

Odnos mrežnog i izvanmrežnog života mladih u suvremenom društvu

Lesar, Grgur

Master's thesis / Diplomski rad

2025

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:111:861097>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-28**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Grgur Lesar

**ODNOS MREŽNOG I IZVANMREŽNOG
ŽIVOTA MLADIH U SUVREMENOM
DRUŠTVU**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2025.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Grgur Lesar

**ODNOS MREŽNOG I IZVANMREŽNOG
ŽIVOTA MLADIH U SUVREMENOM
DRUŠTVU**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc., Ivan Perkov

Zagreb, 2025.

Sažetak

U teorijskom se dijelu rada na temelju prethodnih istraživanja i radova definiraju društvene mreže te se navode njihove pozitivne i negativne strane, predstavlja se koncept samopredstavljanja na društvenim mrežama, raspravlja se o komunikaciji i romantičnim vezama mladih, supkulturama na internetu te učincima društvenih medija na psihičko zdravlje mladih koje su pokazala prethodna istraživanja. Nadalje se govori o ovisnosti o internetu i kampanjama za prevenciju te o doživljavanju vijesti. U empirijskom dijelu predstavljaju se rezultati istraživanja čiji cilj je bio otkriti na koji način *online* ili mrežni život utječe na razne aspekte izvanmrežnog života mladih te na njihovu percepciju i način konzumiranja vijesti. Ciljana populacija istraživanja su studenti Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu u dobi od 18 do 30 godina. Uzorak za anketni upitnik, koji čini 209 ispitanika, prikupljen je prigodnim uzorkovanjem putem *online* distribucije u razne studentske *Facebook* i *WhatsApp* grupe. Istraživanje se provodilo od kraja studenog do kraja prosinca 2024. godine. U uvodnom dijelu anketnog upitnika sudionicima je bilo naglašeno da je anketa anonimna i dobrovoljna. Rezultati istraživanja pokazali su (1) kako društvene mreže imaju donekle negativan utjecaj na psihičko zdravlje mladih, (2) kako mladi u određenoj mjeri smatraju da društvene mreže negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu. Nadalje, istraživanje je pokazalo kako mladi smatraju da aplikacije za upoznavanje negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu. Istraživanje je pokazalo i kako društvene mreže ne ispunjavaju potrebu mladih za druženjem te da mladi prate vijesti prvenstveno putem društvenih mreža i da vijesti ne prate aktivno.

Ključne riječi: društvene mreže, mladi, socijalne vještine, komunikacija, psihičko zdravlje

Abstract

The theoretical part of the paper defines social networks based on previous research and works and lists their positive and negative sides. The concept of self-presentation on social networks is presented. Communication and romantic relationships of young people, subcultures on the Internet, and the effects of social media on the mental health of young people, as shown by previous research, are discussed. Internet addiction and prevention campaigns are discussed, and at the very end, the experience of news is discussed. The empirical part presents the results of research aimed at discovering how online or network life affects various aspects of the offline life of young people and their perception and way of consuming news. The target population of the research is students of the Faculty of Croatian Studies, University of Zagreb, aged 18 to 30. The sample for the survey questionnaire, consisting of 209 respondents, was collected by convenient sampling via online distribution to various student Facebook and WhatsApp groups. The research was conducted from the end of November to the end of December 2024. In the introductory part of the survey questionnaire, it was emphasized to the participants that the survey was anonymous and voluntary. The results of the research showed (1) that social networks have a somewhat negative impact on the mental health of young people, (2) that young people to a certain extent believe that social networks negatively affect their social skills, communication and dating offline. Furthermore, the research showed that young people believe that dating apps negatively affect their social skills, communication and dating offline. The research also showed that social networks do not meet young people's need for socializing and that young people follow the news primarily through social networks and that young people do not actively follow the news.

Keywords: social networks, young people, social skills, communication, mental health

Sadržaj

Sadržaj	1
1. Uvod	2
1.1. <i>Društvene mreže kao sociološki fenomen</i>	3
1.2. <i>Samopredstavljanje na društvenim mrežama</i>	5
1.3. <i>Komunikacija mladih</i>	7
1.4. <i>Mladi i romantične veze</i>	9
1.5. <i>Supkulture na internetu</i>	11
1.6. <i>Učinci društvenih medija na psihičko zdravlje mladih</i>	13
1.6.1. <i>Ovisnost o internetu</i>	18
1.6.2. <i>Značajke društvenih mreža koje izazivaju ovisnost</i>	19
1.6.3. <i>Kampanje za prevenciju</i>	21
1.7. <i>Doživljavanje vijesti</i>	21
2. Istraživanje o odnosu mrežnog i izvanmrežnog života mladih u suvremenom hrvatskom društvu	23
2.1 <i>Ciljevi istraživanja</i>	23
3. Metoda	24
3.1. <i>Sudionici</i>	24
3.2. <i>Instrumenti</i>	24
3.3. <i>Postupak</i>	25
4. Rezultati	26
4.1. <i>Sociodemografski podaci</i>	26
4.2. <i>Društvene mreže</i>	27
4.3. <i>Aplikacije za upoznavanje</i>	41
4.4. <i>Čitanje vijesti</i>	48
5. Rasprava	52
6. Zaključak	61
Literatura	63

1. Uvod

Ovaj rad analizira utjecaj interneta, a ponajviše društvenih mreža na svakodnevni život i promjene u društvu, a osobito je fokusiran na mlade kao specifičnu društvenu skupinu. Iako mladi nisu sasvim jasno definirana skupina, u ovom smo se istraživanju odlučili obuhvatiti populaciju od 18 do 30 godina budući da se radi o primjerenom statističkoj kategoriji¹.

Kada spominjemo promjene u svakodnevnom životu mladih pritom mislimo na utjecaj društvenih mreža na izvanmrežnu komunikaciju, na samopredstavljanje na društvenim mrežama i njegove posljedice u stvarnome svijetu, na pronalaženje partnera i *dating* u virtualnome svijetu i romantične veze u stvarnosti, te doživljaj vijesti koje se konzumiraju putem društvenih mreža. Rad također tematizira tjelesne i psihičke posljedice prekomjerne uporabe interneta i društvenih mreža koje uključuju depresiju, anksioznost, stres i povećani rizik od bolesti kao što su dijabetes, kardiovaskularni problemi, nedostatak sna i sl. te objašnjava zašto su i kako društvene mreže dizajnirane kako bi stvorile ovisnost.

Rad započinje definicijom društvenih mreža i predstavljanjem pozitivnih i negativnih utjecaja društvenih mreža na društvo te daje pregled rezultata dosadašnjih istraživanja o utjecaju na komunikaciju, romantične veze, doživljavanje vijesti, psihičko i tjelesno stanje. Potom se donosi metodološko poglavlje, a nakon toga i predstavljanje i analiza rezultata provedenog istraživanja. Istraživanje o ovoj temi je odabrano jer mlade generacije odrastaju uz pametne telefone koji gotovo uvijek i svugdje imaju pristup internetu, a od malih nogu su „umreženi“.

Prema nekim istraživanjima, učestalost simptoma depresije i anksioznosti se među mladima povećava zadnjih godina, a s obzirom na to da internet neće nestati, potrebno je istražiti kakve su posljedice umreženog načina života mladih na njihove živote izvan mreže, na međuljudske odnose i potencijalno na cijelo društvo.

¹ Najčešća je statistička kategorija od 15 do 30 godina, ali budući da istražujemo studente, u fokusu su nam punoljetne osobe. Prema Ministarstvu za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku: „Suglasje je postignuto oko određivanja donje granice na 15 godina života, dok se gornja granica za pripadnost omladini sve rjeđe zaustavlja na 25. godini, a najčešće na 30. godini...” (Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 2024).

1.1. Društvene mreže kao sociološki fenomen

Prema Elsayed (2021, str. 2-13.) fenomen društvenih mreža pojavljuje se 1997. godine, a prva stranica koja je pružala priliku korisnicima da izrađuju profile, komentiraju novosti i razmjenjuju poruke s drugim korisnicima bila je „SixDegrees.com“. Iako je ta stranica pionir društvenih mreža, „MySpace.com“ je otvorila put društvenim mrežama nakon njenog pokretanja 2003. godine. Ne postoji jedinstvena definicija društvenih mreža. Društvene mreže (Elsayed, 2021) mogu se definirati kao virtualna mjesta na kojima se bez granica može odvijati komunikacija putem dijaloga, *chata*, odnosno čavrljanja, komentara, fotografija te interakcije između korisnika. Donosimo još jednu sadržajnu i jezgrovitu definiciju:

„Društvene mreže su virtualni prostori koji služe za međusobno povezivanje korisnika kojih je trenutno u svijetu preko 3,8 milijardi. Broj korisnika kao i broj različitih društvenih mreža je u stalnom porastu što ukazuje da je tehnologijom posredovana svakodnevnica postala sastavni dio života u 21. stoljeću.“ (Biglbauer, Lauri Korajlija, 2020, str. 404).

Neke od pozitivnih strana društvenih mreža, piše Elsayed (2021), su to što pružaju mogućnost povezivanja s prijateljima, obitelji ili kolegama koji dijele iste interese, a omogućuju nam dijeljenje slika, ideja i zabavnih trenutka. Također, razvija se individualna i kolektivna kreativnost, promoviraju se prilike za obrazovanje i razvoj ideja, a pružaju se i prilike za razmjenu poštovanja, tolerancije i konstruktivnog dijaloga.

Elsayed (2021) nadalje navodi kako postoje i negativne strane društvenih mreža, a njima su posebno podložna djeca i adolescenti. Oni su u riziku od prijetnji i maltretiranja putem interneta što može uzrokovati ozbiljne psihološke posljedice kao što su depresija, anksioznost, izolacija, ali i samoubojstvo. Može doći i do fenomena „*Facebook* depresije“ koji se pojavljuje kod adolescenata kao rezultat provođenja velike količine vremena na društvenim mrežama nakon čega se pojavljuju simptomi depresije kroz društvenu izolaciju od njihovih obitelji i okruženja. Zbog stalnog traganja za svojim identitetom i pripadanjem, ulaze u interakcije sa strancima na društvenim mrežama te ulaze u mrežu virtualnih odnosa putem interneta. Autorica navodi kako su istraživanja pokazala da se velik broj mladih izolira od svojih zajednica te se povezuju s virtualnim zajednicama umjesto sa stvarnim. Prema autorici, neka istraživanja pokazuju da 22 % adolescenata pristupa društvenim mrežama više od 10 puta dnevno, više od pola barem jednom dnevno, a 75 % adolescenata ima mobitel zbog čega se većina društvenog i emocionalnog razvoja odvija *online* putem mobitela.

Velik broj adolescenata ima manjak interesa za uloge u stvarnome, izvanmrežnom životu i više žele biti povezani s elektroničkim svijetom gdje su vrijednosti i principi drugačiji od onih kod prijašnjih generacija. Također se primjećuje kasnije postizanje akademskih uspjeha kod adolescentskih učenika. Dostupnost interneta kod kuće povećala je vrijeme korištenja društvenih mreža i adolescenti odgađaju mnoge životne ciljeve i ne mogu donositi jasne životne odluke. Istraživanje autorice pokazalo je i da su adolescenti manje skloni prihvaćati sami sebe unutar svojih zajednica. Osjećaju se inferiornije zbog čega su njihova razmišljanja i ponašanja nezrela.

Rao i Kalyani (2022, str. 47-53.) također govore o pozitivnim i negativnim stranama društvenih mreža.

„Društveni mediji su internetska platforma koju ljudi koriste za izgradnju društvenih mreža ili društvenih odnosa s drugim ljudima koji dijele slične osobne ili karijerne interese, aktivnosti, pozadinu ili veze iz stvarnog života.“ (Rao i Kalyani, 2022, str. 47).

Autori navode kako društvene mreže mogu pomoći mladima da budu bolji u socijalizaciji, komunikaciji, da im omogućuju stvaranje *web* sadržaja, zabavu, te su informacije lako dostupne i postoji mogućnost besplatne edukacije. Kao pozitivne strane društvenih mreža još se navode mogućnosti učinkovitijeg reklamiranja, mogućnost dobivanja vijesti putem društvenih mreža jer se ljudi ne moraju oslanjati na televiziju i druge medije. Autori tvrde da društvene mreže pomažu u socijalizaciji koja je važna, omogućuje dijeljenje ideja i poboljšava samopouzdanje, no, što više vremena provode na društvenim mrežama, to će manje vremena provoditi socijalizirajući se uživo što smanjuje njihove mogućnosti racionalnosti, te neće biti u kontaktu i interakciji s drugima u stvarnome svijetu.

Rao i Kalyani (2022) nadalje pišu kako se na društvenim mrežama s vremenom počinje usvajati određeni tip jezika, odnosno *slang* koji je karakterističan za internet i društvene mreže što utječe na pismenost korisnika, a oni pritom postaju ovisni o automatskom ispravljanju pravopisnih pogrešaka. Učenici često trate sate na društvenim mrežama zbog čega ne stižu obavljati školske obaveze. Postoje i negativne posljedice na tjelesno zdravlje jer zaboravljaju uzimati obroke, a također pati i san. Još jedna opasnost društvenih mreža jest opasnost uništenja nečije reputacije širenjem lažnih informacija ili optužbi. Dodatne negativne strane mogu biti iskrivljena slika tijela jer su na internetu svi „savršeni“, što kod adolescenata može izazvati želju za postizanjem takvog izgleda, ne znajući da je riječ o *photoshopu* ili sličnim trikovima te izaziva anoreksiju i

bulimiju, pišu autori. U nastavku će biti više riječi o negativnim stranama interneta i društvenih mreža te raspraviti o tome na koji način utječe na razne aspekte (društvenog) života.

1.2. Samopredstavljanje na društvenim mrežama

U ovom poglavlju prikazat će se neke od štetnosti društvenih mreža povezane s načinom na koji se na njima predstavljamo. Da bi se shvatile opasnosti i štetnost na društvenoj razini, potrebno je poći od pojedinca i pogledati svijet iz perspektive njegova shvaćanja.

Prema Jones (2020, str. 4, 5.) simbolički interakcionizam je paradigma koja objašnjava pojedinačno shvaćanje društvenog svijeta. U suštini, pojedinci djeluju kao odgovor na zajednička značenja koja su dana fizičkim i društvenim objektima kao simboli koji čine kulturne norme, vrijednosti i vjerovanja, a zajednička značenja se internaliziraju što dovodi do društvene konstrukcije stvarnosti. Peter Berger i Thomas Luckmann argumentiraju kako su ljudi lišeni bioloških instinkata koji su prisutni kod drugih životinja, što znači da su društvene interakcije ključne jer nas uče kako postojati u zajedničkom, društvenom svijetu, piše autorica. Jones (2020) nadalje navodi kako se društvena konstrukcija odvija kroz proživljavanje rutinskih radnji koje postaju institucionalizirane, a zatim se internaliziraju. Charles Cooley govori kako se svijest o sebi razvija kroz društvene interakcije te da pojedinci sebe vide iz perspektive drugih, a William Thomas tvrdi da ono što čovjek definira kao stvarno, uistinu jest stvarno u svojim posljedicama, piše autorica.

„Sebstvo je društveno stvoreni koncept koji odgovara na društvene sile i djeluje na temelju društveno konstruiranih značenja.“ (Jones, 2020, str. 5).

Prema Spitzer (2018, str. 105) internet pruža anonimnost kao nikada prije što mijenja ponašanje.

„Nigdje ne postoji više *avatara*, *aliasa*, lažnih adresa i drugih oblika krivotvorenja identiteta kao na društvenoj mreži.“ (Spitzer, 2018, str. 105).

Autor dalje navodi kako ljudi lažu više kada su *online* pa tako više lažu putem elektroničke pošte, SMS-a i u *e-mailovima*, nego kada razgovaraju oči u oči. Anonimnost interneta stvara probleme i u akademskom području gdje se zahtijevaju mentalni rezultati, a na stranicama kao što su *Cheathouse*, *Essaytown* ili *AceDemon*, studenti mogu preuzimati, kupovati ili čak dati izraditi seminarske i diplomske radove na određenu temu.

Prema Perkov i Šarić (2020, str. 627-638.) dio je društvenog života prešao iz uobičajene u virtualnu stvarnost za potrebe komunikacije i razmjene sadržaja. Na društvenim mrežama ljudi

izrađuju vlastite profile i oblikuju ih u skladu sa slikom koju žele predstaviti drugima kako bi se pripremili za interakciju. Internet je novi medij informacijskoga doba i baš poput tiskarskog stroja nekad, ima značajan utjecaj na ljudsku kulturu. Autori dalje navode kako Manuel Castells ističe kako su mnogi društveni pokreti koji su oblikovali svijet bili mogući upravo zbog interneta. Autori naglašavaju da kada se govori o društvenim medijima, misli se na internetske platforme za komunikaciju. Kad se govori o samopredstavljanju,

„...ono podrazumijeva svjesni ili nesvjesni proces pomoću kojega se pokušava upravljati vlastitom pojavom koja se projektira u stvarnim ili izmišljenim odnosima s drugim ljudima.“ (Schlenker i sur., 1980, prema Perkov, Šarić, 2020, str. 630).

Autori se zatim nadovezuju na Ervinga Goffmana i njegov dramaturški pristup. Taj pristup shvaća društveni život kao kazališnu predstavu u kojoj je akter glumac na pozornici stvarnosti na kojoj definira svoj nastup s obzirom na to u kojoj se situaciji nalazi. Nastup podrazumijeva aktivnosti aktera u određenoj situaciji kojima nastoji utjecati na druge sudionike. Drugi ljudi, zatim, na temelju informacija koje im pojedinac daje i na temelju društvenog konteksta, stvaraju sliku o njemu. Dakle, cilj je upravljanje impresijama publike, a sliku o sebi akter nastoji prikazati idealizirano. U ovom kontekstu, važno je nešto reći o prednjem i stražnjem planu pojedinca. Prednji plan je onaj dio osobnosti koji čovjek nastoji predstaviti u idealiziranom obliku, a stražnji plan je pozadina prednjeg plana, to podrazumijeva zarobljene misli neprimjerene u kontekstu nekog nastupa, pišu autori, te zatim navode kako bi se Goffmanovo samopredstavljanje povezalos društvenim mrežama, može se reći da su profili korisnika na društvenim mrežama „izložbene stranice“ pomoću kojih se ljudi predstavljaju drugima, tj. publici. Kod virtualnog samopredstavljanja važno je naglasiti fleksibilnost, odnosno korisnici su urednici i stvaratelji, biraju što će staviti u prvi red ili u pozadinu. Na taj način akteri na društvenim mrežama naglašavaju neke osobne karakteristike, dok druge potiskuju i tako upravljaju impresijama. Prednji je plan promišljen i definiran, a stražnji plan podrazumijeva određenu razinu željene privatnosti i može sadržavati neke potisnute želje i vjerovanja koja akter ne želi istaknuti u svojem nastupu ili izložbenoj stranici ako se govori o društvenim mrežama. Autori dalje navode kako postoji i ideja da je prednji plan samopredstavljanje na društvenim mrežama, a stražnji je izvanmrežna osoba u stvarnome, materijalnome svijetu. Neki idu u smjeru toga da su određene društvene mreže pogodnije za prednji plan, dok su druge pogodnije za stražnji plan ili da je izložbena stranica prednji plan, a stražnji plan su privatne poruke koje korisnici međusobno razmjenjuju.

„U slučaju sinkrone licem-u-lice interakcije ponekad je teško stvoriti željenu sliku koja se procesom samopredstavljanja nastoji postaviti i održati.“ (Perkov, Šarić, 2020: 637).

Prema Perkov i Šarić (2020) Goffman tvrdi da sitne i bezazlene reakcije kao što je zamuckivanje, mogu narušiti nastup aktera; dakle, kod izrade izložbene stranice, tj. profila na društvenim mrežama, akter ima dosta vremena i mogućnosti izbjeći slabosti koje mu u svakodnevnom životu možda narušavaju samopredstavljanje.

1.3. Komunikacija mladih

Prema Spitzer (2018, str. 104) ljudi se od doba Aristotela opisuju kao društvena bića, odnosno *zoon politikon* pa ne čudi što mladi posežu za tehnologijom koja im omogućuje da tu ljudsku osobinu razviju u punom smislu.

Prema Blažeka (2010, str. 1, 2.) suvremena komunikacija mladih sve se više mijenja od *licem u lice* prema licem u *cyberspace* načinu komunikacije. Digitalna komunikacija povezuje mlade s prijateljima 24 sata dnevno, što je bitna razlika u odnosu na *licem u lice* komunikaciju. Što se tiče djece, njihova uračunljivost se smanjuje pri anonimnoj komunikaciji što odvaja akcije od posljedica te omogućuje razne oblike neodgovornog ponašanja kao što je *cyber*-nasilje. Mnogi učenici ne koriste društvene mreže u korisne svrhe kao što su kreativno izražavanje ili zajedničko učenje, već za negativna ponašanja kao što su dijeljenje osobnih informacija, korištenje lažnih identiteta, objava laži, neistina i sl., piše autorica.

