

**NDIKIMI I RRJETEVE SOCIALE NË DEMOKRATIZIMIN E  
SHOQËRISË**

**ВЛИЈАНИЕТО НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ ВРЗ  
ДЕМОКРАТИЗАЦИЈАТА НА ОПШТЕСТВОТО**

**THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON SOCIETY  
DEMOCRATIZATION**

**Abstract**

In the last few years, there has been an interesting debate about the influence of social media in the process of democratization of society, as well as the way in which they influence the political views of citizens.

The media is an important tool in all spheres of our lives, especially social media which is a trend and which has lately had an important role in society. In the last decade and a half, social media has played a very important role in shaping opinion in our society.

Political actors are well aware of the role that social networks have and are quite active with their views and political ideas on one hand, while, on the other hand, other actors (analysts, NGO sector) are quite involved in their activities in order to sensitize the public to certain democratic rights arising from legal acts of international or national character.

The opportunity provided by social networks to express our thoughts and views on politics (easy access, without any major censorship), through various materials (videos, flyers, videos, etc.) in order to encourage political views, contribute to the democratization of our society.

---

<sup>1</sup> Кандидат на докторски студии по Политички науки „Глобализација во услови на демократија“, ИСППИ- Скопје. Email: xh.emini@gmail.com

We say this because social networks today are visited by a very large number of people, who spend a lot of time on them.

Therefore, in this paper we will try to present the impact of SN on the democratization of society.

**Keywords:** *democratization, political views, internet, social networks and media*

## Вовед

Медиумите претставуваат многу значаен вид на комуникација со општеството во модерниот свет. Според развојната теорија за медиумите на Денис Мекквејл, медиумите, во согласност со политиката, треба да се „користат за унапредување на националниот развој, за автономијата и за културниот идентитет на одделни земји“.

Кога веќе сме кај медиумите и нивната улога врз општеството, не можеме да не ставиме особен акцент врз социјалните мрежи, кои денес имаат многу важна и влијателна улога врз цело општество и граѓаните, кои поголем дел од своето време го трошат на социјалните мрежи, како што се: Фејсбук, Твитер, Инстаграм, Ватцап, Јутјуб итн.

Во 2018 од страна на американската ПР-консултантска фирма „Барсон Марстелер“ е направено истражување, насловено како „Твипломаси“. Според резултатите од студијата, во тој момент „на Твитер постоеле 856 твитер-профили на шефови на држави, влади и на министри за надворешни работи, во 178 држави, што е 92 проценти од членките на ОН, со 356 милиони следбеници.“ Покрај официјалниот профил, значаен дел од светските политичари имаат и свој личен профил, стои во истражувањето. Според студијата, „според бројот на следбеници, на прво место се наоѓа Доналд Трамп со 53,2 милиони следбеници и е државник што е најпопуларен на Твитер. Зад Трамп на светско ниво, на второ и на трето место, се папата Франциск и индискиот премиер Нарендра Моди“.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> ПР-консултантска фирма „Барсон Марстелер“, направи истражување, насловено „Твипломаси“ за тоа колку шефовите на државите ги користат социјалните мрежи. Напоменуваме дека кога е вршено ова истражување Доналд Трамп беше претседател на САД и уживаше голема популарност кај нацијата. [https://www.novamakedonija.com.mk/makedonija/politika/\(02.04.2022\)](https://www.novamakedonija.com.mk/makedonija/politika/(02.04.2022))

Влијанието на социјалните мрежи уште повеќе се зајакнува со фактот дека тие се многу понезависни од другите медиуми, и преку нив полесно може да се стигне до каква било информација.

Во понатамошниот дел на овој труд ќе ја презентирам појавата, улогата и влијанијето на социјалните мрежи врз демократизацијата на општеството пошироко но и во нашето општество.

## **1. Појавата на социјалните мрежи**

Гледано од историски аспект појавата на социјалните мрежи не е нешто што започнало многу одмана, бидејќи сепак станува збор за еден нов феномен и инструмент што е поврзан со развојот на последната технологија.

