

# Intrapersonalna komunikacija i mladi

---

Hibik, Adriana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:546637>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-03**



**FILOZOFSKI FAKULTET**  
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet  
Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Nakladništva

Adriana Hibik

## **Intrapersonalna komunikacija i mladi**

Diplomski rad

Mentor: doc.dr.sc Milijana Mičunović

Osijek, 2023.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet Osijek  
Odsjek za informacijske znanosti  
Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Nakladništva

Adriana Hibik

## **Intrapersonalna komunikacija i mladi**

Diplomski rad

Društvene znanosti, Informacijske i komunikacijske znanosti, Informacijski sustavi i

Informatologija

Mentor: doc.dr.sc. Milijana Mičunović

Osijek, 2023.

**Prilog: Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje**

Obveza je studenta da donju Izjavu vlastoručno potpiše i umetne kao treću stranicu završnog odnosno diplomskog rada.

**IZJAVA**

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 12. 5. 2023.

Adriana Hibić, 0122223583  
ime i prezime studenta, JMBAG

## SAŽETAK

Cilj je ovoga rada istražiti percepciju, stavove, navike i prakse mladih, konkretno generacije Z, u području intrapersonalne komunikacije *per se* i intrapersonalne komunikacije kao zamišljene interakcije, kao i učinak koji intrapersonalna komunikacija ima na mlade. Svrha rada jest pružiti dublji uvid u problematiku intrapersonalne komunikacije generacije Z i osvijestiti važnost njezina istraživanja. Intrapersonalna komunikacija najčešće se definira kao komunikacija sa samim sobom, odnosno kao komunikacija u kojoj je pošiljalatelj poruke ujedno i njezin primatelj. Općenito se razlikuju intrapersonalna komunikacija *per se* kojoj je cilj pojasniti si određene ideje i misli ili analizirati i reflektirati se na određenu situaciju ili događaj te intrapersonalna komunikacija u funkciji zamišljene interakcije. U radu je provedeno istraživanje primjenom kvantitativne metode anketiranja pripadnika generacije Z (n=245) putem sustava LimeSurvey. Istraživanje je provedeno u razdoblju od siječnja do ožujka 2023. godine, a za statističku obradu korišten je program SPSS. Rezultati su obrađeni metodom deskriptivne statistike i sadržajne analize. Rezultati su pokazali da su pripadnici generacije Z, unatoč društvenoj umreženosti, korištenju društvenih medija i intenzivnoj komunikaciji s vršnjacima, svjesni uloge i važnosti intrapersonalne komunikacije, da ju u određenoj mjeri svakodnevno prakticiraju i da ona ima pozitivan utjecaj i učinak na njihovu osobnost i svakodnevni (privatni i profesionalni) život. Intrapersonalna komunikacija može biti jednako dinamičnom, značajnom i učinkovitom za privatni i profesionalni život mladih, a vještine intrapersonalne komunikacije u pozitivnoj su korelaciji s općim životnim zadovoljstvom, profesionalnim uspjehom i kvalitetnim društvenim odnosima. Stoga joj tom području komunikacije potrebno posvetiti veću stručnu i znanstvenu pozornost.

Ključne riječi: intrapersonalna komunikacija, komunikacijske vještine, generacija Z, zamišljena interakcija

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	6
2. INTRAPERSONALNA KOMUNIKACIJA.....	7
2.1. DEFINICIJA, TIPOVI I OBILJEŽJA INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE.....	10
2.2. FUNKCIJE INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE.....	18
3. GENERACIJA Z.....	20
3.1. KOMUNIKACIJSKE NAVIKE, PRAKSE I VJEŠTINE GENERACIJE Z.....	21
4. ISTRAŽIVANJE INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE KOD MLADIH.....	22
4.1. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA.....	22
4.2. METODOLOGIJA I UZORAK.....	23
4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	24
5. RASPRAVA.....	46
6. ZAKLJUČAK.....	52
7. LITERATURA I IZVORI.....	54
8. PRILOG (Anketni upitnik).....	57

## 1. UVOD

Zadatak je ovoga rada ispitati percepciju mladih, pripadnika generacije Z, njihove stavove i navike prakticiranja intrapersonalne komunikacije, odnosno kako, u koje svrhe i s kojim učinkom mladi koriste intrapersonalnu komunikaciju. Intrapersonalna komunikacija temelj je svih drugih oblika komunikacije, a kao svakodnevni samogovor ključni je čimbenik čovjekove samopercepcije i samopoimanja, kao i percepcije, poimanja i razumijevanja svijeta koji ga okružuje te tako predstavlja temelj njegova duhovnog, psihičkog i fizičkog zdravlja i ravnoteže. Unatoč tomu, područje intrapersonalne komunikacije relativno je slabije istraženo područje u odnosu na ostala područja komunikacije, poput interpersonalne komunikacije i javne komunikacije, kao i u odnosu na različite tipove i vrste komunikacije, poput interkulturalne i neverbalne komunikacije. Slaba istraženost intrapersonalne komunikacije posebno je izražena u odnosu na specifičnost komuniciranja generacije Z što je bilo jednim od motivacijskih čimbenika u pisanju ovoga rada.

U prvom tematskom poglavlju *Intrapersonalna komunikacija* govori se o općenito o procesu komunikacije kao kontekstu za raspravu o intrapersonalnoj komunikaciji, daje se definicija intrapersonalne komunikacije uz objašnjenje modela i procesa intrapersonalne komunikacije. Također, u ovom su poglavlju navedeni i opisani tipovi intrapersonalne komunikacije, njezina obilježja i funkcije.

Drugo tematsko poglavlje *Generacija Z* započinje određenjem samoga pojma „generacija Z” te problematizira pitanje komunikacijskih navika i komunikacijske prakse i vještina generacije Z.

U istraživačkom dijelu rada opisani su detaljnije cilj i svrha istraživanja, navedena su istraživačka pitanja, dan je metodološki okvir istraživanja, odnosno opisani su metoda i uzorak, te su prikazani i opisani rezultati istraživanja. U konačnici, u poglavlju *Rasprava* obrazlažu se dobiveni rezultati u odnosu na teorijski pregled literature i stavove odabranih autora, ali i u odnosu na postavljena istraživačka pitanja. U zaključnom poglavlju iznesene su sinteze najvažnijih stavova i spoznaja, odnosno zaključci na temelju rezultata istraživanja. Također, dan je kraći pregled izazova i ograničenja provedenog istraživanja te prijedlog budućih istraživanja u području intrapersonalne komunikacije generacije Z.

## 2. INTRAPERSONALNA KOMUNIKACIJA

Postoji proces koji je već toliko ustaljen u svakom čovjeku da mu možda ne pridajemo uvijek dovoljnu pažnju, a to je komunikacija. Komunikacija je svakodnevna aktivnost i oduvijek je bila dijelom ljudskih odnosa i interakcije. Obzirom da je čovjek socijalno biće od izuzetne je važnosti dobro poznavati komunikacijski proces i razviti, odnosno usavršiti sposobnosti i vještine komuniciranja, kako u privatnom tako i u profesionalnom životu. Razvijene komunikacijske vještine podrška su u obavljanju svakodnevnih aktivnosti i zadataka, važne su u održavanju kvalitetnih odnosa s bliskim ljudima i suradnicima, odgoju djece, odnosu s partnerom, važne su za osobni razvoj, ostvarenje poslovnog uspjeha te za ostvarenje brojnih drugih osobnih i profesionalnih ciljeva. Teško bi bilo pronaći bilo koji aspekt života koji ne uključuje komunikaciju.

Komunikacija je svojstvena svim živim bićima, no čovjek je danas posebno ponosan na raznolikost i mogućnosti ljudske komunikacije. Unatoč njezinoj povezanosti s medijem, odnosno kanalom komunikacije, koji danas često podrazumijeva korištenje tehnologije, ljudska komunikacija nije ovisna isključivo o tehnologiji. Ona, prije svega, ovisi o situacijskom kontekstu i načinu kodiranja sadržaja komunikacije, ali i o socijalnim identitetima, socijalnoj percepciji, odnosu sudionika komunikacije te njihovom unutarnjem stanju, odnosno samopercepciji, samopoimanju, samopredstavljanju, namjerama i motivaciji za komunikacijski proces.. To se posebno odnosi na područje interpersonalne komunikacije. Stoga je, da bi se razvile komunikacijske vještine i poboljšala komunikacija, važno razumjeti zbog čega i na koji način se u datom trenutku komunikacija odvija (Hartley, 1999).

Komunikacijski proces je svaka razmjena informacija to jest prenošenje poruke od njezina pošiljatelja do primatelja putem nekog određenog kanala. Osim razmjene informacija (konkretnih ideja i misli), ljudi razmjenjuju i stavove i emocije spram poruke i sugovornika, posebice putem neverbalne komunikacije. U ljudskoj prirodi je urođena želja za društvom i prihvaćanjem od strane društva, potreba za provođenjem vremena u društvu drugih ljudi te razmjene iskustava među ljudima. Obzirom na to možemo zaključiti da je „komuniciranje najvažniji oblik socijalne interakcije. Komuniciranje je proces razmjene poruka, odnos koji se među ljudima stvara pomoću znakova.“ (Jukić i Nadrljanski, 2015, str. 17).

Za ostvarivanje verbalne komunikacije važno je poznavati jezik na kojem se komunikacija odvija, posjedovati komunikacijske vještine tj. znanja o obilježjima različitih komunikacijskih situacija, a samim time i biti sposoban izabrati prikladan oblik komunikacije te poznavati kulturne vrijednosti kao obilježja društvene strukture u kojoj se odvija komunikacijski proces.



Prema načinu komuniciranja možemo komunikaciju podijeliti na verbalnu i neverbalnu. Pojam verbalna komunikacija podrazumijeva razmjenu informacija korištenjem riječima dok neverbalna isključivo označuje komunikaciju pokretima i položajem tijela, izrazima lica, gledanjem, vanjskim izgledom, osobnim prostorom i paralingvistikom.

Vrste, odnosno tipove komunikacije možemo razlikovati i s obzirom na broj sudionika koji su uključeni u komunikacijski proces pa tako postoje:

1. intrapersonalna komunikacija
2. interpersonalna komunikacija
3. komunikacija u maloj grupi
4. javna komunikacija
5. masovna komunikacija (Plavšić, 2015, str. 9-10)

Sve vrste komunikacije na neki način zrcale osobnost, odnosno karakteristike ličnosti osobe koja sudjeluje u komunikaciji. Kako bi osoba mogla izgraditi, ali i održati pozitivnu sliku o sebi te kvalitetne odnose sa svojom okolinom, prvenstveno mora biti svjesna sebe. To bi značilo da mora biti upoznata s vlastitim karakteristikama ličnosti, svojim stavovima, uvjerenjima, željama i namjerama te znati kakvu poruku želi poslati u datom trenutku. Tu su od posebnog značaja svijest o sebi (samosvijest), odnosno samopoimanje koje predstavlja jedan od tri važna aspekta intrapersonalne komunikacije. Samosvijest podrazumijeva znanje o sebi, poznavanje sebe, kao i psihički doživljaj sebe, tj. onoga što jesmo te nam pomaže pamti i tumačiti informacije o sebi, odrediti emocionalnu reakciju s obzirom na ispunjenje vlastitih očekivanja od sebe i odrediti naše ponašanje. Samopoimanje podrazumijeva misli o sebi, tj. vlastitim tjelesnim, moralnim i osobnim značajkama (Juul, 2022; Pennington, 2004). Osobe s većim samopouzdanjem, koje mogu sagledati realnu sliku sebe, koje su odgovornije prema sebi samima, samostalno zaključuju i nezavisnije su u kreiranju mišljenja, također bolje razumiju vlastite osjećaje i misli što znači da imaju dobro razvijene intrapersonalne vještine. Samosvijest, samopoimanje, način na koji percipiramo sebe i što očekujemo od sebe od posebne su važnosti za intrapersonalnu komunikaciju.

U intrapersonalnoj komunikaciji, pošiljatelj poruke ujedno je i njezin primatelj. To znači da se protok informacija odvija unutar osobe. Intrapersonalnom komunikacijom osoba zadovoljava razne motive, namjere i potrebe koje se odnose na pitanje samopoštovanja, samopouzdanja, boljeg razumijevanja sebe. Jednako tako određene potrebe osoba zadovoljava kroz interakciju i komunikaciju s drugima. Radi se o potrebama koje su oduvijek bile dijelom čovjeka kao socijalnog bića, a uzrok im je evolucijski. Veliki dio učenja od samog početka čovjekovog života odvija u socijalnoj okolini – počevši od roditelja i obitelji, preko prijatelja, do

poslovnih kolega, i dr. Također, kvalitetna komunikacija s drugim osobama često predstavlja i užitek jer su interakcija i komunikacija s drugim osobama izvor emocionalne topline, zadovoljstva, osjećaja pripadanja, sigurnosti i drugih pozitivnih emocionalnih stanja.

Interakcija s drugim osobama ljudima omogućava da oblikuju svoj identitet. Identitet se oblikuje kroz prihvaćanje stavova drugih ili kroz oblikovanje vlastitih stavova, tj. distanciranjem od drugih. Postoje brojna istraživanja i iskustva koja potvrđuju da osjećaju smisla izrazito doprinose i zadovoljstvo životom i bliskim odnosima. S druge strane, loši odnosi predstavljaju opasne rizične faktore za mentalno zdravlje i to čak i više nego nepostojeći odnosi. Ljudi koji imaju kvalitetne i dobre odnose s drugim ljudima, mogu se bolje suočiti sa stresom i prilagoditi nekim većim životnim promjenama, a i rjeđe obolijevaju od depresije. To je vjerojatno zbog toga što se umijeće stvaranja i održavanja odnosa može povezati i s umijećem kreiranja korisnih strategija za nošenje sa stresom i promjenama. To su primjerice humor, empatija, analiza situacije i slično (Plavšić, 2015, str. 9).

Komunikacija i interakcija su, između ostalog, važne i za kognitivni razvoj čovjeka. Postoje različite teorije kognitivnog razvoja, a neke od njih posebno naglašavaju ulogu socijalnog konteksta, interakcije i komunikacije s drugima. Također, procesi poput mišljenja, razmišljanja, analiziranja i rasuđivanja koji se kao mentalni procesi odnose na kogniciju podjednako su važni aspekti intrapersonalne komunikacije. Način kako organiziramo, filtriramo i tumačimo percipirane informacije uvjetuju naše razumijevanje sebe i svijeta koji nas okružuje. Mentalne sposobnosti koje su integralni dio intrapersonalne komunikacije ujedno su i temelj kognitivnog razvoja, spoznaje i sazrijevanja, a važne su ne samo u kontekstu intrapersonalne komunikacije, već i u kontekstu našeg ponašanja i složenih interakcija s okolinom (Stenberger, 2005; Vasta, Haith i Miller, 2005).

Odnos kognitivnog razvoja i intrapersonalne komunikacije poznato je i dobro istraženo područje, barem u odnosu na mentalne procese koji su im zajednički. Obzirom na važnost intrapersonalne komunikacije za kognitivni, ali i emocionalni i socijalni razvoj svakog čovjeka, tom bi se pojmu trebalo posvetiti puno više istraživačke, tj. znanstvene pozornosti. Radi se, trenutno, o jednom od najmanje istraženih komunikacijskih područja što je kontradiktorno njegovoj vrijednosti te činjenici da je to najzastupljeniji oblik komunikacije. Kroz intrapersonalnu komunikaciju čovjek zapravo upoznaje sebe, sposoban je percipirati se i probuditi svijest o sebi. Na taj način se razvija i gradi sebe u smjeru svojih načela i mišljenja, osjećaja, želja i potreba.

## 2.1. DEFINICIJA, TIPOVI I OBILJEŽJA INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE

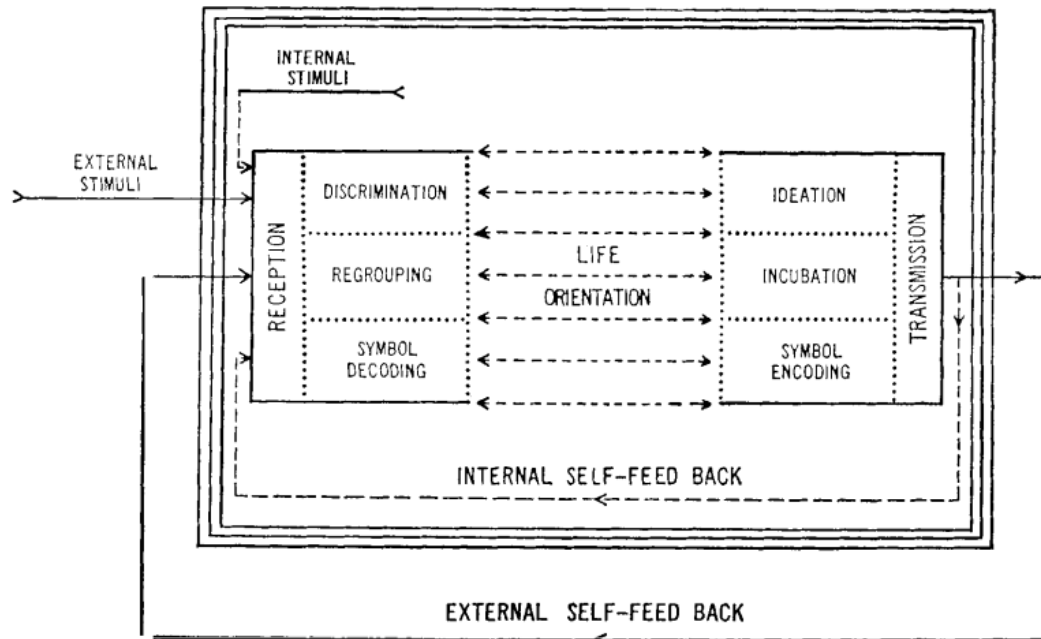
Intrapersonalna komunikacija se definira kao komunikacija osobe sa samom sobom, gdje je u isto vrijeme ona i pošiljatelj i primatelj poruke. Vrsta je to komunikacije koja je temelj svake druge komunikacije jer čovjek mora donositi odluke, analizirati, fokusirati se, učiti, zaključivati i stvarati mišljenja, a sve su to procesi koji čine intrapersonalnu komunikaciju te su ujedno dio svake druge komunikacije (interpersonalne, javne, masovne, i dr.). Uspješna i pravilna intrapersonalna komunikacija pomaže čovjeku da zadovolji čak dvije ljudske potrebe koje se navode u Maslowljevoj teoriji hijerarhija potreba. Potreba za pripadanjem i ljubavlju te potreba za poštovanjem i samopoštovanjem. Kako bi uspješno komunicirali i poslali drugima onu poruku koju zaista želimo prenijeti te kako bi bili pravilno shvaćeni i prihvaćeni u društvu, potrebno je jasno misliti, razumijevati i zaključivati, razviti osobnu odgovornost, ispravno samopoimanje i samopoštovanje. Jer upravo u skladu s unutarnjim stanjima i procesima, ljudski mozak i um oblikuju misli i ideje koje potom prevode u poruke i sadržaje koje komuniciraju s okolinom. Na dnevnoj razini ova vrsta komunikacije je zapravo najčešća jer od trenutka buđenja pa do odlaska na spavanje osoba komunicira sama sa sobom.

