

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MANADŽMENT TURIZMA I SPORTA

NIKOLINA HERCEG

“KOMUNIKACIJA U ERI INTERNETA”

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2014. GODINE

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

NIKOLINA HERCEG

“KOMUNIKACIJA U ERI INTERNETA”

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Ksenija Pletenac, prof.

ČAKOVEC, 2014. GODINE

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. INTERNET .....	3
2.1 Općenito o internetu .....	3
2.2 Dileme oko "rođenja" Interneta.....	4
2.2.1 Službena i neslužbena verzija razvitka "ARPANET-a" .....	5
2.3 Povijest Interneta .....	5
2.4 Internet – kako radi? .....	7
2.5 World Wide Web.....	8
3. KOMUNIKACIJA NA INTERNETU.....	10
3.1 Chat.....	12
3.2 Telefonska komunikacija – primjer Skype .....	13
3.3. Elektronička pošta, E-MAIL, e-mail .....	14
3.3.1 Prednosti elektroničke pošte .....	15
3.3.2 Mane elektroničke pošte .....	17
4. PRAVILA PONAŠANJA NA INTERNETU.....	17
4.1 Internet BONTON – Netiquette.....	18
4.2 Bonton elektroničke pošte .....	19
5. VIRTUALNA KOMUNIKACIJA I NJEN UTJECAJ NA STVARNI ŽIVOT .....	21
5.1 Konflikti u virtualnoj odnosno online komunikaciji.....	22
5.2 Razlozi zbog kojih dolazi do konflikata .....	23
5.2.1 Vjera i duhovnost.....	23
5.2.2. Pripadnici raznih kulturnih i supkulturnih skupina .....	24
6. DRUŠTVENE MREŽE.....	25
6.1 (Ne) društvene mreže - novi komunikacijski medij.....	26

6.2 Utjecaj društvene mreže na život čovjeka .....	28
6.3 Prednosti i nedostaci Društvenih mreža .....	28
6.4 Myspace, Twitter, Facebook.....	30
6.4.1 Myspace .....	30
6.4.2 Twitter.....	30
6.4.3 Facebook .....	31
6.4.3.1 Utjecaj Facebooka na komunikaciju čovjeka.....	31
6.5. Društvene mreže – čemu posvetiti pažnju? .....	33
7. ZAKLJUČAK .....	35
8. LITERATURA .....	37

## SAŽETAK

*Užurban način života, brz razvoj tehnologije, svakodnevna uporaba računala i informatičkih tehnologija, a time i njihov utjecaj, donio je velike probleme u život čovjeka i njegovu komunikaciju. Komunikacija je proces razmjene informacija od jedne osobe do druge, odnosno značenje informacije između dviju ili više zainteresiranih strana, neovisno o tome bila ona izravna ili neizravna. Komunikacija nije lak i jednostavan proces, jer je puna krivog razumijevanja i nesporazuma. Ne može se zaustaviti razvoj Informatičke ere niti utjecati razvoj iste na život čovjeka i promjene koje ona u njega unosi, no može se život olakšati i prilagoditi svijetu modernih komunikacijskih tehnologija. Danas je već teško zamisliti čovjeka koji nije putem Interneta prisutan na tržištu informacija, bilo kao autor, korisnik ili čak distributer, a vrlo često i sve zajedno. Internet omogućava da se samo u par sekundi osoba poveže sa svim dijelovima svijeta, bolje rečeno; on može povezati i povezuje sve i svakoga, od računala velikih kompanija, specijaliziranih laboratorija, državnih uprava, sveučilišnih centara sve do osobnih računala u tvrtkama ili pak u privatnoj kućnoj upotrebi. On poništava vremenske i prostorne granice koje su generacijama predstavljale prepreku u komuniciranju među ljudima. Zahvaljujući razvoju tehnologije, komunikacija između udaljenih subjekata obavlja se gotovo istom brzinom kao da se oni nalaze u istoj prostoriji. Iako ima Internet i svoje prednosti, stručnjaci se usude reći da ipak sve što donosi nije uvijek samo dobro. Tehnologije prijete da će ubrzanim razvojem dovesti do ubrzanja realnosti što će dovesti do pomračenja stvarnosti. Svakodnevnim nerazmjernim korištenjem novih informatičkih tehnologija, događa se situacija da se neposredni kontakt s ljudima zamjenjuje komuniciranjem sa računalima, robotima i slično. Internet je unio nove mogućnosti u rad, ali i privatni život čovjeka. Razvoj informatičke tehnologije postao je glavni i temeljni izvor poslovne uspješnosti, dok je Internet postao super brzi način informiranja ili metaforički nazvan "informatički autoput". Izazovni, uspješni i uzbudljivi svijet informacijskog društva takozvana "Era Interneta" nosi prostor šansi i beskonačnih mogućnosti. Ona je zapravo neopisiva. Razlog tomu je što se ne zna što će se desiti u budućnosti, no zna se da će se desiti nešto*

*neočekivano i uzbuđujuće, pristupačno i raznovrsno. Koračanjem u svijet informatike, pesimizma, kratkoročnog horizonta i pukog preživljavanja; dolazi se do točke svijeta rada, obrazovanja, komunikacije, kupovanja, liječenja, igranja na daljinu. Taj uzbudljiv svijet otvara vrata tražeći od ljudi digitalnu pismenost, sposobnost inoviranja, kreativnost, multikulturalnost, otvorenost, komunikativnost i poduzetnički duh. No, vjeruje li se u budućnost, vrijeme je da se o njoj misli pozitivno, jer tko ne planira budućnost neće je niti imati.*

**Ključne riječi:** *komunikacija, Internet, razvoj tehnologije, Era Interneta, digitalna pismenost, informatička tehnologija, budućnost.*

## 1. UVOD

Sveto pismo kaže «U početku bijaše riječ». (Brajša P.,2000., str 10.). Riječ, u najširem smislu riječi, to jest verbalna i neverbalna, na početku je ljudskog postojanja, ali ga prati tijekom čitava njegova života. Čovjek je "dijete razgovora", rezultat razgovora od začeca pa do smrti. Da bi nastao, razvijao se i održao, potreban mu je razgovor riječima i bez njih. Njega stalno prate izgovorene i neizgovorene poruke o okolini i između njega i okoline. Razgovor se pretvara u osnovno sredstvo njegova preživljavanja, te dobiva isto značenje kao i kisik, voda i hrana. (Brajša P., Zagreb 1994.) Era Interneta predstavlja "Novu dimenziju života", a praćena je ogromnim poremećajima kako s medijske strane tako i na strani komunikacija. Informatika je glavna poluga razvoja gospodarstva i društva dok je njeno glavno oružje Internet.

Rad govori o tome kako Internet kao potpuno nov medij omogućava dostupnost informacija bilo audiovizualnih i tekstualnih na gotovo svakoj točki planete, povijesti interneta, alatima za komunikaciju koje on pruža, te njegov utjecaj na svakodnevni život čovjeka. Zaključak rada je nastao kao rezime vlastitih mišljenja na temelju cjelokupnog rada. Govori o tome, kako iako je Internet dobar i koristan za čovjeka, uvelike je ostavio negativan utisak na čovjekovu komunikaciju. Tema rada je odabrana iz razloga jer zbog brzog razvoja informatičke tehnologije velik broj ljudi nije više u stanju normalno komunicirati sa drugim ljudima oči u oči. Naravno, to nije slučaj sa svim ljudima. Još uvijek postoji određena količina ljudi koji komuniciraju neposredno sa drugim ljudima, no to su pretežno pripadnici starije generacije. Mladi ljudi komuniciraju putem različite komunikacijske tehnologije, no ne razmišljaju da tako komunikacija gubi na kvaliteti. Brzim razvojem tehnologije, Interneta i Društvenih mreža izgubila se jačina i srž same komunikacije, pa tako i bonton komunikacije. Čovjek žudeći za kontaktom kao da bježi sam od sebe, ali i jednostavno izbjegava kontakt sa drugima lice u lice. Komunikacija nije lak i jednostavan proces, jer je pun krivog razumijevanja i nesporazuma. Ona se u današnjem svijetu svodi na kratke poruke bez interpunkcijskih znakova, s lošim vokabularom i puno grešaka. Poruke se prenose bez ikakve emocije, sati se provode na

Društvenim mrežama, te razmjenjuju razne aplikacije na mrežama kao što su Facebook, Twitter, My Space i slično. Čovjek razvojem tehnologije u Eri Interneta postaje sebičan, zatvara se u sebe i njegovo individualno ja je njegova cjelokupna realnost. Kvaliteta života, pa i sam život počeo se svoditi na jedan "klik miša".

Cilj ovog rada je ukratko objasniti razvoj Internetske tehnologije i same komunikacije u njemu, te ukazati kako Era Interneta utječe na život čovjeka i koje su njene prednosti, a koji nedostaci. U radu se ističe najpopularnija Društvena mreža za komunikaciju takozvana "Facebook", te pojašnjava kako čovjek filtrira sve ono što nalazi na Internetu, kako manipulira sam sa sobom, te kako nesvjesno iskrivljuje svoju stvarnost. Društvo je pogrešno zakoračilo, jer stvara idealan online svijet koji ne može usporediti sa stvarnim, te zaboravlja činjenicu da sam taj virtualni svijet čovjek sam sebi nesvjesno stvara. S druge strane rečeno, u radu su predloženi najčešći alati online komunikacije, kako se što "bolje uklopiti" u "moderno doba", upozorenja na najčešće greške u online komunikaciji, te na koji način da se pravoj osobi pošalje prava poruka.



## 2. INTERNET

### 2.1 Općenito o internetu

Ma koliko se činilo "zbrčkanim" i kaotičnim, Internet je ipak- sistem. On je glavno takozvano oružje informatike. Internet je postao super brzi način informiranja ili metaforički nazvano – "informatički autoput". On nije upravljani "čvrstom ljudskom rukom" i nema tog autoriteta koji bi njemu mogao nešto braniti, nametati pravila igre "šefovati" i "trenirati strogoću". Dakle, on nije ni pravna osoba ni tehnička infrastruktura, već samo dogovor. Internet nema vlasnika pa ni upravno tijelo. Vlasništvo postoji samo nad pojedinim dijelovima Interneta, nad pojedinim mrežama koje ga čine. Možda to nekome i nije sasvim po volji; uostalom, svatko je doživio neku neugodnost ili komplikaciju baveći se Mrežom, ali ipak od tog bavljenja malo tko odustaje. Radi se, naime, o tome da je društvo prisiljeno živjeti u sustavima nad kojima nema dovoljno ili uopće nema – kontrole, htjelo ono to ili ne, radovalo se tome ili zbog toga očajavalo.<sup>1</sup>(Panian, 2005., Zagreb, Petric D., 2003., Zagreb, Izvor: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Internet>, preuzeto 09.09.2014).

**Slika 1:** Povezanost računala pomoću interneta



Izvor: <http://www.oblakznanja.com/wpcontent/uploads/2012/01/Ra%C4%8Dunalnamre%C5%BEa-komplet.jpg> (Pristupano 24.8.2014.)