Терминот социјална мрежа првпат се употребува во текот на средината на минатиот век, кога бил дефиниран терминот „социјалната мрежа“, како група на лица или организации што се поврзани меѓу себе. „Првиот препознатлив сајт за оваа намера започнал со работа во текот на 1997 година. Името на веб-страницата тогаш било SixDegrees.com. Оваа веб-страница е една од првите веб-страници на која на корисниците им дозволувало да создаваат профили и да формираат листа на нивните пријатели. Секоја од овие карактеристики постоела во некоја форма и пред веб-страницата SixDegrees.

Профили постоеле на повеќе страници и многу заедници на страници, како на пример AIM или ICQ (претставуваат т.н. месинџери, односно страници или апликации за размени на пораки и звуци) кои имале листи на пријатели, но биле невидливи за другите корисници. Како почеток на денешните социјални интернет-страници преставува страницата Класмејт (Classmates.com), што всушност им овозможувало на луѓето да се поврзат со лицата од сопственото училиште или колеџ а при пребарување на мрежата да ги видат лицата што се поврзани. Сепак, корисниците не можеле да креираат профили или листа на пријатели.

Во периодот помеѓу 1997 до 2001 година, голем број веб-страници и апликации се обиделе со различни комбинации на профили и пријатели, како Азијавевењу, Блекпланет и Мигенте (Asian Avenue, BlackPlanet и MiGente), да создадат лични, професионални профили со кои корисниците би можеле да се идентификуваат. Со ова полека и нарушувањето на приватноста стана голем проблем.

Исто така, шведската веб-страницата Лунарсторм (LunarStorm) што е формирана во 2000 година, содржи можности за додавање пријатели и дневник-страници. Имало и други слични страници што се обидувале да направат слични комбинации. Во текот на 2003 година се појавува Мајспејс (MySpace), што всушност претставува и прва социјална интернет-мрежа што има посериозен успех<sup>3</sup>.

„Бидејќи интернет-конекциите станаа побрзи а компјутерите помоќни, социјалните медиуми станаа попопуларни. Фејсбук беше лансиран во 2004 година, прво како веб-страница за социјално вмрежување за студенти. Јутјуб започна следната година, дозволувајќи им на луѓето да објавуваат видеа што ги направиле или што можат да се најдат на интернет. Твитер започна во 2006 година. Желбата не беше само можност да се поврзете и да споделите нешто со другите, исто така, истовремено имавте шанса да станете познат. (Џастин Бибер, кој започна да објавува видеа од неговите настапи во 2007 година кога имал 12 години, беше една од првите ѕвезди на Јутјуб). Во текот на следната деценија се појави цела нова генерација страници за социјално вмрежување дизајнирани да ги искористат предностите на мултимедијалните перформанси на смартфонот. Инстаграм и Пинтерест започнаа во 2010 година, Снепчет (Snapchat) и Вичет (WeChat) во 2011 година, Телеграм (Telegram) во 2013 година. Сите овие компании се потпираат на желбата на корисниците да комуницираат едни со други, со што се создава содржина што другите сакаат да ја консумираат“<sup>4</sup>.

Генерално, целта на основањето на социјалните мрежи било да се поврзат луѓето меѓу себе, да комуницираат и да споделуваат

<sup>3</sup>м-р НИКОЛОВСКИ Бојан. *Развој на социјалните интернет-мрежи*

<sup>4</sup> КЕНЕТ Беар, *Читање на разбирање: кратка историја на социјалните мрежи*

разни информации и материјали од различни области со цел да се вмрежуваат меѓусебно.

## 2. Улогата на социјалните мрежи врз општеството

Во последниве две децении со популаризацијата на Интернетот, се лансираа неколку интернет-платформи, што допреа до голем дел од општеството. Во најпопуларните платформи може да се вбројат: Јутјуб, Фејсбук, Твитер, Инстаграм, Снепчет, Пинтерест, Вацап итн.

