

DIGITALNA KULTURA, MREŽNE AKTIVNOSTI ADOLESCENATA I NJIHOVE POSLJEDICE

Vesna BILIĆ
Učiteljski fakultet
Sveučilište u Zagrebu
vesna.bilic@ufzg.hr

UDK 004:159.913-053.6
Pregledni rad

Sažetak

Budući da je vršnjačka digitalna kultura relativno nov i nedovoljno istražen fenomen, cilj je ovoga rada, na temelju recentne literature, analizirati neka njezina obilježja (stvaranje novih sadržaja, vrijednost) i promjene kulturnih obrazaca zbog prirode interakcija na društvenim mrežama te njihove učinke na mentalno zdravlje adolescenata. Rezultati analiziranih istraživanja pokazuju da je digitalna tehnologija omogućila adolescentima da svoje uratke (priče, fotografije, videozapise i sl.) brzo i lako prezentiraju potencijalno neograničenoj publici. Pri tome se uočava sklonost preuzimanju i obradi tuđih ideja s ciljem stvaranja novih kreativnih sadržaja. U virtualnom prostoru rađa se nova vršnjačka kultura koju karakterizira otvorenost, fleksibilnost i participativnost. Društvene mreže su otvorile i nove uzbudljive mogućnosti samopredstavljanja u kojima je razvidna tendencija oblikovanja vlastite „virtualne osobnosti“. Snažno se promoviraju vanjske, tjelesne karakteristike i kreiraju norme poželjnog izgleda za djevojke i mladiće. Iako kultura iz koje dolaze ima neizravan utjecaj na ponašanje adolescenata, uočena je tendencija da se oni sve više prilagođavaju i nastoje uklopiti u mrežnu kulturu. Opisane aktivnosti adolescenata u virtualnom svijetu imaju vrlo stvarne posljedice. Usporedbe s profilima vršnjaka koji se često percipiraju kao ljepši, zgodniji ili uspješniji, kao i spoznaja da se njihovo stvarno ja značajno razlikuje od virtualnog, nerijetko rezultira negativnom percepcijom sebe, nezadovoljstvom svojim izgledom, postignućem, ali i razočaranjem, tugom, tjeskobom, depresijom i drugim problemima. Zaključno se sugerira praktičarima i znanstvenicima usmjeravanje pozornosti na nova obilježja vršnjačke kulture u digitalnom vremenu.

KLJUČNE RIJEČI: *kultura, djeca, samopredstavljanje, mentalno zdravlje*

Uvod

Iako je u svakodnevnoj upotrebi kultura vrlo frekventan termin koji se percipira kao općepoznat i sam po sebi razumljiv, začuđuje što ona nema jasno ni precizno određenje. Kultura se najčešće definira kao način života ljudi u određenom povijesnom razdoblju

(Van Dijk, 2020). Uključuje znanje, vjerovanje, moral, umjetnost, zakone, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek stekao kao član društva (Tylor, 1973 prema Mesić, 2007: 161). Gledano iz povijesne perspektive, kulture se „organski razvijaju iz prethodnih“, odnosno u stare obrasce inkorporiraju se specifične inovacije (tehničke, socijalne i sl.) i na taj način se stvaraju i razvijaju nove kombinacije i oblici razumijevanja (Mesić, 2007: 167). U novije vrijeme sveprisutnost, dostupnost i snažan utjecaj digitalnih tehnologija na različite aspekte života ljudi doveo je do redefiniranja tradicionalnog shvaćanja kulture i stvaranja novih kulturnih sadržaja. Stoga se danas sve više govori o digitalnoj kulturi, tj. kulturi digitalnog društva (Levin i Mamlok, 2021) ili mrežnoj kulturi (Safina, Gaynullina, Cherepanova, 2020). Pritom se misli na sveobuhvatni utjecaj tehnologije na suvremeno društvo te se implicira da ona uvjetuje način činjenja i razmišljanja ljudi, njihovo poimanje sebe i drugih (Gere, 2002 prema Van Dijk, 2020). Također, determinira ljudsko iskustvo, ontološko postojanje i razumijevanje identiteta (Levin i Mamlok, 2021). Digitalna kultura uključuje vrijednosti, pravila komunikacije između članova internetske zajednice, specifične etičke norme, estetske kanone i jezik, obuhvaća virtualni i nevirtualni prostor, ima transnacionalni i eksteritorijalni karakter (Levin i Mamlok, 2021; Safina i sur., 2020). Međutim, opisujući modernu tehnologiju Stiegler (2019 prema Levin i Mamlok, 2021) pridodaje joj naziv *pharmakon*, a taj grčki pojam može se shvatiti kao lijek i kao otrov. S jedne strane su obećanja da će tehnologija pružiti više mogućnost kulturi i unaprijediti život ljudi, a s druge strane se ukazuje na njezinu destruktivnu moć (npr. ugrožavanje mentalnog zdravlja i sl.). Shvaćanje da je kultura ključni dio konteksta iz kojeg se formira identitet, odnosno da je konstitutivna za našu osobnost, od posebne je važnosti za razumijevanje razvoja i učenja djece te općenito odgoja i obrazovanja.

Za Lava Vygotskog, autora utjecajne sociokulturne teorije, pojedinac je „produkt njegove kulture“. Aktivno je biće koje djeluje na svijet oko sebe, razvija se u interakciji s okolinom i drugim ljudima (Vasta, Haith, Miller, 1998: 24). Sukladno tome, dijete se promatra kao socijalni subjekt koji participira, konstruira i u velikoj mjeri određuje vlastiti razvoj i život (Maleš, 2011). Novije znanstvene spoznaje o razvoju djeteta utjecale su i na promjenu shvaćanja djetinjstva. Tako se u studijama o djetinjstvu (Maleš, 2011) odbacuje tradicionalni pojam socijalizacije i teza da je djetinjstvo isključivo priprema za odraslost. Suprotno tome, djetinjstvo se percipira kao proces koji se kontekstualizira u odnosu na određeni prostor, vrijeme i kulturu (sociokonstruktivizam) te varira s obzirom na različitost uvjeta u kojima se događa. Dakle, u ovim temeljnim postavkama o suvremenom djetinjstvu, naglašena je uloga i važnost kulture, a sukladno tome, sve više pažnje posvećuje se kulturi koju djeca stvaraju u interakciji s vršnjacima.

