

Oblikovanje knjige intervjua: Generacija Z i društvene mreže

Kuprešak, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:832236>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 270/MED/2024

Oblikovanje knjige intervjua: Generacija Z i društvene mreže

Marija Kuprešak, 0336053514

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za umjetničke studije		
STUDIJ	Prijediplomski sveučilišni studij Medijskog dizajna		
PRISTUPNIK	Marija Kuprešak	MATIČNI BROJ	0336053514
DATUM	5.9.2024.	KOLEGIJ	Grafičko uređivanje
NASLOV RADA	Oblikovanje knjige intervjua: Generacija Z i društvene mreže		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Designing an Interview Book: Generation Z and Social Media

MENTOR	Igor Kuduz	ZVANJE	doc. art
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. art. Niko Mihaljević / predsjednik povjerenstva		
	2. doc. art. Igor Kuduz / mentor i član povjerenstva		
	3. doc. art. Andro Giunio / član povjerenstva		
	4. izv. prof. Iva-Matija bitanga / zamjenski član povjerenstva		
	5.		

Zadatak završnog rada

BROJ 270/MED/2024

OPIS
U prvom dijelu projekta, cilj je snimiti i obraditi intervjue s 10 osoba iz generacije Z. Intervjui istražuju kako mladi koriste društvene mreže te kakav utjecaj one imaju na njihov svakodnevni život i društvene odnose. Nakon obrade intervjua, drugi dio projekta posvećen je dizajniranju knjige. Glavna ideja dizajna je stvoriti dojam "ručno pisanog" teksta kroz kreativne dizajnerske intervencije. Svakom sudioniku intervjua dodijeljena je ilustracija koja vizualno prenosi njihove stavove i iskustva. Nakon svakog intervjua, knjiga sadrži nekoliko stranica rezerviranih za čitateljeve bilješke, uključujući pitanja, motivirajuće citate i tekstove, podjeljene u tri kategorije kako bi čitatelji mogli aktivno sudjelovati u refleksiji o temama knjige.

Ključne točke rada su:

- definirati koncept i izradu finalnog proizvoda
- snimiti i obraditi intervjue s pripadnicima generacije Z
- kreirati dizajnerske intervencije koje stvaraju dojam ručno pisanog teksta
- razviti ilustracije koje vizualno podupiru raznolikost osoba
- organizirati dodatne stranice s pitanjima, citatima i tekstovima za interaktivne bilješke čitatelja

ZADATAK URUČEN

15.9.2024

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER





Sveučilište Sjever

Odjel za umjetničke studije

Medijski dizajn

Završni rad br. 270/MED/2024

Oblikovanje knjige intervjua: Generacija Z i društvene mreže

Student

Marija Kuprešak, 0336053514

Mentor

Igor Kuduz, doc. art.

Koprivnica, rujan 2024. godine

Predgovor

Tema ovog završnog rada, *Oblikovanje knjige intervjua: Generacija Z i društvene mreže*, proizašla je iz suvremenih potreba za razumijevanjem kako tehnologija i digitalne platforme utječu na mlade. Generacija Z, kao prva generacija koja je odrasla u svijetu u kojem su društvene mreže poput Instagrama, TikToka, Snapchata i Facebooka sastavni dio svakodnevice, oblikuje svoje identitete, vrijednosti i društvene odnose u digitalnom prostoru.

Cilj ovog rada je, kroz strukturirane intervjue, ponuditi osvrt na način na koji digitalni svijet redefinira društvene norme i interakcije. Ovaj završni rad pruža priliku da se ispita ne samo utjecaj tehnologije na mlade, već i da se kroz grafički dizajn otvori prostor za dublje razumijevanje fenomena društvenih mreža.

Ovaj rad rezultat je osobnog interesa za temu, ali i želje da se istraži kako dizajn knjige može doprinijeti boljem razumijevanju i komunikaciji generacijskih specifičnosti u digitalnom dobu.

Sažetak

Društvene mreže su duboko ukorijenjene u svakodnevicu mlade generacije, pružajući im mogućnosti za socijalnu interakciju, informiranost i podršku. Iako ove digitalne platforme omogućuju povezivanje i olakšavaju komunikaciju na globalnoj razini, one također donose značajne emocionalne izazove koji mogu utjecati na mentalno zdravlje mladih.

Ključne riječi: internet, društvene mreže, anksioznost, depresija, generacija z

Abstract

Social media is deeply embedded in the daily lives of the younger generation, offering them opportunities for social interaction, information, and support. While these digital platforms enable connection and facilitate communication on a global scale, they also bring significant emotional challenges that can affect the mental health of young people.

Key words: Internet, social media, anxiety, depression, generation z

Popis korištenih kratica

FOMO Fear Of Missing Out
Strah od propuštanja

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA	2
2.1. Generacija Z: Karakteristike i okruženja	2
2.2. Društvene mreže	3
2.3 Utjecaj društvenih mreža	3
2.3.1. <i>Pozitivni utjecaji</i>	4
2.3.2. <i>Negativni utjecaji</i>	4
2.4. Emocionalni razvoj mlade generacije.....	6
2.5. Teorije o utjecaju društvenih mreža na mentalno zdravlje	7
2.6. Društvene mreže i identitet mladih.....	7
2.6.1. <i>Samoprezentacija na društvenim mrežama</i>	8
2.6.2. <i>Utjecaj vršnjaka i društvenih normi</i>	8
2.6.3. <i>Virtualne zajednice i identifikacija</i>	9
2.7. Mentalno zdravlje i samopouzdanje	9
2.7.1. <i>Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje</i>	9
2.7.2. <i>Samopouzdanje i percepcija vlastite vrijednosti</i>	10
2.7.3. <i>Kako poboljšati mentalno zdravlje i samopouzdanje?</i>	10
2.8. Komunikacija i društveni odnosi na društvenim mrežama.....	10
2.8.1. <i>Utjecaj društvenih mreža na romantične odnose mladih</i>	11
2.8.2. <i>Utjecaj društvenih mreža na društvene odnose i prijateljstva</i>	12
3. KULTURA USPJEHA I PRITISKA DIGITALNOG SVIJETA	13
3.1. Kultura uspjeha i pritisak digitalnog svijeta	13
3.2. Usporedba života na društvenim mrežama i stvarnosti: pritisak postizanja „savršenog” života.....	13
3.3. Utjecaj influencera i trendova na ponašanje i stavove mladih.....	14
3.4. Komercijalizacija društvenih mreža i konzumacija sadržaja kao oblik društvene validacije... ..	15
4. GRAFIČKI DIZAJN	16
4.1. Definicija grafičkog dizajna.....	16
4.2. Uloga grafičkog dizajna u modernom društvu.....	16
4.3. Uloga dizajna u komunikaciji	16
4.4. Dizajn u digitalnoj eri	16
5. PRAKTIČNI DIO: PROCES IZRADE KNJIGE	18
5.1. Konceptualizacija projekta	18
5.1.1. <i>Istraživanje ciljne skupine i intervjua</i>	18
5.2. Snimanje i obrada intervjua	18
5.3. Pitanja za intervjue	19
5.4. Dizajn knjige.....	19
5.4.1. <i>Tipografija</i>	21
5.4.2. <i>Boja</i>	22
5.4.3. <i>Ilustracija</i>	24
5.4.4. <i>Layout</i>	25
6. ZAKLJUČAK.....	27
7. LITERATURA	29

1. UVOD

U digitalnom dobu, društvene mreže postale su ključna platforma za socijalizaciju, informiranje i oblikovanje identiteta, posebno među mladom generacijom. Ove platforme, kao što su Facebook, Instagram, TikTok i Snapchat, omogućavaju mladima da se povežu s vršnjacima, dijele iskustva i izražavaju se na načine koji su ranije bili nezamislivi. Međutim, dok društvene mreže nude brojne pogodnosti, one također predstavljaju značajne emocionalne izazove. Mlada generacija, koja je najaktivniji korisnik ovih mreža, suočava se s nizom psiholoških rizika koji proizlaze iz njihovog prisustva u digitalnom svijetu.

Ovaj rad ima za cilj istražiti složene odnose između korištenja društvenih mreža i emocionalnog zdravlja mlade generacije. Fokusirat će se na identificiranje i analizu kako pozitivnih, tako i negativnih utjecaja ovih digitalnih platformi, s posebnim naglaskom na ključne izazove kao što su FOMO, *cyberbullying* i utjecaj na tjelesnu sliku. Kroz pregled postojećih teorijskih okvira i istraživanja, rad će pokušati pružiti sveobuhvatan uvid u to kako društvene mreže oblikuju emocionalni razvoj mladih, te predložiti moguće strategije za smanjenje negativnih i maksimiziranje pozitivnih efekata.

2. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA

2.1. Generacija Z: Karakteristike i okruženja

Generacija Z, koja obuhvaća mlade rođene između 1995. i 2010. godine, specifična je po tome što su digitalni urođenici. Od djetinjstva su okruženi tehnologijom, internetom i društvenim mrežama, što snažno utječe na njihove navike, stavove i svakodnevni život. Zbog ovoga, oni su vrlo prilagođeni digitalnom okruženju, brzo dolaze do informacija i koriste društvene mreže kao primarni kanal za komunikaciju i informiranje [14] [15].

Jedno od osnovnih obilježja Generacije Z jest snažna povezanost s tehnologijom. Oni su uvijek online, bilo na društvenim mrežama ili platformama za streaming poput YouTubea, Netflixa ili TikToka. Umjesto tradicionalne televizije, koriste streaming servise i društvene platforme kako bi pratili sadržaj koji ih zanima. [14][15]

Ova generacija pridaje veliku važnost personaliziranom iskustvu. Poznati su po tome da su skloni brzom promjeni fokusa te preferiraju kratke, dinamične forme komunikacije i sadržaja. To uključuje platforme kao što su Instagram i TikTok, koje im omogućuju brzo konzumiranje i dijeljenje sadržaja. [16]

Kada je riječ o obrazovanju, pripadnici Generacije Z preferiraju interaktivno i praktično učenje, često uz korištenje tehnologije. Također, samouki su i često koriste online alate za samostalno usvajanje novih vještina, što ih čini vrlo prilagodljivima. [15]

Generacija Z također pokazuje visok stupanj svijesti o društvenim pitanjima i održivosti. Zalažu se za inkluzivnost i podržavaju raznolikost, što je vidljivo i u njihovim stavovima prema brendovima i potrošačkim navikama. [16]

Osim toga, Generacija Z pokazuje veći interes za individualnost i različitost, uključujući rodnu i seksualnu fluidnost. Ova generacija također ima sklonost prema korištenju digitalnih platformi kao sredstvu za izgradnju osobnog brenda i društvenih veza. Kako navodi Deloitte, članovi Generacije Z vrjednuju ravnotežu između privatnog i poslovnog života, te su skloni tražiti fleksibilnost u radnim uvjetima. [17]