Денес речиси секој граѓанин од високата и од средната класа има компјутер, таблет или смартфон. Кон ова придонесоа и компаниите што продаваат технолошки апаратури коишто овозможуваат продажба на овие продукти на разни начини, меѓу кои најпознат начин е на рати (во последно време и без камата). Компаниите за комуникација нудат и бесплатни апарати само луѓето да склучат договор со одредената компанија.

Според статистика на [statista.com](https://www.statista.com), „со скоро 2.5 милјарди месечни активни корисници заклучно со четвртиот квартал на 2019 година, Фејсбук е најголемата социјална мрежа во светот. Во текот на последното соопштено тримесечје, компанијата изјави дека 2.9 милијарди луѓе користат најмалку еден од основните производи на компанијата (Фејсбук, Ватцап, Инстаграм или Месинџер) секој месец“.

Според извори на МИА, во нашата земја статистиката на корисници на социјалните мрежи за 2019 е следна: „Во државава има 1.1 милион корисници на социјалната мрежа Фејсбук, неколку илјади повеќе во споредба со минатата година, а повеќе од половина милион или 540 илјади лица се приклучени на Инстаграм. Во светот има 4.1 милијарди интернет-корисници, а 3.2 милијарди од нив користат социјални мрежи“.

Предводи Фејсбук со 2,37 милијарди корисници, по што следат Јутјуб со две милијарди, Месинџер со 1,3 милијарда, Инстаграм со милијарда и Твитер со 330 милиони.<sup>5</sup>

Во 2022 година, повеќе од половина од светот користи социјални мрежи (58,4 %) односно 4,62 милјарди луѓе широм светот

---

<sup>5</sup>Податоците се објавени од страна на МИА [https://www.fakulteti.mk/news/21082019/fejsbuk-i-instagram-najpopularni-socijalni-mrezhi-kaj-makedoncite\(03.04.2022\)](https://www.fakulteti.mk/news/21082019/fejsbuk-i-instagram-najpopularni-socijalni-mrezhi-kaj-makedoncite(03.04.2022)).

сега користат социјални медиуми, 424 милиони нови корисници се појавиле на Интернет во последните 12 месеци. Просечното дневно време поминато на социјалните мрежи е 2 часа и 27 минути.<sup>6</sup>

Оваа статистика ни кажува колку многу се користат социјалните мрежи од страна на луѓето во целиот свет, тоа е бројка што не може да се игнорира од страна на компаниите, државите, медиумите, политиката итн.

### 3. Влијанијето на социјалните мрежи врз демократизацијата на општеството

Кристофер Кеци е еден од првите истражувачи кој спроведе истражување преку квантитативен пристап во врска со односот помеѓу Интернетот и демократијата. Тој користел податоци од 144 земји со линеарна регресија за анализа на „јачината на традиционалните предвидувачи на демократијата, вклучувајќи економски развој и образование, човековиот развој и здравје, етничка припадност и култура, како и индикатори кои претставуваат појави пред Интернет и ги проучува наспроти силата на преваленцата на Интернетот“. Кеци заклучува дека Интернетот е подобар предиктор за демократијата од другите традиционални предвидувачи.<sup>7</sup>

За влијанијето што го имаат социјалните мрежи врз демократизацијата на општеството можеме да видиме и од следниот автор кој истакнува дека: „Бројни студии имаат воспоставено позитивна врска помеѓу употребата на социјалните медиуми и политичката партиципација. Политичката комуникација особено се фокусираше на ефектите од социјалните медиуми во политичкото и граѓанското учество“.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Статистиката е направена од страна на Datareportal, која редовна го ажурирасвојот масивен глобален компендиум за статистика на социјалните медиуми, овие бројки се ажурирани во јануари 2022.