Neki autori intrapersonalnu komunikaciju ne bi opisali komunikacijom *per se*, nego zauzimaju tzv. konzervativniji pristup u kojem takvu komunikaciju definiraju više kao skup unutarnjih psihofizioloških procesa. Ponekad ju čak poistovjećuju sa samim procesom mišljenja, iako su predmet intrapersonalne komunikacije specifični aspekti komunikacije sa samim sobom, poput mentalne rekonstrukcije određenih komunikacijskih situacija ili zamišljanja i planiranja buduće komunikacije (Shedletsky i Aitken, 1998). Upravo zbog toga intrapersonalnu komunikaciju često se percipira kao interdisciplinarno područje usko povezano s neurofiziologijom, kognitivnom psihologijom i socijalnom psihologijom. Područje istraživanja koje je usko povezano s intrapersonalnom komunikacijom naziva se društvenom spoznajom, koja, pak, pripada području socijalne i kognitivne psihologije. Ona promatra načine na koje ljudi doživljavaju jedni druge (socijalnu percepciju), razmišljanja koja imaju o drugima, mentalne procese kojima saznaju informacije o drugim ljudima te misli o onome što vide ili čuju od drugih pojedinaca. Istraživanje samog pojma intrapersonalno otkriva kako se tim izrazom često označavaju kognitivni ili psihološki čimbenici, poput osobina ličnosti, motivacije, stavova i uvjerenja, znanja i interesa. O njima se može razmišljati kao o produktu intrapersonalne komunikacije, radije nego o intrapersonalnoj komunikaciji *per se*. Ključni način razlikovanja intrapersonalne komunikacije i čistih psiholoških čimbenika jest fokusiranje na misao o poruci kao dijelu intrapersonalne komunikacije (Shedletsky, 2017).

Cunningham (1992) ključnim procesima intrapersonalne komunikacije smatra motivaciju, percepciju i kogniciju, ali i puno širi spektar mentalnih procesa, poput mišljenja i razumijevanja, interpretacije doživljenog iskustva, planiranja, odlučivanja i rješavanja problema, pamćenja, introspekcije, svjesnosti, samosvijesti, refleksije i metakognicije, pa čak i zamišljanja, sanjarenja i sanjanja. Radi se o procesima koji se naizmjenično odvijaju u domenama svjesnog i podsvjesnog, a cilj im je pojašnjenje određenih ideja i misli, analiziranje i reflektiranje na događaje i situacije, i sl. (Washburn, 1964). Slično njemu Shedletsy (1989, str. 94-97) intrapersonalnu komunikaciju opisuje kao skup mentalnih procesa koji se aktiviraju pri svakom komuniciranju, odnosno kao obradu verbalnih i neverbalnih stimula koji ponekad nastaju unutar osobe, a ponekad izvan nje, tj. u njezinoj okolini, ali se uvijek obrađuju unutar nje. Pritom intrapersonalna komunikacija ne podrazumijeva da osoba mora biti izdvojena iz zajednica (društva), već da proces komunikacije nije pitanje razmjene između osobe i njezine okoline, nego 'razmjene' između procesa enkodiranja i dekodiranja koji se odvijaju unutar osobe. Intrapersonalna komunikacija se posebno odnosi na proces pridavanja značenja, kao i na rezultate tog procesa, odnosno sheme, oznake, sjećanje i reprezentacije. Ovakav pogled na komunikaciju stavlja naglasak na tumača, odnosno na primatelja. Sugovornik nije potreban, odnosno ideja može nastati u glavi subjekta koji je i pošiljalatelj i primatelj. Komunikacija se događa i izvan okvira interpersonalne komunikacije, odnosno osoba može hodati i pomisliti „moram oprati rublje“, što se također smatra iskustvom komunikacije. Isto tako, pri čitanju knjige i gledanju televizije događa se slično iskustvo komunikacije, a to je sve komunikacija u kojoj nije potreban odgovor, tj. nije potrebna druga osoba. (Shedletsy, 1998, str. 101-104)

U konačnici, važno je napomenuti da s obzirom da u intrapersonalnoj komunikaciji nedostaje povratna informacija sugovornika, odnosno da se komunikacijski proces odvija u granicama mentalnog okvira 'govornika', moguće je teže uočavanje pogrešaka i njihovo ispravljanje.

# INTRAPERSONAL COMMUNICATION MODEL



Slika 1. Model intrapersonalne komunikacije

(Barker i Wiseman, 1966, str. 174)

U modelu intrapersonalne komunikacije, pravokutni prostor predstavlja umni prostor komunikatora koji slikovito prikazuje način kako osoba, pod utjecajem unutarnjih i vanjskih podražaja, 'prevodi' percipirano u konkretne i smislene informacije. Unutarnji procesi koji se događaju u komunikaciji bivaju pokrenuti određenim vrstama podražaja, koji mogu biti vanjski ili unutarnji i koji se percipiraju putem zvučnih ili svjetlosnih valova. Podražaje primaju tjelesni osjetilni organi (proces recepcije), unutarnji i vanjski receptori prenose informacije u središnji živčani sustav na afektivnoj razini te ih dekodiraju. Unutarnji receptori, poput živčanih završetaka, prenose informacije u obliku osjećaja i/ili osjeta koji odražavaju psihofizičko stanje pojedinog komunikatora. Vanjski receptori, smješteni na ili blizu površine tijela, reagiraju na fizičke i kemijske podražaje kako bi pružili informacije o odnosima između komunikatora i njegove okoline. U određenom trenutku, osjetilni organi primaju veliki broj podražaja koji su klasificirani prema svojoj relativnoj snazi. Proces kroz kojeg svaki podražaj inicijalno prolazi naziva se diskriminacija pri čemu osoba odabire podražaje kojima će biti 'dopušteno' stimulirati misli. Slabiji podražaji se većinom filtriraju na putu do svjesne razine, ali čak i takvi podražaji mogu utjecati na komunikaciju u bilo kojem trenutku. Nakon toga slijedi pregrupiranje, proces u kojemu se odabrani podražaji organiziraju u smislene sekvence. Kada se podražaji dekodiraju u

simbole, dolazi do procesa oblikovanja prvotnih ideja i mentalnih koncepata. Ideja je proces razmišljanja, planiranja i organiziranja misli. To uključuje prikupljanje informacija i njihovo povezivanje s porukom kao planiranom i organiziranom misli koju želimo prenijeti ili s problemom koji želimo riješiti. Nakon toga slijedi proces "inkubacije". Ovo je proces sazrijevanja i razvijanja ideja u umu. U konačnici, simboli koji se odnose na određene misli enkodiraju se u riječi ili geste upućene samome sebi. Povratne informacije u intrapersonalnoj komunikaciji nešto su drugačije od onih koje se dobivaju na interpersonalnoj razini. Moguće se unutarne povratne informacije koje predstavljaju naše vlastite odgovore na kreiranu informaciju (misao) ili vanjske povratne informacije koje dolaze od strane nekog vanjskog izvora kao reakcija na našu misao, odnosno riječi i geste koje upućujemo sami sebi (Wiseman i Barker, 1966; Stacks i Andersen, 1989; Farley, 1992).

Ovisno o autoru, intrapersonalna komunikacija podrazumijeva, tj. uključuje različite procese. Prema Ward (2021) intrapersonalna komunikacija podrazumijeva:

- unutarnji govor,
- govor naglas upućen sebi (solo vokalna komunikacija),
- pisanje upućeno sebi (solo pisana komunikacija).

Unutarnji govor je vrsta intrapersonalne komunikacije u kojoj se komunikacija odvija u potpunosti u sebi, putem misli, kroz analizu situacija i u obliku koncentracije. Pored toga, stručnjaci ovoj kategoriji dodaju i noćne snove i senzaciju sanjarenja. Na isti su način ovdje uključene molitve, meditacija i kontemplacija.

Govor naglas upućen sebi ili solo vokalna komunikacija je drugi tip intrapersonalne komunikacije, koja se odvija kada osoba vokalno eksternalizira misao. Ova vrsta komunikacije obično se javlja kada se osoba ohrabruje, kada uvježbava poruku koja će biti odaslana drugoj osobi (npr. uvježbavanje javnog izlaganja) ili kada želi vokalizirati emocije.

Pisanje upućeno sebi vrsta je intrapersonalne komunikacije u kojoj se misli izražavaju u pisanom obliku, ali bez usmjeravanja na bilo koju osobu. Jasan primjer za to je pisanje osobnog dnevnika, dnevnika zahvalnosti ili kada se poruke ohrabrenja, između ostalog, pišu na ploči. Različiti oblici introspektivnog pisanja, kao jedan vid intrapersonalne komunikacije, mogu osobi pružiti uvid u vlastite misli, osjećaje, želje, namjere, perspektive, ali i potaknuti i proširiti iskustvo sebstva i samosvijest (Jensen, 2009).

Prema Shedletsky i Aitken (1998) intrapersonalna komunikacija podrazumijeva unutarne razgovore, zamišljene interakcije, glasovne poruke sebi, pisma upućena sebi i sl.

Autor Cunningham (1992, str. 160-161), pak, razlikuje sljedeće procese koji čine intrapersonalnu komunikaciju:

- razgovor sa samim sobom (klasični unutarnji razgovori),
- unutarnji dijalog ili razmjena značenja između svjesnog i nesvjesnog u osobi, odnosno između osobnog JA i JA koji je rezultat socijalizacije,
- proces 'transkacije' između osobe i okoline, tj. prilagodbu okolini koja uključuje upravljanje vanjskim i unutarnjim podražajima,
- percepciju koja podrazumijeva primanje, pohranu i dozivanje informacija i simboličkih apstrakcija,
- interaktivni proces davanja značenja percipiranim sirovim podacima,
- unutarnju obradu podataka,
- povratnu informaciju,
- mentalne procese poput introspekcije, pamćenja, mišljenja, i dr.,
- iskustvo vremena, odnosno temporalne prirode realnosti, te
- samopersuaziju.

Za primjer, možemo opisati nekoliko primjera intrapersonalne komunikacije kao što su introspekcija, racionalno razmišljanje, donošenje odluka i eksternalizacija emocija. Introspekcija pretpostavlja da prilikom pojave primjerice negativnih ili neugodnih emocija čiji je uzrok teško identificirati, osoba najčešće koristi samoanalizu u svrhu utvrđivanja uzroka pojave i razumijevanja takvih osjećaja. Racionalno razmišljanje pojavljuje se najčešće prilikom suočavanja osobe sa situacijom za koju nije u potpunosti spremna, to jest sa kakvom nema dovoljno iskustva da bi pronašla brzo rješenje. Primjerice, osoba na svom poslu dobije zadatak izvršiti aktivnost u kojoj nema dovoljno iskustva. Kako bi ipak uspješno ispunila zadatak osoba koristi sva prethodno stečena znanja i iskustvo prilikom izvršavanja aktivnosti. Donošenje odluka je najčešći primjer intrapersonalne komunikacije. Kod većine životnih, svakodnevnih situacija, reakcija, odgovora i postupaka upravo intrapersonalna komunikacija odlučuje što će osoba učiniti. Primjerice ako okolina pozove pojedinca na određeni društveni događaj, pojedinac prvo promišlja želi li prisustvovati ili ne, analizira uspomene na to kako se osjećao prošli put kada je bio na tom mjestu i s tim ljudima u svojoj okolini, i sl. Možda će čak u analizu prije

donošenja odluke uključiti i sutrašnje obveze i hoće li biti sposoban izvršiti ih. Eksternalizacija emocija označuje odašiljanje poruke prema samome sebi u obliku pohvale ili kritike, najčešće nakon izvršene radnje. Primjerice, osoba je iz prvog pokušaja položila težak ispit za koji se dugo pripremala i uložila puno truda te si po spoznaji rezultata kaže "Bravo, svaka čast!"

Osim intrapersonalne komunikacija *per se*, često se spominje i intrapersonalna komunikacija u obliku zamišljene interakcije. Radi se o procesu u kojem pojedinci zamišljaju i neizravno doživljavaju sebe u očekivanim ili prošlim komunikacijskim susretima s drugima. (Vickery, Shaughan i Bodie, 2015, str. 22). Honeycutt i Ford (2001, str. 1) intrapersonalnu komunikaciju kao zamišljenu interakciju definiraju kao tip socijalne kognicije i mentalnih slika utemeljenih na simboličkim interakcijama u kojima pojedinci zamišljaju razgovor s drugima u različite svrhe.

Na sljedećem primjeru će se objasniti zamišljena interakcija. Marko je kasnio na posao. Ranije je u dogovoru sa samim sobom donio odluku da neće doručkovati kod kuće nego će si pod pauzom kupiti nešto za pojesti. Konstantno kroz cijelo jutro Marko u sebi komunicira sa samim sobom. Donosi puno odluka.

*„Što bih danas mogao obući? Ovaj pulover mi je zgužvan, hoće li to ostali primijetiti, ma.. ne vidi se, bit će to u redu. Idemo dalje, koje hlače najbolje pristaju uz njega, ...“ itd.*

Niz je odluka koje je Marko morao donijeti u kratkom vremenu dok se spremao na posao. Tijekom vožnje autom do radnog mjesta Marko je morao smisliti što će reći šefu, zbog čega opet kasni na posao.

*„Što da kažem, zbog čega kasnim? Mislim da ću reći iskreno da sam zaspao. Možda ipak ne, šef bi se mogao naljutiti, bilo bi bolje da nešto drugo smislim. Reći ću da mi auto nije htio upaliti, baš smo neki dan pričali o kvarovima.“*

Nakon što je Marko intrapersonalnom komunikacijom donio odluku o tome što će šefu obrazložiti kao razlog kašnjenja, krenuo se ohrabrivati.

*„Mislim da se ne bih trebao sekirati, ipak sam jedan od važnijih tamo, prošli projekt je bio bolji od svih, radim već godinama, bit će sve u redu.“*

Put do posla trajao je 10 minuta i Marko je konstantno komunicirao sam sa sobom. Od razmišljanja što će reći šefu zbog čega kasni do ohrabrivanja samoga sebe. Ovo je samo dio komunikacije koju je Marko vodio sam sa sobom. Vremenski period od svega 40 minuta. Uzmimo u obzir da mu ostaje još otprilike 16 sati dok ne ode na spavanje. Kroz dan osoba



provede znatnu količinu vremena u intrapersonalnoj komunikaciji i upravo kroz ovakve primjere možemo zaključiti kako je ovo zaista najčešći oblik komunikacije. Također, očigledno je da intrapersonalna komunikacija utječe na raspoloženje osobe, svijest o samom sebi, ali i na interpersonalnu komunikaciju s okolinom.

Svaki čovjek odgovoran je za sebe, svoje misli, osjećaje i postupke. Samo osoba koja zna upravljati vlastitim osjećajima, vlastitim razmišljanjem i ponašanjem može ostvariti zdrave i uspješne odnose uz prihvaćanje, ljubav i poštovanje drugih ljudi. Ali prije svega, svaka osoba ima ogromnu odgovornost prema samoj sebi. Svaki postupak, svaka odluka i čin imaju svoju posljednicu koja može biti pozitivna ili negativna. Te odluke i postupke osoba mora znati sama odabrati unatoč tome što joj društvo nameće mišljenja, stavove i potiče na određeni obrazac ponašanja. Svaki čovjek na ovom svijetu na kraju ipak sam donosi odluku i ponaša se na osnovu vlastite odgovornosti. Kako bi se stekla osobna odgovornost važno je da kroz odrastanje i učenje osoba nauči priznati krivnju za postupke, ponašanje i odluke koje donosi kroz život. Ovo je ujedno i jedan od jačih alata za učenje i definiranje vlastite osobnosti. Osobe koje imaju razvijenu osobnu odgovornost svjesne su svog načina komuniciranja i dobro poznaju svoje misli i osjećaje te kao takve mogu donositi ispravne odluke, odluke uz koje će postati odgovorne i pravedne osobe koje će biti prihvaćene u društvu i koje će moći uživati u ljubavi koju će dobivati od drugih, ali prvenstveno od sebe samih.

Nekoliko je glavnih obilježja intrapersonalne komunikacije. Ona, prije svega, pretpostavlja, neurofiziološku aktivnost. To znači da se intrapersonalna komunikacija poima kao psihološka aktivnost koja je predmet proučavanja psihologa i neurologa, a koja se može shvatiti i kao mentalni proces, fizičko stanje i biološko-psihološki sustav. Također, intrapersonalna komunikacija je kontinuirani proces u našem budnom stanju. Odlikuje ju problematičan odnos spram pitanja jezika i simbola. Iako su pojedini znanstvenici došli do zaključka da jezik nije potreban za intrapersonalnu komunikaciju, došlo se do konsenzusa da on ipak ima važnu ulogu u intrapersonalnoj komunikaciji. Intrapersonalna komunikacija ima važnu ulogu u komunikaciji općenito i u našem razumijevanju komunikacije. Naime, intrapersonalna komunikacija je temelj svake druge komunikacije. Nadalje, znanje i razumijevanje intrapersonalne komunikacije obogaćuje naše znanje i razumijevanje interpersonalne komunikacije. Također, intrapersonalna komunikacija ima terapijski učinak. Razvijanjem intrapersonalne komunikacije, pojedinac može raditi na povezivanju duše i tijela, na postizanju unutarnje harmonije, stabilnosti i zdravlja. Naposljetku, intrapersonalna komunikacija jest područje koje se može empirijski istraživati (Cunningham, 1992, str. 602-603).

