

Virtualni svijet i pitanje otuđenosti mladih

Tandara, Leonarda

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:515760>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Leonarda Tandara

**VIRTUALNI SVIJET I PITANJE
OTUĐENOSTI MLADIH**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Leonarda Tandara

**VIRTUALNI SVIJET I PITANJE
OTUĐENOSTI MLADIH**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Zagreb, 2020.

Sažetak

Tema ovog diplomskog rada je *Virtualni svijet i pitanje otuđenosti mladih*. Razvoj tehnologije doveo je do promjene u načinu komuniciranja. Mladi sve više vremena provode *online* što rezultira time da je stvaran svijet pod sve većim pritiskom virtualnog (Mužić, 2014: 400). Virtualni svijet nam omogućava sklapanje *online* prijateljstava, no istovremeno potiče izbjegavanje stvarne socijalizacije. Mladi kao dio društva su umreženi, no pojedinci su često „sami zajedno“ (Turkle, 2012). Sherry Turkle se stoga pita: Zašto očekujemo više od tehnologije, a manje jedni od drugih? Posljedično, novi mediji mogu imati utjecaj na interpersonalne odnose. Kako bismo ispitali i utvrdili percepciju otuđenosti kod mladih, proveli smo anketno (*online*) istraživanje među studentskom populacijom, točnije ispitanicima od 18 do 30 godina, čije rezultate predstavljamo i tumačimo u ovome radu.

Ključne riječi: virtualni svijet, mladi, otuđenost, percepcija otuđenosti, socijalizacija, interpersonalni odnosi

Abstract

The topic of this diploma thesis is: Virtual world and the issue of alienation of the youth. The development of technology has led to a change in the way we communicate. Young people are spending more and more time online which results that the real world is under increasing pressure from the virtual (Mužić, 2014: 400). The virtual world enables us to make online friends, however, at the same time, it encourages the avoidance of real socialization. Young people as a part of society are networked, but individuals are often „alone together“ (Turkle, 2012). Sherry Turkle, therefore, wonders: Why do we expect more from technology and less from each other? Consequently, new media can have an impact on interpersonal relationships. To examine and determine the perception of alienation in young people, we conducted an online survey among the student population, more precisely respondents aged 18 to 30 years, which results we present and interpret in this work.

Keywords: virtual world, youth, alienation, perception of alienation, socialization, interpersonal relationships

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Teorijski pravci i razvoj novih medija.....	2
2.1. Teorija koristi i zadovoljstva, teorija eskapizma i efekt treće osobe.....	4
2.2. Nastanak i razvoj novih mediji.....	7
3. Virtualni svijet kao dio svakodnevnog života	8
3.1. Virtualni svjetovi.....	11
3.2. Kibernetička (<i>cyber</i>) kultura i fragmentacija stvarnosti	14
3.3. Umreženo društvo i neprestana povezanost	16
3.4. Virtualne zajednice.....	18
3.5. Društveni odnosi među mladima u virtualnom svijetu.....	19
3.6. Virtualna komunikacija i komunikacija licem-u-lice	20
3.7. Društvene mreže i stvarna socijalizacija	23
4. Zamke virtualnog svijeta	24
4.1. Ovisnost o internetu i pametnim telefonima.....	25
4.2. Otuđenje (alijenacija) u sociološkom i komunikološkom kontekstu.....	29
4.2.1. Strah od samoće i anksioznost.....	33
5. Metodologija, hipoteze i ciljevi istraživanja.....	34
6. Rezultati istraživanja i njihova interpretacija	36
6.1. Rasprava	59
7. Zaključak	62
8. Popis korištene literature	64
9. Prilog: Anketni upitnik	72

1. Uvod

Društvo 21. stoljeća je umreženo i informacijsko društvo koje se temelji na razvoju informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Internet i virtualni svjetovi dio su ljudske svakodnevnice, pogotovo mladih ljudi. Internet je postao najkorišteniji medij u Hrvatskoj kojeg koristi 91,6% ispitanika više puta dnevno (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019: 5). Mladi, odnosno generacije Y i Z digitalno su najkompetentniji i ujedno najčešći korisnici interneta. Mladima virtualni svijet služi za svakodnevno komunikaciju s prijateljima i poznanicima te održavanje i stvaranje prijateljskih odnosa. Prekomjerno korištenje interneta, ponajviše pametnih telefona može imati negativne utjecaje na interpersonalne odnose kao i na samo ponašanje i zdravlje pojedinaca. Jedna od negativnih posljedica prekomjernog korištenja interneta (virtualnih svjetova) i pametnih telefona je otuđenost. Rayce i suradnici (2018: 2) napominju da je otuđenje i psihološki i sociološki koncept. Otuđenje kao sociološki koncept bavi se društvenim procesima koji dovode do otuđenja, dok se psihološki koncept bavi subjektivnim osjećajem otuđenosti. Cilj je ovoga rada bio spoznati važnost virtualnog svijeta kao dio svakodnevnice, doznati utjecaj provedenog vremena *online* na emocije i ponašanja pojedinaca te na društvene odnose. Osim navedenog, istraživanjem se htjelo utvrditi koliko vremena mladi provode *online*, načine korištenja virtualnog svijeta te društvene navike.

U prvom dijelu rada objasniti će se osnovne teorije medija i psihološki pravci te nastanak i razvoj novih medija. U drugom dijelu rada razjasnit će se virtualni svijet kao dio svakodnevnog života. Poblježe će posebno objašnjeni biti virtualni svjetovi. Nadalje, bit će pojašnjena kibernetička kultura i fragmentacija stvarnosti. Potom, bit će predstavljeno umreženo društvo i neprestana povezanost te virtualne zajednice. Nakon toga bit će predstavljeni društveni odnosi među mladima u virtualnom svijetu te razlika između virtualne komunikacije i one licem-u-lice. Također, bit će prikazano korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja. U četvrtom poglavlju bit će predstavljene i analizirane zamke virtualnog svijeta. Prikazat će se ovisnost o internetu i pametnim telefonima, otuđenje (alijenacija) u sociološkom i komunikološkom kontekstu te strah od samoće i anksioznost. U istraživačkom dijelu rada bit će predstavljeno i analizirano provedeno istraživanje na studentima u dobi između 18 i 30 godina o virtualnom svijetu i percepciji otuđenosti. Potom slijede zaključak, popis korištene literature i izvora te prilog.

2. Teorijski pravci i razvoj novih medija

Masovni mediji, novi medij – internet, društvene mreže i virtualni svjetovi dio su naše svakodnevnice i bilo bi teško zamisliti jedan dan bez njih. Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš i Leali Osmančević (2016: 5) navode kako su masovni mediji usmjereni na velik broj ljudi kojima se prenose informacije ili poruke. Nada Zgrabljic Rotar (2016: 63) ističe da su masovni mediji zakonski regulirane institucije u kojima djeluju medijski stručnjaci koji proizvode medijske sadržaje uz pomoć tehnoloških sredstava. Oni distribuiraju te sadržaje heterogenoj i disperziranoj publici. Masovna komunikacija odvija se prijenosom informacija od pošiljatelja, koji putem medija (tiska, radija, televizije ili interneta), šalje informacije do primatelja, publike (Ciboci i suradnici, 2016: 5). Važno je naglasiti da se mediji mogu podijeliti na tradicionalne i nove medije. Tradicionalni mediji su tisak, radio i televizija, a novi medij je internet „odnosno svi sadržaji do kojih možemo doći putem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, bilo da je riječ o pametnom telefonu, tabletu ili računalu“ (Ciboci i suradnici, 2016: 5).

Živimo u umreženom svijetu i dio smo informacijskog društva zahvaljujući razvoju tehnologija, ponajprije interneta. Mario Plenković, Darja Kupinić Gusčić i Slobodan Hadžić (2014: 244) navode da internet najjednostavnije možemo definirati kao mrežnu infrastrukturu, umreženi sustav koji povezuje milijune računala i korisnika na globalnoj razini. Manuel Castells (2003: 12) navodi kako je Marshall McLuhan svijet nakon pojave tiskarskog stroja nazvao Gutenbergovom galaksijom, a on ističe kako je „novi svijet komunikacije omogućio internet galaksiju.“ Jan van Dijk (2006: 2) opisuje 21. stoljeće kao „doba mreža“, a pri tome mreže shvaća kao živčani sustav našeg društva. Anđelko Milardović (2010: 58) objašnjava: „Informacijsko društvo omogućeno je tehnološkom revolucijom i novim informacijsko-komunikacijskim tehnologijama.“ Nadalje, Milardović (2010: 59) ističe da su informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) nastavak modernizacije svijeta te zbog njih možemo govoriti o novim medijima u odnosu na stare (telegraf, knjige, novine, telefon, radio i televizija) te o integraciji starih i novih medija. Zahvaljujući integraciji, odnosno, konvergenciji medija danas koristimo tradicionalne medije u digitalnom obliku. Čitamo *online* novinske portale, gledamo televiziju na zahtjev i slušamo radio pomoću interneta.

Danijel Labaš (2011: 48) objašnjava da su digitalni mediji dio našeg svakodnevnog života i utječu na načine kako se djeca, mladi i odrasli odnose jedni prema drugima. Novi mediji mogu utjecati na interpersonalne odnose, prijateljske odnose, pogotovo mladih ljudi jer sve češće sklapaju *online* prijateljstva, a izbjegavaju stvarnu socijalizaciju. Labaš (2011: 48) pojavu digitalnih medija opisuje ovako: „No, u kratkome su se vremenu proširili poput »mrlje ulja« po sobama, džepovima, torbama - i to ne toliko odraslih, koliko djece i adolescenata“ (Labaš, 2011: 48).

S pojavom interneta i novih medija istraživači masovne komunikacije nastojali su i dalje nastoje objasniti percepciju utjecaja i sam utjecaj na korisnike. Prije pojave interneta, u središtu istraživanja su bili masovni mediji i njihov utjecaj na recipijente (publiku). Nada Zgrabljčić Rotar (2005: 7-8) ističe „rasprave o utjecaju medija na ljude, stare su koliko i mediji. Bilo da su zdravorazumske ili znanstvene – cilj im je razumjeti i protumačiti ljudsku komunikaciju.“ Zgrabljčić Rotar zaključuje da među znanstvenicima ne postoji suglasnost o tome jesu li utjecaji medija pozitivni ili negativni. Važno je istaknuti da „mediji nisu ni štetni ni korisni, a mogu biti i jedno i drugo“ (Zgrabljčić Rotar, 2005: 3). Michael Kunczik i Astrid Zipfel (2006: 157) navode kako razlikujemo četiri faze istraživanja utjecaja masovnih medija.

Prva faza istraživanja o utjecaju medija (otprilike 1900. do 1940.) bila je obilježena uvjerenjem u svemoć medija. Odnosno, mišljenjem da masovni mediji izravno utječu jednako na sve medijske korisnike, a oni se utjecaju ne mogu oduprijeti. Za ovu fazu istraživanja ključna je teorija o čarobnom metku (*Magic Bullet Theory*) / teorija o hipodermičnoj igli (*Hypodermic Needle Concep*). Glavna ideja teorije je da komunikatori ciljaju bespomoćne recipijente (medijske korisnike) te ako ih „pogode“ dolazi do utjecaja. Bit teorije je da se utjecaj onda prenosi putem „pojasa transmisije“, „odnosno mediji bi utjecali na recipijente «poput injekcije»“ (Kunczik, Zipfel 2006: 157). Ova teorija opisuje se i kao model stimulus - reakcija, odnosno „shema podražaj - reakcija“. Smatralo se da „masovni mediji mogu «ujednačiti stanje svijesti» cijelih društava“ (Kunczik, Zipfel 2006: 157). Kunczik i Zipfel (2006: 159) navode da je bit druge faze istraživanja o utjecaju medija (otprilike 1940.-1965.) da su mediji bez utjecaja. Istraživači druge faze opovrgavaju model stimulus - reakcija i zamjenjuju ga modelom stimulus (podražaj) – organizam - reakcija. Točnije, uzimaju u obzir „individualne razlike u vezi sa strukturom osobe (npr. različita motivacija, sposobnost učenja, pozornost, percepcija itd.) kao i socijalno okruženje čovjeka, počeli

su se sve više prihvaćati i shvaćati kao «filter» koji modificira utjecaj“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 159).

Kunczik i Zipfel (2006: 160) pojašnjavaju da je treća faza istraživanja o utjecaju medija ponovno otkrivanje snažnog utjecaja medija (otprilike 1965.-1980.). Razlika u odnosu na prijašnje faze istraživanja je da se istraživanja ne temelje samo na komunikatorima i sadržajima koje šire mediji, već se u obzir uzima i aktivno ponašanje recipijenata prema medijima. Ovdje je pogotovo važna teorija „koristi i zadovoljstva“ (*uses-and-gratifications approach*) koja će biti detaljnije objašnjena u sljedećem poglavlju. Sve više se istražuju medijski utjecaji na znanja i tematske preferencije „pa u središte pozornosti dolaze teme kao što su «agenda-setting», «hipoteza o jazu u znanju» i «hipoteza o kultivaciji»“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 160). Posljednja faza istraživanja je transakcijska ideja o utjecaju medija (otprilike 1980.). „Denis McQuail (1994, 331id; i 2000, 420) uveo je 1994. godine i četvrtu fazu («negotiated media influence») koja je obilježena «transakcijskom perspektivom» koja integrira ideju o jakoj poziciji medija, ali i o jakoj poziciji publike“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 161). Kako je već naglašeno, suvremena istraživanja o utjecaju medija naglasak stavljaju na Internet i nove medije, a pogotovo na društvene mreže i virtualne svjetove. Mnoge tradicionalne teorije o medijskim utjecajima primjenjuju se i danas, ali se modificiraju prema prirodi novih medija i interneta. U sljedećem potpoglavlju bit će objašnjene teorija koristi i zadovoljstva, teorija eskapizma i efekt treće osobe. Navedene medijske teorije i psihološki pravci važni su za razumijevanje zašto korisnici koriste medije, internet, virtualne svjetove te kako percipiraju njihov utjecaj.

2.1. Teorija koristi i zadovoljstva, teorija eskapizma i efekt treće osobe

Jedna od najstarijih i najpoznatijih teorija medija je teorija koristi i zadovoljstva (engl. *Uses and Gratifications Theory*). Thomas E. Ruggiero (2000) u članku *Uses and Gratification Theory in the 21st Century* daje pregled nastanka i razvoja ove teorije od 1940-ih do ranih 2000-ih. Ruggiero (2000: 3) pojašnjava da istraživači ove teorije od najranije faze istraživanja stavljaju fokus na to da korisnici medija koriste masovne medije zbog karakteristika koje ih privlače i koje im odgovaraju te zbog toga što zadovoljavaju njihove psihološke i sociološke potrebe. Preciznije, Ivan Tanta, Maja Mihovilović i Zrinka Sablić (2014: 86) naglašavaju da ova teorija masovnih

medija u središte istraživanja ne stavlja utjecaj medija, već kako i na temelju kojih motiva primatelji medijskih poruka koriste medije.

Diah Wardhani, Sri Hesti i Nindyta Aisyah Dwityas (2019: 24) naglašavaju kako ova teorija publiku smatra aktivnim, a ne pasivnim korisnicima medijskog sadržaja. Pogotovo danas korisnike medija možemo zvati aktivnim upravo zahvaljujući razvoju novih medija. Tanta i suradnici (2014: 86-87) navode da se ovaj pristup u ranoj fazi istraživanja (1950.-1980.) bavio istraživanjem tradicionalnih medija - tiska, radija i televizije, no s obzirom na ekspanzivni razvoj i svakodnevno korištenje društvenih mreža, istraživači ovog pristupa zadnjih desetak godina stavljaju fokus upravo na društvene mreže. Tanta, Mihovilović i Sablić (2014) proveli su istraživanje o tome zašto adolescenti koriste društvenu mrežu Facebook, odnosno koje njihove potrebe zadovoljava upotreba Facebooka. Rezultati istraživanja, u kojem je sudjelovalo 431 adolescenata grada Zagreba, pokazali su da adolescenti koriste Facebook za druženje, komunikaciju s prijateljima, za dogovore s prijateljima i informiranje o društvenim događajima. Prema teoriji koristi i zadovoljstva koja je bila korištena kao teorijsko uporište autora, upotreba Facebooka zadovoljava potrebe adolescenata za socijalnom interakcijom, integracijom, razumijevanjem društvenog okruženja te za informiranje. Osim navedenih, Facebook koriste radi zabave, za smanjivanje dosade i iz navike (Tanta, Mihovilović, Sablić, 2014).

Teorija koristi i zadovoljstva može se klasificirati u pet teorijskih kategorija prema ljudskim potrebama (Katz, Gurevitch, Haas, 1973, prema Tanta i suradnici, 2014: 87). Prva kategorija su kognitivne potrebe, odnosno potreba za stjecanjem novih znanja, informacija i razumijevanjem društva. Druga kategorija su afektivne potrebe, točnije emocije i zadovoljstvo. Treća kategorija je osobni identitet što obuhvaća izgradnju osobne stabilnosti, osobnog integriteta, samopouzdanja i društvenog položaja. Četvrta kategorija su integracija i socijalna interakcija, dakle potreba za pripadnošću, obiteljski i prijateljski odnosi. Peta i ujedno posljednja kategorija je eskapizam, odnosno potreba za bijegom od neugodnih situacija i oslobađanje od napetosti (Katz, Gurevitch, Haas, 1973, prema Tanta i suradnici, 2014: 87). Korisnici žele „pobjeći“ od neugodnih situacija i zamijeniti ih ugodnim. Rubin (1981: 147, prema Tanta i suradnici, 2014: 87-88) predlaže drugu klasifikaciju prema kojoj postoji osam motiva za uporabu televizijskog sadržaja, ali i svih ostalih medija. Prema Rubinu motivi su: brže prolaženje vremena, eskapizam, druženje, društvena interakcija, uгода, opuštanje, uzbuđenje i informacije.

Teorija koristi i zadovoljstva i teorija eskapizma usko su povezane. Naime, jedan od prethodno navedenih motiva korištenja medija upravo je i eskapizam. Prema tome, teorija eskapizma nije novi koncept. U posljednje se vrijeme sve više veže uz korištenje virtualnih svjetova. Waralak V. Siricharoen (2019: 4) navodi da je Peter Vorderer definirao pojam eskapizma kao potrebu većine ljudi da „pobjegnu“ od stvarnosti u kojoj žive radi nesretnih ili nezadovoljavajućih životnih situacija. Zbog toga teorija eskapizma ima uglavnom negativnu konotaciju. Uz pojam eskapizma usko je povezan pojam otuđenja (alijenacije). Mladi ljudi sve češće komuniciraju virtualno, koristeći pametne telefone, a sve manje licem-u-lice. „Bježe“ od stvarnog života u virtualni, a kao posljedica toga moguća je alijenacija, udaljavanje i izolacija od sebe i drugih. Siricharoen (2019: 5) objašnjava da se danas eskapizam promatra kao izbjegavanje stvarnog svijeta i zamjena onim virtualnim. Siricharoen (2019: 4) uočava problematiku realnog i virtualnog zbog toga što se u digitalnom svijetu pojavljuje realnost i virtualnost. On u članku *The Effect of Virtual Reality as a form of Escapism* stavlja naglasak na tehnologiju virtualne stvarnosti (VR - *Virtual reality*) koji radi svoje popularnosti i pristupačnosti privlači sve više korisnika.

Andrew Evans (2014, prema Siricharoen, 2019: 5) objašnjava da eskapizam može imati negativne posljedice na pojedinca ako pretjerano „bježi“ iz stvarnog svijeta i u potpunosti se posvećuje virtualnom svijetu. Evans (2014, prema Siricharoen, 2019: 5) uočava četiri negativna aspekta eskapizma. Prvi negativni aspekt je prokrastinacija (odgađanje). Radi eskapističkog korištenja virtualnih svjetova korisnici sve manje napora ulažu u stvarne poslove i manje rade. Drugi negativni aspekt je psihoza. Korisnici teško razlikuju što je stvarnost, a što nije. Treći negativni aspekt je poricanje. Ljudi se izoliraju zbog izrađene iluzije o virtualnom svijetu. Četvrti aspekt je ovisnost. Korisnici ne mogu kontrolirati svoje navike korištenja virtualnog svijeta. Mlađa populacija često ne uočava negativne posljedice koje prekomjerno korištenje može imati na društvo, ali ponajprije na njih same.

Posljednje teorijsko uporište koje će biti objašnjeno je efekt treće osobe. Naime, Kunczik i Zipfel (2007: 2-3) napominju da danas koristimo mnogobrojne medije te stvaramo pojednostavljene predodžbe o njihovom utjecaju. Objašnjavaju da smatramo da možemo „nepriistrano“ i ispravno prosuđivati o medijskom djelovanju. Raznim istraživanja dokazan je fenomen koji se naziva „učinak treće osobe“ (*Third Person Effect*). Američki sociolog W. Philips Davidson (1983: 3) objašnjava da će svaka osoba koja je izložena bilo kakvom obliku medijskog utjecaja često procijeniti da isti utjecaj puno više utječe na ljude oko njih („druge osobe“), nego

na njih same. Prema tome, ljudi ne vjeruju da mediji imaju isti utjecaj na njih kao i na druge. Efekt treće osobe potvrđen je i u istraživanju „Percepcija djece o utjecaju videoigara“ kojeg su proveli Danijel Labaš, Ines Marinčić i Alma Mujčinović (2019) među 630 djece u dobi od 10 do 15 godina grada Zagreba i Zagrebačke županije. Naime, 65,4% djece je zaključilo kako videoigre nemaju pozitivan utjecaj na djecu, ali istodobno njih 62,2% vjeruje da bi videoigre na njih imale pozitivan utjecaj. Shu-Fang Lin (2010: 208, prema Labaš, Marinčić, Mujčinović, 2019: 21) navodi da „efekt treće osobe pretpostavlja da osobe percipiraju negativne utjecaje kao one koji se više odražavaju na druge nego na njih same.“

Nakon što su detaljno predstavljene teorijski i psihološki pravci medija, nužno je objasniti povijesni razvoj novih medija i njihove karakteristike.

2.2. Nastanak i razvoj novih medija

Počeci razvoja interneta sežu u 70-e godine 20. stoljeća. Ciboci i suradnici (2016: 13) povijesni pregled razvoja interneta opisuju ovako:

„Jedan od svakako najpopularnijih medija današnjice je internet. Počeci interneta kakvog poznajemo danas su u 1969. godini kada je američko Ministarstvo obrane osnovalo Arpanet. Preko Arpaneta je po prvi puta u povijesti omogućen prijenos podataka s jednog računala na drugo putem mreže. Internet se od tada počeo širiti cijelim svijetom pa je tako 1976. godine i britanska kraljica Elizabeta poslala prvi e-mail. Engleski znanstvenik Tim Berners Lee je 1989. godine stvorio World Wide Web s kriticom WWW koja se od tada koristi za pristup svim mrežnim stranicama. Prva internetska stranica koja funkcionira još i danas stvorena je 1991. godine, a glasi <http://info.cern.ch>“ (Ciboci i suradnici, 2016: 13).

U samim počecima internet, odnosno Web 1.0 služio je primarno za pretraživanje informacija pomoću tražilica (Internet Explorer, Firefox) u statičnom HTML formatu, no zahvaljujući razvoju informacijske tehnologije, internet kakvog danas poznajemo, to jest Web 2.0 je dinamičan i pruža korisnicima mogućnost aktivnog sudjelovanja u stvaranju i dijeljenju sadržaja s drugim korisnicima. Tako mogu razmjenjivati članke, informacije, slike, audio i video dokumente (Hadžić i suradnici, 2014: 244). Razvoj interneta i globalizacijski procesi omogućili su pojavu društvenih mreža zbog kojih je umrežavanje postalo brže i jednostavnije, a time i komunikacija. Milardović (2010: 59) ističe kako su novi mediji, ponajprije internet „izjednačili

vrijeme i prostor zbog toga što prostorna udaljenost ne traži veliku jedinicu vremena pri prijenosu informacija.“ Osim toga, novi mediji su omogućili brzu komunikaciju neovisno o udaljenosti.

Osnovne karakteristike interneta su interaktivnost, demasifikacija i asinkronicitet (Ruggiero, 2000: 15). Interaktivnost podrazumijeva da su korisnici medija aktivni, mogu sudjelovati u mijenjaju sadržaja, mogu stvarati sadržaj i dijeliti sadržaj s drugim korisnicima (Ruggiero, 2000: 15). Ruggiero (2000: 16) objašnjava demasifikaciju kao sposobnost korisnika da odabere medij ili sadržaj između široke ponude. Asinkronost se odnosi na mogućnost da pomoću interneta korisnik primi ili pošalje poruku kada i gdje želi. Time korisnici mogu kontrolirati komunikaciju (Ruggiero, 2000: 16). Također, potrebno je navesti strukturalne karakteristike novih medija koje ih razlikuju od tradicionalnih. Jan Van Dijk (2006: 6) objašnjava kako su integracija, interaktivnost i digitalnost tri karakteristike novih medija ključne za njihovo definiranje. Integracija je prva važna strukturalna karakteristika novih medija. Naime, dolazi do integracije podatkovne i masovne komunikacije te telekomunikacija. Odnosno, dolazi do konvergencije medija (Van Dijk, 2006: 6-7). Radi svojih karakteristika novi mediji nam pružaju više mogućnosti nego tradicionalni mediji, a time nam olakšavaju komunikaciju.

