Utjecaj kotištenja društvenih mreža na relacijski identitet

Vukorepa, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:247419

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
UNIVERSITY OF ZAGREB
CENTER FOR CROATIAN STUDIES

Repository / Repozitorij:

Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Ivana Vukorepa

UTJECAJ KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA NA RELACIJSKI IDENTITET

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Ivana Vukorepa

UTJECAJ KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MREŽA NA RELACIJSKI IDENTITET

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Ivan Markešić
Sumentor: Erik Brezovec mag. soc. et. mag. edu. soc.

Zagreb, 2019.

Sažetak rada:

Dolaskom postmodernizma počinje preispitivanje svega što se u modernosti smatralo kao racionalno. To je doba brzih i velikih promjena, uzorokovanih osjećajem besmisla. U takvom vremenu temeljna obilježja identiteta prestaju biti fiksna te su podložna promjenama. U isto vrijeme dolazi i do razvoja interneta, odnosno virtualne stvarnosti unutar koje pojedinci počinju stvarati svoje drugo jastvo i postaju zarobljeni iskustvom virtualnog sebe. Stoga je cilj ovog rada istražiti utjecaj korištenja društvenih mreža na relacijski identitet.

Socijalni identitet se formira u odnosu prema nekomu, odnosno razvija se u interakciji sa društvom. Stoga u ovome istraživanju koristimo 2 relacijske dimenzije identiteta.

Provedeno je istraživanje na reprezentativnom uzorku studenata Sveučilišta u Zagrebu. Socijalni identitet je definiran kao relacijski, gdje su relacije identiteta određene odnosom prema: sebi i drugima. U radu su provjeravane dvije hipoteze:

1. Postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tome što utječe na sliku o Hrvatskoj.

2. Postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tipičnom pripadniku druge regije.

Dobiveni rezultati potvrđuju postavljene hipoteze.

Sadržaj:

1. Uvod: 1
2. Identitet 2
2.1. Identitet u postmodernom društvu 3
3. Nacionalni identitet 4
3.1. Hrvatski nacionalni identitet 5
4. Socijalni identitet 5
5. Utjecaj društvenih mreža na identitet 6
6. Metodologija 7
6.1. Predmet 7
6.2. Cilj 7
6.3. Hipoteze 8
6.4. Metoda i uzorak 8
6.5. Pregled instrumenta 10
7. Rezultati istraživanja 11
7.1. Odnos prema sebi i drugima 11
7.1.1. Odnos prema sebi 12
7.1.2. Odnos prema drugima 22
8. Zaključak: 24
9. Literatura: 25
10. Dodaci 27
10.1. Slike 27
10.2. Tablice 27

1. Uvod:

Prelaskom iz industrijskog u informacijsko društvo otvaraju se mogućnosti razvoja virtualnih svjetova. Koncepcije takvog prostora narušavaju temelje ljudskog identiteta. S jedne strane takav virtualni prostor vodi prihvaćanju višestrukosti ljudskog identiteta, a s druge strane ukida granice između ljudskog i tehnološkog (Nikodem, 2004: 211).

Prema Shieldsu pojedinac na internetu nije sam, on je cijelo vrijeme dio veće skupine koja je veća nego što to pojedinac može zamisliti. Posvuda se korisnici interneta predstavljaju jedni drugima, razgovaraju i dijele informacije te se ponašaju slobodno. Shields tu slobodu naziva dijelom karnevalskog duha koji dovodi do transformacije. Online zajednice se šire i u stvarni život, koji se onda isprepliće sa virtualnim prostorom (Shields, 2001: 33). Internet posreduje upoznavanja, prijateljstva i druženja u modernom društvu.

Prvo poglavlje rada pruža pregled i razradu osnovnog pojma identiteta, te se opisuje utjecaj postmodernizma na identitet, kao i kriza identiteta koju uzrokuju promjene u postmodernizmu.

U drugom poglavlju objašnjen je pojam nacionalnog identiteta, njegov nastanak i obilježja, hrvatski nacionalni identitet i nacionalna svijest, koja će biti dio istraživanja.

Treće poglavlje rada obrađuje temu socijalnog identiteta i relacijskih dimenzija od kojih se sastoji.

U četvrtom poglavlju rada objašnjen je utjecaj društvenih mreža na identitet, iznesena su stajališta različitih autora o utjecaju virtualne stvarnosti i internet komunikacije.

Peto poglavlje rada sastoji se od metodologije istraživanja, objašnjeni su predmet i cilj istraživanja, hipoteze, metoda, uzorak i instrumenti koji su korišteni.

Šesto poglavlje počinje analizom rezultata istraživanja, prvo su ispitivane relacijske dimenzije socijalnog identiteta, koje su uspoređene sa rezultatima istraživanja Cifrića i Nikodema (2006.) Nakon toga je provedeno istraživanje postoji li statistički značajna vjerojatnost povezanosti između relacijskog identiteta i društvenih mreža, te su izneseni dobiveni rezultati. Na kraju rada nalaze se zaključak i citirana literatura.

2. Identitet

Pojam identiteta u društvenoj znanosti je izrazito nov, a zanimanje za proučavanje identiteta polazi iz porasta individualizma u modernom društvu (Prema Sekulić, 2014: 34). Pojedinac svoj identitet gradi iz svijesti o pripadanju određenoj socijalnoj grupi, te iz emocionalne važnosti koju ta grupa ima za njega (Prema Tofant, 2004: 3). Stoga se stvaranje identiteta unutar grupe odvija preko povijesti, jezika ili institucija (Prema Benoist, 2014: 2).

Definiciju identiteta daje Kalanj u svom članku: ,,Identitet i politika identiteta", a ona glasi: ,,identitet je bitna, trajna i određujuća forma individualne i društvene egzistencije, bez koje ni pojedinci ni društvene grupe, manjeg ili većeg opsega, ne bi imale svoj egzistencijalni smisao." (2010; 119) Sam pojam identiteta je višeznačan, stoga ga možemo definirati kroz 3 različita stajališta, odnosno kao: pojmovni konstrukt, formu individualne i društvene egzistencije ili kao konceptualnu tvorbu. Prema Kalanju pojedinac se definira pomoću onog dijela identiteta koji mu se čini najvažnijim, te često taj dio identiteta koristi kao argument za dokazivanje (Kalanj, 2010: 118-120).

Pripadnost određenoj etničkoj grupi se može koristiti za ostvarenje interesa ili za manipulaciju sa ciljem ostvarenja određenih političkih težnji. Fernand Braudel stoga naglašava kako se identitet ne smije koristiti u svrhe ostvarivanja vlastitih i političkih interesa. Osim toga, identitet nije dio nijedne političke struje, niti je idealan, on je zajednički svima. Kod interpretiranja identiteta neke države, potrebno ga je staviti u širu perspektivu, kako bi se shvatila identitetska realnost (Kalanj,2008: 95-96). Identitet se ne sastoji samo od dijelova koje nasljeđujemo, već i od onih koje sami biramo. U tom smislu razlikujemo: nacionalni, politički, kulturni, jezični, seksualni i profesionalni identitet (Benoist, 2014: 1).