Definicija Interneta govori da je Internet računalna informacijska mreža, sastavljena od međusobno povezanih mreža računala diljem svijeta koji rade samostalno, velikog broja manjih međusobno povezanih računalnih mreža, koje omogućavaju prijenos informacija između računala koje čine mrežu. Može se još definirati kao medij slobode koji svakome dozvoljava, da dođe do informacije i da svakome dozvoli i da pošalje informaciju na bilo koje mjesto na planeti, da pogleda vijesti, i prije svega, osobne komentare. (Panian Ž, Zagreb, 2005.)

Komunikacija u Eri Interneta važna je jer je njeno znanje jedan od pokretača razvoja, generatora gospodarskog uspjeha i sredstvo povezivanja s međunarodnom zajednicom. Internet broji gotovo milijardu ljudi, a "Mreža" je postala centralni oblik i medij svih vrsta političkog, društvenog, ekonomskog i privatnog djelovanja. Internet danas znači čovjeku toliko koliko mu je predstavljala željeznica početkom 19. stoljeća. (Srića V. i sur. Zagreb 2000.)

## 2.2 Dileme oko "rođenja" Interneta

"Rođenje" Interneta kao i točan datum početka funkcioniranja mreže dan – danas je nepoznanica u široj javnosti. Nije da se ne zna podatak ili da je zaboravljeno kada se što događalo već je problem više – manje konceptualne prirode. Treba li početkom smatrati trenutak kada je postavljeno prvo specijalizirano komunikacijsko računalo takozvani usmjernik (engl. Router) ili pak čin uspostavljanja fizičke veze i odredbene interakcije dvaju udaljenih računala.

Točna godina "rođenja" Interneta je 1969. u SAD-u od strane američkog Ministarstva obrane. Američka vlada potaknula je razvitak mreže takozvane "ARPANET" (prva četiri slova su kratica za Advanced Research Project Agency - Agencija za napredne istraživačke projekte, dok *net* označava računalnu mrežu).

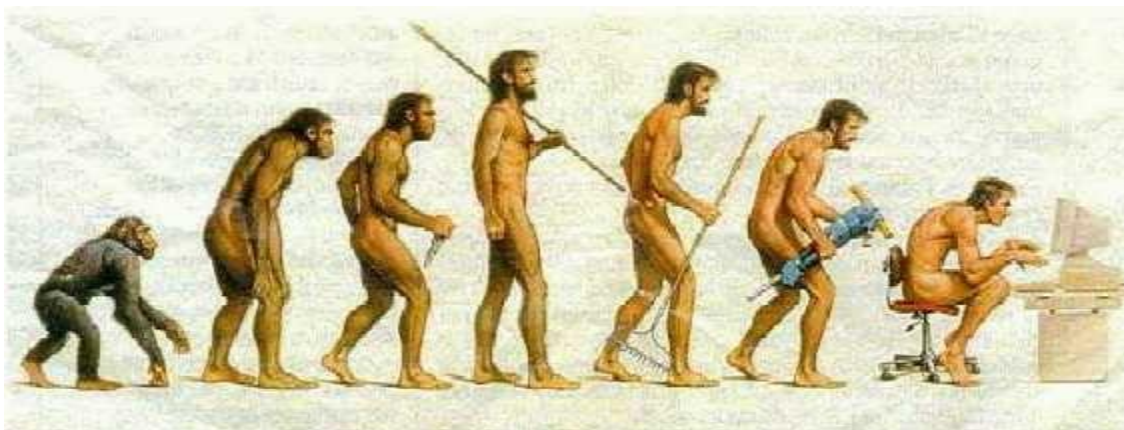
### 2.2.1 Službena i neslužbena verzija razvitka "ARPANET-a"

Službena verzija, je ona prema kojoj je svrha izgradnje bila omogućiti stručnjacima i istraživačima koji su radili u vojno-industrijskom kompleksu diljem SAD-a, pa i čitavog svijeta, dijeljenje i istovremeno korištenje brojnih računalnih baza podataka. Iako je to bila skupa ideja, ipak se provela jer Ministarstvu obrane SAD-a nije nedostajalo novaca. Dok, neslužbena, govori o tome kako se vojna vrhuška SAD-a strahovito prepala činjenice da tadašnji Sovjetski savez za vrijeme prevladavanja "Hladnog rata" posjeduje dalekometne, interkontinentalne rakete s nuklearnim glavama kojima može uništiti bilo koju točku na svijetu. Dakle, strahovalo se da bi se mogao dogoditi nuklearni napad. Navodi se ako bi to baš bilo središte potpuno centraliziranog vojnog informacijskog sustava, on bi se potpuno mogao raspasti, a vojne jedinice bi bile nedjelotvorne. (Srića V. i sur.,2000.)

Inženjeri su morali projektirati "ARPANET" tako da on radi čak i ako se baci bomba na dio uspostavljene mreže te se uništi, dakle, čak i ako dio komunikacijskog dijela bude uništen, ostatak mreže može nastaviti funkcionirati bez problema (Panian Ž., Zagreb, 2005.)

### 2.3 Povijest Interneta

*Slika 2. Povijest i razvoj Interneta*

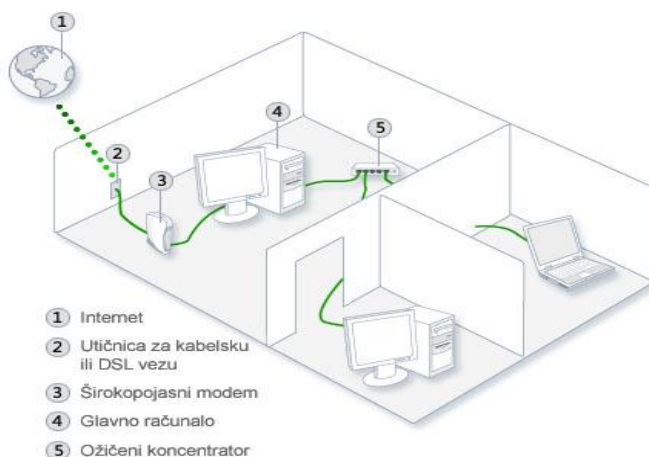


Izvor: [https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSz3-vbZV\\_Kn6bu2g\\_4ZC0HbYjgZbknq3LXpEgHb\\_zLb\\_AcYED38](https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSz3-vbZV_Kn6bu2g_4ZC0HbYjgZbknq3LXpEgHb_zLb_AcYED38) (Pristupano 01.09.2014.)

Povijest Interneta je kratka, ali jako zanimljiva. Internet nije nastao smišljeno i planski, već više-manje spontano. Početkom osamdesetih godina dvadesetog stoljeća stvorena je znanstvena istraživačka mreža i uveden sustav imenovanja područja (DNS). U devedesetim godinama su se počeli koristiti takozvani hipertekstualni sustavi, koji su se razvili 1995. godine u World Wide Web tehnologiju. Ta tehnologija je bila ključna "pukotina" kroz koju je Internet "procurio" u sve pore života i rada ljudi. Jednom kada je brana bila probijena, bujica je nezaustavljeno krenula. (Castells, Manuel, Zagreb, 2003.) Upravo je World Wide Web koncept u punoj mjeri afirmirao shvaćanje da Internet može biti iskorišten ne samo kao tehnička infrastruktura za razmjenu informacija u poslovanju, već kao i medij unutra kojeg će se samo poslovanje odvijati. Početak Internet revolucije koja je preko znanstvenih institucija proširila se na poduzeća i širi krug korisnika obilježen je 1990. godine u CERN-u gdje je izrađen prvi web server i korisnička računala. 1991. godine je bilo umreženo 35 država, odnosno preko 5000 informacijskih centara. Internet je u zadnjih nekoliko godina postao je medij za prijenos informacija, radijskih i TV programa, ali i novi medij za poslovanje i elektroničku trgovinu. Noviji razvoj omogućio je objavljivanje elektroničkih knjiga i časopisa, te korištenje multimedijalnih usluga. U povijesti Interneta važno je razdoblje između siječnja 1996. do siječnja 1997. godine kada je broj servera porastao s 9,5 milijuna na 16 milijuna, a broj domena s 240.000 na 800.000. Danas se broj korisnika interneta u svijetu procjenjuje na preko 200 milijuna. I u Hrvatskoj svakodnevnicu Internet postaje sve važniji medij. Istraživanja gemius Audience u Hrvatskoj se provode od 2007. godine. Rezultati pokazuju kako udio stanovnika Hrvatske koji vrijeme provode na Internetu kontinuirano raste, i danas se gotovo pola milijuna osoba u Hrvatskoj koristi Internetom. Ne, samo da raste broj korisnika, već se povećava i količina pregledanih sadržaja kao i vrijeme provedeno "surfajući."<sup>ii</sup> (Izvor: Povijest i razvoj interneta, <http://www.djecamedija.org/?p=2522>, Jelena Gašpar, preuzeto 10.09.2014.)

## 2.4 Internet – kako radi?

Slika 3.: Prikaz korištenja internetske veze

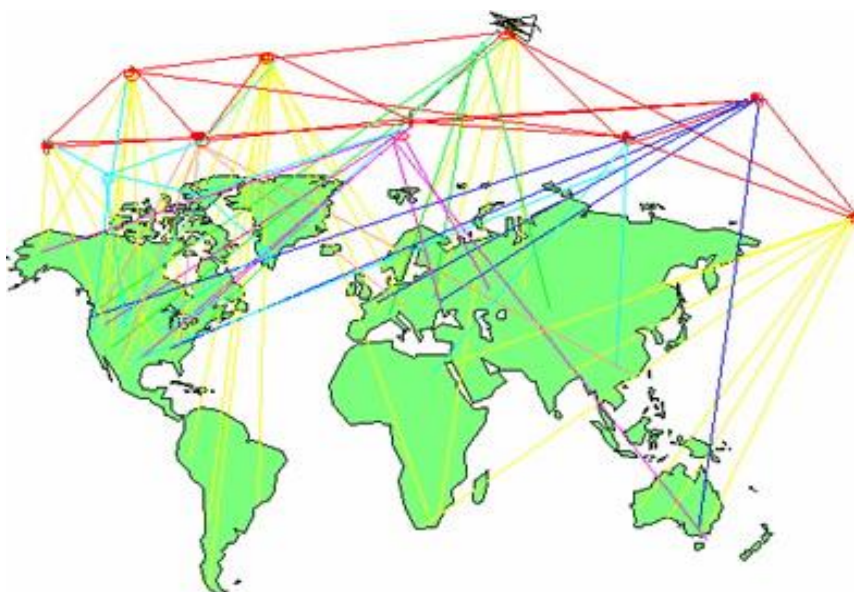


Izvor: [http://res2.windows.microsoft.com/resbox/hr/windows%207/main/3a4df296-3a14-46d7-a32c-28daf8c81ed9\\_0.jpg](http://res2.windows.microsoft.com/resbox/hr/windows%207/main/3a4df296-3a14-46d7-a32c-28daf8c81ed9_0.jpg) (Pristupano 01.09.2014.).

