Društvene mreže  
(Savremena istorija računarstva)

Drugi domaći zadatak u okviru kursa Istorija i filozofija računarstva na Matematičkom fakultetu

Darija Eremija mi18122@alas.matf.bg.ac.rs

Servisi za društvene mreže su onlajn servisi (aplikacije, veb sajtovi i slično) koji služi da se ljudi iz različitih krajeva sveta povezuju odnosno umrežavaju. Danas postoji stotine različitih društvenih mreža i teško je zamisliti život bez njih.

Nastanak društvenih mreža

Nastanak društvenih mreža pokazuje kako se komunikacija razvijala sa tehnologijom sa ciljem umrežavanja ljudi i ubrzavanja procesa globalizacije.

Sve je počelo 1971. godine kada je poslat prvi e-mail sa tekstom “qwertyuiop”.

Prve mreže poput BBC (Bulletin Board System) i Usenet su se pojavile 1974. Godine.

Godine 1994. kreiran je sajt Geocities, preteča današnjih društvenih mreža. Sajt je dozvoljavao korisnicima da kreiraju svoje veb-stranice, grupišući ih u skladu sa sadržajem.   
Prva moderna društvena mreža je bio Friendsterosnovan 2002 godine. Veoma sličan današnjem konceptu društvenih mreža, koristio je koncept „krugova” prijatelja i u roku od 3 meseca od svog nastanka imao je 3.000.000 korisnika. To znači da je na 120 korisnika interneta u tom trenutku 1 imao profil na društvenoj mreži Friendster.

Kreiran za samo 10 dana kodiranja, usledio je MySpace. Društvena mreža koja je korisnicima pružala maksimalnu slobodu u kreiranju vizuelnog identiteta svoje stranice, dominirala je internetom od 2005. do 2008. godine. Juna 2006. godine MySpace je u Sjedinjenim Američkim Državama imao više poseta nego Google.

Iako je na internet istupio nakon svih (2004. godine), Facebook je za samo 4 godine uspeo da osvoji svet i prevaziđe MySpace i Friendster kao najveća društvena mreža na svetu. Danas Facebook dominira u svetu društvenih mreža. Uspešnim akvizicijama (WhatsApp, Instagram, Oculus VR itd.) ova kompanija zadržava svoje mesto u svetu društvenih mreža, šireći svoj uticaj na mobilne tehnologije i virtuelnu realnost.

Danas je očigledno da su društvene mreže prisutne u svakodnevnici. Procenjeno je da 4.9 milijardi ljudi koristi bar neku društvenu mrežu. A prosečno vreme koje osoba dnevno potroši na društvenim mrežama je čak 145 minuta. Da li društvene mreže pozitivno ili negativno utiču na naš život?

Aspekti korišćenja društvenih mreža

**Održavanje kontakata sa prijateljima i članovima porodice koji žive u drugom gradu, državi, kontinentu**

Društvene mreže su nam omogućile da sa svojim bližnjima koji su nam fizički daleko komuniciramo brzo, lako i jeftino, te da tako sprečimo da se od njih distanciramo i održimo bliskost. Video pozivi su dodatna pogodnost jer komunikaciju čine sličnijom komunikaciji uživo. Takođe, društvene mreže su nam pružile priliku da potražimo poznanike sa kojima smo davno izgubili kontakt.

**Ali takođe mogu doprineti socijalnoj izolaciji i otuđenosti**  
Osobe koje preterano koriste društvene mreže u povećanom su riziku da se izoluju od svojih neposrednih kontakata jer virtuelni svet počinje da im bude privlačniji, komforniji zbog samog algoritma koji je prilagođen korisnicima. Sve češće se mogu videti ljudi koji sede u kafićima i koriste telefon da listaju društvene mreže i odgovaraju na poruke, a ne komuniciraju međusobno. Sa jedne strane, Facebook, Twitter,Instagram i druge mreže nam omogućavaju da delimo naša razmišljanja sa celim svetom, ali nekad upravo zbog toga, ne pratimo ili slabo poznajemo ljude iz naše neposredne okoline, pružaju mogućnost da osobe sa socijalnom anksioznošću lakše ostvaruju kontakte i povežu se sa ljudima sličnih interesovanja, ali, s druge strane, povećan je i rizik da će se još više izolovati i otuđiti od socijalnih kontakata u realnom svetu. Na taj način iako paradoksalno društvene mreže mogu negativno uticati na društvene sposobnosti i komunikaciju ljudi licem u lice.