3. Virtualni svijet kao dio svakodnevnog života

Internet i virtualni svijet dio su naše svakodnevnice. Internet je neizostavni dio obrazovanja, kao i mnogih zanimanja. Koristimo ga kako za posao, tako i za razonodu, informiranje te održavanje društvenih kontakata. Zanimljivo je istaknuti podatke *Internet in Europe Stats*¹ iz lipnja 2020. godine koji pokazuju da 3.787.838 od 4.105.267 stanovnika u Hrvatskoj ima pristup internetu, odnosno 92,3% stanovništva. Osim toga, važno je napomenuti podatak da 2.077.000 stanovnika u Hrvatskoj ima otvoren račun na društvenoj mreži Facebook (Internet in Europe Stats, 2020).

Agencija Ipsos provela je istraživanje za 24sata pod nazivom „Medijske navike u Republici Hrvatskoj“ na uzorku od 1023 ispitanika između 22. siječnja i 28. siječnja 2019. godine. U istraživanju su sudjelovali ispitanici između 18 i 60 godina starosti. Uzorak je nacionalno

¹ <https://www.internetworldstats.com/stats9.htm> (Stranica posjećena: 6. srpnja 2020.).

reprezentativan. Rezultati istraživanja pokazuju da 91,6% ispitanika koristi internet više puta dnevno što ga čini najkorištenijim medijem u Hrvatskoj. Zanimljivo je napomenuti podatak da gotovo da nema vremenske razlike u korištenju interneta među generacijama (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019: 5). Čak 9 od 10 korisnika na internetu je više puta dnevno, bez obzira na dob. Tome u prilog ide podatak da je internet najkorišteniji medij od buđenja sve do kraja dana (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019: 6). Korisnici internetu pristupaju najčešće preko mobitela (53,7%), zatim preko računala (22,7%) te laptopa (20,5%). Internet se najčešće koristi za komunikaciju putem e-mails te traženje aktualnih informacija (više od 80% ispitanika), a potom za komunikaciju putem aplikacije Messenger i društvenih mreža (79,5% i 75,7%). Također, koristi se i za video sadržaj, *shopping*, slušanje i preuzimanje glazbe te igranje *online* igara (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019: 15-16).

Nadalje, Mia Roje Đapić, Gordana Buljan Flander i Ella Selak Bagarić (2020) u članku *Mala djeca pred malim ekranima: Hrvatska u odnosu na Europu i svijet* iznose rezultate prvog nacionalnog istraživanja o predškolskoj djeci pred malim ekranima te ih uspoređuju sa stranim istraživanjima. Istraživanje je provela Poliklinika za zaštitu djece i mladih u suradnji s Hrabrim telefonom tijekom 2017. godine. Autorice (2020: 49) ističu kako je istraživanje provedeno na prigodnom uzorku od 655 djece u dobi od 18 mjeseci do 7 godina. Đapić, Buljan Flander i Selak Bagarić (2020: 57) ističu kako rezultati istraživanja pokazuju da postoji visoka zasićenost djece malim ekranima. Naime, „više od 80% djece živi u kućanstvima s više od pet elektroničkih uređaja, a isto toliki broj elektroničke uređaje počinje koristiti prije druge godine života“ (Đapić, Buljan Flander, Selak Bagarić, 2020: 57). Autorice su zaključile da djeca tijekom tjedna provode dvostruko više vremena uz ekrane nego što to preporuča Američka akademija pedijatarata, odnosno više od sat vremena dnevno (2020: 58). Također, autorice ističu da se svako četvrto dijete slobodno koristi ekranima, odnosno bez pravila i nadzora. Đapić, Buljan Flander i Selak Bagarić (2020: 58) uočavaju da velik broj djece pripada rizičnoj skupini „za razvijanje negativnih posljedica prekomjernog korištenja elektroničkih uređaja“ (2020: 58).

Iz navedenih istraživanja možemo zaključiti važnost interneta u svakodnevnicu i njegovu dostupnost. Petra Robotić (2015: 82) citira Sandru Car (2010) koja tvrdi kako smo nekad koristili internet u slobodno vrijeme, a danas je internet način života, odnosno, današnje generacije „tehnologijom se ne koriste nego je žive.“ Budući da postoje mnoge opasnosti na internetu Suzana Vuletić, Ana Jeličić i Silvana Karačić (2014: 525) navode da su djeca i mladi posebno ranjiva

skupina. Nadovezujući se na to, Josip Mužić (2014: 403) objašnjava; „Digitalni prostor nije paralelni ili čisto virtualni svijet, već je dio svakodnevne stvarnosti mnogih ljudi, napose mladih.“

Stoga ne čudi što se za mlađu populaciju, koja je odrasla na internetu često navodi pojam *digital native*, to jest „digitalni urođenik“ (Spitzer, 2018: 196-197). Općenito, često se govori o generacijama Y i Z. Upravo studente u dobi između 18 i 30 godina možemo svrstati u ove generacije. Generacija Y odnosi se na mlade ljude koji su rođeni između 1977. i 1994. godine, a generacija Z na rođene između 1995. i 2012. godine. Generacija Z „odrastat će s vrlo sofisticiranim medijima i u računalnim okruženjima“ (Generations X,Y, Z and the Others, 2020)². Prema Pew Researchu generacija Z obuhvaća mlade rođene između 1997. i 2012. godine, oni pripadaju generaciji koja ne poznaje svijet bez interneta i bežične tehnologije. Maja Fistrić (2019: 130) navodi da su drugi nazivi za ovu generaciju Face ili iPhone generacija. Također, Fistrić (2019: 130) objašnjava da ova generacija živi u virtualnoj stvarnosti te pomoću društvenih mreža održava komunikaciju. Ellen Helsper i Rebecca Enyon (2009, prema Fistrić, 2019: 130) navode kako je za ovu generaciju specifična „sposobnost tzv. *multitaskinga* – mogućnosti obavljanja dva i više poslova istovremeno s vrlo imponantnim rezultatima.“ Također, Peggy J. Parks (2013, prema Fistrić, 2019: 130) ističe da je „generacija Z naviknuta imati informaciju 'na dlanu', dostupnu u bilo kojem trenutku i na bilo kojem mjestu.“ Oni su digitalno najkompetentnija generacija (Are You Ready For Generation Z?)³. Prema tome, djeca i mladi (generacije Y i Z) najčešći su korisnici interneta.

Nacionalno komparativno istraživanje o medijskim navikama djece i njihovih roditelja te sigurnosti djece na internetu koje je provelo Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu s partnerima - EU Kids Online (hrkids.online, 2020) - pokazuju da 2/3 djece u dobi od 12 do 14 te 3/4 u dobi od 15 do 17 mogu pristupiti internetu uvijek kada žele ili trebaju. Pripadaju internetu najčešće preko pametnih telefona, ali i preko računala, laptopa i notebooka. Nadalje, Tomislav Levak i Snježana Barić Šelmić (2018) proveli su *online* anketno istraživanje o novim trendovima generacije „Z“ u korištenju društvenih mreža. Istraživanje je provedeno među učenicima srednjih škola u Zagrebu, Osijeku te na otocima Krku i Korčuli. Rezultati njihova istraživanja su pokazali da učenici srednjih škola u Hrvatskoj prate svjetske trendove korištenja društvenih mreža. Točnije,

² <http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/> (stranica posjećena: 3. ožujka 2020.) .

³ <https://www.forbes.com/sites/jackmccullough/2020/02/18/are-you-ready-for-generation-z/> (stranica posjećena: 3. ožujka 2020.).

generacija „Z“ sve više napušta društvenu mrežu Facebook, a sve učestalije koristi društvene mreže Instagram i Snapchat zbog prevlasti slike nad tekstem.

Pojam virtualnog svijeta se interpretira na različite načine. Krunoslav Novak (2014: 4) virtualni svijet definira kao ne-fizički ambijent „u kojemu osobe provode vrijeme, primaju i razmjenjuju informacije u obliku različitih sadržaja, uspostavljaju komunikaciju i stvaraju odnose upoznavajući se međusobno, a da nisu ograničene mjestom boravka“ (Novak, 2014: 4).

3.1. Virtualni svjetovi

Sherry Turkle (2012: 168) pod pojmom virtualnih svjetova podrazumijeva *online* društvene mreže, računalne igre i *Second Life* (drugi život), virtualnu 3D zajednicu koja predstavlja simulaciju stvarnog života. Korisnik može biti rezident (s boravištem ili prebivalištem), gost ili turist. Novi mediji s kraja 20. stoljeća i početka 21. stoljeća transformirali su društvenu komunikaciju te stvorili nove društvene mreže komuniciranja koje se temelje na „impersonalnoj komunikaciji i novoj tehničkoj virtualnosti“ (Milardović, 2010: 100). *Online* društvene mreže najpoznatiji su globalni komunikacijski fenomen kojima se služe stotine milijuna ljudi diljem svijeta kako bi komunicirati s ljudima. Jacinta i Vitomir Grbavac (2014: 206) navode kako ih koristimo kako bismo se sprijateljili s novim ljudima, povezali, razmijenili i primali informacije. Društvene mreže imaju mnoge prednosti, a neke od njih su sklapanje novih prijateljstva, obnavljanje starih prijateljstva, promocija profila kompanije, osobnog profila i digitalno poslovanje (Milardović, 2010: 104). S pojavom prvih društvenih mreža počevši sa *SixDegrees.com* nastalom 1997. godine, sve do velikih društvenih mreža kao što su Friendster i MySpace, započela je nova era komunikacije, povezivanja i korištenje interneta (Grbavac, Grbavac, 2014: 217). Društvenu mrežu možemo definirati kao:

„uslugu zasnovanu na Webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil i u okviru ograničenog sustava artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava“ (Weaver, Morrison 2008, prema Grbavac, Grbavac, 2014: 208).

Andelko Milardović (2010: 101) ističe da je do pravoga uspona društvenih mreža došlo poslije 2002. godine, točnije 2003. godine kada je utemeljena društvena mreža MySpace koja je

do nastanka Facebooka bila najpopularnija društvena mreža. Prema istraživanju marketinške agencije Arbona iz 2019. godine o strukturi korisnika Facebooka i Instagrama u Hrvatskoj ukupan broj korisnika Facebooka u Hrvatskoj je 1,9 milijun, a broj korisnika Instagrama 1,1 milijun. Drugim riječima, 4 od 9 stanovnika Hrvatske koristi Facebook, a 1 od 4 stanovnika koristi Instagram. Na Facebooku prevladavaju korisnici između 25 i 34 godina starosti, a na Instagramu najviše je korisnika u dobi između 18 i 24 (Arbona, 2019). U vezi s time potrebno je naglasiti da gotovo svaka mlada osoba u Europi, tako i u Hrvatskoj koristi društvene mreže. Prema posljednjim podacima Eurostata⁴ iz 2019. godine 9 od 10 mlađih osoba, starosti između 16 i 24 godine u Europi aktivno je na društvenim mrežama, što čini 88%. Tako je 77% mladih aktivno na društvenim mrežama u Francuskoj, a njih 79% u Italiji. Zanimljivo je da je 97% mladih aktivno na društvenim mrežama u Češkoj, Danskoj i Hrvatskoj. Drugim riječima, gotovo da svaka mlada osoba u Hrvatskoj koristi društvene mreže, a time i internet. Mlađa populacija u dobi između 18 i 29 godina koristi internet prije svega za komunikaciju putem Messengera (87%) te kako bi pristupila i posjećivala društvene mreže (84%). Također, koriste internet i za gledanje video sadržaja (73%) te za slušanje i preuzimanje glazbe (62%) (Medijske navike, 2019: 15-16).

Djeca i mladi svoje slobodno vrijeme provode, osim na *online* društvenim mrežama, igrajući virtualne igrice. Novak (2014) navodi da su virtualne društvene mreže i videoigre najčešća sredstva koja djeca i mladi koriste za ulazak u virtualni svijet. Jeffrey Wimmer (2014: 274-275, prema Labaš, Marinčić i Mujčinović, 2019: 9) ističe: „Jedan od omiljenih načina jest druženje i igra u virtualnome svijetu – svijetu videoigara što postavlja brojna pedagoška, ali i etička pitanja.“ Prema rezultatima istraživanja o korištenju videoigra u Hrvatskoj iz 2013. godine, Hrvati provedu 612 sati godišnje igrajući igre (Tvornica istraživanja, 2014, prema Labaš, Marinčić i Mujčinović, 2019: 9). Videoigre postaju sve modernije i na realističan način uvode pojedinca u svijet mašte i mogućnosti. Josip Mužić (2014: 401) uočava da su videoigre važan dio virtualnog svijeta koje simuliraju stvaran život te privlače velik broj korisnika jer često naglašavaju seks, nasilje i ezoteriju.

⁴ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20190629-1> (Stranica posjećena: 24. veljače 2020.).

Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu⁵ u brošuri *Svijet videoigara* navodi pozitivne i negativne strane videoigara. Navedene pozitivne strane su upoznavanje novih ljudi i stjecanje novih prijatelja, povećavanje vizualne prodornosti/ oštine, zabava. Osim toga, videoigre pomažu protiv rastrošenosti, pomažu logici bržeg rješavanja problema, mogu nas naučiti nešto novo o životu i mogu se koristiti za pomoć u odgoju i obrazovanju. S druge strane, navedene negativne strane su ovisnost o videoigramama, pružanje pogrešnih očekivanja o stvarnom životu, navikavanje na nasilje te zamjena za fizičku aktivnost.

Andreas M. Kaplan i Michael Haenlein (2009: 565) navode da je najpoznatija hiperrealnost trodimenzionalni virtualni svijet pod nazivom *Second Life*. *Second Life*⁶ je vodeći 3D virtualni svijet u kojem korisnik može biti tko želi i ostvariti sve što zamišlja. Ovaj internetski servis osnovao je laboratorij Linden sa sjedištem u San Franciscu 2003. godine. Ima više od 20 milijuna aktivnih korisnika koji „žive“ drugi život na mreži. Kaplan i Haenlein (2009: 565) objašnjavaju da korisnici drugog života - „stanovnici“ mogu postati dijelom virtualnog okruženja stvaranjem personaliziranog avatara⁷. Ovaj virtualni svijet korisnicima pruža mogućnost konstruiranja novog identiteta. Njihov avatar može biti realističan prikaz njih samih u virtualnom svijetu, njihova poboljšana verzija ili mogu stvoriti potpuno drugačiji identitet (Kaplan, Haenlein, 2009: 565). Sherry Turkle (2012: 175) uočava da korisnici mogu živjeti tako da vole svoj novi život, te zaključuje da je ovdje riječ o vrlo ozbiljnoj igri. Sličnost između drugog života i stvarnog života autorice Vuletić, Jeličić i Karačić (2014: 530) opisuju na ovaj način:

„Simulacija toga života u velikoj je mjeri vjerodostojna stvarnom životu, jer čovjek uistinu stječe nove interakcije s ljudima i nova iskustva, pa i intimna, do te mjere da korisnicima s vremenom postaje teško prepoznati granicu stvarnoga i virtualnoga života, sliku sebe kakav jest i kakvim želi biti“ (Vuletić, Jeličić, Karačić, 2014: 530).

Milardović (2010: 110) ističe da je *Second Life* tehnološko informacijski život u 3D virtualnoj stvarnosti koji savršeno konstruira osobe, predmete i stvari te se zbog toga sve doima stvarno i

⁵ <https://www.medijskapismenost.hr/7-prednosti-igranja-videoigara-i-4-nedostatka/> (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).

⁶ <https://secondlife.com/> (Stranica posjećena: 27. veljače 2020.).

⁷ U informatici i komunikacijama, grafika, slika ili tekstovni opis kojim korisnik predstavlja samoga sebe na mrežnim forumima, igrama, u prividnoj stvarnosti i dr. <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4818> (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).

opipljivo. Osim toga, drugi život organizira odnose među ljudima, one ekonomske, društvene, moralne i spolne. Kaplan i Haenlein (2009: 565) objašnjavaju da je glavna razlika između ostalih virtualnih svjetova i ovog to što „stanovnici“ drugog života imaju autorska prava nad svim sadržajima koje stvore, stječu vlasništvo i prodaju u zamjenu za virtualni novac - Linden dolar koji se zamjenjuje za stvarni dolar. Milardović (2010: 109) smatra da je „drugi život (*Second Life*) vrhunac ljudskog otuđenja tehnološkim posredovanjem novih medija.“ Prema Milardoviću (2010: 110) ljudi koriste drugi život radi sve većeg razočaranja realnim svijetom i otuđenja koje „rezultira bijegom od slobode.“

Nakon što smo objasnili virtualne svjetove potrebno je objasniti internetsku, to jest kibernetičku kulturu i fragmentiranu stvarnost za potpunije shvaćanje virtualnih svjetova.

3.2. Kibernetička (*cyber*) kultura i fragmentacija stvarnosti

Anđelko Milardović (2010: 77) u svom djelu *Globalno selo* kibernetičku kulturu opisuje kao novu kulturu informacijskog društva koja se temelji na informacijsko-komunikacijskim tehnologijama. Kibernetička kultura posljedica je pojave kibernetike, tranzicije industrijskog društva (masovna potrošačka kultura) u informacijsko društvo te razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija (Milardović, 2010: 83). Krunoslav Nikodem (2009: 110) pak ističe da je pojam kibernetičke kulture neodvojiv od *cyber*⁸ tema poput kibernetičkog prostora, virtualne stvarnosti, kiborga, *cyber punka*, digitalne revolucije i računalno posredovane komunikacije.

Ključna riječ za razumijevanje ove kulture je kibernetika. Milardović (2010: 83) objašnjava da se „riječ kibernetika odnosi na teoriju prijenosa poruke između ljudi i strojeva.“ Osim toga, Milardović (2010: 84) ističe da je tekst Jeana Baudrillarda *Procession of the Simulacra* krucijalan za razumijevanje virtualne kulture/stvarnosti. Naime, „simulakrum nije ništa drugo do li slika ili kopija stvarnosti“ (Milardović, 2010: 84). Drugim riječima, suvremeno društvo se temelji na simulakrumima, simbolima, slikama i znakovima, a postmoderna kultura koja je pod utjecajem novih medija zapravo je kultura simulirane stvarnosti.

⁸ Prefiks *cyber* prevodi se kao upravljanje ili kormilarenje. Utemeljitelj kibernetike je Norbert Wiener. Definirao ju je kao znanost o kontroli i komunikaciji, živih bića i strojeva 1984. godine. (Gómez-Diago, 2012: 1).

Virtualna stvarnost ima nekoliko određenja. Milardović (2010: 79) tvrdi da je virtualna stvarnost prema prvom poimanju računalna vizualizacija stvarnosti. Drugo shvaćanje ističe da je ona usporedna stvarnost ili drugi život (*Second Life*), odnosno artificijelna računalna simulirana slika svijeta. Prema tome shvaćanju usporedna stvarnost parira fizičkoj stvarnosti te se brišu granice između njih. Prema trećem shvaćanju virtualna stvarnost je „umjetna sredina u kojoj akter ili avatar virtualne stvarnosti ima osjećaj realne stvarnosti u artificijelnom/umjetnom okruženju“ (Milardović, 2010: 79). Primjerice, može se simulirati rat pomoću igrice ili let aviona. Četvrto poimanje kaže da je virtualna stvarnost hiperrealistički i simulirani svijet. Odnosno, svijet kodova, slika/simulakruma, „hladnih informacija koje struje kroz još hladnije kibernetičke strojeve i otuđene ljudske glave“ (Milardović, 2010: 79). Peto poimanje je da je virtualna stvarnost kibernetički prostor, „mjesto“ gdje možemo stvoriti virtualne entitete. Šesto određenje virtualne stvarnosti „temelji se na tezi o stvaranju nove slike ljudskog tijela u *cyber* prostoru“ (Milardović, 2010: 80). Prema sedmom shvaćanju, virtualna stvarnost je simulirana kultura informacijskog društva koja se temelji na novim medijima. Zbog njih brišu se granice između virtualne i stvarne realnosti. Kevin Robins (2001, prema Milardović, 2010: 80) smatra da je virtualna stvarnost alternativna stvarnost, to jest, „naše zrcaljenje u kibernetičkom prostoru.“ Deveto određenje je da je virtualna stvarnost tip eskapizma, bijeg iz stvarnog života u virtualni. Točnije, bijeg od svijeta odgovornosti i normi, u imaginarni svijet simulakruma, sličica, avatara, svijet bez pravila i kazni. Nicholas Negroponte (2002: 91) navodi da je bit virtualne stvarnosti „proživljavanje određenog nepostojećeg trenutka davanjem uvida u to kako bi stvar doista izgledala i, što je još važnije, trenutne promjene slike u odnosu na promjenu točke gledišta.“

Kibernetičkoj kulturi prethodio je kontrakulturalni pokret - *cyber punk*, kritika tehnokratskog društva i negativna kulturna utopija/distopija (Milardović, 2010: 84). *Cyber punk* razvio se početkom 80-ih godina 20. stoljeća, točnije objavljivanjem novele *Neuromancer* 1984. godine Williama Gibsona. Ovaj roman smatra se klasikom *cyber punka* jer objašnjava koncepte kao što su virtualna stvarnost i kibernetički prostor (Milardović, 2010: 85). David J. Bell, Brian D. Loader, Nicholas Pleace i Douglas Schuler (2004: 38-39) navode da se *cyber punk* bavio utjecajem tehnologije, virtualne stvarnosti, mreža računala i biotehnologije na prirodu ljudskog postojanja.

Milardović (2010: 93-94) navodi da je francuski filozof Paul Virilio jedan od ključnih kritičara tehnokratskog, umreženog, informacijskog, globalnog društva. Ključni koncepti Viriliove kritike su brzina, virtualnost, nove tehnologije, znanost i tehnologija u funkciji rata, informacijska

bomba i dromologija, znanost o brzini ili ubrzanju. Virilio smatra da bi se informacijsko društvo trebalo preimenovati u akceleracijsko, te uočava mogućnost otuđenja u komunikaciji radi virtualizacije svakodnevnog života, odnosno informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Milardović, 2010: 94).

Postoje različiti pogledi na kibernetičku kulturu, a time i klasifikacije. Macek (2003, prema Nikodem, 2009: 110) razlikuje četiri koncepcijske mogućnosti kibernetičke kulture - utopijsku, informacijsku, antropološku i epistemološku. Utopijska koncepcija kibernetičke kulture promatra ju „kao oblik utopijskog društva generiranog informacijsko računalnom tehnologijom.“ Informacijska koncepcija definira kibernetičku kulturu „kao kulturni (simbolički) kod informacijskog društva“, a antropološka koncepcija kibernetičke kulture su „kulturno djelovanje i životni stilovi povezani s informacijsko računalnom tehnologijom.“ Epistemološka koncepcija kibernetičke kulture shvaća ju „kao pojam sociološkijske i antropološkijske refleksije novih medija“ (Macek (2003, prema Nikodem, 2009: 110).

Sukladno svemu navedenom, Vuletić, Jeličić i Karačić (2014: 528-529) ističu da je digitalna tehnologija stvorila mogućnosti za fragmentaciju zbilje stvarnosti na realnu i virtualnu.

„Virtualna stvarnost sve više sličići realnosti te ne čudići što se ljudi mogu zabuniti i zamijeniti ju s realnošću. Mogućnost utjecanja na slijed događaja, uronjenost u sadržaj pomoću tehnike, povećala je senzaciju, dojam stvarnosti i gotovo izbrisala granicu između dvaju svjetova: realnog i virtualnoga, između mog stvarnoga »ja« i mog imaginarnoga »ja.«“

Novak (2014: 4) upozorava kako se virtualno sve češće objašnjava kao suprotnost realnom, što nije u potpunosti točno jer virtualno postaje neizostavni dio svakodnevnih aktivnosti čovjeka u kontekstu novih medija.

3.3. Umreženo društvo i neprestana povezanost

Svaki korisnik interneta može biti mrežno povezan bilo kada, bilo gdje i s bilo kime. Tako Monica Anderson i Jingjing Jiang 2018. godine (prema Muhammad, Schneider, Hill, Yau, 2019) navode istraživanje Pew Research centra prema kojemu 95% tinejdžera ima pristup pametnom telefonu, a njih 45% tvrde da su na mreži „gotovo stalno“. Milan Mesarić (2005: 391) u posebnom prilogu analiza djela Manuela Castellsa, navodeći da Castells smatra da su novo umreženo društvo,

nova virtualna stvarnost, novi globalni i informacijski kapitalizam neminovne posljedice informatičke revolucije. Castells smatra da je umreženo (informacijsko) društvo nastalo „iz konvergencije dvaju neovisnih povijesnih procesa: a) informatičke revolucije (...) i b) restrukturiranja industrijskog kapitalističkog modela“ (prema Mesarić, 2005: 390). Sherry Turkle (2012: 37) uočava da smo kao dio umreženog društva međusobno povezani, no sve više sami „u prisnosti nove samoće.“ Turkle smatra da neprestano živimo na mreži te „umreženi, zapravo jesmo zajedno, ali su nam međusobna očekivanja toliko niska da se nerijetko osjećamo potpuno sami“ (Turkle, 2012: 170).