Sociologija se više bavila nacijom nego identitetom, ona pojam identiteta ne izučava kao individualan, već kao fenomen koji se razvija u interakciji s drugima. Kao što Mead identitet objašnjava pomoću "ja" i "mene", tako i Charles Holton Cooley uvodi pojam ,,zrcalnog Ja" prema kojem mišljenje o sebi razvijamo na temelju mišljenja koje drugi imaju o nama. Stoga cijela sociološka teorija identiteta zapravo radi otklon od fiksnog identiteta i ide prema objašnjenju identiteta kao promjenjivog i socijalno

konstruiranog (Sekulić, 2014: 45). S obzirom da se identitet razvija u interakciji s drugima, on podrazumijeva i određene odnose, a to su: odnos prema sebi, prema drugima, prema svijetu, prema prirodi i prema bogu (Cifrić i Nikodem, 2007: 173). Prema Cifriću ,,Pojedinac je istodobno subjekt promjene osobnog identiteta, jer to želi, ali je kao pripadnik kolektiva i ‚objekt' na kojemu se zbivaju promjene neovisno o njegovoj volji." (2006: 180)

2.1. Identitet u postmodernom društvu

Još jedan od razloga zašto je identitet dobio veliku važnost u suvremenim društvenopovijesnim konstelacijama je postomoderno stanje. Postmodernizam donosi promjene u konceptualizaciji identiteta. Kao razdoblje kasne modernosti postmodernizam ispituje sve ono što je u modernosti prihvaćeno kao istinito. Stoga preispituje socio-ekonomske, ideološke, klasne i nacionalne temelje, koji su prema postmodernizmu dotrajali te ne mogu omogućiti jednoznačno uporište pojedinačne i zajedničke identifikacije (Kalanj, 2010.). Glavni razlog preispitivanja je osjećaj besmisla, koji dolazi kao rezultat podređivanja unutrašnje identifikacije vanjskim obilježjima u modernosti (Cifrić i Nikodem, 2007: 178). Prema Giddensu (1991.) definicija postmodernog društva ,,sastoji se u tvdnji da je to društvo koje se nalazi u stalnoj i ubrzanoj promjeni i da je u takvom društvu nemoguće zadržati osjećaj fiksnog i nepromjenjivog identiteta". (prema Sekulić 2014: 47)

Postmodernizam svojim razvojem dovodi do sve većih mogućnosti za promjenu životnog stila, te time utječe na pojedinca i njegov identitet (Sekulić 2014: 47). To čini promjenu životnog stila lakšom i bržom nego ikad. Međutim zbog svih promjena koje postmodernizam nosi u političkom, društvenom i ekonomskom smislu pojavljuje se ponovna briga o identitetu i sebstvu (Kalanj, 2010: 124). Ponovna briga, odnosno preispitivanje identiteta povezano je sa 4 problema kasnog moderniteta, prema Cifriću i Nikodemu to su: 1. samospoznaja, odnosno jastvo prestaje biti transparentno, i počinje se vjerovati da je za njegovo istraživanje potrebna stručna pomoć; 2. Isticanje ljudskog potencijala koje potiče na samoostvarenje; 3. Brze društvene promjene koje donosi postmodernizam; 4. Stalna promjenjivost identitetskih temelja, odnosno obilježja

identiteta prestaju biti fiksna i određena predvidljivim društvenim strukturama (Cifrić i Nikodem 2007: 179).

3. Nacionalni identitet

Identitet nastaje u stalnoj interakciji sa društvom, te je iz tog razloga dio društvenih, političkih, kulturnih, povijesnih i ekonomskih struktura. Isaacs (1989) stoga objašnjava kako je došlo do širenja individualnog identiteta: „osjećaji pripadnosti, usmjereni najprije na obitelj, pleme, klan ili neku drugu rodbinsku grupu, postupno su se proširili na veće zajednice pripadnosti i povezanosti, na lokalna područja, mjesta, gradove, gradove države, religijska tijela, područje velmoža i kraljeva." (Isaacs, 1989. prema Sekulić, 2014:72)

Ono što za sociologiju predstavlja nacionalni identitet je pripadnost određenoj naciji, stoga je bitna povijest i stvaranje te nacije (Sekulić, 2014: 45). Prema Zygmuntu Baumanu (2004.) nacija odnosno nacionalni identitet nije činjenica koja je proizašla iz ljudskog iskustva, već je ljudima dana izvana u razdoblju modernosti. Stoga nacija predstavlja imaginarni entitet unutar granica teritorijalnog suvereniteta (Prema Cifrić i Nikodem, 2007: 177). Prema Sekuliću (2014: 27) „sve nacije rezultat su amalgamacije, asimilacije i sl." stoga ne možemo reći kako postoji točno „hrvatski gen". Bilo bi neispravno određenu nacionalnost odrediti samo na osnovu jezika kojim se ljudi koriste, s obzirom da prvo nastaje nacija pa tek onda granice prema drugim jezicima. Sociološko shvaćanje etniciteta, nacije, rase i klase se pomiče od esencijalističkog u konstruktivističkom smjeru (Sekulić, 2014:32).

Prema Weberovoj teoriji etniciteta zadatak sociologije je naći kulturne karakteristike koje su osnova etniciteta. Etničke skupine se prema tome „objektivno" razlikuju prema kulturi. Međutim nije kultura ta koja kreira etnicitet, već je etnička skupina ta koja kreira etnicitet jer bira elemente kulture. Stoga skup kulturnih elemenata predstavlja određenu etničku grupu, međutim zaboravlja se da taj skup kulturnih elemenata nije fiksan nego da se neprestano događa kulturno prožimanje (Sekulić, 2014: 36).

3.1. Hrvatski nacionalni identitet

Hrvatski identitet rezultat je promjena u 19. stoljeću koje donosi modernizacija. Najviše truda u definiranje hrvatskog identiteta su uložili intelektualci, koji su ljudima htjeli objasniti svoj identitet (Sekulić, 2014: 77). Prema Eduardu Kali (1999: 11) ,,Hrvati su pripadnici europskog kulturnog kruga...za Europski kulturni krug koristi se kao istoznačnica često i naziv zapadnoeuropska civilizacija" Hrvatski nacionalni identitet kroz povijest održavaju 3 obilježja, a to su: jezik, duhovna posebnost i političke institucije kao i statuti. Jezik kao jedan od glavnih elemenata hrvatske kulture počinje kroz glagoljicu, te se u 18. stoljeću prebacuje na latinicu. Načela društvenog života koja održavaju nacionalni identitet su nepodložnost drugim narodima, čemu svjedoče brojni spisi, statuti i zakonici, kao npr. Vinodolski zakonik. (Čičak i Žuškić, 2013: 99). Poistovjećivanje Hrvata sa njihovom nacijom se naziva nacionalna svijest i nacionalni osjećaj. Nacionalna svijest obuhvaća znanje nekog pojedinca o naciji kojoj pripada. Osim toga razlikujemo još i rodoljublje, kao i domoljublje, koji su povezani uz znanje pojedinca o nacionalnoj zajednici i državi. Nacionalnu svijest možemo podijeliti na objektivnu i subjektivnu, s obzirom da je Hrvatska mala država i nova, većinu znanja koje stranci imaju o njoj temelji se na onome što su čuli od drugih, odnosno ne temelji se na objektivnim obilježjima (Vujević, 2006: 388).