Vršnjačka kultura određuje se kao stabilan skup aktivnosti, rutina, artefakata, vrijednosti koje djeca kreiraju i dijele u interakciji s vršnjacima (Corsaro, 2009). Tijekom

djetinjstva djeca ponajprije internaliziraju kulturu odraslih, a potom počinju kreativno doprinosti njezinoj reprodukciji u interakcijama sa starijima, ponajprije roditeljima, te s drugom djecom (Corsaro, 2009). Međutim, djeca postupno – tijekom druženja u realnom ili virtualnom prostoru, počinju stvarati i vlastitu kulturu. Dakle, oni nisu samo pasivni primatelji kulture okružja iz kojeg dolaze (obitelj, četvrt, škola i sl.) već su aktivni sudionici koji doprinose razvoju novih kulturnih sadržaja i praksi (Hilppö, Rajala i Lipponen, 2019). Iako sva djeca pridaju veliku važnost tehnologiji, njome su osobito očarani adolescenti i koriste ju više od bilo koje druge skupine (Dienlin i Johannes, 2022; Skogen, Hjetland, Bøe, Hella i Knudsen, 2021). Stoga ćemo im i mi u ovom radu posvetiti osobitu pozornost. Adolescencija je kompleksno razdoblje između djetinjstva i odraslosti. Adolescenti tijekom ove faza (od 11 do 18 godine) razvijaju svoju osobnost, više su društveno orijentirani, manje sposobni inhibirati ponašanje, češće su impulzivni, skloni preuzimanju rizika i traženju senzacija, promjenama emocija i raspoloženja i sl. (Webster, Dunne i Hunter, 2021). Zbog navedenih karakteristika oni su osobito podložni i osjetljivi na medijske utjecaje (Dienlin i Johannes, 2020). Levin i Mamlok (2021) potvrđuju da adolescenti u digitalnom svijetu stvaraju svoju vlastitu kulturu, predstavljaju je drugima i obogaćuju je kulturnim dostignućima drugih članova, a njezino osnovno obilježje je otvorenost i fleksibilnost.

Budući da je kultura adolescenata u digitalnom vremenu relativno nov i nedovoljno istražen fenomen, cilj je ovoga rada – na osnovi recentne literature – analizirati neka njezina obilježja vezana za stvaranje novih sadržaja, aktivnosti i vrijednosti među vršnjacima te moguće učinke na mentalno zdravlje adolescenata.

Kreativnost i stvaranje novih sadržaja na društvenim mrežama

Vršnjačka kultura koja nastaje u ovom hiperpovezanom svijetu ogleda se u brzom rastu različitih sadržaja kao što su tekstovi, fotografije, a svatko može biti autor i lako prezentirati svoje uratke na vrlo neočekivane načine, potencijalno neograničenoj publici. Ponajprije zbog slobode koju adolescentima pruža virtualni svijet očekivalo se da će tehnologija potaknuti njihovu kreativnost. Ovdje ćemo o kreativnosti govoriti u smislu stvaranja nečega izvornog, istinskog, nečega novog, što nastaje „iz ničega“ (Safina i sur., 2020). Pepler (2013) navodi da 77 % korisnika na društvenim mrežama stvara neku vrstu sadržaja, a 39 % njih dijeli originalne kreacije (umjetnička djela, fotografije, priče, videozapise i sl.) te se čini da je proizvodnja takvih sadržaja u kontinuiranom porastu. Za kreativne, pa i umjetničke uratke adolescenata, koje prezentiraju svojim vršnjacima u virtualnom prostoru, karakteristično je da lako gube izravni kontekst i „udaljavaju“ se od stvarnog autora. Naime, u predigitalnom vremenu autori su imali

poseban, privilegirani status. U virtualnom svijetu je teško odrediti pravog autora pa se može kazati da misao odvojena od autora započinje život u tom novom kontekstu (Safina i sur., 2020). Zahvaljujući modernoj tehnologiji lako je promijeniti tekst, nešto mu dodati, urediti tuđe fotografije i na taj način postati koautor. Drugim riječima, svaki aktivni korisnik interneta može postati sukreator novog sadržaja (Peppler, 2013). Takva ponašanja su postala vrsta rutinske prakse. Dakle, uzimanjem postojećih kulturnih artefakata i njihovim kombiniranjem nastaju nove vrste kreativnih uradaka (Knobel, 2017) koje publika može različito protumačiti, pa oni mogu dobiti neočekivano značenje, poveznice i neobičan efekt odjeka (Safina i sur., 2020). Sve to može potaknuti prvog, izvornog autora da i sam korigira te poboljša sadržaj koji je objavio. Međutim, pojedine reakcije ili nadopune drugih mogu nadmašiti ono što je sam autor postavio, a to ne odgovara definiciji kreativnosti u njenoj tradicionalnoj interpretaciji, nego se otvara mogućnost za novo, drugačije poimanje kreativnosti ili proširivanje njezina značenja. Može se reći da je na neki način zamagljena linija između autora sadržaja i onih koji takav sadržaj koriste, a sami uzimaju pravo da ga preuređuju zahvaljujući alatima Web 2.0 tehnologije. Opisane aktivnosti često se nazivaju „remiksanjem“, suradničkom, timskom kreativnosti, participativnom kulturom i sl. (Knobel, 2017; Jenkins i sur., 2009, prema Peppler, 2013).

Suprotno tome, drugi sugeriraju da digitalni mediji dovode u pitanje izvornost, intelektualno vlasništvo, te osuđuju njihovo nemoralno postupanje. Tako Keen (2010: 154), ističe da je nepoštivanje intelektualnog vlasništva najraširenija destruktivna aktivnost na internetu. U istraživanju Bilić (2015), u kojem su sudjelovali učenici viših razreda osnovnih škola (N=534), njih 58 % potvrdilo je da preuzimaju sadržaje s interneta i prezentiraju ih kao svoje vlasništvo. Učenici, ali i studenti, prema riječima njihovih profesora, svjesni su prijevare i nije im zbog toga neugodno niti žao (Mlinarević i Tokić Zec, 2019). Zbog takvih postupaka koje smatraju prihvatljivim i uobičajenim teško je utvrditi autentičnost ideja i izvorno autorstvo, ali je jasno da oni zbog toga postižu bolje rezultate, hvale se svojom kreativnošću, inovacijama, uspjesima i sl. Dakle, dok jedni opisane postupke nazivaju oblikom varanja ili krađe, drugi smatraju da je riječ o novom obliku kreativnosti. Obrazlažući nove pristupe kreativnosti u digitalnom vremenu Peppler (2013) ističe da su se i tijekom povijesti kreativne ideje nadovezivale na prethodne ili su na neki način predstavljale sintezu ideja koje su u to vrijeme bile u opticaju. Drugim riječima, nijedna inovacija nije postojala izvan svog kulturno-povijesnog konteksta, ali je pritom bio važan osobni čin kreativnosti kao pokretačka snaga u procesu stvaranja nečeg novog. Neki autori (Knobel, 2017; Peppler, 2013) zastupaju stajalište da „remiksanje“ ideja u virtualnom svijetu, bez odobrenja izvornog autora, zapravo doprinosi kreativnosti, a novi članovi šire te ideje i stvaraju nove kombinacije, kulturne i druge sadržaje (interaktivne priče, animacije, igre, ali i istraživačke projekte).