Koncept umreženog društva povezan je s poznatom metaforom, to jest s takozvanim globalnim selom. Anđelko Milardović (2010) u svojem djelu *Globalno selo* opisuje istoimenu svjetski poznatu metaforu kanadskog komunikologa Marshalla McLuhana, koja se pojavljuje 1962. godine kao nagovještaj globalnog informacijskog društva (Milardović, 2010: 29). Još i danas postoje mnogi prijepori oko ove metafore i/ili oksimorona. McLuhanovi kritičari smatraju da metafora globalno selo nije u skladu s današnjim svjetskim društvom te ju se treba shvaćati kao oksimoron (Milardović, 2010: 21). „McLuhan je zapravo spojio dva protuslovna pojma: globalno i selo. Takva sinteza (...) izaziva zabunu i otvara raspravu, s temeljnim pitanjem kako selo može biti globalno?“ (Milardović, 2010: 21). Milardović (2010: 15) ističe da globalno selo trebamo promatrati kao komunikološki, ali i tehnološki koncept. Koncept je povezan s informacijsko-komunikacijskom dimenzijom globalizacije. Tehnologije relativiziraju prostor, stvaraju novu geografiju virtualnih prostora, izjednačavaju vrijeme i prostor te relativiziraju daljinu, te „u fizičkom smislu, sažimlju globus na razinu globalnog/virtualnog sela“ (Milardović, 2010: 15). Castells (2003: 146) govori o umreženom individualizmu kao o društvenom obrascu, a ne o skupini izoliranih ljudi. Primjećuje razvoj komunikacijskog hibrida koji zbližava fizički prostor i kiber mjesto (...) i tako služi kao materijalna podrška umreženoj individualnosti. „Prema tome, dio smo virtualnog društva - umreženog društva gdje je društvena interakcija posredovana mrežom (internetom), računalima i telekomunikacijama“ (Milardović, 2010: 81).

Sherry Turkle (2012) u drugom dijelu knjige *Umreženi - U prisnosti nove samoće* iznosi probleme koje donosi neprestana povezanost. Naime, Turkle (2012: 189) objašnjava da umreženi život utječe na sve aspekte života mladih ljudi, a njihovo odrastanje uz robotičke ljubimce i na mreži opisuje kao život na „kratkaj uzdi“. Turkle (2012: 192) ističe da prijatelji jedni od drugih

očekuju stalnu dostupnost te da se osjećaju nelagodno kada mobitel nije uz njih. Mladi očekuju povezanost putem mreže kako bi se osjećali da je netko „tu“ (Turkle, 2012: 194).

Potrebno je nadodati da je virtualno društvo viši rodni pojam virtualne zajednice (Milardović, 2010: 81). U sljedećem poglavlju bit će detaljnije objašnjen pojam virtualne zajednice.

3.4. Virtualne zajednice

S obzirom da smo dio umreženog društva, stvaramo poznanstva i interpersonalne odnose i u virtualnom svijetu. Prije svega, potrebno je objasniti pojam zajednice. Manuel Castells (2003: 142) navodi da Barry Wellman (2001: 1) definira zajednice kao „ mreže veza između osoba koje nam daju društvenost, podršku, informacije, osjećaj pripadnosti i društveni identitet.“

Sherry Turkle (2012) uočava da smo zajednicama počeli nazivati mjesta na mreži na kojima susrećemo druge ljude. Turkle (2012: 256-258) se stoga pita: Možemo li nazivati društvene mreže kao što su MySpace, Facebook ili virtualnu igru *Second Life* zajednicom? Virtualna (*online*) zajednica je zamišljena komunikacijska zajednica, točnije, kibernetički posredovana zajednica koja se sastoji od mnogo aktera. Pojedinci, akteri zajednice ostvaruju međusobnu interakciju putem mreže, računala i društvenih mreža (Milardović, 2010: 80). Milardović ističe da virtualne zajednice ukidaju kulturne i zemljopisne granice te zaključuje:

„(...) virtualne zajednice su možda kompenzacija za prekinutu socijalnu interakciju unutar realnog svijeta ili su pak pokušaj uspostave nove zajednice informacijskog doba i društva, pa makar i unutar *cyber* prostora“ (Milardović, 2010: 81).

Manuel Castells (2003: 134) navodi kako je Howard Rheingold u svojoj knjizi *Virtualna zajednica* (1993) utvrdio da je rođen novi oblik zajednice, one virtualne. Prema Rheingoldu ljudi stvaraju *online* prijateljstva, veze podrške te se okupljaju oko sličnih interesa i vrijednosti. Turkle (2012: 258) navodi da američki urbani sociolog Ray Oldenburg smatra da su „dobra stara mjesta“, zajednice kavane, brijačnice, parkovi, mjesta gdje su se okupljali susjedi i znanci te tako sačinjavali krajobraz života. Turkle zajednicu objašnjava na ovaj način:

„Zajednicu međutim sačinjava fizička blizina, zajedničke brige, stvarne posljedice i zajednička odgovornost. Članovi zajednice pomažu jedni drugima na najpraktičniji mogući način“ (Turkle, 2012: 258).

Prema tome, Turkle smatra da se prostori virtualne interakcija ne mogu nazivati zajednicama jer ne postoji „čvrsta veza“ između članova, te se brže raspadaju i raspuštaju od tradicionalnih. Sličnoga razmišljanja je i Douglas R. Groothuis (2003: 195, prema Mužić, 2014: 401) koji zaključuje:

„Istinska se zajednica očituje u međuljudskoj prisutnosti istine koja se osobno iskazuje. Virtualni prostor može tek oponašati ili odražavati te stvari (kako god uvjerljivo), ali ih ne može stvoriti. Međutim, on nas može zaslijepiti da povezanost pogrešno shvatimo kao zajednicu, podatke kao mudrost, a učinkovitost kao izvrsnost. Ako se kiber-prostor čvrsto drži stvarnoga svijeta i ako se odupremo njegovim kušnjama da doslovno zamijenimo virtualnim, može nam služiti “ (Mužić, 2014: 401).

3.5. Društveni odnosi među mladima u virtualnom svijetu

Nicholas A. Christakis i James H. Fowler (2010: 268) navode da internet možemo koristiti na različite načine kada je riječ o društvenim odnosima. Naime, internet možemo koristiti kako bismo se povezali *online* s osobama koje već poznajemo u *offline* svijetu, kako bismo upoznali osobu *online* te se s njom povezali i u stvarnom svijetu. Također, Christakis i Fowler (2010: 268) ističu da neke veze mogu nastati i ostati u *online* ili *offline* svijetu. Djeca i mladi sve više prijatelja upoznaju *online*. Prema istraživanju Pew Reseach centra iz 2015. godine (Lenhart, Smith, Anderson, Duggan, Perrin, 2015) 57% američkih tinejdžera u dobi između 13 i 17 godina steklo je „prijatelje“ na mreži, ali njih 77% ih nije upoznalo uživo.

Jan H. Kietzmann, Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy i Bruno S. Silvestre (2011: 247) navode da *online* društvene mreže postaju „društvenije“ kada korisnik ima veći broj prijatelja, pratitelja ili kontakata na njima. Isto tako navode da je antropolog Robin Dunbar 1992. godine ustanovio da ljudi mogu imati maksimalno 150 stabilnih društvenih kontakata zbog kognitivne granice koja ograničava taj broj. Ipak, velik broj korisnika povezan je s više od 150 ljudi na društvenim mrežama. Adriana M. Manago, Tamara Taylor i Patricia M. Greenfield (2012: 5-6) su provele istraživanje na uzorku od 88 studenata o povezanosti studenata na društvenoj mreži Facebook i njihovim komunikacijskim obrascima. Podaci istraživanja su pokazali da je najveći dio ispitanika - njih 20% - povezan s 200 do 299 „prijatelja“ na Facebooku. Mužić (2014: 400) navodi da društvene mreže povećavaju samoću i depresiju, iako korisnici traže socijalizaciju, a

prema Mužiću (2014: 400) djeca i mladi povezuju se s velikim brojem ljudi, ali ta povezanost je često isprazna i površna, čime se povećava tuga i udaljavaju se od istinskih susreta.

Adriana M. Manago, Tamara Taylor, Patricia M. Greenfield (2012: 3) navode Greenfieldovu teoriju koja tvrdi da će tehnologija omogućiti stvaranje površnih poznanstva i povezanost s relativnim strancima. Manago i suradnici (2012) su potvrdili hipotezu temeljenu na Greenfieldovoj teoriji. Među 20 prijatelja na Facebooku kod svakog ispitanika u prosjeku 27% su poznanici, 24% su ljudi s kojima su često u doticaju, a 21% su bliski prijatelji (Manago, Taylor, Greenfield, 2012: 5-6). Ono što je karakteristično za društvene odnose mladih u virtualnim svjetovima je jednostavniji i brži prekid prijateljstva. Podaci Pew Research centra iz 2015. godine pokazuju da kada dođe do prekida prijateljstva, bilo zbog *online* ili *offline* svađe ili nekog drugog razloga, 58% američkih tinejdžera prekine prijateljstvo i na društvenim mrežama, odnosno „otprate“ prijatelje s kojima su se posvađali. Podaci pokazuju da je 45% korisnika zablokiralo biše prijatelje na društvenim mrežama (Lenhart, Smith, Anderson, Duggan, Perrin., 2015: 67-68).

Tukle (2012: 300) zaključuje da uspostavljamo odnose na mreži koji nas više zaokupljaju, nego zbližavaju, dopisujemo se svugdje i stalno, za vrijeme objeda, kada vježbamo, vozimo. Turkle (2012: 300) ističe da ne želimo smetati jedni druge pa se neprestano ometamo, ali ne u „realnom vremenu“, već preko mreže.

3.6. Virtualna komunikacija i komunikacija licem-u-lice

Općepoznata je i prihvaćena činjenica da čovjek ne može ne komunicirati; komunikacija je *condicio sine qua non*⁹ ljudskog postojanja i napretka (Labaš, 2009: 14). Čovjek je prešao s međuljudske komunikacije na društvenu komunikaciju zahvaljujući razvoju tehnologije. Ljudi su oduvijek bili povezani, no danas možemo govoriti o drugačijoj povezanosti, o onoj umreženoj. Turkle (2012: 31) stoga uočava da nam tehnologija omogućava da komuniciramo kada god hoćemo te da se isključimo kada god nam se prohtije. Christakis i Fowler (2010: 243) uočavaju da nam se nove tehnologije - društvene mreže - čine apstraktne, složene i super moderne, no one samo

⁹ Lat.: uvjet bez kojeg se ne može, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=12357> (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).

odražavaju univerzalnu i temeljnu čovjekovu sklonost: ljudi žele komunicirati i povezati se s ljudima, jedina razlika je što u kibernetičkom prostoru lete elektroni, a ne razgovor koji struji - kao kod susreta „licem u lice“ - zrakom (Christakis, Fowler, 2010: 243).

Sve češće komuniciramo koristeći pametne telefone, a sve manje licem-u-lice. Zbog toga postoji mogućnost da se korisnici pametnih telefona i virtualnih svjetova mogu otuđiti jedni od drugih i društveno izolirati. Niaz Makhdum Muhammad, Mitch Schneider, Allison Hill, Douglas M. Yau (2019) navode da se komunikacija uživo i preko pametnih uređaja razlikuje jer *emotikoni* ne mogu zamijeniti prave emocije. Kako bismo razumjeli emocije i namjere sugovornika potrebno je „iščitati“ govor tijela i ton glasa, što često nedostaje komunikaciji putem pametnih uređaja. Istraživanje na stranici Futurescope.co (2018, prema Muhammad, Schneider, Hill, Yau, 2019) navodi da pametni uređaji vrlo često odvlače pozornost korisnicima, pa se ne mogu u potpunosti posvetiti sugovorniku što dovodi do raznih problema, među kojima je i društvena izolacija. Muhammad i suradnici (2019) navode da Julianne Holt-Lunstad i suradnici (2015) smatraju da su obilježja društvene izolacije: kada osoba živi sama, ima rijetke društvene kontakte i kada ima tek nekoliko društvenih veza. Clifford Singer (2018) ističe da su drugi nazivi za društvenu izolaciju: društvena nepovezanost i percipirana izoliranost. Muhammad, Schneider, Hill, Yau (2019) navode da Bert N. Uchino (2006) tvrdi da društvena povezanost ima pozitivan utjecaj na emotivno, psihičko i fizičko stanje pojedinca. Upravo je zato iznimno važno održati društvene kontakte i prijateljske odnose i *online*.

Emily Drago (2015: 14) ističe pak da su provedena mnoga istraživanja o utjecaju tehnologije na komunikaciju licem-u-lice i na društvenu interakciju (Misra, Cheng, Genevie, Yuan, 2014; Przybylski, Weinstein 2012; Campbell, Kwak 2011; Brignall, van Valey 2005). Emily Drago 2015. godine provela je istraživanje *The Effect of Technology on Face-to-Face Communication* među studentskom populacijom na Sveučilištu Elon, koje je pokazalo da 92% ispitanika smatra da tehnologija negativno utječe na komunikaciju lice u lice. Gotovo polovica ispitanika, točnije njih 46% odgovorilo je da češće komuniciraju s obiteljima i prijateljima preko tehnologije nego uživo. S druge strane, njih 26% je odgovorilo suprotno. Osim toga, 89% ispitanika vjeruje da je došlo do degradacije kvalitete komunikacije uživo zbog tehnologija. Važno je istaknuti podatak da je 74% ispitanika odgovorilo da se slaže ili izrazito slaže s tvrdnjom:

„Smeta mi kada moji prijatelji ili obitelj koriste tehnologiju dok provode vrijeme sa mnom.“ Među ispitanicima njih 6% se nije složilo s tvrdnjom, a njih 20% niti se slaže niti ne slaže (Drago, 2015).

I Sherry Turkle (2012) je u knjizi *Sami zajedno, Zašto očekujemo više od tehnologije nego jedni od drugih* provela cijeli niz studija o utjecaju tehnologije na živote djece, mladih i odraslih metodom intervjua na uzorku od 450 ispitanika tijekom 15 godina istraživanja. U poglavlju *Nema potrebe zvati* opisuje problematiku virtualne komunikacije. Naime, Turkle uočava kako mladi izbjegavaju telefonske pozive i razgovore uživo i zamjenjuju ih slanjem tekstualnih poruka i dopisivanjem. Primjećuje da odrasli „odbacuju“ glasovnu komunikaciju jer ona zahtijeva veliku pozornost u trenutku na koji mnogi nisu spremni. S druge strane, kada se dopisuju, sugovornik je na „sigurnoj“ udaljenosti i vrlo lako može preusmjeriti razgovor ili ga skratiti, što je puno teže ako razgovaraju preko telefona ili uživo. Zaključuje da su razgovori licem u lice sve rjeđi te da se na mreži odvijaju stvari koje bi se trebale odvijati uživo (Turkle, 2012: 209). Tome u prilog ide istraživanje provedeno 2020. godine među studentima sveučilišta Alberta u Kanadi i njihovim članovima obitelji, *Exploring the Effects of Social Media on Interpersonal Communication among Family Members*. Ayla G. Lopez i Kennet G. Cuarteros (2020) istraživanjem su zaključili da komunikacija preko Facebooka više nego očekivano dovodi do nesporazuma među članovima obitelji zbog nejasnog izražavanja. Istodobno navode da bi obitelji trebale pronaći vremena za komunikaciju uživo kako bi se izbjegli mogući sukobi i nesporazumi (Lopez, Cuarteros, 2020). Također, slično istraživanje je provedeno i u Hrvatskoj. Danijel Labaš (2017) u članku *Medijska pismenost i informacijsko doba* navodi rezultate istraživanja „Mediji i obitelj“ iz 2015. godine kojeg je proveo Odjel za komunikologiju Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Istraživanjem je ispitano 1000 ispitanika starijih od 15 godina pomoću metode telefonskog istraživanja (CATI). Labaš (2017: 39-40) navodi da je istraživanje imalo nekoliko ciljeva među kojima su: utvrditi navike korištenja medija, povjerenje u medije, obrasce korištenja interneta u obiteljima, te utemeljiti mjerni instrument za *ad hoc* istraživanja o medijskoj pismenosti¹⁰. Labaš (2017: 41) ističe da je istraživanje pokazalo da čak 90% ispitanika vjeruje „da je djeci i roditeljima potrebno trajno obrazovanje o tome kako mediji mogu utjecati na razvoj djece“ te napominje da je potrebno

¹⁰ „Medijska pismenost obuhvaća ekspertizu (poznavanje medija, tehničke vještine, ekonomski i pravni kontekst, društveni diskurs o medijskoj pismenosti i svijest o medijalnosti), osobne kompetencije (evaluacijske, motivacijske, emocionalne i kreativne) te društvene kompetencije (vještine participacije, komunikacijske vještine, obrazovne vještine i moralne vještine)“. (Rüdiger, Riesmeyer, Kümpel, 2012: 46, prema Labaš 2017: 40). „Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: Lj. Josić (ur.) *Informacijska tehnologija i mediji* 2016., Zagreb: Hrvatski studiji.

promisliti o tome koji bi pedagoški model bio optimalan za medijski odgoj. Labaš (2017: 42) zaključuje da je nužno uključiti medijski odgoj i kulturu u naš odgojno-obrazovni sustav kako bi djeca i mladi postali kritični korisnici medijskog sadržaja.

3.7. Društvene mreže i stvarna socijalizacija

Društvene mreže i pametni telefoni dio su naše svakodnevnice, a nerijetko ih koristimo i za vrijeme druženja s prijateljima. Sherry Turkle u četrnaestom poglavlju svoje knjige pod nazivom *Nostalgija mladih* (2012: 285- 299) objašnjava naviku podijeljene pažnje. Opisuje kako djeca i mladi govore s nostalgijom o dobivanju pune pažnje. Naime, mobiteli i tehnologija su „konkurencija“ djeci jer su njihovi roditelji usredotočeni na višezadaćnost (*multitasking*) te ne pružaju punu pozornost svojoj djeci. Osim djeci, tehnologija može biti i konkurencija prijateljima. Turkle (2012: 173) objašnjava da istovremeno obavljamo više stvari, primjerice šaljemo poruke za vrijeme objeda te ističe (2012: 178) da kada osoba drži mobitel u ruci ne možemo biti sigurni je li pažnje osobe usredotočena na nas. Lynne Kelly, Aimee E. Miller-Ott i Robert L. Duran (2019: 1) navode da su istraživači definirali novi pojam, *phubbing*. James A. Roberts i Meredith E. David (2016, prema Kelly i suradnici, 2019: 1) *phubbing* definiraju kao postupak ignoriranja, zapostavljanja partnera / sugovornika radi korištenja mobitela u njegovoj/ njezinoj prisutnosti. U posljednje vrijeme provedena su mnoga istraživanja o *phubbingu*. Tako su Aimee E. Miller-Ott i Lynne Kelly (prema Kelly i suradnici, 2019: 2) 2017. godine proveli istraživanje na fokus grupi. Podaci pokazuju da ispitanici smatraju da su njihovi prijatelji nepristojni kada koriste mobitele za vrijeme druženja. Također, smatraju da takvo ponašanje pokazuje nepoštovanje prema njima, kao i stav da ih nije briga. Genavee Brown, Adriana M. Manago, Joseph E. Trimble (2016, prema Kelly i suradnici, 2019: 2) navode da prijatelji smatraju da prisutnost mobitela negativno utječe na kvalitetu interakcije, a Robert E. Wilson, Kelci Harris, Simine Vazire (2015, prema Kelly i suradnici, 2019: 2) ističu da kvaliteta interakcije utječe na zadovoljstvo o prijateljstvu.

4. Zamke virtualnog svijeta

Virtualni svjetovi su zanimljivi, privlačni, olakšavaju nam komunikaciju te pružaju puno mogućnosti. S druge strane, Vuletić, Jeličić i Karačić (2014: 531) opisuju negativne posljedice virtualnih svjetova na ovaj način:

„Dogodilo se da je čovjek u izobilju zanimljivih sadržaja te sofisticiranih tehničkih pomagala i sredstava stvorio iluziju ostvarivanja dijaloga i očuvanja odnosa s drugim ljudima. Na taj način on je zamaskirao istinski osjećaj osamljenosti i izoliranosti u koji je zapao. Pribjegavanje virtualnom svijetu i gubljenje stvarnih odnosa s ljudima svakako je doprinijelo unutarnjoj podvojenosti čovjeka koji je izgubio povjerenje u svijet i u druge. Lako je uočljivo da u suvremenom načinu izražavanja i komuniciranja nedostaje tijelo“ (Vuletić, Jeličić, Karačić, 2014: 531).

Milardović (2010: 105) navodi da su nedostaci društvenih mreža: gubitak privatnosti, razotkrivanje (prisilno davanje osobnih podataka koje mogu biti iskorištene u marketinške ili kriminalne svrhe), anonimnost i virtualni identitet, drugi život (*Second Life*), virtualni prijatelji ili avatari, usamljenost- izoliranost- eskapizam, ovisnost te otuđenje i svijet stranaca/kiborga. Danijel Labaš (2020: 3) upozorava da je internet dio svijeta djece i mladih te da oni ne prave razliku između stvarnog svijeta i svijeta medija. Prekomjerno korištenje interneta i medijska nepismenost mogu rezultirati brojim problemima kod djece i mladih. One su ovisnost o internetu, izolacija i agresivno ponašanje. Također, Labaš (2020: 2) navodi da su mnoga istraživanja pokazala da predškolska djeca provode nekoliko tisuća sati koristeći medije te su izložena desecima tisuća nasilnih sadržaja i stotinama tisuća oglasa. Nadalje, Labaš (2020: 5) ističe kako prekomjerno korištenje elektroničkih medija može dovesti do negativnih posljedica kao što su pretilost, sporiji razvitak djeteta, nedostatak koncentracije, poremećaji spavanja, agresivnost i druge psihološke smetnje. Upravo zato postoje mnogi strahovi da internet i virtualni svijet imaju štetan utjecaj na živote, pogotovo mladih. Sve više mladih ljudi pokazuju znakove ovisnosti o internetu i pametnim telefonima, a time postoji i mogućnost otuđenja (alijenacije) od sebe i drugih.

4.1. Ovisnost o internetu i pametnim telefonima

Internet je nikad jeftiniji, dostupniji i korišteniji. Upravo zbog činjenice da veliki dio populacije, ponajviše djeca i mladi, sve više vremena provode na internetu, znanstvenici su definirali novu ovisnost, onu o internetu. Vrijeme korištenja interneta u Republici Hrvatskoj gotovo je jednak tijekom radnog dana i vikenda. Tijekom radnog dana 44,8% populacije koristi internet 4 i više sati na dan, 20,5% koristi 3 do 4 sata na dan, a 19,1% 2 do 3 sata na dan. Tijekom vikenda 42,4% populacije koristi internet 4 ili više sati na dan, 19,1% koristi 3 do 4 sata na dan, a 17% od 2 do 3 sata na dan. Provedeno istraživanje pokazalo je da mobilne telefone koristimo najčešće za surfanje te se iz toga može zaključiti da su oni „osobni uređaji“ od kojih se ne odvajamo (Medijske navike, 2019: 17).

Ovisnost o internetu i pametnim telefonima sve je češći problem mladih korisnika, a jedna od negativnih posljedica je otuđenje (alijenacija). Ovisnost o internetu još uvijek je pojam koji se nerado upotrebljava iako se o njemu već duže vrijeme raspravlja. Kimberly Young je još 1996. godine ovisnost o internetu svrstala u bihevioralne (ponašajne) ovisnosti, među kojima su kockanje, prejedanje i kompulzivno seksualno ponašanje. Ipak, znanstvenici i dalje zastupaju različita mišljenja kada je riječ o ovome modernom fenomenu. Petra Robotić (2015: 83) navodi kako ne postoji konsenzus svjetskih znanstvenika oko termina „ovisnost o internetu“, metodološkog pristupa kao ni oko etiologije¹¹ ovisnosti. Važno je naglasiti da svakodnevno korištenje internetom ne možemo nazvati ovisnošću. Neki znanstvenici negiraju postojanje ove ovisnosti, a svoje stajalište potkrepljuju činjenicom da dijagnoza ovisnosti o internetu još uvijek nije uvrštena u međunarodne klasifikacije bolesti. Joško Jurman, Vlatka Boričević Maršanić, Ljubica Paradžik, Ljiljana Karapetrić Bolfan i Svebor Javorni (2017: 38) navode deseto izdanje (MKB-10) i Dijagnostički i statistički priručnik Američke psihijatrijske udruge (DSM-V) (6,7) u kojima ovisnost o internetu kao dijagnoza nije uvrštena. Međutim, svakako treba naglasiti da je dijagnoza „Ovisnost o internetskim igrama“ uvrštena u DSM-V iz 2013. godine u trećem poglavlju pod stanjima za daljnja istraživanja (Jurman i suradnici, 2017: 38). U vezi s time, Dora Dodig Hundrić, Neven Ricijaš i Monika Vlček (2018: 126) ističu da prema trenutnim empirijskim pokazateljima najzastupljenija ovisnost je ona o internetskim igrama (engl. *Internet Gaming*

¹¹ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=18512> (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).

Disorder - IGD). Međutim, mnogi autori uočavaju problematiku pretjeranog korištenja interneta i pametnih telefona. Ji-Woo Seok, Kyung Hwa Lee, Sunju Sohn i Jin-Hun Sohn (2015: 923) navode da u svijetu raste broj korisnika koji pretjerano koriste internet i kojima je dijagnosticirana ovisnost o internetu.

Aviv Weinstein, Laura Curtiss Feder, Kenneth Paul Rosenberg, Pinhas Dannon (2014: 99) ističu da su karakteristike problematične uporabe interneta (PIU- engl. *Problematic Internet use*) ili poremećaja ovisnosti o internetu (IAD- engl. *Internet Addiction Disorder*) preslabo kontrolirani porivi, preokupacije (zabrinutosti) ili ponašanja u vezi s internetom koji dovode do negativnih posljedica. Prema tome Nina Carević, Mateja Mihalić i Marina Sklepić (2014: 64) navode da psihijatar Ronald Pies definira ovisnost o internetu kao „nemogućnost pojedinaca da kontroliraju svoje korištenje interneta, što rezultira tjeskobom i/ili funkcionalnim poremećajem u svakodnevnom životu.“ Kao što je već navedeno, otuđenje je jedno od mogućih negativnih posljedica ovisnosti o internetu. Slater (2003, prema Liu, Zhu, 2019: 138) je istraživanjem dokazao pozitivnu korelaciju između patološkog korištenja interneta i otuđivanja kod adolescenata.