Postoji osam temeljnih odlika koje se odnose na intrapersonalnu komunikaciju, ali posebno na intrapersonalnu komunikaciju kao zamišljenu interakciju. Te odlike su tajming, specifičnost, diskrepancija, učestalost, raznolikost, samodominantnost i valencija. Tajming se odnosi na vremenski raspored intrapersonalne komunikacije, odnosno ona može biti proaktivna ili retroaktivna. Proaktivna intrapersonalna komunikacija događa se prije razgovora, tj. komunikacijskog događaja, a retroaktivna nakon razgovora. Intrapersonalna komunikacija također može više ili manje specifična po pitanju opisa, detalja i dijaloga. Isto tako se može razlikovati u većoj ili manjoj mjeri od stvarnih komunikacijskih situacija. Što se tiče učestalosti, intrapersonalna komunikacija kao zamišljena interakcija može se prakticirati rijetko ili često, ovisno o osobi, njezinom stanju i potrebama. Jedna od njezinih odlika je i raznolikost, bilo da se radi o zamišljenim različitim temama razgovora ili različitim sugovornicima. Samodominantnost se odnosi na činjenicu da osoba koja zamišlja interakciju dominira zamišljenim razgovorom i komunikacijom. Na kraju, po pitanju njezine valencije, intrapersonalna komunikacija kao zamišljena interakcija može izazvati pozitivan (osjećaj ugone) ili negativan (osjećaj neugode) afekt (Honeycutt i Ford, 2001; Vickery, Shaughan i Bodie, 2015, str. 23-24).

Općenito govoreći, osnovna obilježja intrapersonalne komunikacije uključuju:

- Neizbježnost – obzirom da je ljudski mozak konstantno aktivan, intrapersonalnu komunikaciju je nemoguće izbjeći. Dok se ne odvija komunikacija s okolinom, osoba u sebi analizira misli i obrađuje informacije. Također, čak i za vrijeme komunikacije s drugim osobama osoba donosi i analizira interne odluke prije odašiljanja poruke ili reakcije.
- Filtriranje – kroz intrapersonalnu komunikaciju svaka osoba oblikuje svoje reakcije na određene poruke iz okoline koje imaju potencijal izazvati neželjene impulzivne reakcije. Taj „filter“ omogućuje svakoj osobi promišljene i blaže, priladnije reakcije koje su ponekad nužne za održavanje dobrih odnosa. Primjerice, ponekad naša vlastita percepcija određeni komentar može shvatiti kao uvredljiv iako osoba koja je uputila isti nije imala tu namjeru. Tada se internom analizom komentara može doći do smirene reakcije i prenošenja osjećaja na miran način umjesto burnim, impulzivnim odgovorom.
- Uporabu osobnih zamjenica – osobne zamjenice u 1. i 2. licu najučestalije su prilikom intrapersonalne komunikacije. Svaki pojedinac različito upotrebljava ova dva lica ovisno o situaciji u kojoj se nalazi. Tako se prvo lice najčešće koristi prilikom komunikacije o osjećajima pojedinca, dok se drugo koristi kada osoba samu sebe ohrabruje, daje si komplimente ili se motivira u pronalasku izlaza iz teške situacije.

- Jednostranost – kao što je već spomenuto, prilikom intrapersonalne komunikacije osoba vodi razgovor sama sa sobom te je u tom slučaju i pošiljalac i primatelj poruke. Ova karakteristika najviše razlikuje intrapersonalnu komunikaciju od ostalih oblika komunikacije gdje su uvijek minimalno dvije osobe uključene u komunikacijski proces.
- Stvaranje vlastite točke gledišta – intrapersonalnom komunikacijom osoba razvija stavove o svakodnevnim situacijama kroz interni dijalog i analizu situacija (Bassey, 2022).

## 2.2. FUNKCIJE INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE

Fokus intrapersonalne komunikacije je na unutarnjem dijalogu kojemu su cilj pojašnjavanje i razumijevanje vlastitih ideja i misli, analiziranje situacija i događaja i reflektiranje na situacije i događaje. S naglaskom na pridavanju značenja porukama, smatra se da intrapersonalna komunikacija ima svoju ulogu na svim razinama komunikacije. U kontekstu intrapersonalne komunikacije kao zamišljene interakcije, razlikuje se nekoliko funkcija: isprobavanje, samorazumijevanje, dostizanje katarze, kompenziranje, održavanje odnosa i upravljanje konfliktima.

Isprobavanje se odnosi na uključivanje zamišljene interakcije u planiranje nadolazećih susreta i buduće komunikacije i razgovora. Zamišljene interakcije je moguće koristiti i u svrhu poticanja samorazumijevanja, tj. za otkrivanje različitih i suprotnih aspekata vlastite ličnosti. U funkciji katarze intrapersonalna komunikacija kao zamišljena interakcija služi za ublažavanje napetosti ili smanjenja neizvjesnosti po pitanju tuđih postupaka. Zamišljene interakcije služe i kao zamjena za stvarne interakcije ukoliko se radi o funkciji kompenzacije, a ako se koriste u svrhu održavanja odnosa, tada im je funkcija razvoj i oblikovanje odnosa s partnerima u interakciji. Na kraju, zamišljene interakcije koje su u funkciji upravljanja konfliktima služe tome da se ponovo prožive prethodni argumenti i da se pripremi za potencijalnu novu epizodu konflikta (Vickery, Shaughan i Bodie, 2015, str. 22).

Kada se govori o funkcijama intrapersonalne komunikacije važno je razlikovati unutarnji dijalog i govor upućen sebi. Naime, govor upućen sebi je izvorno opisan od strane psihologa kao privatni govor u svrhu osobnog razvoja. To je sveprisutan fenomen koji podrazumijeva da si osoba postavlja pitanja o određenim stvarima ili da se ohrabruje. Primjer govora upućenog sebi jest pitanje „Što mogu učiniti?“. S druge strane, unutarnji dijalog je produženi govor upućen

sebi, te on može napredovati u dijalog između 'dvije strane' unutar jednog uma, odnosno zamišljenu interakciju (Oleš i sur, 2020).

Intrapersonalna komunikacija ima važnu ulogu u ostvarivanju unutarnjeg sklada, tj. kongruencije (Rogers, 1951) pri čemu kroz procese analiziranja, pojašnjavanja, reflektiranja, promišljanja, i dr. osoba pokušava ostvariti autentičnu povezanost između određenog iskustva, svjesnosti, tj. doživljava tog iskustva i komunicirane poruke o tom iskustvu. Dakle, važna je za razumijevanje stvarnosti, poznavanje sebe, ostvarivanje komunikacije i interakcije s drugima, a upravo zbog toga često se koristi u terapijske svrhe. Osim toga, unutarnji dijalog često ima pozitivan učinak na kognitivne sposobnosti osobe, poput sposobnosti asocijativnog razmišljanja, pa i na njezinu inovativnost, kreativnost, toleranciju i druge pozitivne osobine.

Naposljetku, intrapersonalna komunikacija može imati vrlo specifičnu funkciju. Jedan takav primjer jest motivacijski govor upućen sebi koji se prakticira u sportu, a koji ima pozitivan utjecaj na samopouzdanje, stres i anksioznost. Pozitivna intrapersonalna komunikacija jača samopouzdanje sportaša i podržava samoregulaciju emocija, dok negativna samokomunikacija (samogovor) slabi samopouzdanje i jača osjećaj tjeskobe i nepovjerenja u samoga sebe. Osim što može pomoći sportašima u motivaciji i nadilaženju prepreka, pozitivna intrapersonalna komunikacija povećava mogućnost pozitivnog uspjeha sportaša (Hatzigeorgiadis i sur., 2009; Spehnjak i Plenković, 2015). Provedeno je istraživanje na 72 sportaša, konkretnije tenisača. Kontrolna i eksperimentalna grupa su imale jednake treninge, s tim da je eksperimentalna grupa imala zadatak i razgovarati sa samim sobom u svrhu ohrabrenja i jačanja samopouzdanja. Istraživanje je pokazalo da se izvedba zadatka poboljšala za eksperimentalnu grupu, dok je za kontrolnu ostala istom. Također, u eksperimentalnoj skupini smanjila se kognitivna anksioznost u odnosu na kontrolnu skupinu. Korelacijska analiza otkrila je da su promjene u izvedbi zadatka umjereno povezane s promjenama u samopouzdanju. Rezultati pokazuju da razgovor sa samim sobom u svrhu motivacije i ohrabrenja može biti održiva funkcija za svakog pojedinca (Hatzigeorgiadis i sur., 2009; Spehnjak i Plenković, 2015).

### 3. GENERACIJA Z

Wartzman (2014) navodi da je generacija Z generacija koja je rođena između 1996. i 2010. godine. Oni su uglavnom rođeni u malim obiteljima u kojima najčešće rade oba roditelja, a nerijetko se događa i da su odgojeni od strane jednog samohranog roditelja. Kao posljedica ovakvih obiteljskih obilježja, pripadnici generacije Z su izostanak roditelja nadomještala novih tehnologijama što je u konačnici rezultiralo njihovim bržim osamostaljenjem i odrastanjem.

Također, pripadnici generacije Z odrastali su u vrijeme velike recesije 2008. i 2009. godine, kada su oni prvi među njima bili dovoljno odrasli da mogu vidjeti i pamtiti kako im roditelji ostaju bez posla i kako proživljavaju dugotrajnu nezaposlenost i borbu s financijskom neimaštinom. Prema Bursch (2014) posljedica takvog odrastanja je vjerojatno to što veliki broj pripadnika ove generacije uopće nema za cilj visoko obrazovanje, odnosno puno im je važnije steći radno iskustvo, nego upisati fakultet. Naime, oko 60% pripadnika generacije Z navodi da im je cilj steći visokoškolsku diplomu. Ova generacija odrasta vrlo brzo upravo zahvaljujući informacijsko-komunikacijskoj, odnosno digitalnim tehnologijama. Isto tako, ova generacija nije sklona odustajanju, a Burch (2014) navodi da iako visokoškolsko obrazovanje više nije toliko cijenjeno među pripadnicima generacije Z, oni koji upišu školu ili fakultet, uglavnom to i završe. Vjerojatno je djelomično razlog tomu i to što je visoko obrazovanje u prethodnim generacijama bilo vrlo značajno pa pripadnici generacije Z imaju visokoobrazovane roditelje koji su im mogli usaditi određene vještine koje će ih voditi prema upornosti i neodustajanju. Također, Bursch (2014) navodi i da je generacija Z u odnosu na druge generacije, povezanija, umreženija, više koristi digitalnu tehnologiju, uređaje i sl.

Krasulja i sur. (2015) pišu da su skoro svi pripadnici generacije Z odrasli uz veoma napredno korištenje mobitela, interneta i drugih vrsta tehnologije. Njih bi se čak moglo nazvati i generacijom tehnoloških ovisnika jer su navikli sve raditi digitalnim putem, od druženja s prijateljima pa do učenja. Takvo vrlo intenzivno korištenje tehnologije svakako ima utjecaj na njihove preferencije i sklonosti što se tiče načina i vrsta komuniciranja, informiranja, suradnje s drugima i slično. Pripadnici ove generacije uglavnom komuniciraju putem društvenih mreža, a njihov broj prijatelja je iznimno velik. Zbog toga su i vrlo kreativni, ali i skloni suradnji i timskom radu. Također, sposobni su raditi i više stvari odjednom, a pri tome više pažnje pridaju brzini obavljanja zadatka nego njegovoj točnosti.

Fistrić (2018) navodi da je generacija Z naviknula imati informaciju „na dlanu“, dostupnu u bilo kojem trenutku i na bilo kojem mjestu. Također, sve su udaljeniji od prvih susjeda ili braće

i sestara, a odlikuje ih i sposobnost tzv. *multitaskinga* – mogućnosti obavljanja dva i više poslova istovremeno s vrlo impozantnim rezultatima.

Također, na generaciju Z su glavne utjecaje imale značajke poput razvoja pametnih telefona i društvenih mreža, rat protiv terorizma i briga o okolišu. To je dovelo i do načina komunikacije koje pripadnici ove generacije više preferiraju, a to je komunikacija putem društvenih mreža i konferencijskih sastanaka, ukoliko se radi o poslovnoj komunikaciji. Više o načinima komunikacije generacije Z će biti rečeno u nastavku.

### 3.1. KOMUNIKACIJSKE NAVIKE, PRAKSE I VJEŠTINE GENERACIJE Z

Najpopularniji oblik komunikacije kojeg prakticira generacija Z je komunikacija putem društvenih mreža. Društvene mreže pripadnicima ove generacije omogućuju stvaranje novih kontakata, ali i održavanje postojećih odnosa i druženje s prijateljima i obitelji. Društvene mreže koriste kako bi mogli podijeliti određene stavove, iskustva i informacije, te kako bi mogli besplatno komunicirati i dijeliti sadržaje sa svojim najbližima. Najjednostavniji način za brzu komunikaciju su upravo društvene mreže pa su zbog toga i našle svoj put prema pripadnicima generacije Z kod koje je važno da im se sve odvija u više-manje realnom vremenu bez dodatnog napora.

Šimunić Rod (2020.) navodi da su predviđanja kako će generacija Z biti više ekološki osviještena od prethodnih generacija i smatra se kako će navedenu generaciju obilježiti visok stupanj nepovjerenja prema korporacijama zbog čega će biti više skloni mijenjaju posla i/ili karijere ili osnivanju vlastitog. Također, pripadnici generacije Z na dobrom su putu da postanu znanstvenici koji će uz pomoć tehnologije kreirati svijet na način na koji oni sami žele.

Međutim, mora se napomenuti da generacija Z često ne prikazuje realnu i svakodnevnu sliku sebe i svog života. Društvene mreže su prepune savršenih fotografija, idealno prikazanih mjesta, zanimljivih svakodnevnih druženja i slično, a realnost je većinom drugačija. Generacija Z objavljuje fotografije koje su filtrirane, odnosno uređene, i to većinom s idejom da se predstave kao osobe koje vode zanimljiv život. Na društvenim mrežama se vrlo rijetko može naići na fotografije koje nisu savršene u smislu odabira idealnog trenutka za fotografiranje i odabira vrhunskih filtera odnosno alata za uređivanje. To se događa zbog toga što su mladi danas često izloženi kritikama i to najčešće od strane svojih vršnjaka, te podliježu pritisku koji im stvaraju društvene mreže. Zbog društvenih mreža se čak može reći i da je generacija Z prva generacija na koju druge osobe imaju toliko veliki utjecaj.

Kada je u pitanju intrapersonalna komunikacija generacije Z ne postoje istraživanja koja su usmjerena konkretno na tu problematiku, za razliku od brojnih istraživanja koja proučavaju informacijsko ponašanje i informacijsku pismenost generacije Z. Međutim, postoje određena zapažanja po pitanju generacije Z i jednog aspekta intrapersonalne komunikacije – solo pisane komunikacije, odnosno vođenja dnevnika (eng. *journaling*). Naime, generacija Z često koristi solo pisanu komunikaciju u svrhu kreativnog izražavanja ili u svrhu održavanja i očuvanja mentalnog zdravlja, a neke od popularnijih metoda su tzv. *bullet journaling* (Martin, 2018a; Martin, 2018b; Swain, 2018; Phillips, 2022; The Jakarta Post, 2022). S obzirom da ne postoji dovoljno istraživanja o intrapersonalnoj komunikaciji generacije Z svrha je ovog rada osvijestiti važnost te problematike i njezina istraživanja čime bi se omogućio uvid u navike i prakse generacije Z po pitanju intrapersonalne komunikacije i s njom povezanih problemskih pitanja.

## 4. ISTRAŽIVANJE INTRAPERSONALNE KOMUNIKACIJE KOD MLADIH

### 4.1. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA

Komunikacija sa samim sobom temelj je svih drugih oblika komunikacije i neprestano se kreće između područja svjesnog i podsvjesnog. Može nam pomoći u razmišljanju, ali nas jednako tako može i zbuniti. Intrapersonalna komunikacija najprisutniji je oblik komunikacije, kako općenito tako i kod mladih. Iako mnogi od njih toga nisu niti svjesni, koriste ju svakodnevno, u raznim situacijskim kontekstima. Ona određuje njihova intrapersonalna stanja i utječe na njihovu komunikaciju i odnose s drugima. Nažalost, intrapersonalna komunikacija kod mladih, konkretno generacije Z, nedovoljno je istraženo područje. Upravo stoga, cilj je ovoga rada istražiti percepciju, stavove, navike i prakse mladih, konkretno generacije Z, u području intrapersonalne komunikacije *per se* i intrapersonalne komunikacije kao zamišljene interakcije, kao i učinak koji intrapersonalna komunikacija ima na mlade. Svrha rada jest pružiti dublji uvid u problematiku intrapersonalne komunikacije generacije Z i osvijestiti važnost njezina istraživanja.

Rad se temelji na kritičkom osvrtu i analizi recentne literature u području intrapersonalne komunikacije, te na istraživanju o percepciji, stavovima, navikama i praksama pripadnika generacije Z u području intrapersonalne komunikacije kao i njezinom učinku na mlade osobe.

Također, ovim radom se odgovara na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Kakav je situacijski kontekst mladih koji (ne)posredno utječe na njihovu intrapersonalnu komunikaciju?
2. Kakvi su stavovi mladih spram intrapersonalne komunikacije i kakve su navike njihovog intrapersonalnog komuniciranja?
3. Kako i u koje svrhe mladi koriste intrapersonalnu komunikaciju?
4. Kakav je učinak intrapersonalne komunikacije na: a) razvoj osobnosti mladih, b) njihov osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, c) njihove odnose i komunikaciju s drugim osobama, d) njihove kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, te e) njihovo mentalno zdravlje (dobrobit)?