Sve više adolescenata sudjeluje u zajedničkim projektima, dogovaraju se i rade zajedno, a rezultate postižu zahvaljujući koordiniranom naporu. Dakle, u takvim slučajevima oni ne preuzimaju ničije vlasništvo ni ideje, nego funkcioniraju kao kreativna zajednica. To im uvelike olakšava moderna tehnologija, a osobito one društvene mreže koje ih potiču da se povezuju prema zanimljivim idejama, zajedno istražuju. Takve virtualne zajednica percipiraju se kao kolaborativno okruženje s potencijalom za kreativnu suradnju, a rezultiraju uspjesima i korisnim otkrićima (Alahuhta, Nordb, Sivunen i Surakka, 2014). No povezivanje s vršnjacima koji imaju slične interese u velikoj mjeri ovisi o načinu na koji se samopredstavljaju na virtualnoj pozornici.

Digitalna kultura i samopredstavljavanje adolescenata na društvenim mrežama

Levin i Mamlok (2021) smatraju da je pitanje „tko sam ja“ jedno od najvažnijih pitanja ljudske kulture, pa tako i kulture u digitalnom vremenu, a kao ključnu vještinu za formiranje identiteta oni ističu samopredstavljavanje. Oduvijek su djeca pronalazila različite načine da se sami predstave, odnosno drugima prezentiraju informacije o sebi. U novije su vrijeme društvene mreže (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok i sl.) otvorile posve nove mogućnosti za samopredstavljavanje. U objašnjenju različitih oblika samopredstavljavanja, pa i onih u digitalnom vremenu, kao teorijski okvir često se koristi Goffmanova dramaturška perspektiva. Goffman (2000: 33) polazi od toga da je cijeli svijet glumište, pa „svatko i svuda, manje ili više svjesno igra uloge“, koje su u skladu s normativnim očekivanjima kulture u kojoj živimo. Pojedinci u interakcijama s drugima predstavljaju sebe tako da oni kojima se prezentiraju o njima stvore povoljne impresije ili pozitivno mišljenje. Stvaranje dojmova o sebi korespondira s ciljem koji su postavili i interesom koji žele ostvariti, a u tu svrhu se adolescenti služe različitim strategijama. Najčešće se uočava tendencija da se prikažu u boljem, često i idealnom izdanju, a na taj način žele biti prepoznatljivi, zapamćeni te smanjiti strah od odbacivanja i negativne socijalne prosudbe. Kako bi prikriili svoje slabosti, nerijetko se predstavljaju drugačijima, boljima, zgodnijima, uspješnijima nego što jesu, najčešće onakvima kakvi bi željeli biti. Kad dugo ostaju u toj novoj ulozi, sukladno Goffmanovoj teoriji, njihovo shvaćanje sebe nerijetko postaje dio njihove prirode i integralni dio njihove ličnosti.

Donedavno su se adolescenti predstavljali anonimno, dominantno tekstnim deskriptorima, koristeći blogove i slične modalitete, a to im je olakšavalo eksperimentiranje i „uljepšavanje identiteta“. S pojavom društvenih mreža, otvaranjem profila, navođenjem stvarnog imena, fotografija i osobnih podataka, činilo se da će njihovo predstavljanje biti autentičnije. Međutim, Riva, Wiederhold i Ciproso (2016) ističu da je na internetu

sve manje istinitih prikaza mladih osoba, a sve je više virtualnih predstava, idealiziranih konstrukcija sastavljenih od izabranih slika, najčešće računalno uređenih. Dakle, adolescenti sami oblikuju vlastitu „virtualnu osobnost“ koja se razlikuje od njihove „stvarne osobnosti“, te se uključuju u složene interakcije s različitim virtualnim osobnostima i zajednicama (Levin i Mamlok, 2021). Iz navedenog se može zaključiti da tehnologija utječe i na najintimnije aspekte onoga što netko može imati, a to je „vlastito ja“. U kvalitativnom istraživanju koje je provela Bilić (2020) adolescenti koji su sudjelovali u fokus grupama, naveli su da na društvenim mrežama „dominiraju laži“, svi se prikazuju „savršenima – mršavi i bez prištića“, a imaju dojam da je sve oko njih lažno. Tradicionalno su brojni roditelji u odgoju svoje djece isticali istinu kao vrijednost. Suprotno tome, u digitalnoj kulturi adolescenata široko je prihvaćeno i rasprostranjeno laganje kao nešto sasvim obično, normalno, a razvidno i u njihovom sampredstavljanju. No kako se samopredstavljanje radi zbog publike, i ovisi o tome prihvaća li publika prezentirane sadržaje ili ne, i u ovom području se uočavaju neke promjene. Upravo publika u najnovije vrijeme kao kulturni trend nameće autentičnost, a sve manje se podržavaju, *lajkaju* i pozitivno komentiraju neistinite, „uljepšane“ samoprezentacije (Hernández-Serrano, Jones, Renés-Arellano i Campos Ortuño, 2022). Tome doprinose i mogućnosti (videosnimke) popularnih društvenih mreža kao što je Instagram i TikTok. Kako bi stvorili dobar dojam o sebi, adolescenti se kreću između autentičnosti koja je u trendu i potrebe da se prikažu u boljem svjetlu (Hernández-Serrano i sur., 2022). Pregledom 21 studije (N=7573) Twomey i O'Reilly (2017) ustvrdili su povezanost između lažnih samoprezentacija i niskog samopoštovanja te socijalne anksioznosti. Slično tome, u istraživanju koje su proveli Xie, Wang, Zhao, Lei, Niu i Wang (2018) utvrđeno je da su lažne samoprezentacije adolescenata (N=1742) povezane sa simptomima depresije i tjeskobe. Problem nastaje onda kad osobno kreirane idealizirane predstave o sebi na društvenim mrežama usporede sa sobom u stvarnom svijetu ili s prezentacijama drugih vršnjaka, a to nepovoljno utječe na njihovo mentalno zdravlje.

Društvene mreže i kulturni ideali ljepote

Naravno, i prije pojave društvenih mreža mediji su kreirali norme poželjnoga izgleda (djevojaka i mladića), i tako formirali ideale ljepote. U radovima koji se bave ovom problematikom često se kao teorijski okvir koristi sociokulturni model (Garner i sur., 1980) koji, polazeći od društveno uvjetovanih normi, objašnjava medijske utjecaje na razvoj nezadovoljstva izgledom. Ovaj proces podržava i teorija objektivizacije (Fredrickson i Roberts, 1997) prema kojoj pojedinci gledaju na tijela (češće djevojaka) kao na objekte koje treba popravljati i oblikovati prema standardima ljepote. No i same mlade djevoj-

ke internaliziraju tu promatračku perspektivu pa sebe počinju percipirati kao objekt, a svoju vrijednost promatrati i procjenjivati prema karakteristikama vanjskoga izgleda usklađenoga s kulturnim standardima, što se određuje kao samobjektivizacija. Drugim riječima, procesom internalizacije medijski posredovani ideali usvajaju se kao vlastiti te postaju temelj vrednovanja svojega i tuđega izgleda (Ciprić i Landripet, 2017: 104). Ovome svakako treba dodati da su se adolescenti oduvijek uspoređivali s vršnjacima s obzirom na neke osobine i sposobnosti koje smatraju važnima, a s ciljem dobijanja određene povratne informacije o sebi, što je imalo snažan utjecaj na njihovo samopoimanje. Prema teoriji socijalne usporedbe (Festinger, 1954 prema Bilić, 2020), zbog nedostatka objektivnih standarda, djeca procjenjuju sebe i svoj napredak u usporedbi s onima koji su im po nekim karakteristikama slični, bliski ili onima kojima se dive. Kako je Hofstede (prema Mijatović i Žužul, 2004), kao dimenzionalnu značajku kulturnog identiteta, izdvojio i raspodjelu uloga (ženstvenost i muževnost), zanimalo nas je uočavaju li se promjene kulturnih obrazaca u ovoj dimenziji zbog prirode interakcija na društvenim mrežama.