Kako bi se bolje razumjela ovisnost o internetu potrebno je pojasniti koje vrste internetske ovisnosti postoje. Dora Kušanić, Lana Ciboci i Danijel Labaš (2018: 36) u radu „Ovisnost o internetu“ navode da Pauline Gorse i Michel Lejoyeux „razlikuju pet vrsta ovisnosti o internetu, a to su ovisnost o igrama, ovisnost o *online* kockanju, ovisnost o *online* pornografiji, ovisnost o *online* kupovini te ovisnost o društvenim mrežama, a slično razmišlja i Kimberly Young i drugi autori.“ Važno je napomenuti da postoje mnogi instrumenti za mjerenje ovisnosti o internetu. Kušanić, Ciboci i Labaš (2018: 38) navode da su Kuss i suradnici (2014) uočili da postoje velike razlike u postotku ovisnih o internetu. U nekim državama se manje od 1% ispitanika smatra ovisnim, a u drugim 25% ispitanika. Kuss i suradnici (2014, prema Kušanić, Ciboci, Labaš, 2018: 38) smatraju da psihički i sociodemografski faktori, kao i komorbidni simptomi ili pojave drugih vrsta ovisnosti i poremećaja utječu na razlike u zastupljenosti ovisnosti o internetu.

Young je (1996) osmislila „Upitnik za dijagnosticiranje ovisnosti o internetu“ (engl. *Internet Addiction Diagnostic Questionnaire - IADQ*)¹² modificiranjem upitnika za određivanje

¹² Upitnik za dijagnosticiranje ovisnosti o internetu dostupan je na hrvatskom jeziku u radu Kušanić, D., Ciboci, L., Labaš, D. (2019: 40) „Ovisnost o internetu“, u: Lj. Zekanović – Korona (ur.) *Informacijska tehnologija i mediji 2017.*, Zadar: Sveučilište u Zadru.

patološkog kockanja. Weinstein i suradnici (2014: 100) navode kako je najčešće korišteni upitnik o internetskoj ovisnosti Test ovisnosti o internetu (engl. *Internet Addiction Test - IAT*).¹³ Također, Kušanić, Ciboci i Labaš (2018: 40-41) napominju da je Chenina skala za određivanje ovisnosti o internetu (eng. *Chen's Internet Addiction Scale*¹⁴) najkorišteniji instrument u radovima koje su analizirali Kuss i suradnici (2014).

Njemački neuroznanstvenik i psihijatar Manfred Spitzer (2018: 252) u svojoj knjizi „Digitalna demencija: Kako mi i naša djeca silazimo s uma“ naglašava da je ovisnost o digitalnim medijima dokazana istraživanjem mozga. Spitzer (2018: 256) objašnjava da u mozgu postoji centar za ovisnost, točnije, nakupina živčanih stanica koje su zadužene za osjećaj sreće. One se aktiviraju kada se dogodi nešto pozitivno te šalju endogene opioide (endorfine) u čeonu režanj. Ovu kemijsku reakciju čovjek subjektivno doživljava kao ugodu. Spitzer napominje kako ove živčane stanice ne aktiviraju samo stvari koje izazivaju ovisnost već i digitalni mediji, ponajviše računalne igre (2018: 256). Nadovezujući se na to, Daria J. Kuss i Mark D. Griffiths (2012) napominju da je nekoliko istraživanja pokazalo kako se u mozgu korisnika događaju promjene prilikom korištenja interneta i *online* igra slične onima koje uzrokuju supstance alkohola, droge i slično. Prema istraživanjima, dolazi do promjene u funkciji i strukturi mozga osoba ovisnih o internetu. Posljedično, povećava se aktivnost područja mozga koji se povezuje s ovisnostima o supstancama. Kuss i Griffiths (2012) govore o neuro-adaptaciji mozga na kompulzivno korištenje interneta i igara, što dovodi do promjene cijelog mozga. Janissa Delzo (2017, prema Muhammad, Schneider, Hill, Yau, 2019) objašnjava da se oslobađa dopamin kada osoba pomoću pametnog telefona odgovara na objavu na društvenoj mreži, čita elektroničku poštu ili dobije odgovor na poruku. Odnosno, korisnik doživljava trenutno, brzo i kratko zadovoljstvo.

Suvremena istraživanja stavljaju naglasak na ovisnost o pametnim telefonima. Većina mladih osoba internetu pristupa upravo preko pametnih telefona, pa stoga ne čudi porast zanimanja za ovakva istraživanja. Ovisnost o pametnim telefonima također nije javnozdravstveno potvrđena dijagnoza. Samantha Sohn, Philippa Rees, Bethany Wildridge, Nicola J. Kalk i Ben Carter (2019) smatraju da je riječ o problematičnoj upotrebi pametnih telefona (*Problematic smartphone usage-*

¹³ Test ovisnosti o internetu dostupan je na hrvatskom jeziku u istome prilogu Kušanić, Ciboci, Labaš, 2019: 39-40.

¹⁴ Chenina skala za određivanje ovisnosti o internetu dostupna je u isto u članku Kušanić, Ciboci i Labaš (2019: 40-41).

PSU) ako je osoba anksiozna kada nije u mogućnosti pristupiti mobitelu ili ako zanemaruje svoje svakodnevne aktivnosti. Sohn i suradnici (2019.) su ovisnost o pametnim telefonima klasificirali u bihevioralne (ponašajne) ovisnosti. Najkorišteniji instrumenti u određivanju ovisnosti o pametnim telefonima je skala ovisnosti o pametnim telefonima (*Smartphone Addiction Scale - SAS*) i skala problematične upotrebe mobilnih telefona (*Mobile Phone Problematic Use Scale - MPPUS*). Jennifer Ihm (2018: 473) navodi da su mnogi istraživači otkrili povezanost između ovisnosti o pametnim telefonima i negativnog utjecaja na psihičko i fizičko zdravlje pojedinaca, kao i na radnu učinkovitost (Kim, Min, Kim, & Min, 2017; Park & Lee, 2012; Samaha & Hawi, 2016).

Sohn i suradnici (2019) proveli su prvi sustavni pregled i meta-analizu problematičnog korištenja pametnih telefona među djecom i mladima (do 25 godina). Dali su pregled povezanosti između prevalencije problematičnog korištenja pametnih telefona kod djece i mladih i negativnog utjecaja na mentalno zdravlje. Identificirali su 924 znanstvena istraživanja vezanih uz ovu temu od 1. siječnja 2011. do 15. listopada 2017. godine. Sohn i suradnici (2019) u sustavni pregled uključili su 41 istraživanje. U istraživanju je sudjelovalo 41.871 ispitanika, od kojih su žene činile 55%. Istraživanja su provedena u Aziji (n = 30), Europi (n = 9) i Americi (n = 2).

Sohn i suradnici (2019) su sustavnom analizom zaključili da 1 od 4 ispitanika pokazuje znakove problematične upotrebe pametnih telefona. Osim toga, istraživanje je pokazalo da je stopa prevalencije PSU-a među djecom i mladima između 10 i 30% što upućuje na to da je ovo raširen problem. Mladi, pogotovo djevojke u dobi između 17 i 19 godina najrizičnija su skupina, odnosno najčešće pokazuju znakove problematičnog korištenja pametnih telefona. Problematična upotreba pametnih telefona kod djevojaka u 13 istraživanja bila je povezana s pretjeranim korištenjem društvenih mreža i komunikacijom. Problematična upotreba pametnih telefona kod mladića bila je povezana s prekomjernim igranjem igrice i korištenjem aplikacija.

Prema istraživanjima, PSU kod djece i mladih bio je povezan s depresijom, nesanicom, anksioznošću, lošim obrazovnim uspjehom i s visokom razinom percipiranog stresa. Sohn i suradnici (2019) navode da je nužno provesti daljnja istraživanja, osmisлити nove instrumente procjene PSU-a i spriječiti mogući dugoročni štetni utjecaj na mentalno zdravlje djece i mladih.

Ihm (2018) je dokazala da ovisnost o pametnim telefonima ima društvene implikacije na djecu u Koreji, te je u provedenom istraživanju zaključila da stvarni društveni odnosi koji pojedincima pružaju društvenu podršku, pogotovo njihovi vršnjaci, ali i obitelj, mogu spriječiti pojavu ovisnosti o pametnim telefonima. S druge strane ovisnost o pametnim telefonima može negativno utjecati na društveni angažman u stvarnoj zajednici. Upravo je zato nužno prevenirati ovisnost o pametnim telefonima.

4.2. Otuđenje (alijenacija) u sociološkom i komunikološkom kontekstu

Otuđenje ili alijenacija je pojam koji se koristi u različitim kontekstima te stoga postoje i različite definicije. Danas se često upotrebljava u kontekstu novih medija i virtualnih svjetova. Prije svega potrebno je pobliže objasniti pojam otuđenja ili alijenacije.

Pojam „otuđenje“ je prema Hrvatskoj enciklopediji¹⁵ višeznačan: „1. U filozofiji i sociologiji, položaj ili stanje čovjeka u kojem su proizvodi njegova rada, djelovanja ili mišljenja postali njemu strani, tuđi, nadređeni njegovoj volji i neovisni o njegovoj djelatnosti. Jedan od sr. pojmova u djelu K. Marxa.“ U vezi s time, E. Marinković (1966: 33-34) navodi kako je alijenacija jedna od osnovnih misli filozofije Karla Marxa. Naime, Marx, jedan od najznačajnijih filozofa 19. stoljeća, alijenaciju shvaća isključivo u odnosu na čovjeka te ju konceptualizira iz ekonomske perspektive na ovaj način:

„Otuđujući se od sebe samog, čovjek se ne otuđuje od nečeg što je već unaprijed fiksirano. To nije otuđenje čovjeka od ideje čovjeka, od njegove egzemplarne esencije, koja je izvan njega. To je alijenacija čovjeka od njegove vlastite, imanentne punine. Izlaz iz ove egzistencijalne otuđenosti Marks nalazi u praktičko-kritičkoj aktivnosti (praxis) čovjeka, kao jedinog bića koje je u mogućnosti da u jedinstvu svjesnog bitka izmiri rascjep bitka i trebanja“ (Marinković, 1966: 33-34).

Sljedeća definicija „otuđenja“ prema Hrvatskoj enciklopediji je ona iz područja psihijatrijske medicine prema kojoj se otuđenje objašnjava kao depersonalizacija. Posljednje značenje pojma „otuđenja“ prema Hrvatskoj enciklopediji je alijenacija. Ovaj se pojam koristi u psihologiji. U kontekstu interpersonalnih odnosa u virtualnom svijetu pojmu otuđenja najviše odgovara pojam

¹⁵ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=45929> (Stranica posjećena: 24. veljače 2020.).

alijenacija. Alijenacija se prema Hrvatskom jezičnom portalu¹⁶ definira kao sociološki „osjećaj nelagode, bespomoćnosti i izolacije uvjetovan društvenim odnosima; otuđenje (od društva i/ili od svojeg bića).“ Također, može biti i „patološki poremećaj u doživljavanju pri kojem poznati sadržaji postaju strani i nepoznati.“

Karam Adibifar (2016: 64) navodi kako se alijenacija općenito definira kao psihološko stanje koje se odnosi na prekid prirodne povezanosti između ljudi i proizvodnje te kao osjećaj nepripadanja društvenim okruženjima. Alijenacija je subjektivan i objektivni osjećaj izoliranosti, nesretnosti te se manifestira nedostatkom uključenosti pojedinca u društvo ili rad s drugima (Adibifar, 2016: 64). Weixia Liu i Yanfang Zhu (2019: 137) navode da se „alijenacija može referirati na udaljavanje, pa čak i na dominaciju između različitih veza koje pojedinac ima, onih s društvom, sa samim sobom i prirodom.“ Liu i Zhu (2019: 137, 138) ističu da se takav pojedinac osjeća društveno izolirano, besmisleno, potišteno, povučeno te ima osjećaj gubitka kontrole. Uz alijenaciju se vežu negativne emocije, kao i samo-otuđenje. Signe Boe Rayce, Svend Kreiner, Mogens Trab Damsgaard, Tine Nielsen i Bjørn Evald Holstein (2018: 2) navode da je „otuđenje (alijenacija) važan koncept za proučavanje zdravlja i ponašanja adolescenata jer se osjećaj otuđenja može odraziti na njihovu životnu situaciju koje posljedično šteti zdravom razvoju tijekom adolescencije.“

Rayce i suradnici (2018: 2) napominju da je otuđenje i psihološki i sociološki koncept. Otuđenje kao sociološki koncept bavi se društvenim procesima koji dovode do otuđenja, dok se psihološki koncept bavi subjektivnim osjećajem otuđenosti. Sandro Serpa (2019: 17) navodi da je alijenacija bila predmet istraživanja filozofije i društvenih znanosti tijekom prošlog stoljeća. U vezi s time, Milardović (2010: 111) donosi povijesni presjek autora koji su pisali o fenomenu otuđenja. Osim spomenutog Marxa, o otuđenju su pisali i George Friedrich Hegel, Paul Sartre i Albert Camus u sklopu egzistencijske filozofije. Također, otuđenje je dio fenomenološke sociologije Alfreda Schütza te fenomenologije Edmunda Husserla (Milardović, 2011: 111). Karam Adibifar (2016: 64) ističe da svi klasični sociološki teoretičari dijele ideju da otuđenje dovodi do gubitka sebe ili odnosa s drugima te negativno utječe na privatni i društveni život te uzrokuje

¹⁶ http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fF5mWA%3D%3D (Stranica posjećena: 24. veljače 2020.).

bolesti. Carlos Miguel Ferreira, Sandro Serpa (2017, prema Serpa, 2019: 19) ističu da sociologija može pružiti instrumente za razumijevanje, analizu i dekonstrukciju društvene alijenacije.

U komunikološkom kontekstu pojam otuđenja promatra se iz perspektive da djeca i mladi sve više vremena provode *online* što posljedično može imati utjecaja na njihove interpersonalne i društvene odnose. Çetin Tan, Mustafa Pamuk i Ayşenur Dönder (2013: 610) navode da su Robert Kraut i suradnici (1998) zaključili da patološka upotreba novih tehnologija smanjuje društvenu implikaciju pojedinca u stvarnom svijetu te negativno utječe na njihovo psihičko stanje, postaju usamljeniji, izoliraniji i depresivniji. Tan i suradnici (2013: 610) ističu i podatak da je Chen (2006) dokazala da se korisnici koji kompulzivno koriste mobilne telefone manje druže uživo s prijateljima. Alireza Atarodi, Marziyeh Rajabi i Ahmadreza Atarodi (2020: 4) navode da je Robert C. Ankony (1999) objasnio društvenu alijenaciju (otuđenje) kao stanje u društvenim odnosima u kojima postoji visoki stupanj izolacije ili distance između pojedinaca ili između pojedinca i zajednice, grupe ljudi, radnog okruženja. Također, obilježje društvene alijenacije je niski stupanj zajedničkih vrijednosti i integracije među pojedincima. Atarodi, Rajabi i Atarodi (2020: 4) dodaju da je za društvenu alijenaciju karakterističan osjećaj nepripadanja i odvojenosti o prijatelja, obitelji, škole i posla. Odnosno, od četiri svijeta djetinjstva (Bronfenbrenner 1986, prema: Rayce i suradnici, 2018).

Koncept alijenacije nije nov, no Milardović (2010: 111) ističe: „Fenomen otuđenja i stranaca, čini se, dosegao je svoj vrhunac pojavom ICT-a ili novih medija koji su omogućili globalizaciju stranaca. Nove društvene mreže (...) nisu nimalo društvene. One su (...) do savršenstva dotjerane otuđene društvene mreže.“ Neosporno je da je razvoj tehnologije ubrzao i olakšao komunikaciju, no također nije moguće ne uočiti negativne posljedice na interpersonalnu komunikaciju i odnose u cjelini. Tako Adibifar (2016: 64) uočava da je tehnologija svima olakšala komunikaciju, no smatra da umanjuje vrijednosti ljudske komunikacije. Posljedično, radi sve većeg korištenja društvenih mreža, elektroničke pošte i tekstualnih poruka, razgovor licem u lice postaje zastarjeli oblik komunikacije. Adibifar (2016:64) zaključuje da mnogi šalju tekstualne poruke koje jedva imaju gramatički smisao samo kako ne bi trebali izdvojiti vrijeme da nekoga nazovu ili napišu pismo. Adibifar (2016:64) navodi da Thiebaud (2012) objašnjava da je tehnologija oduzela ljudima njihove prirodne sposobnosti i uzrokovala sve lošije zdravlje, izolaciju, depresiju i pretilost. Osim toga, uočava da ljudi sve manje vremena provode s prijateljima, obitelji, kolegama i susjedima, a sve više s tehnologijom. Tehnologija (računala,

pametni telefoni, iPodi itd.) je sveprisutna, ne odvajamo se od nje ni u dnevnoj sobi, spavaćoj sobi kao i na drugim mjestima.

Rayce i suradnici (2018: 2) ističu da je psihološka alijenacija važan koncept prilikom proučavanja zdravlja i ponašanja adolescenata, ali da ne postoji općeprihvaćeni instrument za mjerenje otuđenosti adolescenata. Oni također navode da se većina istraživanja psihološke alijenacije temelje na Seemanovoj teorijskoj konceptualizaciji alijenacije koja se sastoji od šest alternativnih varijanti alijenacije, a one su: nemoć, besmislenost, društvena izolacija, samo-otuđenje, kulturno otuđenje i osjećaj da ne postoje pravila. Autori su istraživanjem na uzorku od 3083 adolescenata u dobi od 13 do 15 godina dokazali da su s njima povezane tri ljestvice: ljestvica bespomoćnosti, ljestvica besmila i ljestvica društvene isključenosti (*The powerlessness scale*, *The meaninglessness scale* i *The social isolation scale*) valjani instrumenti za određivanje psihološke alijenacije jer ispunjavaju sva potrebna psihometrijska svojstva (Rayce i suradnici, 2018).

Alireza Atarodi, Marziyeh Rajabi i Ahmadreza Atarodi (2020) u istraživanju o upotrebi pametnih telefona i društvenoj alijenaciji mladih tinejdžera dokazali su da postoji korelacija između pretjeranog korištenja pametnih telefona i osjećaja nemoći, bespomoćnosti, društvene isključenosti ili drugih elemenata društvene alijenacije. Atarodi, Rajabi i Atarodi (2020.) zaključili su da djeca i mladi često nepravilno i prečesto koriste pametne telefone i tehnologiju što dovodi do zloupotrebe. Alireza Atarodi i Marziyeh Rajabi (2019, Atarodi, Rajabi, Atarodi, 2020: 3) proveli su istraživanje na sveučilištu Gonabad Islamic Azad u Iranu na uzorku od 250 studenata. Istraživanje je pokazalo da postoji povezanost između stupnja ovisnosti o internetu i mobitelima s društvenom alijenacijom među studentskom populacijom. Također, dokazana je korelacija između stupnja ovisnosti o internetu i mobitelima s povećanim osjećajem nemoći, društvene izolacije, besmisla i mržnje. Osim toga, Atarodi i Rajabi (2019) zaključili su da osobe koje pretjerano koriste mobitele imaju veću sklonost razviti depresiju i anksioznost. Također, Liu i Zhu (2019) su istraživanjem na uzorku od 348 studenata dokazali da postoji značajna pozitivna korelacija između otuđivanja i ovisnosti o mobitelima. Točnije, rezultati istraživanja su pokazali da postoji pozitivna korelacija između četiri faktora ovisnosti o mobitelima (gubitak kontrole, izbjegavanje, povlačenje i neučinkovitost) s otuđivanjem. Liu i Zhu (2019: 140) zaključuju da će se komunikacija studenata zbog mobitela smanjiti, a njihovi međuljudski odnosi u stvarnom svijetu će se još pogoršati što će posljedično dovesti do sve veće usamljenosti i otuđenosti.

Otuđivanje u kontekstu interneta i virtualnih svjetova neodvojiv je od ovisnosti o internetu i anksioznosti. Hemant Lata Sharma i Suresh Kumar (2020) istražili su utjecaj otuđenja, ovisnosti o internetu i redosljeda rođenja na anksioznost studenata prve godine. Istraživanje provedeno na uzorku od 600 studenata pokazalo je da otuđenje i ovisnost o internetu imaju značajan utjecaj na anksioznost. Također, ovisnost o internetu i redosljed rođenja imaju značajan utjecaj na anksioznost. Prema istraživanju neznatan je trostruki interaktivni učinak otuđenja, ovisnosti o internetu i redosljeda rođenja na anksioznost studenata (Sharma, Kumar, 2020: 717).

4.2.1. Strah od samoće i anksioznost

Mladi su gotovo uvijek *online*, to jest ne odvajaju se od mobilnih uređaja upravo zato kako bi uvijek bili povezani i nikada sami. Turkle (2012: 220) uočava da danas ljudi moraju imati poseban razlog za samoću, vrijeme za sebe koje je nemoguće imati ako je mobitel uvijek uz njih. Naglašava da je nužno pronaći slobodno vrijeme bez mobitela i interneta. Turkle (2012: 220) ističe da na mreži ne postoji osjećaj spokoja u društvu sa samim sobom, a vrijeme bez mobitela nas čini nervoznima. Postoji razlika između samoće i usamljenosti, zato Turkle (2012: 308) navodi da psihijatar Anthony Storr ističe da je „usamljenost neuspješna samoća.“ Ipak, mladi ljudi ovisni o mobitelima i internetu su usamljeni.

Çetin Tan, Mustafa Pamuk i Ayşenur Dönder (2013) u svojem istraživanju *Loneliness and mobile phone* ispitali su povezanost između usamljenosti i korištenja mobilnih telefona među studentskom populacijom. Točnije, u istraživanju je sudjelovalo 527 studenata sveučilišta Förat u Turskoj. Korišteni instrumenti procjene usamljenosti bili su *UCLA Loneliness Scale* i skala problematičnog korištenja mobilnih telefona (*Problematic Mobile Phone Use Scale*). Tan, Pamuk i Dönder (2013: 608- 609) navode da su rezultati istraživanja pokazali da je postoji umjereno pozitivna povezanost između usamljenosti i problematičnog korištenja mobitela ($r = .35$). Također, prema tome su istraživanju muškarci usamljeniji od žena. Osim toga, postoji značajna razlika između usamljenosti i dnevnog korištenja mobitela, ($F(4- 522) = 4,072; p < .05$). Studenti koji koriste mobitel 1-3 sata, 4-6 sati, 7-9 sati ili 10 i više sati postigli su veći broj bodova na skali usamljenosti od onih koji koriste 1 sat ili manje. Tan, Pamuk i Dönder (2013: 609) navode da je istraživanje pokazalo i da postoji značajna razlika između povezanosti između usamljenosti i ovisnih korisnika,

odnosno ne ovisnih korisnika mobitela ($t(168)=-2,399$; $p<.05$). Drugim riječima, studenti ovisni o mobitelima su usamljeniji od studenata koji nisu ovisni.

Također, Turkle (2012: 261-262) govori o tome kako je anksioznost sastavni dio nove povezanosti. Mobiteli su postali simboli emotivne i fizičke sigurnosti, a da bismo se osjećali sigurno moramo biti povezani (Turkle, 2012: 268). Ihm (2018: 473) navodi da su istraživači Shao-I. Chiu (2014); Yu-Kang Lee, Chun-Tuan Chang, You Lin, Zhao-Hong Cheng (2014) dokazali da osobe koje se osjećaju anksiozno i nelagodno u *offline* interakcijama posežu za pametnim telefonima te posljedično postaju i ovisni o njima. Zaheer Hussain, Mark D. Griffiths i David Sheffield (2017: 379) ističu da je anksioznost jedna od važnijih psiholoških osobina povezana s ovisnošću o pametnim telefonima. Hussain, Griffiths i Sheffield (2017: 379) navode da je nekoliko istraživanja dokazalo povezanost između prekomjernog korištenja pametnih telefona i anksioznosti do društvene interakcije (Enez Darcin i suradnici, 2016; Lee, 2015; Sapacz, Rockman, i Clark, 2016). Osim toga, dokazana je povezanost između prekomjernog korištenja pametnih telefona i opće i kompulzivne anksioznosti. U konačnici, Hussain, Griffiths i Sheffield (2017: 379) navode da su Cheever, Rosen, Carrier i Chavez (2014) dokazali da su se svi korisnici koji prekomjerno ili umjereno koriste pametne telefone značajno osjećali anksioznije nakon nekog vremena.

5. Metodologija, hipoteze i ciljevi istraživanja

Problematika kojom ćemo se baviti i koju ćemo istražiti u ovom dijelu diplomskog rada odnosi se na virtualni svijet i percepciju otuđenosti mladih u Hrvatskoj na primjeru studentske populacije između 18 i 30 godina. Svrha ovog istraživanja je predstaviti virtualni svijet, umreženo društvo, načine korištenja virtualnog svijeta te potencijalni utjecaj na stvarne društvene odnose i socijalizaciju. Cilj je rada spoznati važnost virtualnog svijeta kao dijela svakodnevnice, doznati utjecaj provedenog vremena *online* na emocije i ponašanja pojedinaca te na društvene odnose. Osim navedenog, istraživanjem želimo utvrditi koliko vremena mladi provode *online*, načine korištenja virtualnog svijeta te društvene navike.

Prema cilju istraživanja definirano je sljedeće istraživačko pitanje: Postoji li povezanost između vremena provedenog u virtualnom svijetu s osjećajem nepripadanja stvarnoj društvenoj zajednici?

S obzirom na definirani cilj istraživanja i istraživačko pitanje postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Mlađa populacija često koristi društvene mreže za vrijeme druženja.