4. Socijalni identitet

Prema teoriji socijalnog identiteta, identitet se formira samo u odnosu prema nekomu. Stoga socijalni identitet ima relacijske dimenzije, koje se očituju kroz: odnos prema sebi, prema drugima, prema prirodi, prema bogu i prema svijetu. Navedene relacije su konstanta u odnosima, npr. bez obzira na to hoće li pojedinac promjeniti vjeru tijekom života, odnos prema svetom i dalje postoji, mijenja se samo sveto. Pojedinac formira svoj identitet tako da mu navedeni entiteti služe kao kriteriji za formiranje stavova i ponašanja, te za stjecanje novog iskustva. Relacijske dimenzije se kod pojedinca ne pojavljuju kao promjena koja dolazi odjednom, svijest o njima stječe se tijekom socijalizacije, te se razvijaju i formiraju. Navedene relacijske dimenzije se u istraživanju koriste kako bi se

utvrdile specifične identitetske karakteristike ispitanika. Socijalni identitet još može biti shvaćen i u dimenzionalnom smislu sukladno teoretskom konceptu koji čini 4 konceptualne dimenzije, a to su: kulturna, teritorijalna, rodno-obiteljska i socijalna, u nekim slučajevima koristi se još socio-kulturni identitet (Cifrić i Nikodem, 2006: 334).

5. Utjecaj društvenih mreža na identitet

Tijekom dvadesetog stoljeća dolazi do razvoja računalne tehnologije, te se otvaraju mogućnosti razvoja virtualnih svjetova. Virtualni svjetovi narušavaju temelje ljudskog identiteta, jer ukidaju vezu između ljudskog i tehnološkog. Većina autora smatra kako simulirana okolina utječe na ljudski identitet i jastvo. Počinjemo o drugima razmišljati kao o slikama, riječima i glasovima na zaslonu (Turkle, 1995 prema Nikodem, 2004: 223). Simulirana okolina počinje zauzimati prvo mjesto u našem mozgu, ona postaje stvarnost.

Prema Norbertu Wieneru ljudi su toliko izmijenili svoju okolinu nastankom virtualnog svijeta, da sada moraju sebe prilagoditi okolini kako bi mogli opstati (Wiener, 1964 prema Nikodem, 2004: 223). Kako bi objasnio utjecaj virtualne stvarnosti na identitet Scott Bukatman koristi izraz terminalni identitet. Terminalni identitet označava novu subjektivnost koja nastaje na računalu ili televizijskom zaslonu. Prestaje postojati distinkcija između ljudskog i tehnološkog (Turkle, 1995 prema Nikodem, 2004: 223).

Prema Franku Biocci (1997.) mi počinjemo o sebi razmišljati onako kako se predstavljamo na društvenim mrežama. U virtualnom svijetu stvaramo svoje drugo jastvo, te postajemo zarobljeni tim iskustvom virtualnog sebe (Nikodem, 2004: 223). Ljudi prestaju razlikovati stvarno od virtualnog, te počinju veću važnost pridavati onome što vide na ekranu.

Nastankom društvenih mreža druženje prelazi iz komunikacije licem u lice na komunikaciju u virtualnom prostoru. Takva komunikacija je impersonalna i dio je tehničke virtualnosti. Na temelju toga nastaju virtualni identiteti i prijateljstva, te grupe kojima su temelj zajedničke potrebe ili interesi. Osim toga postoje i online zajednice i društva. Zajednice označavaju skupinu ljudi koji su bliski ili imaju snažne osjećaje koji

ih povezuju, dok je online društvo skupina koja je povezana zajedničkim poslovnim interesom. Glavni čimbenik svih društvenih mreža je brzo dopisivanje bez obzira na stvarnu udaljenost (Milardović, 2010: 100). Prema Milardoviću (2010: 101) ,,pod pojmom društvena mreža misli se neka društvena komunikacijska struktura s mnoštvom komunikacijskih aktera koji uspostavljaju različite vidove osobnih, prijateljskih, poslovnih, seksualnih i dokoličarskih interakcija radi zadovoljavanja svojih unutarnjih potreba i interesa."

U komunikaciji preko društvenih mreža identitet igra bitnu ulogu, jer priznavanje identiteta onih s kojima se komunicira omogućava pravilno komuniciranje, shvaćanje i procjenjivanje interakcije (Donath, 2004., prema Milardović 2010:102). Donath ističe kako identitet u virtualnoj zajednici postaje nejasan, te mu ,,nedostaju mnoga osnovna obilježja ličnosti i društvenih uloga na koja smo naviknuti u materijalnom svijetu." (prema Milardović 2010:102)

Prema Robu Shieldsu za dio ljudi koji se koristi društvenim mrežama one predstavljaju samo još jedan oblik komunikacije, dok su za drugi dio ljudi one lijek protiv usamljenosti i depresije. Osim toga, društvene mreže omogućuju uvid u alternativne identitete i osobnosti, te nude povezanost i zajedništvo. Ono što takav oblik komunikacije čini toliko jakim je iluzija individualnog zadobivanja moći. Pojedinac preko virtualnog svijeta ostvaruje svoje snove, te nadilazi granice svijesti, doživljaja i iskustva (Shields, 2001: 153).

6. Metodologija

6.1. Predmet

Predmet ovog istraživanja je utjecaj društvenih mreža na relacijski identitet.

6.2. Cilj

Osnovni cilj ovog istraživanja je analizirati utjecaj društvenih mreža na relacijski identitet iz perspektive studenata Sveučilišta u Zagrebu. Identifikacija predstavlja društveni

proces, te je stoga svaki identitet društveni i relacijski (Kalanj, 2003. prema Cifrić i Nikodem, 2006: 332). Relacijski identitet nije jednoznačan, on označava socijalni identitet koji se uspostavlja u odnosu prema drugima, odnosno shvaćen je kao odnos pojedinca ili kolektiva prema pet odrednica: prema sebi, drugima, prirodi, bogu i svijetu. To znači da se mogu empirijski utvrditi neke od dimenzija, te ih je moguće logički i statistički dovesti u vezu (Cifrić i Nikodem, 2006: 333). U ovom radu će se od navedenih odrednica istraživati samo odnos prema sebi i drugima. Dobiveni rezultati će se usporediti sa rezultatima Cifrića i Nikodema koji su relacijski identitet istraživali 2006. godine.

Osim toga analizira se odnos aktivnosti u (online) Facebook grupama i vremena provedenog na društvenim mrežama sa dimenzijama osnovnih relacijskih odrednica socijalnog identiteta. U današnje vrijeme društvene mreže čine neizostavni dio naše svakodnevice, stoga imaju veliki utjecaj na mišljenje i osjećaje ljudi koji se njima koriste. Cilj rada je pored teorijskog prikaza, istražiti postoji li statistički značajna povezanost između korištenja društvenih mreža i relacijskog identiteta.