Klasični mediji desetljećima su stvarali ekskluzivnu kulturnu definiciju optimalne ženske ljepote (Kuhar, 2005). Ta modna, često stereotipna, slika uključuje savršeno tijelo i pojedine njegove dijelove (struk, bokove, poprsje) i lice (oči, usne). Zbog takvog „savršenog“ izgleda vjeruje se da su djevojke uspješnije, imaju veće šanse za savršen život, slavu, bogatstvo, osvajanje muškaraca koji će ih obožavati, pa su ljepota i izgled pretpostavke za sreću u ljubavi i životu (Kuhar, 2005). Ta kulturna definicija ženske ljepote razvidna je i danas u njihovom predstavljanju na društvenim mrežama. Upravo zbog toga, na tim popularnim odredištima, djevojke lažu o svojim godinama, pomno biraju i uređuju fotografije za koje same smatraju da na njima izgledaju „slatko“, privlačno, zavodljivo, „razotkriveno“ (Kapidžić i Herring, 2015; Siibak i Hernwall, 2011). Zanimljivo je da djevojke računalno obrađene fotografije na društvenim mrežama procjenjuju pozitivnijim od originalnih (Kleemans i sur., 2018). Međutim, kod njih je razvidno identično šminkanje, oblačenje, i predstavljanje, međusobno imitiranje, slična estetika, pa Siibak i Hernwall (2011) govore o „trivijalnom kultu ljepote“ koji je rezultat snažnog utjecaja vršnjačke kulture. Iako mogu doživjeti i neugodne, uvredljive komentare, djevojke teže takvom tipu samopredstavljanja, a što se objašnjava potrebom za popularnošću i niskom otpornošću na vršnjački pritisak (Baumgartner i sur., 2015). Različiti autori (Kuhar, 2005; Tiggemann, 2013) slažu se da suvremena kultura implicitno i eksplicitno podržava objektivizaciju i potiče ponajprije djevojke, ali u novije vrijeme i mladiće, da sebe gledaju i tretiraju kao objekte.

Sve je izraženiji utjecaj medija i na formiranje ideala muške ljepote i izgleda. Slično kao i djevojke, mladići se predstavljaju fotografijama na kojima ističu svoju atraktivnost, visinu, mišićavost, osobito široka ramena, ravan trbuh, uske bokove i struk, a

to ukazuje na mušku moć, fizičku snagu i sl. (Fioravanti, Bocci Benucci, Ceragioli i Casale, 2022; Livazović i Mudrinić, 2017; Tiggemann, 2013; Yee, Griffiths, Fuller-Tyszkiewicz, Blake, Richardson i Krug, 2020). Sve češće mladići, svjesno ili nesvjesno, objavljuju lažne, izmišljene informacije s ciljem da ostave dojam „mačo-tipova“ (Kapidzic i Herring, 2015). S druge strane, zanimljivo je što ulažu veliki trud i posvećuju brigu svome izgledu, vodeći računa o prehrani i njezi (kozmetika i sl.), a skloni su i različitim, invazivnim postupcima (pretjeranom vježbanju, uzimanju steroida, estetskim zahvatima, tetovažama i sl.) (Sepúlveda i Calado, 2012; Yee i sur., 2020). Sve to ukazuje na neke nove trendove koji su u suprotnosti s tradicionalnim shvaćanjem muževnosti. Te promjene intenzivno podržavaju i njihovi vršnjaci na društvenim mrežama koji glorificiraju savršen izgled, vitko tijelo djevojaka ili mišićavo tijelo mladića, a snažno osuđuju, čak se i izruguju svakoj nesavršenosti lica i tijela (Milivojević i Ercegovac, 2014). Međutim, mladići, kao i djevojke, žele postići nametnute, često nedostižne, standarde ljepote koji se znatno razlikuju od klasičnih ideala. Čini se da društvene mreže olakšavaju i djevojkama i mladićima samoobjektivizaciju. Ako adolescenti smatraju da je njihov izgled u skladu s promoviranim standardima ljepote oni će biti zadovoljniji sobom, svojim izgledom i obrnuto.

Društvene mreže omogućile su adolescentima da se jednostavnim pregledavanjem profila kontinuirano i neograničeno uspoređuju s vršnjacima koji se kao i oni prezentiraju, objavljuju svoje uređene fotografije i statuse, događaje kojima su prisustvovali (uzbudljive zabave s prijateljima, odmora i sl.). Iako su svjesni da se i njihovi vršnjaci predstavljaju u boljem svjetlu nego što to stvarno jesu, odnosno uspoređuju se s friziranim, idealiziranim internetskim portretima, ipak ih percipiraju kao značajne i prijeteće za vlastitu vrijednost, a to nerijetko rezultira negativnom percepcijom sebe i nezadovoljstvom svojim izgledom, postignućem i sl. (de Vries i Kühne, 2015). Za razliku od klasičnih medija koji nude usporedbe s manekenkama, glumcima i sl., dakle modelima koje je teško dostići, društvene mreže nude usporedbe s vršnjacima. Adolescenti su skloni uspoređivati se s onima koji su im slični, a što je percipirana sličnost viša učinci tih usporedbi su snažniji (Kleemans, Daalmans, Carbaat i Anschütz, 2018). Iz tih razloga, kako navode Saiphoo i Vahedi (2019), društvene mreže mogu biti još štetnije.