**Povezivanje i upoznavanje sa osobama sličnih interesovanja.**  
S obzirom na to da društvene mreže pružaju mogućnost formiranja ličnog profila do najsitnijih detalja, to je povećalo šansu da se povežemo sa ljudima iz različitih delova sveta na osnovu zajedničkih interesovanja. (npr Facebook grupe)

**Ali i zloupotreba informacija**  
Korisnici posebno deca i medijski nepismeni ljudi imaju tendenciju da dele previše ličnih informacija na društvenim mrežama što ih dovodi u potencijalnu opasnost.  
Iako česta ažuriranja aplikacija pokušavaju da minimizuju ove rizike (na primer enkripcija, proaktivna bezbednosna upozorenja i slično), neophodno je da se korisnici sami zaštite. Neki načini su: podešavanje privatnosti, postavljanje jakih lozinki, deljenje samo neophodnih informacija, onemogućavanje praćenja lokacije, neprihvatanje zahteva/poruka od nepoznatih ljudi i slično.

**Ali i problem polarizacije**  
Polarizacija društva zbog društvenih mreža je ozbiljna tema. Ovaj fenomen postaje sve izraženiji, a eho komore na platformama kao što su Facebook i Twitter doprinose tome.

Eho komore (ili sobe odjeka) društvene mreže stvaraju okruženja u kojima korisnici uglavnom komuniciraju sa osobama koje dele slična mišljenja. Algoritmi favorizuju sadržaj koji potvrđuje postojeća uverenja dok su suprotna ili samo drugačija mišljenja odbačena, čime se održava polarizacija.

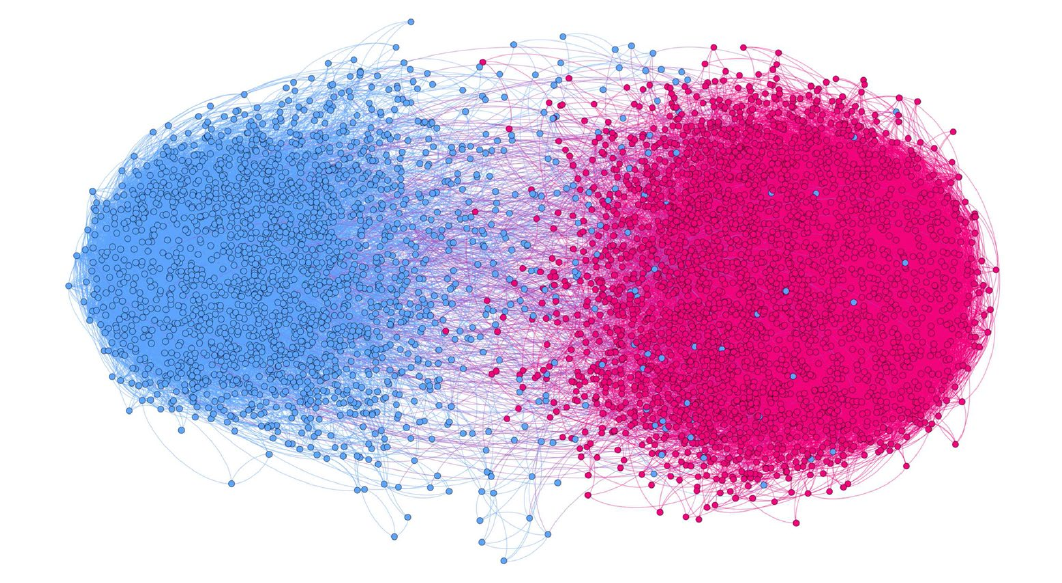
Ekstremističke tendencije: Dizajn postojećih onlajn društvenih platformi podstiče netolerantnost političkog razmišljanja. Komentari, lajkovi i deljenje objava često podržavaju ekstremističke stavove, umesto konstruktivnog dijaloga.