6.3. Hipoteze

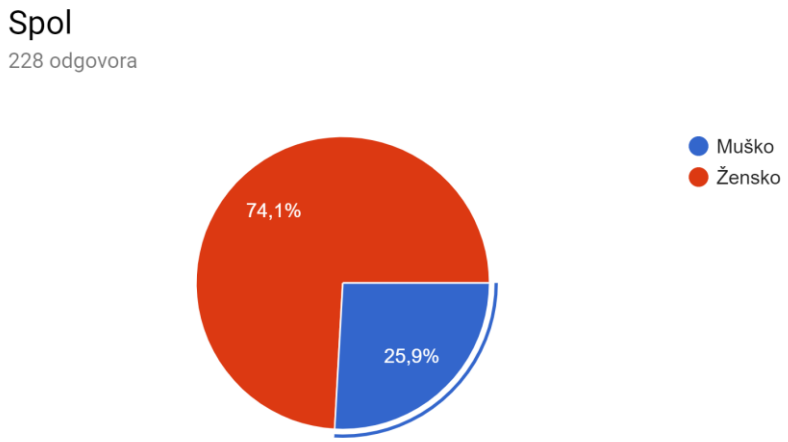
H1: Postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tome što utječe na sliku o Hrvatskoj.

H2: Postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tipičnom pripadniku druge regije.

6.4. Metoda i uzorak

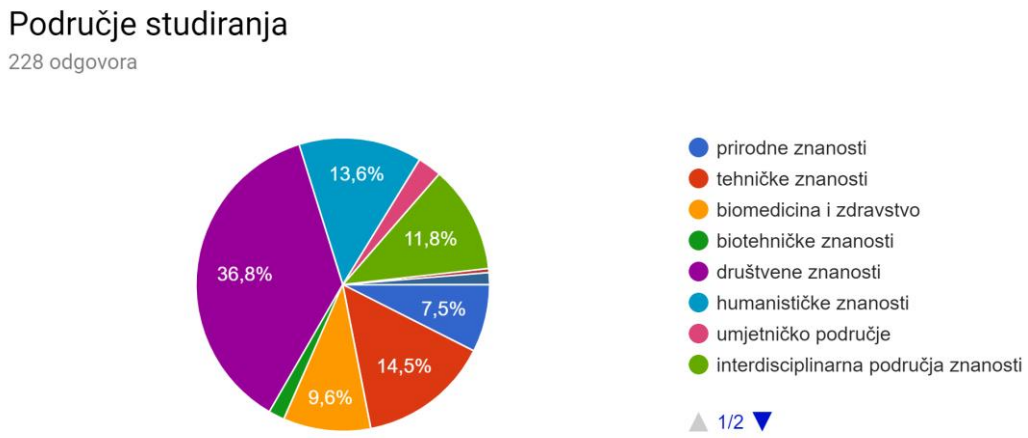
Većina je istraživanja koja su se bavila utjecajem društvenih mreža i istraživanjem relacijskog identiteta, kvantitativnog pristupa. Stoga i ovaj rad pristupa na taj način kako bi se dobili statistički podaci o tome koliko i na koji način mladi koriste društvene mreže i u kojoj mjeri to utječe na relacijski identitet. Istraživanje je provedeno tijekom lipnja i srpnja 2019. godine na prigodnom uzorku od 219 ispitanika, od kojih 74,1% ženskih i 25,9% muških ispitanika (vidi Slika 1) . Anketa je napravljena u formatu googleforms.

Pod pretpostavkom da su mladi najaktivniji na Facebooku, link za anketu je objavljen i promoviran na Facebook grupama koje su usko namjenjene studentima. Za skupinu ispitanika odabrani su studenti Sveučilišta u Zagrebu. Sinteza rezultata istraživanja obavljala se primjenom SPSS-a.

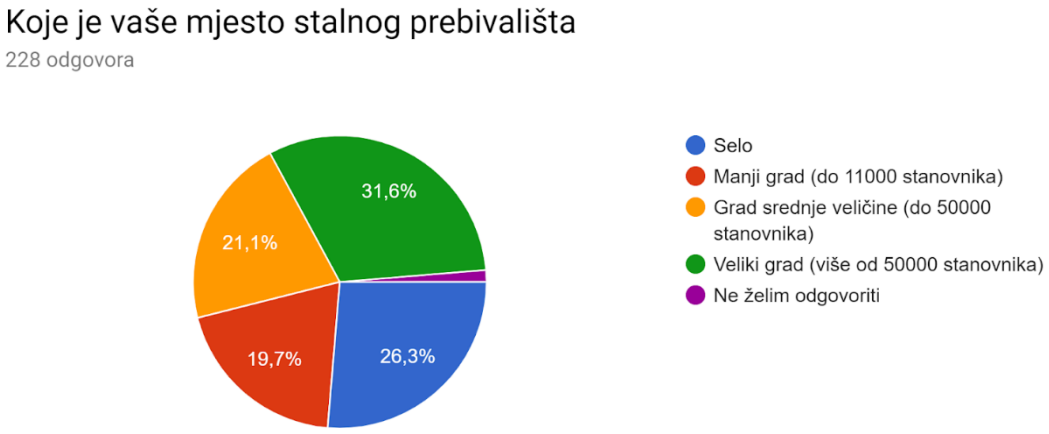


Slika 1 Postotak ispitanika po spolu

U instrumentu se tražilo i područje studiranja (vidi Slika 2.), te mjesto stalnog prebivališta (vidi Slika 3.)



Slika 2 Postotak ispitanika po području studiranja



Slika 3 Postotak ispitanika po mjestu stalnog prebivališta

Vidljivo je dakle da je najveći broj ispitanika ženskog spola. Društvene znanosti kao područje studiranja ispitanika su zastupljene sa 36,8%, tehničke znanosti sa 14,5%, humanističke sa 13,6%, interdisciplinarna područja znanosti sa 11,8%, biomedicina i zdravstvo sa 9,6%, umjetničko područje sa 2,6%, biotehničke znanosti sa 1,8%, interdisciplinarna područja umjetnosti sa 0,4% i ispitanika koji ne žele odgovoriti ima 1,3%. Prema mjestu stalnog prebivališta 31,6% ispitanika dolazi iz velikog grada, 26,3% sa sela, 21.1% iz grada srednje veličine, 19,7% iz manjeg grada i 1,3% ispitanika ne želi odgovoriti.

6.5. Pregled instrumenta

Instrument koji se koristio u ovome istraživanju preuzet je, i prilagođen namjeni ovog istraživanja, od autora Cifrića i Nikodema (2006.).