Ceyhan (2011, str. 69-75.) tvrdi kako studenti koji koriste internet u svrhe zabave te komunikacije i uspostave odnosa s nepoznatim ljudima, pokazuju simptome problematičnog korištenja interneta za razliku od studenata koji koriste internet u edukativne svrhe, tj. za dobivanje informacija. Što se točno misli pod problematičnim korištenjem interneta? Autor to definira kao ovisnost o internetu, tj. pretjerano korištenje interneta i posljedice koje nastaju zbog toga. To je nemogućnost kontroliranja uporabe interneta koja uzrokuje disfunkcionalnosti u svakodnevnom životu. Autor navodi kako mnoga istraživanja pokazuju da je problematično korištenje interneta i ovisnost o internetu povezani s usamljenošću, niskim samopouzdanjem, depresijom, antisocijalnim ponašanjem, stidljivošću itd. No, problematično korištenje interneta povezano je i s raznim psihološkim karakteristikama osobe. Potencijal za razvitak ovisnosti o internetu ovisi i o svrsi korištenja interneta pa se tako ovisnost stvara kod onih koji koriste

internet za ostvarivanje virtualnih kontakata, emocionalnu podršku i sl. dok internet kao takav ne izaziva ovisnost.

Autor nadalje navodi kako se korištenje interneta povećalo zadnjih godina, osobito među mladima zbog čega su sveučilišni studenti podložni razvoju ovisnosti o internetu i problematičnom korištenju interneta. Studentima je pristup internetu stalan i dio je njihovog školovanja zbog čega su još podložniji razviti ovisnost. Kako bi se nosili s teškoćama akademskoga života, okreću se internetu kako bi zadovoljili razne potrebe. Opuštaju se i radije zaboravljaju na svoje probleme, nego da se s njima suoče. Istraživanje autora pokazuje da su neki od tih problema financijske prirode, dok su drugi obiteljski ili zdravstveni problemi, a da oni koji bježe od tih problema su skloni postati ovisnicima o internetu. U konačnici, razvijaju ovisnost koja utječe na kvalitetu života i njihovo psihičko zdravlje. Studenti su još uvijek u razvojnoj fazi, a kako bi razvili zdravu osobnost, mladi moraju graditi vještine stvaranja bliskih odnosa s drugima. Na taj način stvara se identitet i bliske društvene veze. Mladi koji ne ostvare intimne veze ili izbjegavaju intimne veze mogu razviti osjećaj izoliranosti, kaže autor.

Prema Ceyhan (2011) učinkoviti međuljudski odnosi se temelje na komunikaciji, a neuspjeh u ostvarivanju zdravih komunikacijskih vještina rezultira raznim problemima kao što su usamljenost pa tako neki mladi imaju problema s uspostavljanjem društvenih veza jer imaju slabo razvijene društvene vještine. Poznavanje komunikacijskih vještina može se smatrati ključnim faktorom za razvoj identiteta i uspostavu bliskih odnosa koji mladi moraju razviti. Autor tvrdi kako je ovisnost o internetu posljedica, a ne uzrok problema u socijalizaciji i komunikaciji pa tako navodi da mladi koji se ne prilagođavaju okolini, koji se ne osjećaju kao dio grupe, nemaju vještine ili prilike sudjelovati u raznim socio-kulturnim i sportskim aktivnostima, mogu razviti ovisnost o internetu.

Studenti koji nisu riješili svoje pitanje identiteta u adolescentskoj dobi skloniji su koristiti internet kako bi eksperimentirali s identitetom, a mladi su osobito skloni čavrljanju putem interneta i stvaranju prijateljstava putem interneta, u kojem slučaju se njihovi stavovi prema stvarnom životu drastično mijenjaju jer je internet okruženje koje im pruža mogućnost da djeluju kako žele bez da ih se kritizira, omalovažava ili im se sudi. Nema prijetnje njihovom identitetu, osjećajima i mislima. Zbog toga teško ostvaruju bliske veze u stvarnome svijetu te imaju manjak komunikacijskih vještina. Istraživanje autora pokazalo je da oni koji su ovisni o internetu, puno su sramežljiviji u *licem u lice* komunikaciji nego *online* komunikaciji, dok oni koji nisu ovisni o internetu nisu pokazali razliku među *licem u lice* i *online* interakcijama. Autor

zaključuje kako je usamljenost važan faktor koji dovodi do razvoja ovisnosti o internetu, ali je moguće i da upravo ovisnost uzrokuje usamljenost.

1.4. Mladi i romantične veze

Prema Coduto, Lee-Won i Beak (2020, str. 213-225.) mobilni telefoni omogućuju korisnicima da preuzmu aplikacije za upoznavanje na svoje pametne telefone i biraju potencijalne ljubavne partnere. Ono što je kod ovakvih aplikacija najbitnije su slike korisnika, a ne prezentacija sebe putem teksta. Aplikacije poput *Tindera* imaju karakteristike mobilnih ili video igrica zbog razigranog sučelja, raznih pravila i mehanizama koji angažiraju korisnike kako bi ostvarili svoje ciljeve. Autori postavljaju pitanje kakve su posljedice i potencijalni problemi za korisnike nakon korištenja takvih aplikacija. Kad su korisnici u interakciji s tim razigranim sučeljem i imaju mogućnost listati stotine potencijalnih partnera, je li moguće da se razvije problematično korištenje takvih aplikacija? Ovakve aplikacije često koriste ljudi kojima nedostaje samopouzdanje i bojažljivi su kad je riječ o interakcijama *licem u lice*. Takvi ljudi osjećaju se sigurno, sposobnije i samouvjerenije u *online* interakciji nego *licem u lice* društvenim aktivnostima.

„Bit će važno razumjeti kako korištenje mobilnih tehnologija može postati problematično u onim međuljudskim kontekstima koji leže u srži društvenog tkiva – inicijaciji i formiranju romantičnih veza.“ (Coduto i sur., 2020, str. 214).

Takve osobe koje preferiraju *online* interakcije umjesto onih uživo, mogu razviti manjak društvenih vještina kao rezultat toga, navode autori, zbog čega se brinu da će se mučiti i postati izolirani u određenim društvenim događanjima.

„... pojedinci s većom socijalnom anksioznošću (a time i nižim povjerenjem u svoje FtF socijalne vještine) mogu razviti veći POSI, što zauzvrat može dovesti do kompulzivnog korištenja i, u konačnici, negativnih ishoda povezanih s njihovim korištenjem interneta. Negativni ishodi uključuju ponašanja kao što je odabir interneta umjesto društvenih okupljanja izvan mreže i upadanje u probleme na poslu ili u školi zbog prekomjerne upotrebe interneta.“ (Coduto i sur., 2020, str. 216).

POSI ovdje znači preferencija *online* društvenih interakcija, a “FtF” od eng. *face-to-face*, odnosno *licem u lice*. Ono što je još važan faktor u prekomjernom korištenju interneta jest usamljenost, kao što je već ranije u radu spomenuto. Naime, kod usamljenosti nije bitan broj odnosa, već njihova kvaliteta, a pokazalo se da je usamljenost društveno zarazna u smislu da se ona širi u krugovima usamljenih ljudi i njihovih društvenih mreža pa se tako usamljeni ljudi

druže s drugim usamljenim ljudima. Usamljenost je psihološki prediktor koji dovodi do kompulzivnog korištenja interneta i ima negativne posljedice, pišu autori. Istraživanja su pokazala da društvena isključenost i usamljenost mogu biti motivi za prekomjerno korištenje interneta i korištenje takvih aplikacija naspram interakcija uživo jer im to služi kao bijeg od trenutnog stanja. Također, preferencija za *online* društvenom interakcijom se javlja kod ljudi koji smatraju da njihove izvanmrežne društvene mreže ne zadovoljavaju njihove društvene potrebe i skloni su biti razočarani svojim romantičnim vezama. Preferencija za *online* društvenim interakcijama javlja se kao kompenzacija za to. Istraživanje autora pokazalo je da su preferenciju za *online* interakcijom pokazivale osobe koje su osjećale visoku razinu usamljenosti, dok oni koji su osjećali nisku ili umjerenu razinu, nisu.

Prema Bonilla-Zorita, Griffiths i Kuss (2021, str. 2245-2273.) unutar jednog desetljeća, *online* stranice za traženje spojeva postale su alat koji koriste milijuni u modernim društvima.

„Online upoznavanje postalo je proširena usluga u tehnološkim društvima.“
(Bonilla-Zorita i sur., 2021, str. 2272).

Kratkoročno zadovoljstvo na aplikacijama za traženje spojeva može ojačati disfunkcionalne mehanizme nošenja s negativnim emocijama kao što su tuga, frustracija i ljutnja. Na aplikacijama za upoznavanje ima toliki broj ljudi da korisnik ima stalnu potrebu listati dalje, tražiti dalje, što može dovesti do pretjeranog korištenja tih aplikacija, a prekomjerno korištenje društvenih mreža povezano je s čimbenicima kao što su introvertiranost, neuroticizam, narcizam i disfunkcionalni mehanizmi suočavanja, nisko samopouzdanje te anksioznost. Što se tiče vremena provedenog na takvim stranicama, što se više vremena provodi na njima, to je viša razina depresije. Društvene mreže i *online* stranice za upoznavanje utječu na to kako se pojedinci odnose jedni prema drugima, društvene interakcije čine plićima i smanjuje komunikaciju s obitelji.

„Prethodna literatura naglašavala je da je vrijeme potrebno za stvaranje dugotrajnih veza (romantičnih i platonskih) neusklađeno s vremenom koje korisnici provode na online spojevima u tu istu svrhu (uspostavljanje dugoročne veze), čime se favoriziraju ležerni susreti u odnosu na druge vrste spojeva (Yeo i Fung 2018) koji bi potencijalno mogli dovesti do dugotrajnijih veza i jačeg povezivanja“ (Bonilla-Zorita i sur., 2021, str. 2247).

Ova tema nije još detaljno istraživana pa korištenje stranica za upoznavanje u svakodnevnom životu i njegove posljedice za društvo još nisu poznate, navode autori, što je još jedan od razloga za istraživanjem ove teme. Prema Bonilla-Zorita i sur. (2021) neka istraživanja pokazala su da su pojedinci koji imaju veću osjetljivost na odbacivanje, skloniji samopredstavljanju putem

online medija. Pokazalo se i da su parovi koji su se upoznali *online*, imali veće stope prekida veze nego parovi koji su se upoznali uživo, tj. izvan mreže. Također, postoje razne opasnosti i rizici *online* upoznavanja kao što su laganje, financijsko iskorištavanje, te elektronička seksualna agresija. Prema istraživanjima koje navode autori, pokazalo se da je *online* upoznavanje partnera percipirano kao opasnije nego upoznavanje na tradicionalan način, izvan mreže. Što se tiče riskantnih seksualnih ponašanja, kao što su spolni odnosi bez zaštite, pokazalo se da su oni koji se upoznaju *online* skloniji riskantnijem i impulzivnom ponašanju naspram onih koji nisu korisnici stranica za upoznavanje.

„Rezultati su pokazali da frustracija u vezi (tj. potrebe koje nisu zadovoljene privrženosti i brigom relevantnih drugih) predviđa motivaciju za povećanjem samopouzdanja za koju je utvrđeno da je jedna od motivacija povezanih s problematičnom upotrebom Tindera, zajedno sa seksualnim motivom.“ (Bonilla-Zorita i sur., 2021, str. 2269).

Zbog značajke kao što je pokazivanje udaljenosti potencijalnih partnera, koja može biti samo nekoliko kilometara, može poticati na ležerne sastanke koji služe kao poboljšanje samopouzdanja.

„Osim toga, postoji niz istraživanja koja ukazuju na objektivizirajuće okruženje koje se pojavljuje u online spojevima (npr. korištenjem rječnika nalik tržišnom i filtriranjem kroz brojne profile). Zabrinjava činjenica da objektivizacija drugih korisnika može povećati samoobjektivizaciju (Koval et al. 2019), čije su posljedice za mentalno zdravlje zabilježene u postojećoj literaturi, uključujući kliničke simptome depresije i poremećaje prehrane...“ (Bonilla-Zorita i sur., 2021, str. 2271).

1.5. *Supkulture na internetu*

U kontekstu *online datinga*, zadnjih godina, može se čak reći i desetljeća, pojavljuje se sve više supkultura i njihovih grupa i foruma na raznim društvenim mrežama. U ovom segmentu govorit će se o *incelima*, odnosno što su *inceli*, kako su nastali i što žele.

Prema *online* enciklopediji, Britannica, riječ *incel* dolazi od engleskog, odnosno to je kratica od riječi *involuntary celibate* što znači prisilni celibat.

„Incel, član internetske supkulture primarno heteroseksualnih muškaraca koji se identificiraju kao nesposobni za romantične ili seksualne odnose.“ (Weida, 2024).

Internet enciklopedija dalje navodi kako je izraz *invcel*, kasnije skraćen u *incel* skovala je upravo žena, Kanadanka kojoj je poznato samo ime, Alana. Pokrenula je 1997. godine *web*

stranicu kako bi se povezala s drugim samcima koji se bore s društvenom anksioznošću i ne mogu pronaći partnera, ljubav ili intimu. Do 2000. godine prestala je sudjelovati u forumima jer je rekla kako se osjeća nelagodno jer je termin preotet, a do 2010. pojam je potpuno promijenio svoje prvotno značenje kao i demografska slika članova koji su postali isključivo muškarci.

Prema Askenberger (2021, str. 17-23.) *inceli* vjeruju da postoje fiksne biološke karakteristike koje privlače žene, a oni koji ne posjeduju te karakteristike su osuđeni na život bez partnera. Neki *inceli* nastoje pronaći partnericu, ali većina je odustala, vjerujući da nikada neće pronaći ljubav. Većina *incela* su bijeli, heteroseksualni muškarci u dobi od 18 do 25 godina iz Sjeverne Amerike i Europe. Ljudi te dobi najaktivniji su na internetskim forumima. Na forumima često izražavaju ideju da je najvažniji cilj osobe u životu reprodukcija, a da ako oni ne mogu naći partnericu, onda njihovo postojanje uopće nema svrhe. Još jedna česta tema na forumima je da su žene prirodno zle. Korisnici tih foruma opisuju žene kao manipulativne, neiskrene i zle. Na forumima *inceli* potiču i podržavaju nasilje. Internet i tehnologija povećali su rizik od nasilničkih pokreta *incela* jer je lakše istomišljenicima pronaći jedni druge *online* i postati radikalizirani. Internet im omogućuje zajednički jezik, a anonimnost koju im pruža internet im daje poticaj da izražavaju mišljenja koja inače ne bi dijelili. Smatra se da se lakše samoradikalizirati putem interneta. Postojao je pokret *incela* na poznatom forumu *Reddit* koji je imao otprilike 40 000 članova, ali forum je ugašen. No, iako je taj forum ugašen i dalje postoji nekoliko tisuća *incela* na drugim forumima na internetu, piše autorica.

Prema Jones (2020, str. 48-54.) *Inceli* sve povezuju s izgledom te vjeruju da su ružni. Smatraju da je pristup seksualnim odnosima osnovno pravo koje im je oduzeto. Članovi na forumima smatraju kako im društvo duguje novčanu naknadu ili pristup seksualnim odnosima jer njihove osnovne potrebe nisu ispunjene. Neki *inceli* smatraju se izoliranima od društva zbog nemogućnosti pronalaska partnera, dok drugi smatraju da su feminizam, moderno društvo i njihova nemogućnost stupanja u romantične veze povezani te da je društvo prouzrokovalo tu situaciju.

„Studije pokazuju da se *inceli* bore s problemima psihičkog zdravlja, ali mogu biti obeshrabreni od traženja stručne pomoći. Istraživači su otkrili da se kod 75 posto *incela* klinički može dijagnosticirati teška ili umjerena depresija, a čak 45 posto može imati tešku anksioznost.“ (Weida, 2024).

1.6. Učinci društvenih medija na psihičko zdravlje mladih

Prema Spitzer (2018, str. 108-123.) mnoga istraživanja pokazuju da računalo i internet mijenjaju naše mišljenje, pamćenje, pozornost, ali i naše društveno ponašanje. Socijalna neurološka znanost proučava te fenomene, a zaključak je da je naš mozak socijalni mozak. Spitzer (2018) zatim spominje skupinu znanstvenika s kalifornijskog Sveučilišta Stanford koju vodi Roy Pea. Proučavali su učinak *Facebooka* na vrijednosti i emocije 3461 djevojčice u dobi 8-12 godina. Pokazalo se da je dnevno vrijeme korištenja digitalnih medija iznosilo 6,9 sati. Autor dalje navodi kako je studija pokazala da često gledanje videa ima nepovoljan utjecaj na uspješne društvene odnose, a djevojčice koje su češće međusobno razgovarale izravno, bile su uspješnije u društvenim odnosima. Također, te su se djevojčice sveukupno osjećale normalnije i manje kao *outsajderice*. Istraživanje je još pokazalo, piše autor, da onaj tko ima više poznanstava u stvarnom svijetu, taj spava više. Što se tiče *online* prijateljstava, samo 10 % ispitanih djevojčica reklo je da se osjećaju dobro zbog svojih *online* prijatelja, a da pozitivne osjećaje dobivaju od osobnih prijatelja, iz stvarnoga svijeta. Negativni osjećaju su kod polovine ispitanih djevojčica povezani s *online* kontaktima te Spitzer (2018) zaključuje kako digitalne društvene mreže čine djecu i mlade usamljenima i nesretnima.

Spitzer (2018) dalje skreće pažnju na medijsku kompetenciju i učenje ispravnog korištenja društvenih medija kao rješenje problema, o čemu će biti riječi nešto kasnije u radu u poglavlju *Kampanje za prevenciju*. U tom kontekstu autor piše kako to nije rješenje te da nema dokaza da medijska kompetencija ima pozitivan učinak. Dapače, istraživanje mozga dokazuje suprotno, a to je da mozak čovjeka, kao i primata, raste razmjerno tome koliko se koristi, odnosno ako se mozak ne koristi, razmjerno će atrofirati.

„To ne vrijedi samo za sviranje violine, upotrebu alata, vožnju taksija ili učenje medicinskih činjenica za ispit. I socijalne vještine, dakle mentalni učinak socijalnog uživanja (socijalno mišljenje, sposobnost misaonog ulaženja u nekoga) i ispravnog društvenog djelovanja postižu se korištenjem određenih područja mozga, koji prema najnovijim spoznajama dobivaju na veličini ako je čovjek društveno aktivan te time posebno aktivno koristi te centre u mozgu.“ (Spitzer, 2018, str. 110).

Autor dalje navodi kako je drugačija situacija kod onih koji su tijekom života već stekli brojna prijateljstva koja onda samo njeguju *online*, npr. ljudi u dvadesetima i onih koji su još u djetinjstvu bili okrenuti tehnologiji, odnosno tko je u mladim godinama često na *Facebooku*, taj je rjeđe prisutan u stvarnom svijetu što dovodi do društvene frustracije. Zato je *online* zajednica puna negativnih osjećaja. Spitzer (2018) nadalje navodi kako je kod te djece vrijeme provedeno u izravnom kontaktu, tj. *licem u lice* prosječno iznosilo 2 sata dnevno, a gotovo 7

sati dnevno provedeno je *online*. Autor zaključuje da onima koji su socijalne kompetencije stekli uobičajenim putem, *licem u lice*, korištenje društvenih mreža neće nanijeti štetu, već će ih koristiti kao telefon ili *e-mail*. Naprotiv, oni koji nisu imali priliku razviti društveno ponašanje, a kao djeca, tj. mlade osobe veći su dio društvenih kontakata ostvarili i održavali *online*, imat će veće šanse da im društveno ponašanje ostane nerazvijeno jer su moždana područja zadužena za ponašanje nenormalno razvijena.

Prema Strickland (2014, str. 4-34.) istraživanja pokazuju pozitivnu korelaciju između vremena provedenog na *Facebooku* i depresije te nižom razinom samopouzdanja. Zbog stalne umreženosti, pojavio se novi izraz, „sindrom fantomske vibracije“, odnosno osjećaj vibracije mobitela koji zapravo ne vibrira. Često provođenje vremena na društvenim mrežama potiče na sjedilački način života što predstavlja i zdravstvene rizike kao što si povećan rizik od dijabetesa tipa II, pretilosti, kardiovaskularnih bolesti, visokog krvnog tlaka i dr. Sjedilački način života ima i posljedice na psihičko zdravlje pa tako ljudi koji provode puno vremena sjedeći imaju povećan rizik od razvoja depresije i/ili anksioznosti za 31 %.

Autorica također navodi kako društvene mreže utječu na to kako ljudi gledaju i održavaju društvene veze te u kakvoj su interakciji. Tijekom povijesti, društvena izolacija koristila se kao metoda mučenja. Društvena izolacija može imati tolike psihičke i tjelesne posljedice da može čak rezultirati i smrću. Prijateljstva štite psihičko i tjelesno zdravlje. Važna je i kvaliteta i kvantiteta društvenih odnosa. Društvena izolacija i negativne društvene interakcije povezane su s depresijom i samoubojstvom. Društvene mreže su zavodljive jer dopuštaju iluziju druženja bez zahtjeva koje imaju prijateljstva, ali kakve to posljedice ima? Često nastaju problemi koji bi se bolje rješavali uživo pa tako dolazi do nesporazuma jer se ljudi ne mogu izraziti kako bi to inače radili *licem u lice*. Društvene mreže povećavaju stres jer sada postoji rizik da se nekoga blokira ili da se putem društvenih mreža partnera uhvati u prevari, *cyber* zlostavljanju i slično. Također, autorica navodi kako su korisnici *Facebooka* bombardirani novostima i detaljima iz života vršnjaka koje uopće nisu tražili niti su htjeli znati. Korištenje društvenih mreža i interneta negativno utječu na romantične veze. Ljudi provjeravaju aktivnost partnera na društvenim mrežama, a povećanje privatnosti profila na društvenim mrežama povećava sumnju i stvara nervozu među partnerima. Putem društvenih mreža omogućena je lakša komunikacija s bivšim partnerima, omogućen je konstantan nadzor partnera itd. što sve povećava tenzije i može dovesti do prekida veze.