Dakle, može se konstatirati da sve više adolescenata internalizira ideale ljepote koji su promovirani na društvenim mrežama te se uspoređuju s tim idealiziranim, računalno uređenim fotografijama vršnjaka, osobito popularnih, što utječe na njihovu percepciju i osjećaje o njihovu izgledu, i nerijetko rezultira nezadovoljstvom. Potvrđuju to i rezultati recentnih domaći i stranih korelacijskih i eksperimentalnih istraživanja kao i meta-analize (Ciprić i Landripet, 2017; Fioravanti i sur., 2022; Kleemans i sur., 2018; Saiphoo i Vahedi, 2019; Yee i sur., 2020). U eksperimentalnom istraživanju koje su proveli Kleemans i sur. (2018) sudjelovale su 144 adolescentice (od 14 do 18 godina) koje su

gledale preoblikovane, računalno uređene fotografije vršnjaka na Instagramu, a rezultati pokazuju da je to izravno dovelo do negativne prosudbe njihova izgleda, što je osobito bilo izraženo kod djevojaka sklonih socijalnim usporedbama. U istraživanju Ciprić i Landripet (2017), u kojem su sudjelovale učenice (N=1301) drugih razreda srednjih škola iz Zagreba i Zagrebačke županije, utvrđeno je da je korištenje internetskih društvenih mreža povezano s nezadovoljstvom tjelesnim izgledom posredstvom internalizacije kulturnih ideala. Potvrđuju to i rezultati recentne meta-analize Saiphoo i Vahedi (2019) u koju su uključene 63 korelacijske studije (N=36552), a utvrđen je značajan pozitivan odnos između korištenja društvenih mreža i negativne percepcije slike tijela djevojaka. Fioravanti i sur. (2022) sintetizirali su rezultate 43 eksperimentalna istraživanja (N=8637) u kojima su ispitivani učinci gledanja idealiziranih slika na percepciju i zadovoljstvo tijekom adolescenta. Utvrđeni su statistički značajni, iako ne veliki, učinci idealiziranih slika ljepote na nezadovoljstvo djevojaka izgledom.

Slični rezultati utvrđeni su i kod mladića. U spomenutoj studiji, Fioravanti i sur. (2022) također su utvrdili da je gledanje idealiziranih, atraktivnih slika vršnjaka na društvenim mrežama dovelo do povećanog nezadovoljstva tijekom kod mladića. U istraživanju koje su proveli Yee i sur. (2020), u kojem su sudjelovali mladići (N=233), utvrđeno je povećano nezadovoljstvo izgledom, osobito mišićavošću, a to je rezultiralo i negativnim raspoloženjem kod sudionika koji su gledali fotografije na društvenim mrežama.

Dakle, nalazi prezentiranih istraživanja pokazuju da gledanje idealiziranih, računalno uređenih fotografija na društvenim mrežama, dovodi do povećanog nezadovoljstva izgledom kod djevojaka i mladića. Internalizacija i samoobjektivizacija percipiraju se kao mehanizmi koji objašnjavaju štetne učinke upotrebe društvenih mreža na sliku tijela. Zaključno se ističe da dominira nezadovoljstvo izgledom pod utjecajem sociokulturnih čimbenika, pri čemu su osobito utjecajne društvene mreže. Nadalje, nezadovoljstvo izgledom se povezuje s nezadovoljstvom životom, poremećajima prehrane i depresijom (Fioravanti i sur., 2022).

Promjene kulturnih obrazaca ponašanja zbog prirode interakcija na društvenim mrežama

Hofstede (prema Mijatović i Žužul, 2004), kao važnu značajku kulturnog identiteta, izdvojio je i integraciju pojedinaca u skupine (individualizam i kolektivizam), a nas je zanimalo kako ove dimenzije utječu na predstavljanje i ponašanje adolescenata u virtualnom svijetu.

Rui i Stefanone (2013) analizirali su kako se na društvenim mrežama samoprezentiraju oni koji su odrastali u individualističkim i kolektivističkim kulturama. U istraživanju

su sudjelovali korisnici društvenih mreža iz SAD-a i Singapura (N=411). Rezultati pokazuju kako sudionici iz SAD-u češće ažuriraju svoje profile, skloniji su samootkrivanju i strateškom upravljanju dojmovima. Kako bi privukli pažnju publike, spremni su žrtvovati pozitivnu sliku o sebi. Za razliku od njih, sudionici iz Singapura dijele znatno više fotografija, ali su to fotografije s obitelji i prijateljima, fokusirani su na održavanje odnosa, oprezno upravljaju dojmovima i trude se zadržati pozitivnu sliku o sebi. Autori zaključuju da individualistička i kolektivistička kultura imaju neizravan utjecaj na samopredstavljanje u virtualnom svijetu.

S druge strane, uočavaju se promjene ponašanja zbog prirode interakcija na društvenim mrežama. Omori i Allen (2014) ispitali su utjecaj kulturnih razlika u samopredstavljanju učenika na društvenim mrežama u Japanu (N=496) i SAD-u (N=583). U analizi polaze od opisa posebnosti kolektivističke kulture u realnom kontekstu te ističu kako ljudi u Aziji imaju tendenciju javno pokazivati skromnost, samozatajnost u javnim i privatnim kontaktima, izbjegavati sukobe s drugim članovima zajednice. Naglašava se njihova lojalnost i odanost prijateljima kao i društvenoj skupini kojoj pripadaju. Suprotno tome, učenici iz SAD-a, pripadnici individualističke kulture, društvene mreže koriste kako bi promovirali svoj status, poboljšali dojam o sebi i prikazali se popularnima i društveno poželjnima. Razvidno je da pripadnici analiziranih kultura različito percipiraju i predstavljaju sebe. Međutim, Omori i Allen (2014) utvrdili su da sudionici istraživanja, koji žive u Japanu – iako se izvan mreže ponašaju u skladu s normama svoje kulture, na Facebooku pokazuju posve suprotna ponašanja. Utvrđeno je da se ne promoviraju u realnom okruženju, ali u virtualnom to čine. Tako objavljuju više fotografija sa zabava, koje uključuju konzumaciju alkohola i sl., nego njihovi vršnjaci iz SAD-a. Autori zaključuju da oni prilagođavaju svoje ponašanje kako bi se uklopili u Facebook kulturu. Dakle, uočena je tendencija adolescenata da se prilagođavaju mrežnim normama, a preko toga i normama zapadnih društava.

Zaključno se može istaknuti da individualizam i kolektivizam – kao značajke kulturnog identiteta – imaju utjecaj na samopredstavljanje adolescenata, a uočene promjene u njihovom ponašanju u virtualnom svijetu pripisuju se globalnim interakcijama na društvenim mrežama.

Posljedice analiziranih mrežnih aktivnosti adolescenata

U odgojno-obrazovnoj praksi i znanstvenim krugovima primjećuje se zabrinutost zbog pretjerane upotrebe društvenih mreža za koje se pretpostavlja da nepovoljno utječu na mentalno zdravlje učenika. U prethodnom poglavlju analizirali smo važnost vanjskog izgleda za adolescente, a u empirijskim istraživanjima je utvrđena pozitivna

povezanost učestalosti upotrebe društvenih mreža i nezadovoljstva vlastitim izgledom (Ciprić i Landripet, 2017; Fioravanti i sur., 2022; Kleemans i sur., 2018; Saiphoo i Vahedi, 2019; Yee i sur., 2020). Adolescenti koji su nezadovoljni svojim izgledom skloni su samonadzoru, odnosno provjeravanju i procjenjivanju te usklađivanju izgleda s društvenim očekivanjima, a to često rezultira sramom, anksioznošću, depresijom i drugim problemima (Ciprić i Landripet, 2017).