U ovom radu nastojalo se utvrditi relacijske identitete ispitanika i utjecaj društvenih mreža na njih. Prema Cifriću i Nikodemu (2006.) relacijski identitet označava sadržaj relacijske dimenzije, prema kojemu se uspostavlja odnos prisnosti i koji se procjenjuje važnim za osobno pripadanje i ponašanje. Prema tome identitet je istraživan na razini

percepcije na posebnim instrumentima koji su odražavali sadržaj percepcije, a analiza relacija će obuhvatiti sljedeće sadržaje:

1. Odnos prema sebi koji se odnosi na:
   a) nacionalni ponos
   b) čimbenike slike o Hrvatskoj
2. Odnos prema drugima koji se odnosi na:
   a) mišljenje stanovnika hrvatskih regija o pripadnicima drugih regija

Svaka od navedenih relacijskih dimenzija se istraživala na posebnom instrumentu. Konstruiran je instrument od 12 čestica, kojima se istražuje mišljenje ispitanika o tome koliko građani Hrvatske mogu biti ponosni na navedene sadržaje, pri čemu 1 označava ,,nimalo", a 5 ,,izrazito mnogo". Za sliku Hrvatske naveden je popis od 20 čestica za koje ispitanici trebaju reći koliko pridonose slici Hrvatske u inozemstvu, pri čemu 1 označava ,,nimalo"; a 5 ,,presudno". Na popisu 13 hrvatskih regija ispitanici će navesti mišljenje o tipičnom pripadniku svake regije. Pri čemu 1 označava ,,izrazito loše", a 5 ,,izrazito dobro" (Cifrić i Nikodem, 2006.).

7. Rezultati istraživanja

7.1. Odnos prema sebi i drugima

U ovom dijelu rada izložit ću rezultate istraživanja o relacijskim dimenzijama identiteta u 2 odjeljka, po uzoru na istraživanje Cifrića i Nikodema (2006.) Odjeljci slijede konceptualni pristup u istraživanju, a odnose se na sadržaje pojedinih relacijskih dimenzija: odnosa prema ,,sebi" i ,,drugima". Cilj je istražiti postoji li i kakva je povezanost između utvrđenih dimenzija (faktora) na svakom od tih relacijskih instrumenata i društvenih mreža koje ispitanici koriste, te u kolikoj mjeri ih koriste i na koji način.

Relacijska dimenzija odnosa prema sebi je analizirana pomoću nacionalnog ponosa, odnosno procjene dostignuća na razini cijelog društva (Cifrić i Nikodem, 2006.).

7.1.1. Odnos prema sebi

a) Nacionalni ponos

Svaki pripadnik određene nacije kao dio svog nacionalnog identiteta ima nacionalni ponos. Razlikujemo ,,opći" i ,,specifični" nacionalni ponos. ,,Opći" je zapravo osjećaj domoljublja i nacionalizma (Cifrić i Nikodem, 2006: 336). Domoljublje se razlikuje od nacionalizma, ono predstavlja pozitivnu privrženost i emocionalnu vezanost za vlastitu naciju, dok je nacionalizam vjerovanje u superiornost ili nadmoć vlastite nacije, te zagovaranje nacionalne dominacije (Feshbach i Sakano, 1997.; Esses i sur., 2005., prema Franc, 2009: 394). Teorija socijalnog identiteta razlikuje domoljublje kao pozitivnu pristranost vlastitoj grupi, od nacionalizma koji predstavlja negativan odnos prema vanjskim grupama (Brewer, 1999.; Hewstone i sur., 2002., prema Franc, 2009: 394-395). Specifičan nacionalni ponos je pozitivan odnos prema nacionalnim dostignućima na pojedinim područjima (Smith, Kim, 2006., 127-129, prema Cifrić i Nikodem, 2006.). Stoga je za istraživanje mišljenja o najvažnijim dostignućima za Hrvate, korišten specifičan nacionalni ponos. Rezultati ovog istraživanja nacionalnog ponosa bit će uspoređeni sa rezultatima koje su dobili Cifrić i Nikodem. Po uzoru na njihovo istraživanje i ovdje je korišteno 12 čestica koje se odnose na različite aktivnosti u društvu i neka obilježja društva. Ispitanici su za svaku česticu naveli stupanj ponosa: ,,nimalo" (1), ,,malo" (2), ,,osrednje" (3), ,,mnogo" (4) i ,,izrazito mnogo" (5). Rezultati su prikazani u Tablici 1 i Tablici 2.

Tablica 1 Nacionalni ponos građana Hrvatske dostignućima u Hrvatskoj

Građani Hrvatske mogu biti ponosni na:	Nimalo i malo (1+2)	Osrednje (3)	Mnogo i izrazito mnogo (4+5)
Stupanj ostvarenosti demokracije u Hrvatskoj	38,8%	46,1%	15,1%
Važnost Hrvatske u regiji	31%	44,7%	24,2%
Znanstvena i tehnološka dostignuća	18,8%	33,3%	47,9%
Dostignuća u sportu	3,7%	6,4%	68%
Ostvarenja u umjetnosti i književnosti	11,9%	34,2%	53,9%
Hrvatske oružane snage	18,3%	37%	44,7%
Hrvatsku povijest	9,1%	27,4%	63,5%
Očuvanost okoliša u Hrvatskoj	25,1%	45,7%	29,2%
Hrvatsku Katoličku crkvu	42%	30,6%	27,4%
Stupanj tolerancije među različitim društvenim grupama	51,1%	33,8%	15,1%
Stupanj obrazovanosti stanovništva	23,3%	48,4%	28,5%
Domovinski rat	22,8%	24,7%	52,5%

Tablica 2 Rangiran nacionalni ponos

Najviše ponosni **50-68%**	**Osrednje ponosni** **20-50%**	**Najmanje ponosni** **1-20%**
1. Dostignuća u sportu	5. Znanstvena i tehnološka dostignuća	11. Stupanj ostvarenosti demokracije u Hrvatskoj
2. Hrvatska povijest	6. Hrvatske oružane snage	12. Stupanj tolerancije među različitim društvenim grupama
3. Ostvarenja u umjetnosti i književnosti	7. Očuvanost okoliša u Hrvatskoj	
4. Domovinski rat	8. Stupanj obrazovanosti stanovništva	
	9. Hrvatska Katolička crkva	
	10. Važnost hrvatske u regiji	

Tablice 1 i 2 prikazuju nacionalni ponos građana Hrvatske dostignućima u Hrvatskoj, prema odgovorima ispitanika građani Hrvatske mogu biti najviše ponosni na dostignuća

u sportu (68%), na hrvatsku povijest (63,5%) , ostvarenja u umjetnosti i književnosti (53,9%) i domovinski rat (52,5%).