### 4.2. METODOLOGIJA I UZORAK

Istraživanje je provedeno od siječnja do kraja ožujka 2023. godine. Provedeno je putem anonimnog online anketnog upitnika koji je bio oblikovan putem alata za izradu anketnog upitnika LimeSurvey te je publiciran najvećim dijelom preko društvenih mreža, e-pošte, ali i

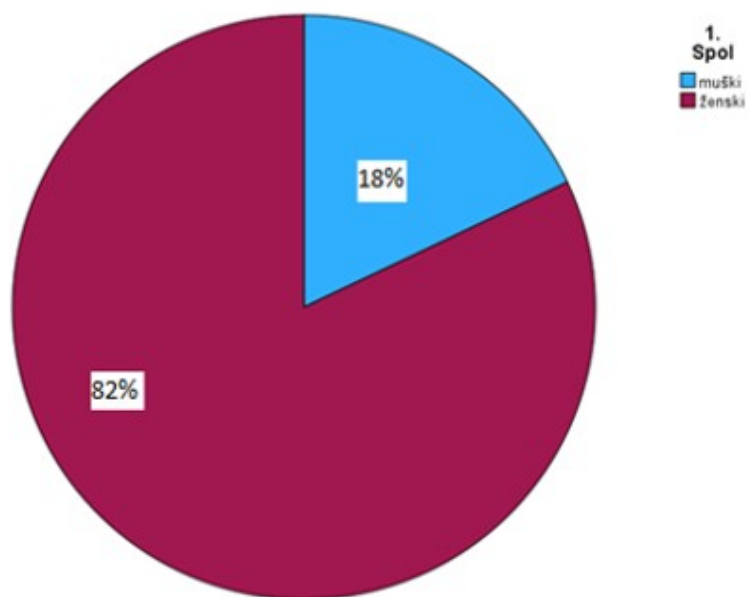


putem osobnog kontaktiranja. Anketni upitnik sastojao se od 3 grupe pitanja, a sveukupno je sadržavao 20 pitanja. Prva skupina pitanja odnosila se na sociodemografske podatke ispitanika (4 pitanja). Druga skupina pitanja (9 pitanja) odnosila se na situacijske kontekste vezane za intrapersonalnu komunikaciju, odnosno na životni stil i životne navike ispitanika koje su (ne)posredno vezane uz pitanje intrapersonalne komunikacije. Posljednja, treća skupina pitanja (7 pitanja) odnosila se konkretno na problematiku intrapersonalne komunikacije. Na samom početku anketnog upitnika objašnjen je pojam „intrapersonalna komunikacija“ radi lakšeg razumijevanja pitanja i konteksta istraživanja. Pitanja su bila zatvorenog tipa, a zastupljene vrste pitanja uključivale su dihotomna pitanja, pitanja višestrukog odabira te Likertovu ljestvicu za ispitivanje stavova ispitanika. U sklopu dva pitanja (7. i 15. pitanje) postojala je dodatna mogućnost otvorenog odgovora („Ostalo?“). Za statističku obradu korišten je program SPSS, a dobiveni su podaci analizirani metodom deskriptivne statistike. Odgovori na otvorena pitanja obrađeni su metodom kvantitativne analize sadržaja.

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 245 ispitanika. Ispitanici su bili pripadnici generacije Z. Većinu ispitanika čine studenti Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, no u istraživanju su sudjelovali i ispitanici s drugih sveučilišta, kao i mladi koji ne studiraju niti na jednom fakultetu. Detaljniji opis uzorka dan je u dijelu prikaza rezultata istraživanja, tj. opisu rezultata proizašlih iz prve skupine općih, sociodemografskih pitanja.

#### 4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Prva skupina pitanja u anketnom upitniku odnosila se na sociodemografska pitanja koja uključuju pitanje spola, rodnog identiteta, dobi i fakulteta na kojem ispitanici studiraju (ako se radi o studentima). Prvo pitanje odnosilo se na spol ispitanika. Iz rezultata je vidljivo da je 201 (82%) ispitanika ženskog spola, dok je 44 (18%) ispitanika muškog spola (Slika 2.).



Slika 2. Spol ispitanika

Zatim, što se tiče pitanja o rodnom identitetu, najveći broj ispitanika označio je da je njihov rodni identitet cisrodni ženski, njih 195 (80,6%), zatim slijedi cisrodni muški s 43 (17,8%) ispitanika. Nebinarni (inkluzivni i ekskluzivni) rodni identitet označila su 3 (1,2%) ispitanika, fluidni 1 (0,4%) ispitanik, a transrodni identitet nije odabrao niti jedan ispitanik (0,0%) (Tablica 1.).

Tablica 1. Rodni identitet ispitanika

Rodni identitet	N	%
Cisrodni ženski	195	80,6%
Cisrodni muški	43	17,8%
Transrodni	0	0,0%
Nebinarni (inkluzivni i ekskluzivni)	3	1,2%
Fluidni	1	0,4%

Treće pitanje u prvoj skupini pitala odnosilo se na dob ispitanika. Najviše ispitanika ima od 21 do 30 godina, njih 188 (76,7%), zatim 31 i više godina ima 36 ispitanika (14,7%), a do 20 godina ima 21 ispitanik (8,6%) (Slika 3.).

### Slika 3. Dob ispitanika

Posljednje pitanje u prvoj skupini pitanja odnosilo se na fakultet koji ispitanici pohađaju. Njih 64 (26,1%) studira na Filozofskom fakultetu u Osijeku, 31 (12,7%) ispitanika pohađa Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek, a 19 (7,8%) ispitanika označilo je da pohađa Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti. Nadalje, na Ekonomskom fakultetu studira 14 (5,7%) ispitanika, dok na Prehrambeno-tehnološkom fakultetu studira 10 (4,1%) ispitanika. Zatim, na Medicinskom fakultetu označilo je da studira 9 (3,7%) ispitanika, a na Pravnom fakultetu i na Odjelu za matematiku studira 8 (3,3%) ispitanika. Na Fakultetu elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek i na Akademiju za umjetnost i kulturu u Osijeku studira 6 (2,4%) ispitanika, dok je 5 (2%) ispitanika označilo da studira na Fakultetu agrobiotehničkih znanosti Osijek. Na Građevinskom i arhitektonskom fakultetu u Osijeku studira 4 (1,6%) ispitanika, a Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu pohađa 3 (1,2%) ispitanika. Na samom kraju, Strojarski fakultet u Slavanskom Brodu i Odjel za biologiju u Osijeku pohađa po 1 (0,4%) ispitanik, a s Odjela za fiziku i Odjela za kemiju nema niti jednog ispitanika (0,0%) (Tablica 2.).

Tablica 2. Studij na kojem ispitanici studiraju

<b>Naziv studija</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek</b>	5	2%
<b>Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek</b>	4	1,6%
<b>Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek</b>	6	2,4%
<b>Prehrambeno-tehnološki fakultet</b>	10	4,1%
<b>Strojarski fakultet u Slavonskom Brodu</b>	1	0,4%
<b>Medicinski fakultet</b>	9	3,7%
<b>Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek</b>	31	12,7%
<b>Odjel za biologiju</b>	1	0,4%
<b>Odjel za kemiju</b>	0	0%
<b>Odjel za matematiku</b>	8	3,3%
<b>Odjel za fiziku</b>	0	0%
<b>Ekonomski fakultet</b>	14	5,7%
<b>Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti</b>	19	7,8%
<b>Filozofski fakultet u Osijeku</b>	64	26,1%
<b>Pravni fakultet</b>	8	3,3%
<b>Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu</b>	3	1,2%
<b>Akademija za umjetnost i kulturu u</b>	6	2,4%

## Osijeku

Druga skupina pitanja odnosila su se na situacijske kontekste, odnosno životni stil i životne navike ispitanika koje su (ne)posredno vezane uz pitanje intrapersonalne komunikacije. Ova skupina započinje petim pitanjem u kojem se od ispitanika tražilo da označe koliko članova broji njihovo kućanstvo. Najveći broj ispitanika označilo je da živi u kućanstvu od 3 do 4 člana, njih 135 (55,1%), 50 (20,4%) ispitanika označilo je da njihovo kućanstvo čine od 2 člana. Nakon toga, 37 (15,1%) ispitanika označilo je da živi u kućanstvu od 5 do 6 članova, 18 (7,3%) ispitanika označilo je da živi samo, a 5 ispitanika navelo je da živi u kućanstvu od 6 i više članova (2,0%) (Tablica 3.).

Tablica 3. Broj članova kućanstva

<b>Koliko članova broji Vaše kućanstvo?</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Živim sam</b>	18	7,3%
<b>2 člana</b>	50	20,4%
<b>3 do 4 člana</b>	135	55,1%
<b>5 do 6 članova</b>	37	15,1%
<b>6 i više</b>	5	2,0%

Iduće, šesto pitanje odnosilo se na vrijeme koje ispitanici dnevno provedu sami. 79 (32,2%) ispitanika označilo je da samostalno provedu dnevno od 1 do 3 sata, zatim 62 (25,3%) ispitanika označilo je da dnevno samostalno provedu 3 do 5 sati, a 5 do 7 sati dnevno samostalno provede 41 (16,7%) ispitanik. Dalje, 38 (15,5%) ispitanika označilo je da dnevno samostalno provedu do sat vremena, a više od 10 sati dnevno samostalno provede 15 (6,1%) ispitanika. I na kraju, 10 ispitanika samostalno provede 7 do 10 sati dnevno (Tablica 4.).

Tablica 4. Samostalno provedeno vrijeme

<b>Koliko otprilike vremena dnevno provodite sami?</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
--	----------	----------

<b>Do sat vremena</b>	38	15,5%
<b>1 do 3 sata</b>	79	32,2%
<b>3 do 5 sati</b>	62	25,3%
<b>5 do 7 sati</b>	41	16,7%
<b>7 do 10 sati</b>	10	4,1%
<b>Više od 10 sati</b>	15	6,1%

Sljedećim pitanjem pokušalo se saznati na koji način ispitanici provode svoje slobodno vrijeme. Ovo pitanje bilo je pitanje s mogućnošću višestrukih odgovora. Najviše ispitanika označilo je tvrdnju „Gledajući serije, filmove i sl. sadržaje“, čak njih 167 (68,2%). Zatim, 160 (65,3%) ispitanika označilo je da svoje slobodno vrijeme provodi radeći (npr. obavljanje kućanskih poslova, rad na radnim zadacima za posao), a njih 155 (63,3%) označilo je da slobodno vrijeme provodi odmarajući se. 134 (54,7%) ispitanika svoje slobodno vrijeme provodi slušajući glazbu, a njih 112 (45,7%) učeći (u kontekstu studiranja i izvan konteksta studiranja, npr. stječući nova znanja i vještine). Nadalje, vježbajući ili uz neki oblik tjelesne aktivnosti (npr. trening, šetnja, bicikljanje, i sl.) svoje slobodno vrijeme provodi 94 (38,4%) ispitanika, dok 67 (27,3%) ispitanika svoje slobodno vrijeme provodi čitajući. Nakon toga, 66 (26,9%) ispitanika označilo je da svoje slobodno vrijeme provodi baveći se nekom vrstom hobija, dok njih 44 (18%) u svoje slobodno vrijeme igra video igre. Prakticirajući određene duhovne prakse (molitva, meditacija, kontemplacija, i dr.) slobodno vrijeme provodi 18 (7,3%) ispitanika, a 14 (5,7%) ispitanika prakticira određene tehnike, prakse i aktivnosti opuštanja (npr. vježbe disanja, meditacija, progresivna mišićna relaksacija, autogeni trening, i dr.). Među odgovorima na otvoreno pitanje "Nešto drugo. Molim Vas navedite što." u sklopu 7. pitanja u anketnom upitniku 4 su ispitanika pružila dodatni odgovor i navela kako u slobodno vrijeme pišu knjigu, pregledavaju sadržaje na društvenim medijima kao što su Intagram, TikTok i YouTube i općenito provode vrijeme koristeći mobitel (Tablica 5.).

Tablica 5. Načini provođenja slobodnog vremena

<b>Provođenje slobodnog vremena</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Čitajući</b>	67	27,3%
<b>Slušajući glazbu</b>	134	54,7%
<b>Gledajući serije, filmove i sl. sadržaje</b>	167	68,2%
<b>Igrajući video igre</b>	44	18%
<b>Baveći se hobijem</b>	66	26,9%
<b>Učeći (u kontekstu studiranja i izvan konteksta studiranja, npr. stječući nova znanja i vještine)</b>	112	45,7%
<b>Radeći (npr. obavljanje kućanskih poslova, rad na radnim zadacima za posao – ako ste zaposleni, i sl.)</b>	160	65,3%
<b>Odmarajući se</b>	155	63,3%
<b>Vježbajući ili uz neki oblik tjelesne aktivnosti (npr. trening, šetnja, bicikliranje, i sl.)</b>	94	38,4%
<b>Prakticirajući određene tehnike, prakse i aktivnosti opuštanja (npr. vježbe disanja, meditacija, progresivna mišićna relaksacija, autogeni trening, i dr.)</b>	14	5,7%
<b>Prakticirajući određene duhovne prakse (molitva, meditacija, kontemplacija, i dr.)</b>	18	7,3%

U narednom pitanju ispitanici su morali odgovoriti koliko vremena dnevno provode u komunikaciji licem-u-lice i *online*. Ovo se pitanje odnosi na interpersonalnu komunikaciju, tj. komunikaciju s drugima. Najviše ispitanika, njih 73 (29,8%), odgovorilo je da provodi 3 do 5 sati u komunikaciji licem-u-lice i *online*. 54 (22%) ispitanika provede 5 do 7 sati dnevno u takvoj vrsti komunikacije, a njih 49 (20%) provodi 1 do 3 sata dnevno u komunikaciji licem-u-lice i



*online*. Nadalje, 39 (15,9%) ispitanika provodi 7 do 10 sati, a 29 (11,8%) ispitanika provodi čak više od 10 sati u dnevnoj komunikaciji licem-u-lice i *online*. Samo 1 (0,4%) ispitanik provodi do sat vremena dnevno u komunikaciji licem-u-lice i *online* (Tablica 6.).

Tablica 6. Dnevno vrijeme provedeno u komunikaciji licem-u-lice i *online*

Vrijeme provedeno u komunikaciji (u komunikaciji (licem-u-lice i <i>online</i> ) s drugima? (Npr. obitelj, prijatelji, kolege.)	N	%
<b>Do sat vremena</b>	1	0,4%
<b>1 do 3 sata</b>	49	20%
<b>3 do 5 sati</b>	73	29,8%
<b>5 do 7 sati</b>	54	22%
<b>7 do 10 sati</b>	39	15,9%
<b>Više od 10 sati</b>	29	11,8%

Sljedeće pitanje u ovoj skupini odnosilo se na dnevno vrijeme provedeno u konzumiranju informacija i sadržaja na društvenim medijima (npr. čitanje i gledanje objava drugih na društvenim mrežama, gledanje filmova i serijala, igranje video igara, gledanje YouTube sadržaja, čitanje sadržaja na novinskim i drugim portalima, i dr.). Ovdje je najveći broj ispitanika odabrao odgovor 1 do 3 sata dnevno, njih 119 (48,6%), a 74 (30,2%) ispitanika označilo je da provodi 3 do 5 sati dnevno konzumirajući informacije i sadržaje na medijima. U nastavku, u istoj vrsti aktivnosti 5 do 7 sati dnevno provede 27 (11%) ispitanika, a nešto manji broj, njih 17 (6,9%), provede do sat vremena dnevno konzumirajući društvene medije. 6 (2,4%) ispitanika provede 7 do 10 sati konzumirajući informacije i sadržaje na društvenim medijima, a samo njih 2 (0,8%) označilo je provede više od 10 sati konzumirajući informacije i sadržaje na društvenim medijima (Tablica 7.).

Tablica 7. Dnevno vrijeme provedeno u konzumiranju informacija i sadržaja na (društvenim) medijima

<b>Dnevno vrijeme provedeno konzumirajući informacije i sadržaje na (društvenim) medijima</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Do sat vremena</b>	17	6,9%
<b>1 do 3 sata</b>	119	48,6%
<b>3 do 5 sati</b>	74	30,2%
<b>5 do 7 sati</b>	27	11%
<b>7 do 10 sati</b>	6	2,4%
<b>Više od 10 sati</b>	2	0,8%

Na iduće pitanje, koliko dnevno vremena ispitanici provedu u potpunoj tišini i samoći, najveći broj ispitanika označio je da na tako provedu do 30 minuta dnevno, njih 108 (44,1%). Nakon njih, 83 (33,9%) ispitanika označila su da dnevno u potpunoj tišini i samoći provedu od 30 minuta do sat vremena, a 36 (14,7%) ispitanika provodi 1 do 3 sata dnevno u tišini i samoći. Nadalje, 10 (4,1%) ispitanika na taj način provodi 3 do 5 sati dnevno, a 7 (2,9%) ispitanika označilo je da 5 do 7 sati dnevno provode u potpunoj tišini i samoći. Naposljetku, samo 1 (0,4%) ispitanik označio je kako u potpunoj tišini i miru provodi 7 do 10 sati dnevnog vremena, a nijedan (0,0%) ispitanik nije označio da provodi više od 10 sati u potpunoj tišini i samoći (Tablica 8.).

Tablica 8. Dnevno vrijeme provedeno u potpunoj tišini i samoći

<b>Dnevno provedeno vrijeme u potpunoj tišini i samoći</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Do 30 minuta</b>	108	44,1%
<b>30 minuta do sat vremena</b>	83	33,9%
<b>1 do 3 sata</b>	36	14,7%
<b>3 do 5 sati</b>	10	4,1%

<b>5 do 7 sati</b>	7	2,9%
<b>7 do 10 sati</b>	1	0,4%
<b>Više od 10 sati</b>	0	0,0%

Sljedeće pitanje povezano je s prethodnim pitanjem i ono glasi „Kako se osjećate u trenutku potpune tišine i samoće?“ Najviše ispitanika odgovorilo je da se osjeća u potpunosti ugodno, njih 107 (43,7%), dok se 86 (35,1%) ispitanika osjeća uglavnom ugodno. Niti ugodno niti neugodno u trenucima potpune tišine i samoće osjeća se 38 ispitanika (15,5%), a 12 (4,9%) ispitanika odgovorilo je da se osjeća potpuno neugodno. Međutim, 2 (0,8%) ispitanika označila su da se u takvim trenucima osjećaju u potpunosti neugodno (Tablica 9.).