H2: Virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstava.

H3: Mlađa populacija češće komunicira *online*, nego razgovara licem u lice.

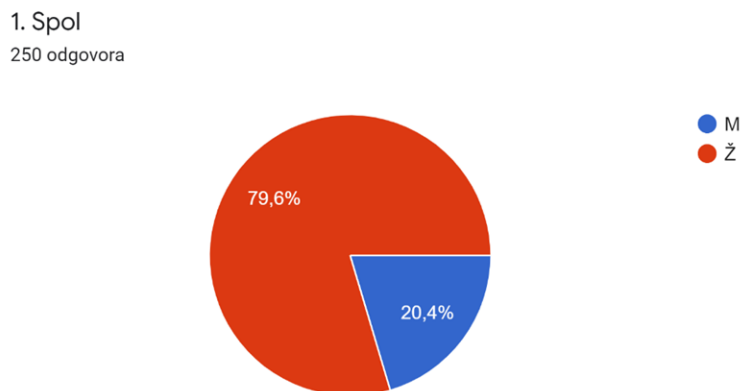
H4: Mlađa populacija koristi društvene mreže u neugodnim društvenim situacijama.

H5: Mlađa populacija je svjesna kako virtualni svijet negativno utječe na njihove prijatelje.

Za potrebe ovog diplomskog rada provedeno je kvantitativno istraživanje metodom ankete. „Anketna metoda je poseban oblik ne-eksperimentalnog istraživanja koje kao osnovni izvor podataka koristi osobni iskaz o mišljenjima, uvjerenjima, stavovima i ponašanju, pribavljen odgovarajućim standardiziranim nizom pitanja“ (Milas, 2005: 395). Istraživanje je provedeno među studentskom populacijom, točnije pojedincima između 18 i 30 godina. Anketni upitnik proveden je na prigodnom uzorku od 250 studenata starosne dobi između 18 i 30 godina. Ispitanici su pristupali rješavanju ankete dobrovoljno, a anketiranje je bilo anonimno. Anketa je distribuirana putem društvenih mreža Facebook i Instagram radi velikog dosega i zastupljenosti mlađe populacije. Anketa se sastojala od 63 pitanja. Upitnik se sastojao od općih demografskih pitanja, pitanja vezanih uz vrijeme i svrhe korištenja virtualnog svijeta. Također, putem upitnika analiziran je stupanj slaganja ispitanika s danim tvrdnjama o njihovim navikama i osjećajima tijekom korištenja virtualnog svijeta te o društvenim odnosima. Pri izradi anketnog upitnika korišten je jednostavan jezik te nisu bila korištena dvosmislena pitanja. Anketa je provedena u roku od dva tjedna od početka distribuiranja: od 30. ožujka do 13. travnja 2020. godine. Nakon što su prikupljeni podaci, uslijedila je njihova obrada i analiza. Podaci su interpretirani s obzirom na postavljene hipoteze, ciljeve i svrhe istraživanja.

6. Rezultati istraživanja i njihova interpretacija

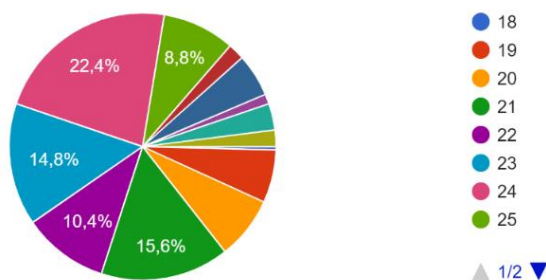
U istraživanju je sudjelovalo 250 ispitanika od čega je 51 pripadnika muškog spola, a 199 je pripadnica ženskog spola (Grafikon 1). Iz grafikona se uočava da je od ukupnog broja ispitanika u anketi sudjelovalo 20,4% muškaraca (studentata) i 79,6% žena (studentica). Dakle, veći je udio žena, to jest studentica. Istraživanje je provedeno koristeći *online* anketu, a iz toga je razloga uzorak slučajni. Važno je napomenuti da cilj ovoga istraživanja nije bio spoznati razlike u korištenju virtualnog svijeta između ženske i muške populacije, već utjecaj na mladu (studentsku) populaciju općenito. Iz toga razloga nismo istraživali mogući utjecaj na svaki spol pojedinačno.



Grafikon 1. Ispitanici prema spolu (N=250)

Grafikon 2 prikazuje ispitanike prema njihovoj dobi (starosti). Rezultati istraživanja pokazuju da je najveći broj ispitanika (56, odnosno 22,4%) starosne dobi od 24 godine. Potom slijede ispitanici koji imaju 21 godinu (39, odnosno 15,6%) i 23 godinu (37, odnosno 14,8%). Nešto je manje ispitanika koji imaju 22 godine (26, odnosno 10,4%) te onih koji imaju 25 godina (22, odnosno 8,8%). Nakon toga slijede ispitanici s navršenih 20 godina (19, odnosno 7,6%), 19 godina (16, odnosno 6,4%) i 27 godina (13, odnosno 5,2%). Najmanje je ispitanika koji imaju 29 godina (8, odnosno 3,2%), 30 godina (5, odnosno 2%), 26 godina (5, odnosno 2%), 28 godina (3, odnosno 1,2%) te 18 godina (1 ispitanik, odnosno 0,4%). Prosjek godina svih ispitanika je 23,14.

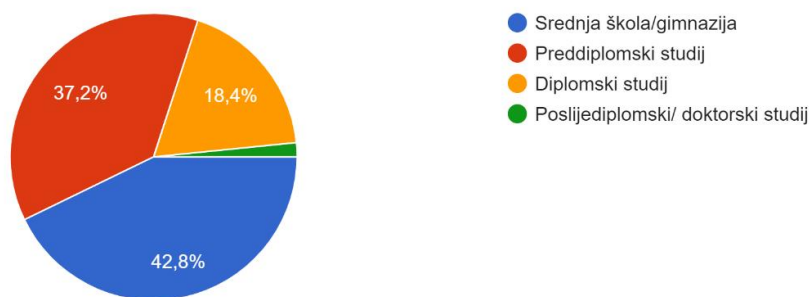
2. Dob
250 odgovora



Grafikon 2. Ispitanici prema dobi (N=250)

Najveći broj studentica i studenata završilo je srednju školu/ gimnaziju, točnije njih 107, odnosno 42,8%, a najmanje je studentica i studenata završilo poslijediplomski/ doktorski studij, točnije samo njih četvero (1,2%). Grafikon 3 daje prikaz s odgovarajućim postocima.

3. Završen stupanj obrazovanja
250 odgovora

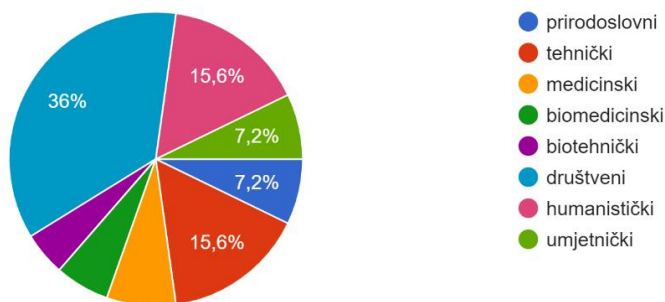


Grafikon 3. Ispitanici prema završenom stupnju obrazovanja (N=250)

Sljedeća tvrdnja odnosila se na tip fakulteta koji ispitanici pohađaju (Grafikon 4). Prema podacima najveći broj ispitanika je društvenog usmjerenja, njih 90 (36%), dok je najmanji broj ispitanika biotehničkog usmjerenja, njih 12 (4,8%).

4. Tip fakulteta

250 odgovora

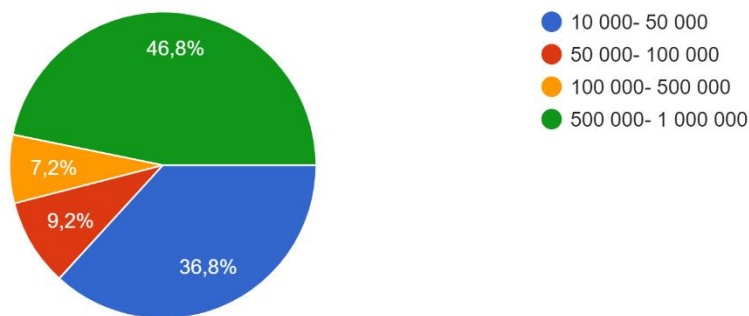


Grafikon 4. Ispitanici prema tipu fakulteta (N=250)

Gotovo polovica ispitanika, 46,8% (117) živi u gradu koji ima 500.000 – 1.000.000 stanovnika. Najmanje je ispitanika, njih 18 (7,2%) koji žive u gradu koji ima između 100.000 i 500.000 stanovnika (Grafikon 5).

5. Broj stanovnika grada u kojem živite

250 odgovora

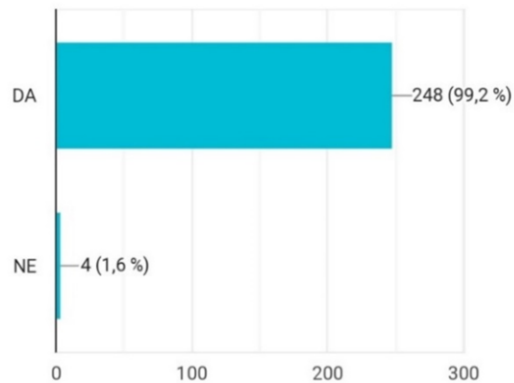


Grafikon 5. Ispitanici prema broju grada u kojemu žive (N=250)

Druga skupina pitanja ispitivala je vrijeme i svrhu korištenja virtualnog svijeta. Pomoću prva tri pitanja saznali smo koliko vremena ispitanici provode na internetu te kako mu najčešće pristupaju. U nastavku slijedi objašnjenje prva tri pitanja s odgovorima da/ne. Gotovo svi studenti (99,2%) svakodnevno koriste internet, dok ga ne koristi samo njih 1,6% (Grafikon 6). Ovakvi podaci potvrđuju činjenicu da je internet dio svakodnevice mladih ljudi.

1. Svakodnevno koristim internet.

250 odgovora

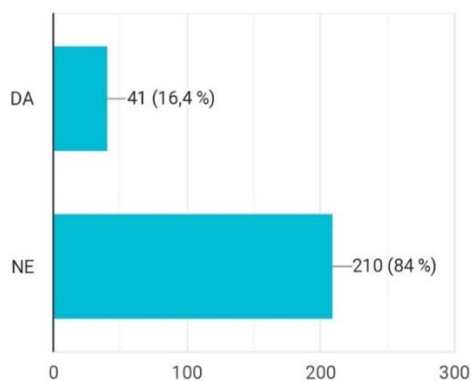


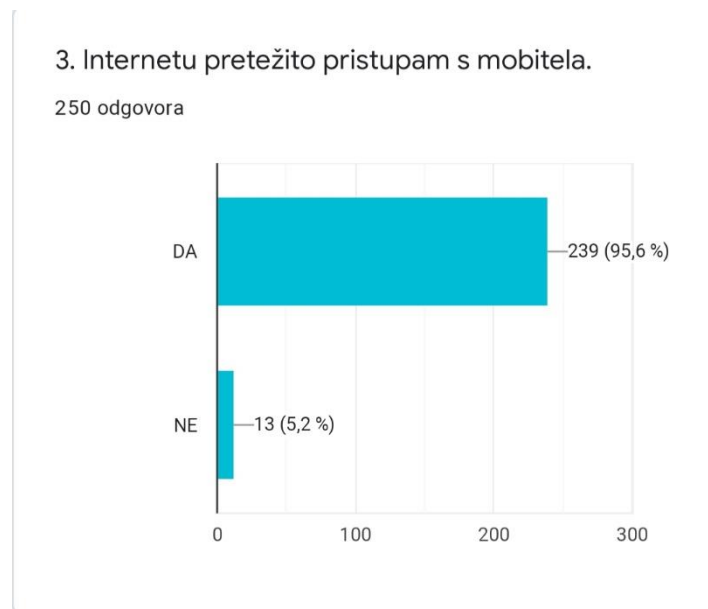
Grafikon 6. Svakodnevno korištenje interneta (N=250)

Usporedit ćemo tvrdnje o pristupu internetu s računala i s mobitela (Grafikon 7 i 8). Na tvrdnju „Internetu pretežito pristupam s računala“ potvrdno je odgovorilo 16,4% ispitanika, dok je na tvrdnju „Internetu pretežito pristupam s mobitela“ potvrdno odgovorilo 95,6%. Iz ovih rezultata zaključujemo da mlađa populacija češće koristi pametne telefone nego li računala za pristup internetu.

2. Internetu pretežito pristupam s računala.

250 odgovora



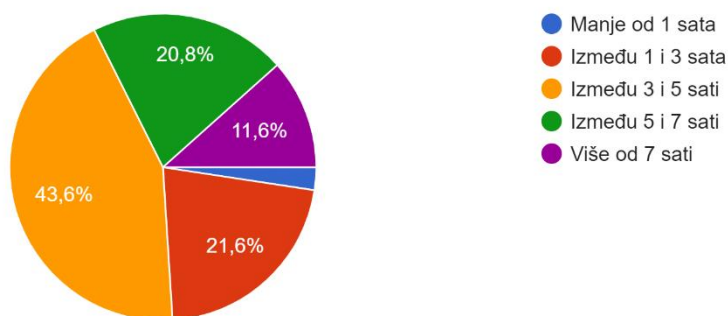


Grafikoni 7 i 8: Pristup internetu s računala i s mobitela (N=250)

U prosjeku studenti na internetu dnevno provode između 3 i 5 sati, što je izjavilo 43,6% ispitanika. Njih 21,6% je izjavilo da na internetu dnevno provode između 1 i 3 sata. Između 5 i 7 sati na internetu provede 20,8% ispitanika, a više od 7 sati 11,6%. Samo 2,4% provede manje od 1 sata na internetu dnevno (Grafikon 9).

4. Koliko vremena dnevno provedete na internetu?

250 odgovora

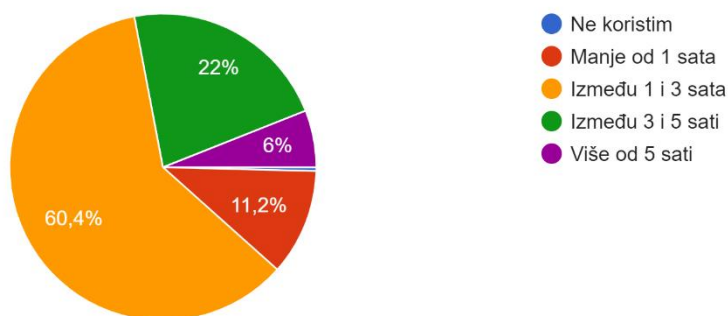


Grafikon 9. Vrijeme provedeno na internetu (N=250)

Sljedeća pitanja odnosila su se na svrhu korištenja virtualnog svijeta, odnosno ispitanici su trebali odabrati koliko vremena dnevno provode na društvenim mrežama, *online* igrama, *online* kupovini, *online* pornografiji i na ostale aktivnosti (gledanje serija, slušanje glazbe, surfanje). Od 250 ispitanika njih 249 svakodnevno koristi društvene mreže, dok samo jedna osoba ne koristi. Podaci pokazuju da 60,4% ispitanika na društvenim mrežama provede između 1 i 3 sata dnevno. Njih 22% na društvenim mrežama dnevno provede između 3 i 5 sata. Manje od 1 sata provede 11,2%, a više od 5 sati 6% ispitanika. Podaci pokazuju da su društvene mreže najkorištenija aktivnost mladih (Grafikon 10).

Društvene mreže

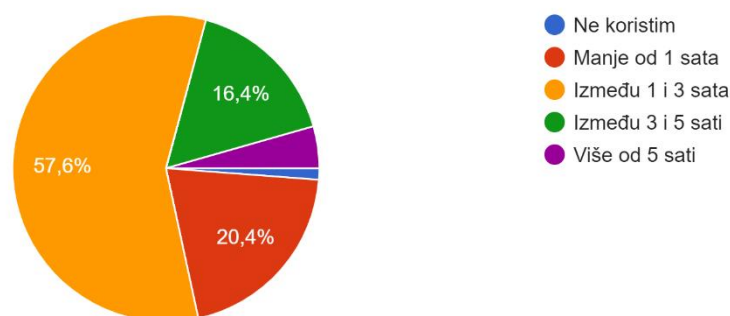
250 odgovora



Grafikon 10. Korištenje društvenih mreža (N=250)

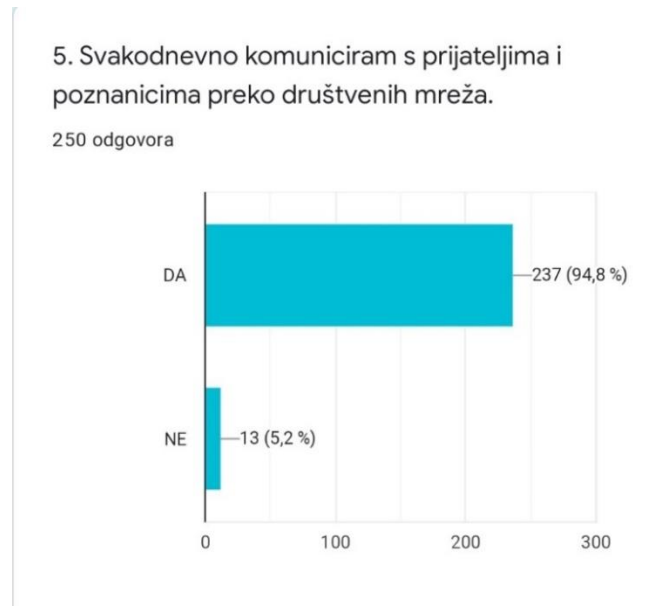
Gotovo dvije trećina ispitanika, točnije 69,6% (174) ne igra *online* igre. Nadalje, 55 ispitanika (22%) provede manje od 1 sata dnevno igrajući *online* igre, a 16 ispitanika (6,4%) provodi između 1 i 3 sata dnevno igrajući *online* igre. Samo 1,2% ispitanika (3) provodi između 3 i 5 sata dnevno koristeći *online* igre, a 0,8% (2) ispitanika više od 5 sati. Kada je riječ o *online* kupovini, 128 ispitanika (51,2%) provede manje od 1 sata dnevno na tim stranicama, a 114 ispitanika (45,6%) ne koristi se svakodnevno stranicama za *online* kupovinu. Njih 7 (2,8) provede između 1 i 3 sata na stranicama za *online* kupovinu, a jedna osoba (0,4%) više od 5 sati dnevno. *Online* pornografija je aktivnost koju koristi relativno mali broj ispitanika. Njih 75,6% (189) odgovorilo je da ne koristi stranice za *online* pornografiju, a njih 24% (60) provede manje od 1 sata dnevno na tu aktivnost. Samo jedna osoba (0,4%) provede između 1 i 3 sata dnevno na stranicama za *online* pornografiju. *Online* kockanje također nije aktivnost koju svakodnevno prakticiraju mladi, to jest studenti. Od ukupno 250 ispitanika, 244, odnosno 97,6% izjasnilo se da ne koristi svakodnevno stranice za *online* kockanje. Šestero ispitanika (2,4%) provede manje od 1 sata dnevno na stranicama za *online* kockanje. Posljednje ponuđeno pitanje o aktivnostima na internetu je bilo ono o korištenju interneta u ostale svrhe poput gledanja serija, slušanja glazbe, surfanja. Najveći broj ispitanika, točnije njih 144 (57,6%) na internetu u te svrhe provede između 1 i 3 sata dnevno. Nadalje, 51 ispitanik uzorka (20,4%) odgovorilo je da provede manje od 1 sata dnevno u te svrhe. Njih 41 (16,4%) provede između 3 i 5 sati dnevno, a 11 (4,4%) više od 5 sati dnevno. Troje ispitanika (1,2%) se ne koristi internetom u ove svrhe. Detaljno objašnjenje prikazano je u Grafikonu 11.

Ostalo (gledanje serija, slušanje glazbe, surfanje)
250 odgovora



Grafikon 11. Korištenje interneta u ostale svrhe (N=250)

Posljednje pitanje vezano uz svrhu korištenja virtualnog svijeta ticalo se komunikacije s prijateljima preko društvenih mreža. Na tvrdnju: „Svakodnevno komuniciram s prijateljima i poznanicima preko društvenih mreža“ potvrdno je odgovorilo 94,8% ispitanika (Grafikon 12).



Grafikon 12. Svakodnevno komuniciranje s prijateljima i poznanicima preko društvenih mreža

(N=250)

Treća skupina pitanja ispitivala je virtualni svijet i pitanje navika i emocija korisnika. Ova skupina pitanja (1-22) ispitana je pomoću Likertove ljestvice¹⁷, točnije ispitanici su trebali ocijeniti stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama odabравši jedan odgovor od 1 do 5 za svaku od tvrdnji. Pri tome je značenje brojeva bilo sljedeće: 1 - uopće se ne slažem, 2 - uglavnom se ne slažem, 3 - ne mogu procijeniti, 4 - uglavnom se slažem, 5 - u potpunosti se slažem. Radi velikog broja tvrdnji i bolje preglednosti neke su tvrdnje grupirane u tablice, dok su ostale prikazane u grafičkom obliku. Podaci dobiveni od ispitanika nalaze se u Tablici 1.

¹⁷ Likertova ljestvica je ljestvica koja se najčešće primjenjuje za mjerenje stavova. Razvio ju je Renis Likert 1932. godine. Ljestvica se sastoji od tvrdnji kojima se ispituje pozitivan ili negativan stav prema nekom objektu. Svaku tvrdnju prati uglavnom pet mogućih odgovora kojima se izražava pozitivan, odnosno negativan stupanj slaganja sa stavom izraženim u tvrdnji. Drugi naziv je *sumativna ljestvica* jer stav ispitanika izražava zbrojem brojeva na temelju odgovora koje je ispitanik odabrao. <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36507> (Stranica posjećena 23. travnja 2020.).

Tablica 1. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz navike korištenja mobitela (N=250)

TVRDNJA	1	2	3	4	5
1. Prva stvar koju napravim kad se probudim je provjerim obavijesti (notifikacije) na mobitelu. (N=250)	17 6,8%	13 5,2%	27 10,8%	63 25,2%	130 52%
2. Zadnja stvar koju napravim prije spavanja je pogledam obavijesti na mobitelu. (N=250)	18 7,2%	20 8%	33 13,2%	54 21,6%	125 50%
3. Mobitel držim na stolu za vrijeme objeda. (N=250)	77 30,8%	55 22%	53 21,2%	29 11,6%	36 14,4%
4. Koristim mobitel za vrijeme vožnje u javnom prijevozu. (N=250)	21 8,4%	17 6,8%	36 14,4%	57 22,8%	119 47,6%
5. Mobitel držim na stolu za vrijeme učenja/ posla. (N=250)	17 6,8%	25 10%	51 20,4%	76 30,4%	81 32,4%

Više od polovice ispitanika, točnije 52% izjavilo je da se u potpunosti slaže s tvrdnjom da je prva stvar koju naprave kada se probude je da provjere obavijesti (notifikacije) na mobitelu. S ovom tvrdnjom uglavnom se slaže 25,2%. Od ukupnog broja ispitanika 10,8% izjavilo je da ne mogu procijeniti. Njih 6,8% se uopće ne slaže s ovom tvrdnjom, a 5,2% se uglavnom ne slaže. Slični rezultati dobiveni su i na tvrdnji: „Zadnja stvar koju napravim prije spavanja je pogledam obavijesti na mobitelu.“ Polovica ispitanika, 50% je odgovorilo da se u potpunosti slaže da je posljednja stvar koju naprave prije spavanja je da pogledaju obavijesti na mobitelu. Njih 21,6% se uglavnom slaže s ovom tvrdnjom, a 13,2% njih ne može procijeniti. S ovom tvrdnjom uglavnom se ne slaže 8%, a uopće se ne slaže 7,2%. S trećom tvrdnjom: „Mobitel držim na stolu za vrijeme objeda“ 30,8% ispitanika se uopće ne slaže, a 22% se uglavnom ne slaže. „Neodlučnih“ je 21,2%. U potpunosti se slaže 14,4%, a 11,6% se uglavnom slaže. Malo manje od polovice ispitanika, njih 47,6% u potpunosti se slaže da koriste mobitel za vrijeme vožnje u javnom prijevozu (4. tvrdnja). S ovom tvrdnjom uglavnom se slaže 22,8% ispitanika, a 14,4% ne može procijeniti. Uopće se ne slaže 8,4% ispitanika, a 6,8% se uglavnom ne slaže. S 5. tvrdnjom: „Mobitel držim na stolu za vrijeme učenja/ posla“ 32,4% u potpunosti se slaže, dok se 30,4 % uglavnom slaže. „Neodlučnih“ je 20,4 %, dok se s ovom tvrdnjom 10% uglavnom ne slaže i 6,8% uopće ne slaže.