Međutim, djevojke i mladići različito reaguju na nezadovoljstvo vlastitim izgledom. Sistematiziranjem rezultata recentnih istraživanja, Bilić (2020) navodi da se kod djevojaka nezadovoljstvo izgledom dovodi u vezu s poremećajima hranjenja (straha od debljine, provođenje dijeta, bulimični i anoreksični poremećaji). Neki autori (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016; Sepúlveda i Calado, 2012) ukazuju i na sve ozbiljnije posljedice utjecaj medija na nezadovoljstvo izgledom kod mladića. Oni su najčešće usmjereni na preoblikovanje tijela s ciljem povećavanja mišićne mase (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016). Kod njih se uočava ulaganje ozbiljnih napora (vježbe, režim prehrane) da postignu zavidan izgled prema kulturnim standardima i poprave svaki percipirani nedostatak, a što ponekad prerasta u zaokupljenost, pa čak i opsesiju vanjskim izgledom. Neki autori (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016; Sepúlveda i Calado, 2012) upozoravaju da sve više mladića ima bigoreksiju (muskularna dismorfija, reverzna anoreksija). Naime, dijelu mladića su vježbanje u teretani i izgradnja mišića toliko važni da zbog toga propuštaju razne (obiteljske i prijateljske) događaje, zanemaruju socijalne kontakte i evidentne nuspojave (povećanu agresivnost i sl.), nastavljaju uzimati dodatke prehrani (anaboličke i steroide), iako su svjesni da ugrožavaju njihovo zdravlje. Usprkos tome, i dalje su nezadovoljni svojim izgledom. Navedeni poremećaji značajno štete njihovom zdravlju i psihosocijalnom funkcioniranju, a narušavaju i kvalitetu njihova života. Zbog nezadovoljstva izgledom neki adolescenti pribjegavaju i kirurškim zahvatima. Istraživanja pokazuju da su u SAD-u najpopularniji zahvati povećavanje grudi, usana, i sl., a 40 do 75 % adolescenata razmišlja o sličnim postupcima (Ashikali, Dittmar i Ayers, 2016). Takvi zahvati se percipiraju kao brzi načini rješavanja problema koji priječe postizanje uspjeha i zadovoljstva.

U prethodnom poglavlju raspravljalo se o samopredstavljanju, a ovdje ćemo ukazati na moguće posljedice (naoko benigne aktivnosti u virtualnom svijetu) na stvarno mentalno zdravlje djece. Mrežni kontekst potiče selektivno: idealizirano samopredstavljanje uz uskraćivanje ili prikrivanje nepovoljnih informacija, kako bi utjecali na percepciju, odnosno upravljali dojmovima drugih, ali takve aktivnosti imaju i potencijal za promišljanje o sebi (Nesi i Prinstein, 2015; Taylor-Jackson i Moustafa, 2021). U spomenutom kvalitativnom istraživanju Bilić (2020) jedna je mlada djevojka opisala kako se sredi, ozbiljno, svjesno i dugotrajno radi na računalnoj obradi fotografija kako bi se na društvenim mrežama predstavila u drugačijem svjetlu i dobila više lajkova. Tome dodaje i

neistinite informacije kako se sjajno zabavlja i druži sa zanimljivim ljudima. Međutim, mora se suočiti s istinom da „sjedi kući s masnom kosom, sama i uči“ pa kad razmisli o svojoj lažnoj i stvarnoj slici, svom stvarnom i lažnom životu, kako sama kaže, nužno se „zbedira“ i dugo bude depresivna. Riječi ove djevojke potvrđene su i u kvantitativnim istraživanjima koja pokazuju da prezentiranje nečijeg „lažnog, ambicioznog ja“ na mreži može imati negativne posljedice na samopercepciju te osobe (Taylor-Jackson i Moustafa, 2021). Budući je takva idealna verzija sebe u realnom životu gotovo neostvariva, to ima implikacije na dobrobit i mentalno zdravlje adolescenta (Taylor-Jackson i Moustafa, 2021). Spoznaja djece i mladih o tome da se stvarno ja značajno razlikuje od očekivanog, idealnog ili virtualnog ja, često je uznemirujuća, rezultira razočaranjem, strahom, tjeskobom, tugom, a povezuje se i sa simptomima depresije.

Slične posljedice imaju i usporedbe s drugima. Informacije o vršnjacima na društvenim mrežama su dostupnije, moguće je brzo saznati gdje su bili, što rade, kako se osjećaju pa su i usporedbe lakše i jednostavnije nego u izvanmrežnim interakcijama (Taylor-Jackson i Moustafa, 2021). Poznato je da djeca i mladi provode puno vremena pregledavajući idealizirane profile svojih vršnjaka. Kod nekih od njih to izaziva zavist i iskrivljenu percepciju o drugima te uvjerenja da su drugi, s kojima se uspoređuju, od njih bolji ili sretniji (Chou i Edge, 2012). Nakon pregleda profila svojih zgodnih i uspješnih vršnjaka, djevojke su negativnije procjenjivale svoj izgled, a mladići su se osjećali nezadovoljnije (prema Bilić, 2020). Usporedbe s vršnjacima u virtualnom prostoru utjecale su na njihovo raspoloženje, samopoštovanje, a dovode se u vezu s nižim zadovoljstvom životom, socijalnom anksioznošću te depresivnim simptomima (Baker i Algorta, 2016; Nesi i Prinstein, 2015; Twomey i O'Reilly, 2017; Xie i sur., 2018). Oni koji se češće uspoređuju s drugima na društvenim mrežama izvijestili su o većem broju simptoma depresije, a utvrđeno je da su negativne usporedbe i značajan prediktor depresije (Baker i Algorta, 2016). Moguće je i da su oni koji su depresivniji skloniji negativnim socijalnim usporedbama.

Svakako, društvene mreže mogu biti i od pomoći djeci i mladima koji imaju navedene probleme, osobito simptome depresije. Istraživanja pokazuju kako veliki broj njih traži pomoć na internetu tako što pretražuju informacije o mentalnom zdravlju (90 %), čitaju o iskustvima drugih koji imaju slične probleme (75 %) ili se zbog toga povezuju sa zdravstvenim djelatnicima (32 %) (Rideout i Fox, 2018 prema Taylor-Jackson i Moustafa, 2021). S druge strane, stručnjaci koji se bave mentalnim zdravljem, zahvaljujući tehnologiji, imaju bezbroj mogućnosti pružanja pomoći u borbi s depresijom. Nastavnici i stručni suradnici trebali bi pomoći učenicima da povratne informacije koje dobiju na društvenim mrežama i socijalne usporedbe iskoriste za rad na sebi i tako korigiraju neke nedostatke te povećaju samopoštovanje i preveniraju ozbiljne poremećaje.