Prema Moreno, Jelenchick, Koff i Eickhoff (2012, str. 743-747.) depresija je među adolescentima česta. Autori navode kako je u posljednjih 6 godina od pisanja njihovog rada porastao broj sveučilišnih studenata kojima je dijagnosticirana depresija. Jedan od mogućih razloga je korištenje interneta. Otprilike 20 % medija konzumira se putem mobilnih telefona od strane adolescenata. Postoje razne studije, pišu autori, koje istražuju povezanost korištenja interneta i depresije, ali rezultati su kontradiktorni jer neka istraživanja ne pronalaze povezanost između korištenja interneta i depresije, dok druge studije pokazuju povezanost korištenja društvenih mreža kao što je *Facebook* i depresije. Ključan faktor koji je mogao pridonijeti varijaciji u rezultatima istraživanje je što su istraživanja koristila različite ljestvice i instrumente pa su tako neke korištenje interneta računali tako da se računalo koliko su vremena studenti proveli na internetu u zadnjih mjesec dana, što može biti teško prisjetiti se i procijeniti, a drugo je pak istraživanje korištenje interneta računalo samo za vrijeme radnih dana i nije računalo korištenje interneta u akademske svrhe.

Prema Moreno i sur. (2012) jedna studija iz 2005. godine pokazala je da je kod samoprocjene korištenja interneta ispitanici imaju tendenciju precijeniti vrijeme provedeno na internetu. Potrebno je istražiti kako je korištenje interneta povezano s depresijom, jesu li adolescenti koji boluju od depresije skloniji dugotrajnijem korištenju interneta zbog manjka motivacije, ali isto tako moguće je da oni koriste internet manje zbog manjka koncentracije, pišu autori, te su željeli izbjeći oslanjanje na retrospektivne izvještaje ispitanika pa su provjeravali vrijeme korištenja interneta pomoću SMS-a koje su slali studentima ispitanicima tijekom dana o tome koliko dugo su do sada koristili internet. Autori su došli do podatka da je prosječno vrijeme provedeno na internetu među ispitanicima 55,6 minuta, a vrijeme su kategorizirali kao malo korištenja (<30 minuta), regularno korištenje (30 min do 3 sata) i puno korištenja interneta (>3 sata). Rezultati su pokazali slabu povezanost između prekomjernog korištenja interneta i depresije.

Autorice Biglbauer i Lauri Korajlija (2020, str. 404-418.) postavljaju važno pitanje, a to je pridonosi li nužno uporaba društvenih mreža dobiti i kvaliteti života svakog pojedinca?

„U kontekstu psihičkog zdravlja najistraživaniji konstrukti su anksioznost i depresivnost, dok se samopoštovanje, strah od propuštanja, socijalna usporedba, usamljenost pokazuju medijatorima/moderatorima povezanosti društvenih mreža i psihičkog zdravlja.“ (Biglbauer i Lauri Korajlija, 2020, str. 404).

Prema zadnjim podacima, navode autorice, u Hrvatskoj društvene mreže koristi 97 % mladih od 16 do 24 godina starosti, a važno je uzeti u obzir i specifična obilježja pojedinih društvenih

mreža kao i karakteristike korisnika. Kada se pak govori o psihičkom zdravlju, valjalo bi ga definirati.

„Psihičko zdravlje je, prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji, stanje dobrobiti u kojem pojedinac ostvaruje svoje potencijale, dobro se nosi s normalnim životnim stresom, produktivan je te sposoban pridonositi zajednici.“ (Biglbauer i Lauri Korajlija, 2020, str. 406).

Istraživanje autorica također naglašava oprečne nalaze raznih istraživanja s obzirom na to da su društvene mreže složen konstrukt te da su sveprisutne tek zadnjih desetak godina. Američka psihijatrijska akademija uvodi pojam „Facebook depresija“ kako bi opisali utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje mladih, a prema tome depresija dolazi kao posljedica provođenja puno vremena na društvenim mrežama. Tome u prilog, 33 istraživanja pokazala su da je učestalije provjeravanje društvenih mreža i više provedenog vremena na društvenim mrežama povezano s većim razinama depresivnosti, neovisno o dobi sudionika, navode autorice. No, ova meta-analiza također je pokazala da je bitnije što se radi na društvenim mrežama, nego koliko se vremena na njima provodi pa je razina depresivnosti viša kod onih koji su se češće uspoređivali s „boljima“ od sebe. Autorice dalje navode kako se prema nekim istraživanjima pokazalo kako je pasivna uporaba društvenih mreža, npr. samo čitanje objava snažnije povezano s depresijom, nego aktivna uporaba kao što je objavljivanje sadržaja.

Prema Biglbauer i Lauri Korajlija (2020) jedna studija provedena na američkim studentima pokazala je da se oni koji provode više vremena sa svojim prijateljima uživo manje slažu s tvrdnjom da drugi imaju bolje živote od njih, a oni koji dulje imaju *Facebook* profil i provode više sati na toj mreži skloniji su percipirati druge sretnijima i skloniji su misliti kako je svijet nepravedan. Kontinuirana izloženost nerealnim slikama može dovesti do depresivnih simptoma i negativnih socijalnih usporedbi. Istraživanje u Škotskoj, kažu autorice, pokazalo je povezanost češće uporabe društvenih mreža i noćno korištenje društvenih mreža s anksioznošću i emocionalnom uključenosti u društvene mreže. Posebno ranjiva skupina su mladi jer je važan vršnjački utjecaj kao i potreba za uspoređivanjem s drugima. Također se pojavljuje i strah od propuštanja, tzv. FOMO, eng. *fear of missing out*.

Prema Odaci i Čikrici (2017, str. 1-11.) internet je važan alat u ljudskom životu koji omogućuje interakcije, dobivanje i dijeljenje informacija, zabavu i kupovinu, ali problematično korištenje interneta je, kažu neki znanstvenici, višestruki sindrom s kognitivnim i ponašajnim simptomima te stvara poteškoće u psihološkim aspektima, društvenim aspektima, školi, poslu i dr. kod tih pojedinaca. Istraživanje koje su proveli autori provodilo se na jednom sveučilištu u Turskoj na

uzorku od 543 studenta. Pokazalo se da 10 % njih provodi više od 1 sata dnevno na internetu, 45,3 % provodi 1-3 sata dnevno, 29,2 % provodi 3-5 sati dnevno, a 15,6 % provodi čak više od 5 sati dnevno na internetu. Pokazala se značajna korelacija između problematičnog korištenja interneta i depresije i anksioznosti te stresa. Problematično korištenje interneta imalo je za posljedicu povećanje razine depresije, anksioznosti i razine stresa. Također, 96,1 % studenata posjeduje pametni telefon, a studentima je omogućen lak pristup internetu na fakultetu zbog čega se korištenje interneta još dodatno povećalo. Autori zaključuju kako je povećana razina depresije, anksioznosti i stresa direktna posljedica korištenja interneta. Autori spominju istraživanje provedeno na mladim ljudima u Koreji te je ustanovljeno da je 38 % njih ovisno o internetu, a depresija i pokušaju samoubojstava su česti među skupinama ljudi koji su ovisni o internetu.

„Ukratko, na temelju ovih rezultata može se očekivati da će se simptomi anksioznosti i stresa razviti kod pojedinaca koji ne mogu kontrolirati vlastitu upotrebu interneta, kao rezultat toga doživljavaju niz problema u akademskom i društvenom životu...“ (Odaci i Čikrici, 2017, str. 10).

Kao rješenje predlažu se kognitivno-ponašajni intervencijski programi koji bi pomagali u samoregulacijskim vještinama.

Prema Glaser, Liu, Hakim, Vilar i Zhang (2018, str. 12-16.) postoje dvije oprečne hipoteze o utjecaju društvenih mreža na ljude i međuljudske odnose.

„Hipoteza o proširenju navodi da korištenje interneta nadograđuje i pridonosi postojećim odnosima licem u lice te može poboljšati davanje i primanje socijalne podrške, što rezultira boljim mentalnim zdravljem korisnika. Međutim, hipoteza istiskivanja navodi da korištenje interneta, posebno u povezivanju s ljudima na mreži, istiskuje društvene odnose licem u lice i kvalitetu dane i primljene socijalne podrške.“ (Glaser i sur., 2018, str. 13).

Postoje argumenti koji idu u korist objema teorijama pa tako korištenje interneta može biti korisno ako netko želi povećati svoj socijalni kapital izvan mreže, no, korištenje interneta može istisnuti izvanmrežne društvene odnose ispunjavajući vrijeme plitkim i krhkim *online* vezama s ljudima koji su većinom stranci i na taj način ne razvijaju se bolje društvene vještine, pišu autori. Dokazano je, kažu autori, da je povećanje izvanmrežnog socijalnog kapitala povezano s poboljšanjem psihičkog zdravlja. Međutim, ovisnost o internetu može imati razarajuće posljedice, osobito ako se veze stvorene na mreži ne manifestiraju u izvanmrežnom okruženju. Autori navode kako korištenje društvenih medija za društveno umrežavanje ima neizravne učinke na depresiju i anksioznost ako je riječ o ovisnosti o internetu.

1.6.1. Ovisnost o internetu

Prema Kušanić, Ciboci, Labaš (2017, str. 31-53.) novi mediji i pametni telefoni postali su esencijalni dio ljudske svakodnevice. Postoje neslaganja oko definicije i liječenja ovisnosti o internetu, a neki od naziva koji se koriste za tu pojavu su: ovisnost o internetu, problematično korištenje interneta, patološko korištenje interneta, zlorporaba interneta i virtualna ovisnost. Nesuglasice oko definicije, obilježja te oko toga postoji li uopće ovaj oblik ovisnosti su i dalje prisutne jer ova vrsta ovisnosti nije uvrštena u *Dijagnostički i statistički priručnik za duševne poremećaje* Američke psihijatrijske udruge, pišu autori. Postoji nekoliko različitih podjela ovisnosti o internetu, to su: generalna ovisnost o internetu te specifična ovisnost o internetu. Potonja znači da postoji jasno izražen cilj korištenja kao što su *online* video igre, *online* kupovina, klađenje i sl. Kušanić i sur. (2017) navode četiri obilježja ovisnosti o internetu, a to su: pretjerano korištenje interneta bez svijesti o provedenom vremenu na internetu pri čemu se zanemaruju osnovne ljudske potrebe, povlačenje u sebe te osjećaj nervoze i čak bijesa ako nije moguć pristup internetu, sve veća potreba za unaprjeđenjem računala i raznom opremom, te na posljetku laganje, nesuglasice s bliskim osobama, izolacija i umor. Autori pišu kako se ovisnost o internetu rijetko javlja sama za sebe bez povezanosti s drugim psihičkim bolestima ili psihičkim osobinama kao što su manjak samopouzdanja, povučenost osobe itd. Autori navode istraživanje Puharić i sur. (2014) provedeno u Hrvatskoj koje je pokazalo da je 59,8 % učenika osmog razreda osnovne škole primijetilo da ponekad ostaju na internetu dulje od planiranog, dok njih 56,3 % zanemaruje druge obveze zbog korištenja interneta. Ono po čemu se internet razlikuje od ostalih medija jest što on nudi otvorenu komunikaciju, stvaranje vlastitog sadržaja, razmjenu sadržaja, anonimnost i konstantnu povezanost s drugim korisnicima. Internet služi kao alat za bijeg od stvarnosti, a zbog njegovih primamljivih karakteristika lako je postati ovisan o internetu, kažu autori.

„Studenti najčešće imaju problema s tolerancijskim simptomima koji uključuju potrebu za provođenjem što više vremena na internetu, navikavanje na internet i samim time potrebu za što češćim i duljim odlascima na Internet. Iako je samo 8,1 % ispitanih studenata ovisno o internetu, a 6,8 % u skupini problematičnih korisnika interneta, vrlo je bitno istaknuti da ne postoji u potpunosti uređena ustanova u kojoj bi osobe s takvim problemima potražile adekvatnu pomoć.“ (Kušanić i sur., 2017, str. 53).

1.6.2. Značajke društvenih mreža koje izazivaju ovisnost

Prema Montag, Lachmann, Herrlich i Zweig (2019, str. 2-10.) brojni prekidi zbog česte upotrebe društvenih mreža fragmentiraju svakodnevni život i smanjuju produktivnost na poslu.

„Osim spomenutih problema, poznato je da (prekomjerna upotreba) pametnih telefona utječe na društvenu komunikaciju u smislu smanjenja osmijeha u interakciji sa strancima [13], uživanja u interakciji licem u lice [14] ili odvlačenja pažnje roditelja od njihove djece [15]. To bi moglo rezultirati gubitkom empatije, iako se do sada mogu utvrditi samo korelacije između prekomjernog korištenja interneta i niže empatije/socijalnih vještina...“ (Montag i sur., 2019, str. 2).

No, problem nije u samim pametnim telefonima, ističu autori, već u aplikacijama koje su instalirane i koje „prilijepe“ korisnike za ekrane. Istraživanje Montag i sur. (2015) je pokazalo da je 30 % vremena u danu provedeno koristeći *WhatsApp* i *Facebook* kod ispitanika u Njemačkoj u starosti od 15 do 35 godina. Ako se želi shvatiti što ljudi rade cijele dane na mobitelu, ne smiju se zaboraviti igrice. Mobilne igrice koje se mogu preuzeti besplatno često prikazuju reklame kako bi se igrica mogla nastaviti koristiti ili uzimaju osobne podatke zauzvrat. Programeri koji dizajniraju aplikacije, dizajniraju *online* platforme tako da korisnike zaokupe što je duže moguće, ali zašto?

Prema Ebrahim (2023, str. 14) društvene mreže su besplatne za korisnike što se tiče novca, ali potrebna im je njihova pažnja jer tvrtke dobivaju novac od pozornosti korisnika pokazujući im oglase raznih marki i organizacija što znači da moraju zadržati interes korisnika pokazujući im sadržaj koji im se sviđa, a trenutno su društvene mreže viđene kao najunosniji posao temeljen na reklamama.

Montag i sur. (2019) dalje navode kako su aplikacije dizajnirane tako da se u njih „uroni“, protočne su pa se tijekom korištenja ljudi osjećaju pozitivno jer je protočnost pozitivno stanje uma i potiče visoku produktivnost. Osjećaj protočnosti postiže se značajkom beskonačnog listanja. Međutim, protočnost je povezana s distorzijom osjećaja za vrijeme, a to je upravo ono na što se usredotočuju programeri društvenih mreža i video igrica za mobitele. Postoje mnoge opasnosti toga jer bi usredotočenost trebala biti na nekim drugim stvarima, kao što je okruženje kad smo sudionici u prometu, kažu autori. Da bi se osiguralo da korisnici nastave listati, nagrađeni su pokojim smiješnim ili zanimljivim videom ili sadržajem. Također je uvedena značajka automatskog prikazivanja videa, odnosno video se sam pokreće bez da ga je korisnik pokrenuo dok lista novosti na društvenim mrežama kako bi se pridobila i zadržala pažnja korisnika. Kod drugih aplikacija, to pak znači da se idući video pokreće čim završi prethodni

video zbog čega je teško prestati gledati. Što se tiče aplikacija za dopisivanje, kao što je *WhatsApp*, jedna od najuspješnijih aplikacija na svijetu za razmjenjivanje tekstualnih poruka i slika, ima značajku plavih kvačica, odnosno, ako korisnik pročita poruku, sive kvačice postaju plave, a ako oba korisnika vide i znaju da su poruke pročitane, postoje određena pravila, društveni pritisak da se na poruku odgovori, navode Montag i sur. (2019). Obje stranke očekuju brzi odgovor, osobito ako je poruka pročitana. Na ovaj način, korisnike se potiče na bržu i češću komunikaciju koristeći određene značajke, društveni pritisak i određene norme. U suštini, aplikacije su dizajnirane tako da tjeraju korisnike da se ponašaju na određen način. Kad su ljudi „prilijepljeni“ za svoje ekrane, usredotočuju se na život na mreži umjesto na bitnije probleme koji se odvijaju u izvanmrežnome svijetu.

„Snažna značajka za produljenje vremena korištenja na platformama društvenih medija je istaknuti „Newsfeed“ koji je ugrađen u Facebook aplikaciju. Tijekom godina Facebook je razvio algoritme strojnog učenja detaljno proučavajući ponašanje svojih korisnika na platformi.“ (Montag i sur., 2019, str. 6).

Prema Montag i sur. (2019) gleda se, također i koliko dugo korisnik gleda određenu objavu. Kad algoritam shvati kakve objave privlače korisniku više pažnje, zbog čega ih duže gleda, korisniku se češće prikazuju slične objave. Na taj način on dobiva najzanimljivije objave i personalizirani *Newsfeed*. U suprotnome, ljudima bi moglo postati dosadno i prestali bi koristiti aplikaciju. Što se tiče mehanizama nagrađivanja, jedna od najistaknutijih značajki je „palac gore“ ili *like*. Oznaka *like* ili „svidi mi se“ daje korisnicima pozitivne povratne informacije. Korisnici se osjećaju nagrađeno kada na objavi dobe puno oznaka „svidi mi se“. Nadalje, ljudi se na društvenim mrežama uspoređuju s drugima te ih koriste kako bi dobili informacije kako ih društvo doživljava. Programeri i dizajneri aplikacija u Silicijskoj dolini uvode značajku „dobro potrošeno vrijeme“ kod *iPhonea* i *Facebooka* kako bi se smanjilo vrijeme provedeno na mreži.

Prema Ebrahim (2023, str. 38) još jedan primjer kako zadržati pažnju korisnika je djelomično vidljiv sadržaj. To znači da da je na ekranu sadržaj samo djelomično vidljiv što povećava šanse da korisnik nastavi listati kako bi otkrio cijeli sadržaj iz radoznalosti. Ovo oponaša aparate u kasinu s tim da se korisnika ipak nagrađuje u određenim intervalima.

1.6.3. Kampanje za prevenciju

S obzirom na to da se tijekom rada govorilo o *cyber* uznemiravanju, širenju laži, upoznavanju i razgovaranju djece s neznancima na internetu i drugom rizičnom i štetnom ponašanju, kao i o ovisnosti o internetu, važno je spomenuti i postojeće kampanje i programe prevencije i zaštite djece i mladih na internetu.

Primjer takve kampanje u Hrvatskoj je projekt „Djeca medija“. Prema *web* stranici Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu (2021), to je njihov glavni projekt koji je nastao na temelju zajedničke inicijative organizatora i polaznika Komunikološke škole Matice hrvatske koju od 2008. godine zajednički organiziraju Matica hrvatska, Fakultet hrvatskih studija i Fakultet političkih znanosti. Cilj projekta je sustavna edukacija djece i mladih o medijima i kritičko konzumiranje medija. Projekt je usmjeren ne samo na djecu, već i na studente, nastavnike, seniore, roditelje, obrazovne ustanove i opću populaciju, kako navodi *web* stranica.

Prema Algebra LAB (2024), Sveučilište Algebra ove je godine potpisalo ugovor o suradnji na projektu „SIC – CRO: Safer Internet Centre Croatia“. Cilj projekta je bolja zaštita djece na internetu te promocija digitalne pismenosti djece i mladih. Omogućene su radionice i kampanje usmjerene na promociju digitalne pismenosti i unapređenje, te *hotline* linije za djecu, roditelje i stručnjake koji se susreću s problemima *cyberbullyinga* i drugim sličnim problemima. Kako se navodi na internetskoj stranici Sveučilišta Algebra, Centar za nestalu i zlostavljaju djecu je nositelj projekta, a partneri su Sveučilište Algebra i A1 Hrvatska, a projekt je sufinanciran od strane Europske unije.

1.7. Doživljavanje vijesti

Ovo potpoglavlje bavi se problematikom mladih i doživljavanja vijesti u suvremenom društvu jer je ova tema bitna utoliko što praćenje vijesti omogućava razumijevanje i upućenost u društvena događanja. Čitanjem vijesti može se lakše donositi političke odluke prilikom ispunjavanja građanske dužnosti glasanja ili pak donošenje investicijskih ili raznih svakodnevnih odluka, a pomaže nam i razumjeti međusobne odnose i svijet. Mogu se saznati razne informacije iz znanosti ili kulture, a mladi, na kojima svijet ostaje i o kojima budućnost

ovisi, sve manje prate vijesti i sve su manje informirani o svijetu koji ih okružuje. Vijesti viđaju slučajno putem društvenih mreža i prate ih površno.