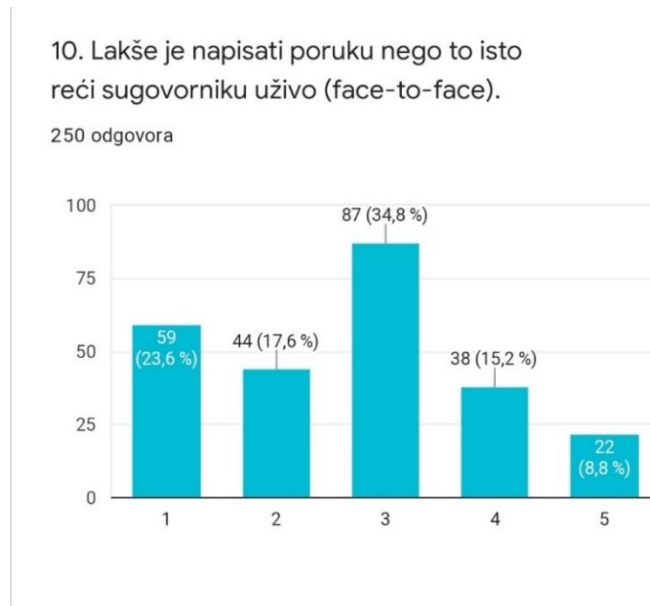
Sljedećim tvrdnjama (6.-9.) ispitano je slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz navike korištenja virtualnog svijeta (Tablica 2).

Tablica 2. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz navike korištenja virtualnog svijeta (N=250)

TVRDNJA	1	2	3	4	5
6. Radije se dopisujem s prijateljima/ poznanicima nego odlazim na druženja. (N=250)	151 60,4%	57 22,8%	35 14%	5 2%	2 0,8%
7. Smatram da nema potrebe naći se s prijateljem/ prijateljicom ako mi je sve već prepričao/ la preko poruka (chata). (N=250)	184 73,6%	49 19,6%	9 3,6%	6 2,4%	2 0,8%
8. Češće pišem poruke nego zovem nekoga. (N=250)	15 6%	15 6%	45 18%	90 36%	85 34%
9. Aktivno pratim što druga osoba govori tijekom razgovora preko mobitela. (N=250)	6 2,4%	5 2%	47 18,8%	105 42%	87 34,8%

Razmatrajući Tablicu 2 dolazimo do nekoliko zaključaka. Većina ispitanika, njih 60,4% radije odlazi na druženja s prijateljima/poznanicima nego što se dopisuje (6. tvrdnja). Samo su dva ispitanika (0,8%) odgovorila da se u potpunosti slažu da se radije dopisuju nego što dolaze na druženja s prijateljima/poznanicima. Također, vidljivo je iz rezultata da se velika većina ispitanika, 73,6% uopće ne slaže sa 7. tvrdnjom: „Smatram da nema potrebe naći se s prijateljem/ prijateljicom ako mi je sve već prepričao/la preko poruka (chata).“ Uglavnom se ne slaže 19,6% ispitanika, a „neodlučnih“ je 3,6%. Uglavnom se slaže 2,4% ispitanika. Isto kao i u prethodnoj tvrdnji, samo dva ispitanika (0,8%) odgovorila su da se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom. Dakle, oni smatraju da nema potrebe naći se s prijateljem/prijateljicom ako su mu/joj već sve prepričali preko poruka. S 8. tvrdnjom: „Češće pišem poruke nego zovem nekoga“ 36% ispitanika se uglavnom slaže, odnosno 34% se u potpunosti slaže. Podjednak broj ispitanika, njih 15 (6%) izjasnilo se da se uglavnom ne slaže, to jest uopće se ne slaže. Niti se slaže niti se ne slaže 18% ispitanika. Iz 9. tvrdnje iz tablice zaključili smo da mladi (studenti) smatraju da aktivno prate što druga osoba govori tijekom razgovora preko mobitela. Tako je njih 42% odgovorilo da se uglavnom slaže, odnosno njih 34,8% da se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom. Neodlučnih je 47 ispitanika (18,8%), s tvrdnjom se 6 ispitanika (2,4%) uopće ne slaže, a 5 ispitanika (2%) uglavnom ne slaže.

Sljedećim tvrdnjama (10-14) ispitali smo stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama vezanim uz *online* komunikaciju i komunikaciju uživo (licem-u-lice). Radi veće preglednosti tvrdnje koje slijede u nastavku su prikazane grafički. Značenje brojeva je jednako kao i kod prijašnjih tvrdnji.

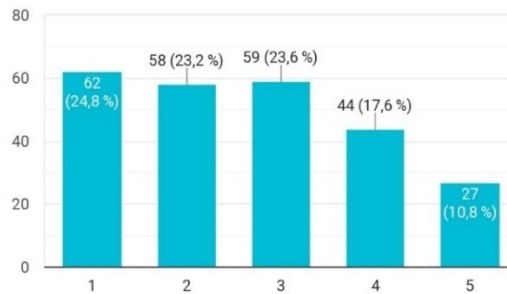


Grafikon 13. Komunikacija preko poruka i uživo (N=250)

Na 10. tvrdnju: „Lakše je napisati poruku nego to isto reći sugovorniku uživo (*face-to-face*)“ najveći broj ispitanika, njih 87 (34,8%) je odgovorilo da ne može procijeniti (Grafikon 13). Ipak, značajno je uočiti da je njih 59 (23,6%) odgovorilo da se uopće ne slaže s tvrdnjom te 44 (17,6%) da se uglavnom ne slaže. S tvrdnjom se uglavnom slaže 38 (15,2%), odnosno u potpunosti slaže 22 (8,8%) ispitanika (Grafikon 13). Iz toga možemo zaključiti da su ispitanici ovu tvrdnju procijenili kao netočnu.

11. S više prijatelja/ poznanika komuniciram online nego li licem u lice.

250 odgovora

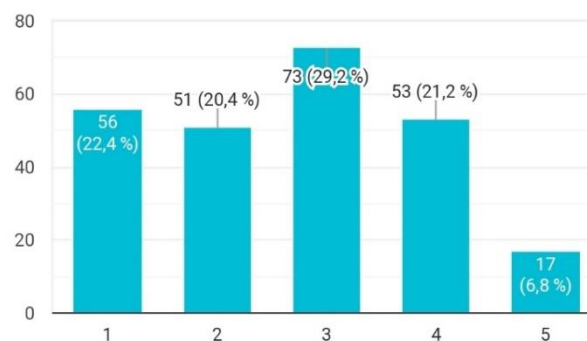


Grafikon 14. Online komunikacija s prijateljima (N=250)

Tvrđnju broj 11: „S više prijatelja/ poznanika komuniciram *online* nego li licem u lice“ 62 (24,8%) ispitanika je ocijenilo kao potpuno netočnu, a 58 (23,2%) kao djelomično netočnu. Gotovo isti broj ispitanika, 59 (23,6%) nije znalo procijeniti. S tvrdnjom se uglavnom slaže 44 (17,6%), a 27 (10,8%) u potpunosti se slaže (Grafikon 14).

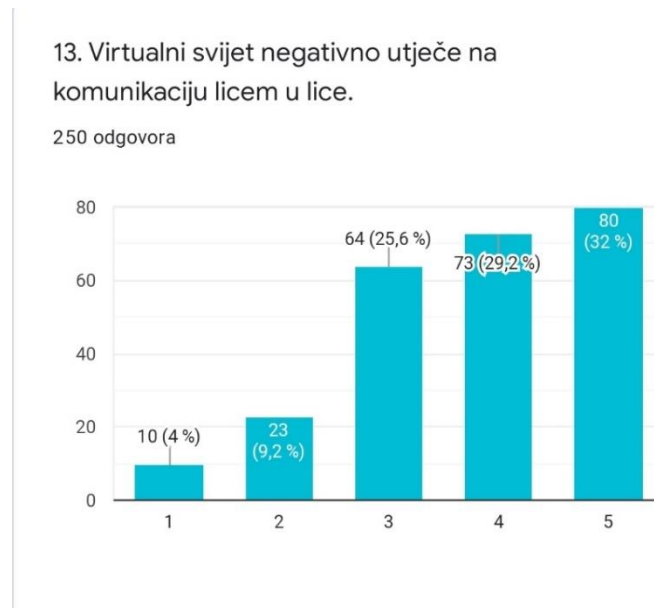
12. Češće komuniciram s prijateljima/ poznanicima online nego li uživo.

250 odgovora



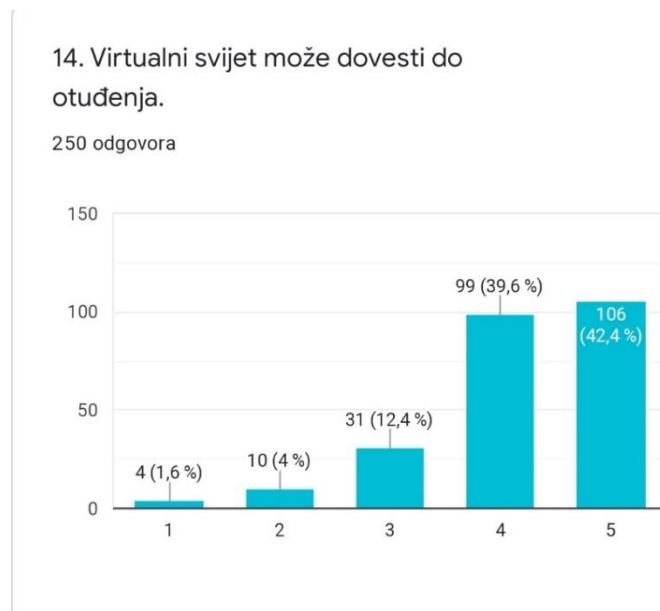
Grafikon 15. Komuniciraju li ispitanici češće s prijateljima/ poznanicima online ili uživo (N=250)

Iz Grafikona 15 vidljivo je da najveći broj ispitanika, njih 73, odnosno 29,2% nije moglo procijeniti slaže li se ili ne slaže s 12. tvrdnjom komuniciraju li češće s prijateljima/ poznanicima *online* nego li uživo. Potom, 56 ispitanika (njih 22,4%) izjasnilo se da se uopće ne slaže s ovom tvrdnjom, dok se njih 51, to jest 20,4% uglavnom ne slaže. S druge strane, 53 ispitanika ili 21,2% odgovorilo je da se uglavnom slaže s tvrdnjom, a samo se njih 17, to jest 6,8% u potpunosti slaže.



Grafikon 16. Utjecaj virtualnog svijeta na komunikaciju licem u lice (N=250)

Na 13. tvrdnju: „Virtualni svijet negativno utječe na komunikaciju licem u lice“ 80 ispitanika ili 32% je odgovorilo da se u potpunosti slaže, a 73 ispitanika ili njih 29,2% kako se uglavnom slaže. Nadalje, 64 ispitanika, to jest 25,6% odgovorilo je da ne može procijeniti. S ovom tvrdnjom se uglavnom ne slaže 23 ispitanika, 9,2%, a samo se 10 osoba (4%) uopće ne slaže (Grafikon 16).



Grafikon 17. Virtualni svijet i otuđenje (N=250)

Od ukupno 250 ispitanika, 106 (42,4%) je procijenilo da se u potpunosti slaže s 14. tvrdnjom da virtualni svijet može dovesti do otuđenja. Gotovo podjednak broj, njih 99 ili 39,6% uglavnom se slaže s ovom tvrdnjom. Niti se slaže niti ne slaže 31 ispitanik (12,4%), a uglavnom se ne slaže 10 ispitanika (4%). Samo četiri osobe, 1,6% uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom (Grafikon 17).

U nastavku slijedi Tablica 3 koja prikazuje odgovore dobivene od ispitanika o tvrdnjama vezanima uz emocije (osjećaje) tijekom korištenja virtualnog svijeta.

Tablica 3. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz emocije tijekom korištenja virtualnog svijeta (N=250)

TVRDNJA	1	2	3	4	5
15. Ponekad se pravim da sam dobio/ la poruku ili da me netko zove kako bih izbjegao/ la socijalizaciju (N=249)	110 44,2%	58 23,3%	38 15,3%	31 12,4%	12 4,8%
16. <i>Online</i> sam kada se osjećam neugodno u nekom društvu/ situaciji. (N=250)	52 20,8%	41 16,4%	60 24%	73 29,2%	24 9,6%
17. Kada sam usamljen/a <i>online</i> provodim više vremena nego inače. (N=250)	22 8,8%	23 9,2%	54 21,6%	100 40%	51 20,4%

18. Kada se osjećam tužno u virtualnom svijetu provodim više vremena nego inače. (N=250)	30 12%	35 14%	75 30%	74 29,6%	36 14,4%
19. Kada mi je dosadno <i>online</i> provodim više vremena nego inače. (N=250)	10 4%	10 4%	33 13,2%	95 38%	102 40,8%
20. Koristim virtualni svijet kao bijeg od stvarnih problema. (N=250)	75 30%	69 27,6%	56 22,4%	39 15,6%	11 4,4%
21. Bez interneta (virtualnog svijeta) osjećam se isključeno od društva. (N=250)	39 15,6%	49 19,6%	74 29,6%	62 24,8%	26 10,4%
22. Osjećam se sigurnije <i>online</i> jer imam moć kontrole. (N=250)	85 34%	70 28%	65 26%	24 9,6%	6 2,4%

Iz rezultata prikazanih u Tablici 3 vidljivo je da se većina ispitanika, njih 110 (44,2%) uopće ne slaže s 15. tvrdnjom („Ponekad se pravim da sam dobio/ la poruku ili da me netko zove kako bih izbjegao/ la socijalizaciju“). Samo se njih 12 (4,8%) u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom. Na 16. tvrdnju: „*Online* sam kada se osjećam neugodno u nekom društvu/ situaciji“ 73 ispitanika (29,2%) je odgovorilo da se uglavnom slaže. Čak njih 60 (24%) je odgovorilo da ne mogu procijeniti iz čega možemo zaključiti da se ponekad koriste virtualnim svijetom kada se osjećaju neugodno u nekom društvu ili situaciji. Uopće se ne slaže 52 ispitanika (20,8%), a uglavnom se ne slaže 41 ispitanik (16,4%). Ukupno 24 ispitanika (9,6%) se u potpunosti slaže sa 16. tvrdnjom.

Najviše ispitanika, 100 (40%) procijenilo je da se uglavnom slaže da u virtualnom svijetu provode više vremena nego inače kada su usamljeni (17. tvrdnja). Njih 54, 21,6% niti se slažu niti se ne slažu s tvrdnjom. S tvrdnjom se u potpunosti slaže 51 ispitanik (20,4%). Gotovo podjednaki broj ispitanika se uglavnom ne slaže, 23 (9,2%) i uopće ne slaže, 22 (8,8%) s tom tvrdnjom. Sljedeća tvrdnja (18.) rezultirala je zanimljivim podacima. Gotovo jednak broj ispitanika, odgovorilo je da ne mogu procijeniti (75, 30%) i da se uglavnom slažu s tvrdnjom (74, 29,6%) da kada se osjećaju tužno u virtualnom svijetu provode više vremena nego inače. Gledajući rezultate u cjelini zaključujemo da se 44% ispitanika slaže s tvrdnjom, dok se njih 26% ne slaže.

Ukupno 102 ispitanika (40,8%) se u potpunosti slaže, a 95 ispitanika (38%) se uglavnom slaže da kada im je dosadno *online* provode više vremena nego inače (19. tvrdnja). Niti se slaže niti se ne slaže 33 ispitanika (13,2%), a podjednak broj, njih 10 (4%) se uglavnom i uopće ne slaže s 19. tvrdnjom. Najviše ispitanika, 75 (30%) odgovorilo je da se uopće ne slaže da koriste virtualni svijet kao bijeg od problema (20. tvrdnja). Uglavnom se ne slaže 69 ispitanika (27,6%), a

„neodlučnih“ je 56 ispitanika (22,4%). Uglavnom se slaže 39 ispitanika (15,6%), a u potpunosti se slaže 11 ispitanika (4,4%). Od ukupno 250 ispitanika, 74 (29,6%) je odgovorilo da ne mogu procijeniti osjećaju li se bez interneta (virtualnog svijeta) isključeno od društva (21. tvrdnja). Zanimljivo je istaknuti da se isti broj ispitanika, njih 35,2% slaže, odnosno ne slaže s 21. tvrdnjom. Prema rezultatima, ispitanici se ne osjećaju sigurnije *online* jer imaju moć kontrole. S 22. tvrdnjom uopće se ne slaže 85 ispitanika (34%), a 70 njih (28%) se uglavnom ne slaže. Njih 65 (26%) niti se slaže niti se ne slaže. Uglavnom se slaže 24 ispitanika (9,6%), odnosno uopće se ne slaže 6 ispitanika (2,4%).

Četvrta i ujedno posljednja skupina pitanja (23.-53.) ispitivala je virtualni svijet i socijalne (društvene) odnose mladih. U nastavku slijedi Tablica 4 koja prikazuje rezultate od 23. do 32. pitanja.

Tablica 4. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz *online* prijateljstva

TVRDNJA	1	2	3	4	5
23. Na društvenim mrežama imam više od 200 prijatelja/ pratitelja. (N=250)	34 13,6%	18 7,2%	10 4%	10 14%	153 61,2%
24. Imam više virtualnih nego stvarnih prijatelja. (N=250)	88 35,2%	40 16%	33 13,2%	39 15,6%	50 20%
25. Na društvenim mrežama imam puno poznanika. (N=250)	7 2,8%	14 5,6%	34 13,6%	87 34,8%	108 43,2%
26. U virtualnom svijetu komuniciram samo s osobama koje poznajem i u stvarnom svijetu. (N=250)	9 3,6%	20 8%	14 (5,6%)	71 28,4%	136 54,4%
27. Upoznao/ la sam puno nepoznatih ljudi putem društvenih mreža, <i>online</i> igrica, foruma i ostalog sadržaja. (N=250)	114 45,6%	67 26,8%	30 (12%)	25 10%	14 5,6%
28. Velik broj prijatelja/ pratitelja s kojima sam povezan/ na <i>online</i> nisu dio mog stvarnog života. (N=250)	79 31,6%	50 20%	54 21,6%	40 16%	27 10,8%
29. Jednostavnije sklapam prijateljstva <i>online</i> nego li u stvarnom životu. (N=250)	133 53,2%	55 22%	37 14,8%	18 7,2%	7 2,8%
30. Lakše pronalazim sugovornika <i>online</i> koji će me poslušati kada mi je teško. (N=250)	168 67,2%	48 19,2%	23 9,2%	8 3,2%	3 1,2%
31. Jednostavnije je prekinuti prijateljstvo prestankom praćenja/ blokiranjem nego li razgovorom uživo. (N=250)	103 41,2%	37 14,8%	58 (23,2 %)	35 14%	17 6,8%
32. U virtualnom svijetu mogu razgovarati s povjerenjem isključivo s osobama koje poznajem i u stvarnom svijetu. (N=250)	23 9,2%	6 2,4%	14 5,6%	49 19,6%	158 63,2%

Većina ispitanika, njih 153 (61,2%) u potpunosti se slaže s 23. tvrdnjom da imaju više od 200 prijatelja/ pratitelja na društvenim mrežama. S ovom tvrdnjom uglavnom se slaže 35 ispitanika (14%). S tvrdnjom se uopće ne slaže 34 ispitanika (13,6%), a njih 18 (7,2%) se uglavnom ne slaže. Samo 4% je „neodlučnih“. Najveći broj ispitanika, njih 88 (35,2%) ocijenilo je da se uopće ne slaže s 24. tvrdnjom, da imaju više virtualnih nego stvarnih prijatelja. Ipak, 50 ispitanika (20%) ocijenilo je da se u potpunosti slaže s tvrdnjom. Nadalje, samo je 10 osoba manje, odnosno 40 ispitanika (16%) ocijenilo da se uglavnom ne slaže s tvrdnjom. Jedan ispitanik manje, odnosno 39 ispitanika (15,6%), ocijenilo je da se uglavnom slaže s tvrdnjom. Najmanji broj ispitanika, 33 (13,2%) je ocijenilo da ne mogu procijeniti imaju li više virtualnih od stvarnih prijatelja. Ispitanici su potvrdili 25. tvrdnju da na društvenim mrežama imaju puno poznanika. Od ukupno 250 ispitanika 108 (43,2%) ih je odgovorilo da se u potpunosti slažu da imaju puno poznanika na društvenim mrežama. Također, njih 87 (34,8%) se uglavnom slaže. „Neodlučnih“ je 34 ispitanika (13,6%). Samo se 14 njih (5,6%) uglavnom ne slaže, a 7 (2,8%) uopće ne slaže s tom tvrdnjom. Podaci istraživanja pokazuju da ispitanici komuniciraju u virtualnom svijetu samo s osobama koje poznaju i u stvarnom svijetu.

Naime, na 26. tvrdnju, 136 ispitanika (54,4%) je odgovorilo da se u potpunosti slaže, odnosno 71 ispitanik (28,4%) da se uglavnom slaže da u virtualnom svijetu komuniciraju samo s osobama koje poznaju i u stvarnom svijetu. S tvrdnjom se uglavnom ne slaže 20 ispitanika (8%) i uopće ne slaže 9 ispitanika (3,6%). Niti se slaže niti se ne slaže 14 ispitanika (5,6%). Ispitanici su opovrgnuli 27. tvrdnju da su upoznali puno nepoznatih ljudi putem društvenih mreža, *online* igara, foruma i ostalog sadržaja. Točnije, 114 ispitanika, odnosno 45,6% uopće i 67 ispitanika (26,8%) uglavnom se ne slaže s navedenom tvrdnjom. Samo 25 osoba (10%) se uglavnom ne slaže, odnosno 14 ispitanika (5,6%) uopće ne slaže. Niti se slaže niti se ne slaže 30 ispitanika (12%) s 27. tvrdnjom. Sljedeća tvrdnja (28.) je također opovrgnuta. Samo se 27 ispitanika (10,8%) u potpunosti slaže s tvrdnjom da velik broj prijatelja/ pratitelja s kojima su povezani *online* nisu dio njihovog stvarnog života. Najveći dio ispitanika, 79 (31,6%) se uopće ne slaže, a 50 njih (20%) se uglavnom ne slaže. „Neodlučnih“ je 54 (21,6%). Prema tome, većina ispitanika je povezana *online* s prijateljima/prateljima koji su dio njihovog stvarnog života. Više od polovice ispitanika, 133 (53,2%) se uopće ne slaže s 29. tvrdnjom „Jednostavnije sklapam prijateljstva *online* nego li u stvarnom životu.“ Njih 55 (22%) se ne slaže s tvrdnjom, a „neodlučnih“ je 37 (14,8%). Samo se njih 25 (10%) u potpunosti ili uglavnom slaže s ovom tvrdnjom. Dakle, studenti jednostavnije

sklapaju prijateljstva u stvarnom životu nego li *online*. Sljedeću tvrdnju (30.) ispitanici su također ocijenili kao negativnu. Većina ispitanika, 168 (67,2%) uopće se ne slaže da lakše pronalaze sugovornike *online* koji će ih poslušati kada im je teško. Važno je dodati da se njih 48 (19,2%) uglavnom ne slažu. Niti se slaže niti se ne slaže 23 ispitanika (9,2%). Uglavnom se slaže 8 ispitanika (3,2%). Samo tri ispitanika (1,2%) je odgovorilo da se u potpunosti slažu. Dakle, studenti lakše pronalaze sugovornike u stvarnom svijetu koji će ih poslušati kada im je teško. S 31. tvrdnjom, da je lakše prekinuti prijateljstvo prestankom praćenja/ blokiranjem nego li razgovorom uživo, uopće se ne slaže 103 ispitanika (41,2%). Potom, 58 ispitanika (23,2%) se niti slaže niti ne slaže. Uglavnom se ne slaže 37 ispitanika (14,8%), a njih 35 (14%) se uglavnom slaže. Samo 17 ispitanika (6,8%) se u potpunosti slaže. Posljednju tvrdnju iz tablice (32.) ispitanici su ocijenili kao pozitivnu. Naime, 158 ispitanika (63,2%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom da u virtualnom svijetu mogu razgovarati s povjerenjem isključivo s osobama koje poznaju i u stvarnom svijetu. S tvrdnjom se uglavnom slaže 49 ispitanika (19,6%). S druge strane, samo njih 23 (9,2%) uopće se ne slaže. Niti se slaže niti se ne slaže 14 ispitanika (5,6%), a uglavnom se ne slaže njih 6 (2,4%).

U nastavku slijedi tablica 5 koja prikazuje slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanima uz *online* društveni život (odgovori od 33. do 39.).

Tablica 5. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz *online* društveni život

TVRDNJA	1	2	3	4	5
33. Smatram da imam dosta površnih <i>online</i> odnosa. (N=250)	81 32,4%	53 21,2%	53 21,2%	36 14,4%	27 10,8%
34. Povezan/ na sam s dosta poznanika na društvenim mrežama o kojima ne znam puno osobnih informacija. (N=250)	54 21,6%	54 21,6%	44 17,6%	73 29,2%	25 10%
35. Osobe koje sam upoznao/ la <i>online</i> nisam upoznao/ la uživo. (N=250)	120 48%	60 24%	46 18,4%	15 6%	9 3,6%
36. Virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva. (N=250)	8 3,2%	12 4,8%	67 26,8%	94 37,6%	69 27,6%
37. Novi mediji mogu poboljšati društveni život. (N=250)	19 7,6%	26 10,4%	89 35,6%	86 34,4%	30 12%
38. Prijatelji jedni od drugih očekuju stalnu dostupnost. (N=250)	10 4%	25 10%	66 26,4%	102 40,8%	47 18,8%
39. Osjećam se tjeskobno jer sam uvijek dostupan <i>online</i> .	72 28,8%	64 25,6%	60 24%	40 16%	14 5,6%

Analizirajući Tablicu 5 došli smo do sljedećih zaključaka. Najveći broj ispitanika, 81 (32,4%) odgovorilo je da se uopće ne slaže s 33. tvrdnjom da imaju dosta površnih *online* odnosa. Podjednak broj ispitanika, 53 (21,6%) odgovorilo je da se uglavnom ne slaže i da ne mogu procijeniti. Uglavnom se slaže 36 ispitanika (14,4%) i u potpunosti se slaže 27 ispitanika (10,8%). Svakako je zanimljivo objasniti sljedeću tvrdnju. Najveći je broj ispitanika, 73 (29,2%) ocijenilo da se uglavnom slaže s 34. tvrdnjom da su povezani s dosta poznanika na društvenim mrežama o kojima ne znaju puno osobnih informacija. Usporedivši prijašnju tvrdnju i ovu možemo zaključiti da je riječ o kontradiktornim podacima. Prema prijašnjoj tvrdnji ispitanici smatraju da nemaju puno površnih *online* odnosa, no s druge strane povezani su s dosta poznanika o kojima ne znaju puno osobnih informacija. S 34. tvrdnjom jedna broj ispitanika, 54 (21,6%) se uopće i uglavnom ne slaže. „Neodlučnih je 44 (17,6%), a 25 njih (10%) se u potpunosti slaže. S 35. tvrdnjom; „Osobe koje sam upoznao/la *online* nisam upoznao/la uživo“ uopće se ne slaže 120 ispitanika (48%), a uglavnom ne slaže 60 (24%). Ukupno 46 ispitanika (18,4%) nije moglo procijeniti. S tvrdnjom se uglavnom slaže 15 ispitanika (6%) i u potpunosti slaže 9 ispitanika (3,6%).