2.2. Društvene mreže

Društvene mreže, prema definiciji, predstavljaju digitalne platforme koje omogućavaju korisnicima da stvaraju, dijele i konzumiraju sadržaj te komuniciraju s drugima unutar virtualnih zajednica [2]. Omogućuju povezivanje korisnika, a među najpopularnijima su Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter (sada X), Tinder, Snapchat, WhatsApp, Pinterest. To su platforme gdje korisnici mogu stvoriti privatne ili javne profile te putem njih ostvariti interakcije s drugim korisnicima. S obzirom na to da mnoge mreže ispunjavaju ovu definiciju, prilikom analize njihovog utjecaja na pojedince potrebno je uzeti u obzir specifične karakteristike svake mreže te osobitosti korisnika. U 21. stoljeću društvene mreže postale su neizostavan dio svakodnevnog života, što pokazuje podatak da ih koristi više od 3,8 milijardi ljudi globalno, dok u Hrvatskoj oko 97% mladih između 16 i 24 godine koristi ove platforme. [22]

Društvene mreže nude brojne mogućnosti: povezivanje s obitelji, prijateljima i kolegama, upoznavanje novih ljudi, dijeljenje misli i osjećaja, pronalaženje podrške te pristup različitim informacijama i sadržajima. Sve to može pozitivno utjecati na kvalitetu života i dobrobit pojedinca, osobito tijekom pandemije COVID-19. Međutim, uz ove prednosti dolaze i izazovi života u digitalnom okruženju, a ostaje otvoreno pitanje kako to utječe na nas. Kako se sve više govori o utjecaju društvenih mreža na mentalno zdravlje, postavlja se pitanje – mogu li se sve mreže svrstati u istu kategoriju, što ih razlikuje i kakve posljedice te razlike mogu imati na mentalno zdravlje korisnika? [22]

Jedno od ključnih pitanja odnosi se na smjer tog odnosa: jesu li ranjivi pojedinci skloniji problematičnom korištenju društvenih mreža, što povećava rizik od mentalnih problema, ili je samo pretjerano korištenje društvenih mreža uzrok tih problema? [22]

2.3 Utjecaj društvenih mreža

Društvene mreže, kao neizostavan dio modernog života, imaju dubok i složen utjecaj na pojedince i društvo u cjelini. Iako omogućuju povezivanje, dijeljenje informacija i izgradnju online zajednica, istovremeno donose i izazove poput problema s mentalnim zdravljem, samopoštovanjem te stvaranjem iskrivljene slike stvarnosti.

2.3.1. Pozitivni utjecaji

Jedna od najvećih prednosti društvenih mreža jest olakšana komunikacija i povezanost s ljudima diljem svijeta. Društvene mreže omogućuju održavanje veza s obitelji i prijateljima, dijeljenje informacija te sudjelovanje u globalnim događajima u stvarnom vremenu. Također, ove platforme mogu pružiti podršku, pogotovo u kriznim vremenima, omogućujući korisnicima dijeljenje iskustava i emocionalne podrške. [16]

Osim toga, društvene mreže omogućuju stvaranje digitalnih zajednica koje mogu biti izvori kreativnosti i inovacija. Mladi, pogotovo pripadnici Generacije Z, koriste društvene mreže kako bi se izrazili, stvarali sadržaj i informirali o aktualnim temama [16]. Ove platforme postale su važan alat za aktivizam i društvene promjene, omogućujući korisnicima organiziranje prosvjeda, peticija ili drugih oblika društvenog angažmana. Kroz viralne kampanje i hashtagove, važne teme mogu dosegnuti milijune ljudi u kratkom vremenu, čime se potiče šira svijest i diskusija o pitanjima poput klimatskih promjena, socijalne pravde, jednakosti i mentalnog zdravlja. [24]

Nadalje, društvene mreže pružaju neograničene mogućnosti za profesionalni razvoj i umrežavanje. Platforme poput LinkedIna omogućuju stvaranje poslovnih kontakata, traženje prilika za karijeru te dijeljenje znanja i iskustava s ljudima iz iste ili srodnih industrija. Sve više poduzeća koristi društvene mreže kako bi izgradili svoj brend, promovirali proizvode i usluge te dosegli ciljanu publiku na globalnoj razini. Ovaj oblik digitalnog marketinga postao je ključan alat za poduzeća svih veličina u digitalnom dobu. [25]

Pored ovih prednosti, važno je napomenuti i kako društvene mreže omogućuju pristup edukativnim resursima, bilo putem edukativnih videa, online tečajeva ili sudjelovanjem u diskusijama s ekspertima iz različitih područja. Također, korisnici mogu pratiti najnovije vijesti, znanstvene radove i informacije koje im pomažu u osobnom razvoju [23]. Na taj način, društvene mreže ne samo da povezuju ljude, već i doprinose širenju znanja i razvoja globalne svijesti o važnim društvenim pitanjima.

2.3.2. Negativni utjecaji

Ipak, utjecaj društvenih mreža nije uvijek pozitivan. Mnogi stručnjaci upozoravaju na negativan utjecaj na mentalno zdravlje, posebno kod mladih ljudi. Na primjer, stalna izloženost idealiziranim slikama drugih korisnika može izazvati osjećaj nesigurnosti i manjak

samopouzdanja. Uz to, dugotrajna izloženost negativnim ili savršeno uređenim sadržajima može pogoršati emocionalno stanje, stvarajući osjećaj nedostatka uspjeha i neadekvatnosti. [23]

Također, društvene mreže potiču takozvanu "kulturu uspoređivanja" gdje korisnici neprestano uspoređuju vlastiti život s nerealnim prikazima života drugih ljudi. Ovo kontinuirano uspoređivanje može stvoriti pritisak da se postigne "savršen" život kakav se često prikazuje na mrežama, što može imati dugoročne posljedice na mentalno zdravlje. Korisnici mogu osjetiti potrebu da stalno validiraju svoje živote i postignu standarde koji su često nerealni i teško ostvarivi [16]. Pritisak koji proizlazi iz takvog uspoređivanja može dovesti do problema s tjelesnim slikama, prehrambenih poremećaja i povećane razine stresa. [24]

Osim toga, problem predstavlja i zloupotreba podataka, te širenje dezinformacija. Društvene mreže često postaju platforme za širenje netočnih informacija, što može dovesti do konfuzije i društvenih problema. Širenje dezinformacija može manipulirati javnim mnijenjem, što ima potencijalno štetne posljedice za društvenu stabilnost i politički sustav [25]. Manipulacija informacijama može biti posebno štetna u razdobljima političkih kriza ili izvanrednih situacija, kada su točne informacije ključne za donošenje informiranih odluka.. Zloupotreba podataka može ugroziti privatnost korisnika, dovesti do krađe identiteta i stvarati sigurnosne prijetnje. Informacije koje se prikupljaju i analiziraju s ciljanim oglašavanjem ili manipulacijom mogu imati dugoročne negativne posljedice na osobnu slobodu i privatnost.

Sve ove negativne posljedice ukazuju na potrebu za većom pažnjom i regulacijom u korištenju društvenih mreža kako bi se smanjili potencijalni rizici za mentalno zdravlje i privatnost korisnika. Osim već spomenutih problema, još jedan značajan izazov povezan s društvenim mrežama je potencijalna zavisnost od tih platformi. Mnogi korisnici provode značajan dio svog vremena na društvenim mrežama, što može dovesti do smanjenja produktivnosti i smanjenja kvalitete stvarnih međuljudskih odnosa. Ova zavisnost može negativno utjecati na akademske i profesionalne performanse, kao i na osobni život korisnika. Stalna potreba za provjerom obavijesti i statusa može izazvati osjećaj tjeskobe i stalne potrebe za potvrdom, što dodatno pogoršava mentalno zdravlje. [23]

Osim što može utjecati na mentalno zdravlje i produktivnost, prekomjerno korištenje društvenih mreža može imati i fizičke posljedice. Dugotrajno sjedenje i gledanje u ekran može uzrokovati razne zdravstvene probleme, uključujući probleme s vidom, poremećaje spavanja i

probleme s držanjem tijela. Također, svjetlo od ekrana može narušiti prirodni ritam spavanja, što dodatno utječe na opće zdravlje i dobrobit korisnika. [24]

Pored fizičkih i mentalnih problema, društvene mreže mogu poticati i razvoj društvenih problema poput *cyberbullyinga* i online prijetnji. *Cyberbullying*, ili online maltretiranje, može imati ozbiljne posljedice na mentalno zdravlje žrtava, uključujući povećanu anksioznost, depresiju i u ekstremnim slučajevima, suicidalne misli. Online prijetnje i uznemiravanje postaju sve učestaliji, a mnogi korisnici, osobito mladi, nisu uvijek spremni ili sposobni nositi se s tim izazovima. [25]

2.4. Emocionalni razvoj mlade generacije

Emocionalni razvoj mlade generacije u digitalnom dobu postaje sve složeniji zbog utjecaja društvenih mreža. Mlade osobe danas prolaze kroz ključne faze emocionalnog razvoja dok su izložene konstantnoj online prisutnosti, što može imati različite učinke na njihovu emocionalnu stabilnost. Društvene mreže mogu pružiti priliku za jačanje socijalnih veza i stvaranje osjećaja pripadnosti, ali često također dovode do izazova poput osjećaja nesigurnosti, tjeskobe i depresije. Prema istraživanju, mladi često koriste društvene mreže kako bi potražili emocionalnu podršku, no istovremeno su izloženi sadržaju koji može povećati osjećaj vlastite nesigurnosti, što je direktno povezano s problemima poput anksioznosti i niskog samopouzdanja. [3]

Osim toga, društvene mreže omogućuju mladima stvaranje "online identiteta" koji je često idealiziran i daleko od stvarnog života. Ovaj fenomen može ozbiljno utjecati na emocionalni razvoj jer mladi počinju vrednovati sebe na temelju lajkova, komentara i popularnosti na društvenim mrežama, što dodatno pojačava stres i pritisak [3]. Stalna usporedba s drugima može dovesti do osjećaja manje vrijednosti i manjih emocionalnih kapaciteta za suočavanje s realnim životnim izazovima [4].

Društveni mediji također mogu imati pozitivan utjecaj na emocionalni razvoj, omogućujući mladima da se povežu s ljudima koji dijele slične interese i pružaju emocionalnu podršku. Istraživanja su pokazala da online zajednice pomažu mladima da izraze svoje emocije na način koji je možda bio nemoguć u tradicionalnom okruženju [5]. Ipak, balans između korištenja društvenih mreža kao podrške i suočavanja s njihovim negativnim aspektima ključan je za zdrav emocionalni razvoj.