Tablica 9. Osjećaji ispitanika u trenucima potpune tišine i samoće

<b>Kako se osjećate u trenutku potpuno tišine i samoće?</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>U potpunosti ugodno</b>	107	43,7%
<b>Uglavnom ugodno</b>	86	35,1%
<b>Niti ugodno niti neugodno</b>	38	15,5%
<b>Uglavnom neugodno</b>	12	4,9%
<b>U potpunosti neugodno</b>	2	0,8%

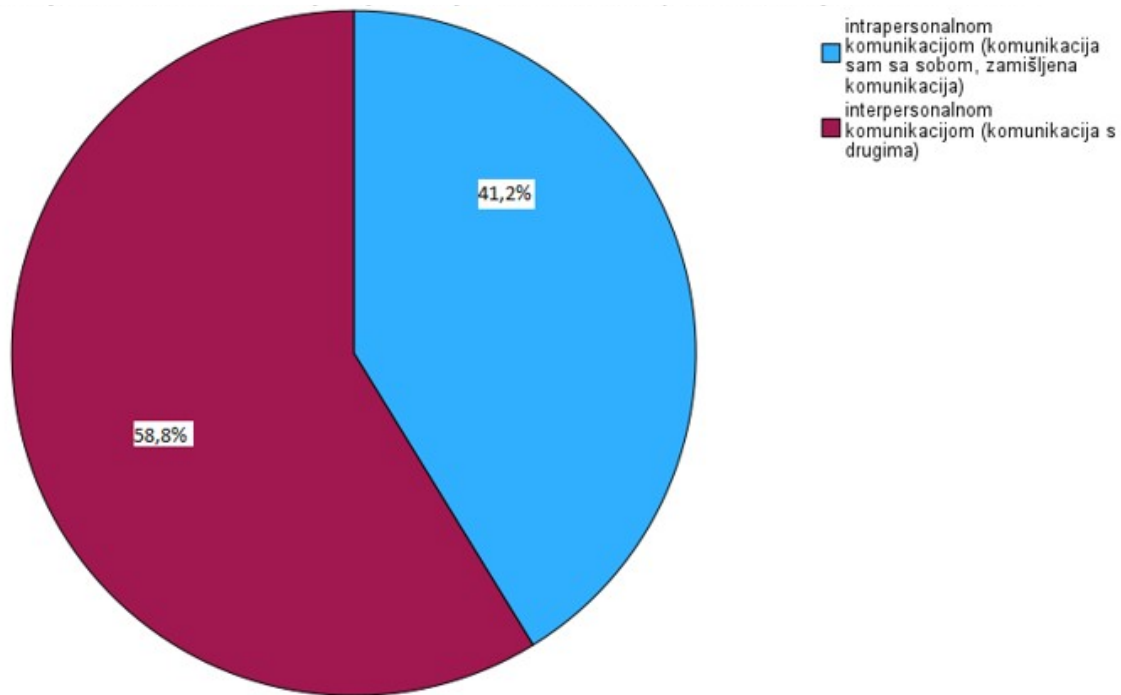
Naredno pitanje bilo je pitanje s mogućnosti višestrukih odgovora, a ispitanici su morali odabrati osobine ličnosti koje odgovaraju njihovoj osobnosti. Najviše ispitanika označilo je osobinu ugodnost (značajke: toplina, ljubaznost, suosjećajnost, međusobno povjerenje, i dr.), njih 143 (58,4%). Sljedeća osobina ličnosti koja najviše odgovara osobnosti ispitanika jest savjesnost (značajke: odgovornost, organiziranost, usredotočenost, pouzdanost, i sl.), nju je odabralo 130 (53,1%) ispitanika. 103 (42%) ispitanika odabralo je ambiveziju (objedinjuje značajke introverzije i ekstraverzije) kao osobinu ličnosti koja najviše odgovara njihovoj

osobnosti, dok 92 (37,6%) ispitanika tvrde da je njima najbliža osobina ličnosti otvorenost (značajke: znatiželja, otvorenost iskustvima, novim stvarima, avanturama, i sl.). U nastavku, 81 (33,1%) ispitanik odabrao je ekstraverziju (značajke: opuštenost, društvenost, komunikativnost i razgovorljivost, i sl.) kao osobinu ličnosti koja odgovara njihovoj osobnosti, a 47 (19,2%) ispitanika odabralo je introverziju (značajke: sklonost samoći, smanjenoj društvenoj interakciji i komunikaciji, samostalnim aktivnostima, i sl.). Na kraju, 34 (13,9%) ispitanika odabrala su neuroticizam (značajke: tjeskobnost, smanjena regulacija emocija, sniženo raspoloženje, i sl.) kao osobinu ličnosti koja najviše odgovara njihovoj osobnosti (Tablica 10.).

Tablica 10. Osobine ličnosti i osobnost ispitanika

Koje osobine ličnosti najviše odgovaraju Vašoj osobnosti?	N	%
<b>introverzija (značajke: sklonost samoći, smanjenoj društvenoj interakciji i komunikaciji, samostalnim aktivnostima, i sl.)</b>	47	19,2%
<b>ekstraverzija (značajke: opuštenost, društvenost, komunikativnost i razgovorljivost, i sl.)</b>	81	33,1%
<b>ambivezija (objedinjuje značajke introverzije i ekstraverzije)</b>	103	42%
<b>otvorenost (značajke: znatiželja, otvorenost iskustvima, novim stvarima, avanturama, i sl.)</b>	92	37,6%
<b>savjesnost (značajke: odgovornost, organiziranost, usredotočenost, pouzdanost, i sl.)</b>	130	53,1%
<b>ugodnost (značajke: toplina, ljubaznost, suosjećajnost, međusobno povjerenje, i dr.)</b>	143	58,4%
<b>neuroticizam (značajke: tjeskobnost, smanjena regulacija emocija, sniženo raspoloženje, i sl.)</b>	34	13,9%

Završnim pitanjem u ovoj drugoj skupini pitanja tražilo se od ispitanika da odaberu kojom vrstom komunikacije najčešće rješavaju svoje probleme i sukobe, je li to intrapersonalna komunikacija ili interpersonalna komunikacija. Veći broj ispitanika označilo je da svoje probleme i sukobe rješavaju interpersonalnom komunikacijom, njih 144 (58,8%), a 101 (41,2%) ispitanik rješava svoje probleme i sukobe intrapersonalnom komunikacijom (Slika 4.).



Slika 4. Vrste komunikacije korištene u rješavanju problema i sukoba

Posljednja skupina pitanja odnosila se konkretno na problematiku intrapersonalne komunikacije. Skupina započinje pitanjem višestrukih odgovora u kojemu je bilo nužno da ispitanici označe kojim se vrstama intrapersonalne komunikacije koriste. Najveći broj ispitanika označio je da koristi razmišljanje, njih čak 227 (92,7%), a nešto manji broj ispitanika, njih 185 (75,5%), označio je da koriste analiziranje. Koncentriranje/usredotočenost na određene misli i ideje koristi 130 (53,1%) ispitanika, dok sanjarenje kao oblik intrapersonalne komunikacije koristi 93 (38%) ispitanika. Nadalje, 55 (22,4%) ispitanika koristi molitvu/kontemplaciju/meditaciju, 31 (12,7%) ispitanik solo vokalnu komunikaciju (npr. komunikacija na glas pred ogledalom), a njih 23 (9,4%) koriste solo pisanu komunikaciju (npr. vođenje osobnog dnevnika, tzv. *bullet journaling*, i sl.) (Tablica 11.).

Tablica 11. Korišteni oblici intrapersonalne komunikacije

<b>Koje oblike intrapersonalne komunikacije koristite?</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Razmišljanje</b>	227	92,7%
<b>Analiziranje</b>	185	75,5%
<b>Koncentriranje/usredotočenost na određene misli i ideje</b>	130	53,1%
<b>Sanjarenje</b>	93	38%
<b>Molitva/kontemplacija/meditacija</b>	55	22,4%
<b>Solo vokalna komunikacija (npr. komunikacija na glas pred ogledalom)</b>	31	12,7%
<b>Solo pisana komunikacija (npr. vođenje osobnog dnevnika, tzv. <i>bullet journaling</i>, i sl.)</b>	23	9,4%

Također, iduće pitanje u ovoj skupini bilo je pitanje s mogućnosti višestrukih odgovora. Ispitanici su trebali izabrati u koje svrhe koriste intrapersonalnu komunikaciju. Najviše ispitanika označilo je da koristi intrapersonalnu komunikaciju za analiziranje određenih situacija i događaja, njih 205 (83,7%). Zatim slijedi broj od 157 (64,1%) ispitanika koji koriste intrapersonalnu komunikaciju u svrhu pojašnjavanja određenih misli i ideja, njih 149 (60,8%) koristi ju za reflektiranje na određenu prošlu situaciju ili događaj, dok 129 (52,7%) ispitanika koristi intrapersonalnu komunikaciju za donošenje odluka. Nadalje, 124 (50,6%) ispitanika označila su da koriste intrapersonalnu komunikaciju za planiranje i vježbanje buduće komunikacije i razgovora, a 117 (47,8%) ispitanika u svrhu učenja. Intrapersonalnu komunikaciju za rješavanje problema koristi 114 (46,5%) ispitanika, 83 (33,9%) ispitanika koriste intrapersonalnu komunikaciju u svrhu samorazumijevanja, a njih 72 (29,4%) u svrhu uspješnijeg upravljanja konfliktima. 60 (24,5%) ispitanika koristi intrapersonalnu komunikaciju u svrhu oslobađanja od napetosti i smanjenja osjećaja nesigurnosti, 55 (22,4%) njih koristi ju kao 'pomoć' u oblikovanju i održavanju komunikacije i odnosa s drugima, a na samom kraju, samo

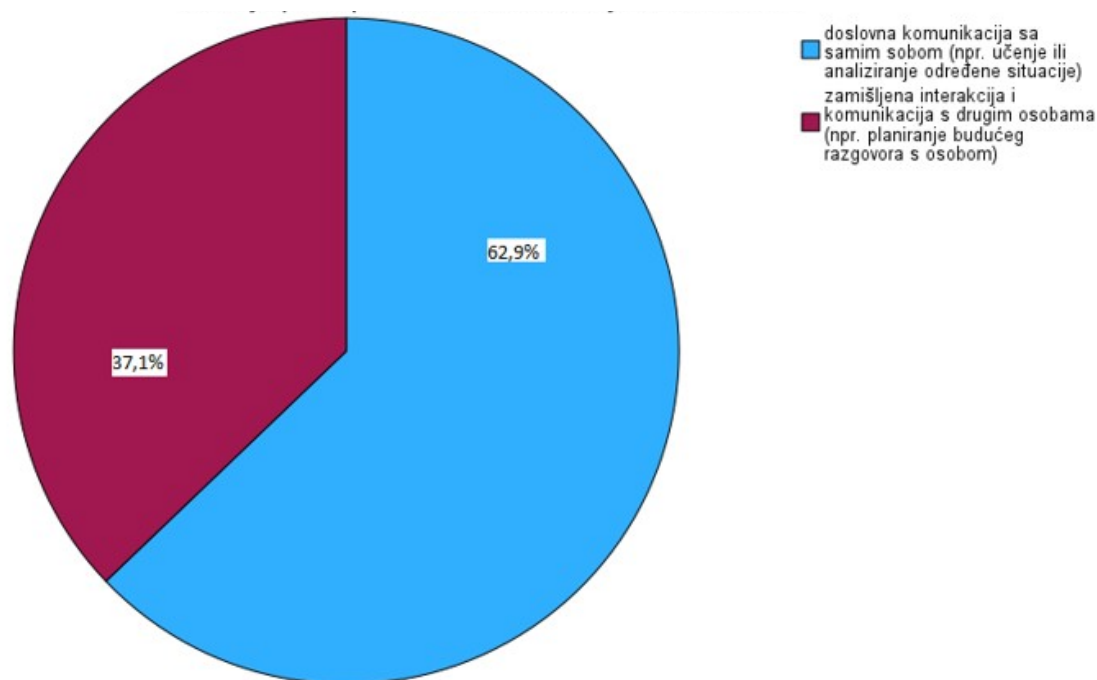
27 (11%) ispitanika koristi intrapersonalnu komunikaciju kao zamjenu za interpersonalnu komunikaciju i interakciju s drugima osobama. Niti jedan ispitanik nije pružio dodatni odgovor na otvoreno pitanje "Nešto drugo. Molim Vas navedite što." u sklopu 15. pitanja u anketnom upitniku (Tablica 12.).

Tablica 12. Svrha korištenja intrapersonalne komunikacije

<b>Svrhe korištenja intrapersonalne komunikacije</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Za pojašnjavanje određenih misli i ideja</b>	157	64,1%
<b>Za analiziranje određenih situacija i događaja</b>	205	83,7%
<b>Za reflektiranje na određenu prošlu situaciju ili događaj</b>	149	60,8%
<b>Za planiranje i vježbanje buduće komunikacije i razgovora</b>	124	50,6%
<b>U svrhu samorazumijevanja</b>	83	33,9%
<b>Kao zamjenu za interpersonalnu komunikaciju i interakciju s drugima osobama</b>	27	11%
<b>Kao 'pomoć' u oblikovanju i održavanju komunikacije i odnosa s drugima</b>	55	22,4%
<b>U svrhu oslobađanja od napetosti i smanjenja osjećaja nesigurnosti</b>	60	24,5%
<b>U svrhu uspješnijeg upravljanja konfliktima</b>	72	29,4%
<b>Za učenje</b>	117	47,8%
<b>Za rješavanje problema</b>	114	46,5%

<b>Za donošenje odluka</b>	129	52,7%

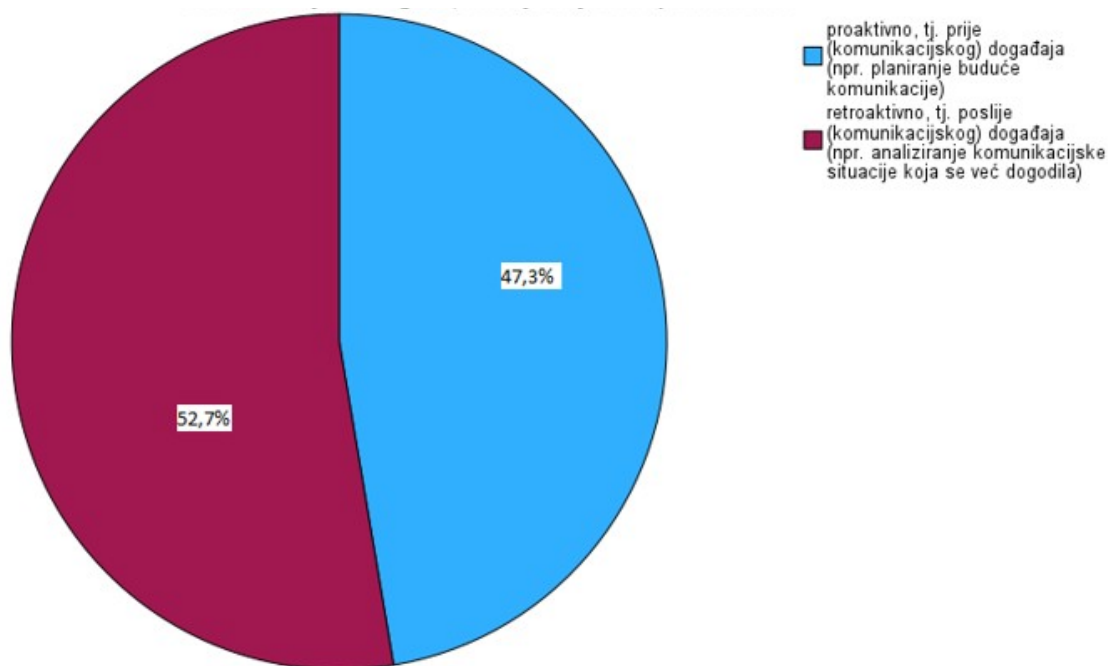
Naredno pitanje odnosilo se na tip intrapersonalne komunikacije koji ispitanici češće koriste. Doslovnu komunikaciju sa samim sobom (npr. učenje ili analiziranje određene situacije) koristi čak 154 (62,9%) ispitanika, a 91 (37,1%) ispitanik koristi zamišljenu interakciju i komunikaciju s drugim osobama (npr. planiranje budućeg razgovora s osobom) (Slika 5.).



Slika 5. Najčešće korišteni tipovi intrapersonalne komunikacije

Sljedeće pitanje odnosilo se na tajming prakticiranja intrapersonalne komunikacije, u odnosu na situacije, događaje i komunikaciju s drugima. Većina ispitanika označila je da intrapersonalnu komunikaciju prakticira retroaktivno, odnosno poslije (komunikacijskog) događaja (npr. analiziranje komunikacijske situacije koja se već dogodila), njih 129 (52,7%), dok je 116 (47,3%) ispitanika odgovorilo da intrapersonalnu komunikaciju prakticira proaktivno tj. prije (komunikacijskog) događaja (npr. planiranje buduće komunikacije) (Slika 6.).





Slika 6. Tajming prakticiranja intrapersonalne komunikacije

Iduće pitanje tražilo je odgovor na pitanje koliko vremena dnevno ispitanici prakticiraju intrapersonalnu komunikaciju. 97 (39,6%) ispitanika prakticira intrapersonalnu komunikaciju 30 minuta do sat vremena dnevno, a 83 (33,9%) ispitanika to čine do 30 minuta dnevno. Također, 38 (15,5%) ispitanika prakticira intrapersonalnu komunikaciju 1 do 3 sata dnevno, dok 17 (6,9%) ispitanika u intrapersonalnoj komunikaciji provede 3 do 5 sati dnevno. 5 (2%) ispitanika prakticira intrapersonalnu komunikaciju 5 do 7 sati dnevno, 3 (1,2%) ispitanika prakticiraju ju 7 do 10 sati dnevno, a najmanji broj ispitanika, njih 2 (0,8%) u intrapersonalnoj komunikaciji provede više od 10 sati dnevno (Tablica 13.).