Nadalje, ispitanici su 36. tvrdnju ocijenili kao potvrđnu. Prema rezultatima, 94 ispitanika (37,6%) ocijenilo je da se uglavnom slaže da virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva. Njih 69 (27,6%) u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom. „Neodlučnih“ je 67 (26,8%), a samo 12 ispitanika se uglavnom ne slaže, dok se njih 8 (3,2%) uopće ne slaže. Gotovo podjednak broj ispitanika odgovorilo je da ne može procijeniti, 89 (35,6%) i da se uglavnom slaže, 86 (34,4%) s 37. tvrdnjom da novi mediji mogu poboljšati društveni život. U potpunosti se slaže 30 ispitanika (12%), dok se 26 ispitanika (10,4%) uglavnom ne slaže i 19 njih (7,6%) uopće ne slaže. S 38. tvrdnjom da prijatelji jedni od drugih očekuju stalnu dostupnost, 102 ispitanika (40,8%) se uglavnom slaže, 66 (26,4%) se niti slaže niti ne slaže, a 47 ispitanika (18,8%) se u potpunosti slaže. S tvrdnjom se uglavnom ne slaže 25 ispitanika (10%) i uopće ne slaže 10 ispitanika (4%). Dakle, prijatelji očekuju stalnu dostupnost. Iz 39. tvrdnje možemo zaključiti da se studenti ne osjećaju tjeskobno jer su uvijek dostupni *online*. Ispitanici se uopće, njih 72 (28,8%) i uglavnom, njih 64 (25,6%) ne slažu da se osjećaju tjeskobno jer su uvijek dostupni *online*. „Neodlučnih“ je 60 (24%). Odnosno oni se ponekad osjećaju tjeskobno. Ukupno 40 ispitanika (16%) se uglavnom slaže da se osjećaju se tjeskobno jer su uvijek dostupni *online*. Samo njih 14 (5,6%) se u potpunosti slaže.

Tablica 6 koja slijedi ispitala je slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz korištenje mobitela i društvenih mreža za vrijeme druženja.

Tablica 6. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz korištenje mobitela i društvenih mreža za vrijeme druženja

TVRDNJA	1	2	3	4	5
40. Za vrijeme druženja na kavi prijatelji i ja držimo mobitele na stolu. (N=250)	23 9,2%	24 9,6%	56 22,4%	89 35,6%	58 23,2%
41. Za vrijeme druženja s prijateljima objavim status/ objavu na društvenim mrežama. (N=250)	133 53,2%	61 24,4%	37 14,8%	15 6%	4 1,6%
42. Ne mogu zamisliti druženje s prijateljima bez objave ili priče na nekoj društvenoj mreži. (N=250)	196 78,4%	33 13,2%	12 4,8%	7 2,8%	2 0,8%
43. Ponekad se dopisujem s drugim prijateljima/ poznicima za vrijeme druženja s prijateljima. (N=250)	67 26,8%	68 27,2%	62 24,8%	49 19,6%	4 1,6%
44. Provjerim barem jedanput obavijesti (<i>notifications</i>) na mobitelu za vrijeme druženja s prijateljima. (N=250)	26 10,4%	35 14%	47 18,8%	85 34%	57 22,8%
45. Koncentriran/ na sam i aktivno slušam što sugovornik govori kada istovremeno koristim mobitel. (N=250)	45 18%	49 19,6%	76 30,4%	50 20%	30 12%
46. Smatram da je nepristojno kada se moj prijatelj dopisuje s nekim drugim za vrijeme našeg druženja. (N=250)	5 2%	15 6%	41 16,4%	83 33,2%	106 42,4%
47. Osjećam se „odbačeno“ kada tijekom razgovora moj sugovornik istovremeno odgovara na poruke ili je na društvenoj mreži. (N=250)	8 3,2%	23 9,2%	51 20,4%	85 34%	83 33,2%
48. Smatram da moj sugovornik nije u potpunosti prisutan kada istovremeno koristi mobitel. (N=250)	2 0,8%	14 5,6%	35 14%	94 37,6%	105 42%

Na tvrdnju 40: „Za vrijeme druženja na kavi prijatelji i ja držimo mobitele na stolu“ najviše ispitanika, 89 (35,6%) odgovorilo je da se uglavnom slaže te da se u potpunosti slaže, 58 (23,2%) s tvrdnjom. Ukupno 56 ispitanika, njih 22,4% niti se slaže niti se ne slaže, a gotovo podjednak broj uglavnom se ne slaže - njih 24 (9,6%) i uopće se ne slaže – njih 23 (9,2%). Više od polovice ispitanika, 133 (53,2%) se uopće ne slaže da objavljuju status/objavu na društvenim mrežama za vrijeme druženja (41. tvrdnja). Također, njih 61 (24,4%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom. „Neodlučnih“ je 37 (14,8%). S tvrdnjom se 15 ispitanika (6%) uglavnom slaže. Samo četiri osobe

(1,6%) u potpunosti se slažu da objavljuju status/objavu za vrijeme druženja, što upućuje na to da studenti uglavnom ne objavljuju status ili objavu za vrijeme druženja. Jasno je vidljivo iz sljedeće tvrdnje (42.) da se studenti uopće ne slažu s tvrdnjom da ne mogu zamisliti druženje s prijateljima bez objave ili priče na nekoj društvenoj mreži. Čak 196 ispitanika (78,4%) je odgovorilo tako. S tvrdnjom se 33 ispitanika (13,2%) uglavnom ne slaže. Ukupno 12 ispitanika (4,8%) niti se slaže niti se ne slaže s tvrdnjom, a samo se 7 ispitanika (2,8%) uglavnom, odnosno 2 (0,8%) u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom. Dani odgovori na 43. tvrdnju vrlo su sličnih vrijednosti. Ipak, najviše je ispitanika, njih 68 (27,2%) odgovorilo da se uglavnom ne slaže da se ponekad dopisuju s drugim prijateljem/poznanikom za vrijeme druženja s prijateljima. Njih 67 (26,8%) je odgovorilo da se uopće ne slaže, a važno je istaknuti da je čak 62 ispitanika (24,8%) odgovorilo da ne mogu procijeniti. S druge strane, 49 ispitanika (19,6%) se uglavnom slaže, a 4 (1,6%) u potpunosti se slaže. Ispitanici su potvrdili 44. tvrdnju. Naime, najviše ispitanika, njih 85 (34%) je odgovorilo da se uglavnom slažu da obavijesti (*notifications*) na mobitelu provjere barem jedanput za vrijeme druženja s prijateljima. Isto tako, 57 ispitanika (22,8%) je odgovorilo da se u potpunosti slaže s tom tvrdnjom, dok je „neodlučnih“ bilo 47 (18,8%), a 35 (14%) ih se uglavnom ne slaže i 26 (10,4%) uopće ne slaže.

Posljednje četiri tvrdnje iz Tablice 6 (45.-48.) ispitale su slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz *phubbing*. Na 45. tvrdnju najveći broj ispitanika, 76 (30,4%) odgovorilo je da ne može procijeniti. Promatrajući podatke u cjelini, više se ispitanika ne slaže - 94 (37,6%) nego slaže - 80 (32%) s tvrdnjom da su koncentrirani i da aktivno slušaju što sugovornik govori kada istovremeno koriste mobitel. Dakle, studenti su usredotočeni na višezadaćnost (*multitasking*) te istovremeno ne mogu pružiti punu pažnju prijateljima. Iz 46. tvrdnje vidljivo je da se 106 ispitanika (42,4%) u potpunosti slaže da je nepristojno kada se njihov prijatelj dopisuje s nekim drugim za vrijeme njihovog druženja, odnosno 83 ispitanika (33,2%) da se uglavnom slaže. „Neodlučnih“ je 41 ispitanika (16,4%), a samo se njih 15 (6%) uglavnom ne slaže i 5 (2%) uopće ne slaže. Zaključno, studenti smatraju da je nepristojno kada se njihov prijatelj dopisuje s nekim drugim za vrijeme njihovog druženja. S 47. tvrdnjom: „Osjećam se 'odbačeno' kada tijekom razgovora moj sugovornik istovremeno odgovara na poruke ili je na društvenoj mreži“ uglavnom se slaže 85 ispitanika (34%) te u potpunosti slaže 83 ispitanika (33,2%). Niti se slaže niti se ne slaže 51 ispitanik (20,4%). Nadalje, 23 ispitanika (9,2%) se uglavnom ne slaže, a 8 (3,2%) se uopće ne slaže. Prema tome, većina studenata osjeća se „odbačeno“ kada njihov sugovornik istovremeno

odgovara na poruke ili je na društvenoj mreži. Također, 48. tvrdnju su ispitanici ocijenili kao potvrđnu. Čak 105 ispitanika (42%) se u potpunosti i 94 (37,6%) uglavnom slaže da njihov sugovornik nije u potpunosti prisutan kada istovremeno koristi mobitel. Uopće se ne slaže 2 (0,8%) i uglavnom se ne slaže 14 ispitanika (5,6%). Njih 35 (14%) niti se slaže niti se ne slaže.

Posljednja pitanja (Tablica 7) vezana su uz negativni utjecaj virtualnog svijeta na društvene odnose.

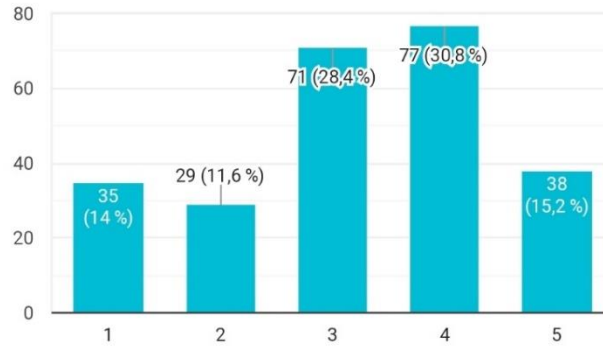
Tablica 7. Slaganje ispitanika s tvrdnjama vezanim uz negativni utjecaj virtualnog svijeta na društvene odnose

TVRDNJA	1	2	3	4	5
49. Virtualni svijet može negativno utjecati na prijateljske odnose. (N=250)	5 2%	17 6,8%	60 24%	94 37,6%	74 29,6%
50. Zbog virtualnog svijeta udaljio/ la sam se od stvarnih prijatelja i komunikacije s njima. (N=250)	119 47,6%	69 27,6%	40 16%	14 5,6%	8 (3,2%
51. Upotreba virtualnog svijeta imala je negativne posljedice na moje interpersonalne odnose. (N=250)	109 43,6%	65 26%	51 20,4%	21 8,4%	4 1,6%

Ispitanici se slažu da virtualni svijet može negativno utjecati na prijateljske odnose (49. tvrdnja). Najviše je ispitanika ocijenilo da se uglavnom slaže, njih 94 (37,6%) i u potpunosti slaže – njih 74 (29,6%). „Neodlučnih“ je 60 (24%). Najmanje je ispitanika odgovorilo da se uglavnom ne slaže - 17 (6,8%) i uopće ne slaže - 5 (2%). Sljedeću tvrdnju (50.) ispitanici su ocijenili kao netočnu. Malo manje od polovice, točnije 47,6% (119) ispitanika ocijenilo je da se uopće ne slaže da su se udaljili od stvarnih prijatelja i komunikacije s njima zbog virtualnog svijeta. Valja istaknuti da se 69 ispitanika (27,6%) uglavnom ne slaže, a 40 ispitanika (16%) niti se slaže niti se ne slaže. Uglavnom se slaže s ovom tvrdnjom 14 ispitanika (5,6%), odnosno 8 (3,2%) se u potpunosti slaže. Dakle, ispitanici smatraju da se nisu udaljili od stvarnih prijatelja i komunikacije s njime zbog virtualnog svijeta. Također, većina ispitanika, 109 (43,6%) uopće se ne slaže da je upotreba virtualnog svijeta imala negativne posljedice na njihove interpersonalne odnose. Prema podacima, 65 ispitanika (26%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu s tvrdnjom, dok je 51 ispitanik odgovorio da ne može procijeniti. S tvrdnjom se uglavnom slaže 21 ispitanik (8,4%), a samo 4 (1,6%) se slaže u potpunosti. Prema tome, studenti su pri mišljenju da upotreba virtualnog svijeta nije imala negativne posljedice na njihove interpersonalne odnose.

52. Virtualni svijet negativno utječe na neke moje prijatelje/ poznanike.

250 odgovora

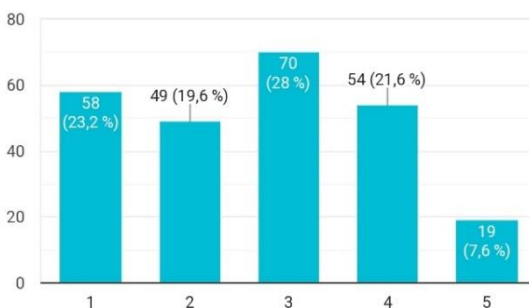


Grafikon 18. Virtualni svijet i utjecaj na prijatelje/ poznanike

Iz Grafikona 18 vidljivo je da se većina ispitanika 77 (30,8%) uglavnom slaže da virtualni svijet negativno utječe na neke njihove prijatelje/poznanike, a 71 ispitanika (28,4%) niti se slaže niti se ne slaže. S druge strane, 38 ispitanika (15,2%) se u potpunosti slaže. S tvrdnjom se 35 ispitanika (14%) uopće ne slaže i 29 ispitanika (11,6%) uglavnom ne slaže. Gledano u cjelini, s tvrdnjom se slaže 115 ispitanika (46%), a ne slaže se 64 ispitanika (25,6%). Usporedivši prethodne tvrdnje (50. i 51.) koje su se odnosile na negativni utjecaj virtualnog svijeta na same ispitanike i 53. tvrdnju koja se odnosi na negativni utjecaj na njihove prijatelje uočavamo zanimljivu razliku. Naime, ispitanici smatraju da se nisu udaljili od svojih stvarnih prijatelja i komunikacije s njima zbog virtualnog svijeta kao ni da je upotreba virtualnog svijeta imala negativne posljedice na njihove interpersonalne odnose. Međutim, pri mišljenju su da virtualni svijet negativno utječe na neke njihove prijatelje ili poznanike. Dakle, ovime je potvrđen efekt treće osobe. Drugim riječima, ispitanici smatraju da virtualni svijet negativno utječe na druge (njihove prijatelje i poznanike), a manje na njih same.

53. Što više vremena provodim u virtualnom svijetu osjećam manju povezanost sa stvarnom društvenom zajednicom.

250 odgovora



Grafikon 19. Odnos virtualnog svijeta i stvarne društvene zajednice (N=250)

Najviše ispitanika, njih 70 (28%) odgovorilo je da ne može procijeniti odgovor na 53. tvrdnju. Ipak ukupno 107 ispitanika (42,8%) se ne slaže da osjećaju manju povezanost sa stvarnom društvenom zajednicom ako što više vremena provode u virtualnom svijetu. S ovom tvrdnjom slaže se 73 ispitanika, odnosno 29,2% (Grafikon 19).

6.1. Rasprava

Cilj je ovoga rada bio spoznati važnost virtualnog svijeta kao dijela svakodnevnice, otkriti percepciju utjecaja provedenog vremena *online* na emocije i ponašanja pojedinaca te na društvene odnose. Osim navedenog, istraživanjem se htjelo utvrditi koliko vremena mladi provode *online*, načine korištenja virtualnog svijeta te društvene navike.

Ispitani studenti svakodnevno koriste internet, pristupaju mu preko pametnih telefona te u prosjeku na internetu dnevno provedu između 3 i 5 sati. Najkorištenija aktivnost mladih su društvene mreže na kojima dnevno provedu u prosjeku između 1 i 3 sata. Studenti obuhvaćeni istraživanjem svakodnevno komuniciraju s prijateljima i poznanicima preko društvenih mreža. Prva i posljednja stvar koju naprave u danu je provjera obavijesti (notifikacija) na mobitelu. Studenti ne drže mobitel na stolu za vrijeme objeda, ali ga zato drže na stolu za vrijeme učenja ili

posla. Radije odlaze na druženja nego što se dopisuju s prijateljima, ali zato češće pišu poruke nego što zovu nekoga. Studenti smatraju da aktivno prate što sugovornik govori tijekom razgovora preko mobitela. Nadalje, ispitanici studenti ne misle da je lakše napisati poruku nego to isto reći uživo. Studenti ne komuniciraju s više prijatelja/poznanika *online* nego li licem u lice. Važno je naglasiti da studenti smatraju da virtualni svijet negativno utječe na komunikaciju licem-u-lice te da može dovesti do otuđenja. Što se tiče odnosa između emocija i virtualnog svijeta, studenti provode više vremena nego inače u virtualnom svijetu kada im je neugodno u nekom društvu/situaciji, kada su usamljeni, kada im je dosadno te kada se osjećaju tužno. Studenti ne koriste virtualni svijet kao bijeg od stvarnih problema te ne mogu procijeniti osjećaju li se bez interneta (virtualnog svijeta) isključeno od društva. Studenti imaju puno poznanika na društvenim mrežama, povezani su s više od 200 prijatelja, nisu upoznali puno nepoznatih ljudi *online* te komuniciraju u virtualnom svijetu samo s osobama koje poznaju i u stvarnom životu. Nemaju više virtualnih nego stvarnih prijatelja te ne sklapaju jednostavnije prijateljstva *online*. Studenti misle da virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva, ali ne smatraju da oni sami imaju površne odnose. Istovremeno tvrde da su povezani s puno poznanika o kojima ne znaju puno osobnih informacija. Ispitanici misle da novi mediji mogu poboljšati društveni život. Studenti se ne osjećaju tjeskobno jer su uvijek dostupni *online* iako smatraju da prijatelji jedni od drugih očekuju stalnu dostupnost.

Za vrijeme druženja studenti drže mobitele na stolu te provjere barem jedanput obavijesti na mobitelu. Ipak, ne objavljuju statuse i objave na društvenim mrežama te se ne dopisuju s drugim prijateljima za vrijeme druženja. Međutim, nisu koncentrirani i ne slušaju aktivno što sugovornik govori kada istovremeno koriste mobitele. Također, smatraju da je nepristojno kada se njihovi prijatelji dopisuju s drugim prijateljima za vrijeme njihovog druženja te se osjećaju „odbačeno“ u takvim situacijama. Osim toga, smatraju da sugovornik nije u potpunosti prisutan kada istovremeno koristi mobitel i razgovora s njima. Dakle, studenti smatraju da virtualni svijet može negativno utjecati na prijateljske odnose, ali smatraju da više utječe na njihove prijatelje nego na njih same. Studenti nisu mogli procijeniti slažu li se ili ne slažu s tvrdnjom da što više vremena provode u virtualnom svijetu osjećaju manju povezanost sa stvarnom društvenom zajednicom.

Prije početka istraživanja bilo je postavljeno pet hipoteza. Prema rezultatima istraživanja tri su hipoteze potvrđene (H2, H4, H5), jedna je opovrgnuta (H1), a jedna se niti potvrđuje niti opovrgava (H3), što detaljnije objašnjavamo u nastavku rada.

H1: Mlađa populacija često koristi društvene mreže za vrijeme druženja.

Prva hipoteza je opovrgnuta odgovorima na 41. tvrdnju: „Za vrijeme druženja s prijateljima objavim status/ objavu na društvenim mrežama“ na koju je više od polovice ispitanika, 133 (53,2%) odgovorilo da se uopće ne slaže, a 61 ispitanik (24,4%) da se uglavnom ne slaže. Dakle, studenti uglavnom ne objavljuju status ili objavu na društvenim mrežama za vrijeme druženja. Također, opovrgnuta je i rezultatima na 42. tvrdnju: „Ne mogu zamisliti druženje s prijateljima bez objave ili priče na nekoj društvenoj mreži.“ Čak 196 od 250 ispitanika (78,4%) je odgovorilo da se uopće ne slaže s tvrdnjom. Možemo zaključiti da mlađa populacija ne koristi često društvene mreže za vrijeme druženja.

H2: Virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstava.

Druga hipoteza je potvrđena odgovorom na 36. tvrdnju: „Virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva“ prema kojoj se 94 ispitanika (37,6%) uglavnom slaže i 69 njih (27,6%) u potpunosti slaže. Prema tome, virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva.

H3: Mlađa populacija češće komunicira online, nego razgovara licem u lice.

Treća hipoteza niti se potvrđuje niti se opovrgava prema danim odgovorima na 12. tvrdnju: „Češće komuniciram s prijateljima/ poznanicima *online* nego li uživo“. Naime, najveći broj ispitanika, 73 (29,2%) je odgovorilo da ne mogu procijeniti slažu li se ili ne slažu s tvrdnjom. Promatrajući rezultate u cjelini zaključujemo da se više ispitanika, 107 (42,8%) ne slaže nego li slaže 70 (28%) s tvrdnjom. Dakle, odgovori ispitanika više naginju opovrgavanju tvrdnje.

H4: Mlađa populacija koristi društvene mreže u neugodnim društvenim situacijama.

Četvrta hipoteza je potvrđena odgovorom na 16. tvrdnju: „*Online* sam kada se osjećam neugodno u nekom društvu/situaciji“ na koju je najviše ispitanika, 73 ispitanika (29,2%) odgovorilo da se uglavnom slaže.

H5: Mlađa populacija je svjesna kako virtualni svijet negativno utječe na njihove prijatelje.

Peta hipoteza je potvrđena prvenstveno odgovorom na 52. tvrdnju: „Virtualni svijet negativno utječe na neke moje prijatelje/poznanike“ na koju je najviše ispitanika, 77 (30,8%) odgovorilo da

se uglavnom slaže. Hipotezu potkrepljujemo odgovorima na 50. i 51. tvrdnju. Prema tim tvrdnjama, ispitanici smatraju da se nisu udaljili od svojih stvarnih prijatelja i komunikacije s njima zbog virtualnog svijeta kao ni da je upotreba virtualnog svijeta imala negativne posljedice na njihove interpersonalne odnose. Prema tome, potvrđen je efekt treće osobe koji je bio upotrijebljen kao teorijsko uporište.

Konačno možemo reći da smo dobili i odgovor na istraživačko pitanje koji glasi: Većim dijelom ne postoji povezanost između vremena provedenog u virtualnom svijetu s osjećajem nepripadanja stvarnoj društvenoj zajednici.

Metoda koja je bila korištena u ovom istraživanju je *online* anketa. Anketa je distribuirana putem društvenih mreža Facebook i Instagram radi velikog dosega i zastupljenosti mlađe populacije. Ograničenje ove metode je pouzdanost i objektivnost jer nije moguće kontrolirati uzorak ispitanika. Također, ograničenje ovog istraživanja je što ne postoji općeprihvaćeni instrument za mjerenje otuđenosti. Upravo se zato ovo istraživanja može nazvati početnim i čak eksperimentalnim te su potrebna daljnja istraživanja koja bi potvrdila i usavršila kako samu metodu, tako i provođenje samoga istraživanja.

7. Zaključak

Digitalni mediji uvelike su promijenili, ubrzali i olakšali ljudsku komunikaciju. Manuel Castells (2003: 12) ističe da je „novi svijet komunikacije omogućio Internet galaksiju.“ Današnje generacije mladih, Y i Z, ne poznaju život bez interneta i bežične tehnologije. Dakle, kao dio umreženog društva neprestano su međusobno povezani, no istovremeno sve više sami: u prisnosti nove samoće (Turkle, 2012: 37). Našim smo istraživanjem dokazali da mladi više vremena provode u virtualnom svijetu kada se osjećaju usamljeno, neugodno, tužno te kada im je dosadno.

Gotovo se izbrisala granica između realnog i virtualnog svijeta te upravo zato postoji mogućnost otuđenja u komunikaciji. Prema navedenim istraživanjima mladi su distraktirani zbog korištenja pametnih telefona i ne mogu pružiti punu pažnju sugovorniku. Ignoriranje i zapostavljanje sugovornika utječe na kvalitetu interakcije te na zadovoljstvo u prijateljstvu. I naše

je istraživanje dokazalo da mladi nisu koncentrirani i ne slušaju aktivno sugovornika dok istovremeno koriste mobitele. Kada njihovi prijatelji koriste mobitele u njihovoj prisutnosti osjećaju se „odbačeno“ te takvo ponašanje smatraju nepristojnim. Mladi se ne odvajaju od tehnologije zbog čega postoji mogući negativnog utjecaja na komunikaciju licem-u-lice. Istraživanjem smo pokazali da mladi vjeruju da virtualni svijet negativno utječe na komunikaciju licem-u-lice te da može dovesti do otuđenja.