2.5. Teorije o utjecaju društvenih mreža na mentalno zdravlje

Društvene mreže imaju značajan utjecaj na mentalno zdravlje, što je dovelo do razvoja različitih teorija koje objašnjavaju te utjecaje. Jedna od ključnih teorija odnosi se na teoriju socijalne usporedbe (Social Comparison Theory), koja sugerira da se ljudi često uspoređuju s drugima na društvenim mrežama, što može dovesti do negativnih posljedica za mentalno zdravlje. Ova teorija sugerira da društvene mreže, svojim stalnim prikazivanjem idealiziranih života drugih, pojačavaju osjećaj nezadovoljstva vlastitim životom i samopouzdanjem, što može izazvati anksioznost i depresiju [1]. Mladi su posebno ranjivi na ove usporedbe jer su u fazi formiranja identiteta i često mjere svoju vrijednost prema broju lajkova i pratitelja.

Druga teorija koja se često spominje je teorija emocionalnog zaraznog efekta (Emotional Contagion Theory), koja sugerira da emocije prikazane na društvenim mrežama mogu imati direktan utjecaj na emocionalno stanje drugih korisnika. Istraživanje provedeno na Facebooku pokazalo je da pozitivni i negativni postovi mogu inducirati slične emocionalne odgovore kod korisnika, što znači da okolina na društvenim mrežama može izravno utjecati na emocionalno stanje korisnika [6].

Teorija samoprezentacije (Self-Presentation Theory) također naglašava kako društvene mreže omogućuju korisnicima da pažljivo oblikuju sliku o sebi. Korištenje društvenih mreža može povećati pritisak na mlade da se predstave u najboljem svjetlu, što dugoročno može dovesti do problema s autentičnošću i osjećaja praznine.

2.6. Društvene mreže i identitet mladih

Društvene mreže značajno utječu na oblikovanje identiteta mladih, pružajući platforme za izražavanje, ali i stvarajući pritisak da se prilagode određenim društvenim normama i očekivanjima. Mladi koriste ove platforme kako bi kreirali idealiziranu verziju sebe, često birajući koje aspekte svog života žele podijeliti s drugima. To može dovesti do nesklada između onoga što stvarno jesu i slike koju prikazuju, što rezultira konfuzijom i nesigurnošću u vlastiti identitet [16].

Društvena validacija kroz "lajkove" i komentare također igra ključnu ulogu. Ove digitalne potvrde postaju mjera društvenog prihvaćanja, što može dovesti do povećane anksioznosti kada očekivane reakcije izostanu. Istraživanja pokazuju da mladi često osjećaju pritisak zbog uspoređivanja sa životima drugih korisnika na mrežama, osobito influencera koji prikazuju

savršeno uređene slike svakodnevnog života. Takva usporedba može stvoriti osjećaj nezadovoljstva i nesigurnosti u vlastiti život i postignuća [16].

Međutim, društvene mreže također pružaju prilike za izražavanje kreativnosti i povezivanje s osobama sličnih interesa. Mnogi mladi koriste ove platforme kako bi istražili različite aspekte svoje osobnosti, pronašli podršku i razvili svoj identitet. Važno je razviti svijest o tome kako te mreže utječu na percepciju samih sebe i osnažiti mlade da koriste društvene mreže na način koji će ih podržati u izgradnji zdravog i autentičnog identiteta.

2.6.1. Samoprezentacija na društvenim mrežama

Jedan od glavnih aspekata društvenih mreža je mogućnost oblikovanja vlastitog identiteta kroz samoprezentaciju. Mladi biraju koje slike i sadržaje žele podijeliti, često birajući one koji prikazuju njihove živote u najboljem svjetlu. Na taj način dolazi do stvaranja "uređenih" verzija stvarnosti, gdje mladi pokazuju samo ono što smatraju društveno prihvatljivim ili poželjnim. Ova samoprezentacija često stvara rascijep između stvarnog i digitalnog identiteta, jer se prikazuje idealizirana verzija života koja može biti daleko od stvarnosti.

2.6.2. Utjecaj vršnjaka i društvenih normi

Vršnjački pritisak na društvenim mrežama značajno utječe na mlade i njihovo oblikovanje identiteta. Mladi se često uspoređuju s drugima, što može utjecati na njihovu sliku o sebi i na način na koji doživljavaju vlastitu vrijednost. Uspoređivanje s prijateljima ili influencerima koji prikazuju idealizirane verzije svojih života može kod mladih izazvati osjećaj zakinutosti i nezadovoljstva. Kao rezultat toga, mnogi osjećaju pritisak da se prilagode društvenim normama koje se promoviraju putem društvenih mreža, poput standarda ljepote i uspjeha.

Istraživanja pokazuju da su mladi koji više vremena provode na društvenim mrežama skloniji razvoju niskog samopouzdanja i nezadovoljstva sobom. To je osobito izraženo na platformama poput Instagrama, gdje vizualni sadržaji dominiraju, a naglasak je na izgledu i društvenom statusu.

2.6.3. Virtualne zajednice i identifikacija

Društvene mreže nude i mogućnost povezivanja s virtualnim zajednicama koje dijele slične interese, vrijednosti i stavove. Mladi koriste društvene mreže kako bi pronašli grupe koje im pružaju osjećaj pripadnosti. Sudjelovanjem u ovim zajednicama mladi grade svoj identitet, identificirajući se s vrijednostima i normama tih grupa. Takve zajednice mogu pružiti pozitivan utjecaj i podršku, omogućujući mladima da istraže različite aspekte svog identiteta i pronađu podršku u grupama istomišljenika.

No, iako ove zajednice mogu imati pozitivan utjecaj, prisutne su i opasnosti. Sudjelovanje u zajednicama koje promoviraju iskrivljene standarde ljepote ili nezdrave stilove života može dovesti do negativnih posljedica po mentalno zdravlje mladih. Primjerice, zajednice koje potiču ekstremne dijete ili estetske norme mogu povećati rizik od poremećaja u prehrani ili narušiti samopouzdanje mladih osoba.

2.7. Mentalno zdravlje i samopouzdanje

Mentalno zdravlje i samopouzdanje ključni su faktori koji oblikuju kvalitetu života, a posebno su važni u formativnim godinama mladosti. Kroz svakodnevni život, mladi se suočavaju s brojnim izazovima koji mogu utjecati na njihovo emocionalno stanje, a često su pod utjecajem vanjskih čimbenika poput pritiska društva, usporedbe s drugima i utjecaja društvenih mreža.

2.7.1. Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje

Društvene mreže danas imaju ogroman utjecaj na mentalno zdravlje mladih. Stalna povezanost, izloženost idealiziranim slikama života drugih ljudi i usporedbe s tim slikama mogu dovesti do osjećaja nezadovoljstva sobom. Na primjer, Instagram i TikTok često promoviraju standarde ljepote i uspjeha koji su teško dostižni, što može uzrokovati nisko samopouzdanje kod mladih. To rezultira tjeskobom, depresijom, osjećajem nedovoljnosti i niskim samopouzdanjem.

Kao što je već navedeno, prema istraživanjima, mladi koji više vremena provode na društvenim mrežama imaju veću vjerojatnost razviti simptome depresije i anksioznosti. Ovi simptomi

proizlaze iz konstantnog pritiska da se bude uspješan, atraktivan i popularan, što je posebno izraženo kod onih koji se uspoređuju s vršnjacima ili slavnim osobama.

2.7.2. Samopouzdanje i percepcija vlastite vrijednosti

Samopouzdanje igra ključnu ulogu u mentalnom zdravlju. Mladi koji imaju visok stupanj samopouzdanja bolje se nose s izazovima, lakše donose odluke i imaju pozitivniju sliku o sebi. S druge strane, nisko samopouzdanje može dovesti do osjećaja nesigurnosti, socijalne anksioznosti i problema s prihvaćanjem vlastitog tijela.

Veliku ulogu u izgradnji samopouzdanja igraju iskustva u obitelji, školi i društvenom okruženju. Podrška od strane prijatelja i obitelji može pomoći u razvoju pozitivne slike o sebi, dok negativni komentari, kritike ili odbacivanje mogu dodatno smanjiti samopouzdanje. Mnoge mlade osobe koje doživljavaju zlostavljanje ili isključivanje u školi ili online često razvijaju osjećaj niže vlastite vrijednosti, što može imati dugoročne posljedice na njihovo mentalno zdravlje.

2.7.3. Kako poboljšati mentalno zdravlje i samopouzdanje?

Postoji nekoliko strategija koje mogu pomoći mladima u jačanju samopouzdanja i očuvanju mentalnog zdravlja. Prvo, važno je razviti pozitivan odnos prema vlastitom tijelu i prihvatiti sebe onakvima kakvi jesmo. Umjesto fokusiranja na nerealna očekivanja društva ili društvenih mreža, mladi bi trebali naglasak staviti na svoje stvarne kvalitete i postignuća.

Drugo, podrška bliskih ljudi, poput obitelji i prijatelja, može imati značajan utjecaj na emocionalno stanje. Kvalitetni međuljudski odnosi pružaju osjećaj pripadnosti i razumijevanja, što jača mentalno zdravlje. Osim toga, bavljenje aktivnostima koje izazivaju osjećaj zadovoljstva, poput sporta, hobija ili kreativnog izražavanja, može poboljšati raspoloženje i pomoći u izgradnji samopouzdanja.

2.8. Komunikacija i društveni odnosi na društvenim mrežama

Komunikacija na društvenim mrežama značajno mijenja način na koji mladi ljudi oblikuju i održavaju društvene odnose. Mlade generacije koriste te platforme za svakodnevnu interakciju s

vršnjacima, ali i za izgradnju šireg društvenog kruga. Kroz te platforme, komunikacija postaje brža, ali površnija, s naglaskom na vizualnom sadržaju i kratkim porukama. Mnogi mladi održavaju kontakte kroz "lajkove" i komentare, što može stvoriti osjećaj povezanosti, ali istovremeno može dovesti do plitkih veza koje nedostaju dublje emocionalne povezanosti.

Društvene mreže također mijenjaju dinamiku društvenih odnosa jer često potiču natjecanje u popularnosti i društvenom statusu. Mnogi mladi osjećaju pritisak da konstantno budu prisutni online, stvarajući idealizirane verzije svojih života koje prate njihovi prijatelji i šira publika. Ova dinamika može uzrokovati stres i anksioznost, jer neuspjeh u održavanju te slike često rezultira osjećajem isključenosti ili nesigurnosti. Interakcije putem društvenih mreža, iako često pozitivne i podržavajuće, mogu doprinijeti osjećaju nepripadanja i osjetljivosti na društvene norme i očekivanja.