Dvije distribucije (br.11 i 12) zauzimaju posljednja mjesta, što znači da građani Hrvatske mogu biti najmanje ponosni na: stupanj ostvarenosti demokracije u Hrvatskoj (15,1%) i stupanj tolerancije među različitim društvenim skupinama (15,1%)

Istraživanje iz 2006. autora Cifrića i Nikodema u kojem su korišteni isti instrumenti, prikazuje gotovo jednake rezultate, po kojima (prema mišljenju ispitanika) građani Hrvatske mogu biti najviše ponosni na dostignuća u sportu, Domovinski rat i hrvatsku povijest. Jedina distribucija koja je više izražena u ovom istraživanju su ostvarenja u umjetnosti i književnosti. Uzrok toga može biti razlika u razini obrazovanja ispitanika, u uzorku Cifrića i Nikodema samo 12,9% ispitanika ima završeno više i visoko obrazovanje, dok su uzorku ovog istraživanja svi ispitanici studenti Sveučilišta u Zagrebu. Osim toga, istraživanje Cifrića i Nikodema provođeno je 2004. godine, a državna matura je uvedena školske godine 2009/2010. Maturom se pridala veća važnost umjetničkim i književnim djelima Hrvatske.

b) Čimbenici slike o Hrvatskoj

Jedan od važnih čimbenika identiteta su obilježja prema kojima se prepoznaje naciju kojoj pripadaju. Stoga su istraživana obilježja prema kojima se stvara slika o Hrvatskoj u drugim zemljama, odnosno imidž Hrvatske. Imidž se može objasniti kao ,,slika, osjećaj ili asocijacija koja se stvara u čovjekovoj svijesti pri viđenju ili spomenu nekog subjekta (osobe, institucije, korporacije ili države), odnosno dojam ili predodžba koju javnost već ima o tom subjektu." (Skoko, 2004: 23, prema Klasnić, 2011: 132) Vedriš i Kesić 2006. godine (prema Klasnić, 2011: 132) tvrde da je slika neke zemlje kreirana prema obilježjima te zemlje, a to mogu biti: reprezentativni proizvodi, ekonomska i politička obilježja, povijest i tradicija zemlje, kao i mnoge druge karakteristike. U ovome radu ispitanici su procjenjivali utjecaj 20 čestica, odnosno koliko svaki od navedenih elemenata utječe na sliku o Hrvatskoj (,,nimalo" do ,,presudno"). Rezultati su prikazani u Tablici 3.

Tablica 3 Što utječe na sliku o Hrvatskoj

Što utječe na sliku o Hrvatskoj?	Nimalo i malo (1+2)	Srednje (3)	Mnogo i presudno (4+5)
1. Hrvatski mentalitet	4,6%	12,3%	83,1%
2. Domovinski rat	12.8%	30,6%	56,6%
3. Industrijski proizvodi (npr Vegeta, Sumamed, Cedevita)	19,7%	43,4%	37%
4. Korupcija	8,7%	21%	70,4%
5. Izumi (npr. penkala, kravata)	21,5%	35,5%	33%
6. Komunističko naslijeđe	30,6%	50,2%	19,2%
7. Hrvatski sportaši	3,2%	5,5%	91,3%
8. Narodni običaji i folklor	16,9%	41,1%	42%
9. Haške optužnice	32,4%	42%	25,6%
10. Prirodne ljepote i očuvanost okoliša	2,8%	9,1%	88,1%
11. Organizirani kriminal (npr šverc ljudi i droge)	45,2%	35,6%	19,2%
12. Ponašanje navijača	18,3%	37,4%	44,3%
13. Suvremena hrvatska umjetnost	43%	41,6%	15,6%
14. Povijesna baština (spomenici, drevne građevine)	8,7%	33,8%	57,6%
15. Tradicionalni proizvodi (npr pršut, kulen, sir, vino)	7,3%	26%	66,7%
16. Antifašizam	47,1%	42,9%	10%
17. Sloboda medija	27,5%	37%	25,5%
18. Ustaštvo	37,9%	35,6%	26,5%
19. Hrvatski znanstvenici	14,6%	41,6%	43,8%
20. Turizam	6,4%	22,8%	70,8%

Prema Tablici 3. najveći postotak ispitanika misli da na sliku o Hrvatskoj ,,mnogo i presudno" utječu: hrvatski sportaši (91,3%), prirodne ljepote i očuvanost okoliša (88,1%), hrvatski mentalitet (83,1%), turizam (70,8%) i korupcija (70,4%).

Navjeći postotak ispitanika je izjavio kako na sliku Hrvatske, odnosno imidž Hrvatske u svijetu ,,nimalo i malo" utječu: Antifašizam (47,1%), Organizirani kriminal (npr šverc ljudi i droge) (45,2%) Suvremena Hrvatska umjetnost (43%) , ustaštvo (37,9%)

Kada istraživanje usporedimo sa onim Cifrića i Nikodema (2006.) tada su haške optužnice prema mišljenju ispitanika imale ,,mnogo ili presudno" utjecaja na sliku o Hrvatskoj, dok po ovome istraživanju haške optužnice imaju ,,nimalo i malo'' utjecaja. Klasnić razlog tome nalazi u opadanju javnog i medijskog interesa na tu temu. Do opadanja dolazi nakon izručenja generala A. Gotovine Haagu (2005. godine), što je bio najistaknutiji zahtjev haaškog tužiteljstva (Klasnić, 2011: 141). Osim toga sud u Haagu je 2017. godine prestao sa radom, što također dovodi do opadanja interesa za tu temu.

Statističkom metodom Hi-kvadrat testa istražujemo postoji li statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti na online (Facebook) grupama i mišljenja o tome što utječe na sliku o Hrvatskoj. Kako bi se ispitala povezanost korišteno je prethodno navedenih 20 čestica odnosno elemenata koji utječu na sliku o Hrvatskoj i 5 novih čestica koje se odnose na aktivnosti ispitanika u online (Facebook) grupama, a dijelimo ih na: ,,Čitam vijesti i rasprave", ,,Ne pratim vijesti i rasprave", ,,Nisam član/članica niti jedne grupe", ,,Ponekad sudjelujem u raspravama" i ,,Redovito sudjelujem u raspravama". Rezultati prema kojima postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti prikazani su u Tablici 4.

Tablica 4 Statistički značajna vjerojatnost povezanosti između čimbenika imidža i aktivnosti u (online) Facebook grupama

Što utječe na sliku o Hrvatskoj? / Koliko ste aktivni u (online) Facebook grupama	Sig.
Korupcija	0,000
Hrvatski sportaši	0,001
Haške optužnice	0,008
Prirodne ljepote i očuvanost okoliša	0,000
Ustaštvo	0,023

Prema rezultatima istraživanja postoji statistički značajna vjerojatnost povezanosti koja dokazuje da ispitanici koji čitaju vijesti i rasprave tvrde kako korupcija ,,mnogo i presudno" utječe na sliku o Hrvatskoj. Jednako mišljenje ima i 14 ispitanika koji ponekad sudjeluju u raspravama.