Internet funkcionira na temelju međusobne komunikacije. Osnovna filozofija funkcioniranja održava se u njegovoj takozvanoj klijentsko-poslužiteljskoj arhitekturi. Kao što korisnici komuniciraju jedan sa drugim preko online programa za dopisivanje takozvanog "chata", elektroničke pošte ili drugih stranica, tako i računala komuniciraju međusobno. Upravo ta komunikacija računala omogućuje korisniku posjećivanje željenih stranica, primanje elektroničke pošte, ali i sve drugo što traži ili radi na Internetu. Internet ima svoje pružatelje usluga (eng. Internet Service Provider, ISP), odnosno tvrtke koje omogućuju svim korisnicima da pristupe na globalnu komunikacijsku mrežu. Radi se o tome da jedan od subjekata nešto traži, dok mu drugi nastoji zadovoljiti njegovu potražnju odnosno potrebe. Onaj koji traži naziva se klijentom, a onaj koji zadovoljava njegove potrebe naziva se poslužiteljem. Zapravo, kada se upiše u tražilicu adresa stranice koja se želi posjetiti, tada se šalje signal računalu odnosno poslužitelju na kojem se ta stranica nalazi putem računala posrednika,

odnosno servera poslužitelja. Pojedinaac ili organizacija kao korisnik Interneta, odabere jednog pružatelja usluga, koji mu dodjeljuje njegovo korisničko ime i lozinku, i na temelju toga oni omogućavaju svojim korisnicima korištenje globalne komunikacijske mreže, odnosno Interneta. Neki od Hrvatskih davatelja usluga su T-com, CARNet, Iskon, Vipnet, Globalnet, Vodatel, Tele2 i drugi. Klijenti i davatelji usluga u principu su anonimni, štoviše, oni su u načelu, virtualni, što znači da se mogu predstavljati različito od onoga što jesu. (Panian Ž., Zagreb, 2001.)

*Slika 4.: Povezanost svijeta sa Internetom*



Izvor: [http://www.maturski.org/INTERNETWEB/InternetWEB/pictures/Povezanost% 20svijeta% 20internetom.jpg](http://www.maturski.org/INTERNETWEB/InternetWEB/pictures/Povezanost%20svijeta%20internetom.jpg) (Pristupano 02.09.2014.)

## 2.5 World Wide Web

World Wide Web ili skraćeno Web (eng. mreža) nije isto što i Internet. Puno ljudi zamjenjuje riječi Internet i World Wide Web iako ne bi trebali, a evo i zašto. Internet je labirint sastavljen od telefona, kablova, satelita koji povezuju računala u cijelomu svijetu, odnosno sastoji se od mnoštvo servisa; mnogi se još razvijaju a jedan od najprivlačniji je upravo World Wide Web. World Wide Web je ime dano za sve ono na Internetu, kodiran je HTML jezikom pri čemu se pristupa putem jedinstvene adrese URL (eng. Uniform Resource Locator). URL adresa je adresa stranice koju korisnik želi



posjetiti i upisuje je u odgovarajuće polje web pretraživača.<sup>iii</sup> (Izvor: Kako koristiti Skype, <http://www.savjetnica.com/kako-koristiti-skype/>, pristupano 08.09.2014.)

*Slika 5. Povezanost svijeta sa WEB-om*



Izvor: <http://www.maturski.org/INTERNET-WEB/InternetWEB/pictures/Povezanost%20sveta%20WW%20W.jpg> (Pristupano 02.09.2014.)

Web se još nazva dinamičkom enciklopedijom na Internetu ili globalnom informacijskom uslugom za pristup bilo kakvom sadržaju. Web-om može oglašavati bilo tko odnosno svatko tko želi nešto reći i/ili ponuditi, uglavnom svijetu. No, najviše će oglašavati oni koji žele prodati neki proizvod, informaciju, knjige ... Korisnik web-a je svaki čovjek koji traži brzu i novu informaciju.

World Wide Web je razvio engleski programer Tim Bamers-Lee u suradnji s Robertom Cailliauom. Razvoj takozvanog weba je olakšao pristup podacima, što je potaknulo nastanak brojnih internetskih stranica u vrlo kratkom vremenskom roku. Tako su se na Internetu pojavili planovi grada, stranice svjetskih burzi, knjižnica, raznih institucija i osobne stranice pojedinaca. (Raič K., 1999., Vinkovci)

Značajke web-a:

- Informacijska namjena više nego komunikacijska,
- Obraćanje svima,
- Jednostavno kretanje po web stranicama,
- Neograničena „gledanost“ s obzirom na prostor i vrijeme,
- Objedinjuje tekstualnu, slikovnu i zvučnu informaciju,
- Dopušta visoke estetske kriterije,
- Poslužitelj klijent tijekom informacija,
- Vlastiti izbor sadržaja,
- Široka ponuda,
- Prenosivost sadržaja na vlastito računala



### 3. KOMUNIKACIJA NA INTERNETU

Komunikacija je proces izmjene poruka, obično putem nekog zajedničkog protokola. Postoji mnogo različitih oblika i vrsta komunikacije, pa tako i komunikacija putem Interneta. Putem Interneta se komunicira i dijele znanja i iskustva, daju primjene naredbi i surađuje se na način da Internet služi kao prijenosnik poruke. Kvalitetnu komunikaciju ponekad je teško postići čak i uživo. (Srića V. i sur., 2003.)

*Slika 6. Komunikacija putem interneta*



Izvor: [www.netposlovi.com](http://www.netposlovi.com) dostupno (Pristupano 14.09.2014.)

U današnjem svijetu slabih veza i teških razlika između slojeva društva, potrebna je široko dostupna tehnologija i tehnike kako bi se moglo lako stupiti u kontakt s ostatkom svijeta i sudjelovati u interaktivnim razgovorima. U komuniciranju preko Interneta vrlo je malo mogućnosti za pravi ljudski kontakt. Ne samo da vrlo često korisnik ne vidi sugovornika, nego često niti ne zna s kime razgovara. Ali nije ni svejedno kako se prenose poruke i kako se komunicira s drugima. Pri komunikaciji

putem Interneta postoje posebni alati koji služe za komunikaciju i mogu naše poruke poruke prenijeti kao:

- pisane (tekstualne), primjerice elektronička pošta ili chat (čavrljanje)
- zvučne, primjerice glasovne poruke, „telefoniranje” putem Interneta
- audiovizualne, primjerice videokonferencije

Pri izboru alata za prijenos neke poruke, potrebno je utvrditi kojim tehničkim mogućnostima raspolažemo kako ne bih došlo do neželjenih poteškoća, a to se provjerava na tri razine:

- računalo pošiljatelja informacije treba udovoljavati zahtjevima medija
- brzina veze na Internet treba biti dovoljno velika kako bi podržala prijenos podataka bez zastoja
- računalo primatelja informacije treba udovoljavati zahtjevima medija i biti usklađeno s računalom pošiljatelja

Odabirom pravog i kvalitetnog alata za komunikaciju i prijenos podataka Internetom znatno se pospješuje očekivani rezultat i štedi vrijeme i napor. Pola sata potrošenih na odabir odgovarajućeg alata, štedi mogućih nekoliko sati na uklanjanju poteškoća ili postavljanju nekog drugog alata. Najbolje je odabrati onaj alat, koji veći broj korisnika koristi. Tako će se izbjeći sve neželjene smetnje, ali i uštediti na vremenu. Komunikacija na Internetu, odnosno putem novih medija predstavlja veliki izazov za svakog modernog čovjeka, marketinške stručnjake i jedino konstantnim usavršavanjem i praćenjem trendova može se ostati u tržišnoj utakmici. Kada direktno korisnik komunicira direktno s nekom osobom na internetu primjerice "na chatu" od razgovora dobiva prikaz koji je on i druga osoba putem tipkovnice natipkali na svom ekranu. Ta elektronska slika su zapravo njihove misli, osjećaji, raspoloženja, motivi, namjere ili slično koje su u "pretipkali" na računalni ekran i poslali ih sugovorniku. Poruka sadržava samo veliki broj sličnih piksela koji oblikujući slova i druge znakove prikazuju što je netko želio izreći. S Obzirom da praktički govornik ne vidi sa kime razgovara, niti sugovornik vidi njega, nitko ne garantira da će izrečeno u poruci biti istina. Internet je već sada prepun nerazumljivih kratica, smiješnih znakova takozvanih "emotikona" i zagonetnih simbola koji zbunjuju sugovornika.

Jedno od načela komunikacije Internetom je da se poruka prilagodi pošiljatelju, a za to se obično koristi pojam filter. Postoje četiri osnovna informacijska filtra:

- perceptivni filter - uvjetuje koje informacije stižu do primatelja različitim senzornim kanalima i na koji način
- kognitivni filter - određuje u kojoj su mjeri primatelju razumljive informacije koje dolaze od pošiljatelja
- emocionalni filter - utječe na to što primatelj osjeća i kako doživljava podatke dobivene tijekom komunikacije
- asocijacijski filter - povezan je s tzv. slobodnim asocijacijama koje se kod primatelja mogu pojaviti zajedno s pojedinim informacijama dobivenih tijekom komunikacije.

Osim informacijskih filtera, kao i na svaku komunikaciju, tako i na komunikaciju Internetom utječe i šum u komunikacijskom kanalu. S obzirom na to da pojavu šuma nije moguće izbjeći, potrebno je predvidjeti mjesta na kojima nastaje i informaciju drugačije predstaviti. Ako to nije moguće, potrebno je obavijestiti primatelja o mogućem šumu i uputiti ga kako ispravno razumjeti poruke.

### 3.1 Chat

Vrsta je komunikacije između korisnika, a odvija se u stvarnom vremenu (engl. Real-time komunikacija). Chat u prijevodu čavrljanje je bilo kakav način komunikacije preko Interneta između dva ili više korisnika. Na chatu se komunicira na način da se šalju kratke poruke koje se mogu istovremeno razmjenjivati sa više korisnika, koji se u principu međusobno mogu ali i ne moraju poznavati. Primatelj prima poruku istog trena kada je pošiljatelj pritisnuo tipku "šalji" ili takozvani Enter. Princip odgovora je isti, bez nepotrebnog čekanja <sup>iv</sup> (Izvor: Kako koristiti internet alate, <http://www.savjetnica.com/kako-koristiti-internet-alate/>, preuzeto 08.09.2014).

Chat je jednostavan, brz i lak način komunikacije, te jeftin je za prijenos informacija. Mnogi korisnici chat stranica na njima traže emocionalnu upotpunjenost ili srodne duše. Najveći razlog tolike zainteresiranosti chatom

je anonimnost koju osobito mladi smatraju privlačnom, a koju je nemoguće postići u nekoj drugoj vrsti komunikacije. Chat se koristi u poslovnom komuniciranju, a jedan od primjera je chat konferencija. Na chat-u se komunicirati može grupno ili privatno. (Srića V. i sur., 2003.)

Kod grupnog komuniciranja bilo privatno ili poslovno postoje administratori, odnosno osobe koje će upozoriti korisnike ako krše pravila u vidu pisanja nekih uvredljivih ili nepristojnih sadržaja za ostale korisnike. Administratori su isto tako ovlašteni da sve one koji se neprimjereno ponašaju udalje sa chata. (MBR Consultants, Inc., Zagreb, 1996.)