[https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/\(03.04.2022\)](https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/(03.04.2022))

<sup>7</sup> Kedzie R. Christopher (1997) *Communication and Democracy Coincident Revolutions and the Emergent Dictator's Dilemma*, Rand, pg. 11

<sup>8</sup> Homero Gil de Zúñiga, Brigitte Huber and Nadine Strauß (2019) *SOCIAL MEDIA AND DEMOCRACY*

*Medios sociales y democracia*, pg. 1172, El profesional de la información, 2018, noviembre-diciembre, v. 27, n. 6. eISSN: 1699-2407

Потоа, кога се зборува за социјалните мрежи и политичките ставови би го истакнал овој цитат каде се гледа какво влијаније имаат СМ: „Социјалните медиуми имаат потенцијал да ја поттикнат демократијата на различни начини. Еден од нив е да им се помогне на граѓаните да се информираат, активно или случајно, што се покажа дека е позитивно поврзано со политичкото учество“.<sup>9</sup>

Ричард Роџерс во неговата работа со случајот Краулер сугерира дека „силата на социјалните врски и густината на нивните кластери може да обезбеди визуелизација на политичката информација како релациски извори на моќ“.<sup>10</sup> Оттука можеме да ја видиме моќта која ја имаат социјалните мрежи помеѓу групите кои оперираат во нив и поврзаноста која ја имаат со политиката.

На прв поглед, оваа нова технологија се чини дека е многу способна да обезбеди: „активности преку моќни, брзи и релативно евтини алатки за регрутирање, собирање средства, дистрибуција на информации и слики, колективни дискусии и мобилизација за акции“. Додека голем дел од оваа литература се занимава со улогата на социјалните медиуми во западните демократии, овој дел става поголем акцент на дебатата за помалку демократски средини.<sup>11</sup>

Ако земеме примери на кој начин социјалните мрежи имале влијаније врз општеството, можеме да покажеме конкретни случаи од почетокот на 21 век, кога светот стана фокусна точка за дистанцирање од автократското владеење. Во истражувањето направено од страна на Торсон (Thorson) се забележува дека „социјалните медиуми станаа доминантен простор каде што во моментот се работи за колективен активизам на младите“. Наодите од истражувањето сугерираат дека „социјалните медиуми влијаат врз учеството во колективните активности и станаа важна алтернатива на другите структури за учество. На пример, Харлоу и Харп (2012) ја испитуваа употребата на страници на социјалните мрежи од страна на активистички групи во САД и во Латинска Америка и открија

---

<sup>9</sup> Ибид стр. 1174

<sup>10</sup> Rogers, Richard (2006) *Mapping Web Space with the Issue crawler*, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/253450926>, pg.15

<sup>11</sup> WOLFSFELD, Gadi , SEGEV, Elad , and SHEAFER, Tamir (2013), *Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First* · The International Journal of Press/Politics 18(2) 115–137, pg. 117

дека активизмот преку Интернет може да доведе до политички активности“.

Наодот од Ерл и соработниците (2013) илустрира како асиметријата на информации помеѓу активисти и полицијата може да влијае од употребата на Твитер за време на протести. Други студии откриле поврзаност помеѓу одредени видови на употреба на социјалните медиуми и учеството во колективни активности.<sup>12</sup>

Во Иран во 2009 година демонстрантите излегоа на улиците за да го оспорат реизборот на претседателот Махмуд Ахмединецад. Во Тунис претседателот Зин Ел Абинит Бен Али поднесе оставка на 14 јануари 2011 година, десет дена по протестите инспирирани од смртта на Мухаммед Буазиз, 26 годишен туниски уличен продавач. Бен Али беше на власт 23 години. Во Египет претседателот Хосни Мубарак, и покрај тоа што владееше автократски 30 години, беше соборен од власт преку протести кои траја 18 дена. На 11 февруари 2011 година беше објавена неговата оставка. Во случаите на Тунис и Египет, еден автократ беше сменет, но не и самиот систем. Во случајот со Иран, реизбраниот Ахмединецад е власт со поддршка на режимот.<sup>13</sup>

Во овие три случаи, социјалните мрежи одиграле важна улога во процесот, но крајните резултати биле различни. И ако имаме различни исходи, сепак, важната улога на социјалните мрежи не може да се негира, не само во овие случаи. Затоа што за да се дојде до ваков резултат сигурно дека истите имале влијание, преку различни материјали, дебати, говори итн, кои биле објавени на социјалните мрежи.