Rezultati su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja korupcije na sliku o Hrvatskoj

		Što utječe na sliku o Hrvatskoj? [Korupcija]		
		Nimalo i malo	Srednje	Mnogo i presudno
Koliko ste aktivni u online (Facebook) grupama?	Čitam vijesti i rasprave	11 6,6%	33 19,6%	124 73,8%
	Ne pratim vijesti i rasprave	3 9,7%	9 29,0%	19 61,3%
	Nisam član/članica niti jedne grupe	1 33,3%	1 33,3%	1 33,3%
	Ponekad sudjelujem u raspravama	2 14,2%	2 14,3%	10 71,5%
	Redovito sudjelujem u raspravama	2 66,7%	1 33,3%	0 0,0%
Total		19 8,7%	46 21,0%	154 70,4%

Dokazana je i povezanost mišljenja o utjecaju „Hrvatskih sportaša" na imidž Hrvatske sa aktivnosti u (online) Facebook grupama. Najveći postotak ispitanika koji smatraju da hrvatski sportaši imaju mnogo ili presudno utjecaja, su oni koji čitaju vijesti i rasprave u grupama (94%), kao i onih 85,7% ispitanika koji ponekad sudjeluju u raspravama.

Rezultati su prikazani u tablici 6.

Tablica 6 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja hrvatskih sportaša na sliku o hrvatskoj

Crosstab

		Što utječe na sliku o Hrvatskoj? [Hrvatski sportaši]		
		Nimalo i malo	Srednje	Mnogo i presudno
Koliko ste aktivni u online (Facebook) grupama?	Čitam vijesti i rasprave	3 1,8%	7 4,2%	158 94%
	Ne pratim vijesti i rasprave	2 6,5%	3 9,7%	26 83.9
	Nisam član/članica niti jedne grupe	0 0,0%	1 33,3%	2 66,7%
	Ponekad sudjelujem u raspravama	1 7,1%	1 7,1%	12 85.7%
	Redovito sudjelujem u raspravama	1 33,3%	0 0,0%	2 66,7%
Total		1 ,5%	12 5,5%	200 91.3%

Najveći postotak ispitanika (89,9%) koji na online grupama čitaju vijesti i rasprave smatra da su prirodne ljepote i očuvanost okoliša presudni za sliku o Hrvatskoj. U manjem postotku su ispitanici koji imaju isto mišljenje ali ne prate vijesti i rasprave (83,9%) i oni koji ponekad sudjeluju u raspravama (85,7%) Rezultati su prikazani u tablici 7.

Tablica 7 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja prirodnih ljepota i očuvanosti okoliča na sliku o Hrvatskoj

Crosstab

		Što utječe na sliku o Hrvatskoj? [Prirodne ljepote i očuvanost okoliša]		
		Nimalo i malo	Srednje	Mnogo i presudno
Koliko ste aktivni u online (Facebook) grupama?	Čitam vijesti i rasprave	2 1,2%	15 8,9%	151 89,9%
	Ne pratim vijesti i rasprave	1 3,2%	4 12,9%	26 83,9%
	Nisam član/članica niti jedne grupe	1 33,3%	0 0,0%	2 66,7%
	Ponekad sudjelujem u raspravama	1 7,1%	1 7,1%	12 85,7%
	Redovito sudjelujem u raspravama	1 33,3%	0 0,0%	2 66,7%
Total		6 2,8%	20 9,1%	193 88,1%

Haškim optužnicama i ustaštvu srednju važnost pridaju ispitanici koji čitaju vijesti i rasprave, ali i velik broj onih koji ne prate vijesti i rasprave. Međutim mnogo i presudno važnosti ustaštvu pridaju i oni ispitanici koji ponekad sudjeluju u raspravama. Rezultati su vidljivi u tablicama 8. i 9.

		Što utječe na sliku o Hrvatskoj? [Haške optužnice]		
		Nimalo i malo	Srednje	Mnogo i presudno
Koliko ste aktivni u online (Facebook) grupama?	Čitam vijesti i rasprave	52 30.9%	74 44,0%	42 25%
	Ne pratim vijesti i rasprave	10 32,3%	15 48,4%	6 19,4%
	Nisam član/članica niti jedne grupe	1 33,3%	0 0,0%	2 66,6%
	Ponekad sudjelujem u raspravama	6 42,8%	3 21,4%	5 35,7%
	Redovito sudjelujem u raspravama	2 66,6%	0 0,0%	1 33,3%
Total		71 32,4%	92 42,0%	56 25,6%

Tablica 8 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaju haških optužnica na sliku o Hrvatskoj

Tablica 9 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaju ustaštva na sliku o Hrvatskoj

Crosstab

		Što utječe na sliku o Hrvatskoj? [Ustaštvo]		
		Nimalo i malo	Srednje	Mnogo i presudno
Koliko ste aktivni u online (Facebook) grupama?	Čitam vijesti i rasprave	61	67	40
		36,3%	39,9%	23,8%
	Ne pratim vijesti i rasprave	12	9	10
		38,7%	29,0%	32,3%
	Nisam član/članica niti jedne grupe	2	1	0
		66,6%	33,3%	0,0%
	Ponekad sudjelujem u raspravama	5	1	8
		35,7%	7,1%	57,1%
	Redovito sudjelujem u raspravama	3	0	0
		100%	0,0%	0,0%
Total		20	78	58
		9,1%	35,6%	26,5%

Iz tablica je vidljivo kako na mišljenje ispitanika jak utjecaj ima čitanje vijesti i rasprava u grupama. Svi čimbenici za koje ispitanici tvrde da imaju utjecaj na sliku o Hrvatskoj su medijski eksponirani. To možemo objasniti pomoću teorije socijalne kognicije. Prema Hewstone i Stroebe ljudi su skloni brzom i ekonomičnom načinu zaključivanja, odnosno daju prednost obradi informacija koje se ističu, koje su salijentne (2001: 115).

7.1.2. Odnos prema drugima

U istraživanju je pojam ,,drugi" definiran kao drugi narodi. Prema metodologiji Cifrića i Nikodema (2006) ispitivalo se mišljenje ispitanika (skala od ,,izrazito loše" do ,,izrazito dobro") o ,,tipičnim pripadnicima" drugih regija. Rezultati su prikazani u Tablici 10.

Tablica 10 Mišljenje ispitanika o tipičnom pripadniku druge regije

Kakvo mišljenje imate o tipičnom pripadniku druge regije?	Izrazito i prilično loše (1+2)	Ni loše ni dobro (3)	Prilično i izrazito dobro (4+5)
1.Zagrepčani	8,3%	39,3%	52,5%
2.Zagorci	12,7%	35,2%	52%
3.Slavonci	4,1%	23,7%	72,2%
4.Međimurci	8,2%	43,4%	48,4%
5.Podravci	3,6%	51,1%	45,2%
6.Ličani	5,5%	48,9%	45,7%
7.Gorani	3,7%	55,7%	40,6%
8.Istrani	10,1%	37,4%	52,5%
9.Primorci	4,6%	39,3%	56,2%
10.Dalmatinci	12,3%	24,7%	63%
11.Hercegovci	24,7%	28,3%	47,1%
12.Kordunaši	7,3%	62,1%	30,5%
13.Banijci	7,7%	59,4%	32,9%
14.Baranjci	5,1%	45,2%	49.8%

Najveći postotak ispitanika je izjavio da ima ,,prilično i izrazito dobro" mišljenje o: Slavoncima (72,2%), Dalmatincima (63%), Primorcima (56,2%)

Ispitanici su u malom postotku iznosili ,,Izrazito i prilično loše" mišljenje o pripadnicima drugih regija, jedino u slučaju Hercegovaca je taj postotak veći, odnosno 24,7%

Prema Fisku i Neubergu ljudi na druge prvo reagiraju tako da ih kategoriziraju, a nakon toga se oslanjaju na stereotipe, te smatraju da imaju pravo prosuđivati o drugoj osobi u stupnju u kojem o drugoj osobi imaju dovoljno informacija. Iz toga proizlaze mišljenja o pripadnicima drugih regija. Nakon što su ljudi kategorizirani u regije, ispitanici se počinju koristiti stereotipima kako bi na brz i ekonomičan način došli do zaključaka. (Hewstone i Stroebe, 2001., 115-119)

Dalje je ispitivano postoji li statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti na online (Facebook) grupama i mišljenja o tipičnom pripadniku druge regije. Prema rezultatima povezanost postoji kod mišljenja o: Dalmatincima i Hercegovcima.