### 3.2 Telefonska komunikacija – primjer Skype

Komuniciranje putem Interneta zasniva se na protokolu VoIP (eng. Voice over Internet Protokol). Skype je program ili bolje rečeno aplikacija koja sadrži skup usluga koje su potpuno promijenile način komunikacije među ljudima . Programom Skypa kojeg je potrebno imati instalirano na računalu ili mobilnom uređaju, glasovna komunikacija se ostvaruje putem širokopojasnog interneta, po veoma pristupačnoj cijeni, odnosno znatno nižoj od klasičnog telefonskog komuniciranja. Skype se koristi u privatnom, ali sve češće i poslovnom komuniciranju. Omogućava audiovizualni prikaz osobe sa kojom se želi razgovarati, isto tako bez obzira na kojem dijelu planete ona bila, uz preduvjet da ima ta osoba Internetsku vezu.

*Slika 7. Izgled komunikacije na Skype-u*



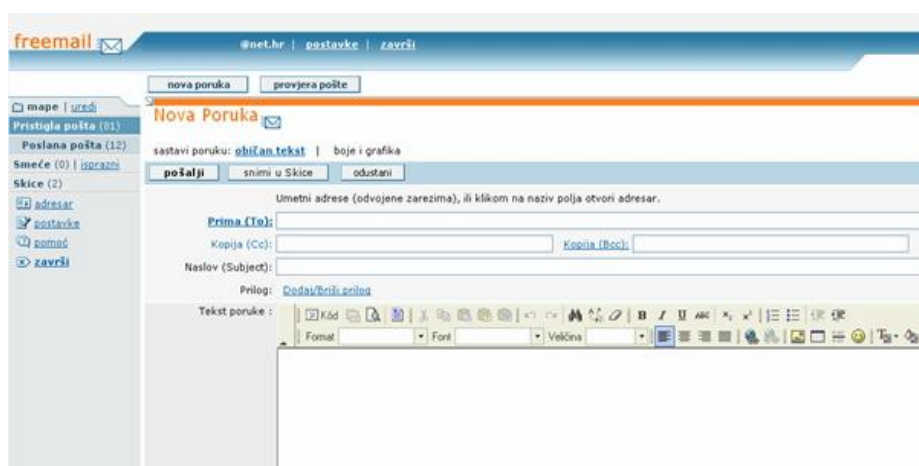
Izvor: <http://www.linuxzasve.com/wp-content/uploads/2013/05/Skype-Microsoft.jpg> ,Preuzeto 14.09.2014.

Telefoniranje i razgovaranje među korisnicima nije jedina prednost koju pruža ova aplikacija, tu je i uspostava konferencijske veze slanje datoteka preko istog sučelja, te slanje tekstualnih poruka. Isto tako, daje mogućnost da izradimo svoj "mali profil" postavimo sliku profila i osobne podatke kako bih druga osoba mogla znati tko ju kontaktira. Skype kao projekt koji je započeo kao inicijativa skupa entuzijasta, pokazuje da tržište postoji, i da će u budućnosti telekomunikacijski operatori morati jako pažljivo odabrati svoje strategije razvoja na tržištu kojeg su do jučer smatrali neosvojivim. (Srića V. i sur., 2003.)

### 3.3. Elektronička pošta, E-MAIL, e-mail

Elektronička pošta (eng. Electronic Mail, E-mail, e-mail) je pisana komunikacija koja se rabi u internom i eksternom komuniciranju. Nakon telefona jedna je od najvažnijih komunikacijskih otkrića. Danas velik broj ljudi stvara odnos i komunikaciju putem e-maila. Koristi se u privatnom i poslovnom komuniciranju, te se primjenjuje na lokalnoj i globalnoj razini.

*Slika 8. Izgled prozora za slanje elektroničke pošte*



Izvor: <http://www.besplatniseminarskiradovi.com/INTERNET-WEBpictures/Osnovni%20di-jelovi%20e-maila.jpg> (Pristupano 14.09.2014.)

E-mail je oblik asinkrone komunikacije, odnosno omogućuje komunikaciju u bilo koje vrijeme, za razliku od telefona ili videokonferencije gdje sudionici moraju biti prisutni istovremeno. Uglavnom većini ljudi se sviđa takva vrsta komunikacije jer zadovoljava sve potrebe, a isto tako dozvoljava i brzu razmjenu informacija, ali i odgođenu reakciju. Svaki korisnik elektronske pošte ima jedinstvenu adresu poštanskog sandučića na koju se poruke šalju. Poruke poslane preko elektroničke pošte mogu stići u roku od nekoliko sekundi. (Srića V. i sur., 2003.)

*Slika 9. Izgled elektroničke adrese poštanskog sandučića*



Izvor: <http://www.informativka.hr/wpcontent/uploads/2013/02/communitymanagement.jpg>  
(Pristupano 14.09.2014.)

Elektroničke poruke mogu se poslati unutar jedne zemlje, ali i na sve dijelove kontinenta gdje postoji Internet. Da bih se izradio e-mail potreban je određen program, a jedan on najpopularnijih je Microsoft Outlook. no, uz njega postoje još i popularni Gmail, Web mail, Outlook Express. Poruke se šalju primatelju na temelju njegove adrese elektroničke pošte. Poruka se može poslati jednom ili više primatelja od jednom, zbog čega je elektronička pošta vrlo učinkovit način komuniciranja. (Srića V. i sur., 2003.)

### 3.3.1 Prednosti elektroničke pošte

*Slika: 10.: Neki od načina na koje se možete povezati s računom e-pošte.*



Izvor: <http://help.outlook.com/hr-hr/140/cc511378.aspx> (Pristupano 14.09.2014.)

U elektroničkoj pošti poruka se ne piše rukom, ili tiskanim strojem tako da je ona nerijetko teško čitljiva i neuredna. Poruku ne treba je stavljati u omotnicu, ne treba je faksirati, niti nositi do obližnjeg poštanskog sandučića ili ureda. Ona iziskuje utrošak značajne količine vremena i novaca, ubrzava poslovne procese, ostvaruje konkurentsku prednost, izgrađuje pozitivan imidž poduzeća, povećava informiranost. Zahvaljujući naprednoj tehnologiji na poruku se može odgovoriti gotovo u svako doba dana, sa svake točke ove planete. Elektroničkom poštom ili takozvanim e-mailom rijetko tko može smetati. Sam korisnik odlučuje kada će poslati ili primiti mail, a isto tako želi li uopće na njega odgovoriti. Komunikacija putem elektroničke pošte pogodna je za se faze poslovnog procesa, posebice za komuniciranje sa stalnim klijentima. Ona omogućuje svakome dobro organiziranje i planiranje komunikacijskih aktivnosti, te dobro otklanjanje neželjenih prekida u radu. Nerijetko dovodi u neugodne situacije; čak i svađe e-mailom su relativno tihe i bezbolne. Također velika prednost nad telefaksom, faksom ostalim oblicima pisanje komunikacije joj je da je veoma jeftina, ali i to da daje

moгуćnost da istovremeno pošaljemo poruku na više primatelja, bez da ju prepisujemo nekoliko puta. Isto tako prednost joj je što je moguće precizno utvrditi je li točno napisano ono što je željeno, jer u njoj "riječi ne naviru brže od misli", ali i daje vremena za odgodu odgovora. (Čerić V. i sur. 2004.)

### 3.3.2 Mane elektroničke pošte

Komunikacija elektroničkom poštom je djelomično privatna komunikacija "dijeljenja tajne" sa odabranom osobom... Iako joj je to prednost može biti i mana. E-mail nikad nije u potpunosti privatn, te uvijek postoji mogućnost da se u njemu nalazi neki virus koji će ga proslijediti potpuno drugom pošiljatelju ili javno objaviti. Ukoliko se njome šalju povjerljive informacije, treba primijeniti tehnologiju kriptiranja zbog zaštite tajnosti sadržaja poruke, kako ju u slučaju prosljeđivanja drugim korisnicima ili hakiranja ne bi mogao pročitati nitko osim onog kome je baš namijenjena. Uz raznolike poruke ali i oglase koji stižu vrlo često se nađe i tzv. "junk mail" ili spam, što je ustvari beskorisna pošta kao i ona koju dobivamo u naš stvarni poštanski pretinac, samo kod e- pošte postoji opasnost od računalnih virusa i sličnih sadržaja koji mogu naštetiti računalu. (Srića, V. i sur 2002.)

## 4. PRAVILA PONAŠANJA NA INTERNETU

*Slika 11. Prikaz pravilnog ponašanja čovjeka za računalom*



Izvor: <https://encryptedtbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQShlOxjT41S3ECR FyYX5AgdjCVC0dd8AzvgoKYr1SqW0rZj4TwGA> (Pristupano 10.9.2014.)



Bez obzira ako se komunicira preko Interneta i na njemu se valja pridržavati nekih pravila. Internet kao najslobodniji medij doživljava većina korisnika. Nerijetko vežemo pojam "slobode interneta" sa pojmom ponašanja na Internetu kao mediju.

Ne postoji nikakvo nadležno tijelo koje bi od korisnika Interneta zahtijevalo kako da se ponaša ili da se ponaša pri korištenju i komuniciranju putem interneta. Tijekom vremena zajednica internetskih korisnika sastavila je svoja pravila ponašanja, rada i komunikacije.

#### **4.1 Internet BONTON – Netiquette**

Internet je slobodna zajednica različitih korisnika iz cijelog svijeta. Pravila ponašanja slična su onima koje koristimo u svakodnevnom životu. Svi oblici agresivnog, uvredljivog, ružnog ponašanja i povrede privatnosti jednako su neprihvatljivi kao i u svakodnevnom životu. Pravilo ponašanja na Internetu glasi da se ne radi ništa protuzakonito ili u suprotnosti s osnovnim moralnim normama, isto tako govori da se ne čini drugima ono što ono ne želimo da drugi čine njima. Internet bonton predstavlja količinu uputa kako bi radu u online sredini bio jednostavniji i prihvatljiviji svim sudionicima . Treba uzeti u obzir da pravila ponašanja nisu jednaka za korisničke grupe ili chat servise. Primjer tomu je da u elektroničkoj pošti ili korisničkoj grupi je nepristojno rabiti kratice, dok u chat servisima kratice ne znače nepristojnost i nepoznavanje pravila upotrebe.

Netiquette su takozvana posebna pravila ponašanja i posebnosti u komuniciranju na internetu. Pravila ponašanja na internetu mogu biti formalna i neformalna. Formalna su ona koja su propisana i za čije nepoštivanje možete biti kažnjeni (npr. gubitkom prava pristupa internetu), a neki su oblici kršenja ovih pravila i protuzakoniti pa možete i biti pravno gonjeni. Neformalna su ona pravila koja se dogovorno podrazumijevaju, mada nisu propisana (na primjer: pisanje poruke velikim slovima može sudionik protumačiti da se na njega viče).