Бидејќи во нашата земја типот на демократијата е „директна демократија“ која Келмансег на модерен тон ја обликува, модерните демокрации, „*Government by the people*“ не го третираат како *владеење од народот*, но како владеење на избраниците кои се избрани од страна на народот. Претставничката демократија, „*изборната демократија*“, и директното владеење на народот, „*гласачката демократија*“, даваат тука тон и такт“.

<sup>12</sup> Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy, Alcides Velasquez and Robert LaRose, *New Media Society* published online 7 January 2014, DOI: 10.1177/1461444813518391, page 3 (The online version of this article can be found at: <http://nms.sagepub.com/content/early/2014/01/07/1461444813518391>)

<sup>13</sup> Sternberg David Ira (2014) *Influence of Social Media in Stages of Democratization*, University of Nevada, Las Vegas, pg.2-3



Ако имаме во предвид дека народот е тој кој што одлучува преку својот глас за претставниците кои ќе ја водат власта и институциите, тогаш многу е битно да се имаат во предвид нивните политички мислења и ставови за одредени политички феномени, па затоа треба да се информираат во повеќе аспекти а особено преку социјалните мрежи каде што трошат доста време.

Ако обрнеме внимание ќе можеме да видиме дека во светот оваа тема е третирана од неколку аспекти, но во нашата земја мислам дека има повеќе потреба таа да се анализира од научен аспект бидејќи многу од корисниците на социјалните мрежи користат информации и основни концепти за многу нешта, тука сигурно дека влегува и политиката. Кога се пишува оваа семинарска работа се наоѓаме во време на воена криза помеѓу Русија и Украина и знаеме колку големо влијаније имаат вестите, колумните, изјавите и анализите кои се објавуваат на Интернет и на социјалните мрежи.

#### **4. Влијанијето на социјалните мрежи врз демократизацијата на нашето општество**

Од независноста на Република Северна Македонија нашето општество поминува низ транзиција која се одолговлекуваше повеќе од тоа што беше потребно, и не само за општеството туку и за нашите институции. Од ова не беа имуни ниту медиумите кои во неколку наврати им служеа на позицијата, односно на партиите кои беа на власт. Толку е очигледна зависноста на медиумите од политиката, што општеството повеќе не може да каже дека им верува, па затоа беше важно да се појави некоја алтернатива, каде што од некој аспект општеството ќе наоѓа различни одговори за неколку важни прашања во различни сфери, вклучувајќи и политиката. Место каде што граѓаните полесно ќе можат да ги изразат нивните убедувања без некоја контрола или цензура од страна на политиката. После 2000 година, особено кон крајот на првата деценија на новиот век, дојде до израз влијанијето на социјалните мрежи, кога голем број на граѓани, студенти и интелектуалци почнаа да креираат профили на Фејсбук и на други социјални платформи. Социјалните мрежи се појавија како можност и алтернатива за вмрежување во нашето општество каде што се споделуваа информации за различни сфери, меѓу кои и политиката. Ова беше забележено од страна на политичките актери и политичките партии и истите почнаа активно да се вклучуваат на социјалните платформи.

На пример, според едно истражување во 2011 година, ова беше сликата во нашата земја на користење на социјалните мрежи од страна на политичките партии и политичките актери.