2.8.1. Utjecaj društvenih mreža na romantične odnose mladih

Društvene mreže igraju ključnu ulogu u oblikovanju međuljudskih odnosa, donoseći i pozitivne i negativne učinke. S jedne strane, omogućuju lakšu komunikaciju i održavanje kontakta, posebno za osobe u vezama na daljinu. Mnogi parovi koriste društvene mreže za svakodnevnu komunikaciju putem poruka, dijeljenja fotografija ili jednostavnih virtualnih gesta poput slanja memova, što može ojačati vezu na zabavan način. Također, online upoznavanje postaje sve češći način započinjanja romantičnih veza, osobito u LGBTQ+ zajednici, gdje aplikacije pružaju priliku za upoznavanje partnera koje možda ne bi bilo moguće u fizičkom okruženju [18] [19]

Međutim, negativni učinci društvenih mreža također su dobro dokumentirani. Prekomjerna uporaba može dovesti do osjećaja nesigurnosti i ljubomore, pogotovo zbog nerealnih standarda koji se postavljaju filtriranim i idealiziranim prikazima života i odnosa na društvenim mrežama. Ova tendencija uspoređivanja često uzrokuje nezadovoljstvo u vlastitim vezama te smanjenje samopouzdanja [19]

Osim toga, društvene mreže mogu narušiti privatnost i povjerenje u vezi, jer pretjerano dijeljenje ili skrivanje aktivnosti na mreži može potaknuti sumnje i nepovjerenje. Također, prekomjerno korištenje društvenih mreža može dovesti do narušavanja kvalitete offline odnosa. Ljudi često postanu toliko zaokupljeni virtualnim svijetom da zanemaruju stvarne interakcije, što rezultira smanjenjem kvalitete komunikacije i emocionalne povezanosti [19].

2.8.2. Utjecaj društvenih mreža na društvene odnose i prijateljstva

Društvene mreže značajno mijenjaju način na koji razvijamo i održavamo prijateljstva. Pozitivna strana je što olakšavaju komunikaciju s prijateljima i omogućuju održavanje kontakta, čak i kada su ljudi udaljeni. Društvene mreže mogu služiti kao alat za ponovno povezivanje s izgubljenim kontaktima i stvaranje novih prijateljstava s osobama koje dijele slične interese. Također, platforme poput Facebooka i Instagrama pružaju priliku za dijeljenje osobnih iskustava i događaja, što može ojačati osjećaj povezanosti među prijateljima. [18]

S druge strane, istraživanja su pokazala da prekomjerno korištenje društvenih mreža može negativno utjecati na društvene odnose. Osobe mogu razviti osjećaj lažne povezanosti, gdje je interakcija površna, umjesto stvarne emocionalne podrške. Također, uspoređivanje vlastitog života s idealiziranim prikazima drugih na društvenim mrežama može stvoriti osjećaj neadekvatnosti, što može narušiti samopouzdanje i kvalitetu prijateljskih odnosa. [19]

U nekim slučajevima, društvene mreže mogu izazvati konflikte između prijatelja zbog nesporazuma ili neadekvatne komunikacije. Virtualna interakcija često je ograničena na tekstualne poruke, što može dovesti do pogrešne interpretacije tonova i namjera. Također, društvene mreže pružaju mogućnosti za "prijateljstvo iz koristi", gdje pojedinci održavaju kontakte samo radi određenih pogodnosti. [19]

3. KULTURA USPJEHA I PRITISKA DIGITALNOG SVIJETA

3.1. Kultura uspjeha i pritisak digitalnog svijeta

Digitalni svijet, a posebno društvene mreže, stvorio je platformu na kojoj su ideali uspjeha često iskrivljeni i nerealni. Pritisak da se postigne određeni nivo popularnosti, bogatstva ili fizičke privlačnosti stvara osjećaj nesigurnosti, osobito među mladima. Kultura uspjeha, koja dominira na društvenim mrežama, postavlja standarde koji nisu lako dostižni, stvarajući kod korisnika osjećaj nesigurnosti i pritisak da se uspoređuju s drugima.

Jedan od glavnih izvora tog pritiska je usporedba s idealiziranim prikazima života drugih ljudi. Društvene mreže prikazuju filtrirane i uređene slike, koje često predstavljaju nerealne standarde uspjeha, ljepote i bogatstva. Ovakva izloženost može ozbiljno utjecati na mentalno zdravlje, posebice mladih korisnika. Istraživanje objavljeno u časopisu *Computers in Human Behavior* pokazalo je snažnu vezu između vremena provedenog na društvenim mrežama i povećanih stopa anksioznosti, depresije i niskog samopouzdanja, jer korisnici često osjećaju da ne mogu postići iste standarde kao njihovi vršnjaci [7].

Utjecaj influencera također doprinosi jačanju ove kulture uspjeha. Influenceri često promoviraju stilove života koji su nedostižni za većinu ljudi, stvarajući dojam da se sreća i uspjeh mogu mjeriti brojem pratitelja ili sponzorstava. Istraživanje je pokazalo da mlade djevojke, posebno, doživljavaju pojačanu brigu o tijelu i samopouzdanje nakon izlaganja idealiziranim prikazima na društvenim mrežama [9].

3.2. Usporedba života na društvenim mrežama i stvarnosti: pritisak postizanja „savršenog” života

Društvene mreže stvaraju prostor u kojem su životi korisnika često predstavljeni na način koji naglašava samo njihove pozitivne strane, dok su izazovi i svakodnevni problemi skriveni. Ova iskrivljena slika stvarnosti može izazvati pritisak kod korisnika, osobito mladih, da i sami prezentiraju svoje živote kao „savršene”.

Prema istraživanju objavljenom u *Frontiers in Psychology*, društvene mreže imaju tendenciju prikazivanja stilizirane slike stvarnosti, gdje su pozitivne emocije i uspjesi dominantni, dok se

negativni aspekti rijetko prikazuju [10]. Ova konstantna izloženost „idealnim” životima može dovesti do povećane razine anksioznosti i depresije kod korisnika koji svoje stvarne živote doživljavaju kao neadekvatne.

Pritisak da se postigne savršenstvo na društvenim mrežama često je povezan s brojem lajkova, komentara i pratitelja, što može postati mjera osobne vrijednosti. Društvene mreže stvaraju prostor u kojem je uspjeh mjerljiv brojevima, a ne stvarnim životnim zadovoljstvima, što može dovesti do niskog samopouzdanja kod onih koji ne uspijevaju postići iste rezultate.

Osim toga, mladi su podložni ovim pritiscima jer su u fazi razvoja identiteta, a društvene mreže mogu poslužiti kao alat za oblikovanje njihovih stavova i samopouzdanja. Mladi se često koriste društvenim mrežama kako bi se prezentirali na određeni način, ali ta prezentacija nije uvijek u skladu s njihovom stvarnošću. Ova neusklađenost između stvarnog života i onoga što prikazuju online može dovesti do povećanog stresa i nesigurnosti.

3.3. Utjecaj influencera i trendova na ponašanje i stavove mladih

Influenceri na društvenim mrežama postali su značajni kreatori mišljenja i stavova mladih, često utječući na njihove izbore, ponašanje i samopouzdanje. Kroz sponzorirane objave, preporuke proizvoda i dijeljenje osobnih iskustava, influenceri imaju moć stvoriti trendove i usmjeravati mlade prema određenim stilovima života, modnim odabirima i vrijednostima.

Jedan od ključnih problema povezanih s ovim utjecajem je stvaranje nerealnih očekivanja. Mnogi influenceri prikazuju stilizirane i idealizirane verzije svojih života, što kod mladih može izazvati osjećaj nesigurnosti i pritisak da postignu iste standarde. Istraživanje objavljeno u *Journal of Media Psychology* pokazalo je da izloženost ovim idealiziranim sadržajima može izazvati zavist i smanjiti zadovoljstvo vlastitim životom, posebno kod djevojaka [8].

Osim toga, influenceri često promoviraju proizvode i usluge, što potiče potrošačku kulturu među mladima. Prema istraživanju *Frontiers in Psychology*, mladi su podložni ovoj vrsti marketinga jer influencere vide kao autentične i vjerodostojne, što pojačava njihov utjecaj na potrošačke odluke [11]. Ovaj fenomen također ima utjecaj na oblikovanje stavova o ljepoti, modi, pa čak i političkim ili društvenim pitanjima.

3.4. Komercijalizacija društvenih mreža i konzumacija sadržaja kao oblik društvene validacije

Društvene mreže su se u proteklim godinama značajno komercijalizirale, pretvarajući osobnu komunikaciju i dijeljenje sadržaja u unosan biznis. Kroz oglase, sponzorstva i prodaju proizvoda, postale su kanali kroz koje brendovi dopiru do milijuna korisnika. Ovaj trend je utjecao na to da mnogi korisnici, osobito mladi, počnu konzumirati sadržaj ne samo radi zabave ili povezivanja, već i kao način postizanja društvene validacije.

Konzumacija sadržaja na društvenim mrežama, bilo kroz praćenje influencera, sudjelovanje u trendovima ili kupovinu preporučenih proizvoda, često postaje alat za postizanje prihvaćenosti u društvenim krugovima. Prema istraživanju objavljenom u *Journal of Consumer Research*, ljudi sve više koriste društvene mreže kako bi potvrdili vlastiti identitet i status, često prilagođavajući svoje ponašanje i potrošačke navike onome što je popularno i prihvaćeno u online zajednicama [12].

Utjecaj društvene validacije putem lajkova, komentara i pratitelja također potiče korisnike na povećanu potrošnju, jer žele pratiti trendove koje promoviraju influenceri i brendovi. Ovo je posebno izraženo među mladima, koji traže potvrdu svog društvenog statusa kroz kupovinu i dijeljenje proizvoda koje su vidjeli na društvenim mrežama [13]. Takva dinamika stvara ciklus gdje društvena validacija postaje povezana s konzumacijom, a osobna sreća i samopouzdanje s brojem digitalnih interakcija.

Komercijalizacija društvenih mreža nije samo promijenila način na koji konzumiramo sadržaj, već i način na koji doživljavamo sebe i svoju društvenu vrijednost. Digitalna interakcija i odobravanje od strane drugih postali su ključni elementi moderne potrošačke kulture, a komercijalni interesi često stoje iza tih procesa.

4. GRAFIČKI DIZAJN

4.1. Definicija grafičkog dizajna

Grafički dizajn je disciplina koja kombinira umjetnost i tehnologiju kako bi stvorila vizualne kompozicije koje prenose određenu poruku. Dizajneri koriste elemente poput tipografije, boje i slike kako bi oblikovali vizualna rješenja koja služe za komunikaciju ili rješavanje određenih problema. On obuhvaća širok spektar primjena, uključujući izradu logotipa, ambalaže, promotivnih materijala i dizajn web stranica [20].

4.2. Uloga grafičkog dizajna u modernom društvu

U suvremenom društvu, grafički dizajn igra ključnu ulogu u načinu na koji ljudi konzumiraju informacije. Vizualni identitet postao je ključan u korporativnom i marketinškom svijetu, gdje dizajn brenda postaje simbol reputacije i prepoznatljivosti tvrtke. Na primjer, uspješan dizajn može utjecati na percepciju proizvoda, pomažući potrošačima u donošenju odluka na temelju vizualnog identiteta brenda [21]. Pored toga, dizajn se koristi i u političkim kampanjama te društvenim pokretima kako bi se širile važne poruke koje mijenjaju društvenu svijest.