Ispitanici koji čitaju vijesti i rasprave imaju ,,ni dobro ni loše" mišljenje o pripadnicima Dalmacije i Hercegovine, dok oni koji ne čitaju vijesti i rasprave imaju ,,izrazito dobro" mišljenje. Također ispitanici koji su odgovorili da ponekad sudjeluju u raspravama imaju ,,prilično i izrazito dobro" mišljenje o Dalmatincima i Hercegovcima.

Osim toga ispitivana je povezanost između mišljenja o tipičnom pripadniku druge regije i vremenu provedenom na društvenim mrežama. Vrijeme je podijeljeno na 5 čestica: ,,manje od 1 sat", ,,1-2 sata", ,,2-3 sata", ,,3-4 sata" i ,,više od 4 sata"

Statistički značajna vjerojatnost povezanosti je pronađena kod mišljenja o Kordunašima i Banijcima. U oba slučaja ispitanici koji provode „manje od 1 sat" na društvenim mrežama imaju ,,prilično dobro" mišljenje, dok svi oni ispitanici koji provode više vremena od 1 sat imaju ,,ni dobro ni loše" mišljenje.

8. Zaključak:

Hipoteza 1 ispitivala je postoji li statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tome što utječe na sliku o Hrvatskoj. Hipoteza je potvrđena, iz istraživanja se može zaključiti da ispitanici koji u grupama čitaju vijesti i rasprave smatraju kako neka od obilježja imaju velikog utjecaja na sliku o Hrvatskoj.

Hipoteza 2 ispitivala je postoji li statistički značajna vjerojatnost povezanosti između aktivnosti u (online) Facebook grupama i mišljenja ispitanika o tipičnom pripadniku druge regije. Hipoteza je također potvrđena, iz istraživanja se može zaključiti da je mišljenje ispitanika o drugim regijama različito ovisno o tome čitaju li vijesti i rasprave ili ne.

Istraživanje je dalo vrijedne podatke o povezanosti između društvenih mreža i relacijskog identiteta. Dokazana je statistički značajna vjerojatnost povezanosti između varijabli. Glavna poteškoća u analiziranju rezultata je nedostatak ispitanika koji nisu članovi nijedne grupe.

Kao prijedlog za daljnju razradu, bilo bi zanimljivo produbiti svaku hipotezu te istražiti postoji li povezanost između pripadanja određenim facebook grupama i područja studiranja.

9. Literatura:

Benoist A., *Mi i Drugi: Što je to identitet?* prev. Sunić T. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/mi_i_drugi_-_to_je_to_identitet.pdf (stranica posjećena 20. kolovoza 2019.)

Cifrić I., Nikodem K. (2006.) „Relacijski identiteti: socijalni identitet i relacijske dimenzije" *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja,* 1-334

Cifrić I., Nikodem K., (2007.) „Socijalni identitet u Hrvatskoj: koncept i dimenzije socijalnog identiteta", *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline,* 173-179

Čičak A., Žuškić A., „Nacionalni identitet i njegova važnost tijekom ulaska u Europsku uniju" *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti,* 99

Franc R., Ivičić I., Šakić V., (2009.) „Oblici domoljublja i izraženost Hrvatskog nacionalnog identiteta", *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja,* 394-395

Hewstone M., Stroebe W. (2001.) *Socijalna psihologija,* Zagreb: Naklada slap

Kalanj R. (2010.)„ Identitet i politika identiteta (Politički identitet)" / ur: Budak, Neven ; Katunarić, Vjeran . (ur.). *Hrvatski nacionalni identitet u globalizirajućem svijetu.* Zagreb : Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo: Pravni fakultet, 118- 124

Kalanj R. (2008.) *Modernizacija i identitet,* Zagreb: Politička kultura

Kale E. (1999.) *Hrvatski kulturni i politički identitet*, Osijek-Zagreb-Split: Pan liber

Klasnić K., (2011.) „Što utječe na sliku Hrvatske u inozemstvu? Mišljenje građana Republike Hrvatske", *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja*, 132- 141

Milardović A. (2010.) *Globalno selo*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja

Milardović, A. (2011.) „ Druga moderna : (fragmenti o kulturi Zapada)" 2. izdanje, Zagreb: Centar za politološka istraživanja.

Nikodem K. (2004.) ,, Čiji su to svjetovi iza nas? Virtualna stvarnost i ljudski identiteti" *Socijalna ekologija : časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline*, 211-223

Sekulić, D. (2014.) *Identitet i vrijednosti*, Zagreb: Politička kultura

Shields R. (ur.) (2001.) *Kulture interneta: Virtualni prostori, stvarne povijesti i živuća tijela*, Zagreb: Jesenski i Turk

Tofant J., (2004.) ,,Povezanost nacionalnog identiteta s osobnim i kolektivnim samopoštovanjem", diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb

Vujević M. (2007.) ,, Nacionalna identifikacija u Hrvatskoj" *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 388

10. Dodaci

10.1. Slike

Slika 1 Postotak ispitanika po spolu 9
Slika 2 Postotak ispitanika po području studiranja 9
Slika 3 Postotak ispitanika po mjestu stalnog prebivališta 10

10.2. Tablice

Tablica 1 Nacionalni ponos građana Hrvatske dostignućima u Hrvatskoj 13
Tablica 2 Rangiran nacionalni ponos 13
Tablica 3 Što utječe na sliku o Hrvatskoj 15
Tablica 4 Statistički značajna vjerojatnost povezanosti između čimbenika imidža i aktivnosti u (online) Facebook grupama 16
Tablica 5 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja korupcije na sliku o Hrvatskoj 17
Tablica 6 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja hrvatskih sportaša na sliku o hrvatskoj 18
Tablica 7 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaja prirodnih ljepota i očuvanosti okoliča na sliku o Hrvatskoj 19
Tablica 8 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaju haških optužnica na sliku o Hrvatskoj 20
Tablica 9 Povezanost između aktivnosti u online (Facebook) grupama i utjecaju ustaštva na sliku o Hrvatskoj 21
Tablica 10 Mišljenje ispitanika o tipičnom pripadniku druge regije 22