Autor Kristofer Endru Bejl (u svojoj knjizi Breaking the Social Media Prism: How to Make Our Platforms Less Polarizing) predlaže redizajn postojećih društvenih platformi kako bi se ublažila polarizacija. Na primer, simulacije pokazuju da anonimni korisnici koji stupaju u neposrednu konverzaciju postaju umereniji i tolerantniji, čak i ako su ideološki suprotstavljeni.

Bazična pretpostavka Bejlovog istraživanja je da se društvene mreže prvenstveno koriste kako bi se zadovoljili neki od najosnovnijih ljudskih nagona, odnosno da bi njihovi korisnici potvrdili identitete koji im obezbeđuju osećaj sopstvene vrednosti. U takvim okolnostima susretanje sa ljudima koji ne dele sličan pogled na svet ne izaziva preispitivanje sopstvenih svetonazora, nego se, naprotiv, doživljava kao napad na sopstveni identitet.

Bejl primećuje da je jedan od najznačajnijih problema sa kojima se susrećemo na društvenim mrežama izostanak umerenih stavova. Iako je taj fenomen primećen i pre pojave društvenih mreža, upravo zahvaljujući njima postao je naglašeniji i još interesantniji za proučavanje.

U suštini, važno je da budemo svesni uticaja društvenih mreža na naše mišljenje i da se trudimo da održavamo otvoren dijalog sa različitim stavovima kako bismo smanjili polarizaciju u društvu.

Slika prikazuje eho komore na Twitter-u iz 2010. godine. Plavom bojom su označeni korisnici koji su retvitovali sadržaj koji sadrži elemente zastupljene u kampanji Demokratske stranke, dok su crvenom bojom označeni korisnici koji su retvitovali sadržaj koji sadrži elemente epublikanske kampanje. Linije koje ih povezuju su međusobne interakcije tih korisnika. Kao što možemo videti, najveći broj korisnika nema nikakve interakcije sa “suprotnom stranom”.

**Uticaj na poslovanja i prezentovanja i marketing**

Društvene mreže su poslednjih godina sve više neophodne (ne samo kao dodatak, već potreba) kada je reč o poslovanju. Bilo da je reč o traženju posla (LinkedIn) ili o promovisanju proizvoda, odnosno za marketingu.

Čak 77 posto preduzeća koristi društvene mreže da dođe do kupaca, a 90 posto korisnika prati bar jedan brend.

Društvene mreže su mnogim ljudima omogućile da svoje stvaralaštvo predstave široj populaciji, jer su pristupačnije od dotadašnjih načina reklamiranja (npr. na televiziji ili radiju). Proizvodi sada lakše nalaze put do krajnjih korisnika. Omogućava se kompanijama i pojedincima da lakše dođu do šire publike kao i da je bolje upoznaju kako bi znali na koji način da pristupe marketingu. Pružaju brži i jednostavniji način komunikacije pa je samim tim poboljšana korisnička podrška.

**Ali to nosi svoje rizike**  
Pored sigurnosnih rizika koji mogu odvesti do finansijskih gubitaka, kao i narušavanju reputacije, loši komentari i recenzije na društvenim mrežama mogu usporiti napredak kompanije. Ukoliko se preterano oslone na društvene mreže to može dovesti do nepoželjne zavisnosti od platforme, što u slučaju promena algoritma i trendova može biti skupo. Takođe prelazak na ovakav vid komunikacije podiže očekivanja korisnika i insistira se na brzim odgovorima, pa bi slabe performanse tog tipa bile nedopustive.

**Dostupnost informacija**

Vesti se dele nikad brže i jednostavnije, a javnost ima mogućnost da se informiše iz različitih izvora. Sa pojavom i ekspanzijom društvenih mreža postalo je jednostavnije i tražiti i dobiti odgovore na različita pitanja.

**Ali obilje dezinformacija**  
Sve veći broj ljudi, posebno mladih se informiše isključivo preko društvenih mreža. Međutim to ne znači da su te informacije potvrđene ili proverene, čak suprotno. Dezinformacije na društvenim mrežama predstavljaju ozbiljan problem i zbog toga je teže nego ikad imati poverenja u ono što vidimo.