4.3. Uloga dizajna u komunikaciji

Grafički dizajn ima ključnu ulogu u komunikaciji jer pomaže u prijenosu poruka vizualnim sredstvima. Slike se procesiraju brže od teksta, što znači da vizualna komunikacija može biti učinkovitija i dojmljivija od same tekstualne poruke. Dobro dizajnirani vizuali mogu pojednostaviti složene informacije, čineći ih pristupačnijima široj publici. To je jedan od razloga zašto su infografike i vizualni prikazi podataka postali popularni alati za komunikaciju u modernom društvu.

4.4. Dizajn u digitalnoj eri

Dizajn u digitalnoj eri postaje sve više usmjeren na stvaranje pristupačnih i inkluzivnih rješenja koja mogu zadovoljiti potrebe različitih korisnika. Organizacija AIGA (Američki institut za grafičku umjetnost) naglašava važnost pristupačnosti u dizajnu, ističući kako je ključni cilj

dizajnera stvoriti digitalna rješenja koja su dostupna svima, bez obzira na njihove fizičke ili mentalne sposobnosti. Pristupačan dizajn ne samo da poboljšava korisničko iskustvo, već i doprinosi etičkom aspektu dizajna, osiguravajući da tehnologija bude dostupna široj publici [20].

Osim inkluzivnosti, dizajn u digitalnom svijetu mora biti fleksibilan i prilagodljiv kako bi mogao pratiti brze tehnološke promjene. Prema Vismi, jednoj od vodećih softverskih kompanija, ključ uspješnog digitalnog dizajna leži u njegovoj sposobnosti da se prilagodi različitim platformama i uređajima. Dizajn mora biti dovoljno dinamičan da osigura dosljedno iskustvo korisnicima, bilo da koriste mobilne uređaje, tablete ili računala [21].

Visma također ističe važnost dizajnerskog pristupa usmjerenog na korisnika (UX), gdje se svakodnevno prate i analiziraju obrasci ponašanja korisnika kako bi se poboljšale funkcionalnosti i zadovoljstvo korisnika. Ovaj pristup omogućava dizajnerima da stalno prilagođavaju proizvode na temelju povratnih informacija, što vodi do boljeg korisničkog iskustva i većeg angažmana korisnika [21].

Prema AIGA-i, dizajn ne bi trebao biti samo estetski ugodan, već i jednostavan za korištenje. Minimalistički i funkcionalni dizajn omogućuje korisnicima brzo i intuitivno kretanje kroz digitalne platforme, čime se smanjuje frustracija i povećava efikasnost korištenja. Dobro dizajnirane platforme omogućavaju korisnicima da brzo pronađu informacije ili obave zadatke, što je ključno u digitalnom okruženju [20].

Kako se digitalno okruženje razvija, važno je da dizajn ostane prilagodljiv, responzivan i usmjeren na korisnika. Inovacije u tehnologiji zahtijevaju od dizajnera da stalno unapređuju svoja znanja i alate kako bi pružili što bolje korisničko iskustvo. Na taj način dizajn postaje integralni dio uspjeha svakog digitalnog proizvoda [21].

5. PRAKTIČNI DIO: PROCES IZRADA KNJIGE

5.1. Konceptualizacija projekta

Prvi korak u procesu izrade knjige je razvoj jasnog koncepta i definiranje osnovne ideje koja stoji iza knjige. Ovaj dio uključuje određivanje teme, svrhe i općeg cilja knjige, što usmjerava daljnje korake. Knjiga može biti informativna, edukativna ili kreativna, a definiranje ciljeva pomaže u usmjeravanju kako se obraćati ciljanoj publici i koje elemente uključiti.

Odabir teme bio je izazovan jer nisam znala kako se postaviti zadatku i što bih točno htjela raditi. Zahtijevalo je mnogo promišljanja i introspekcije kako bih otkrila što me osobno zanima. Primijetila sam da imam problema s izražavanjem emocija uživo, dok je preko poruka to mnogo lakše. Svjesna sam da je to stvorilo izazove u svakodnevnim odnosima, kao i sa samom sobom. Odlučila sam da je vrijeme za promjenu, što je zahtijevalo izlazak iz svoje zone komfora. Uz podršku bližnjih, napredovala sam i shvatila da mnogi iz moje generacije pate od sličnog problema, što je potaknulo moj interes za odabir ove teme.

5.1.1. Istraživanje ciljne skupine i intervjua

Istraživanje ciljne skupine pomaže razumjeti preferencije i očekivanja čitatelja. Jasno je bilo da je ciljana skupina generacija Z, ali i mlađa generacija (generacija Alfa), kako bi ih se potaknulo na razmišljanje i promjenu.

5.2. Snimanje i obrada intervjua

Snimanje intervjua bilo je jedan od prvih koraka u izradi ove knjige. Odlučeno je da se napravi popis od 10 osoba koje pripadaju Generaciji Z, uključujući i bliske poznanike i one manje poznate. Cilj je bio istražiti kako različite osobe iz različitih sredina i s različitim načinima odgoja promišljaju o problemu s kojim se suočavamo u svakodnevnom životu.

Intervjui su snimani uživo ili preko videopoziva, kako bi se izbjeglo „ukrašavanje“ odgovora ili njihovo pretraživanje na internetu. Namjera je bila postaviti ljude u situaciju koja ih izvlači iz njihove zone komfora, omogućujući iskrene i neposredne reakcije. Razgovor jedan na jedan, oči u oči, omogućio je detaljnije izražavanje emocija i osobnih stavova. Nakon snimanja, intervjui su ispisani i lektorirani.

5.3. Pitanja za intervju

1. Kako percipiraš ulogu društvenih mreža u razumijevanju i izražavanju emocija među mladima danas?
2. Jesi li primijetio/la da korištenje društvenih mreža mijenja način na koji mladi komuniciraju svoje emocije? Kako?
3. Kako se osjećaš u vezi s pritiskom da predstaviš "savršen" život na društvenim mrežama i kako to može utjecati na tvoju sposobnost izražavanja stvarnih emocija?
4. Koje su najčešće prepreke u komunikaciji emocija među mladima?
5. Koji su tvoji glavni izvori podrške kada se suočavaš s emocionalnim izazovima?
6. Kako mladi mogu naučiti prepoznavati i izražavati svoje emocije na zdrav način?
7. Smatraš li da društvene mreže pružaju podršku u suočavanju s emocionalnim izazovima ili su one same izvor stresa i anksioznosti?
8. Misliš li da je postao trend biti depresivan i anksiozan, tj. misliš li da se to dosta romantizira?
9. Smatraš li da postoji veza između korištenja društvenih mreža i emocionalne inteligencije mladih? Zašto ili zašto ne?
10. Jesu li mladi svjesni mogućih negativnih utjecaja društvenih mreža na njihovu sposobnost komunikacije emocija, i ako jesu, koje strategije koriste kako bi ih prevladali?
11. Koje su najvažnije emocionalne vještine koje bi mladi trebali razvijati kako bi se bolje nosili sa svojim emocijama u digitalnom dobu?

5.4. Dizajn knjige

Struktura knjige ne mora biti strogo linearna, ali mora omogućiti jasan tijek informacija. U ovom slučaju, knjiga nema određeni raspored osim uvoda i sadržaja, dok su intervjui poredani nasumično.

1. Kako percipiraš ulogu društvenih mreža u razumijevanju i istraživanju emocija među mladima danas?

Smatram da igra važnu ulogu puno veću nego što mladi možda i misle i nego što su svjesni baš zato jer su društvene mreže i dizajnirane u određeno vrijeme da podvjesno utječu na psihu a time i na emocije i doživljaje i razmišljanja i ostale stvari kao i na neke senzorne primetke koje dobivamo izvana.

2. Jesi li primijetila da korištenje društvenih mreža mijenja način na koji mladi komuniciraju svoje emocije i kako?

Jesam, primijetila sam dosta od toga kako koriste društvene mreže koje se baziraju na odnosu na dopisivanje do zapravo društvenih mreža kao što su Instagram, TikTok i sada po novom Threads više nego X koji je bivši Twitter, mladi sve češće i češće svoje emocije izražavaju putem videa ili nekakvih storija postova gdje opisuju neki doživljaj koji su imali primjerice: ako je osoba imala nekakav sramotni doživljaj vrlo je često da će se možda ismijavati na vlastiti račun tako što će napraviti meme od toga ili će ismijati "relatable" kao "Ajme onaj put kad...". Ne znam mi se nešto dogodilo primjerice s roditeljima ili s društvom ili slično na taj način zapravo ne direktno komuniciraju kako se osjećaju odnosno kako su preživjeli određen događaj u svojem životu i to dijele sa drugim ljudima odnosno sa drugim vršnjacima koji se s njima mogu poistovjetiti.

3. Kako se osjećaš u vezi s pritiskom da predstaviš "savršen" život na društvenim mrežama i kako to može utjecati na tvoju sposobnost izražavanja stvarnih emocija?

Da to je zapravo jedna jako teška tema i mislim da je to jedan neizbježan dio korištenja društvenih mreža. Smatram da nijedna osoba ne može u potpunosti se maknuti od toga te da mnogo ljudi u današnje vreme zapravo pokušava prakticirati hajmo reći prikazivanje realnije slike svog života. To je sad postao više nekakav trend, te se time nadovežujem i na samo činjenicu da primjerice mladi nekad znaju se ismijavati na vlasti račun ili dijeliti neke sramotnije dijelove svog života kako bi bili više relatable, odnosno kako bi se mogli povezati s drugim osobama. Meni osobno predstavlja pritisak na svjesnoj razini. Ali uvijek pokušavam nekako svjesno se dovesti na razinu "Hej mi smo svi ljudi i nema ničeg toliko lošeg ili sramotnog što se ne bi moglo podijeliti", a društvene mreže jesu napravljene da zapravo dijelimo međusobno doživljaje slike, videoe, sjećanja, uspomene i slične stvari.

4. Koje su najčešće prepreke u komunikaciji emocija među mladima?

Smatram da najveća prepreka jest ta činjenica što možda pokušavaju napraviti sliku o sebi na društvenim mrežama koju bi oni htjeli imati, a iako su neki jako svjesni da možda previše uljepšavaju svoj život postoje puno sad aplikacija po kojima primjerice možemo adaptirati vlastiti izgled, možemo selektivno stavljati na društvene mreže ono što mi mislimo da je prihvatljivo ili poželjno da se vidi o nama, zapravo stvaramo jednu drugačiju osobu. To je prepreka jer mladi ne prikazuju autentičnu verziju sebe i samim time kožu vlastite neke emocije, svoje vlastite izražaje i nekako sami zatrpavaju sebe.