## 4.2 Bonton elektroničke pošte

Čega se treba pridržavati pri korištenju elektroničke pošte. Pravila ima mnogo, ali ona postoje da se olakša komunikacija i rad na Internetu. Veoma se lagano nauče i nije ih se teško pridržavati. Osobe koje se ne pridržavaju pravila otežavaju ne samo sebi nego i drugima. Neka od pravila su da:

- Obratiti pažnju na napisano – važnost i osjetljivosti podataka koje poslanih bitna je iz razloga da komunikacija elektroničkom poštom nije u potpunosti siguran. Postoji mogućnost da se komunikacija "hakira" na internetu ili pronađe na našem računalu.
- Izbjegavati - tračeva, neprimjerenih šala, napadanja, uvreda...
- Čuvati osobne i povjerljive informacije – držati ih podalje od e-maila, posebice ako se koriste sustavom kriptiranja).
- Brzopletost nije vrlina – čitanje poruke prije slanja (barem 2 puta), spremanje skice poruke, provjeravanje tona i sadržaja, uvelike može doprinijeti kvalitetnoj komunikaciji.
- Skrenuti pažnju na adrese slanja - sadržaj mora biti primjeren svakom pojedinom primatelju. Provjerit adrese na koju se informacija šalje važno je kako bi se izbjegla da poruka ode krivom primatelju kojega je, automatski, unijela "autocomplete" funkcija u e-mail klijentu.
- Poruku s više primatelja slati sa adresom u bcc polju – ukoliko se poruka šalje većem broju primatelja, njihove adrese poželjno je staviti u polje kako bi se izbjeglo otkrivanje pojedinih adresa svim primateljima i nepoželjnu Reply All trakavicu.
- Sadržaj prosljeđene poruke nikad ne mijenjati – Sadržaj prosljeđene poruke, I ona koja će se prosljeđivati se ne mijenja. Osobito ako je poruka upućena nekoj osobi osobno. Prije svake promjene ili javne objave potrebno je tražiti dozvolu autora ili pak istaknuti samo važne dijelove poruke uz naznaku tko je autor iste.
- Suzdržavati se pri prosljeđivanju drugih fenomena moderne internetske kulture- Lančana pisma, spam, vicevi, audio i video isječci i slični fenomeni moderne internetske kulture, nisu poželjni svakom primatelju. Slanje i stvaranje takvih

poruka načelno je zabranjeno. Drugi korisnici mogu pošiljatelja prijaviti davatelju internetskih usluga ili sistemskom administratoru, što može završiti zabranom korištenja nekih izvora Interneta, ili čak i ukinućem pristupa Internetu.

- Nepoželjno je koristiti prenesenog značenja - E-pošta je ograničeni oblik komunikacije i nije pogodna za izražavanje komunikacijskih nijansi poput sarkazma i emocionalnog tona općenito.
- Koristiti zdrav razum – napisana poruka kojoj korisnik nije zadovoljan iz bilo kojeg razloga, u principu se ne šalje- već ju je potrebno napisati ponovo.
- Pisati kratko, jasno i izravno – uključuje ograničavanje na jednu temu, dok se preporuča sva druga objašnjenja poslati u prilogu poruke.
- Koristiti jednostavnog, manje formalnog jezika nego za pisma- Poruka će najsigurnije stići primatelju ako se običnim tekstom.
- Izbjegavati upotrebe velikih slova JER ONA OZNAČAVAJU VIKANJE.
- Ne kršiti autorska prava - autorska prava svih materijala koja se dostavljaju elektroničkom poštom također su važna. Važno je obratiti pozornost na njih, jer svaka povreda istih nosi sukobe sa zakonom.
- Izbjegavati upotrebe takozvanih "emotikona" i kratica jer to ne garantira da će čitalac razumjeti poruku.
- E-mail poruke čitati redovito i odgovarati u što kraćem vremenskom roku.
- Svaki e-mail pročitati i prepraviti prije nego što ga se pošalje.
- Imati na umu da e-mail ne zamjenjuje telefonski razgovor- klijentu se može ostaviti dojam da ga se namjerno izbjegava.
- Sastaviti E-mail pri dobrom raspoloženju – e mail sastavljen pri lošem raspoloženju u principu se ne šalje iz razloga jer on može biti grublji nego zapravo je. Rađe pričekati da situacija smiri i poslati odgovor u poslovnom tonu
- Ostaviti kontakt podatke sa adresom elektroničke pošte ili web sadržajem -To može poslužiti kao digitalna posjetnica i olakšati komunikaciju.
- Potpisati se na kraju elektroničke pošte – često se događa da sugovornik ne zna sa kime komunicira. Potpis isto tako znači ozbiljnost, ali uvelike smanjuje nastanak mogućih nesporazuma.
- Imati na umu da se komunikacija odvija sa drugim ljudskim bićem.

- Osobitu pozornost obratiti komunikaciji s ljudima iz zemalja koji pripadaju drugačijim kulturama. Jezik, kultura i ostali običaji nešto su što svakoga čovjeka čini posebnim i to treba poštovati.
- Voditi računa o upotrebi različitih oblika datuma – datum nema isti redoslijed u svim državama.
- Imati na umu da nemaju svi jednak isti smisao za humor, ali isto tako ni isti rječnik.<sup>v</sup> (Izvor: Bonton u elektroničkoj pošti [http://www.sapmag.com.hr/show\\_article.php?id=361](http://www.sapmag.com.hr/show_article.php?id=361), Robert Gelo, preuzeto 24.08.2014.)

## 5. VIRTUALNA KOMUNIKACIJA I NJEN UTJECAJ NA STVARNI ŽIVOT

Komunikacija je vještina koja je potrebna svakom čovjeku. Komunikacija je dio života i odvija se svugdje, a sve češće se komunicira "virtualno". Zbog raznih nemogućnosti da čovjek bude u isto vrijeme na istom mjesto, bilo zbog poslovnih ili privatnih razloga, ali i navike svede na razmjenu informacija putem chatova, mail-ova ili slično. Nastao je kao sasvim novi oblik komuniciranja u odnosu na postojeći intrapersonalni i interpersonalni, te komuniciranje u većim društvenim grupama i masovno komuniciranje.

Pojam virtualna komunikacija je novi oblik komuniciranja, a nastao je u drugoj polovici 20 stoljeća. Različit je u odnosu na ostale komunikacijske prakse i izražava suštinu novog medija, točnije rečeno novog oblika komuniciranja i na kraju ostaje otvoren za nova saznanja.

Virtualna komunikacija ima dvostruko značenje. U modernom smislu izvodi se iz izraza, virtualna stvarnost (eng. virtual reality), koji je izmislio pisac romana William Gibson i prvi put upotrebio 1984. godine u svom djelu Neuromanser. Na temelju toga čovjek se emotivno, perceptivno i kognitivno prebacuje u drugu realnost koja nije ništa manje stvarnija od trenutne materijalne stvarnosti. Drugo značenje pojma je da on znači

prividnu stvarnost. Potiče iz latinskog jezika od latinske riječi virtus (snaga koja djeluje, hrabrost, valjanost, vrlina, krepost) i znači:

- 1) snažan, jak, sposoban, ali skriven, koji se ne pojavljuje, ali se može pojaviti, potencijalan, eventualan;
- 2) nestvaran, zamišljen, uobražen. Virtualna stvarnost prema drugom značenju stvara oksimoron.

U komunikologiji i informatici, te unutar računalne mreže postoje još i drugi stavovi imenovanja ovog načina komuniciranja, a koriste se izrazi poput: hiperaktivno, univerzalno, digitalno, računalno, mrežno... i na kraju virtualno komuniciranje. Ovaj oblik komuniciranja je zapravo razmjena poruka pomoću računalne mreže između dva ili više korisnika sa uključenom sa mogućnošću recipročne zamjene uloga primatelja i pošiljatelja poruka u realnom vremenu ili neistovremeno, čime se poništava veliki dio razlika između klasičnih oblika komunikacije prakse, prvenstveno interpersonalnog i masovnog komuniciranja. Virtualna komunikacija ne može zamijeniti stvarnu, ali joj može pripomoći i što je najvažnije može se odvijati onda kada se stvarna ne može. <sup>vi</sup>(Izvor: Internet savjeti i pomoć kod izbora operatera, [http://croatia.ch/komunikacije/internet/internet\\_com.php](http://croatia.ch/komunikacije/internet/internet_com.php), Dragica Rajčić, preuzeto 20.08.2014.)

## 5.1 Konflikti u virtualnoj odnosno online komunikaciji

Globalizacija i Internet donijeli su ubrzanje i pojednostavljenje uspostave kontakta s ljudima koji su ponekad udaljeni i tisuće kilometara od osobe koja želi uspostaviti kontakt. Kada se priča o komunikaciji licem u lice obično se smatra i u većini slučajeva u pravilu i je tako da su ljudi uključeni u komunikaciju više-manje geografski bliski i da žive u nekom području u kojem su pravila komunikacije slična ili gotovo ista. U takvim slučajevima ne dolazi previše do problema u komunikaciji ako su sudionici kompetentni. No isto tako, zbog različitih psiholoških profila ljudi dolazi ponekad isto tako do konflikta. Konflikti su prisutni u svakoj komunikaciji pa tako i u komunikaciji putem računala i Interneta. Zapravo, uvijek su prisutni u komunikaciji među ljudima, no nisu uvijek istog intenziteta i iste prirode. Komunikacija između ljudi povezanih internetom prolazi slične faze kao i komunikacija licem u lice, no ipak

izostaje možda i najvažniji faktor kod komunikacije, a to je fizički kontakt. U komunikaciji putem računala prije će doći do konflikata nego kod komunikacije fizičkog kontakta. Komunikacije posredstvom Interneta donose probleme kao što su nerazumijevanje, nepodržavanje, netolerancija, vrijeđanje i razni oblici izbjegavanja moralnih i komunikacijskih normi zbog ne prisutnosti sudionika komunikacije. Izbjegavanje takvih normi uvelike je moguće zbog nepostojanja fizičkog kontakta i mogućnosti kontrole sugovornika i dobivanja povratne informacije o sebi za vrijeme komunikacije.

Zbog svih tih nedostataka komunikacije posredovane Internetom potrebno je prilagoditi komunikaciju situaciji, sugovorniku i za to je potrebno razviti nove vještine komuniciranja kako bi sudionici komunikacije mogli efikasno komunicirati, a time prenijeti svoje informacije drugome na način da ih ta osoba razumije, što je često vrlo teško. (Brajša P., Zagreb, 1993.)

## **5.2 Razlozi zbog kojih dolazi do konflikata**

U online komunikaciji lakše se dolazi do konflikata, jer sudionici ne mogu prikazati emocije, suosjećanje i kompromis kao u komunikaciji licem u lice. Najčešći razlozi su ti da se ljudi možda međusobno i ne poznaju, ne znaju kako će njihov sugovornik reagirati. Ukoliko dođe do konflikata, u ovoj vrsti komunikacije punoj je teže doći do rješenja, ali i često se dogodi da taj konflikt preraste u sukob. Kako bi se lakše moglo komunicirati potrebno je pridržavati se nekoliko pretpostavki komuniciranja.