Zaključak

Sveprisutnost i dostupnost moderne tehnologije snažno utječe na način razmišljanja i činjenja adolescenata, njihovo poimanje sebe i drugih, na njihove vrijednosti, komunikaciju, etičke norme, estetske kanone i sl. Stoga se u recentnim studijama sve više pozornosti posvećuje kulturi koja se stvara u interakciji s vršnjacima u virtualnom prostoru, a reflektira se na život u realnom kontekstu. Ta kultura koja nastaje u hiperpovezanom svijetu, omogućava adolescentima stvaranje različitih sadržaja (umjetničkih djela, fotografija, priča, videozapisa i sl.), a svoje kreacije mogu brzo prezentirati potencijalno neograničenoj publici koja ih može preuzimati, uređivati, sukreirati. Tako se u virtualnom prostoru rađa nova vršnjačka kultura, koju karakterizira otvorenost i participativnost.

U virtualnom prostoru otvaraju se i nove, neslućene mogućnosti za formiranje identiteta. U samopredstavljanju adolescenata na društvenim mrežama uočava se tendencija oblikovanja vlastite „virtualne osobnosti“, koja se razlikuje od „stvarne osobnosti“, te dominantno isticanje vanjskog izgleda u skladu s novim standardima ljepote, zanemarivanje tradicionalnih (istina, obrazovanje i sl.), a preferiranje drugih vrijednosti (laž, preuzimanje tuđih sadržaja). Djevojke se predstavljaju kao slatke, privlačne, zavodljive, sklone unifikaciji, međusobnom imitiranju i podržavanju „trivijalnog kulta ljepote“. Iako u predstavljanju mladića prevladavaju tradicionalni stereotipi hipermaskuliniteta (mišićavost, snaga, moć), javljaju se nove osobine (osjećajnost, sklonost dotjerivanju) i nove interpretacije muškosti. Zaključno se može konstatirati da se u novim javnim, virtualnim prostorima nazire stvaranje nekih novih vrijednosti i nove kulture. Iako je u samoprezentacijama adolescenata razvidan utjecaj kulture iz koje dolaze (kolektivizam ili individualizam), i tendencija da se izvan mreže ponašaju u skladu s tim normama, oni se sve više prilagođavaju i nastoje uklopiti u mrežnu kulturu.

Analizirane, naoko benigne, aktivnosti u virtualnom svijetu imaju često i negativne učinke na mentalno zdravlje djece i mladih. Tako vršnjački pritisak i nemogućnost da se postignu promovirani standardi ljepote rezultiraju nezadovoljstvom izgledom, ali i nižim samopoštovanjem, pa čak bulimijom i anoreksijom (kod djevojaka) ili bigoreksijom (kod mladića). Isto tako, i idealizirano samopredstavljanje na društvenim mrežama potiče adolescente na promišljanje o sebi i suočavanje s istinom da se njihov stvarni izgled i život razlikuju od virtualne, uljepšane, teško ostvarive slike o sebi, pa to rezultira razočaranjem, tugom, ali i ozbiljnim problemima kao što je depresija i sl. Slične učinke imaju i usporedbe s vršnjacima koji se uvijek percipiraju kao uspješniji, bolji i ljepši. Sintetiziranjem spoznaja iz recentne literature moguće je zaključiti kako se javljaju neka nova obilježja kulture vršnjaka u digitalnom vremenu, na što bi praktičari morali usmjeriti pozornost, a koja bi trebalo i empirijski provjeriti.

LITERATURA

- ALAHUHTA, P., NORDB, E., SIVUNEN, A. i SURAKKA, T. (2014). Fostering team creativity in virtual worlds. *Journal For Virtual Worlds Research*, 7 (3), 1–22.
- ASHIKALI, E. M., DITTMAR, H. i AYERS, S. (2016). Adolescent girls' views on cosmetic surgery: A focus group study. *Journal of health psychology*, 21 (1), 112–121.
- BAKER, D. A. i ALGORTA, G. P. (2016). The relationship between online social networking and depression: a systematic review of quantitative studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 638–648.
- BAUMGARTNER, S. E., SUMTER, S. R., PETER, J. i VALKENBURG, P. M. (2015). Sexual self-presentation on social network sites: Who does it and how is it perceived?. *Computers in Human Behavior*, 50, 91–100.
- BILIĆ, V. (2015). Uloga škole i školske vezanosti u objašnjenju ponašanja učenika. U: S. Opić, V. Bilić i M. Jurčić (ur.). *Odgoj u školi* (119-154). Zagreb: Učiteljski fakultet u Zagrebu.
- BILIĆ, V. (2020). *Odgajanje i odrastanje u digitalnom vremenu*. Zagreb: Obrazovni izazovi.
- CHOU, H. T. G. i EDGE, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15 (2), 117–121.
- CIPRIĆ, A. i LANDRIPET, I. (2017). Uloga obiteljske socijalizacije i samopoštovanja u odnosu korištenja internetskih društvenih mreža i zadovoljstva tjelesnim izgledom kod adolescentica. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 23 (1), 101–125.
- CORSARO, W. A. (2009). Peer culture. U: J. Qvortrup, W. A. Corsaro i M. Honig (ur.) *The Handbook of childhood studies* (301-315). London: Palgrave Macmillan.
- DE VRIES, D. A. i KÜHNE, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217–221.
- DIENLIN, T. i JOHANNES, N. (2022). The impact of digital technology use on adolescent well-being. *Dialogues in clinical neuroscience*, 22 (2), 135–142.
- ERCEG JUGOVIĆ, I. i KUTEROVAC JAGODIĆ, G. (2016). Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 22 (1), 145–162.
- FIORAVANTI, G., BOCCI BENUCCI, S., CERAGIOLI, G. i CASALE, S. (2022). How the Exposure to Beauty Ideals on Social Networking Sites Influences Body Image: A Systematic Review of Experimental Studies. *Adolescent Research Review*, 7, 1–40.