5. Koje su tvoje glavni izvori podrške kada se suočavaš s emocionalnim izazovima?

Naravno prije svega tu su stvarni prijatelji. Meni najviše pomaže razgovor jedan na jedan u lice znači uživo s nekom osobom ili ako se nekad pokušavam samostalno smiriti ili ako proživljavam nešto volim pričati čak sama i sa sobom. Volim zapisivati svoje misli, provesti neko vrijeme malo razmišljajući o njima i naravno koristiti neke tehnike kako pretvoriti nefunkcionalne misli u malo funkcionalnije. Jer često se sad događa i među mladima da se mogu pronaći u nekakvoj spirali negativnih misli ili negativnog viđanja samog sebe i tu nam zapravo jako može pomoći malo realnija slika, gledanje šire slike, "da li je zapravo moj problem toliko velik", "da li je sad ovo što sam ja sad napravio ili stavio na društvene mreže toliko veliki "big deal", razmišljati da ljudi ne misle toliko o nama koliko mi možda sami mislimo.

6. Kako mladi mogu naučiti prepoznavati i izražavati sve emocije na zdrav način?

Smatram da bi tu škola odnosno odgojno obrazovne ustanove trebalo je igrati glavnu ulogu budući da sam naziv stoji da su to odgovorni prije svega i obrazovne ustanove i da im se treba predstaviti zapravo sadržaj koji mogu pomoći da pronađu alate kako se bolje nositi sa vlastitim emocijama i kako ih prepoznati kako se možda samo primiriti, kako se možda bolje izraziti da to ne bude ne nekakav pasivno agresivan način ili samozatajni način, već asertivni i možda čak sudjelovati u nekim radionicama što se tiče poboljšanja samopouzdanja ili slično što pridonosi zapravo zdravom procesiranju emocija i zdrave komunikaciji o emocijama.

Slika 1 Prva skica layouta



Slika 2 Duga skica layouta

5.4.1. Tipografija

Tipografija ima presudnu ulogu u čitljivosti i estetskom dojmu knjige. Pravilan izbor pisma i veličine teksta osigurava ne samo vizualnu privlačnost, već i ugodno iskustvo čitanja. Pisma moraju odgovarati tonu knjige: formalna pisma prikladnija su za ozbiljnije teme, dok su opuštenija pisma primjerenija za kreativne projekte. U ovom slučaju korišteno je sans serif pismo Coolvetica u tri reza: Light, Regular i Bold. Sans serif pisma poput Coolvetice obično se biraju zbog svoje jednostavnosti i moderne estetike, što olakšava čitanje i doprinosi vizualnoj jasnoći teksta. Različite težine pisma koriste se kako bi se postigla hijerarhija unutar teksta: Light za manje važne informacije, Regular za tijek teksta, dok se Bold koristi za naglašavanje ključnih dijelova. Ovakav pristup omogućava jasnu strukturu i vodi čitatelja kroz knjigu, istovremeno održavajući estetski sklad i čitljivost.

Coolvetica
UltraLight

Coolvetica
ExtraLight

Coolvetica
Light

Coolvetica
Regular

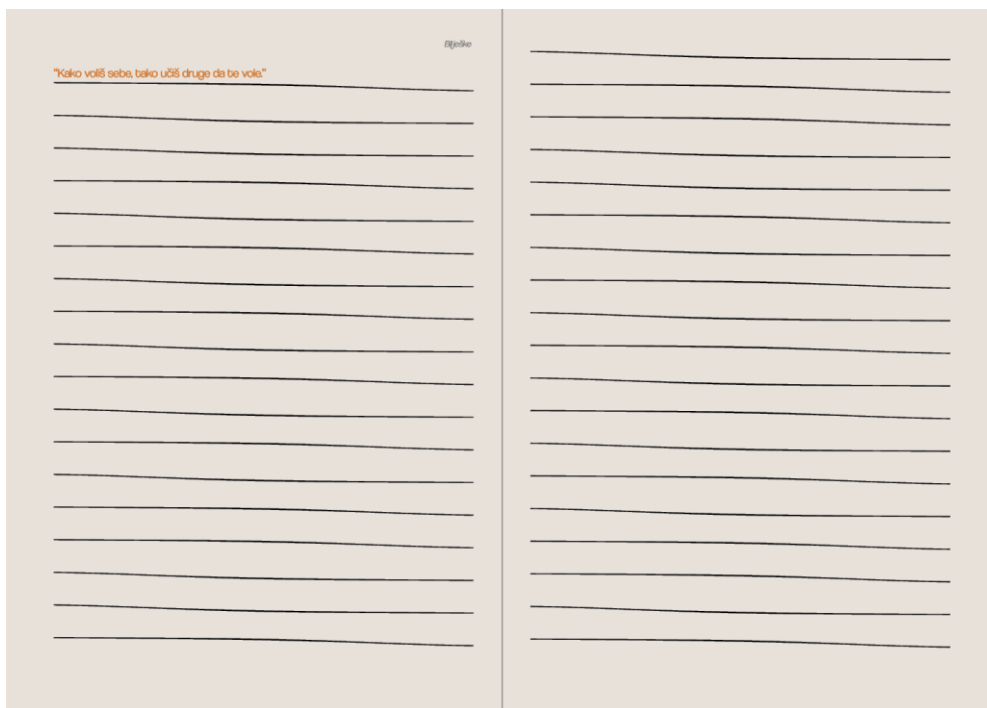
Coolvetica
Bold

Slika 3 Pismo Coolvetica i korišteni rezovi

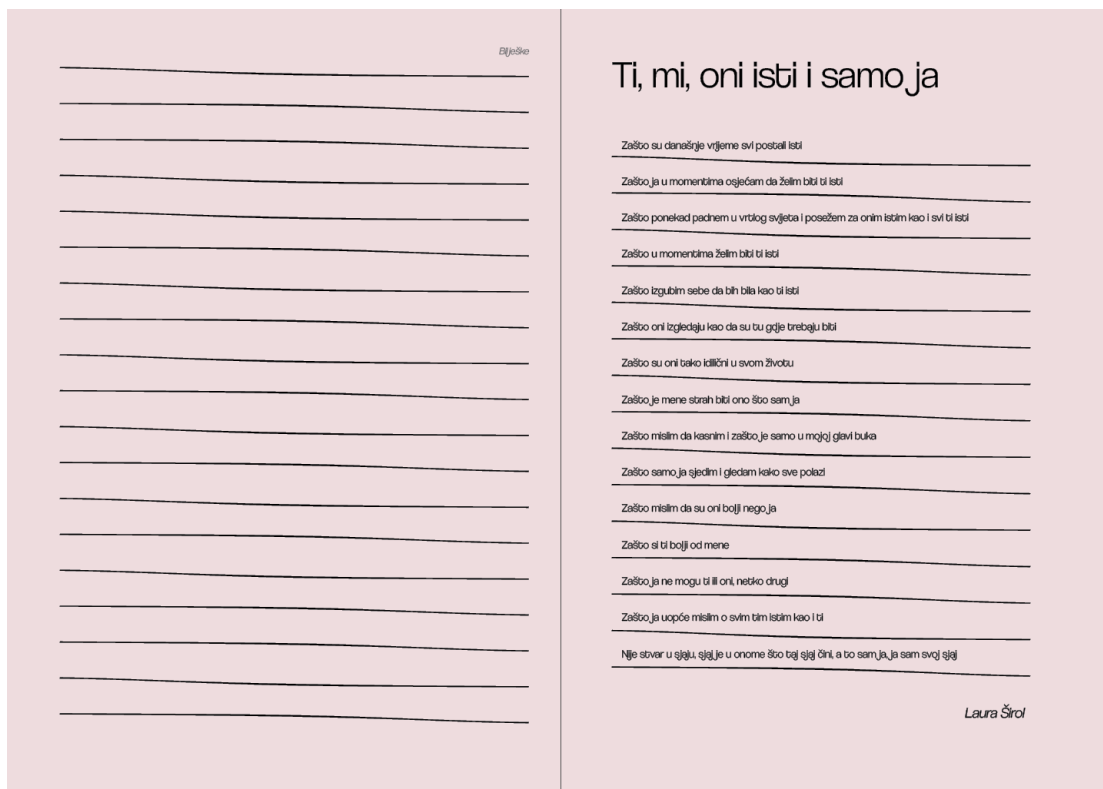
5.4.2. Boja

Boje u dizajnu knjige ključne su za stvaranje atmosfere i emocionalnog dojma kod čitatelja. U ovom projektu korištena je ograničena paleta boja, što doprinosi jednostavnom, ali učinkovitom vizualnom identitetu knjige, izbjegavajući pretjerane ili neprikladne kombinacije koje bi mogle skrenuti pozornost s glavnog sadržaja. Ovdje su plava, crvena i narančasta boje koje predstavljaju različite kategorije unutar knjige, s posebnim značenjima pridruženim svakoj boji.

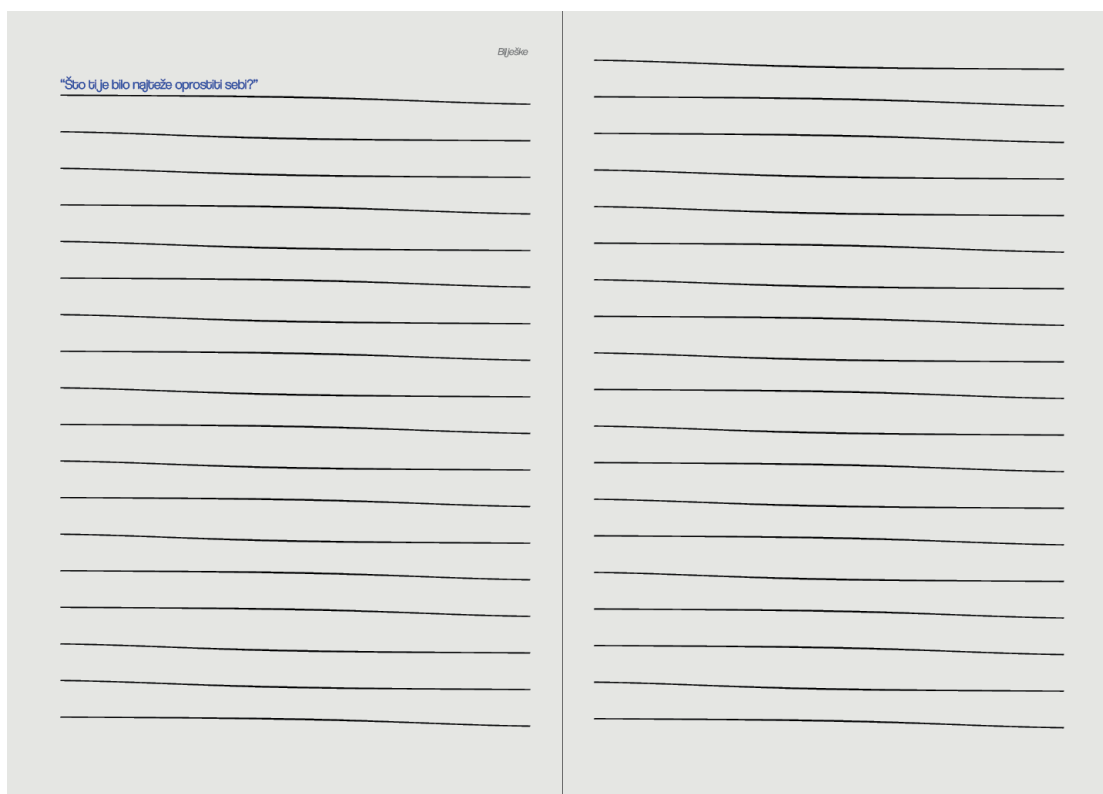
- **Narančasta boja** označava da je na kraju intervjua citat za razmišljanje, s ciljem dodatnog angažmana čitatelja i produbljivanja teme
- **Crvena boja** označava da je na kraju intervjua pismo, čime se čitatelja potiče na interakciju i jaču povezanost s knjigom
- **Plava boja** označava da je na kraju intervjua pitanje za refleksiju, potičući čitatelja da se dublje zamisli o pročitanom