Prema Boczkowski, Mitchelstein i Matassi, (2017, str. 1785-1790.) mladi korisnici konzumiraju vijesti putem društvenih medija, a te vijesti se mogu okarakterizirati kao „slučajne vijesti“. To znači da češće nailaze na vijesti, susreću se s njima, nego da ih aktivno traže. Ako ih slučajno vide, kliknu na njih nasumično, ovisno o tome interesira li ih tema ili ne, a potom provode malo vremena čitajući ih. Na taj način vijesti postaju dio sadržaja na društvenim mrežama, ničime odvojen od zabavnog sadržaja. Doživljaj vijesti i uključenost u novosti je ključna jer su vijesti ključne za sudjelovanje u društvenom, kulturnom i političkom životu, navode autori. Boczkowski i sur. (2017) navode kako su podaci jednog istraživanja pokazali da 62 % odrasle populacije SAD-a dobiva vijesti putem društvenih medija. Čitanje vijesti kod mladih putem društvenih medija razlikuje se od čitanja vijesti u tiskanom obliku ili putem radija ili televizije, uključenost je minimalna i čitanje vijesti samo je dio života na društvenim mrežama. Istraživanja su također pokazala da češće čitanje vijesti putem društvenih medija znači rjeđe čitanje vijesti putem drugih medija, pišu autori. Društvene mreže oblikuju način na koji se dobivaju vijesti. Kad se vijesti vide slučajno na društvenim medijima, na njima se provodi vrlo malo vremena, a sadržaj se čita površno. Često se čitaju samo naslovi, a kroz ostatak članka se samo „proleti“. Vijesti se čitaju više zbog straha od propuštanja, a osjećaj krivice što se vijesti ne čitaju dovoljno nije dovoljno jak da bi se poduzele promjene. Ovakav način angažiranja je povezan s niskim stupnjem pozornosti na novinske informacije kod mladih. Nema traga stabilnim vremenskim i prostornim obrascima u pristupu vijestima. Mobilni uređaju postali su glavna veza sa svijetom informacija. Televizija je uglavnom namijenjena za zabavu, a računalo za posao. Čini se da su tiskane vijesti potpuno odsutne kod mladih, a prisutna je stalna i niska razina svijesti o vijestima te nestaje privilegirano mjesto vijesti u informacijskoj hijerarhiji, navode Boczkowski i sur. (2017).

2. Istraživanje o odnosu mrežnog i izvanmrežnog života mladih u suvremenom hrvatskom društvu

Cilj je istraživanja bio ispitati utjecaj korištenja interneta, točnije društvenih mreža i aplikacija za upoznavanje na različite aspekte društvenog života mladih. Korištena je *online* anketa koja je uključivala Likertove ljestvice za mjerenje stavova. Istraživanje je provedeno u studenom i prosincu 2025. godine. Sudjelovalo je 217 ispitanika, ali nakon što je utvrđeno da osmero ispitanika ne ispunjavaju kriterij statusa studenta Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu, konačan broj ispitanika je 209 u dobi od 18 do 30 godina.

2.1 Ciljevi istraživanja

Cilj je ovoga istraživanja bio otkriti na koji način *online* ili mrežni život utječe na izvanmrežni život mladih ili preciznije, kako korištenje interneta, društvenih mreža i aplikacija za upoznavanje utječu na razne aspekte života mladih kao što su socijalizacija, komunikacija, upoznavanje novih prijatelja ili romantičnih partnera, druženje s obitelji i prijateljima, utjecaj na njihovo psihičko zdravlje te na njihovu percepciju i način konzumiranja vijesti.

Specifični ciljevi istraživanja bili su sljedeći:

1. Utvrditi na koje načine društvene mreže i aplikacije za upoznavanje utječu na društveni život mladih.
2. Utvrditi na koji način društvene mreže i aplikacije za upoznavanje utječu na komunikaciju mladih u izvanmrežnom životu.
3. Utvrditi jesu li društvene mreže i aplikacije za upoznavanje uzrok ili posljedica psihičkih problema.
4. Utvrditi u kojoj mjeri mladi kao korisnici društvenih mreža i aplikacija za upoznavanje smatraju da one imaju utjecaja na njihov život.

Ovo istraživanje ima nekoliko direktivnih hipoteza, pri čemu se očekivani rezultati temelje na prethodno provedenim istraživanjima navedenima u uvodnome dijelu ovoga rada. Hipoteze su sljedeće:

1. H1 Društvene mreže imaju negativan utjecaj na psihičko zdravlje mladih
2. H2 Mladi smatraju kako društvene mreže negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu

3. H3 Mladi smatraju kako aplikacije za upoznavanje negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu
4. H4 Društvene mreže ne ispunjavaju potrebu mladih za druženjem
5. H5 Mladi prate vijesti prvenstveno putem društvenih mreža
6. H6 Mladi vijesti ne prate aktivno

3. Metoda

3.1. Sudionici

Ciljana populacija istraživanja bili su studenti Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu u dobi od 18 do 30 godina. Sudionici su prikupljeni tako da se anketni upitnik slao u studentske *Facebook* i *WhatsApp* grupe, odnosno studentske grupe brucoša, pojedinih odsjeka ili studentskih udruga kao što su „Brucoši 2022./23. - Fakultet hrvatskih studija“, „Sociologija HS 19./20.“, „Brucoši Fakultet hrvatskih studija“, „Brucoši FHS 2019./2020.“ te u *WhatsApp* grupama po odsjecima kao što su „Sociologija“ ili „Anomija USS“. Dio ispitanika prikupljen je slanjem direktnih poruka prijateljima i kolegama uz zamolbu da anketu prosljede dalje ili tako da se grupama u kojima je anketa bila objavljena zamolilo da se anketni upitnik prosljedi dalje u grupe u koje se nije moglo ući i postati članom. Anketni upitnik ispunilo je 217 sudionika, ali osmero je odgovorilo kako nisu student/ica na Fakultetu hrvatskih studija, što je bio preduvjet za daljnje rješavanje ankete zbog čega su oni isključeni iz istraživanja pa je krajnji broj ispitanika 209. Anketni upitnik je anoniman, što je ispitanicima bilo naglašeno u uvodnom dijelu kao što je bilo naglašeno i da mogu odustati od ispunjavanja ankete u bilo kojem trenutku. Nadalje, opcija prikupljanja *e-mail* adresa ispitanika bila je isključena. *Google* obrasci (*Google forms*), kao platforma korištena za ovaj anketni upitnik ne prikuplja podatke ispitanika, a od ispitanika se nije tražilo davanje nikakvih osobnih podataka koji bi mogli odati njihov identitet. Sudionicima istraživanja je povratna informacija omogućena navođenjem autorove *e-mail* adrese te je naglašeno da se za sve dodatne informacije mogu javiti na dani *mail*.

3.2. Instrumenti

Instrumenti u ovom istraživanju su anketni upitnik koji je sadržavao pojedina pitanja otvorenog tipa u kojem se od ispitanika tražilo da ukratko obrazlože svoj odgovor na prethodno pitanje tamo gdje je to bilo potrebno, te pitanja na koja se odgovaralo odabirom jedne od 5 opcija pri

čemu broj 1 znači „uopće se ne slažem s tvrdnjom“, „jako loše“, „uopće ne utječe“ ili „nikada“, dakle broj 1 označava *minimalnu* vrijednost, dok broj 5 označava *maksimalnu* vrijednost kao što je: „u potpunosti se slažem s tvrdnjom“, „izrazito utječe“, „uvijek“ itd. Za pitanja koja su sadržavala brojčane vrijednosti korištena je Likertova ljestvica. Likertovom ljestvicom mjeri se razina slaganja ispitanika s određenom izjavom ili jačina utjecaja. Autor anketnog upitnika je istraživač, odnosno autor ovoga rada, a upitnik je napravljen nakon temeljitog proučavanja literature i srodnih istraživanja. Anketni upitnik istražuje na koje načine korištenje interneta, točnije društvene mreže i mreže za upoznavanje utječu na razne aspekte izvanmrežnog života mladih. Rezultati su automatski formirani u *Google Formsu* u obliku grafikona.

U istraživanju je sudjelovalo 209 ispitanika u dobi od 18 do 30 godina s neravnomjernom distribucijom spolova (84,2 % žena, 15,8 % muškaraca). Uzorak je prikupljen prigodnim uzorkovanjem putem *online* distribucije. Sudionici su uključeni na temelju njihovog statusa studenta na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Uzorak odražava demografske karakteristike ciljane populacije s obzirom na dob i spol. Sudionici su u dobi od 18 do 30 godina, s ravnomjernom distribucijom spolova budući da je omjer studenata prema spolu na Fakulteta hrvatskih studija 1 : 3,47, odnosno na Fakultetu je upisano 273 studenata (22,39 %) i 946 studentica (77,61 %).² Ukupna populacija, tj. broj studenata je 1219, a s ciljanom razinom samopouzdanja od 90 % te marginom pogreške od 5 %, željena veličina uzorka je 220 sudionika.

3.3. Postupak

Anketa je provedena u studenome i prosincu 2024. godine. Podaci su prikupljeni pomoću alata, odnosno platforme *Google Obrasci (Google Forms)* za *online* ankete. Prije početka istraživanja, poslan je zahtjev Etičkom povjerenstvu Odsjeka za sociologiju Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu za odobrenje istraživanja. Uputa sudionicima predstavila je generalni cilj istraživanja te je objašnjeno u koju svrhu se provodi istraživanje, a da je autor student Fakulteta hrvatskih studija s Odsjeka za sociologiju s potpisom na kraju uvodnog teksta. Segment koji je sudionicima objasnio način zaštite anonimnosti i osigurao dobrovoljnost glasilo je ovako:

„Sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno je i anonimno, a Vaši će se sociodemografski podaci i odgovori koristiti isključivo u generaliziranom obliku te neće biti načina da se rekonstruira Vaš identitet. Stoga Vas molimo da Vaši odgovori budu u potpunosti otvoreni i iskreni, kako bismo ispunili ciljeve i svrhu istraživanja.“

² Podatci su dobiveni pristupom stranici: Sveučilišni računski centar (Srce). (n.d.). ISVU otvoreni podaci. Wiki Srce. <https://wiki.srce.hr/display/TUT/ISVU+Otvoreni+podaci>

Na kraju upute sudionicima, navedeno je kako se za sve dodatne informacije mogu obratiti na službenu e-poštu autora:

„Za sve dodatne informacije o istraživanju i/ili rezultatima istraživanja možete se obratiti na e-mail adresu: glesar@hrstud.hr“.

S obzirom na to da su ispitanici bili isključivo studenti Fakulteta hrvatskih studija, velik dio populacije isključen je iz istraživanja. Još jedan od nedostataka je prevelika zastupljenost ispitanika ženskog spola. Ovo je osobito uočljivo kod pitanja „Koliko vremena u prosjeku dnevno provodite na *dating* aplikacijama?“ jer prema Helplama (2024) i YourMove.ai (2024), statistički podaci aplikacija za upoznavanje kao što su *Bumble* i *Tinder* pokazuju kako je omjer korisnika prema spolu na ovim aplikacijama uvelike neravnomjeran, točnije 3:1. Dakle, na ovim aplikacijama ima 3 puta više muškaraca. Ovo može imati posljedice i na kasnija pitanja koja se tiču aplikacija za upoznavanje jer oni ispitanici koji ih ne koriste neće moći odgovoriti u kolikoj mjeri i kakav utjecaj one imaju na njihov izvanmrežni život. Nadalje, pitanja koja su tražila obrazloženje nisu bila označena kao obavezna zbog čega su neki odgovori samo „,“ ili „,“ zbog čega su nevaljani i neiskoristivi.

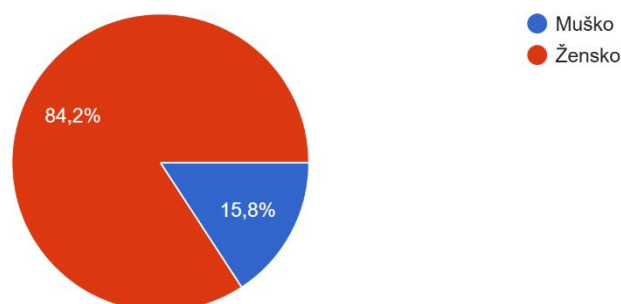
4. Rezultati

4.1. Sociodemografski podaci

Prvo, eliminacijsko pitanje glasilo je: „Jeste li student/ica Fakulteta hrvatskih studija?“. Od ukupnih $n = 217$ ispitanika, njih $n = 8$, odnosno 3,7 % odgovorilo je kako nisu, čime su eliminirani iz istraživanja i klikom na opciju „dalje“ dobili su obavijest „predaj anketu“.

Grafikon 1 prikazuje broj ispitanika prema spolu. Grafikon prikazuje podzastupljenost muških ispitanika. Čak 84,2 % , odnosno $n = 176$ ispitanika su žene, dok je samo 15,8 %, tj. $n = 33$ ispitanika muškog spola. Razlog ovome je zbog nerazmjera upisanih studentica i studenata. Kao što je ranije u radu navedeno, na Fakulteta hrvatskih studija omjer studenata i studentica je 100 : 347, odnosno na Fakultetu je upisano 273 studenata (22,39 %) i 946 studentica (77,61 %) što znači da ovi brojevi prikazuju približnu distribuciju među spolovima u ukupnoj populaciji.

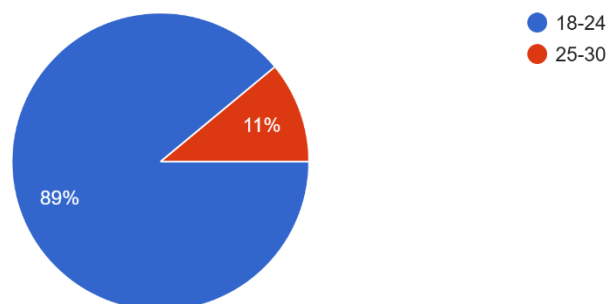
Spol
209 odgovora



Grafikon 1. Spol

Grafikon 2 prikazuje dob sudionika. Prema ovom grafikonu, $n = 186$ (89 %) ispitanika ima između 18 i 24 godine, dok $n = 23$ (11 %) ispitanika ima između 25 i 30 godina.

Dob
209 odgovora



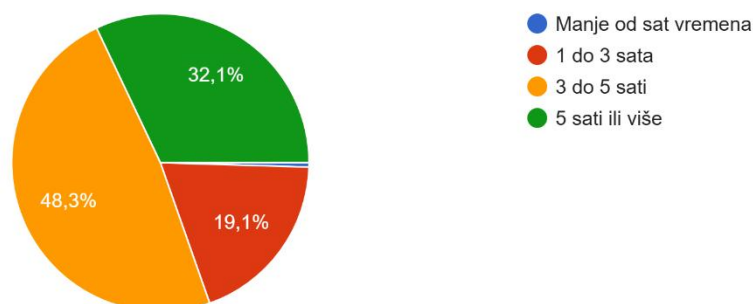
Grafikon 2. Dob

4.2. Društvene mreže

Grafikon 3 prikazuje koliko ispitanici dnevno u prosjeku provode vremena na internetu. Najveći broj, $n = 101$ (48,3 %) provodi između 3 i 5 sati, zatim njih $n = 67$ (32,1 %) provodi 5 sati ili više na internetu, potom njih $n = 40$ (19,1 %) provodi između jednog sata i 3 sata, dok samo $n = 1$ ispitanik, odnosno 0,5 % provodi manje od sat vremena dnevno u prosjeku na internetu.

Koliko sati dnevno u prosjeku provodite na internetu?

209 odgovora

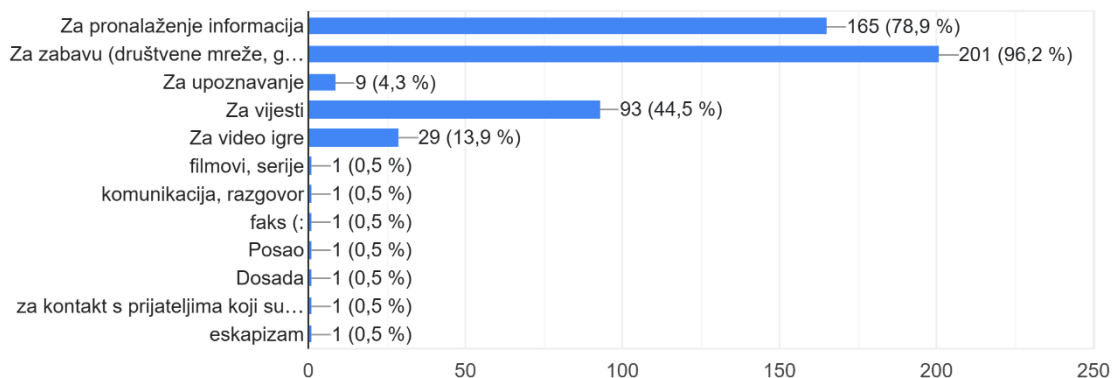


Grafikon 3. broj provedenih sati na internetu

Grafikon 4 prokazuje za što ispitanici najčešće koriste internet. Najveći broj ispitanika internet koristi za zabavu, što uključuje društvene mreže, glazbu, video sadržaje i sl. Sljedeći najčešći odgovor je korištenje u svrhu pronalaska informacija, te za vijesti i potom za video igre. Manji broj ispitanika koristi internet za upoznavanje, ali ovakav odgovor mogao bi se objasniti omjerom ženskih i muških ispitanika ovog istraživanja te ženskih i muških korisnika aplikacija za upoznavanje kao što je ranije rečeno. Odgovori kao što su: „filmovi, serije“, „faks“, „dosada“ koje je dao po jedan ispitanik, mogli bi se svrstati u kategorije kao što je: „Za pronalaženja informacija“, „Za zabavu“ i sl.

Za što najčešće koristite internet?

209 odgovora

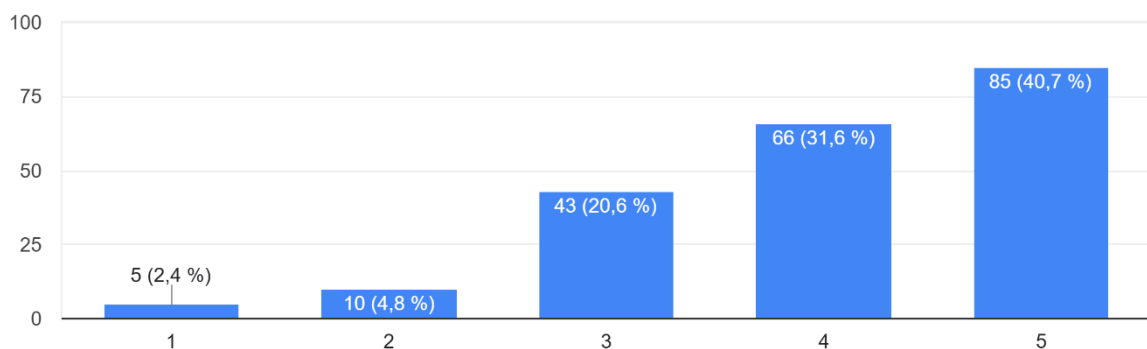


Grafikon 4. Za što najčešće koristite internet

Grafikon 5 prikazuje koliko se ispitanika slaže s tvrdnjom: „Na internetu provodim previše vremena.“. Ovdje je korištena Likertova ljestvica, pri čemu brojevi označavaju sljedeće: 1 = uopće se ne slažem s ovom izjavom, 5 = u potpunosti se slažem s ovom izjavom. Ono što se može vidjeti iz ovog grafikona jest da se najveći broj ispitanika u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom. Najmanji se broj ispitanika uopće ne slaže ili se ne slaže s ovom tvrdnjom. Ukupno se gotovo tri četvrtine sudionika uglavnom ili u potpunosti slaže s tom tezom što je prilično izražen podatak.

"Na internetu provodim previše vremena."

209 odgovora

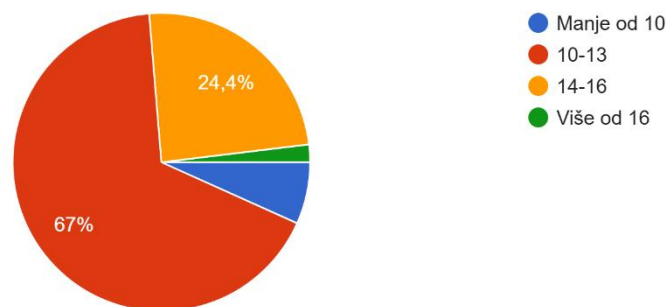


Grafikon 5. „Na internetu provodim previše vremena“

Grafikon 6 prikazuje koliko su ispitanici imali godina kada su počeli koristiti društvene mreže. Prema grafikonu, $n = 140$ (67 %) ispitanika počelo je koristiti društvene mreže između 10 i 13 godina, $n = 51$ (24,4 %) između 14 i 16 godina, $n = 14$ (6,7 %) u starosti manjoj od 10 godina, te na posljetku $n = 4$ (1,9%) u starosti većoj od 16 godina.

Koliko ste godina imali kada ste počeli koristiti društvene mreže?

209 odgovora

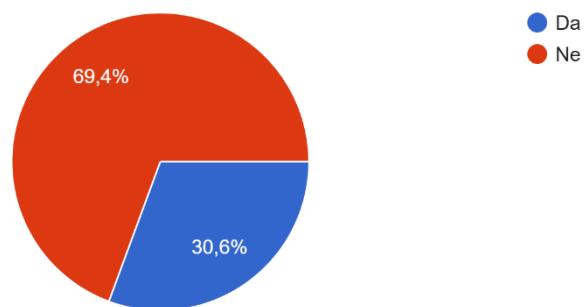


Grafikon 6. Dob početka korištenja društvenih mreža

Što se tiče samopredstavljanja u mrežnom, odnosno *online* životu, grafikon 7 prikazuje koliko ispitanika prikazuje sebe i svoj život boljima na internetu nego što su u stvarnome životu. Njih $n = 145$ (69,4 %) kaže da se ne predstavljaju tako, dok je $n = 64$ (30,6 %) reklo da se prikazuju u boljem svjetlu. Riječ je, naravno o samoprocjeni koja gotovo sigurno odudara od realnosti.