### **5.2.1 Vjera i duhovnost**

Bitne pretpostavke uspješne komunikacije su vjera i duhovnost. Oduvijek je moralnost povezana s ljudskom religioznošću. (Religije su čuvari morala.) Stoga i religije postaju predmetom preispitivanja. Moralne norme usmjerene su na odnose koji su značajniji za opstanak i dobro odvijanje određenog tipa društva, te u kojima zbog toga nastaju snažni sukobi interesa što ugrožavaju zajednički život. One isto tako utječu

i na proces komunikacije i u većini slučajeva se takve norme poštuju kako bi se uspostavila uspješna komunikacija. U pročitanoj odlomku, koncept duhovnosti definira se u užem smislu kao vjerovanje u nevidljivu silu i postojanje nečeg višeg što je korisno za ljude bez posebne religije kako bi osigurali duševni mir ili kao nešto za što se isplati živjeti. Iz pročitanoj, lako se zaključuje da duhovnost nije isto što i religija, da je duhovnost širi pojam od religije, jer se svaka pojedina religija odvajala od ostalih prema svojim dogmatskim shvaćanjima. Iz svega toga zaključuje se da su moralne norme izvedene iz tisućljetnih ponašanja ljudi, shvaćanja što je dobro a što nije, kako bi se trebalo odnositi prema drugima, a kako ne. Duhovnost je tu vjerojatno i osnova morala i moralnih normi. Potreba za komunikacijom između ljudi različitih vjera i uvjerenja veća je no ikad, zbog brzog razvoja interneta. Vjera i duhovnost u većini slučajeva utječu na ljude i njihovu komunikaciju. Komunikacijom putem Interneta, ljudi se međusobno možda i ne poznaju pa tako vrlo lako mogu povrijediti neka pravila komunikacije drugog koja se odnosi na vjerske norme, ukoliko nisu upoznati sa njihovom vjerom. Moramo napomenuti da često ljudi zaboravljaju kako u nekim društvima vjera ima norme odijevanje, pa tako zaboravljajući na to; ljudi mogu ismijavati druge iz takvih društava na račun odijevanja. Slično je i s vjerom, kada su sugovornici pripadnici različitih vjerskih skupina dolazi do nesporazuma zbog nepoznavanja tuđe vjere, a to može uzrokovati konflikt.

Kada u online komunikaciji dođe do konflikata, oni će se riješiti na način da se pokuša prikupiti što više informacija o sugovorniku da taj konflikt ne bih prešao u sukob. Kada sugovornici počinju uvažavati vjerske različitosti lakše je postići kompromis i podržavanje drugih, što vodi uspješnijoj online komunikaciji.<sup>vii</sup> (Izvor: Komunikacija i konflikti u komunikaciji, <http://www.scribd.com/doc/48522572/Komunikacija-i-Konflikti-u-Komunikaciji>, preuzeto 03.09.2014.)

### **5.2.2. Pripadnici raznih kulturnih i supkulturnih skupina**

Problemi u online komunikaciji javljaju se i između sudionika komunikacije kada su oni pripadnici različitih supkulturnih skupina. Vrlo čest slučaj događa se na Društvenim mrežama, najviše na popularnoj stranici "Facebook" kada jedna osoba objavljuje na profilu sadržaj koji druga osoba "bombardira" različitim uvredama na

osnovi pripadnosti supkulturnoj skupini. Većinom se to događa kod mlađih osoba koje još ne shvaćaju posljedice koje takav način komunikacije nosi, isto tako ne shvaćaju da bi njihov konflikt mogao postati otvoren konflikt u koji bi se uključili i drugi sudionici iste društvene mreže. Na taj način se u komunikaciju putem statusa i komentara statusa na Facebook profilu uključilo više ljudi i taj konflikt više nije bio konflikt dvije osobe već više njih.

Konflikti na Društvenim mrežama rezultiraju blokiranjem profila osobe koja je napala drugu osobu na osnovi pripadnosti supkulturnoj skupini od strane administratora facebooka. Iako postoje ljudi koji su tolerantni i oni za koje kažemo "pametniji uvijek popušta", postoje i oni koji samo traže žrtvu napada. Za sada ne postoje nikakve sankcije za osobu koja potiče razvoj konfliktnih situacija na Društvenim mrežama.

Kontrola komunikacije najveći je problem, jer Internet kao globalni medij nije podvrgnut strogim kontrolama kao ponašanje ljudi u stvarnom svijetu te je zbog toga potrebno uvesti neke norme po kojima bi se ljudi trebali ponašati, jer kazna brisanja profila jednostavno nije dovoljna, jer osoba napraviti novi profil i sve kreće ispočetka.

## 6. DRUŠTVENE MREŽE

Kada bih netko pitao kako se komunicira danas lako bi se moglo odgovoriti rečenicom da se nekada društvo sastajalo u parku ili na ulici, a danas se sastaje na "Facebooku". Način komunikacije uvelike se promijenio, od onog licem u lice, došlo je do računalnog posredovanja komunikacije. Nova tehnologija omogućila je da na brži i jednostavniji način – kreiranjem društvenih kontakata i razmjenom informacije, uz nekoliko "klikova mišem" može se doći do ljudi u drugom gradu, državi pa čak i kontinentu. Iako se sve češće spominje kako Društvene mreže ne utječu dobro na život čovjeka potreba za komunikacijom je ostala ista – komunicirati se trebalo prije, komunicirati se treba sada – komunicirati će se uvijek. Pomoću Društvenih mreža mogu se sa ljudima diljem svijeta dijeliti različite sadržaje.



## 6.1 (Ne) društvene mreže - novi komunikacijski medij

Društvene mreže kao novi komunikacijski mediji imaju velik utjecaj na samu komunikaciju među ljudima, ali i na ljudsko društvo uopće. Koraćanjem u budućnost društvo zahvaća fenomen društvenih mreža. Gledano s marketinške strane, društvene mreže omogućavaju trenutnu interakciju sa postojećim, ali i budućim klijentima.

Društvene mreže omogućavaju širenje virtualnog sadržaja velikom brzinom, s time da ga populariziraju i tako dobivaju na marketinškoj vrijednosti. „Ekspanzija društvenih mreža je za kratko vrijeme donijela velike promjene u načinu oglašavanja na "online" platformama. Dvosmjerna komunikacija postavila je nove standarde u razumijevanju oglašavanja, a sadržaji koji promoviraju određeni "brend", moraju se prilagoditi novim uslovima. Potrebno je izazvati interakciju sa potrošačima, njihovo angažiranje, što podrazumijeva nove i kreativne pristupe koji će prije svega privući potrošače da se uključe u komunikaciju" rekla je Gabrijela Stjepanović, izvršna direktorica IAB 7. travnja 2014. godine na četvrtoj Digital Day konferenciji „Povezani u pokretu" (Connected in Motion). Moderan čovjek, brišući vremenske i prostorne granice može u treptaju oka saznati što se upravo dešava na kraju planete. Iako to informatičko obilje je korisno, često može dovesti do prezasićenosti.

Kao što je gore napomenuto, inovativne tehnologije pojavljuju se na tržištu toliko brzo da se ljudi vrlo često jednostavno ne mogu snaći i uklopiti u nove informacijske tokove. Prisjetimo se, da su nekad telefonske žice prenosile poruke, točnije informacije o dospijeću robe, ratovima, smjenama vladara i pružale su raspolaganje informacija, dok su danas gotovo svi korisnici Interneta neograničenih pogodnosti. No, kako je korištenjem Interneta sve nadohvat ruke, uslijed stalnog bombardiranja informacijama, ljudi u ovom ubrzanom načinu života jednostavno nisu u stanju razlučiti koje su im informacije zaista korisne, a koje ne. Kritičko stanje kod modernog čovjeka otupljuje. On više nije u stanju kritički promatrati svijet oko sebe, jer polako tone u globalno i virtualno mjenje, koje se javlja kao javnom mjenju, odnosno njegova virtualna verzija. Svaki alat koji omogućava ljudima da kažu što misle, odnosno daje im priliku za to je dobar. No, koliko će ljudi ispasti pametni, smiješni, glupi ili pak tužni zavisi od njih samih. Društvene mreže dovele su nas do shvaćanja jedne stare poslovice koja govori da tko šta radi, sebi radi.

Društvene mreže ili kako ih još zovu komune, kao što su Facebook, MySpace ili takozvane mreže za razmjenu kratkih poruka kao što su Twitter, Skype i slično, u sve su prisutnije u životima internet korisnika. Pored svih tih mreža postoje i druga mjesta gdje korisnici mogu iznijeti svoje mišljenje na vlastite ili tuđe teme, i to najčešće bez ikakve cenzure.

Iako društvene mreže imaju svojih prednosti koje će kasnije biti navedene, moderni softveri, stranice za društveno umrežavanje online odvojile su čovjeka od stvarnog života. Došao je do toga da više nije u stanju normalno komunicirati sa drugim ljudima oči u oči. Naravno, to nije slučaj sa svim ljudima, još uvijek je većina onih koji komuniciraju neposredno sa drugim ljudima, to su uglavnom pripadnici starije generacije. Sve više ljudi mlađe i srednje dobi za komunikaciju koriste nove komunikacijske tehnologije, a kako njihovo vrijeme tek dolazi može se samo pretpostaviti kako će izgledati komunikacija u budućnosti. Komunikacija danas, na društvenim mrežama svodi se na kratke poruke, bez ikakvih emocija, interpunkcijskih znakova i slično. Sati su provedeni na tim stranicama kako bi se komuniciralo preko chat-a, ali i razmjenjivalo različite aplikacije, slike i slično. Čini se kao da, žudeći za kontaktom, moderan čovjek u suštini bježi od njega. Bježi od neposredne, licem u lice, komunikacije. Moderno informatičko doba stvorilo je od čovjeka. Ali i društva, ne individualce, nego egoiste. Svako je dovoljan sam sebi. Odvojen od stvarnog svijeta, moderan čovjek postaje sebičan, njegovo individualno ja je njegova cjelokupna realnost, on egzistira u uvjerenju da je njegov um jedino što poznaje. Sve ostalo, ono što je izvan njega, ne može postojati.<sup>viii</sup> (Izvor: [http://www.slobodnaeuropa.org/content/internet\\_blog\\_forum/1611357.html](http://www.slobodnaeuropa.org/content/internet_blog_forum/1611357.html) Želimir Bojović, preuzeto 11.09.2014.)

Nastao je problem i pitamo se hoće li moderne komunikacijske tehnologije od čovjeka proizvesti produženu ruku mašine, ili će se na kraju čovjek zasititi tih "modernih sprava" i postati ravnodušan prema njima. Prisjetimo li se tiskanih knjiga, komunikacije preko telegrafa, radija, televizije zasigurno se može reći da su ljudi više komunicirali licem u lice. Sve te tehnologije u ono vrijeme moderne, na početku su izazvale interes čovjeka, dok ih je kasnije koristio racionalno, svrsihodno i bez prethodne zaludenosti. No isto tako vidljivo je da je čovjek vrlo brzo odustao, na neki

način ohladio se od modernih tehnologija u tom dobu kao sredstva za komunikaciju, odnosno život. Međutim, u ovom dobu suvremene informacijske tehnologije, teško je gore navedeno zamisliti, jer sva ta tehnologija ubrzano je uvela novu dimenziju u ljudsku komunikaciju.

## 6.2 Utjecaj društvene mreže na život čovjeka

Društvene mreže danas su se gotovo uvukle pod kožu, a razvoj novih tehnologija zasigurno je promijenio svijet i način našeg života, uključujući naše navike, ponašanje i komunikaciju. Najjednostavniji način komunikacije pružaju Društvene mreže, no ne ostavljaju najbolji utjecaj svog korisnika. S obzirom na viđeno i sve što se događa na društvenim mrežama, lagano dolazimo u "doba glupanoida".