- FREDRICKSON, B. L. i ROBERTS, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21 (2), 173–206.
- GARNER, D. M., GARFINKEL, P. E., SCHWARTZ, D. i THOMPSON, M. (1980). Cultural expectations of thinness in women, *Psychological Reports*, 47 (2), 483–491.
- GOFFMAN, E. (2000). *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*. Beograd: Geopoetika.
- HERNÁNDEZ-SERRANO, M. J., JONES, B., RENÉS-ARELLANO, P. i CAMPOS ORTUÑO, R. A. (2022). Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of new approaches in educational research*, 11 (1), 49–63.
- HILPPÖ, J., RAJALA, A. i LIPPONEN, L. (2019). Compassion in Children's Peer Cultures. U: G. Barton i S. Garvis (ur.) *Compassion and empathy in educational contexts*, (79-95), Cham: Palgrave Macmillan
- HOLLENBAUGH, E. E. (2021). Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80–98.
- KAPIDZIC, S. i HERRING, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17 (6), 958–976.
- KEEN, A. (2010). *Kult amatera: kako blogovi, MySpace, YouTube i ostali suvremeni mediji koje stvaraju korisnici uništavaju našu ekonomiju, kulturu i vrijednosti*. Zatrešić: Fraktura.
- KLEEMANS, M., DAALMANS, S., CARBAAT, I. i ANSCHÜTZ, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21 (1), 93–110.
- KNOBEL, M. (2017). Remix, literacy and creativity: An analytic review of the research literature. Eesti Haridusteaduste Ajakiri. *Estonian Journal of Education*, 5 (2), 31–53.
- KUHAR, M. (2005). Medijske reprezentacije tjelesnog izgleda i samopredodžba mladih. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 11 (1), 97–112.
- LEVIN, I. i MAMLOK, D. (2021). Culture and Society in the Digital Age. *Information*, 12 (2), 68–82.
- LIVAZOVIĆ, G. i MUDRINIĆ, I. (2017). Nezadovoljstvo tjelesnim izgledom i ponašanja povezana s poremećajima u prehrani adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 25 (1), 71–89.
- MALEŠ, D. (ur.) (2011). *Nove paradigme ranoga odgoja*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zavod za pedagogiju.

- MESIĆ, M. (2007). Pojam kulture u raspravama o multikulturalizmu. *Nova Croatica: časopis za hrvatsku književnost i kulturu*, 1 (1 [51]), 159–184.
- MIJATOVIĆ, A. i ŽUŽUL, A. (2004). Prilog određenju dimenzionalnih značajki kulturnog identiteta srednjoškolske mladeži u Hrvatskoj. *Pedagogijska istraživanja*, 1 (1), 41–64.
- MILIVOJEVIĆ, T. i ERCEGOVAC, I. (2014). #Selfie or virtual mirror to new Narcissus. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20 (2), 293–312.
- MLINAREVIĆ, V. i TOKIĆ ZEC, R. (2019) Akademska nepoštenje studenata u kulturi visokoškolske ustanove. U: A. Peko, M. Ivanuš Grmek i J. Delcheva Dizdarević (ur.) *Didaktički izazovi III: Didaktička retrospektiva i perspektiva, Kamo i kako dalje* (92–107). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti
- NESI, J. i PRINSTEIN, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 43 (8), 1427–1438.
- OMORI, K. i ALLEN, M. (2014). Cultural differences between american and japanese self-presentation on SNSs. *International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies*, 4 (1), 47–60.
- PEPPLER, K. (2013). Social media and creativity. U: D. Lamish (ur.) *International handbook of children, adolescents, and media*, (193–200). London: Routledge
- RIVA, G., WIEDERHOLD, B. K. i CIPRESSO, P. (2016). Psychology of social media: From technology to identity. *The Psychology of Social Networking*, 1, 4–14).
- RUI, J. i STEFANONE, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29 (1), 110–118.
- SAFINA, A., GAYNULLINA, L. i CHEREPANOVA, E. (2020). A work of art in the space of network culture: creativity as bricolage. *Creativity Studies*, 13 (2), 257–269.
- SAIPHOO, A. N. i VAHEDI, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275.
- SEPULVEDA, A. R. i CALADO, M. (2012). *Westernization: The role of mass media on body image and eating disorders*. Vigo: INTECH Open Access Publisher
- SIIBAK, A. i HERNWALL, P. (2011). ‘Looking like my favourite Barbie’: Online Gender Construction of Tween Girls in Estonia and in Sweden. *Studies of Transition States and Societies*, 3 (2), 57–68
- SKOGEN, J. C., HJETLAND, G. J., BØE, T., HELLA, R. T. i KNUDSEN, A. K. (2021). Through the looking glass of social media. Focus on self-presentation and

- association with mental health and quality of life. A cross-sectional survey-based study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (6), 1–16.
- TAYLOR-JACKSON, J. i MOUSTAFA, A. A. (2021). The relationships between social media use and factors relating to depression. *The Nature of Depression*, 171–182. (pristupljeno u ožujku 2021.) <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7562923/>
- TIGGEMANN, M. (2013). Objectification Theory: Of relevance for eating disorder researchers and clinicians? *Clinical Psychologist*, 17 (2), 35–45.
- TWOMEY, C. i O'REILLY, G. (2017). Associations of self-presentation on Facebook with mental health and personality variables: A systematic review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20 (10), 587–595.
- VAN DIJK, J. (2020). *The network society*. London: Sage.
- Vasta, R., Haith, M. M. i Miller, S. A. (1998). *Dječja psihologija: moderna znanost*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- WEBSTER, D., DUNNE, L. i HUNTER, R. (2021). Association between social networks and subjective well-being in adolescents: A systematic review. *Youth & Society*, 53 (2), 175–210.
- XIE, X., WANG, X., ZHAO, F., LEI, L., NIU, G. i WANG, P. (2018). Online real-self presentation and depression among Chinese teens: Mediating role of social support and moderating role of dispositional optimism. *Child Indicators Research*, 11 (5), 1531–1544.
- YEE, Z. W., GRIFFITHS, S., FULLER-TYSZKIEWICZ, M., BLAKE, K., RICHARDSON, B. i KRUG, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men's body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107.

GROWING UP IN THE DIGITAL AGE: OPPORTUNITIES AND DANGERS

Abstract

Considering that the digital peer culture is somewhat of a new and relatively unexplored phenomenon, the aim of this paper is to analyse some of its characteristics based on recent literature (the creation of new contents, its value), to outline changes in cultural patterns caused mostly by the nature of emerging social networks-based interactions, and finally to assess their effects on the mental health of adolescents. The review of research indicates that digital technology has enabled adolescents to present their works (stories, photos, videos, etc.) quickly and easily to a potentially unlimited audience. In doing so, they have a tendency to appropriate and process other people's ideas with the aim of creating new creative content. The virtual space brings about a new peer culture, characterized by openness, flexibility and participation. Social networks have also opened up new exciting opportunities for self-presentation, where the tendency to shape one's own "virtual personality" becomes evident. External, physical characteristics become strongly promoted, as the new norms of desirable appearance impose themselves on both girls and boys. Although the culture they come from has an indirect influence on the behavior of adolescents, they seem to progressively adapt and try to fit into the online culture. The outlined activities by adolescents' in the virtual world have very real consequences. Comparisons with the profiles of peers who tend to be perceived as more beautiful, handsome or successful, as well as the realization that the real self significantly differs from the virtual one, often results in negative self-perception, dissatisfaction with one's appearance or achievements, but also disappointment, sadness, anxiety, depression and a number of other problems. In conclusion, both practitioners and scientists are suggested to focus their attention on new characteristics of peer culture in the digital age.

KEYWORDS: *culture, children, self-presentation, mental health*