Prikazujete li sebe i svoj život na internetu boljima nego što su u stvarnome životu?

209 odgovora

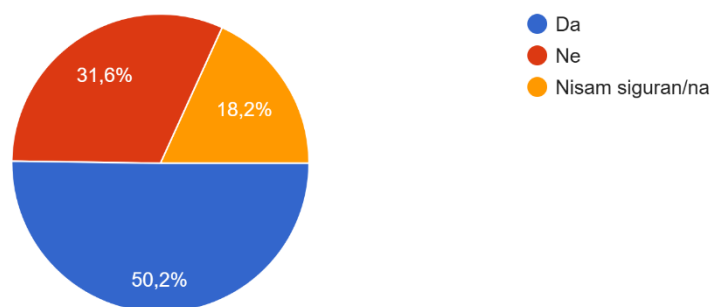


Grafikon 7. Prikazivanje sebe i svojega života kao boljima na internetu

Grafikon 8 pak prikazuje uspoređuju li se ispitanici s drugima na društvenim mrežama. Grafikon prikazuje da se nešto malo više od polovice ispitanika, $n = 105$ (50,2 %) , uspoređuje s drugima, iako je većina rekla da sebe ne predstavljaju boljima na društvenim mrežama. Oni koji se ne uspoređuju s drugima na internetu bilo je $n = 66$ (31,6 %), a oni koji nisu sigurni, $n = 38$ (18,2 %).

Uspoređujete li se s drugima na društvenim mrežama?

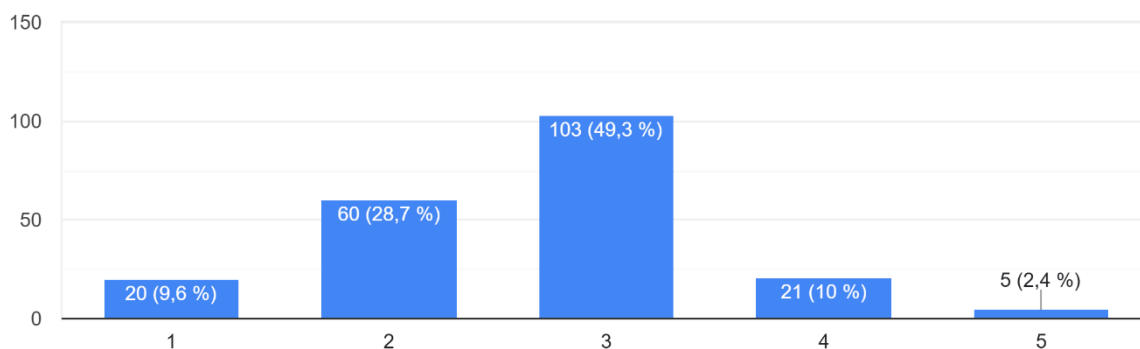
209 odgovora



Grafikon 8. Uspoređivanje s drugima na društvenim mrežama

Idući grafikon prikazuje kako se ispitanici osjećaju nakon dužeg konzumiranja internetskog sadržaja, primarno društvenih mreža. Ovdje je također korištena Likertova ljestvica pri čemu brojevi označavaju sljedeće: 1 = jako loše, 2 = loše, 3 = niti dobro niti loše, 4 = vrlo dobro, 5 = odlično. Grafikon 9 pokazuje da se najveći broj ispitanika ne osjeća niti dobro niti loše, zatim je drugi najčešći odgovor „loše“, dok su odgovori „vrlo loše“ i „vrlo dobro“ gotovo izjednačeni, a najmanji broj ispitanika osjeća se „odlično“.

Kako se osjećate nakon dužeg konzumiranja internetskog sadržaja, primarno društvenih mreža?
209 odgovora

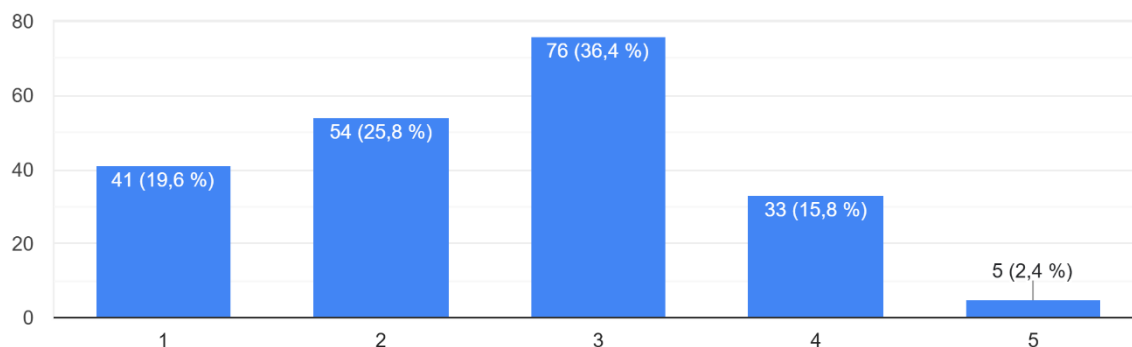


Grafikon 9. Osjećanje nakon dužeg konzumiranja internetskog sadržaja (društvenih mreža)

Sljedeći grafikon prikazuje osjećaju li se ispitanici depresivno nakon korištenja društvenih mreža. Prema Likertovoj ljestvici, brojevi označavaju sljedeće: 1 = uopće se ne osjećam depresivno, a 5 = osjećam se jako depresivno. Najveći broj ispitanika ne osjeća nikakve promjene, drugi najčešći odgovor je da se ne osjećaju te da se uopće ne osjećaju depresivno nakon korištenja društvenih mreža, ali se njih $n = 38$ (17,9 %) osjeća depresivno ili jako depresivno nakon korištenja društvenih mreža.

Osjećate li se depresivno nakon korištenja društvenih mreža?

209 odgovora

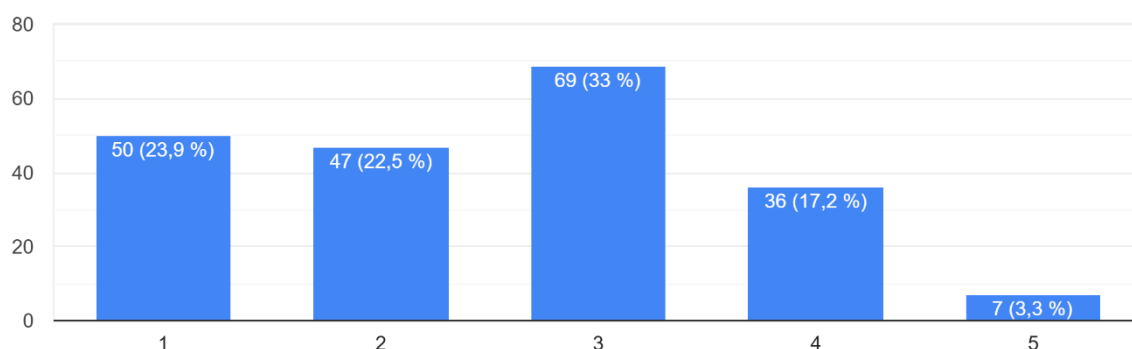


Grafikon 10. Osjećaj depresije nakon korištenja društvenih mreža

Grafikon 11 prikazuje osjećaju li se ispitanici anksiozno nakon korištenja društvenih mreža. Ovdje ljestvica brojeva slijedi istu logiku, 1 = uopće se ne osjećam anksiozno, a 5 = osjećam se jako anksiozno. Najveći broj ispitanika ne osjeća promjene, zatim je najčešći odgovor da se uopće ne osjećaju anksiozno te da se ne osjećaju anksiozno, dok je ukupno $n = 43$ (20,5 %) ispitanika izjasnilo kako se osjeća anksiozno ili jako anksiozno nakon korištenja društvenih mreža.

Osjećate li se anksiozno nakon korištenja društvenih mreža?

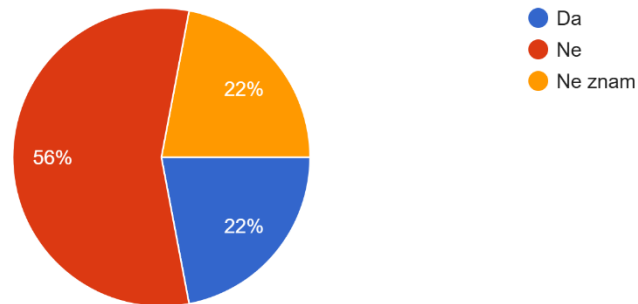
209 odgovora



Grafikon 11. Osjećaj anksioznosti nakon korištenja društvenih mreža

Grafikon 12 prikazuje odgovore na pitanje „Posjećujete li društvene mreže češće zbog toga što se inače u životu osjećate depresivno?“. Najveći broj ispitanika, $n = 117$ (56 %) reklo je da ne, dok je podjednak broj ispitanika rekao ne ili ne znam, ukupno $n = 92$ (44 %).

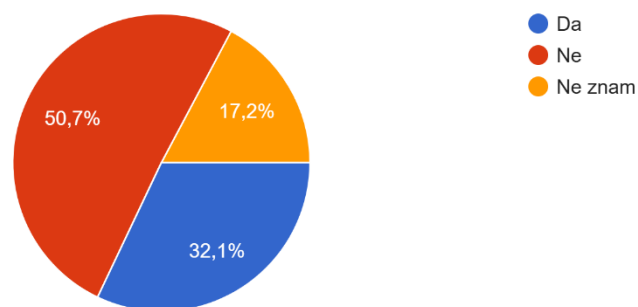
Posjećujete li društvene mreže češće zbog toga što se inače u životu osjećate depresivno?
209 odgovora



Grafikon 12. Posjećivanje društvenih mreža zbog depresije

Grafikon 13 prikazuje odgovor na pitanje „Posjećujete li društvene mreže češće zbog toga što se inače u životu osjećate anksiozno?“. Prema grafikonu, najveći broj ispitanika, $n = 106$ (50,7 %), reklo je da ne, dok je $n = 67$ (32,1 %) ispitanika reklo „da“, te je njih $n = 36$ (17,2 %) reklo da ne zna.

Posjećujete li društvene mreže češće zbog toga što se inače u životu osjećate anksiozno?
209 odgovora

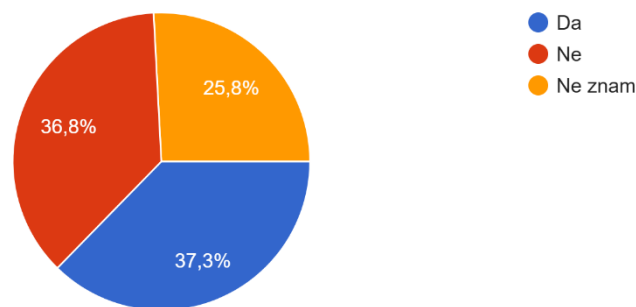


Grafikon 13. Posjećivanje društvenih mreža zbog anksioznosti

Grafikon 14 prikazuje smatraju li ispitanici da društvene mreže utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže. Najveći broj ispitanika, $n = 78$ (37,3 %) reklo je da smatra da je tome tako, njih $n = 77$ (36,8 %) reklo je ne, dok je $n = 54$ (25,8 %) ispitanika reklo da ne zna.

Smatrate li da društvene mreže utječu na Vaše socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže?

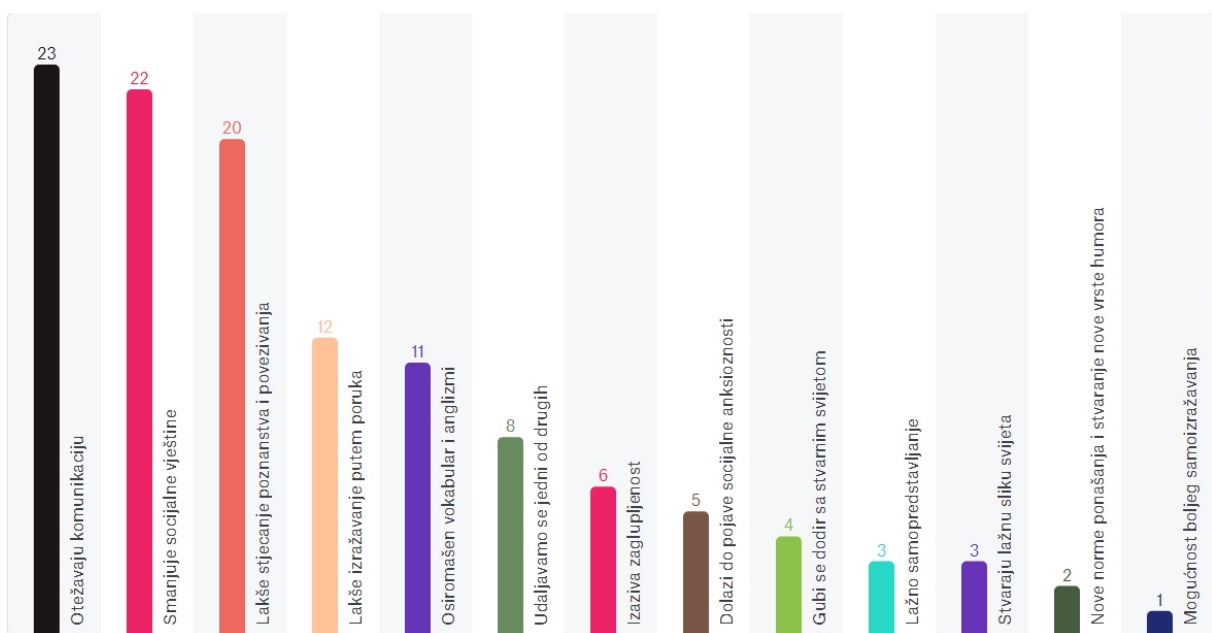
209 odgovora



Grafikon 14. Društvene mreže utječu na moje socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže

Iduće pitanje glasillo je: „Ako ste odgovorili „da“, ukratko obrazložite svoj odgovor.“. Na ovo pitanje odgovorilo je svih $n = 209$ ispitanika, ali odgovori kao što su „,“ ili „/“ nisu uzeti u obzir te su tretirani kao nevažeci. Podaci su bili obrađeni u programu *ATLAS.ti*, a odgovori su bili svrstavani u tzv. kodove, odnosno jedna je osoba u svome odgovoru mogla navesti nekoliko ključnih informacija koje su mogle biti svrstane u nekoliko različitih kodova tako da broj određenog koda ne predstavlja nužno broj ispitanika koji su tako odgovorili. Ovo se primijenilo i kod ostalih pitanja otvorenog tipa. Grafikon 15 prikazuje kako je najčešći odgovor bio da društvene mreže otežavaju komunikaciju. Ovdje su ispitanici navodili kako društvene mreže otežavaju komunikaciju u smislu da je ljudima sada teže komunicirati uživo, da su povučeni, kako im je teže držati govore u javnosti ili započeti razgovor uživo. Drugi najčešći odgovor bio je kako društvene mreže smanjuju socijalne vještine, dok je treći najčešći odgovor bio „Lakše izražavanje putem poruka“. Ovdje su ispitanici navodili kako im je lakše komunicirati putem poruka jer imaju vremena razmisliti kako reagirati i što odgovoriti te da im je lakše započeti razgovor s nekim koga su upoznali na društvenim mrežama i tko dijeli njihove interese i hobije,

te da imaju više tema za razgovor i mogu razgovarati o aktualnim temama koje su njima relevantne. Zatim je odgovor bio: „Osipomašen vokabular i anglizmi“. Ovdje ispitanici navode kako ljudima nedostaje vokabulara i ne mogu izraziti svoje misli ili argumentirati, te da se počelo koristiti mnogo skraćenica, anglizama i drugih stranih riječi. Zatim su odgovori bili „Udaljavanje jedni od drugih“ i „Izaziva zaglupljenost“. Neki ispitanici osjećaju da dolazi do pojave socijalne anksioznosti te da se gubi dodir sa stvarnim svijetom ili da je problem lažno samopredstavljanje te nemogućnost potpunog poznavanje tko je uistinu na drugoj strani ekrana.



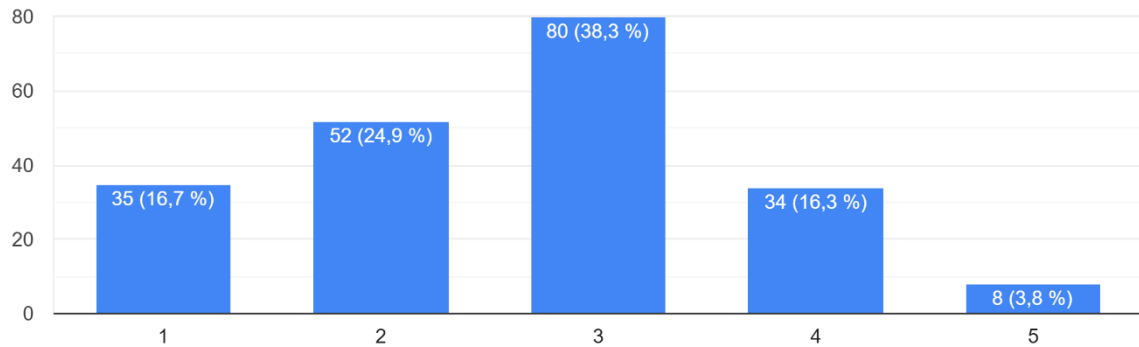
Grafikon 15. Kako društvene mreže utječu na socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže

Grafikon 16 prikazuje u kolikoj mjeri društvene mreže utječu na društveni život ispitanika izvan mreže (*offline*). Na Likertovoj ljestvici 1 = uopće ne utječu, 2 = ne utječu, 3 = niti utječu niti ne utječu, 4 = utječu, 5 = izrazito utječu. Najčešći je odgovor bio broj 3, odnosno „niti utječu niti ne utječu“, a zatim „ne utječu“ te „uopće ne utječu“. Najmanje je ispitanika izjasnilo kako „jako utječu“ ili „izrazito utječu“. Ovo je zanimljivo s obzirom na to da su gotovo svi ispitanici u prethodnom pitanju izjavili kako društvene mreže utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima bilo u pozitivnom ili negativnom smislu, a u ovom

pitanju najveći dio ispitanika smatra kako društvene mreže nemaju gotovo nikakav ili nikakav utjecaj na njihov društveni život.

U kolikoj mjeri društvene mreže utječu na Vaš društveni život izvan mreže (offline)?

209 odgovora

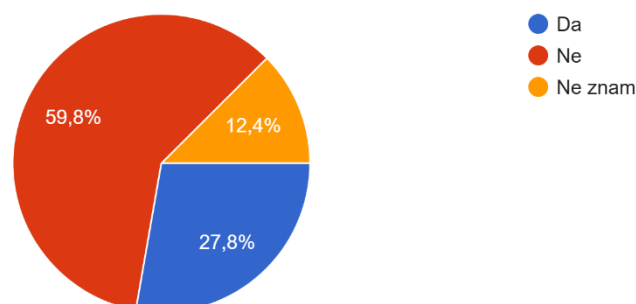


Grafikon 16. U kolikoj mjeri društvene mreže utječu na društveni život ispitanika izvan mreže

Grafikon 17 prikazuje provode li ispitanici manje vremena s obitelji i/ili prijateljima zbog korištenja društvenih mreža. Najveći broj ispitanika, $n = 125$ (59,8 %) reklo je da ne provode manje vremena s obitelji i/ili prijateljima zbog društvenih mreža, dok je njih čak $n = 58$ (27,8 %), odnosno više od četvrtine reklo da da, a njih $n = 26$ (12,4 %) izjasnilo je kako ne znaju. Također je zanimljivo kako je na prethodno pitanje sveukupno $n = 167$ ispitanika reklo kako društvene mreže u većoj ili manjoj mjeri ne utječu na njihov društveni život što pokazuje diskrepanciju u stavovima ispitanika i pravog utjecaja društvenih mreža na njihov izvanmrežni život.

Provodite li manje vremena s obitelji i/ili prijateljima zbog korištenja društvenih mreža?