Grubo je rečeno, no sate i sate provodeći dopisujući se sa svojim imaginarnim prijateljima, izmjenjujući ideje, fotografije i statuse, čovjek dovodi do nove pojave tzv. digitalne generacije. Navedeni naziv označava generaciju koja je odrasla u svijetu u kojem je uvijek bio prisutan Internet. Te generacije tehnologiju koriste i više od osam sati dnevno. Mnogobrojna istraživanja pokazala su da su upravo nove tehnologije i društvene mreže znatno promijenile način komuniciranja među mladima. Brojna istraživanja na Internetu dokazuju da su Društvene mreže promijenile način komuniciranja među mladima što, na kraju, rezultira smanjenom uporabom drugih (starijih) sredstava za komunikaciju kao što su pismo, SMS, telefonski pozivi, elektronička pošta i slično. Isto tako, vidljivo je da je komunikacija licem u lice osiromašena, i svedena je na sve kraće riječi, sličice popularno nazvane "smajliće" (eng. emoticons, smileys).

## 6.3 Prednosti i nedostaci Društvenih mreža

Kao glavne prednosti korištenja društvenih mreža uz to što su besplatan način komunikacije mogu se navesti:

- mogućnost dijeljenja multimedijских sadržaja,

- brzina i dostupnost u bilo koje doba,
- jednostavno korištenje,
- razmjena zajedničkih fotografija,
- zabava, mogućnost slanja poveznica,
- na društvenoj mreži nikad nisi sam – uvijek je netko prisutan,
- brza komunikacija s prijateljima iz svih dijelova svijeta,
- razmjena informacija, ideja, promocija, obrazovanje.

Mnogobrojne su još prednosti društvenih mreža, a neke koje nisu navedene su da one mogu biti korisne za humanitarni rad. Tomu svjedoče mnogobrojne humanitarne akcije kao što su „Nora u srcu“ kada su za svaki „lajk“ akcije sponzori uplaćivali jednu kunu. No, tu su i druge akcije.

S druge strane gledajući Društvene mreže imaju i nedostatke. Istraživanja pokazuju da su se pojavili novi trendovi u komunikaciji među mladima. Generacije Interneta više ne šire vlastiti vokabular, svoje osjećaje ne izražavaju riječima, već pomoću sličica – tzv. smajlicima, pa tako komunikacija gubi svoju moć i srž. Mladi gube svijest o granicama između stvarnog i virtualnog svijeta, dok su stariji naraštaji, iako nisu imali pristup Internetu, svejedno su znali gdje su njihovi prijatelji, gdje će ih naći i ostvariti komunikaciju s njima – na igralištu, a ne za računalom.

Sve su češća vršnjačka nasilja kao pojava u našem društvu. S razvojem Interneta došlo je do promjene u načinu na koji se traže rješenja za svoje osobne probleme. Nekad ranije se o životnim poteškoćama razgovaralo sa najintimnijim prijateljima, dok se danas intimnost dijeli sa potpunim neznancima koji se kriju iza nadimka. Iako ne zvuči kao loša stvar, čuti neko drugo ili pak treće mišljenje je uvijek dobrodošlo. No, ljudi često zaborave imati na umu da, nema osobe koja isto razmišlja i koja se nalazi u istoj situaciji kao i oni. Na forumima može se brzo doći do dobrih savjeta, mogu se saznati vrlo korisne informacije, a ponekad forum može poslužiti kao svojevrsna grupa za potporu.

## 6.4 Myspace, Twitter, Facebook

Društvene stranice Myspace, Twitter, Facebook u principu funkcioniraju veoma slično. Svaki budući korisnik mora zadovoljiti neke kriterije za registraciju poput posjedovanja e-mail adrese, upisa osobnih podataka. Nakon registracije svaki član dobiva svoju stranicu popularno nazvanu profil. Neke društvene mreže dozvoljavaju podešavanje i uljepšavanje profila, dok neke imaju zadan profil i identičan za sve korisnike. Navedene društvene mreže Myspace, Twitter i Facebook imaju dosta sličnosti, no definitivno im je zajedničko to što su jednostavne za korištenje. Isto tako, svaka od njih ima listu prijatelja koje sam korisnik određuje prihvaćanjem ili odbijanjem nečijeg poziva da mu bude prijatelj. Velik interes pobuđuju takozvani klikovi miša popularno nazvani "lajkovi" (eng. Like) kao i komentari na objavljen sadržaj. Stranice su veoma "zarazne" i lako se "navući" na njih, pa tako korisnici postaju zavisni od pregledavanja tuđih profila, svojih objava i komentara. (Srića, V.; Zagreb, 2000.)

### 6.4.1 Myspace

Myspace je stranica za društveno umrežavanje osnovana 2003. godine, dok porast njene posjećenosti počinje rasti 2006. godine. Ova stranica financira se prikazivanjem oglasa. Na samoj web stranici svaka osoba može napraviti svoj profil, te objavljivati audiovizualne uratke, objavljivati blog, objavljivati slike i slično. Zanimljivo je to da za razliku od Facebook stranice koju će se kasnije spomenuti, ova stranica omogućava svojim korisnicima uz slanje video sadržaja, poruka i slično; potpuno uređivanje izgleda svog profila. Prema istraživanjima jedna je od najposjećenijih društvenih mreža, nakon Facebooka. Prema podacima uzetim na internetskim stranicama svaki dan prosječno je posjeti oko 230.000 korisnika, Stranica je popularna među glazbenicima, koji je koriste kako bih besplatno promovirali svoje pjesme širokoj javnosti.

### 6.4.2 Twitter

Nastao je malo kasnije od Myspace-a, točnije 2006. godine. Komunikacija putem Twittera je podosta ograničena, te se sa ostalim korisnicima može komunicirati samo putem privatnih poruka, koje su ograničene na 140 znakova, te sa statusima, ali je potrebno prije toga napisati ime profila na kojeg se odnosi ta poruka u obliku „@imekontakta“. Isto tako, potrebno je poruku označiti (eng. Tag), te je moguće voditi grupni razgovor putem #oznaka (eng. hash-tag).

### **6.4.3 Facebook**

Definitivno je najpopularnija Društvena mreža, naročito među mlađom populacijom. Trenutno broji više od milijardu korisnika, od kojih je polovica svakodnevno koristi. Prvobitna ideja bila da se napravi kao Harvardska društvena mreža za umrežavanje studenata kako bi izmjenjivali informacije međusobno. Stranica Facebook (prijašnjeg naziva thefacebook.com) je pokrenuta 2004 godine, te se vrlo brzo nakon toga prošila na druge fakultete, zatim srednje škole, privatne tvrtke, te je ubrzo nakon toga postao javno dostupna za bilo koga da se prijavi.

#### **6.4.3.1 Utjecaj Facebooka na komunikaciju čovjeka**

Svaka osoba sa navršениh 13 godina života koja ima valjanu e-mail adresu može postati facebook korisnik. Facebook pruža svojim korisnicima da stavljaju video sadržaje, slike i sav ostali sadržaj na svoje profile. Korisnici profila imaju nekoliko mogućnosti kako na istoj stranici komunicirati sa svojim prijateljima, bilo to putem privatnih poruka, pišući na zidove drugih korisnika, ili putem integrirane brbljaonice. Ova društvena mreža za sada besplatna je za sve korisnike, iako je već u nekoliko navrata bilo natpisa da će se korištenje početi naplaćivati. Isto tako, jedna je od rijetkih s koja omogućava već sada brz pristup putem mobilnih uređaja, također besplatno od strane nekih operatera, što mnogi navode kao veliku prednost.

Facebook povezuje milijune korisnika širom svijeta. Iako su sve češće prisutni naslovi da Facebook čini ljude nesretnima, teško je zamisliti mladog čovjeka koji nema, ili koji do sada nije imao napravljen profil na ovoj društvenoj mreži. Natpisi na internetskim portalima svakodnevno se pune o štetnosti navedene društvene mreže, no njen broj korisnika iz dana u dan raste. Korisnici te društvene mreže sve češće dolaze u

situacije da su izloženi uvredama i govoru mržnje, što na kraju rezultira negativnim utjecajem na njihovo društveno stanje. "U diskusijama s nepoznatim korisnicima, pojedinci se lakše agresivno ponašaju i vrijeđaju jedni druge. Društvene mreže su plodno tlo za širenje štetnih i uvredljivih sadržaja koji su često na granici između slobode govora i govora mržnje", poručuju stručnjaci. Prema mišljenju stručnjaka, govor mržnje na društvenim mrežama, smanji povjerenje samog korisnika u društvo, i može imati štetan utjecaj na njihovo mentalno stanje. Već je od prije poznato da je društveno povjerenje čovjeka usko povezano sa njegovom srećom. Stranica "Facebook" pravi je primjer virtualnog života čovjeka. Na prvu ruku stranica djeluje kao "magična utopija" od svakodnevnice, no obiluje nostalgijom da su slobodni trenuci kojih je ionako sve manje provedeni upravo koristeći ovu stranicu. Rolf Jensen, filozof medija, je pisao da ljudi koriste priču kako bi precizirali vrijednosti koje imaju. Na isti način kao što se odvijaju se stvari u stvarnom svijetu, no prenose se u virtualni. Ljudi su postali kao "glavni glumci facebook scene", na kojoj nesvjesno preslikavaju svoju stvarnost. Rolf Jensen Facebook opisuje kao *reality show* u kojem kamera ne snima sve, režija ne dopušta da publika vidi i čuje sve što je zabilježeno. Lik korisnika, podatke i djela također cenzurira samo on, i daje publici onoliko koliko želi da ona vidi. Niti je to dobro, niti je loše ali svakako ne ostaje anonimni. Svjesno prihvaća rizik da se za njega kao osobu pročuje i 'providi'.

Slobodno vrijeme danas je dragocjenije nego prije dvadesetak godina, formiranje ove stranice može se protumačiti i kao medijska poruka koja je plasirana na tržištu poput *all-in-one* proizvoda, a da se isti može upotrijebiti na različite načine. No, mišljenje psihologa je da bez obzira što postoji Društvena mreža koja omogućava komunikaciju sa velikim brojem ljudi, na bilo kojem mjestu u bilo koje vrijeme je upravo da čovjek komunicira sam sa sobom, jer su njegovi pravi kontakti sve slabiji. Više ne koristi um, i sposobnosti koje su mu prirodene, već se nesvjesno gubi u brzom razvoju informatičke tehnologije i komunicira uz velik broj tehničkih pomagala. Isto se može definirati, da iako postoje druge društvene stranice, Facebook je trenutno jedna od najpopularnija stranica, no ne donosi ništa dobrog. Ljudi grubo rečeno oglupljuju u smislu svoje komunikacije. Malo tko danas pripazi kako piše svoju poruku, da li ona ima gramatičkih grešaka, interpunkcijskih znakova ili slično. Analizom Facebooka kao fenomena, čini se da se komunikologija kao grana psihologije i sociologije dosta

izmijenila u smislu svog značenja. Komunikacija više nije komunikacija već žargonom nazvana "društvena koreografija". Plesanjem u ovom virtualnom svijetu tok poruka ili ide iz centra ka periferiji, tako da osoba ne može da povratno ispraviti informaciju, ili jedna osoba komunicira sa mnogo osoba. Korisnici Facebook-a nikako ne spadaju u kategoriju pripovjedača ili pisca, jer se komunikacija ne vrši jednostrano, već se komunikacija na neki način emitira preko stranice i dostupna je svima. Dobar dio korisnika nije svjestan šireg komunikacijskog konteksta koji ta stranica nudi, te tako dolazimo do zaključka da će se mali broj korisnika potruditi da dovede u pitanje sve ono što im se nudi, već će rizično, pa i bez razmišljanja, propustiti značenje poruka koje idu od izvora do cilja i tako onemogućiti prepoznavanje i ispravljanja predrasuda i nesporazuma. Plesanjem u ovom virtualnom prostoru nikako ne bi se smjela zanemariti moć, istina, ozbiljnost i transcendentnost kreativne igre koju omogućava prerusavanje<sup>ix</sup> (Izvor: Vrijednost Facebooka <http://www.facebookhrvatska.com/facebook>, Simonovski F, preuzeto 07.09.2014.)