Fig. 16 Usage of social media by each political party

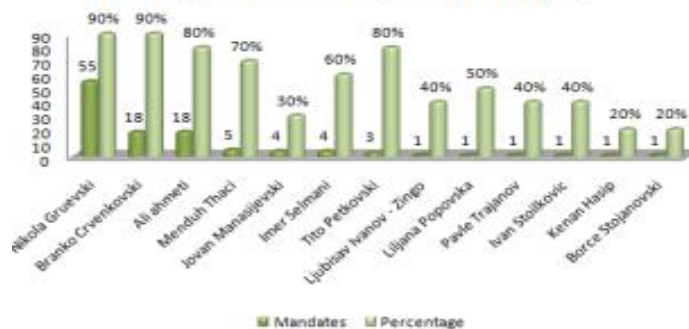


Fig. 17 Usage of social media by each president of political parties

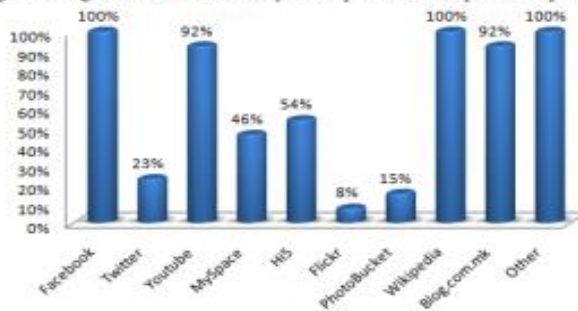
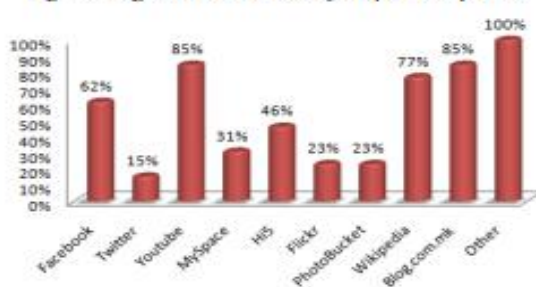


Fig. 18 Usage of social media by all political parties



Политиката на Интернетот се прошири надвор од статичните дводимензионални веб страници кои порано служеа како онлајн билборди, флаери за кандидатска позиција и традиционалните бариери на физичкото организирање. Ова донесе нова ера на онлајн потрошувачки медиуми и мрежно споделување кое е заситено од политичка содржина.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Графиконите се преземени од, MSc. Emruli Sali, Prof. dr. sc. Bača Miroslav (2011) *Internet and political communication – Macedonian case*, IJCSI International

Интересно е да се напомене дека најголемото користење на социјалните мрежи во нашата земја започна дури во средината на втората декада по 2000 г., кога политичките партии започнуваа една жестока „борба“ со појавување на материјали една против друга. Добро ни е позната медиумската кампања „Вистината за Македонија“ организирана од страна на опозицијата, која преку оваа кампања објавуваше бомби за скандалите на власта. Малку покасно се охрабрија и индивидуи како Ел Чека, кои објавуваа за скандали против претставници на ДУИ. Ако се потсетиме какво влијание имаа овие содржини на социјалните медиуми на наредните избори, каде што владините партнери изгубија многу гласачи, односно не ја добија истата моќ од претходните избори, кога имаа убедливо водство во однос на опозицијата.

Потоа, оваа кампања имаше и правен ефект кога се формираше специјално обвинителство за да ги процесуира предметите од бомбите во „Вистината за Македонија“. Оттука, можеме да кажеме дека социјалните мрежи беа главната алатка за градење на политичка свест кај гласачите, односно општеството. Многу се дискутираше во врска со овие објавени содржини на социјалните мрежи, но и се охрабрија поединци кои се вклучија со анализи, статуси, мислења, за тоа како треба да се владее во нашата земја од една страна, а од друга страна се вклучи и меѓународната заедница за да го поддржи слободното мислење и убедување. Значи социјалните мрежи имаат и ќе имаат важна улога во процесот на демократизација на нашето општество.