Tablica 13. Dnevno vrijeme provedeno u prakticiranju intrapersonalne komunikacije

Koliko vremena dnevno prakticirate intrapersonalnu komunikaciju?	N	%
Do 30 minuta	83	33,9%
30 minuta do sat vremena	97	39,6%

<b>1 do 3 sata</b>	38	15,5%
<b>3 do 5 sati</b>	17	6,9%
<b>5 do 7 sati</b>	5	2%
<b>7 do 10 sati</b>	3	1,2%
<b>Više od 10 sati</b>	2	0,8%

Pretposljednje pitanje anketnog upitnika tražilo je od ispitanika da procjene kakav utjecaj intrapersonalna komunikacija ima na razvoj njihove osobnosti, osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, odnose i komunikaciju s drugim osobama, kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh te na njihovo mentalno zdravlje (dobrobit). Što se tiče intrapersonalne komunikacije i njenog utjecaja na razvoj osobnosti ispitanika, njih 60 (24,5%) izjasnilo se da smatra da ista ima u potpunosti pozitivan utjecaj, a 160 (65,3%) ispitanika smatra da ima uglavnom pozitivan utjecaj. 15 (6,1%) ispitanika smatra da intrapersonalna komunikacija nema nikakav utjecaj na njihov razvoj osobnosti, dok 9 (3,7%) ispitanika smatra da ima uglavnom negativan utjecaj, a samo 1 (0,4%) ispitanik smatra da ima u potpunosti negativan utjecaj na razvoj njegove osobnosti. Nadalje, 148 (60,4%) ispitanika označilo je da intrapersonalna komunikacija ima uglavnom pozitivan utjecaj na njihov osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, 50 (20,4%) ispitanika označilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, a njih 25 (10,2%) smatra da intrapersonalna komunikacija nema utjecaj na njihov osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti. Da intrapersonalna komunikacija ima uglavnom negativan utjecaj na njihov osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti smatra 21 (8,6%) ispitanik, a samo 1 (0,4%) ispitanik smatra da ima u potpunosti negativan utjecaj. Što se tiče utjecaja intrapersonalne komunikacije na odnose i komunikaciju s drugim osobama, 146 (59,6%) ispitanika smatra da ima uglavnom pozitivan utjecaj, a 50 (20,4%) ispitanika označilo je da intrapersonalna komunikacija ima u potpunosti pozitivan utjecaj na njihove odnose i komunikaciju s drugim osobama. Dalje, 32 (13,1%) ispitanika smatraju da intrapersonalna komunikacija nema utjecaja na njihove odnose i komunikaciju s drugim osobama, 17 (6,9%) smatra da ima uglavnom negativan utjecaj, a niti jedan ispitanik ne smatra da ima u potpunosti negativan utjecaj. Na pitanje kakav utjecaj intrapersonalna komunikacija ima na njihove kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, 130 (53,1%) ispitanika odgovorilo je da ima

uglavnom pozitivan uspjeh, 70 (28,6%) ispitanika da ima u potpunosti pozitivan, a 39 (15,9%) da nema utjecaja. Najmanje ispitanika odgovorilo je da intrapersonalna komunikacija ima uglavnom negativan utjecaj na njihove kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, samo njih 6 (2,4%), a nitko ne smatra ima u potpunosti negativan utjecaj. Na samom kraju ovog pitanja, ispitanici su morali ocijeniti kakav utjecaj intrapersonalna komunikacija ima na njihovo mentalno zdravlje. Najviše ispitanika odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 131 (53,5%), a 60 (24,5%) ispitanika označilo je intrapersonalna komunikacija ima u potpunosti pozitivan utjecaj na njihovo mentalno zdravlje. U nastavku, 26 (10,6%) ispitanika smatra da intrapersonalna komunikacija nema nikakav utjecaj na njihovo mentalno zdravlje, 25 (10,2%) da ima uglavnom negativan utjecaj, a samo 3 (1,2%) ispitanika smatraju da intrapersonalna komunikacija ima u potpunosti negativan utjecaj na njihovo mentalno zdravlje (Tablica 14.).

Tablica 14. Samoprocjena utjecaja intrapersonalne komunikacije

Kako biste procijenili utjecaj intrapersonalne komunikacije na: a) razvoj Vaše osobnosti, b) Vaš osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, c) Vaše odnose i komunikaciju s drugim osobama, d) Vaše kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, te e) Vaše mentalno zdravlje (dobrobit)?	N, %				
	u potpunosti pozitivan utjecaj	uglavnom pozitivan utjecaj	nema utjecaja	uglavnom negativan utjecaj	u potpunosti negativan utjecaj
razvoj Vaše osobnosti	60	160	15	9	1

	(24,5%)	(65,3%)	(6,1%)	(3,7%)	(0,4%)
Vaš osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti	50 (20,4%)	148 (60,4%)	25 (10,2%)	21 (8,6%)	1 (0,4%)
Vaši odnosi i komunikacija s drugim osobama	50 (20,4%)	146 (59,6%)	32 (13,1%)	17 (6,9%)	0 (0,0%)
Vaše kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh	70 (28,6%)	130 (53,1%)	39 (15,9%)	6 (2,4%)	0 (0,0%)
Vaše mentalno zdravlje (dobrobit)	60 (24,5%)	131 (53,5%)	26 (10,6%)	25 (10,2%)	3 (1,2%)

Kod posljednjeg pitanja u anketnom upitniku ispitanici su trebali označiti u kojoj se mjeri slažu s tvrdnjama o intrapersonalnoj komunikaciji. S prvom tvrdnjom *Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje zdravih međuljudskih odnosa i komunikacije* najveći se broj u potpunosti slaže, njih 114 (46,5%), u sličnoj mjeri, njih 100 (40,8%), uglavnom se slaže, a 28 (11,4%) ispitanika tvrdi da se niti slažu niti ne slažu s navedenom tvrdnjom. U najmanjoj mjeri, 2 (0,8%) ispitanika uglavnom se ne slažu, a 1 (0,4%) se u potpunosti ne slaže s prvom tvrdnjom. S tvrdnjom *Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje profesionalnog uspjeha* uglavnom se slaže 115 (46,9%) ispitanika, 94 (38,4%) ispitanika se potpuno slaže, dok 33 (13,5%) ispitanika tvrde da se niti slažu niti ne slažu. U najmanjoj mjeri bilo je ispitanika koji se uglavnom ne slažu s navedenom tvrdnjom, njih 3 (1,2%), a niti jedan ispitanik nije označio da se u potpunosti ne slaže. S tvrdnjom *Intrapersonalna komunikacija je važna za mentalno zdravlje pojedinca* većina ispitanika u potpunosti se slaže, njih 121 (49,4%), 88 (35,9%) ispitanika uglavnom se slaže, a njih 32 (13,1%) niti se slažu niti se ne slažu. Samo 4 (1,6%) ispitanika označila su da se uglavnom ne slažu s navedenom tvrdnjom, a niti jedan ispitanik nije označio da se u potpunosti ne slaže. Sa sljedećom tvrdnjom *Intrapersonalna komunikacija je važna za razvoj stabilne ličnosti i pojma o sebi* 110 (44,9%) ispitanika uglavnom se slaže, 107 (43,7%) ispitanika u potpunosti se slaže, a 26 (10,6%) ispitanika niti se slaže niti se ne slaže. U najmanjoj mjeri, samo 1 (0,4%) ispitanik, označio da se uglavnom se slaže s

navedenom tvrdnjom, a također 1 (0,4%) ispitanik označio je da se u potpunosti ne slaže. S tvrdnjom *Intrapersonalna komunikacija navika je povučenih, usamljenih osoba* 65 (26,5%) ispitanika niti se slaže niti se ne slaže, a nešto manji broj, njih 58 (23,7%) uglavnom se ne slaže, dok 50 (20,4%) ispitanika navodi da se uglavnom slaže s navedenom tvrdnjom. 41 (16,7%) ispitanik uopće se ne slaže, a 31 (12,7%) ispitanik u potpunosti se slaže s tom tvrdnjom. Sa sljedećom tvrdnjom *Osobe koje češće prakticiraju intrapersonalnu komunikaciju u pravilu imaju razvijenije kognitivne sposobnosti i vještine* uglavnom se slaže 99 (40,4%) ispitanika, 94 (38,4%) ispitanika niti se slažu niti se ne slažu, dok se 45 (18,4%) ispitanika u potpunosti slaže. Uglavnom se ne slaže 6 (2,4%) ispitanika, a 1 (0,4%) ispitanik navodi da se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom. Sljedeća tvrdnja glasila je *Intrapersonalna komunikacija je važan dio samopercepcije, samopoimanja i samopredstavljanja osobe*, a najveći broj ispitanika, njih 137 (55,7%) uglavnom se slaže s istom. Dalje, 78 (31,8%) ispitanika u potpunosti se slaže, a 29 (11,8%) ispitanika niti se slaže niti se ne slaže. U najmanjoj mjeri, samo 1 (0,4%) ispitanik uglavnom se ne slaže, a nitko od ispitanika nije označio da se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom. S tvrdnjom *Pretjerana intrapersonalna komunikacija može biti preprekom u samorazumijevanju, odlučivanju, rješavanju problema, komunikaciji s drugima, i sl.* najviše se ispitanika uglavnom slaže, njih 91 (37,1%), a 81 (33,1%) ispitanik niti se slaže niti se ne slaže. U potpunosti se slaže 48 (19,6%) ispitanika, dok se 24 (9,8%) uglavnom ne slaže, a 1 (0,4%) ispitanik uopće se ne slaže sa spomenutom tvrdnjom. Sa posljednjom tvrdnjom *Pretjerana intrapersonalna komunikacija kao zamjena za interpersonalnu komunikaciju može biti opasna za socijalni razvoj i mentalno zdravlje pojedinca* uglavnom se slaže 106 (43,3%) ispitanika, a njih 76 (31%) u potpunosti se slaže. 51 (20,8%) ispitanik niti se slaže niti se ne slaže, 10 (4,1%) ispitanika uglavnom se ne slaže, a 2 (0,8%) ispitanika uopće se ne slažu s navedenom tvrdnjom (Tablica 15.).

Tablica 15. Stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama o intrapersonalnoj komunikaciji

Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete s navedenim tvrdnjama.	N, %				
	U potpunosti se slažem	Uglavnom se slažem	Niti se slažem niti se ne	Uglavnom se ne slažem	Uopće se ne slažem

			<b>slazem</b>		
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje zdravih međuljudskih odnosa i komunikacije.</i>	114 (46,5%)	100 (40,8%)	28 (11,4%)	2 (0,8%)	1 (0,4%)
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje profesionalnog uspjeha.</i>	94 (38,4%)	115 (46,9%)	33 (13,5%)	3 (1,2%)	0 (0,0%)
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za mentalno zdravlje pojedinca.</i>	121 (49,4%)	88 (35,9%)	32 (13,1%)	4 (1,6%)	0 (0,0%)
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za razvoj stabilne ličnosti i pojma o sebi.</i>	107 (43,7%)	110 (44,9%)	26 (10,6%)	1 (0,4%)	1 (0,4%)
<i>Intrapersonalna komunikacija navika je povučenih, usamljenih osoba.</i>	31 (12,7%)	50 (20,4%)	65 (26,5%)	58 (23,7%)	41 (16,7%)
<i>Osobe koje češće prakticiraju intrapersonalnu komunikaciju u pravilu imaju razvijenije kognitivne sposobnosti i vještine.</i>	45 (18,4%)	99 (40,4%)	94 (38,4%)	6 (2,4%)	1 (0,4%)
<i>Intrapersonalna komunikacija je važan dio samopercepcije,</i>	78 (31,8%)	137 (55,9%)	29 (11,8%)	1 (0,4%)	0 (0,0%)

<i>samopoimanja i samopredstavljanja osobe.</i>					
<i>Pretjerana intrapersonalna komunikacija može biti preprekom u samorazumijevanju, odlučivanju, rješavanju problema, komunikaciji s drugima, i sl.</i>	48 (19,6%)	91 (37,1%)	81 (33,1%)	24 (9,8%)	1 (0,4%)
<i>Pretjerana intrapersonalna komunikacija kao zamjena za interpersonalnu komunikaciju može biti opasna za socijalni razvoj i mentalno zdravlje pojedinca.</i>	76 (31%)	106 (43,3%)	51 (20,8%)	10 (4,1%)	2 (0,8%)

## 5. RASPRAVA

Prije pružanja odgovora na istraživačka pitanja, određeni će se rezultati istraživanja razmotriti u odnosu na teorijski dio rada. Rezultati ove studije uglavnom podržavaju ideje i zaključke o intrapersonalnoj komunikaciji iznesene u teorijskom dijelu rada.

U pogledu sociodemografskih obilježja ispitanika, pitanje spola i rodnog identiteta mogući je čimbenik intrapersonalne komunikacije budući da se određeni aspekti intrapersonalne komunikacije u većoj ili manjoj mjeri vezuju uz pitanje spola, odnosno pitanje rodnog identiteta. Tako se, primjerice, analiza, odlučivanje i rješavanje problema u nekim, posebno tradicionalnijim društvima, vezuju više za muški spol, dok se planiranje, samosvijest i sanjarenje vezuju više za ženski spol. Također, osobe nebinarnog, fluidnog i transrodnog identiteta mogu, posebno u određenim životnim fazama, biti sklonije introspekciji, samosvijesti i refleksiji vezano za pitanje vlastitog identiteta.

Životni stil i životne navike, poput samostalnog života ili života s drugima, količine vremena provedenog samostalno, odnosno u samoći, količine vremena provedene u komunikaciji s drugima, ali i osobine ličnosti uvjetuju način kako osoba percipira i kako prakticira intrapersonalnu komunikaciju.

Odabir posljednjih dviju ponuđenih odgovora u 7. pitanju („Kako provodite vrijeme kada ste sami?“) posebno su značajna za pitanje intrapersonalne komunikacije budući da se duhovne prakse poput meditacije i kontemplacije te tehnike poput vježbi disanja i autogenog treninga smatraju konkretnim oblicima intrapersonalne komunikacije (Cunningham, 1992; Shedletsky i Aitken, 1998; Ward, 2021) u kojima se osoba koncentrira na određenu pojavu, pojam, ili (unutarnji ili vanjski) proces ili, pak, analizira određene misli i fizička i mentalna stanja. Međutim, i proces učenja zahvaljujući aktivnosti koncentracije i analize predstavlja jedan vid intrapersonalne komunikacije.

Količina vremena provedena u komunikaciji s drugima također je indikator intrapersonalne komunikacije. Iako intrapersonalna komunikacija može biti prisutna i tijekom interpersonalne komunikacije, na primjer u vidu razmišljanja ili analize percipiranih informacija, obično se smatra da se radi o dva odvojena i suprotna oblika komunikacije (Shedletsky, 1998; Hartley, 1999; Plavšić, 2015) pa je tako vrijeme provedeno u interpersonalnoj komunikaciji 'izgubljeno' vrijeme za intrapersonalnu komunikaciju.



Sličan je indikator i vrijeme provedeno na društvenim medijima. No, vrijeme provedeno u konzumiranju informacija i sadržaja na društvenim medijima može ujedno biti i vrijeme provedeno u intrapersonalnoj komunikaciji, posebno ako osoba analizira određene informacije i sadržaje, situacije i događaje, odnosno na njih se reflektira.

S druge strane, vrijeme provedeno u potpunoj tišini i samoći obično je vrijeme koje je sigurno posvećeno nekom vidu intrapersonalne komunikacije. Tišina i samoća često se smatraju idealnim uvjetima za prakticiranje intrapersonalne komunikacije, posebno nekih njezinih aspekata – koncentracije, molitve, meditacije i kontemplacije (Ward, 2021).

U odnosu na pitanje „*Kako se osjećate u trenutku potpune tišine i samoće?*“ rezultati pokazuju da po pitanju valencije kao jedne od temeljnih osam odlika intrapersonalne komunikacije (Honeycutt i Ford, 2001; Vickery, Shaughan i Bodie, 2015) intrapersonalna komunikacija za pripadnike generacije Z ima uglavnom pozitivan afekt, tj. kod većine ispitanika u potpunosti ili uglavnom izaziva osjećaj ugone. Ipak, budući da se u trenucima tišine i samoće osoba obično okreće mentalnim procesima koji pripadaju intrapersonalnoj komunikaciji, poput introspekcije, refleksije, reflektiranja na proživljene situacije i događaje, odlučivanja i rješavanja problema, to vrijeme kod nekih osoba može prouzročiti neugodno iskustvo, posebno ako su sama iskustva i događaji na koje se osoba reflektira i koje analizira neugodni.

Što se tiče odnosa značajki osobnosti i intrapersonalne komunikacije, osobe s određenim osobinama ličnosti, poput introverta i savjesnih osoba (Pennington, 2004), smatraju se sklonijima češćem prakticiranju intrapersonalne komunikacije u odnosu na druge osobnosti.

Završno pitanje u drugoj skupini pitanja odnosilo se na primjenu intrapersonalne komunikacije u rješavanju problema i sukoba. Oko 40% ispitanika probleme i sukobe rješava upravo intrapersonalnom komunikacijom što potvrđuje zaključke o najčešćim funkcijama, odnosno primjeni intrapersonalne komunikacije (Cunningham, 1992; Vickery, Shaughan i Bodie, 2015). Pri rješavanju problema i sukoba intrapersonalna komunikacija može se koristiti kao 'samostalni alat' pri čemu osoba samostalno analizira i reflektira se na određenu situaciju ili događaj, interpretira vlastite misli i osjećaje te donosi odluke na temelju kojih će djelovati. No jednako tako ona može biti tzv. nulti korak u rješavanju problema u kojem osoba koristi procese analize, refleksije, interpretacije vlastitih misli i osjećaja, pa čak i planiranje, ali konkretno rješavanje problema odvija se u komunikaciji i interakciji s drugim(a) pri čemu procesi iz 'nultog koraka' mogu doživjeti određene promjene (npr. osoba u komunikaciji s drugom osobom doživi drukčiju interpretaciju vlastitih misli i osjećaja, tj. doživi tzv. promjenu perspektive).