Slika 4 Prva kategorija - citat za razmišljanje



Slika 5 treća kategorija - pismo



Slika 3 Treća kategorija - pitanja za refleksiju

5.4.3. Ilustracija

Ilustracije u knjizi igraju važnu ulogu u njezinoj vizualnoj privlačnosti, pomažući čitateljima da bolje razumiju složenije ideje i povezivanje sa sadržajem. U ovom projektu ilustracije su korištene za personalizaciju svakog intervjua, gdje je svakoj osobi pridodijeljena specifična tema koja najbolje opisuje njihove karakteristike, osobine i interese. Kod osoba koje su mi bliže, ilustracije su odražavale njihove hobije ili interese, dok su kod onih s kojima nisam toliko povezana, ilustracije temeljene na nečemu što mi je ostalo upečatljivo u njihovom ponašanju ili razgovoru. Ovaj pristup omogućio je stvaranje vizualne razlike između osoba i njihovih perspektiva, čime se dodatno naglašava jedinstvenost svakog intervjua i čitatelju omogućuje dublje razumijevanje sugovornika.

Rebeka Klaus – mjesec (intuitivna, nježna, umirujuća)

Laura Širol – sunce (optimistična, energična, vesela)

Ema Iveljić – leptir (slobodna, neovisna)

Sara Preis – krava (pouzdana, odana)

Lidija Peršin – slušalice (energična, kreativna)

Ana Marija Bušić – mačka (znatiželjna, strpljiva)

Ivana Bušić – mašina (ljubazna, elegantna)

Mate Bušić – Spiderman (snalažljiv, uporan, strpljiv, tajnovit)

Leo Gojnik – kockice (igrač, snalažljiv)

Dorian Dujlović – žaba (otkačen, originalan, jedinstven)



Slika 7 Ilustracija na početnoj stranici intervjua

5.4.4. Layout

Raspored elemenata na stranicama, poznat kao layout, ključan je za organizaciju sadržaja i stvaranje ugodnog čitateljskog iskustva. U ovoj knjizi layout ima i estetsku i funkcionalnu ulogu. Pitanja su rotirana pod kutom od 90 stupnjeva, dok su odgovori ostavljeni horizontalni, što čitatelju omogućuje vizualno i fizičko uključivanje u tekst. Ovakav način postavljanja elemenata nije samo vizualno zanimljiv, već također potiče interakciju i angažman čitatelja. Tipografska veličina pitanja prilagođena je težini samog pitanja, čime se naglašava njihova važnost i utjecaj. Ovaj element pomaže čitatelju da intuitivno shvati važnost određenih pitanja i da ih čita s većim fokusom. Iako je rotacija knjige nužna za čitanje nekih dijelova, pazilo se da ta interakcija ne bude previše zahtjevna ili dosadna, čime se osigurava ugodno čitateljsko iskustvo. Takav pristup doprinosi dinamičnom i inovativnom oblikovanju knjige, gdje čitatelj nije samo pasivan primatelj informacija, već aktivni sudionik u procesu čitanja.

1. Kako percipiraš ulogu društvenih mreža u razumijevanju i izražavanju emocionalne inteligencije mladih?

Smatram da igra važnu ulogu puno veću nego što mladi možda i misle i nego što su svjesni baš zato. Jer su društvene mreže i dizajnirane u današnje vrijeme da podsvjesno utječu na psihu a time i na emocije i doživlje i razmišljanje i ostale stvari kao i na neke senzorne primetke koje dobivamo iz vani.

Jesam, primjetila sam dosta od toga kako koriste društvene mreže koje se baziraju na odnosu na dopirljivosti do zapravo društvenih mreža kao što su Instagram, TikTok i sada po novom Threads više nego X koji je bivši Twitter, mladi sve češće i češće svoje emocije izražavaju putem videa ili nekakvih starijih poslova gdje opisuju neki doživljaj koji su imali primjerice: ako je osoba imala nekakav smatran doživljaj vrlo je često da će se možda izjavljati na vlastiti račun tako što će napraviti meme od toga ili će snimiti "releasable" kao "Ajme onaj put kad..." ne znam mi se nešto dogodilo primjerice s roditeljima ili s društvom ili slično na taj način zapravo ne direktno komuniciraju kako se osjećaju odnosno kako su preživjeli određeni događaji u svojem životu i to cijele sa drugim ljudima odnosno sa drugim vršnjacima koji se s njima mogu potpozvati.

2. Jesi li primjetila da korištenje društvenih mreža mijenja način na koji mladi komuniciraju svoje emocije i kako?

3. Kako se osjećaš u vezi s pritiskom da predstaviš "savršen" život na društvenim mrežama i kako to može utjecati na tvoju sposobnost izražavanja stvarnih emocija?

Da to je zapravo jedna jako teška tema i mislim da je to jedan neizbježan dio korištenja društvenih mreža. Smatram da njeđna osoba ne može u potpunosti se maknuti od toga te da mnogo ljudi u današnje vreme zapravo pokušava praktičniji način reći prikazivanje realnije slike svog života. To je sad postalo više nekakav trend, te se time nadovezujem i na samo činjenicu da primjerice mladi nekad znaju se ismijavati na vlasti račun ili čijetli neke smatranje dijelove svog života kako bi bili više releasable, odnosno kako bi se mogli povezati s drugim osobama. Meni osobno predstavlja pritisak na svjednost razni, ali uvijek pokušavam nekako izvjesno se dovesti na razinu "Haj mi smo svi ljudi i nema ničeg toliko lošeg ili smatranog što se ne bi moglo podijeliti", a društvene mreže jesu napravljene da zapravo djeluju međusobno doživljaje slike, videa, sjećanja, uspomene i slične stvari.

5. Koje su tvoje glavni izvori podrške s emocijama?

Naravno prije svega tu su stvari prijatelji. Meni najviše pomaže razgovor. Jedan na jedan u lice znači uživo s nekom osobom ili ako se nekad pokušavam samostalno smiriti ili ako proživljavam nešto volim pričati čak sama i sa sobom. Volim zapisivati svoje misli, provesti neko vrijeme malo razmišljajući o njima i naravno koristiti neke tehnike. Kako pretvoriti nefunkcionalne misli u malo funkcionalnije, jer često se sad događa i među mladima da se mogu pronaći u nekakvoj spirali negativnih misli ili negativnog viđanja samog sebe i tu nam zapravo jako može pomoći malo realnija slika, gledanje šire slike, "da li je zapravo moj problem toliko velik", "da li je sad ovo što sam ja sad napravilo ili stavo na društvene mreže toliko veliki "big deal", razmišljati da ljudi ne misle toliko o nama koliko mi možda sami mislimo.

7. Smatraš li da društvene mreže pružaju podršku u suočavanju sa emocionalnim izazovima ili su one samo izvor stresa i anksioznosti?

I da i ne, slažem se da može biti obje, ovisi o tome kojim sadržajima su mladi izloženi. Ako su tje osobe koje vole pratiti primjerice influencere koji primjerice rade na self improvizaciji, na tome da rade na sebi, ako prate primjerice neke stručne stranice koje se bave emocijama ili kako imati bolji život, zdrav život, bolji mindset, stranice koje potiču da praktično mindfulness bit, to može biti pozitivna stvar. Međutim, ako mlada osoba zapne u spirali algoritma koja ga vodi prema stresornima, znači možda nekakvim slikama koje njma bude osjećaj nekakav ljubomore, ljubosti, straha, da su izostavljeni iz nečega ili da nisu dovoljno dobri, to pak može imati negativan utjecaj na njih.

6. Kako mladi mogu naučiti prepoznati i izraziti sve emocije na zdrav način?

Smatram da bi tu škole odnosno odgojno obrazovne ustanove trebalo je imati glavnu ulogu budući da sam navedi stoji da su to odgojno prije svega i obrazovne ustanove i da im se treba predstaviti zapravo sadržaj koji mogu pomoći da pronađu atake kako se bolje nositi sa vlastitim emocijama i kako ih prepoznati kako se možda samo primiriti, kako se možda bolje izraziti da to ne bude na nekakv pasivno agresivan način ili samozatajni način, već asertivni i možda čak sudjelovati u nekim radionicama što se tiče poboljšanja samopouzdanja ili slično što zapravo zapravo promicanje emocija i zdrave komunikacije o emocijama.

Slika 94 Dvolist intervjua

Više nego trend mislim da mladi naglašavaju možda sada više te emocije nego prije baš zato jer je više dozvoljeno, više se priča o tome i više je sad naglasak na tome. Romantizirati depresivnost bi čak stavila da se događalo u prijašnje vrijeme, a trenutno je to nešto što se pokušava normalizirati. Ja mislim da je možda pristup malo kriv, mi želimo normalizirati činjenicu da mi možemo imati loše dane, da nismo savršene osobe, da nekad ne funkcioniramo najbolje i da nam je nekad teško u određenim situacijama, vraćam se na ono da stvarjamo silu kad nam je teško, radimo memeeve od toga i slično, a sad da je to baš postao trend... mislim da jednostavno mladi ako prate druge mlade ljude mogu ući u naviku i obrazac da malo naglašavaju te negativne iskustva i negativne emocije. Ne toliko da žele biti određeni stereotip ili alternativna osoba, već više mogućnost o tome da se izrazi, ali negativnim emocijama nego na pozitivnim emocijama.

8. Misliš li da je danas postao trend biti depresivan, anksiozan i tjeskoban? Misliš li da se to danas romantizira?

Smatram da postoji i opet da se to nadovezuje na sadržaj kojem su mladi izloženi. Znači ako se mlada osoba izložila sadržajima koji potiču pozitivnu sliku o sebi, koje potiču znači radna sebi i gradnju i kako na zdrav način izražavati svoje emocije onda da, može pozitivno utjecati. U tim slučajevima emocionalna inteligencija, ako u slučajevima nema uvid u samog sebe, to može negativno utjecati. Znači opet, ako mlada osoba uđe u spiralu nekakvih negativnih sadržaja, emocionalna inteligencija se može čak i smanjivati. Međutim, također tu postoji još jedna dimenzija toga da mladi sve češće i češće koriste primjerice aplikacije za dopisivanje koje su također i društvene mreže ujednu ruku kako bi razgovarali jedni s drugima i to postaje određeni jezik, određeni način kako će predstaviti svoju emociju i mladi su baš zato što toliko na društvenim mrežama jako osjetljivi na male detalje. Znači čitanje izraza lica, gestikulacija, govor tijela i ostalo, tako da u jednu ruku to isto pozitivno može utjecati. Sada je samo pitanje hoće li se oni fokusirati samo na to i gledati na to kao negativnu stvar ili to mogu iskoristiti u neke dobre svrhe za njih.