209 odgovora

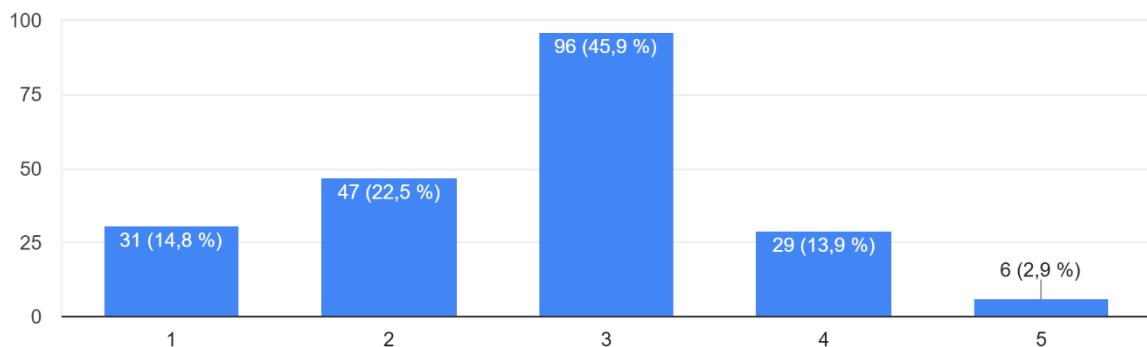


Grafikon 17. S obitelji/prijateljima provodim manje vremena zbog korištenja društvenih mreža

Grafikon 18 prikazuje smatraju li ispitanici da društvene mreže poboljšavaju socijalizaciju. Kao i u prethodnim pitanjima, broj 1 znači „uopće se ne slažem s ovom tvrdnjom“, dok 5 znači „u potpunosti se slažem s ovom tvrdnjom“. Najveći dio ispitanika izjasnio je kako se niti slažu niti se ne slažu, zatim da se ne slažu ili se uopće ne slažu, a najmanji dio izjasnio je kako se slažu ili u potpunosti slažu. Dakle, većina ispitanika, njih $n = 174$ (83,2 %) ne smatra u većoj ili manjoj mjeri kako društvene mreže poboljšavaju socijalizaciju.

Društvene mreže poboljšavaju socijalizaciju.

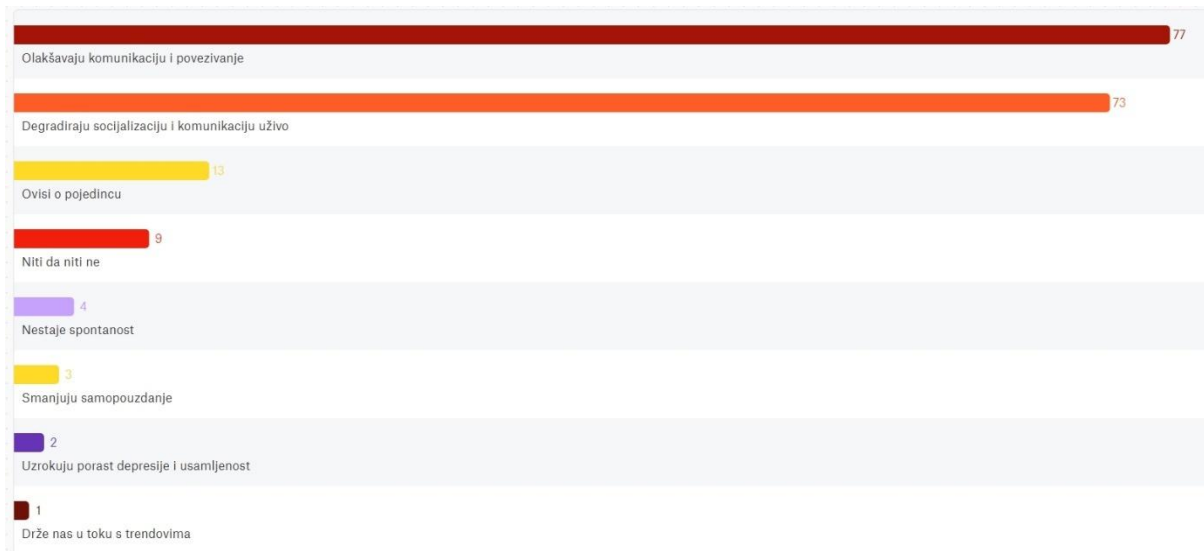
209 odgovora



Grafikon 18. Društvene mreže poboljšavaju socijalizaciju

Grafikon 19 prikazuje na koje načine, prema mišljenju ispitanika, društvene mreže poboljšavaju socijalizaciji ili je pogoršavaju. Na ovo pitanje odgovorilo je $n = 145$ sudionika. Najčešći odgovor bio je da olakšavaju komunikaciju i povezivanje. Ovdje se često kao objašnjenje spominjalo povezivanje i uspostavljanje kontakta s ljudima koje ispitanici već poznaju, ali žive daleko, u drugoj državi ili kontinentu ili naprosto nemaju vremena i nisu u prilici družiti se s njima uživo te im društvene mreže omogućuju lakšu komunikaciju s tim osobama te se navodi kako je putem društvenih mreža lakše naći ljude istih interesa ili hobija, čak i na drugom kraju svijeta pa je lakše započeti razgovor putem društvenih mreža. Nekima su pak društvene mreže pomogle da nadvladaju anksioznost prilikom upoznavanja ljudi uživo i da postanu bolji u socijalizaciji. Drugi najčešći odgovor bio je kako društvene mreže degradiraju socijalizaciju i komunikaciju uživo, navodeći kako se više ne razvijaju socijalne vještine upoznavanja i kako to stvara anksioznost te kako ljudi više ne znaju razgovarati licem u lice. Neki su naveli kako manje pričaju s obitelji i prijateljima jer su na mobitelu dok se družu s njima, dok su drugi

navodili kako se putem društvenih mreža stvaraju površni odnosi. Ostali odgovori su daleko manji u brojnosti pa je sljedeći odgovor kako to ovisi o pojedincu, a zatim da nestaje spontanost i da se smanjuje samopouzdanje. Neki su izravno spomenuli kako društvene mreže uzrokuju porast depresije i usamljenosti.

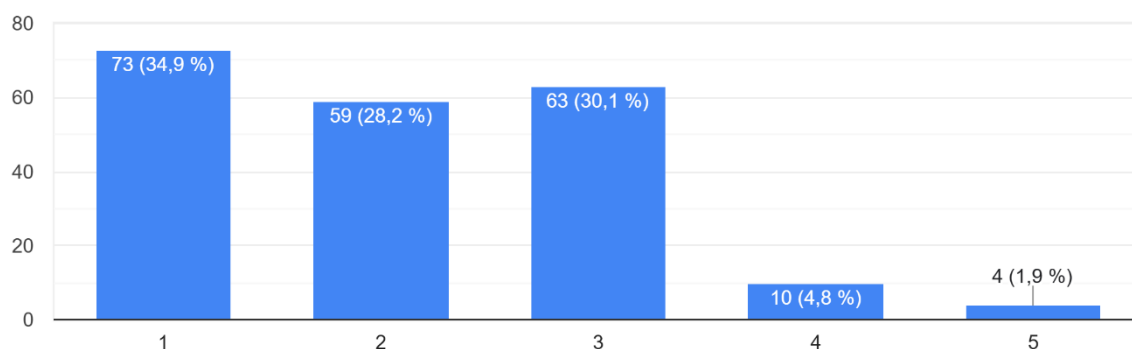


Grafikon 19. Na koji način društvene mreže utječu na socijalizaciju

Idući grafikone prikazuje smatraju li ispitanici da društvene mreže ispunjavaju njihove potrebe za druženjem, pri čemu brojevi označavaju sljedeće: 1 = uopće ne ispunjavaju, a 5 = u potpunosti ispunjavaju. Najveći broj ispitanika odgovorio je da uopće ne ispunjavaju, dok su drugi i treći najčešći odgovori bili da niti ispunjavaju niti ne ispunjavaju i da ne ispunjavaju, a samo je $n = 14$ (6,7 %) ispitanika reklo da ispunjavaju ili u potpunosti ispunjavaju. Ovo pokazuje da društvene mreže koje su sve prisutniji dio svakodnevice u suvremenom društvu ne ispunjavaju društvene potrebe mladih iako su sve veći dio njihovih života.

Ispunjavaju li društvene mreže Vaše potrebe za druženjem?

209 odgovora

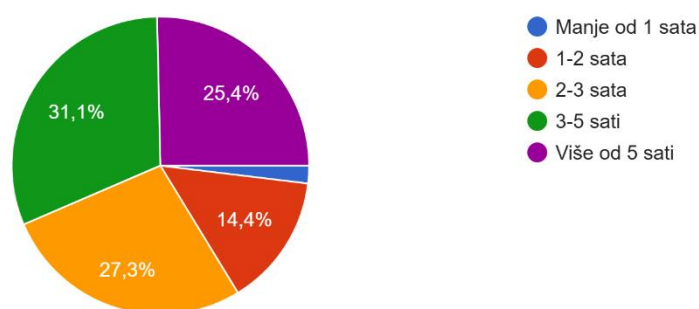


Grafikon 20. Ispunjavaju li društvene mreže potrebu za druženjem

Grafikon 21 prikazuje koliko vremena dnevno u prosjeku ispitanici provode socijalizirajući se uživo. Najveći broj ispitanika socijalizira se 3-5 sati dnevno, njih $n = 65$ (31,1 %), zatim se $n = 57$ (27,3 %) ispitanika socijalizira 2-3 sata dnevno, te više od 5 sati njih $n = 53$ (25,4 %), dok se $n = 30$ (14,4 %) ispitanika socijalizira samo 1-2 sata dnevno, a manje od 1 sata dnevno socijalizira se $n = 4$ (1,9 %) ispitanika. Ako se vratimo na grafikon br. 4, može se primijetiti da najveći broj ispitanika provodi podjednako vremena provodeći na internetu i socijalizirajući se uživo, dok je drugi najčešći odgovor za društvene mreže 5 sati i više, a uživo je drugi najčešći odgovor 2 do 3 sata dnevno.

Koliko vremena dnevno u prosjeku provodite socijalizirajući se uživo?

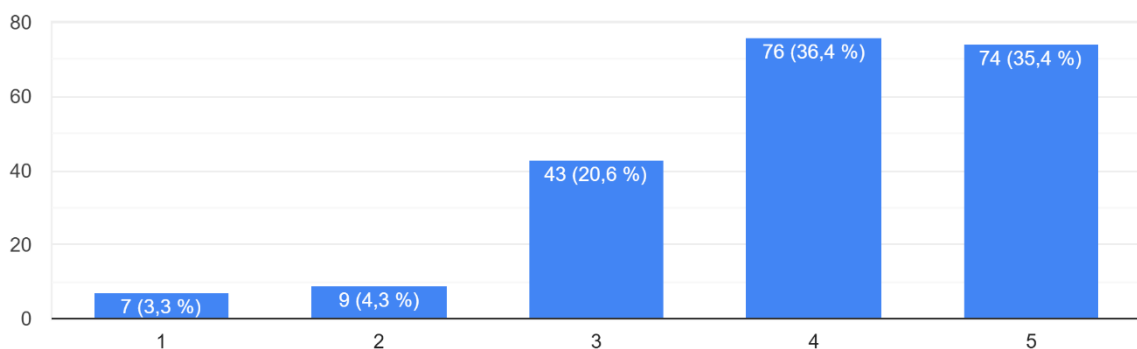
209 odgovora



Grafikon 21. Vrijeme socijalizacije uživo dnevno u prosjeku

Idući graf pokazuje smatraju li ispitanici da je internetska komunikacija degradirala komunikaciju uživo, pritom 1 = uopće se ne slažem s ovom tvrdnjom, 5 = u potpunosti se slažem s ovom tvrdnjom. Najveći broj ispitanika izjasnilo je kako se slažu s tom tvrdnjom ili se u potpunosti slažu s tom tvrdnjom, dok je treći najčešći odgovor bio da se nit slažu niti se ne slažu, a daleko najmanje ispitanika odgovorilo je kako se ne slažu ili se uopće ne slažu s ovom tvrdnjom. Objašnjenje za ovakve odgovore može se pronaći u grafikonu 15 i 19 koji se odnose na pitanja otvorenog tipa.

Internetska komunikacija je degradirala komunikaciju uživo.
209 odgovora

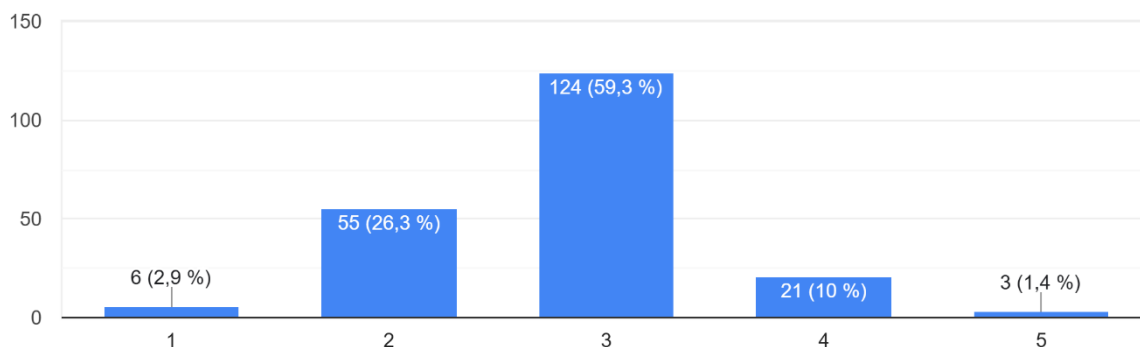


Grafikon 22. Internetska komunikacija degradirala je komunikaciju uživo

Grafikon 23 prikazuje kakav utjecaj imaju društvene mreže na psihičko zdravlje ispitanika pri čemu brojevi označavaju sljedeće: 1 = jako loš utjecaj, 2 = loš utjecaj, 3 = dobar utjecaj, 4 = vrlo dobar utjecaj, 5 = odličan utjecaj. Daleko najveći broj ispitanika navodi kako društvene mreže imaju dobar utjecaj, a zatim loš utjecaj. Treći najčešći odgovor je vrlo dobar utjecaj, te vrlo loš i odličan utjecaj. Ovaj graf ima karakteristike Gaussove krivulje ili normalne raspodjele.

Kakav utjecaj imaju društvene mreže na Vaše mentalno zdravlje?

209 odgovora



Grafikon 23. Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje ispitanika

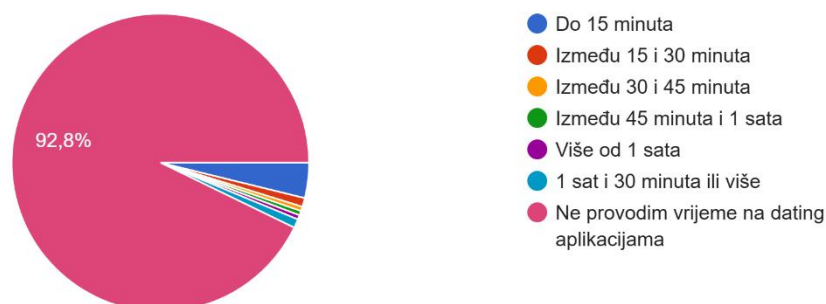
4.3. Aplikacije za upoznavanje

Idući odjeljak kao i iduće pitanje odnosilo se aplikacije za upoznavanje. Pitanje je glasilo: „Koliko vremena u prosjeku dnevno provodite na *dating* aplikacijama?“. Kao što je ranije spomenuto, s obzirom na udio ženskih ispitanika i s obzirom na udio ženskih korisnika aplikacija za upoznavanje, čak je $n = 194$ (92,8 %) ispitanika reklo kako uopće ne provode vrijeme na *dating* aplikacijama. Zbog ovoga su rezultati koji se odnose na ovu sekciju anketnog upitnika dovedeni u pitanje jer kada bi distribucija odgovora prema spolu bila podjednaka, moguće je da bi rezultati pitanja koja slijede i iskustva ispitanika bila znatno drugačija i zbog čega će mnoga pitanja koja su temeljena na Likertovoj skali imati najviše ocjene 3, jer ispitanici koji ne koriste ovakve aplikacije, a kojih su u apsolutnoj većini ne zna kako odgovoriti na ta pitanja jer nemaju iskustva s takvim aplikacijama. No, odgovori ispitanika na pitanja koja se tiču općenito mladih, odnosno na pitanja gdje ispitanici moraju odgovarati kako smatraju da takve aplikacije utječu na druge su relevantni.

Dakle, na grafikonu 24 može se vidjeti kako je $n = 194$ (92,8 %) ispitanika reklo kako ne koriste takve aplikacije, odnosno kako ne provode vrijeme na aplikacijama za upoznavanje. Drugi najčešći odgovor bio je do 15 minuta, što je odgovorilo tek $n = 8$ (3,8 %) ispitanika. Treći najčešći odgovor bio je između 15 i 30 minuta, što je odgovorilo samo $n = 2$ (1 %) ispitanika te je podjednak broj ispitanika izjavilo da aplikacije za upoznavanje u prosjeku dnevno koriste 1 sat i 30 minuta ili više.

Koliko vremena u prosjeku dnevno provodite na dating aplikacijama?

209 odgovora

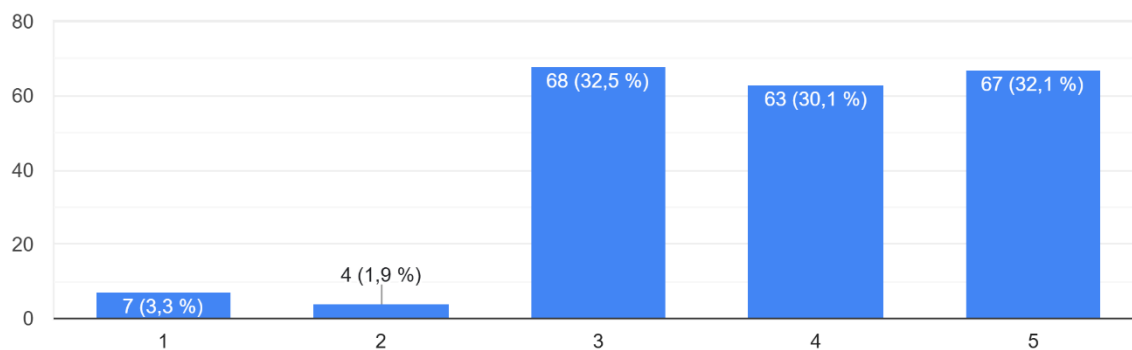


Grafikon 24. Vrijeme provedeno na dating aplikacijama dnevno u prosjeku

Grafikon 25 prikazuje stavove ispitanika o utjecaju aplikacija za upoznavanje na mlade u pogledu međusobne komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa u stvarnome svijetu. Za ljestvicu koja je korištena, brojevi označavaju sljedeće: 1 = uopće se ne slažem s ovom tvrdnjom, a 5 = u potpunosti se slažem s ovom tvrdnjom. Najveći broj ispitanika odgovorio je kako se niti slaže niti se ne slaže. Ovakvi rezultatu mogu se pripisati ranije iznesenoj problematici o udjelu ispitanika koji ne koriste ove aplikacije. Ipak, drugi najčešći odgovor bio je 5 = u potpunosti se slažem s ovom tvrdnjom, te slažem se s ovom tvrdnjom, a samo je $n = 11$ (5,2 %) ispitanika odgovorilo kako se uopće ne slažu ili se ne slažu sovom tvrdnjom.

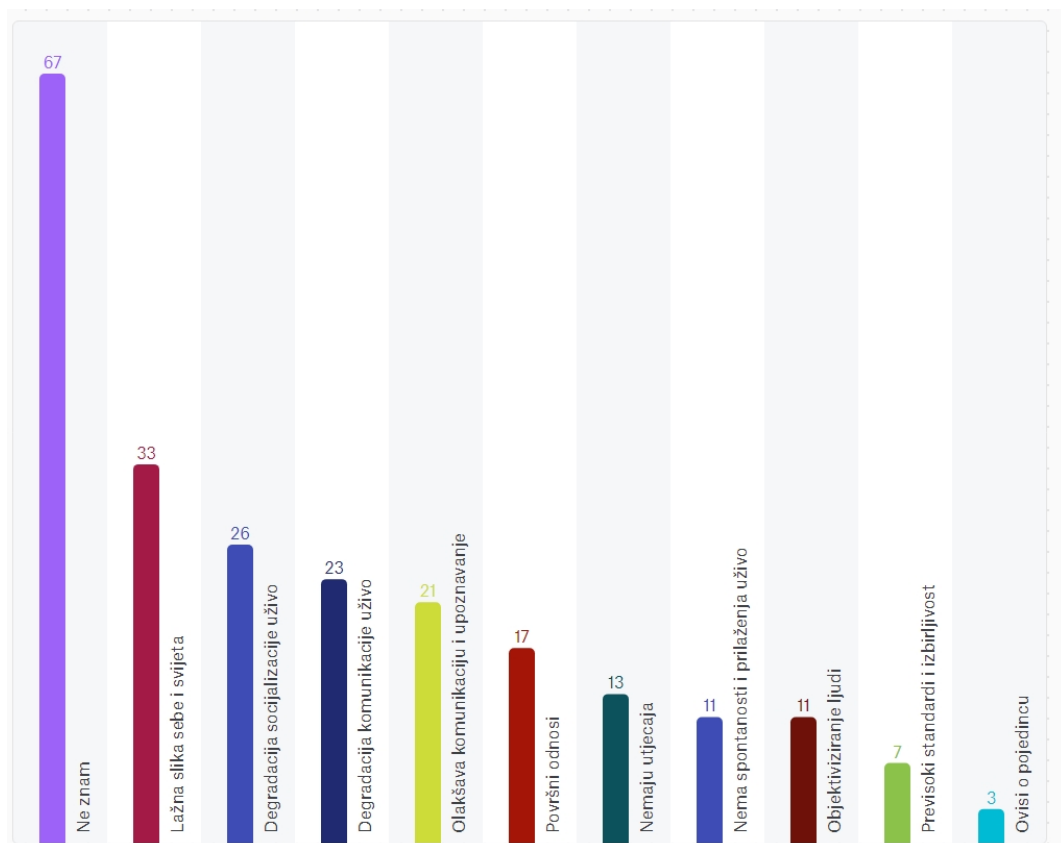
Aplikacije za upoznavanje kao što su Tinder, Badoo, Bumble itd. utječu na mlade u pogledu međusobne komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa u stvarnome svijetu.