Rezultati ovog istraživanja pokazali su da su razmišljanje, analiziranje i unutarnji razgovori koji, između ostalog, uključuju koncentraciju, molitvu/kontemplaciju/meditaciju i sanjarenje, najčešći oblici intrapersonalne komunikacije što potvrđuje i literatura (Cunningham, 1992; Shedletsky i Aitken, 1998; Ward, 2021). Manja diskrepancija između rezultata ovog istraživanja i zaključaka iznesenih u literaturi (Jensen, 2009) uočava se kod pitanja vezano za solo pisanu komunikaciju. Naime, unatoč zaključku da mladi često koriste solo pisanu komunikaciju u svrhu kreativnog izražavanja i očuvanja mentalnog zdravlja, kao što su tzv. *morning pages*<sup>1</sup> i *bullet journaling*<sup>2</sup> (Martin, 2018a; Martin, 2018b; Swain, 2018; Phillips, 2022; The Jakarta Post, 2022), rezultati ovog istraživanja pokazuju da nešto manje od 10% ispitanika prakticira taj oblik intrapersonalne komunikacije.

Vezano za svrhu korištenja intrapersonalne komunikacije, rezultati potvrđuju prijašnja saznanja i zaključke o intrapersonalnoj komunikaciji u kojima je naglašena njezina uloga u ostvarivanju unutarnjeg sklada, u održavanju odnosa i upravljanju konfliktima, u postizanju samorazumijevanja, kao i u kompenzaciji stvarnih interakcija (Rogers, 1951; Vickery, Shaughan i Bodie, 2015).

Po pitanju tajminga kao jedne od temeljnih osam odlika intrapersonalne komunikacije, rezultati su ukazali na nešto češće retroaktivno prakticiranje intrapersonalne komunikacije. To se može povezati s rezultatima prethodnog pitanja o tome koji tip intrapersonalne komunikacije ispitanici češće koriste – intrapersonalnu komunikaciju *per se* ili intrapersonalnu komunikaciju kao zamišljenu interakciju – gdje je nešto više od 60% ispitanika odgovorilo da prakticira intrapersonalnu komunikaciju *per se*, odnosno kao komunikaciju sa samim sobom. Tajming je usko vezan za tip intrapersonalne komunikacije pa tako kod intrapersonalne komunikacije *per se*, tj. komunikacije sa samim sobom u *per se* glavnom dominira retroaktivna intrapersonalna komunikacija, dok kod intrapersonalne komunikacije kao zamišljene interakcije uglavnom dominira proaktivna intrapersonalna komunikacije (Honeycutt i Ford, 2001, Vickery, Shaughan i Bodie., 2015).

Budući da se procesi intrapersonalne komunikacije odvijaju naizmjenično u domenama svjesnog i podsvjesnog (Washburn, 1964; Cunningham, 1992), odgovore na pitanje „*Koliko*

<sup>1</sup> Tri stranice jutarnjeg zapisivanja svijesti. Pomažu osobi u pojašnjavanju, propitivanju, prioritiziranju te planiranju i usklađivanju dnevnih obveza (Morning pages, 2023).

<sup>2</sup> Organizacijski sustav koji služi za praćenje događaja, aktivnosti i procesa, odnosno učinkovito djelovanje u kontekstu ubrzanog stila života. To je fizičko mjesto (dnevni, bilježnica) za pohranu informacija i sadržaja koje se odnose na sve što osoba treba učiniti, zapamtiti i sl. Ovaj sustav je tiskana verzija popisa obaveza, podsjetnika, nadolazećih zadataka i sl., sve na jednom mjestu. Nisu potrebni digitalni uređaji, već samo olovka i bilježnica (Carroll, 2018).

vremena dnevno praktirate intrapersonalnu komunikaciju?” potrebno je promatrati upravo u tom kontekstu. Naime, kako osoba jednog dijela svoje intraperonalne komunikacije nije svjesna, vrijeme koje ispitanici percipiraju kao ono provedeno u takvoj vrsti komunikaciji vjerojatno se razlikuje od stvarnog vremena posvećenog intrapersonalnoj komunikaciji.

U pretposljednem pitanju o samoprocjeni utjecaja intrapersonalne komunikacije odgovori ispitanika upućuju na uglavnom pozitivan i u potpunosti pozitivan utjecaj intrapersonalne komunikacije na razvoj njihove osobnosti, osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, njihov odnos i komunikaciju s drugima, njihove kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh te mentalno zdravlje. Navedeni rezultati u skladu su s idejama i zaključcima iznesenima u literaturi i prijašnjim studijama o intrapersonalnoj komunikaciji (Rogers, 1951; Cunningham, 1992; Shedletsky, 1998; Shedletsky i Aitken, 1998; Hatzigeorgiadis i sur., 2009; Spehnjak i Plenković, 2015; Oleš i sur, 2020).

U konačnici, i u posljednjem pitanju u kojemu su se ispitanici slagali s iznesenim tvrdnjama o intrapersonalnoj komunikaciji odgovori ispitanika potvrđuju ulogu i važnost koju intrapersonalna komunikacija ima u svim aspektima čovjekova života (Rogers, 1951; Cunningham, 1992; Shedletsky, 1998; Shedletsky i Aitken, 1998; Hatzigeorgiadis i sur., 2009; Spehnjak i Plenković, 2015; Oleš i sur, 2020). No, rezultati ujedno potvrđuju i činjenicu da su pripadnici generacije Z, koju se često percipira kao generaciju koja je ovisna o komunikaciji i interakciji na društvenim medijima (Fistrić, 2018; Šimunić Rod, 2020), imaju razvijenu svijest o važnosti intrapersonalne komunikacije za njihove odnose, profesionalni uspjeh, mentalno zdravlje i osobni razvoj ujedno bivajući svjesnima i izazova koje pretjerana, odnosno nekontrolirana intrapersonalna komunikacija može prouzročiti.

Rezultati istraživanja pružili su odgovore na četiri postavljena istraživačka pitanja. Prvo istraživačko pitanje glasi *Kakav je situacijski kontekst mladih koji (ne)posredno utječe na njihovu intrapersonalnu komunikaciju?*. Odgovor na ovo pitanje pružaju odgovori ispitanika, odnosno rezultati iz druge skupine pitanja u upitniku. Većina (55,1%) ispitanika živi u kućanstvu s 3 do 4 člana i većina ih samostalno provodi vrijeme 1 do 3 (32,2%), odnosno 3 do 5 (25,3%) sati dnevno. Osobe koje dijele životni prostor s ostalim članovima kućanstva u pravilu imaju manje vremena koje mogu provesti sami. U potpunoj tišini i samoći većina ispitanika (44,1%) provodi tek do 30 minuta dnevno. Slobodno vrijeme većinom provode gledajući serije i filmove (68,2%), radeći kućanske i druge poslove, (65,3%), odmarajući se (63,3%) i slušajući glazbu (54,7%). Također, u komunikaciji s drugima većina provodi 3 do 5 (29,8%), odnosno 5 do 7

(22%) sati dnevno. Pripadnici generacije Z veliki dio vremena provode u aktivnom konzumiranju medijskih sadržaja, informacija i komunikaciji s drugima, što potvrđuju i ovi rezultati. U takvim okolnostima smanjuje se vrijeme posvećeno intrapersonalnoj komunikaciji. Većina ispitanika je svoje osobine ličnosti opisala kao ambivertne (42%), savjesne (53,1%) i ugodne (58,4%). Takve su ličnosti otvorene prema intrapersonalnoj komunikaciji i većinom imaju razvijene vještine intrapersonalne komunikacije. U konačnici, moguće je zaključiti da situacijski kontekst ispitanika nema izraženih većih ograničenja, ali ni posebnih pogodnosti za prakticiranje intrapersonalne komunikacije.

Odgovor na drugo istraživačko pitanje *Kakvi su stavovi mladih spram intrapersonalne komunikacije i kakve su navike njihovog intrapersonalnog komuniciranja* pružilo je nekoliko postavljenih pitanja iz treće skupine pitanja u anketnom upitniku. Većina mladih smatra kako je intrapersonalna komunikacija važna za ostvarivanje zdravih međuljudskih odnosa i komunikacije (87,3%), za održavanje mentalnog zdravlja (85,3%), za ostvarivanje profesionalnog uspjeha (85,3%), za razvoj stabilne ličnosti (88,6%) te da je ključan čimbenik samopercepcije, samopoimanja i samopredstavljanja (87,7%). Značajan broj mladih je prepoznao kako pretjerana intrapersonalna komunikacija kao zamjena za interpersonalnu komunikaciju može biti opasna za socijalni razvoj i mentalno zdravlje pojedinca (74,3%) te da može ograničiti osobu u samorazumijevanju, odlučivanju i rješavanju problema (56,7%). Što se tiče stavova, pripadnici generacije Z svjesni su značaja i pozitivnog utjecaja intrapersonalne komunikacije, ali i izazova i ograničenja koje ona može predstavljati za osobu ako se njome uspješno ne upravlja. Po pitanju navika prakticiranja intrapersonalne komunikacije, rezultati su u skladu sa zaključcima o životnom stilu i općenito komunikacijskim navikama generacije Z. Naime, većina je ispitanika odgovorila da intrapersonalnu komunikaciju prakticira do 30 minuta dnevno (33,9%), odnosno između 30 minuta i sat vremena dnevno (39,6%). Odgovore u ovom pitanju treba razmotriti i u kontekstu činjenice da se dio intrapersonalne komunikacije odvija podsvjesno pa ispitanici ne moraju biti svjesni svakog trenutka provedenog u takvoj vrsti komunikacije. Također, po pitanju tajminga, više od polovice ispitanika (52,7%) intrapersonalnu komunikaciju koristi retroaktivno, odnosno kao intrapersonalnu komunikaciju *per se*.

Odgovor na treće istraživačko pitanje *Kako i u koje svrhe mladi koriste intrapersonalnu komunikaciju* pružilo je nekoliko pitanja također iz treće skupine pitanja u anketnom upitniku. Mladi uglavnom intrapersonalnu komunikaciju koriste za analiziranje određenih situacija i događaja (83,7%), za pojašnjavanje određenih misli i ideja (64,1%) i za reflektiranje na određenu situaciju i događaj (60,8%) (retroaktivno korištenje intrapersonalne komunikacije). Pola

ispitanika intrapersonalnu komunikaciju također koristi za planiranje i uvježbavanje buduće komunikacije i razgovora (50,6%) (proaktivno korištenje intrapersonalne komunikacije) i za donošenje odluka (52,7%). Na kraju, ispitanici intrapersonalnu komunikaciju većinom (62,9%) koriste u njezinom 'temeljnem' obliku, odnosno kao doslovnu komunikaciju sa samim sobom (intrapersonalna komunikacija *per se*). Rezultati tako potvrđuju prijašnje zaključke o svrsi uporabe intrapersonalne komunikacije. Mnogi autori smatraju da analiziranje situacija i događaja zapravo pomaže u kreiranju korisnih strategija za nošenje sa stresom i promjenama. Isto tako, procesi poput mišljenja, razmišljanja, analiziranja i rasuđivanja vrlo su važni mentalni procesi koji se odnose na kogniciju i neophodni su aspekti intrapersonalne komunikacije. Uostalom, primjena navedenih procesa stvara jedinstvenu povezanost između određenog iskustva, svjesnosti tog iskustva i komunicirane poruke o tom iskustvu, a zbog svoje važnosti često se koristi i u terapeutske svrhe.

Četvrto istraživačko pitanje *Kakav je učinak intrapersonalne komunikacije na: a) razvoj osobnosti mladih, b) njihov osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, c) njihove odnose i komunikaciju s drugim osobama, d) njihove kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, te e) njihovo mentalno zdravlje (dobrobit)* odgovoreno je kroz 19. pitanje u anketnom upitniku. Ispitanici većinom smatraju da intrapersonalna komunikacija ima u potpunosti ili uglavnom pozitivan utjecaj na razvoj osobnosti, osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, odnose i komunikaciju s drugim osobama, kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh te na mentalno zdravlje. To ukazuje na činjenicu da su pripadnici generacije Z, unatoč tomu što u relativno manjoj mjeri prakticiraju intrapersonalnu komunikaciju, ili barem nisu svjesni koliko ju prakticiraju, i što njihov životni stil i općenite komunikacijske navike ne stvaraju idealne uvjete za intrapersonalnu komunikaciju, ipak prepoznaju njezin učinak na sve važne aspekte njihova života. Osvješćivanje i prepoznavanje važnosti i utjecaja intrapersonalne komunikacije važno je za daljnje razvijanje vještina u tom komunikacijskom području.

Postoji nekoliko izazova i ograničenja u ovom istraživanju. Prije svega, sustav Lime Survey zabilježio je 327 slučajeva nedovršenih pokušaja ispunjavanja anketnog upitnika. Razlog tomu može biti relativna granularnost upitnika. Također, budući da se dio intrapersonalne komunikacije odvija podsvjesno, moguće je da na određena pitanja ispitanici nisu mogli pružiti puni odgovor jer nisu svjesni određenih procesa i njihova učinka. Na kraju, ne postoji dovoljno literature i istraživanja u području intrapersonalne komunikacije kod mladih, posebice generacije Z te je u tom dijelu teorijski okvir djelomično ograničen.

U pogledu mogućih budućih istraživanja, moguće je proširiti postojeće istraživanje metodom intervjua ili fokus grupe i tako dobiti dublji uvid u navike, prakse i komunikacijske vještine intrapersonalne komunikacije generacije Z. Također, moguće je fokusirati istraživanje na određene aspekte intrapersonalne komunikacije i problemska pitanja u tom području, poput konkretne povezanosti i međusobne uvjetovanosti intrapersonalne komunikacije i situacijskog konteksta, uključujući i osobine ličnosti osobe, ili, pak, ispitati konkretan utjecaj intrapersonalne komunikacije na mentalno zdravlje, akademski uspjeh, odnose i komunikaciju s drugima te upravljanje stresnim situacijama i rješavanje problema i konflikata.

## 6. ZAKLJUČAK

Iako pod pojmom „komunikacija” obično podrazumijevamo linearan model komunikacije između pošiljatelja i primatelja, odnosno dvije različite osobe, intrapersonalna komunikacija kao doslovna komunikacija osobe sa samom sobom ili u vidu zamišljene interakcije može biti jednako dinamičnom, značajnom i učinkovitim za privatni i profesionalni život osobe. Govor upućen sebi možda je i najčešći oblik komunikacije, posebno ako se u obzir uzmu različiti aspekti i oblici intrapersonalne komunikacije. Nažalost, to je ujedno i područje komunikacije kojemu nije, u odnosu na ostala područja, posvećeno dovoljno stručne i znanstvene pozornosti. To se posebice odnosi na istraživanje uloge i utjecaja intrapersonalne komunikacije u privatnom i profesionalnom životu mladih osoba, kao što je generacija Z.

Intrapersonalna komunikacija važna je za mentalno zdravlje osobe, njezin svakodnevni život, obrazovanje i rad, odnose s drugim ljudima. Ipak, prekomjerno korištenje intrapersonalne komunikacije, odnosno previše razmišljanja i analiziranja mogu osobu dovesti do stanja psihičke iscrpljenosti, zbunjenosti i ograničiti njezino odlučivanje i djelovanje. Stoga je važno znati upravljati procesima intrapersonalne komunikacije i učinkovito ih koristiti u svrhu osobnog, društvenog i profesionalnog razvoja, posebno s obzirom na činjenicu da se dio intrapersonalne komunikacije odvija podsvjesno. Vještine intrapersonalne komunikacije u pozitivnoj su korelaciji s općim životnim zadovoljstvom, profesionalnim uspjehom i kvalitetnim društvenim odnosima.

Generaciju Z, za razliku od prethodnih generacija, odlikuju umreženost, društvenost, komunikacija, korištenje društvenih medija i digitalne tehnologije te multitasking i brzo primanje i obrada informacija. Unatoč tomu što se navedene odlike uglavnom vezuju uz pojam interpersonalne komunikacije, pripadnici generacije Z koriste intrapersonalnu komunikaciju, prepoznaju njezinu ulogu i utjecaj i većinom posjeduju razvijene vještine intrapersonalne komunikacije.

U konačnici, ovim se radom nastojalo dati širi prikaz intrapersonalne komunikacije kao složenog fenomena koji uključuje različite procese i komponente, a podrazumijeva koncepte poput unutarnjeg govora, samogovora i zamišljenih interakcija. Također, nastojalo se ukazati na ulogu i značaj intrapersonalne komunikacije u svim životnim situacijama kod generacije Z za koju se, zbog njezinih odlika, isprva možda ne bi pretpostavilo da je dovoljno svjesna i sklona takvoj vrsti komunikacije. Na kraju, nastojalo se omogućiti šire razumijevanje procesa intrapersonalne komunikacije koji je jednako dinamičan, aktivan i važan kao i ostale vrste komunikacije.