Posljedično, mladi su suočeni s velikim izazovima i negativnim posljedicama tehnologije, među kojima su ovisnost o internetu, pametnim telefonima, otuđenje, anksioznost i strah od samoće. Upravo je zato potrebno pravilno koristiti tehnologiju i ne zloupotrijebiti ju nauštrb sebe samih. Osim toga, društvena povezanost, ona *offline* i *online* iznimno je važna za psihičko, fizičko i emocionalno funkcioniranje pojedinaca te trebamo više pažnje pridati odnosu prema drugima. Također, potrebno je pronaći vrijeme bez mobitela i interneta kako pretjerano korištenje ne bi dovelo do negativnih posljedica - ovisnosti i otuđenja.

Na kraju, na temelju istraživanja možemo zaključiti da mladi nisu u cijelosti otuđeni od svoje stvarne životne situacije jer su svjesni negativnog utjecaja digitalnih medija i društvenih mreža, te se nisu udaljili od stvarnih prijatelja i komunikacije s njima licem u lice. Ipak, zaključujemo da su distraktirani, to jest nisu usredotočeni i pažljivi dok koriste tehnologiju. Međutim, valja reći da su potrebni dublji teorijski i istraživački dosezi u proučavanju otuđenja u kontekstu novih medija i virtualnih svjetova. Pogotovo je nužno provesti daljnja istraživanja na većem uzorku o utjecaju virtualnog svijeta na komunikaciju licem-u-lice i korištenje pametnih telefona u prisutnosti sugovornika. Ovim istraživanjem dali smo početni poticaj za daljnja istraživanja o percepciji otuđenosti mlade populacije.

Literatura

1. Adibifar, K. (2016.) „Technology and Alienation in Modern-Day Societies“, *International Journal of Social Science Studies*, vol. 4 (9): 61-68, <http://ijsss.redfame.com>
2. Atarodi, A., Rajabi, M., Atarodi, A. (2020.) „Cell phone use and social alienation of young teenagers“, *Library Philosophy and Practice*, 1-10
<https://search.proquest.com/openview/a0a2c667fbc2eb077e18697936b7a53f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=54903>
3. Bell, D., J., Loader, B., D., Pleace, N., Schuler, D., N. (ur.) (2004.) *Cyberculture: The key concepts*, London, New York: Routledge.
4. Carević, N., Mihalić, M., Sklepić, M. (2014) „Ovisnost o internetu među srednjoškolicima“, *Socijalna politika i socijalni rad*, vol. 2 (1): 64-81, <https://hrcak.srce.hr/122474>
5. Castells, M. (2001./ 2003.) *Internet galaksija, Razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*, prev. N. Dužanec, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
6. Chebbi, P., Koong, K., S., Liu, L., C., Rottman, R. (2000.) „Some Observations On Internet Addiction Disorder Research“, *Journal of Information Systems Education*, vol. 11(3-4): 97-104, <http://jise.org/Volume11/n3-4/JISEv11n3-4p97.pdf>
7. Christakis, N. A., Fowler, J. (2009./2010.) *Povezani. Iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*, Zagreb: Algoritam.
8. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2016) *Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike*, 3. izdanje, Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
9. Ciboci, L., Čosić Pregrad, I., Kanižaj, I., Potočnik, D., Vinković, D. (2020.) *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu. HR Kids Online*, eukidsonline.net, <http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf>
10. Davison, W. Phillips (1983.) „The third-person effect in communication“, *Public Opinion Quarterly*, vol. 47 (1): 1-15.
11. Fistrić, M. (2019.) „Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z“, *Communication Management Review*, vol. 4 (1): 120-139, https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=326235

12. Gómez-Diago, (2012.) „Cyberspace and Cyberculture“, u: Kosut, M., Golson, J. Geoffrey (ur.) *Encyclopedia of Gender in Media*. New York: SAGE reference publication.
13. Grbavac, J., Grbavac, V. (2014.) „Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena“, *Media, culture and public relations*, vol. 5 (2): 206-219.
14. Hundrić, D. D., Ricijaš N., Vlček, M. (2018.) „Mladi i ovisnost o internetu- pregled suvremenih spoznaja“, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, vol. 54 (1): 123-137, <https://hrcak.srce.hr/203885>
15. Hussain, Z., Griffiths, M., G., Sheffield, D. (2017.) „An investigation into problematic smartphone use: The role of narcissism, anxiety, and personality factors“, *Journal of Behavioral Addictions*, vol 6(3): 378–386.
16. Ihm, J. (2018.) „Social implications of children’s smartphone addiction: The role of support networks and social engagement“, *Journal of Behavioral Addictions*, vol. 7(2): 473–481.
17. Jurman, J., Boričević Maršanić, V., Paradžik, Lj., Karapetrić Bolfan, Lj., Javornik, S. (2017.) „Ovisnost o internetu i video igrama“, *Socijalna psihijatrija*, 45 (1): 36–42, <https://hrcak.srce.hr/178945>
18. Kaplan, A., M., Haenlein, M. (2009.) „The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them“, *Business Horizons*, vol. 52 (6): 563-572.
19. Kelly, L, Aimee E. Miller-Ott, A., E., Duran, R., L. (2019.) „Phubbing friends: Understanding face threats from, and responses to, friends’ cell phone usage through the lens of politeness theory“, *Communication Quarterly*, vol. 67 (5): 540- 559.
20. Kietzmann, J., H., Hermkens, K, McCarthy, I., P., Silvestre, B., S. (2011.) „Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media“, *Business Horizons*, vol. 54 (3): 241-251.
21. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006.) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.

22. Kunczik, M., Zipfel, A. (2007.) „Mediji i nasilje: aktualno stanje u znanosti“, *MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, vol. 1 (1), 1-26,
https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=64860
23. Kuss, D. J., Griffiths, M. D. (2012.) „Internet and Gaming Addiction: A Systematic Literature Review of Neuroimaging Studies“, *Brain Sci*, 2 (3): 347–374.
24. Kušanić, D., Ciboci, L., Labaš, D. (2019.) „Ovisnost o internetu“, u: Lj. Zekanović – Korona (ur.) *Informacijska tehnologija i mediji 2017.*, Zadar: Sveučilište u Zadru
25. Labaš, D. (2011.) „Djeca u svijetu interneta: zatočenici virtualnog svijeta. Pedagoški modeli i otvorena pitanja“, u: L. Ciboci, I. Kanižaj, D. Labaš (ur.) *Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije*, Zagreb: Matica Hrvatska
26. Labaš, D. (2017.) „Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: Lj. Josić (ur.) *Informacijska tehnologija i mediji 2016.*, Zagreb, Hrvatski studiji: Sveučilište u Zagrebu.
27. Labaš, D. (2020.) „Media Addiction among Children and Youths“, u: Hobbs, R., Mihailidis, P. (ur.) *The International Encyclopedia of Media Literacy*.
28. Labaš, D., Marinčić, I., Mujčinović, A. (2019.) „Percepcija djece o utjecaju videoigara“, *Communication Management Review*, vol 4 (1): 8-27, <https://hrcak.srce.hr/223650>
29. Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M., Perrin, A., (2015.) „Teens, Technology and Friendships.“ Pew Research Center,
<http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>
30. Levak, T., Šelmić, S. (2018.) „Escaping the “virtual promenade” – new trends in use of social networks by members of generation “z”“, *Media, culture and public relations*, vol. 9 (1-2): 37-55. <https://hrcak.srce.hr/214347>
31. Liu, W., Zhu, Y. (2019.) „The Relationship between Mobile Phone Dependence and Alienation of College Students“, Francis Academic Press,
https://webofproceedings.org/proceedings_series/article/artId/14403.html
32. Marinović, E. (1966) „Prilog problemu alijenacije“, *Crkva u svijetu*, vol. 1 (5): 33-43,
https://hrcak.srce.hr/search/?show=results&styp=1&c%5B0%5D=article_search&t%5B0%5D=prilog+problemu+alijenacije

33. Mesarić, M. (2005.) „Informatička revolucija i njezin utjecaj na stvaranje informatičke, mrežne, globalne ekonomije - analiza Manuela Castellsa“, *Ekonomski pregled*, vol. 56 (5-6): 389-422. <https://hrcak.srce.hr/10289>
34. Milas, G. (2005.) Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima, Zagreb: Naklada Slap.
35. Muhammad, N.M., Schneider, M., Hill, A., M. Yau, D. (2019.) „How the Use of iPad and Smartphones Creates Social Isolation“, u: K. Graziano (ur.), *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, Las Vegas, NV, United States: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE): 1060-1065.
36. Mužić, J. (2014.) „Štetan utjecaj virtualnog svijeta na djecu“, *Obnovljeni život*, vol. 69 (3): 395-404, <https://hrcak.srce.hr/129187>
37. Negroponte, N. (1995./ 2002.) *Biti digitalan*, prev. S. Roje, Zagreb, SysPrint.
38. Nikodem, K., „Kiborzi i »djeca po narudžbi« Prilog sociološkom istraživanju osnova cyber kulture“, *Socijalna ekologija*, vol 18 (2): 107-129, <https://hrcak.srce.hr/41137>.
39. Novak, K. (2014.) „Virtualni svijet kao izazov na putu zrelosti“, u: J. Bošković (ur.) *Izgrađivati zrelu osobnost za plodne međuljudske odnose*, Đakovo: Biblioteka Diacovensia: 125-143, <https://www.bib.irb.hr/843739>
40. Manago, A. M., Taylor, T., Greenfield, P. M. (2012.) „Me and My 400 Friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being“, *Developmental Psychology*, Advance online publication, vol. 48 (2): 369-80, <https://www.semanticscholar.org/paper/Me-and-my-400-friends%3A-the-anatomy-of-college-their-Manago-Taylor/5b16d3df9b3551bff848892215ba95040ec33615>
41. Milardović, A., (2010.) *Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja.
42. Plenković, M., Kupinić Gusčić, D., Hadžić, S. (2014.) „Medijska studija korelacijske povezanosti dosega „sviđanja“ i „vizualnih elemenata forme“ u percepciji komunikacijskih sadržaja na Facebooku“. *Informatologia*, 47 (4): 243-256, https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=197316
43. Rayce, S.B., Kreiner, S., Damsgaard, M.T. Nielsen, T. i Holstein, B., E. (2018.) „Measurement of alienation among adolescents: construct validity of three scales on

- powerlessness, meaninglessness and social isolation“ , *Journal of Patient - Reported Outcomes*, vol. 2 (14): 1-12,
<https://jpro.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s41687-018-0040-y>
44. Robotić, P. (2015.) „Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti“, *Journal of Applied Health Sciences = Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, vol. 1 (2): 81-96, <https://hrcak.srce.hr/162912>
45. Roje Đapić, M., Buljan Flander, G, Selak Bagarić, E. (2020.) „Mala djeca pred malim ekranima: Hrvatska u odnosu na Europu i svijet“, *Napredak*, vol. 161 (1-2): 45-61, <https://hrcak.srce.hr/239891>
46. Ruggiero, T. (2000.) Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass communication and society*, 3 (1): 3-37.
47. Seok, J., Lee, K., H, Sohn, S., Sohn, J. (2015.) „Neural substrates of risky decision making in individuals with Internet addiction“, *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry* 2015, vol. 49 (10): 923–932.
48. Serpa, S. (2019.) „Alienation on Social Media“, *Studies in Media and Communication, Redfame Publishing*, vol. 7 (1): 17- 20.
49. Sharma, H., L., Kumar, S. (2020.) „Alienation, Internet Addiction and Birth Order as the Main Determinants of Anxiety among Undergraduate Students“ , *Our Heritage*, vol. 67 (2): 703-718.
50. Siricharoen, Waralak V. (2019.) „The Effect of Virtual Reality as a form of Escapism" CONF-IRM 2019 Proceedings. 36, International Conference on Information Resources Management (CONF-IRM), Auckland, New Zealand, hesti vol. Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL). https://www.researchgate.net/publication/336128788_The_Effect_of_Virtual_Reality_as_a_form_of_Escapism
51. Sohn, S., Rees, P., Wildridge, B., Kalk, N., J., Carter, B. (2019.) „Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes amongst children and young people: a systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence“ , *BMC Psychiatry* vol. 19 (356), <https://doi.org/10.1186/s12888-019-2350-x>
52. Spitzer, M. (2018.) *Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma*, prev. B. Perić, Zagreb: Naklada Ljevak.

53. Tan Ç., Pamuk, M., Dönder, A., (2013.) „Loneliness and mobile phone“, *Procardia- Social and Behavioral Sciences*, vol. 103: 606–611,
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813038238>
54. Tanta, I., Mihovilović, M., Sablić, Z. (2014.) „Uses and Gratification Theory – Why Adolescents Use Facebook?“ *Medijska istraživanja*, 20(2): 85-111,
<https://hrcak.srce.hr/133809>
55. Turkle, S. (2011/2012) *Sami zajedno: Zašto očekujemo više od tehnologije a manje jedni od drugih*, Zagreb: TIM press.
56. Van Dijk, J. (2006.) *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: SAGE Publications Ltd.
57. Vuletić, S., Karačić, S. (2014.) „Bioetičke konotacije interneta“, *Diacovensia*, vol. 22 (4): 525-558, <https://hrcak.srce.hr/134085>
58. Zgrabljic Rotar, N. (2017.) „Novi mediji digitalnog doba“, u: Lj. Josić (ur.) *Informacijska tehnologija i mediji 2016.*, Zagreb: Hrvatski studiji, Sveučilište u Zagrebu.
59. Zgrabljic Rotar, N. (2005.) „Mediji - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji“, u: Zgrabljic Rotar (ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar, 9-45.
60. Weinstein, A., Curtiss Feder, L., Rosenberg, K. P., Dannon, P. (2014.) Internet Addiction Disorder: Overview and Controversies. U: K. P. Rosenberg, L. Curtiss Feder (ur.), *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence and Treatment*: 99–117. San Diego: Elsevier Inc.
61. Wardhani, D., Hesti, S., Dwityas, N., A., (2019.) „Uses and Gratifications of Social Media: Media Use Among University Students in Jakarta“, *International Journal of Communication Research*, vol. 9 (1): 23-31,
https://www.researchgate.net/publication/334950919_USSES_AND_GRATIFICATIONS_OF_SOCIAL_MEDIA_MEDIA_USE_AMONG_UNIVERSITY_STUDENTS_IN_JAKARTA
62. Young, K. S. (1996). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1 (3): 237-244.

Internetski izvori

1. Arbona.hr (2019). [INFOGRAFIKA] Facebook vs. Instagram na početku 2019. godine: tko smo i što nas najviše interesira,
<https://www.arbona.hr/blog/drustvenimarketing/infografika-facebook-vs-instagram-na-pocetku-2019-godine-tko-smo-i-stonas-najvise-interesira/2803> (Stranica posjećena: 14. ožujka 2020.).
2. Are you Ready for Generation Z? (2020.) , Forbes,
<https://www.forbes.com/sites/jackmccullough/2020/02/18/are-you-ready-for-generation-z/> (Stranica posjećena: 3. ožujka 2020.).
3. Eurostat, Are you using social networks? (2019.),
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20190629-1>, (Stranica posjećena: 24. veljače 2020.).
4. Generations X, Y, Z and the others (2020), WJSCHROER,
<http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/> (Stranica posjećena: 3. ožujka 2020.)
5. Hrvatska enciklopedija (2020), internetska stranica,
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=45929>, (Stranica posjećena: 24. veljače 2020).
6. Hrvatska enciklopedija (2020), internetska stranica,
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4818>, (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).
7. Hrvatska enciklopedija (2020), internetska stranica,
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=12357> (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).
8. Hrvatska enciklopedija (2020), internetska stranica,
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=18512>, (Stranica posjećena: 9. ožujka 2020.).

9. Hrvatska enciklopedija, (2020), internetska stranica,
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36507>, (Stranica posjećena: 23. travnja 2020.).
10. Hrvatski jezični portal, (2020), internetska stranica,
http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fF5mWA%3D%3D, (Stranica posjećena: 24. veljače 2020.).
11. Internet in Europe Stats (2020). Miniwatts Marketing Group.
<https://www.internetworldstats.com/stats9.htm> (Stranica posjećena: 6. srpnja 2020.).
12. „Istraživanje o videoigramama: Navike, motivi i stavovi hrvatskih srednjoškolaca“ (2020.),
<https://www.medijskapismenost.hr/istrazivanje-o-videoigramama-navike-motivi-i-stavovi-hrvatskih-osnovnoskolaca/> , (Stranica posjećena 1. ožujka 2020.).
13. Medijske navike u Republici Hrvatskoj, Ožujak 2019. (2019.) Ipsos Connect, istraživanje provedeno za 24sata d.o.o., https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf , (Stranica posjećena: 14. ožujka 2020.).
14. Second life, (2020.) službena stranica, <https://secondlife.com/> (Stranica posjećena: 27. veljače 2020.).
15. 7 prednosti igranja videoigara i 4 nedostatka (2018.),
<https://www.medijskapismenost.hr/7-prednosti-igranja-videoigara-i-4-nedostatka/>
(Stranica posjećena 9. ožujka 2020.).

9. Prilog

ANKETNI UPITNIK

Poštovani, ovom anketom željela bih ispitati pitanje virtualnog svijeta i otuđenosti mladih u Hrvatskoj na primjeru studentske populacije između 18 i 30 godina. Istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada na Fakultetu hrvatskih studija. Vaše mi je mišljenje iznimno važno te vas molim da budete iskreni i objektivni. Anketa je u potpunosti anonimna, a rezultati će se koristiti isključivo za potrebe diplomskog rada. Unaprijed vam hvala na izdvojenom vremenu!

Leonarda Tandara, leonarda.tandara@gmail.com

1. Spol: 1) M 2) Ž
2. Dob: 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
3. Završen stupanj obrazovanja: Srednja škola/ gimnazija
Preddiplomski studij
Diplomski studij
Poslijediplomski studij/ doktorski
4. Tip fakulteta: prirodoslovni tehnički medicinski biomedicinski biotehnički društveni humanistički umjetnički
5. Broj stanovnika grada u kojem živite: 10 000 - 50 000 50 000 - 100 000 100 000 - 500 000 500 000 - 1000 000

VRIJEME I SVRHA KORIŠTENJA VIRTUALNOG SVIJETA- osnovne informacije

1. Svakodnevno koristim internet. **DA NE**
2. Internetu pretežito pristupam s računala. **DA NE**
3. Internetu pretežito pristupam s mobitela. **DA NE**
4. Koliko vremena dnevno provedete na internetu?
1) Manje od 1 sata 2) Između 1 i 3 sata 3) Između 3 i 5 sati 4) Između 5 i 7 sati 5) Više od 7 sati
5. Koliko vremena u prosjeku dnevno provedete na internetu u sljedeće svrhe:
1) Društvene mreže: a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati
2) Online igre: a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati
3) Online kupovina: a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati

4) Online pornografija: a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati

5) Online kockanje: a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati

6) Ostalo (gledanje serija, slušanje glazbe, surfanje): a) Ne koristim b) Manje od 1 sata c) Između 1 i 3 sata d) Između 3 i 5 sati e) Više od 5 sati

5. Svakodnevno komuniciram s prijateljima i poznanicima preko društvenih mreža. **DA NE**

Molimo Vas da odgovorite u kojoj se mjeri slažete ili ne slažete sa svakom od navedenih tvrdnji.	UOPĆE SE NE SLAŽEM	UGLAVNOM SE NE SLAŽEM	NE MOGU PROCIJENITI	UGLAVNOM SE SLAŽEM	U POTPUNOSTI SE SLAŽEM
Virtualni svijet i pitanje navika i emocija					
1. Prva stvar koju napravim kada se probudim je provjerim obavijesti (notifikacije) na mobitelu.	1	2	3	4	5
2. Zadnja stvar koju napravim prije spavanja je pogledam obavijesti na mobitelu.	1	2	3	4	5
3. Mobitel držim na stolu za vrijeme objeda.	1	2	3	4	5
4. Koristim mobitel za vrijeme vožnje u javnom prijevozu.	1	2	3	4	5
5. Mobitel držim na stolu za vrijeme učenja / posla.	1	2	3	4	5

6. Radije se dopisujem s prijateljima / poznanicima nego odlazim na druženja.	1	2	3	4	5
7. Smatram da nema potrebe naći se s prijateljem / prijateljicom ako mi je sve već prepričao/la preko poruka (chata).	1	2	3	4	5
8. Češće pišem poruke nego zovem nekoga.	1	2	3	4	5
9. Aktivno pratim što druga osoba govori tijekom razgovora preko mobitela.	1	2	3	4	5
10. Lakše je napisati poruku nego to isto reći sugovorniku uživo (face-to-face).	1	2	3	4	5
11. S više prijatelja / poznanika komuniciram online nego li licem u lice.	1	2	3	4	5
12. Češće komuniciram s prijateljima / poznanicima online nego li uživo.	1	2	3	4	5
13. Virtualni svijet negativno utječe na komunikaciju licem u lice.	1	2	3	4	5
14. Virtualni svijet može dovesti do otuđenja.	1	2	3	4	5
15. Ponekad se pravim da sam dobio/la poruku ili da me netko zove kako bih izbjegao/la socijalizaciju.	1	2	3	4	5
16. Online sam kada se osjećam neugodno u nekom društvu/ situaciji.	1	2	3	4	5

17. Kada sam usamljen/a online provodim više vremena nego inače.	1	2	3	4	5
18. Kada se osjećam tužno u virtualnom svijetu provodim više vremena nego inače.	1	2	3	4	5
19. Kada mi je dosadno online provodim više vremena nego inače.	1	2	3	4	5
20. Koristim virtualni svijet kao bijeg od stvarnih problema.	1	2	3	4	5
21. Bez interneta (virtualnog svijeta) osjećam se isključeno od društva.	1	2	3	4	5
22. Osjećam se sigurnije online jer imam moć kontrole.	1	2	3	4	5
Virtualni svijet i socijalni odnosi					
23. Na društvenim mrežama imam više od 200 prijatelja/pratitelja.	1	2	3	4	5
24. Imam više virtualnih nego stvarnih prijatelja.	1	2	3	4	5
25. Na društvenim mrežama imam puno poznanika.	1	2	3	4	5
26. U virtualnom svijetu komuniciram samo s osobama koje poznajem i u stvarnom svijetu.	1	2	3	4	5

27. Upoznao/la sam puno nepoznatih ljudi putem društvenih mreža, online igrica, foruma i ostalog sadržaja.	1	2	3	4	5
28. Velik broj prijatelja / pratitelja s kojima sam povezan/na online nisu dio mog stvarnog života.	1	2	3	4	5
29. Jednostavnije sklapam prijateljstva online nego li u stvarnom životu.	1	2	3	4	5
30. Lakše pronalazim sugovornika online koji će me poslušati kada mi je teško.	1	2	3	4	5
31. Jednostavnije je prekinuti prijateljstvo prestankom praćenja/blokiranjem nego li razgovorom uživo.	1	2	3	4	5
32. U virtualnom svijetu mogu razgovarati s povjerenjem isključivo s osobama koje poznajem i u stvarnom svijetu.	1	2	3	4	5
33. Smatram da imam dosta površnih online odnosa.	1	2	3	4	5
34. Povezan/na sam s dosta poznanika na društvenim mrežama o kojima ne znam puno osobnih informacija.	1	2	3	4	5
35. Osobe koje sam upoznao/la online nisam upoznao/la uživo.	1	2	3	4	5
36. Virtualni svijet omogućava stvaranje površnih poznanstva.	1	2	3	4	5
37. Novi mediji mogu poboljšati društveni život.	1	2	3	4	5

38. Prijatelji jedni od drugih očekuju stalnu dostupnost.	1	2	3	4	5
39. Osjećam se tjeskobno jer sam uvijek dostupan online.	1	2	3	4	5
40. Za vrijeme druženja na kavi prijatelji i ja držimo mobitele na stolu.	1	2	3	4	5
41. Za vrijeme druženja s prijateljima objavim status/objavu na društvenim mrežama.	1	2	3	4	5
42. Ne mogu zamisliti druženje s prijateljima bez objave ili priče na nekoj društvenoj mreži.	1	2	3	4	5
43. Ponekad se dopisujem s drugim prijateljima / poznanicima za vrijeme druženja s prijateljima.	1	2	3	4	5
44. Provjerim barem jedanput obavijesti (<i>notifications</i>) na mobitelu za vrijeme druženja s prijateljima.	1	2	3	4	5
45. Koncentriran/na sam i aktivno slušam što sugovornik govori kada istovremeno koristim mobitel.	1	2	3	4	5
46. Smatram da je nepristojno kada se moj prijatelj dopisuje s nekim drugim za vrijeme našeg druženja.	1	2	3	4	5
47. Osjećam se „odbačeno“ kada tijekom razgovora moj sugovornik istovremeno odgovara na poruke ili je na društvenoj mreži.	1	2	3	4	5
48. Smatram da moj sugovornik nije u potpunosti prisutan kada istovremeno koristi mobitel.	1	2	3	4	5

49. Virtualni svijet može negativno utjecati na prijateljske odnose.	1	2	3	4	5
50. Zbog virtualnog svijeta udaljio/la sam se od stvarnih prijatelja i komunikacije s njima.	1	2	3	4	5
51. Upotreba virtualnog svijeta imala je negativne posljedice na moje interpersonalne odnose.	1	2	3	4	5
52. Virtualni svijet negativno utječe na neke moje prijatelje/ poznanike.	1	2	3	4	5
53. Što više vremena provodim u virtualnom svijetu osjećam manju povezanost sa stvarnom društvenom zajednicom.	1	2	3	4	5