209 odgovora



Grafikon 25. Dating aplikacije utječu na mlade u pogledu komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa u stvarnome svijetu

Grafikon 26 prikazuje na koje načine ispitanici smatraju da aplikacije za upoznavanje utječu na mlade u pogledu komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa u stvarnome svijetu. Svi su ispitanici odgovorili na ovo pitanje. Najčešći odgovor je „Ne znam“. Ovo se, dakle, može objasniti kao najčešći odgovor jer većina ispitanika ne koristi aplikacije za upoznavanje. Sljedeći najčešći odgovor je „Lažna slika sebe i svijeta“. Ovdje su ispitanici kao problem navodili lažno samopredstavljanje na internetu te stvaranje lažne slike na mrežama koja se razlikuje od stvarne osobnosti ili izgleda nego uživo. Ovdje ispitanici navode kako mladi više ne znaju komunicirati s drugima uživo, što otežava upoznavanje novih ljudi te da se ljudi više ne upoznaju organski, prirodno. Također navode kako ovakve aplikacije potiskuju osjećaj usamljenosti zbog čega se sputava mlade od upoznavanja uživo. Idući najčešći odgovor bio je kako ovakve aplikacije degradiraju komunikaciju uživo jer se gube i ne razvijaju vještine govora i komunikacije. Sljedeći odgovor bio je kako ovakve aplikacije olakšavaju komunikaciju i upoznavanje. Ispitanici su ovdje navodili kako aplikacije za upoznavanje omogućavaju spajanje ljudi istih interesa, kako je uspostava komunikacije lakša nego uživo, iako, navode neki ispitanici, u isto vrijeme otežava upoznavanje i uspostave komunikacije uživo. Zatim su se kao odgovori navodili površni odnosi, nepostojanje utjecaja, nedostatak spontanosti, objektiviziranje ljudi, previsoki standardi i izbirljivost te da sve ovisi o pojedincu.

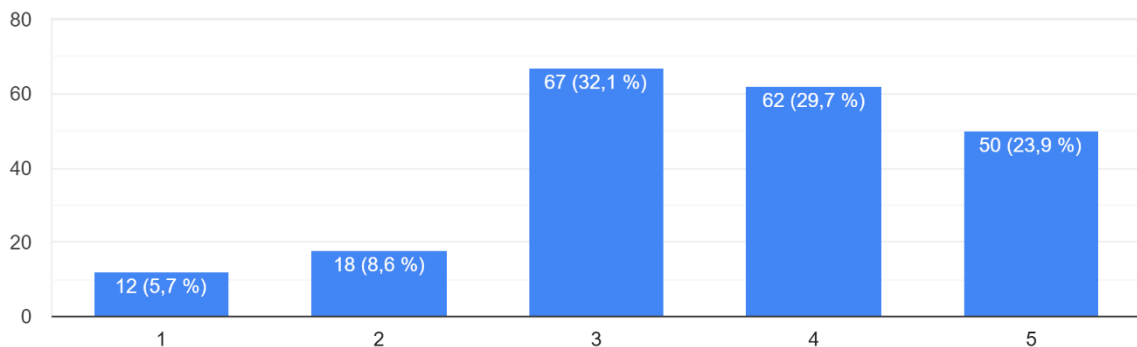


Grafikon 26. Utjecaj aplikacija za upoznavanje na komunikaciju, upoznavanje i društvene odnose uživo

Sljedeće pitanje bavilo se problematikom konstantnog povlačenja ili listanja (eng. *swiping*) na aplikacijama za upoznavanje. Grafikon 27 prikazuje smatraju li ispitanici da se navika konstantnog listanja prenesla i u izvanmrežni život, odnosno pronalaženje „nekog boljeg“. Brojevi na ljestvici znače sljedeće: 1 = uopće se ne slažem s ovom izjavom, a 5 = u potpunosti se slažem s ovom izjavom. Najveći broj ispitanika niti se slaže niti se ne slaže s izjavom, ali, ponovno, ovakav odgovor možda je posljedica neznanja budući da većina ispitanika ne koristi takve aplikacije. Drugi najčešći odgovor bio je „slažem se“, a potom „u potpunosti se slažem s ovom izjavom“, dok je najmanje ispitanika odgovorilo kako se ne slažu ili se uopće ne slažu s tom izjavom. Dakle, može se zaključiti da aplikacije za upoznavanje imaju barem određeni utjecaj u percepciji svijeta mladih i načina na koji razmišljaju u ponašanju se i izvanmrežnom svijetu.

Navika konstantnog svajpanja u dating aplikacijama, tj. pronalaska "nekog boljeg" prenosi se i u stvaran život?

209 odgovora

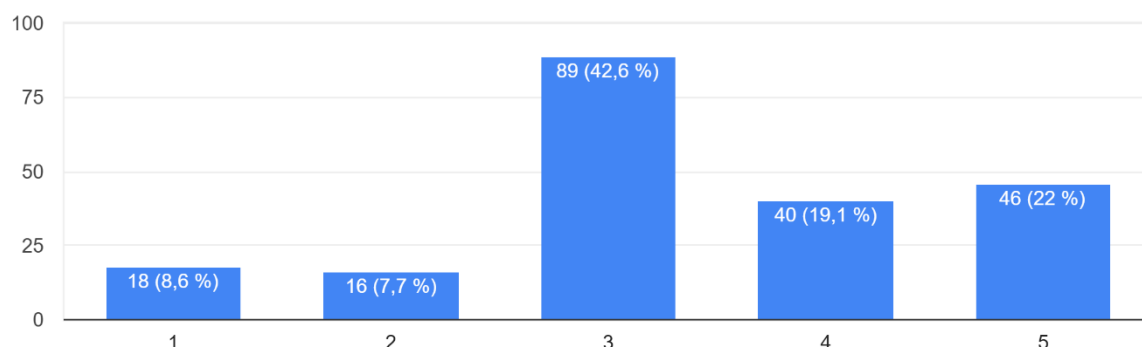


Grafikon 27. Navika konstantnog „swipinga“ u dating aplikacijama, tj. pronalaska "nekog boljeg" prenosi se i u stvaran život?

Iduće pitanje glasillo je: „Poznanstva stečena na *dating* aplikacijama i društvenim mrežama su površnija i kratkotrajnija od poznanstava stečenih uživo.“, a značenja brojeva jednaka su kao i kod prethodnog pitanja. Grafikon 28 prikazuje kako, ponovno, najveći broj ispitanika odgovara „niti se slažem niti se ne slažem“. Drugi najčešći odgovor je „u potpunosti se slažem“, a potom „slažem se s ovom izjavom“, dok je znatno manje ispitanika odgovorilo „uopće se ne slažem“ te je najmanje ispitanika odgovorilo „ne slažem se s ovom izjavom“.

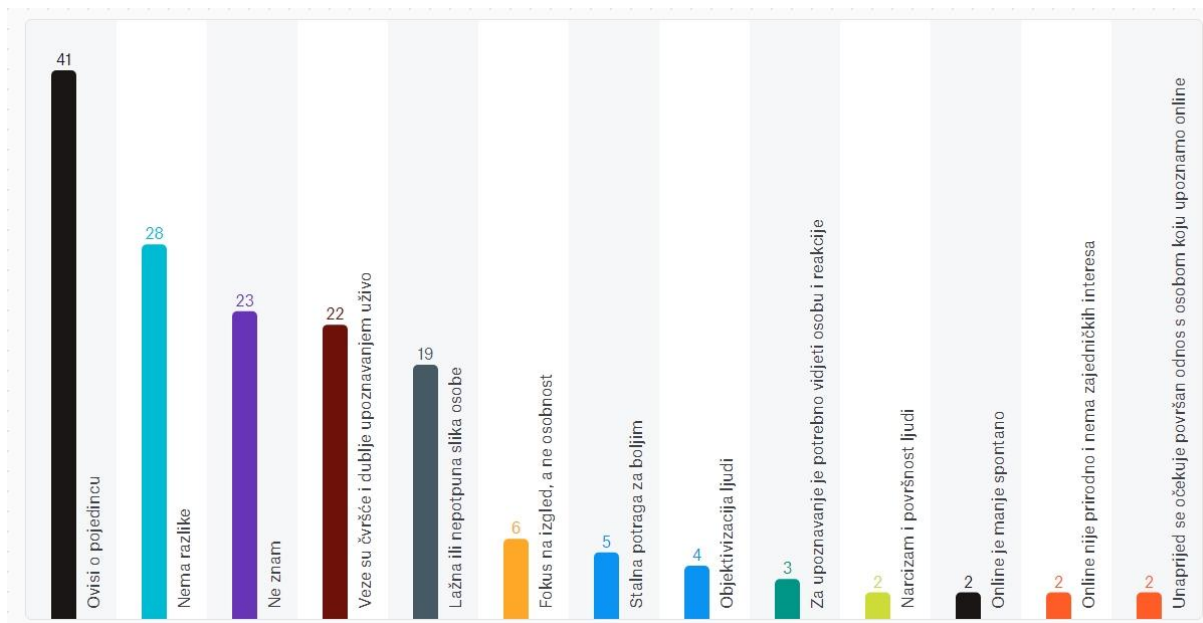
Poznanstva stečena na dating aplikacijama i društvenim mrežama su površnija i kratkotrajnija od poznanstava stečenih uživo.

209 odgovora



Grafikon 28. Poznanstva stečena na dating aplikacijama i društvenim mrežama su površnija i kratkotrajnija od poznanstava stečenih uživo.

Grafikon 29 prikazuje obrazloženja odgovora na prethodno pitanje. Na ovo pitanje odgovorilo je $n = 152$ ispitanika. Najveći broj ispitanika odgovorio je kako ovisi o pojedincu/osobi, zatim da nema razlike između poznanstava stečenih uživo ili na društvenim mrežama, odnosno aplikacijama za upoznavanje, objašnjavajući kako je nebitno gdje smo se upoznali jer da i poznanstva stečena uživo također mogu biti površna i kratkotrajna dok su neki podijelili svoja pozitivna iskustva i objasnili da su neka prijateljstva ili romantične veze započete putem interneta bile značajne i duboke ili dugotrajne. Treći najčešći odgovor bio je „ne znam“, a odgovori poput „,“ ili „/“ stavljeni su u istu kategoriju, odnosno isti kod. Zatim su odgovori bili kako su veze stečene uživo čvršće i dublje, objašnjavajući kako se često nikada nećemo niti naći uživo s osobama koje upoznamo putem interneta, kako je komunikacija uživo nezamjenjiva, a upoznavanje na taj način je iskrenije i kvalitetnije i sl., te odgovor „Lažna ili nepotpuna slika osobe“ objašnjavajući kako se osobe na internetu mogu predstavljati na određen način, a u stvarnosti biti potpuno drugačije osobe ili da ne znamo dovoljno o osobi s kojom komuniciramo. Također, neki su navodili kako upoznavanja *online* mogu davati krivi dojam tog odnosa. Dalje, manje česti odgovori naglašavali su fokus na fizički izgled, a ne osobnost, stalnu potragu za boljom osobom, objektivizaciju ljudi, osobito na društvenim mrežama gdje su ispitanici navodili kako se ljude svodi na proizvode. Na grafikonu se može vidjeti ostatak kategorizacije preostalih odgovora.

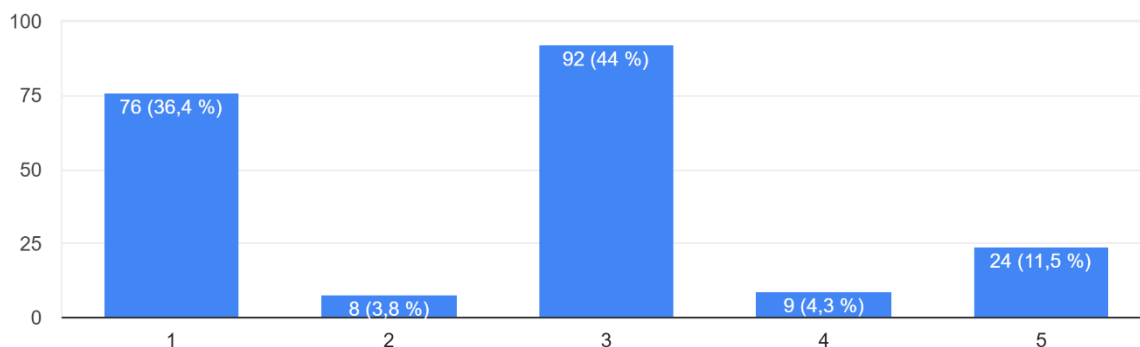


Grafikon 29. Poznanstva stečena na aplikacijama za upoznavanje i na društvenim mrežama su površnija i kratkotrajnija od poznanstava stečenih uživo

Grafikon 30 prikazuje osjećaj nezadovoljstva nakon korištenja aplikacija za upoznavanje. Brojevi označavaju sljedeće: 1 = nikada se ne osjećam nezadovoljno, 2 = rijetko se osjećam nezadovoljno, 3 = niti se osjećam zadovoljno niti nezadovoljno, 4 = često se osjećam nezadovoljno, 5 = uvijek se osjećam nezadovoljno. S obzirom na već ranije raspravljenu situaciju, najveći broj ispitanika odgovara s opcijom br. 3. drugi najčešći odgovor bio je „nikada se ne osjećam nezadovoljno“. Odabir ove opcije mogao bi se također objasniti kao izborom ispitanika koji ne koriste ovakve aplikacije pa se onda nikada ne osjećaju nezadovoljno. Treći najčešći odgovor bio je „uvijek se osjećam nezadovoljno“, a najrjeđi odgovori bili su „rijetko se osjećam nezadovoljno“ i „često se osjećam nezadovoljno“.

Osjećate li se nezadovoljno nakon korištenja dating aplikacija?

209 odgovora

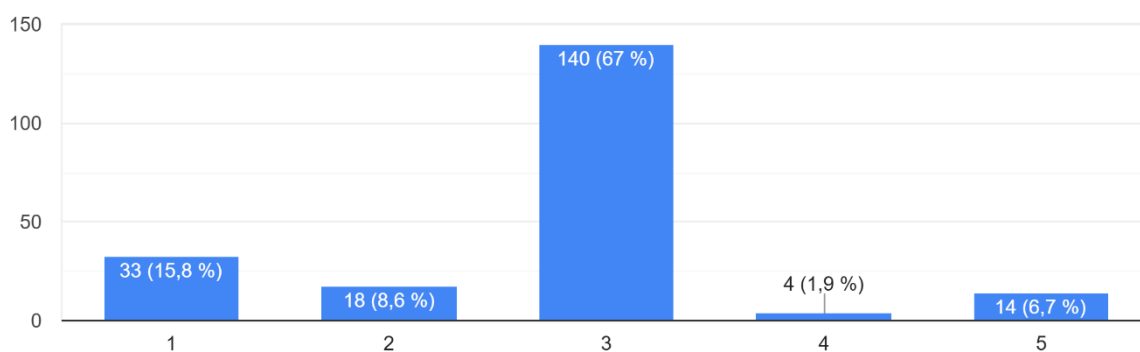


Grafikon 30. Osjećaj nezadovoljstva nakon korištenja aplikacija za upoznavanje

Grafikon 31 prikazuje utjecaj aplikacija za upoznavanje na psihičko zdravlje ispitanika. Brojevi ovdje označavaju sljedeće: 1 = jako loš utjecaj, a 5 = odličan utjecaj. Opet, najčešći odgovor je „niti loš niti dobar utjecaj“. Drugi najčešći odgovor je „jako loš utjecaj“ te „loš utjecaj“. Najrjeđi odgovori bili su „odličan utjecaj“ i „vrlo dobar utjecaj“.

Kakav utjecaj imaju dating aplikacije na Vaše mentalno zdravlje?

209 odgovora



Grafikon 31. Utjecaj aplikacija za upoznavanje na psihičko zdravlje ispitanika

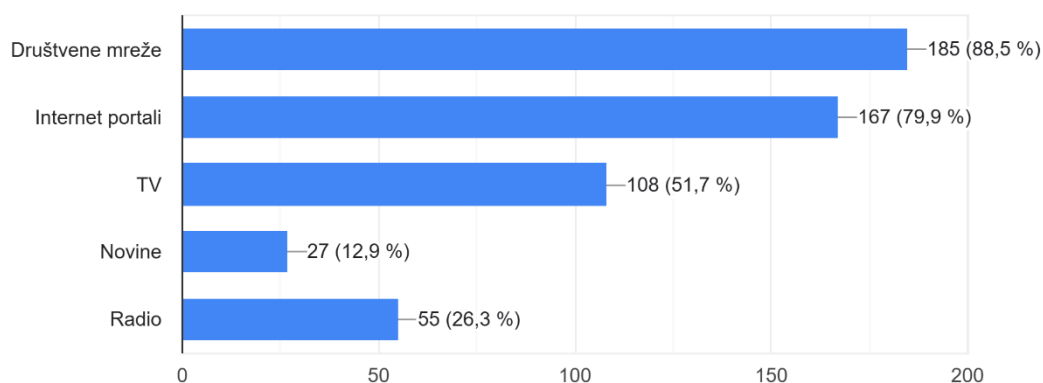
4.4. Čitanje vijesti

Posljednji odjeljak anketnog upitnika odnosi se na čitanje vijesti. Kao što je ranije u radu izneseno, ovaj odjeljak uključen je u rad i anketni upitnik jer smatramo kako su vijesti izrazito bitne za razumijevanje društva i svijeta oko nas, a pojavom interneta i društvenih mreža, praćenje i doživljavanje vijesti promijenile su se. Informiranost mladih o aktualnim događajima omogućava donošenje promišljenih odluka, smanjuje se količina dezinformacija, a može se potencijalno i smanjiti polarizacija i priklanjanje ekstremnim stavovima koji se mogu temeljiti na emocijama, a ne na činjenicama. Mladi sve manje aktivno prate i izdvajaju vrijeme za vijesti te samo letimično prođu kroz članak koji slučajno vide na društvenim mrežama ili samo pročitaju naslov, a informiranost o svijetu znači mogućnost jasnijeg donošenja odluka koje mogu imati utjecaja na nas same, ali i na društvo u kojemu živimo ili na buduće generacije. Građanska pismenost omogućuje uključenost u društvena i politička zbivanja te omogućava jasnije shvaćanje funkcioniranja društva. Manjkom informiranosti o društvu i svijetu koji nas okružuje, donošenje odluka i sudjelovanje u društvu postaje otežano. Građanska pismenost omogućuje i građansku participaciju, odnosno aktivno sudjelovanje građana u političkim pokretima ili društvenim procesima. Na taj način mladi mogu aktivno doprinosti o odlučujućim društvenim pitanjima. Pojavom društvenih mreža i internet portala, izvori informacija postali su obilni, a količina informacija prezasićena.

Prvo pitanje je razmatralo način praćenja vijesti. Grafikon 32 prikazuje kako najveći broj ispitanika vijesti prati upravo putem društvenih mreža, zatim putem internet portala, te je na trećem mjestu televizija. Najmanji broj ispitanika prate vijesti putem radija te zatim novina u tiskanom obliku.

Na koji način pratite vijesti?

209 odgovora

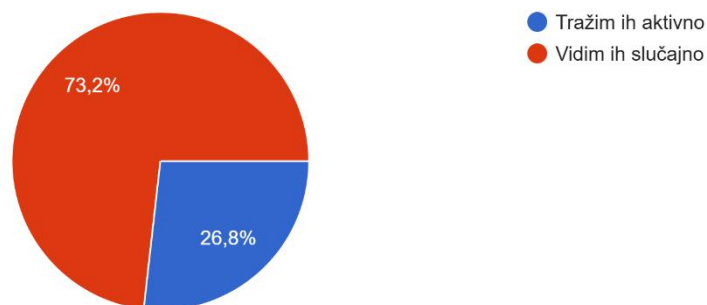


Grafikon 32. Način praćenja vijesti

Iduće se pitanje odnosilo na aktivno traženje vijesti. Prema grafikonu br. 33, $n = 153$ (73,2 %) ispitanika vijesti vide slučajno, dok ih samo $n = 56$ (26,8 %) traži aktivno.

Tražite li aktivno vijesti ili ih vidite slučajno?

209 odgovora

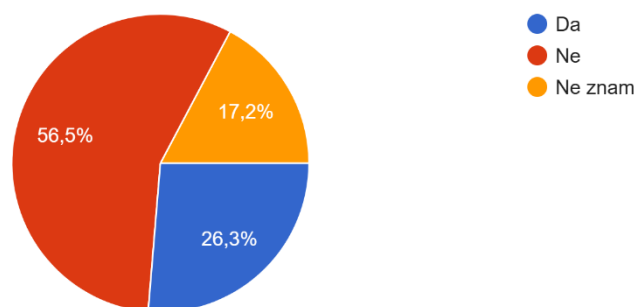


Grafikon 33. Tražite li vijesti aktivno ili ih vidite slučajno?

Grafikon 34 prikazuje smatraju li ispitanici da čitaju dovoljno vijesti. Najveći broj ispitanika, $n = 118$ (56,5 %) smatra da ne čitaju dovoljno vijesti, njih $n = 55$ (26,3 %) smatra da čitaju dovoljno vijesti, dok ih $n = 36$ (17,2 %) ne zna čitaju li dovoljno vijesti.