## 7. LITERATURA I IZVORI

1. Bassey, J. (2022). *Difference Between Interpersonal Vs Intrapersonal Communication: Keys To Communicate*. StayInformedGroup. <https://stayinformedgroup.com/interpersonal-vs-intrapersonal-communication/> (12-05-2023)
2. Bursch, D. i Kelly, K. (2014). *Managing the Multigenerational Workplace*. UNC Kenan-Flagler Business School. <http://leilehuamentorprogram.weebly.com/uploads/1/6/5/6/16563028/managing-the-multigenerational-workplace-white-paper.pdf> (12-05-2023)
3. Carroll, R. (2018). *The bullet journal method: Track your past, order your present, plan your future*. United States: Harper Collins Publishers Inc.
4. Cunningham, S. B. (1992). Intrapersonal Communication: A Review and Critique. *Annals of the International Communication Association*, 15(1), 597-620. <https://doi.org/10.1080/23808985.1992.11678829>
5. Farley, M. N. (1992). Thought and Talk: The Intrapersonal Component of Human Communication. *AORN Journal*, 56(3), 481- 484. DOI: [10.1016/s0001-2092\(07\)70190-4](https://doi.org/10.1016/s0001-2092(07)70190-4)
6. Fistrić, M. (2019). Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z. *Communication Management Review*, 4(1), 120-139. <https://doi.org/10.22522/cmr20190143> (09-06-2023)
7. Hartley, P. (1999). *Interpersonal communication*. London, New York: Routledge.
8. Hatzigeorgiadis, A., Zourbanos, N., Mpoumpaki, S. i Theodorakis, Y. (2009). Mechanisms underlying the self-talk–performance relationship: The effects of motivational self-talk on self-confidence and anxiety. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(1), 186-192. <https://rb.gy/r3kd0> (12-05-2023)
9. Honeycutt, J. M. i Ford, S. G. (2001). Mental Imagery and Intrapersonal Communication: A Review of Research on Imagined Interactions (IIs) and Current Developments. *Annals of the International Communication Association*, 25(1), 315-345. DOI: [10.1207/s15567419cy2501\\_9](https://doi.org/10.1207/s15567419cy2501_9) (09-06-2023)
10. Jensen, M. D. (2009). Memoirs and journals as maps of intrapersonal communication. *Communication Education*, 33(3), 237-242. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03634528409384747> (09-06-2023)
11. Jesper, J. (2022). *Vaše kompetentno dijete*. Zagreb: Naklada OceanMore.



12. Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D. i Vujić, N. (2015). Multigeneracijska radna snaga –prednost ili nedostatak za suvremene organizacije. *Praktični menadžment*, 6(1), 59-68. <https://hrcak.srce.hr/file/212439> (12-05-2023)
13. Martin, J. (2018a, July 20). *Generation Z: It's a bullet journal world*. VoxATL. <https://voxatl.org/generation-z-bullet-journal-world/> (17-04-2023)
14. Martin, J. (2018b, October 22). *Why do younger generations love journaling*. WZOZFM. <https://wzozfm.com/why-do-younger-generations-love-journaling/> (17-04-2023)
15. Morning pages. (2023). The Artist's way. <https://juliacameronlive.com/basic-tools/morning-pages/> (15-06-2023)
16. Oleš, P.K.; Brinthead, T.M.; Dier, R. i Polak, D. (2020). Types of Inner Dialogues and Functions of Self-Talk: Comparisons and Implications. *Frontiers in Psychology*, 11,227. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00227> (09-06-2023)
17. Pennington, Donald C. (2004). *Osnove socijalne psihologije*. Zagreb: Naklada Slap.
18. Phillips, L. (2022, January 10). *The emotional and social health needs of Gen Z*. Counseling Today: A Publication of the American Counseling Association. <https://ct.counseling.org/2022/01/the-emotional-and-social-health-needs-of-gen-z/> (17-04-2023)
19. Plavšić, M. (2015). *Psihologija komuniciranja*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. [https://e-ucenje.unipu.hr/pluginfile.php/68271/mod\\_resource/content/1/Psihologija%20komuniciranja%20-%20skripta.pdf](https://e-ucenje.unipu.hr/pluginfile.php/68271/mod_resource/content/1/Psihologija%20komuniciranja%20-%20skripta.pdf) (12-05-2023)
20. Rod, V. (2020). Nova generacija poduzetnika: generacija Z. *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveno-stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 10(1), 7-23. <https://doi.org/10.38190/ope.10.1.3> (09-06-2023)
21. Rogers, C. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory*. London: Constable.
22. Shedletsky, L. (1998). *Meaning and Mind: An Intrapersonal Approach to Human Communication*. Bloomington: Eric Clearinghouse on Reading.
23. Shedletsky, L. J. i Aitken, J. E. (1998). *Teaching Intrapersonal Communication with the World-Wide Web: Cognitive Technology* [paper presentation]. World Conference of the World Wide Web, Internet and Intranet. November 7-12, 1998, Association for the Advancement of Computing in Education, Orlando, FL.
24. Spehnjak, M. i Plenković, M. (2015). Intrapersonalna i antropološka utjecajna dimenzija komuniciranja na dinamičko i stresno ponašanje profesionalnih sportaša. *Media, culture and public relations*, 6(2), 150-160. <https://hrcak.srce.hr/149020> (12-05-2023)

25. Stacks, D. W. i Andersen, P. A. (1989). The modular mind: Implications for intrapersonal communication, *Southern Communication Journal*, 54(3), 273-293.  
<https://doi.org/10.1080/10417948909372761> (12-05-2023)
26. Stenberger, R. J. (2005). *Kognitivna psihologija*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
27. Swain, R. (2018, November 8). *For digital generation, how art of journaling has evolved*. The Daily Targum. <https://dailytargum.com/article/2018/11/journaling-in-the-modern-age> (17-04-2023)
28. The Jakarta Post. (2022, July 18). *Journaling: Gen Z's latest form of self-expression and therapy*. The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/culture/2022/07/18/journaling-gen-zs-latest-form-of-self-expression-and-therapy.html> (17-04-2023)
29. Vasta, R.; Haith, M. H. i Miller, S. A. (2005). *Dječja psihologija*. Jastebarsko: Naklada Slap.
30. Vickery, A. J., Shaughan, A. K. i Bodie, G.D. (2015). Intrapersonal Communication and Listening Goals: An Examination of Attributes and Functions of Imagined Interactions and Active-Empathic Listening Behaviors. *Southern Communication Journal*, 80(1), 20-38. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2014.939295> (09-06-2023)
31. Ward, L. (2021). Intrapersonal communication: characteristics, types, examples: WarbletonCouncil. <https://warbletoncouncil.org/comunicacion-intrapersonal-3854> (09-06-2023)
32. Wartzman, R. (2014). Coming Soon to Your Office: Gen Z. Time. <https://time.com/6693/coming-soon-to-your-office-gen-z/> (12-05-2023)
33. Washburn, D. E. (1964). Intrapersonal communication in a Jungian Perspective. *Journal of Communication*, 14, 131-135. DOI: [10.1111/j.1460-2466.1964.tb02359.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1964.tb02359.x)
34. Wiseman, G. i Barker, L. L. (1966). A Model of Intrapersonal Communication. *Journal of Communication*, 16(3), 172-179. DOI: [10.1111/j.1460-2466.1966.tb00031.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1966.tb00031.x)

## 8. PRILOG (Anketni upitnik)

Poštovani,

upitnik koji je pred Vama dio je istraživanja koje se provodi u sklopu izrade diplomskog rada pod nazivom „Intrapersonalna komunikacija generacije Z: stavovi i navike mladih u području intrapersonalne komunikacije”. Upitnik je anonimn, a rezultati će se obraditi u skladu s načelima Opće uredbe o zaštiti podataka EU (2016 / 679) te će se koristiti isključivo u svrhu izrade diplomskoga rada.

Sudjelovanje u istraživanju je dobrovoljno.

Upitnik se sastoji od 3 dijela (*Demografski podaci, Situacijski kontekst, Intrapersonalna komunikacija*) i sadrži ukupno 21 pitanje. Za ispunjavanje upitnika potrebno je 20-ak minuta.

Izrazi korišteni u upitniku napisani su u muškom rodu, a odnose se kao rodno neutralni i na muškarce i na žene.

Radi lakšeg razumijevanja pitanja i konteksta istraživanja slijedi objašnjenje pojma „intrapersonalna komunikacija”.

**„Intrapersonalna komunikacija** je komunikacija sa samim sobom, odnosno zamišljena interakcija i komunikacija koja se koristi u različite svrhe, a uključuje tri glavne razine, konkretno unutarnje razgovore (razmišljanje, analiziranje, koncentraciju, sanjarenje, noćne snove, molitvu/meditaciju/kontemplaciju), solo vokalnu komunikaciju (npr. razgovori sa sobom u ogledalu) i solo pisanu komunikaciju (npr. vođenje dnevnika).”

## DEMOGRAFSKI PODACI

### 1. Spol:

- muški
- ženski

### 2. Rodni identitet:

- cisrodni muški
- cisrodni ženski
- transrodni
- nebinarni (inkluzivni i ekskluzivni)
- fluidni
- drugo. Molimo navedite koji je Vaš rodni identitet. \_\_\_\_\_

### 3. Dob:

- do 20
- 21 do 30
- 31 i više

### 4. Na kojem fakultetu studirate? (Molimo označite sve primjenjive odgovore.)

- Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
- Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek
- Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek
- Prehrambeno-tehnološki fakultet
- Strojarski fakultet u Slavonskom Brodu

- Medicinski fakultet
- Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek
- Odjel za biologiju
- Odjel za kemiju
- Odjel za matematiku
- Odjel za fiziku
- Ekonomski fakultet
- Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti
- Filozofski fakultet
- Pravni fakultet
- Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu
- Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

## **SITUACIJSKI KONTEKST**

Sljedeća skupina pitanja odnosi se na Vaš životni stil i životne navike koje su (ne)posredno vezane uz pitanje intrapersonalne komunikacije.

### **5. Koliko članova broji Vaše kućanstvo? (Pitanje se odnosi na kućanstvo u kojem trenutno živite.)**

- Živim sam.
- 2 člana
- 3 do 4 člana
- 5 do 6 članova
- više od 6 članova

## 6. Koliko otprilike vremena dnevno provodite sami?

- do sat vremena
- 1 do 3 sata
- 3 do 5 sati
- 5 do 7 sati
- 7 do 10 sati
- više od 10 sati

## 7. Kako provodite vrijeme kada ste sami? (Molimo označite sve primjenjive odgovore.)

(Mogućnost višestrukih odgovora.)

- čitajući
- slušajući glazbu
- gledajući serije, filmove i sl. sadržaje
- igrajući video igre
- baveći se hobijem
- učeći (u kontekstu studiranja i izvan konteksta studiranja, npr. stječući nova znanja i vještine)
- radeći (npr. obavljanje kućanskih poslova, rad na radnim zadacima za posao – ako ste zaposleni, i sl.)
- odmarajući se
- vježbajući ili uz neki oblik tjelesne aktivnosti (npr. trening, šetnja, bicikliranje, i sl.)
- prakticirajući određene tehnike, prakse i aktivnosti opuštanja (npr. vježbe disanja, meditacija, progresivna mišićna relaksacija, autogeni trening, i dr.)
- prakticirajući određene duhovne prakse (molitva, meditacija, kontemplacija, i dr.)
- Nešto drugo. Molimo Vas navedite što. \_\_\_\_

**8. Koliko otprilike vremena dnevno provodite u komunikaciji (licem-u-lice i *online*) s drugima? (Npr. obitelj, prijatelji, kolege.)**

- do sat vremena
- 1 do 3 sata
- 3 do 5 sati
- 5 do 7 sati
- 7 do 10 sati
- više od 10 sati

**9. Koliko otprilike vremena dnevno provodite konzumirajući informacije i sadržaje na (društvenim) medijima? (Npr. čitanje i gledanje objava drugih na društvenim mrežama, gledanje filmova i serijala, igranje video igara, gledanje YouTube sadržaja, čitanje sadržaja na novinskim i drugim portalima, i dr.)**

- do sat vremena
- 1 do 3 sata
- 3 do 5 sati
- 5 do 7 sati
- 7 do 10 sati
- više od 10 sati

**10. Koliko otprilike vremena dnevno provodite u potpunoj tišini i samoći (ne družeći se i komunicirajući s drugima i ne konzumirajući informacije i sadržaje)?**

- do 30 minuta
- 30 minuta do sat vremena
- 1 do 3 sata

- 3 do 5 sati
- 5 do 7 sati
- 7 do 10 sati
- više od 10 sati

**11. Kako se osjećate u trenutku potpune tišine i samoće?**

- u potpunosti ugodno
- uglavnom ugodno
- niti ugodno niti neugodno
- uglavnom neugodno
- u potpunosti neugodno

**12. Koje osobine ličnosti najviše odgovaraju Vašoj osobnosti?**

- introverzija (značajke: sklonost samoći, smanjenoj društvenoj interakciji i komunikaciji, samostalnim aktivnostima, i sl.)
- ekstraverzija (značajke: opuštenost, društvenost, komunikativnost i razgovorljivost, i sl.)
- ambivezija (objedinjuje značajke introverzije i ekstraverzije)
- otvorenost (značajke: znatiželja, otvorenost iskustvima, novim stvarima, avanturama, i sl.)
- savjesnost (značajke: odgovornost, organiziranost, usredotočenost, pouzdanost, i sl.)
- ugodnost (značajke: toplina, ljubaznost, suosjećajnost, međusobno povjerenje, i dr.)
- neuroticizam (značajke: tjeskobnost, smanjena regulacija emocija, sniženo raspoloženje, i sl.)

**13. Kojom vrstom komunikacije najčešće rješavate izazove i probleme s kojima se susrećete?**

- intrapersonalnom komunikacijom (komunikacija sam sa sobom, zamišljena komunikacija)



- interpersonalnom komunikacijom (komunikacija s drugima)

## INTRAPERSONALNA KOMUNIKACIJA

Sljedeća skupina pitanja odnosi se konkretno na problematiku intrapersonalne komunikacije.

### **14. Koje oblike intrapersonalne komunikacije koristite? (Molimo označite sve primjenjive odgovore.)**

- razmišljanje
- analiziranje
- koncentriranje/usredotočenost na određene misli i ideje
- sanjarenje
- molitva/kontemplacija/meditacija
- solo vokalna komunikacija (npr. komunikacija na glas pred ogledalom)
- solo pisana komunikacija (npr. vođenje osobnog dnevnika, tzv. *bullet journaling*, i sl.)

### **15. U koje svrhe koristite intrapersonalnu komunikaciju (i u smislu doslovne komunikacije sam sa sobom i u smislu zamišljene interakcije s drugim osobama)? (Molimo označite sve primjenjive odgovore.)**

- za pojašnjavanje određenih misli i ideja
- za analiziranje određenih situacija i događaja
- za reflektiranje na određenu prošlu situaciju ili događaj
- za planiranje i vježbanje buduće komunikacije i razgovora (npr. za javni nastup i izlaganje ili poslovni intervju)

- u svrhu samorazumijevanja (npr. razotkrivanje i razumijevanje različitih i suprotnih aspekata vlastite ličnosti)
- kao zamjenu (kompenzaciju) za interpersonalnu komunikaciju i interakciju s drugima osobama (zbog nedostatka interpersonalne komunikacije i interakcije s drugim osobama)
- kao 'pomoć' u oblikovanju (planiranju) i održavanju komunikacije i odnosa s drugima (npr. putem zamišljene komunikacije i razgovora s drugim osobama ili u planiranju pisane komunikacije (e-mail, objave na društvenim medijima, i sl.))
- u svrhu oslobađanja od napetosti i smanjenja osjećaja nesigurnosti (katarza)
- u svrhu uspješnijeg upravljanja konfliktima (analiza i ponovno proživljavanje prijašnjih sukoba i priprema za nove konfliktne situacije)
- za učenje (npr. usvajanje novog gradiva, ponavljanje)
- za rješavanje problema
- za donošenje odluka
- Nešto drugo. Molimo Vas navedite što. \_\_\_\_

**16. Koji tip intrapersonalne komunikacije češće koristite?**

- doslovna komunikacija sa samim sobom (npr. učenje ili analiziranje određene situacije)
- zamišljena interakcija i komunikacija s drugim osobama (npr. planiranje budućeg razgovora s osobom)

**17. U situacijama u kojima intrapersonalnu komunikaciju koristite u odnosu na situacije, događaje i komunikaciju s drugima, kada ju najčešće prakticirate?**

- proaktivno, tj. prije (komunikacijskog) događaja (npr. planiranje buduće komunikacije)
- retroaktivno, tj. poslije (komunikacijskog) događaja (npr. analiziranje komunikacijske situacije koja se već dogodila)

**18. Koliko vremena dnevno prakticirate intrapersonalnu komunikaciju?**

- do 30 minuta
- 30 minuta do sat vremena
- 1 do 2 sata
- 2 do 3 sata
- 3 do 4 sati
- 4 do 5 sati
- više od 5 sati

**19. Kako biste procijenili utjecaj intrapersonalne komunikacije na: a) razvoj Vaše osobnosti, b) Vaš osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti, c) Vaše odnose i komunikaciju s drugim osobama, d) Vaše kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh, te e) Vaše mentalno zdravlje (dobrobit)?**

	u potpunosti pozitivan utjecaj	uglavnom pozitivan utjecaj	nema utjecaja	uglavnom negativan utjecaj	u potpunosti negativan utjecaj
razvoj Vaše osobnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaš osjećaj životnog zadovoljstva, ravnoteže i radosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaši odnosi i komunikacija s drugim osobama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaše kognitivne sposobnosti i akademski uspjeh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaše mentalno zdravlje (dobrobit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**20. Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete s navedenim tvrdnjama.**

	<b>U potpunosti se slažem</b>	<b>Uglavnom se slažem</b>	<b>Niti se slažem niti se ne slažem</b>	<b>Uglavnom se ne slažem</b>	<b>Uopće se ne slažem</b>
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje zdravih međuljudskih odnosa i komunikacije.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za ostvarivanje profesionalnog uspjeha (npr. na fakultetu, na poslu).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za mentalno zdravlje pojedinca.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Intrapersonalna komunikacija je važna za razvoj stabilne ličnosti i pojma o sebi.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Intrapersonalna komunikacija navika je povučениh, usamljenih osoba.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Osobe koje češće prakticiraju intrapersonalnu komunikaciju u pravilu imaju razvijenije kognitivne sposobnosti i vještine.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Intrapersonalna komunikacija je važan dio samopercepcije, samopoimanja i samopredstavljanja osobe.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Pretjerana intrapersonalna komunikacija može biti preprekom u samorazumijevanju, odlučivanju, rješavanju</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p><i>problema, komunikaciji s drugima, i sl. (Npr. osoba može 'zaglaviti' u razgovoru sa samim sobom i previdjeti priliku za konkretno djelovanje.)</i></p>					
<p><i>Pretjerana intrapersonalna komunikacija kao zamjena za interpersonalnu komunikaciju može biti opasna za socijalni razvoj i mentalno zdravlje pojedinca. (Npr. ako probleme uvijek drži za sebe i ne povjerava se i ne komunicira s drugima.)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Zahvaljujemo Vam se na sudjelovanju u istraživanju.**