### 6.5. Društvene mreže – čemu posvetiti pažnju?

Malo tko daje pažnju onome što objavi na svojoj društvenoj mreži, no korisnik nikada ne može biti potpuno siguran tko sve može vidjeti ono što je objavio. Zato treba posvetiti pažnju na nekoliko detalja, kako bi se izbjegle neugodne situacije na poslu i u krugu obitelji, ali i one gore poput krađe identiteta, slika i slično. Korisnik nikad ne može biti siguran da upravo poslodavac kod kojeg je poslao molbu za zaposlenje, neće utipkati na Internetu njegovo ime i provjeriti tko ste zapravo. Taj slučaj je veoma čest u današnje vrijeme, pa kako bi se zaštitio sam korisnik, ali i njegov privatni život preporučuje se pridržavati nekoliko "pravila" za čuvanje intimnosti čovjeka. To su:

- Puni datum rođenja - može kradljivcima identiteta dati jednu od važnijih informacija koju mogu iskoristiti za prevaru. Preporuča se da se izostavi datum ili barem godina rođenja.
- Status veze- bilo bi najbolje da tu informaciju svaki čovjek zadrži za sebe.
- Trenutna lokacija – većina društvenih mreža omogućava ljudima da se označe gdje se točno nalaze. No, isto tako omogućava da svima otkriju da je korisnik na odmoru ili da trenutno nema kod kuće. Uglavnom se smatra kako samo



prijatelji korisnika mogu vidjeti njihov status, ali nikad se ne zna dali je netko drugi provalio u račun samog korisnika ili računu njegovog prijatelja . Na taj način vrlo se lako dobije pristup korisnikovim informacijama. Otkrivanje detalja može jako dobro iskoristiti lopov. Iako, se na ovu točku više upozoravaju djeca, ni roditeljima nije na odmet.

- Oznake na fotografijama – potrebno je izbjegavati osobne, ali oznake malodobne djece na fotografijama objavljenim na Internetu. Razlog tome je da roditelji često na društvenim mrežama objavljuju fotografije sa punim imenima svoje djece, pa čak i njihovim osobnim podacima, a zatim označavaju na istima rodbinu ili prijatelje što nikako nije poželjno, jer su djeca i mladi prvi na meti pedofila.<sup>x</sup> (Izvor: Zašto bi neke objave trebale biti dostupne svima, <http://www.index.hr/black/clanak/facebook-zasto-bi-neke-objave-trebale-biti-dostupne-svima-/772201.aspx>, M.Bani, preuzeto 17.09.2014.)

## 7. ZAKLJUČAK

Razvoj Interneta i internetske tehnologije koje se pojavljuju na tržištu, ostavljaju utisak na društvo, ali i međuljudsku komunikaciju. Sve se to toliko brzo razvija, da se ljudi često jednostavno ne mogu snaći i uklopiti u nove informacijske tokove. Doduše, kad se uklope već dođe "novi val" tehnologije. . Internet kao zaseban medij, a dijelom sačinjen iz drugih medija poput same nauke i tehnike, s jedne strane olakšava svakodnevicu, a s druge strane već izmiče kontroli čovjeka. Iako je Internet i njegova tehnologija koristan u smislu povezivanja ljudi, komunikacije, ideja i informacija jer neposrednom i intenzivnom komunikacijom s drugima u socijalnoj maternici ljudi razvijaju svoju osobnost, isto tako je i štetan za ljude. Štetan je iz razloga jer ljudi Internet zlorabe za postizanje vlastitih glupih ciljeva, odnosno upotrebljavaju ga beskoristan način. Disinhibicija na Internetu je uzela maha i počela je upravljati samom čovjekom, koji je prisiljen prilagoditi se modernim komunikacijskim tehnologijama. Gledajući slikovito, današnje vrijeme, više no ikad, prosječan čovjek zbog Interneta ima pristup svemu, drugima i okolini u kojoj živi, a najmanje ogledalu samoga sebe. Jer, nije lako gledati sebe u ogledalu, ne zato što ono ne zna lagati, već zbog toga što ne može ublažiti istinu, a ona gorko boli. Boli, jer u tom izobilju slika, mnoštvu informacija koje upija svakodnevno, čovjek se rijetko i izgubi, ne znajući što da misli, kako da osjeća, kuda da ide. Više nije u stanju pratiti informacije koje bih mu mogle koristiti u životu, informacije od kojih bi mogao nešto naučiti Ne vidi sam sebe, pa poprimi neka druga tijela, neka strana lica, neke strane emocije i neke čudne glasove. To sve zajedno nikako nije on sam, a kada čovjek to shvati, iluzija onoga što jest, je toliko jaka da joj se jednostavno teško oduprijeti. Život čovjeka se upravo svodi na učenje nečega što ga "krade" kao osobu. Komunikacija je ustvari život, a ljudski život čini komunikacija ljudi međusobno. Komunikacija je usko povezana s čovjekom i razvojem njegove osobnosti...Međutim, čovjek se ne odupire utjecaju Interneta koji uporno utječe na njegov život, te ne shvaća da se komunikacija ne sastoji samo od virtualnog razgovora, objavljenim statusima, ispisanim tuđim stavovima, već izgovorenim sadržajima koji mu isto tako omogućavaju da sam otkrije sebe. Žaloso je da danas, uz ovu svu naprednu i

kvalitetnu tehnologiju brzo informiranje, čovjek otupljuje. Ovo vrijeme dovodi društvo do toga da će sami od sebe napraviti računala. Virtualni život preuzima stvarni, a čovjek postaje "kvarno ogledalo", ne razmišljajući kakav život on sam vodi ili vodi li virtualni život njega. Iako je ovo doba u kojem se ne može ništa promijeniti preko noći, moguće je zaključiti se da nisu potrebni ratovi da bi se narušila realnost svijeta već je dovoljan je jedan klik miša. No, valja gledati pozitivno na budućnost, te vjerovati da ipak postoji šansa da slijedeći internetski pokret nakon takozvanih "lajkova", "selfija", "tvitanja", "instagrama" i slično, potakne ljude da razmisle o svojoj komunikaciji, koja je otupjela pod "hladnim udarima virtualnog života", te da se počinju izražavati riječima, a ne "emotikoma". Vrijeme je da se napokon počinje događati čovjek, čovjek koji neće odustajati sam od sebe, ni od drugih; jer nema smisla živjeti u svijetu jednoroga i vila, u svijetu dvostrukih profila.

## 8. LITERATURA

### Knjige:

1. Brajša P., Pedagoška komunikologija, Zagreb, 1994.
2. Brajša P., Umijeće razgovora, C.A.S.H ,Pula, 2000.
3. Panian Ž., Informatički enciklopedijski rječnik,EPH, Zagreb, 2005.
4. Petric D, Internet, BUG i SysPrint, Zagreb, 2003.
5. Srića V., Kliment A., Knežević B., Uredsko poslovanje, Sinergija ,Zagreb 2003.
6. Srića V., Spremić M. Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha, Sinerija Zagreb 2000.
7. Panian Ž., Bogatstvo interneta, Bogatstvo internet, Strijelac, Zagreb, 2001.
8. Raič K., Računalstvo 1, Pentium, Vinkovci, 1999.
9. MBR Consultants, Inc., 10 minuta do uspjeha: Vodič kroz Intranet, Znak, Zagreb, 1996.
10. Čerić,V., Varga, M.,: Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb 2004.
11. Srića,V.,Kliment,A.,Knežević,B.: Uredsko poslovanje, Sinergija, Zagreb 2002.,
12. Brajša P:Menadžerska komunikologija Biblioteka informacijsko društvo, Zagreb, 1993.

### Popis ilustracija:

<b>Slika 1.:</b> Povezanost računala pomoću Interneta.....	3
<b>Slika 2.:</b> Povijest i razvoj Interneta.....	5
<b>Slika 3.:</b> Prikaz korištenja internetske veze.....	7

<b>Slika 4.:</b> Povezanost svijeta sa Internetom.....	8
<b>Slika 5.:</b> Povezanost svijeta sa Web-om.....	9
<b>Slika 6.:</b> Komunikacija putem internet.....	10
<b>Slika 7.:</b> Izgled komunikacije na Skype-u.....	13
<b>Slika 8.:</b> Izgled prozora za slanje elektroničke pošte.....	14
<b>Slika 9.:</b> Izgled elektroničke adrese poštanskog sandučića.....	15
<b>Slika 10.:</b> Neki od načina na koje se može povezivati s računom e-pošte .....	16
<b>Slika 11.:</b> Prikaz pravilnog ponašanja čovjeka za računalom.....	17

---

#### Izvori s interneta:

- <sup>i</sup> <http://hr.wikipedia.org/wiki/Internet>,(Pristupano 09.09.2014.)
- <sup>ii</sup> <http://www.djecamedija.org/?p=2522>,(Pristupano 10.09.2014.)
- <sup>iii</sup> [http://hr.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://hr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web),(Pristupano 08.09.2014.)
- <sup>iv</sup> <http://www.savjetnica.com/kako-koristiti-internet-alate/>,Pristupano 08.09.2014.)
- <sup>v</sup> [http://www.sapmag.com.hr/show\\_article.php?id=361](http://www.sapmag.com.hr/show_article.php?id=361),(Pristupano 24.08.2014.)
- <sup>vi</sup> [http://croatia.ch/komunikacije/internet/internet\\_com.php](http://croatia.ch/komunikacije/internet/internet_com.php),(Pristupano 20.08.2014.)
- <sup>vii</sup> <http://www.scribd.com/doc/48522572/Komunikacija-i-Konflikti-u-Komunikaciji>  
(Pristupano 03.09.2014.)
- <sup>viii</sup> [http://www.slobodnaevropa.org/content/internet\\_blog\\_forum/1611357.html](http://www.slobodnaevropa.org/content/internet_blog_forum/1611357.html),(Pristupano 11.09.2014.)
- <sup>ix</sup> <http://www.facebookhrvatska.com/facebooknovosti/vrijednost-facebook-a-infographic-316>, (Pristupano 07.09.2014)
- <sup>x</sup> <http://www.index.hr/black/clanak/facebook-zasto-bi-neke-objave-trebale-biti-dostupne-svima-/772201.aspx> (Pristupano 17.09.2014.)