**Edukativne svrhe**

Društvene mreže se mogu koristiti kao platforme za učenje na daljinu u vidu online predavanja, studentskih grupa za deljenje materijala i pružaju mogućnost učenja od globalnih stručnjaka zarad proširivanja znanja o raznim oblastima (predavanja i seminari na jutjubu na primer). Ovi benefiti su posebno došli do izražaja za vreme korona virusa kada su predstavljali dominantan način obrazovanja i u nekim trenucima i jedini način ostvarivanja saradnje između profesora i učenika.

**Ali može izazvati probleme sa pažnjom**

Kada zavisimo od pametnog uređaja(na primer laptopa) dok na njemu izvršavamo obaveze ili određene zadatke lako se desi da svako malo proveravamo društvene mreže, da ni ne primetimo trenutak kada smo se potpuno se posvetili sadržaju na društvenim mrežama i izgubili koncentraciju za posao koji smo radili.

Društvene mreže pojačavaju tendenciju studenata i učenika da većinu vremena provedu na društvenim mrežama za razonodu umesto obavljanja školskih zadataka i ispunjavanja obaveza.

Danas su sve informacije dostupne na platformama poput TikTok-a, Instagrama-a i Facebook-a, koje postaju sve kraće i raznobojnije kako bi nam zadržale pažnju u kraćim intervalima. A previše informacija može da škodi koncentraciji i tada se može javiti problem prokastinacije.  
Prokastinacija odnosno odlaganje obaveza je postao problem ne samo mladih ljudi, već i starijih generacija. Stalno proveravanje Youtube, Instagram-a, TikTok-a, je postala opsesija gde je lako zaboraviti na vreme i upasti u začarani krug.  
Druga zamka je multitasking (obavljanje više poslova istovremeno) gde spontano i često neprimetno dolazi do gubitka kvaliteta posla koji se radi.

Psihološki aspekt

Studije su pokazale korelaciju između prekomerne upotrebe društvenih medija i povišenog nivoa anksioznosti i depresije. Kultura instant zadovoljstva i pritisak da se konstantno prikazuje idealizovana verzija sebe mogu dovesti do osećanja neadekvatnosti, problema sa samopouzdanjem i stresa.

Razvoj depresije može biti podstaknut kod onih mladih koji stavljaju znak jednakosti između društvenih mreža i ,,ideala’’ kao što su popularnost, uspeh i prihvaćenost.. To znači da oni broj lajkova, komentara, šerova i pratilaca vide kao izvor ličnog vrednovanja i na osnovu istih grade svoj identitet. Ukoliko to izostaje, sebe mogu početi da doživljavaju kao manje vredne, odbačene, nebitne, što dalje, osim za depresiju, može biti pokretač i za suicidalne misli i/ili namere.

Podizanje svesti i informisanje

Društvene mreže predstavljaju moćnu platformu za društvene promene i aktivizam. Peticije i društveni pokreti se oglašavaju na ovim platformama. Takođe glasovi ljudi koji su često marginalizovani i ućutkivani mogu na ovaj način doći do izražaja i to je nešto što vodi do pozitivnih društvenih promena i pokretanje rešavanja problema koji su dugo potiskivani i smanjivanje nasilja (#MeToo, #BlackLivesMatter). Na ovaj način kritične informacije lakše stižu do šire publike i olakšavaju kolektivno delovanje u razmerama koje nikada ranije nisu viđene.

**Ali i digialno nasilje**  
Digitalno (internet/cyber) nasilje podrazumeva (zlo)upotrebu digitalne tehnologije u cilju da se druga osoba uznemiri, ponizi, povredi i da joj se nanese šteta, što znači da kao posledicu može imati ozbiljne psihičke, emocionalne i socijalne povrede. Digitalnom nasilju najviše su izložena deca i mladi. Istraživanja pokazuju da je čak oko 70% mladih bilo izloženo nekom obliku digitalnog nasilja i da je najveći broj žrtava uzrasta od 10-21 godine.