## 5. Conclusion

From what we have presented above, in this seminar paper on the impact of social networks on the democratization of society, explaining the phenomenon of social networks, their use by citizens and organizations and their impact, we can conclude that the emergency of social networks is a serious opportunity to convey democratic ideas and views in social processes.

We saw this through the examples of the Arab Spring, where after intense campaigns against certain rulers and regimes, we had concrete results - the fall of Ben Ali, Mubarak and Gaddafi.

Not only in the Middle East, but also in other countries, including more developed countries such as the United States, social networks play an important role in democratic processes. The statements of the great US political actors in several situations how they reacted through their profiles on social networks (especially Twitter) can be followed.

Our country is not an exception to this influence by social networks, especially on the processes of democratization of our society. It also shows how present and active our political actors and parties are on social networks, with various published content related to politics in order to reach the political consciousness of as many citizens as possible on certain topics and issues.

In this regard, we can include non-governmental organizations, which often call for activities or to change some government decisions, for certain specific issues, for the rights of citizens, for the access of certain discriminated categories to certain benefits, for freedom of speech and for many other important topics.

#### **Рецензенти:**

**Проф. Д-р Петар АТАНАСОВ**

**Д-р Кујтим КАСАМИ**

#### **Литература**

• Kedzie R. Christopher (1997) *Communication and Democracy Coincident Revolutions and the Emergent Dictator's Dilemma*, Rand

• Homero Gil de Zúñiga, Brigitte Huber and Nadine Strauß (2019) *SOCIAL MEDIA AND DEMOCRACY Medios sociales y democracia*, El profesional de la información, 2018, noviembre-diciembre, v. 27, n. 6. eISSN: 1699-2407

• Rogers, Rchard (2006) *Mapping Web Space with the Issue crawler*, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/253450926>

• WOLFSFELD, Gadi , SEGEV, Elad , and SHEAFER, Tamir (2013), *Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First* · The International Journal of Press/Politics 18(2) 115–137

- Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy, Alcides Velasquez and Robert LaRose, *New Media Society* published online 7 January 2014, DOI: 10.1177/1461444813518391, page 3 (The online version of this article can be found at: <http://nms.sagepub.com/content/early/2014/01/07/1461444813518391>)

- Sternberg David Ira (2014) *Influence of Social Media in Stages of Democratization*, University of Nevada, Las Vegas

- MSc. Emruli Sali, Prof. dr. sc. Bača Miroslav (2011) *Internet and political communication – Macedonian case*, IJCSI International Journal of Computer Science Issues, Vol. 8, Issue 3, No. 1, May 2011, ISSN

- ПР-консултантска фирма „Барсон Марстелер“, направи истражување, насловено „Твипломаси“ за тоа колку шефовите на државите ги користат социјалните мрежи. Напоменуваме дека кога е вршено ова истражување Доналд Трамп беше претседател на САД и уживаше голема популарност ка нацијата.

<https://www.novamakedonija.com.mk/makedonija/politika/>

- м-р НИКОЛОВСКИ Бојан. *Развој на социјалните интернет-мрежи*

<http://www.mod.gov.mk/?shtit=%D0%B4%D0%B5%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%B0%D1%9A%D0%B5-%D0%B8-%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%BB%D0%B5%D0%B4&lang=mk>

- КЕНЕТ Беар, *Читање на разбирање: кратка историја на социјалните мрежи*

<https://mk.eferrit.com/%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%9A%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B1%D0%B8%D1%80%D0%B0%D1%9A%D0%B5-%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B0-%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%98%D0%B0/>

- Податоците се објавени од страна на МИА

<https://www.fakulteti.mk/news/21082019/fejsbuk-i-instagram-naipopularni-socijalni-mrezhi-kaj-makedoncite>

- Статистиката е направена од страна на Datareportal, која редовно го ажурира својот масивен глобален компендиум за статистика на социјалните медиуми, овие бројки се ажурирани во јануари 2022.

<https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>