10. Jesu li mladi svjesni mogućih negativnih utjecaja društvenih mreža na njihovu sposobnost komunikacije emocija i ako jesu koje strategije koriste kako bih prevladali?

9. Smatraš li da postoji veza između korištenja društvenih mreža i emocionalne inteligencije mladih?

Smatram da postoji i opet da se to nadovezuje na sadržaj kojem su mladi izloženi. Znači ako se mlada osoba izložila sadržajima koji potiču pozitivnu sliku o sebi, koje potiču znači radna sebi i gradnju i kako na zdrav način izražavati svoje emocije onda da, može pozitivno utjecati. U tim slučajevima emocionalna inteligencija, ako u slučajevima nema uvid u samog sebe, to može negativno utjecati. Znači opet, ako mlada osoba uđe u spiralu nekakvih negativnih sadržaja, emocionalna inteligencija se može čak i smanjivati. Međutim, također tu postoji još jedna dimenzija toga da mladi sve češće i češće koriste primjerice aplikacije za dopisivanje koje su također i društvene mreže ujednu ruku kako bi razgovarali jedni s drugima i to postaje određeni jezik, određeni način kako će predstaviti svoju emociju i mladi su baš zato što toliko na društvenim mrežama jako osjetljivi na male detalje. Znači čitanje izraza lica, gestikulacija, govor tijela i ostalo, tako da u jednu ruku to isto pozitivno može utjecati. Sada je samo pitanje hoće li se oni fokusirati samo na to i gledati na to kao negativnu stvar ili to mogu iskoristiti u neke dobre svrhe za njih.

11. Koje su najvažnije emocionalne vještine koje bi mladi trebali razvijati kako bi se bolje nosili sa svojim emocijama u digitalnom dobu?

U digitalnom dobu definitivno prvo biti svjestan algoritma i biti svjestan zapravo marketinških ciljeva tih firmi koje zapravo rade te društvene mreže. Kada smo mi toga svjesni mi možemo izvući najbolje iz tih društvenih mreža odnosno mladi mogu kreirati svoj profil, svoje društvene mreže, svoj feed ili for you page ili kako to zovemo, prema svojim interesima da to može utjecati na pozitivan način na njih. To je jedna strategija, a što se tiče ostalih stvari mislim da treba krenuti od neke psihološke baze da mlada osoba radi na vlastitom samopouzdanju, na pozitivnom gledanju na sebe, da se makne od trendova i onoga što misli da bi drugi mislili da je pozitivno, nego da se opet okrenu prema autentičnosti. Znači da grade svoje mišljenje o sebi, da cijene svoje vrijednosti, da ih njeguju, da se bore za svoje "ja" i da nauče jednostavno funkcionirati sami sa sobom. Od emocionalnih vještina znači kada prestati. Znači tu je jako jako bitna vještina praktičnije samokontrola. Kao što sam rekla, sami biramo sadržaj, ako bi videli da neki videi utječu loše na tvoje emocije, da imati samokontrolu prekinuti, napraviti onaj ekstra klik da ste taj sadržaj makne, da ne ulaziš u komentare. Imam samokontrolu ne ulaziš u rasprave možda u komentarima na nekim društvenim mrežama, imati samokontrolu pri odabiru koju sliku ćeš staviti zbog kojih razloga, imati samokontrolu o izboru želiš li uopće imati društvene mreže ili ne. Za kontrolu opet trebamo poznavati samog sebe i trebamo raditi nekako jačini snage volje.

Slika 10 Dvolist intervjua

6. ZAKLJUČAK

Društvene mreže predstavljaju značajan napredak u načinu komunikacije i povezanosti s ljudima diljem svijeta, ali donose brojne izazove koji zahtijevaju pažljivo razmatranje. Dok omogućuju instantnu povezanost i pristup informacijama, njihov utjecaj na mentalno zdravlje, fizičko zdravlje i društvene procese može biti duboko negativan.

Kako bi se smanjili negativni učinci, važno je razviti strategije i politike za sigurnije korištenje društvenih mreža. To uključuje promicanje digitalne pismenosti, edukaciju o rizicima, zaštitu privatnosti te razvoj tehnologija za prevenciju dezinformacija i *cyberbullyinga*. Također, poticanje korisnika na razvoj zdravih navika i traženje profesionalne pomoći u slučaju problema vezanih uz mentalno zdravlje ključni su za poboljšanje opće dobrobiti.

Kako se digitalni svijet brzo razvija, kontinuirano istraživanje i prilagodba pristupa ključni su za osiguranje da društvene mreže budu alat koji podržava, a ne ugrožava zdravlje i dobrobit korisnika.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, MARIJA KUPREŠAK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom OBLIKOVANJE KNJIGE INTERVJU: GENERACIJA 2 I DRUŠTVENO MREŽE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Kuprešak
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, MARIJA KUPREŠAK (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom OBLIKOVANJE KNJIGE INTERVJU: GENERACIJA 2 I DRUŠTVENO MREŽE (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Kuprešak
(vlastoručni potpis)

7. LITERATURA

- [1] E. A. Vogels i R. Gelles-Watnick, "Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys," Pew Research Center, 24. travnja 2023. [Online]. Dostupno na: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [2] J. A. Naslund, A. Bondre, J. Torous, i K. A. Aschbrenner, "Social media and mental health: Benefits, risks, and opportunities for research and practice," *Journal of Technology in Behavioral Science*, vol. 5, pp. 245–257, 2020. [Online]. Dostupno na: <https://link.springer.com/article/10.1007/s41347-020-00134-x> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [3] A. Vannucci, K. M. Flannery, i C. McCauley Ohannessian, "Social media use and anxiety in emerging adults," **Journal of Affective Disorders**, 2017. [Online]. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0165032716309442> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [4] I. Beyens, E. Frison, i S. Eggermont, "'I don't want to miss a thing': Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress," *ResearchGate*, 2016. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/305847199_I_don't_want_to_miss_a_thing_Adolescents'_fear_of_missing_out_and_its_relationship_to_adolescents'_social_needs_Facebook_use_and_Facebook_related_stress [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [5] P. Best, R. Manktelow, i B. Taylor, "Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review," *Children and Youth Services Review*, 2014. [Online]. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0190740914000693> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [6] A. D. I. Kramer, J. E. Guillory, i J. T. Hancock, "Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks," *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2014. [Online]. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24889601/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024]
- [7] B. Keles, N. McCrae, i A. Grealish, "Social media use and adolescent mental health: The good, the bad and the ugly," *Computers in Human Behavior*, vol. 106500, 2020. [Online]. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31989847/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].

- [8] J. Chae, "Explaining females' envy toward social media influencers," *Journal of Media Psychology*, vol. 30, no. 4, pp. 203–213, 2018. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/317558932_Explaining_Females'_Envy_Toward_Social_Media_Influencers [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [9] M. Tiggemann i A. Slater, "NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls," *International Journal of Eating Disorders*, vol. 47, no. 6, pp. 630–633, 2014. [Online]. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23712456/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [10] L. Reed, W. Gan, W. Chou, i C. Lo, "The effects of social media on mental health," *Frontiers in Psychology*, 2019. [Online]. Dostupno na: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00702/full> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [11] S. de Jans, L. Hudders, i V. Cauberghe, "Advertising targeting young children: An overview of 10 years of research," *Frontiers in Psychology*, vol. 11, pp. 611-612, 2020. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/322017408_Advertising_targeting_young_children_an_overview_of_10_years_of_research_2006-2016 [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [12] R. W. Belk, "Extended self in a digital world," *Journal of Consumer Research*, 2013. [Online]. Dostupno na: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/40/3/477/2379767?redirectedFrom=fulltext> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [13] E. Djafarova i C. Rushworth, "Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users," *Computers in Human Behavior*, 2017. [Online]. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216307506> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [14] M. Markovinović, "Tko sve spada u Generaciju Z i koje su joj karakteristike?," *Mirovina.hr*, 2023. [Online]. Dostupno na: <https://www.mirovina.hr/novosti/tko-sve-spada-u-generaciju-z-i-koje-su-joj-karakteristike-donosimo-detajno-objasnjenje/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [15] Portal škole.hr, "Upoznajte generaciju Z: tko su i kako uče?," 2022. [Online]. Dostupno na: <https://www.skole.hr/upoznajte-generaciju-z-ko-su-i-kako-uce/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [16] Dialog Komunikacije, "Provedeno prvo istraživanje o generaciji Z u Hrvatskoj," 2019. [Online]. Dostupno na: <https://dialog-komunikacije.hr/blog/provedeno-prvo-istrazivanje-o-generaciji-z-u-hrvatskoj/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].

- [17] Deloitte, "Understanding Generation Z in the workplace," [Online]. Dostupno na: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [18] A. More i K. Hallett, "12 Ways Social Media Affects Relationships, From Research & Experts," MindBodyGreen, 2022. [Online]. Dostupno na: <https://www.mindbodygreen.com/articles/social-media-and-relationships> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [19] R. Needle, "Is Social Media Good for Relationships?," Psychology Today, 2024. [Online]. Dostupno na: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/mental-and-sexual-health/202405/is-social-media-good-for-relationships> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [20] Aiga, "Introduction to Graphic Design," [Online]. Dostupno na: https://www.aiga.org/sites/default/files/2021-03/1A_IntroductionToGraphicDesign.pdf [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [21] C. West, "What is Graphic Design? (& Types, History & Examples)," Visme, 2021. [Online]. Dostupno na: <https://visme.co/blog/graphic-design/> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [22] S. Biglbauer i A. Lauri Korajlija, "Društvene mreže, depresivnost i anksioznost," 2020. [Online]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/371892> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [23] R. Junco, C. M. Elavsky, i G. Heiberger, "The effect of Twitter on college student engagement and success," 2010. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/284893164_The_effect_of_Twitter_on_college_student_and_engagement_and_success [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [24] J. H. Kietzmann, K. Hermkens, I. P. McCarthy, i B. S. Silvestre, "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media," 2011. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/227413605_Social_Media_Get_Serious_Understanding_the_Functional_Building_Blocks_of_Social_Media [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [25] A. M. Kaplan i M. Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media," 2010. [Online]. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media [Pristupljeno: 15. rujna 2024].
- [26] S. Gordan, "The Social Media and Mental Health Connection," VeryWellMind, 2023. [Online]. Dostupno na: <https://www.verywellmind.com/link-between-social-media-and-mental-health-5089347> [Pristupljeno: 15. rujna 2024].