Ono po čemu je digitalno nasilje naročito specifično jeste:  
– Nasilnicima može pružiti anonimnost ukoliko to žele, kao i mogućnost da žrtvu uznemiravaju i 24h dnevno  
– Žrtva može trpeti veliku štetu, a nemati mogućnost da se zaštiti, sakrije, pobegne; i kada blokira nasilnika, on je može uznemiravati sa novog naloga  
– Plasirane informacije se brzo šire, i ako ne budu blagovremeno prijavljene i uklonjene, postaju trajne  
– Nasilnici često imaju osećaj da naspram sebe nemaju osobu sa osećanjima već avatara, usled čega lako popuštaju sva moralna ograničenja i samokontrola  
– Žrtva može iznova i iznova sebe izlagati viktimizaciji, vraćajući se na objavljeni sadržaj o sebi, iščitavajući pretnje, uvrede koje su joj upućene  
– Ukoliko je žrtva po svojoj strukturi ličnosti visoko osetljiva možda neće uočiti da naspram sebe ima nasilnika već će uvrede ,,prisvajati’’ i na osnovu njih formirati sliku o sebi, ili biti laka meta manipulacija

Nacionalni kontakt centar za bezbednost dece na internetu ([Паметно и безбедно (pametnoibezbedno.gov.rs)](https://pametnoibezbedno.gov.rs/)) je institucija u regionu koja se bavi prevencijom i reagovanjem na ugrožavanje dece u digitalnom okruženju.

Zaključak

Društvene mreže su postale sastavni deo života i promenile su našu svakodnevnicu, način komunikacije, pristup informacijama, obavljanju i traženju poslova, učenju.. Iako se njihov značaj ne može zanemariti i neprestano raste kako se društvene mreže unapređuju i nastaju nove, one same po sebi nemaju ni dobar ni loš efekat već je na svakom od nas da se potrudi da ih iskoristi na što bolji način. Neophodno je razumeti rizike da bi se ublažili nedostaci, korisnici ih moraju svesno upotrebljavati, razvijati medijsku pismenost, proveravati izvore i kritički posmatrati informacije i preduzimati korake za zaštitu svoje privatnosti. Uz dovoljnu informisanost i umereno i svesno korišćenje mogu se maksimalno iskoristiti benefiti društvenih mreža, a istovremeno smanjiti rizici.

Izvori:

[Kratka istorija društvenih mreža – Portal Digitalni Marketing](https://www.digitalnimarketing.in.rs/kratka-istorija-drustvenih-mreza/)

[Soba odjeka (mediji) — Википедија (wikipedia.org)](https://sr.wikipedia.org/sr-el/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D0%B0_%D0%BE%D0%B4%D1%98%D0%B5%D0%BA%D0%B0_(%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%98%D0%B8))

[Politička Analiza - 6 Polarizacija (atomasevic.com)](https://pa.atomasevic.com/polarizacija)

[Razbijanje prizme društvenih mreža: Kako da platforme budu manje polarizovane? - Život - Dnevni list Danas](https://www.danas.rs/zivot/razbijanje-prizme-drustvenih-mreza-kako-da-platforme-budu-manje-polarizovane/)

[Kako Društvene Mreže Utiču na Nedostatak Pažnje – Nouvellune](https://www.nouvellune.rs/kako-drustvene-mreze-uticu-na-nedostatak-paznje/)

[Uticaj društvenih mreža na mentalno zdravlje mladih - Vaš psiholog (vaspsiholog.com)](https://www.vaspsiholog.com/2021/10/uticaj-drustvenih-mreza-na-mentalno-zdravlje-mladih/)

[Kako društvene mreže utiču na samopouzdanje mladih? - Vaš psiholog (vaspsiholog.com)](https://www.vaspsiholog.com/2019/06/kako-drustvene-mreze-uticu-na-samopouzdanje-mladih/)

[Digitalno (cyber) nasilje - Vaš psiholog (vaspsiholog.com)](https://www.vaspsiholog.com/2022/01/digitalno-cyber-nasilje/)

[Top Social Media Statistics And Trends Of 2024 – Forbes Advisor](https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/)