Smatrate li da čitate dovoljno vijesti?

209 odgovora

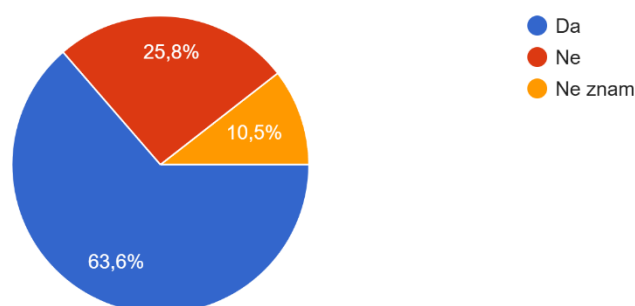


Grafikon 34. „Smatram da čitam dovoljno vijesti.“

Pretposljednje pitanje bavilo se željom za upućenošću u vijesti i zbivanja u svijetu. Najveći broj ispitanika, $n = 133$ (63,6 %) izjasnio je kako ima tu želju, $n = 54$ (25,8 %) ispitanika reklo je da ne želi, a $n = 22$ (10,5 %) ispitanika rekli su kako ne znaju.

Biste li htjeli biti više upućeni u vijesti i zbivanja u svijetu?

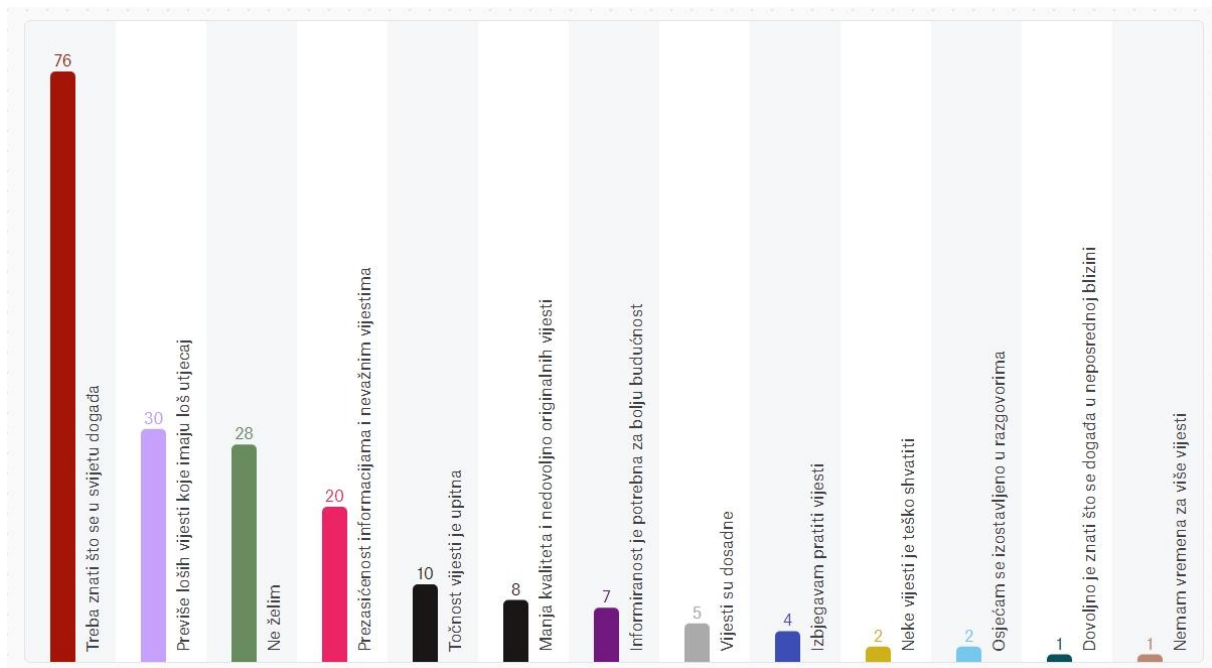
209 odgovora



Grafikon 35. Želja za upućenošću u vijesti i zbivanja u svijetu

Iduće pitanje glasilo je: „Možete li ukratko obrazložiti svoj odgovor?“. Grafikon 36 prikazuje da najveći broj ispitanika odgovara kako je važno znati što se u svijetu događa i da stoga žele biti upućeniji u svjetska zbivanja i vijesti. Neki su navodili kako neupućenost može značiti nesposobnost komunikacije, dok su neki direktno spominjali važnost informiranosti za bolju budućnost i stvaranja informiranog mišljenja kako bi mogli utjecati na svoj život i stavove, a možda i tuđi. Neki su ispitanici spominjali i sram, odnosno kako žele biti upućeniji jer ih ponekad bude sram jer ne znaju za neke događaje ili političare. Zanimljivo je kako su neki ispitanici istaknuli važnost podizanja svijesti među mladima o važnosti vijesti jer se zbivanja u svijetu odnose na nas, a ne na nekog drugog. Dio ispitanika kao problem navodi slučajno nailaženja na vijesti putem društvenih mreža te izražavaju želju za aktivnim praćenjem vijesti. Važno je istaknuti kako je drugi najčešći odgovor bio „Previše loših vijesti koje imaju loš utjecaj“. Velik broj ispitanika izjasnili su kako ne prate vijesti zbog prevelikog broja loših vijesti i crne kronike što loše utječe na njihovo psihičko i emocionalno stanje zbog čega aktivno izbjegavaju čitanje vijesti. Neki su objasnili kako je razlog tome što loše vijesti privlače više pažnje pa se one najviše objavljuju. Treći najčešći odgovor bio je „ne želim“. Neki su ispitanici napisali samo to, dok su drugi obrazložili svoj odgovor. Oni koji su obrazložili svoj odgovor, rekli su kako sve važne vijesti saznaju od kolega putem slušanja njihovih razgovora ili komentara, dok su drugi rekli da već čitaju dovoljno vijesti ili da zbog količine loših vijesti ne žele čitati više. Idući najčešći odgovor bio je „Prezasićenost informacijama i nevažnim vijestima“. Neki su ispitanici u pitanje dovodili točnost vijesti i spominjali lažne vijesti te kako je potrebno čitati pouzdane izvore informacija. Zanimljivo je da je dio ispitanika reklo kako ne želi čitati više vijesti jer kvaliteta članaka opada te kako člancima nedostaje originalnosti i da

portali kopiraju vijesti jedni od drugih te da uvijek vide nekoliko istih vijesti koje se cijelo vrijeme objavljuju, a ne mogu vidjeti ništa izvan toga. Zanimljivo je kako su neki za ovo okrivili upravo društvene mreže zbog kojih je vijestima cilj privući što više pažnje, a manje se stavlja naglasak na točnost i etičnost vijesti, a neki su navodili kako vijesti ne ulaze dovoljno u dubinu problema. Mali je broj ispitanika reklo kako ne žele čitati više vijesti jer su vijesti dosadne ili zato što im je neke vijesti teško shvatiti. Neki su rekli kako je potrebno znati samo vijesti u neposrednoj blizini, tj. samo one koje se tiču naše zajednici koje smo dio ili kako nemaju vremena za čitanje više vijesti. Za kraj, bitno je još naglasiti kako ispitanici koji su izjasnili da čitaju dovoljno vijesti i oni ispitanici koji su rekli da to ne rade dovoljno, smatraju kako bi trebalo čitati više vijesti jer je važno znati što se događa, a neki unatoč negativnim vijestima i lošem utjecaju na njihovo psihičko i emocionalno stanje žele biti upućeniji te nastoje pronaći ravnotežu između upućenosti i izbjegavanja negativnih vijesti.



Grafikon 36. Zašto želite/ne želite biti upućeniji u vijesti i zbivanja?

5. Rasprava

Što se tiče spolne razlike između ispitanika istraživanja te podzastupljenost muških ispitanika, kao što je ranije u radu objašnjeno, na Fakultetu hrvatskih studija upisano je ~22 % studenata i ~77 % studentica. Osim toga, nerazmjer se može objasniti i kroz sociološku i biološku prizmu. Naime, ovim fenomenom bavili su se Su, Rounds, Armstrong (2009) u svojem istraživanju te su rezultati istraživanja pokazali da između žena i muškaraca postoji dihotomija stvari – ljudi, odnosno, muškarci više vole raditi sa stvarima, a žene s ljudima.

Spolne razlike u interesima primijećene su kod većeg interesa muškaraca za područja kao što su inženjerstvo, znanost i matematika, dok su žene pokazivale veću zainteresiranost u umjetničkim i društvenim područjima. Autori zaključuju kako se spolna i rodna nejednakost u STEM (znanost, tehnologija, inženjerstvo, matematika) području može objasniti zbog različitih interesa između spolova koji igraju ključnu ulogu u odabiru zanimanja. Ovo istraživanje razjašnjava ujedno i nerazmjer ženskih i muških studenata u društvenim i humanističkim područjima što također objašnjava postotke ženskih i muških ispitanika ovog istraživanja.

Matić i Koprek (2014, str. 388-389.) u svome radu pišu kako društvo zasigurno ima utjecaja na društvene uloge, ali kako društvo nije jedini čimbenik, već da postoje i biološki čimbenici te navode kako Simon Baron-Cohen ističe da je muški mozak psihometrički definiran tako da ima razvijeniju sposobnost sistematiziranja, nego empatiziranja, dok ženski mozak ima suprotni kognitivni profil. Nadalje se navode primjeri kako muško dojenče od jedne godine starosti radije gleda video s automobilima, nego film s ljudskim licima, dok ženska dojenčad pokazuje suprotne preferencije. Zaključuje se kako socijalizacija može utjecati na rodni identitet, ali da ona nije odlučujući čimbenik. Trusz (2020, str. 615) u svom istraživanju donosi zaključak kako razlika u interesima i odabiru područja kod žena ovisi o očekivanjima profesora i roditelja te očekivanim rodnim ulogama, dok odabir područja kod muškaraca ovisi o njihovom očekivanjima koja imaju od samih sebe.

Na pitanje „Koliko sati dnevno provodite na internetu?“, čak je 48,3 % ispitanika odgovorilo između 3 i 5 sati, a 32,1 % kako provode i više od 5 sati dnevno na internetu. Kod tumačenja ovih podataka, potrebno je biti na oprezu jer je riječ o samoprocjeni ispitanika, a Moreno i sur. (2012) govorili su o studiji provedenoj 2005. godine koja je pokazala da su kod samoprocjene korištenja interneta ispitanici imali tendenciju precijeniti provedeno vrijeme na internetu. O problematici provođenja velikog broja sati na internetu govorio je Spitzer (2018) i Ceyhan (2011) koji zaključuje kako se učinkoviti međuljudski odnosi temelje na komunikaciji, a nedostatak komunikacijskih vještina rezultira usamljenosti i uspostavom društvenih veza zbog

slabo razvijenih socijalnih vještina. Dakle, ono što je problematično jest to što čak 80,4 % ispitanika provodi najmanje 3, a neki i više od 5 sati dnevno na internetu, što znači da je sve to vrijeme uloženo u društvene mreže ili druge oblike zabave *online*, a ne na socijalizaciju ili komunikaciju uživo. Najčešći odgovor na pitanje „Za što najčešće koristite internet?“ bio je „Za zabavu (društvene mreže, glazba, video sadržaji)“, što je odgovorilo 96,2 % ispitanika, može se pretpostaviti da se taj broj sati najviše provodi upravo u te svrhe. Ovo je problematično jer kao što navodi Ceyhan (2011), studenti koji koriste internet u zabavne svrhe, pokazuju simptome problematičnog korištenja interneta u usporedbi sa studentima koji koriste internet za pronalaženje informacija. Ako se podaci usporede s istraživanjem koje su proveli Odaci i Çikrici (2017) mogu se uočiti zabrinjavajući podaci. Naime, prema istraživanju autora, 45,3 % ispitanika provodi 1-3 sata dnevno na internetu, dok je ovo istraživanje pokazalo da je taj broj 19,1 %, ali njihovi su podaci pokazali kako 29,2 % provodi 3-5 sati dnevno, dok je ovo istraživanje pokazalo da toliku količinu vremena dnevno na internetu provodi čak 48,3 % ispitanika. Na posljetku, istraživanje autora pokazalo je kako 15,6 % ispitanika provodi više od 5 sati dnevno na internetu dok je ovo istraživanje pokazalo da toliko vremena na internetu provodi 32,1 % ispitanika! Dakle, iako uzorak i populacija nisu bili isti, niti brojčano niti geografski, uočen je značajan porast u vremenskoj konzumaciji interneta.

No, kada su ispitanici pitani koliko sati dnevno provode socijalizirajući se uživo, izgleda da provode podjednaku količinu vremena kao i provođenje vremena na internetu pa je tako većina rekla kako se uživo socijaliziraju od 3 do 5 sati te od 2 do 3 sata, a četvrtina je rekla kako se uživo socijalizira čak i više od 5 sati.

Problem prevelikog broja sati na internetu može povezati i s pitanjem koje se odnosilo na to koliko su ispitanici imali godina kad su počeli koristiti društvene mreže. S obzirom na to da je čak 67 % ispitanika reklo kako su imali između 10 i 13 godina kada su počeli koristiti društvene mreže, a neki su ispitanici imali čak i manje od 10 godina. To pokazuje da su već u jako mladoj životnoj dobi, u djetinjstvu, počeli koristiti društvene mreže putem kojih su se socijalizirali što znači da u godinama kada se intenzivno razvijaju osobine i najveći utjecaj u sekundarnoj socijalizaciji imaju naši vršnjaci, ispitanici su to vrijeme provodili na društvenim mrežama umjesto uživo.

S tvrdnjom „Na internetu provodim previše vremena.“ složilo se u većoj mjeri čak 72,3 % ispitanika. Slaganje s ovom tvrdnjom zasigurno pokazuje kako ispitanici smatraju da je

provođenje velike količine vremena na internetu nešto loše što bi trebalo smanjiti. Zašto tako ispitanici misle, vidjet će se u idućih nekoliko pitanja.

Na pitanje smatraju li da društvene mreže utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže, čak 37,3 % odgovorilo je da utječu, dok ih nešto malo više od četvrtine ne zna. Ovo pokazuje da je provođenje velikog broja sati na internetu i provođenje vremena na društvenim mrežama od rane životne dobi imalo utjecaja na značajan dio ispitanika budući da i sami smatraju kako provode previše vremena na internetu te da to ima utjecaja na njihov život izvan mreže. Za usporedbu, Kušanić i sur. (2017) govore kako je istraživanje Puharić i sur. (2014) pokazalo da 59,8 % učenika osmog razreda osnovne škole smatra kako ponekad na internetu provode previše vremena, dok je ovo istraživanje pokazalo kako se 72,3 % ispitanika slaže ili se u potpunosti slaže s tvrdnjom da na internetu provode previše vremena. Populacija niti uzorak niti ovdje, naravno, nisu isti, ali pokazuju trend povećanja količine vremena provedenog na internetu kao što se već ranije u raspravi vidjelo te povećanje broja ispitanika koji smatraju da provode previše vremena na internetu. Kako točno društvene mreže utječu na socijalizaciju i komunikaciju ispitanika izvan mreže odgovorili su ispitanici u pitanju otvorenog tipa. Ispitanici su najviše odgovarali kako društvene mreže otežavaju komunikaciju tako da im je teže započeti razgovor uživo ili držati javni govor te kako se smanjuju socijalne vještine i vokabular te da im se lakše izražavati putem poruka jer imaju vremena razmisliti kako reagirati što odgovoriti. Ovo kao problem navode i Rao, Kalyani (2022) pišući kako društvene mreže utječu na pismenost korisnika koji postaju ovisni o automatskom ispravljanju pravopisnih pogrešaka te kako se usvaja određeni tip jezika, tj. *slang*. Ovo nam ukazuje na zapostavljanje komunikacijskih vještina i vještine socijalizacije i upravo zato što je ispitanicima lakše komunicirati *online*, ne žele izaći iz svoje „komfor zone“ i brusiti svoje vještine uživo. Hipoteza H2 „Mladi smatraju kako društvene mreže negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu.“ nije potvrđena, ali broj ispitanika koji smatraju kako društvene mreže negativno utječu na ove aspekte njihovih života je značajan.

Što se tiče samopredstavljanja na internetu, 30,6 % ispitanika izjasnilo je kako predstavljaju sebe i svoj život kao boljima na internetu. Ako se u ovom kontekstu vratimo na Ervinga Goffmana i njegov dramaturški pristup, može se vidjeti jedan od načina kako društvene mreže utječu na komunikaciju i upoznavanje s drugima izvan mreže. Samopredstavljanje na društvenim mrežama možemo shvatiti kao nastup čija je svrha upravljanje impresijama drugih. Ovdje se može govoriti o prednjem i stražnjem planu. Goffman smatra kako je prednji plan

naše osobine koje želimo da drugi vide, dok je stražnji plan pravi „ja“. Ovo se postiže tako da se prednji plan prikazuje na profilima korisnika dok stražnji plan ostaje pritenjen. Ovime se možemo nadovezati na konstrukciju zbilje Petera Bergera i Thomasa Luckmanna koji su tvrdili kako je stvarnost društveno konstruirana. Dakle, 30,6 % ispitanika koji su izjasnili da se na internetu predstavljaju u boljem svjetlu, oni si tako otežavaju upoznavanje uživo jer tako neke svoje mane mogu prekriti i time se osjećaju samopouzdanije na društvenim mrežama i tako im je lakše upoznavati nove ljude *online* pri čemu ne razvijaju vještine socijalizacije i komunikacije uživo zbog čega im je u konačnici sve teže upoznavati se i družiti se uživo, a kao posljedica je moguće i dugotrajnije provođenje vremena na internetu čime su u „začaranom krugu“. Zašto se neki ispitanici uopće lažno samopredstavljaju na društvenim mrežama može se objasniti putem pojma „generalizirani drugi“ Georgea Herberta Meada što znači da mi prihvaćamo ulogu koju nam drugi daju i koju od nas očekuju. To znači da lažnim samopredstavljanjem na društvenim mrežama ispitanici žele ispuniti društvena očekivanja, tj. očekivanja drugih. Ta očekivanja možda uopće nisu stvarana društvena očekivanja, već iskrivljena slika realnosti koju nameću mediji o čemu će biti više riječi nešto kasnije kada će se analizirati doživljavanje vijesti. Spitzer (2018) također govori o problemu laganja koje je češće *online* nego kada ljudi razgovaraju licem u lice.

Iako se malo više od 30 % ispitanika prikazuje boljima na internetu, njih čak 50,2 % se uspoređuje s drugima na društvenim mrežama, a 18,2 % ih nije sigurno. Ovo može imati negativne posljedice jer uspoređivanje s drugima može stvarati anksioznost i depresiju jer oni nemaju život kakav vide da drugi naizgled imaju te im se takav život može činiti nedostižnim ili im se može činiti kao nepravda što stvara frustracije. O ovome govore Biglbauer i Korajlija (2020) spominjući američko istraživanje koje je pokazalo da oni koji provode više vremena s prijateljima uživo rjeđe smatraju da drugi imaju bolje živote od njih te da oni koji provode više vremena na *Facebooku* su skloniji percipirati druge sretnijima te misle kako je svijet nepravedan. Budući da velik broj ispitanika provodi do 5 sati dnevno, a neki i više na internetu, te da se više od 50 % ispitanika uspoređuje s drugima, može se očekivati depresija i anksioznost kao posljedica tih čimbenika. Zašto se uopće mladi uspoređuju s drugima na internetu? Razlog je samopoštovanje. Jerončić Tomić, Mulić, Milišić Jadrić (2020, str. 2649-2652.) definiraju samopoštovanje kao procjenu vlastitog samopouzdanja, a dijele ga na 3 dimenzije: fizički izgled, romantična atraktivnost i sposobnost stvaranja i održavanja bliskih prijateljstava, a društvene mreže definiraju kao medij koji korisnicima pruža priliku oblikovati sliku o sebi stvaranjem profila kako bi prikazali željenu sliku sebe. Autori smatraju kako reakcije drugih

moгу utjecati na samopoimanje i vlastitu prezentaciju. Ovo možemo povezati s Georgeom Herbertom Meadom koji govori o razlici „ja“ i „mene“ gdje „ja“ označava nesvjestan dio osobnosti, a „mene“ očekivanja generaliziranih drugih, tj. društvena očekivanja. Mladi se uspoređuju s drugima na internetu nastojeći zadovoljiti društvena očekivanja.

U prilog tome idu rezultati idućeg pitanja koje se odnosilo na osjećaje nakon dužeg konzumiranja internetskog sadržaja, ponajviše društvenih mreža. Sveukupno 38,3 % ispitanika reklo je kako se osjeća jako loše ili loše, dok je samo 12,4 % ispitanika izjasnilo kako se osjećaju vrlo dobro ili odlično nakon dužeg korištenja društvenih mreža. Također, iako je na pitanje koje se odnosilo na utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje ispitanika ~30 % ispitanika odgovorilo kako društvene mreže imaju negativan utjecaj na njihovo psihičko zdravlje, a čak ~70 % je odgovorilo kako društvene mreže u većoj ili manjoj mjeri imaju pozitivan utjecaj na njihovo psihičko zdravlje, ovo je ipak značajan udio ispitanika na čije psihičko zdravlje društvene mreže imaju negativan utjecaj, a taj broj mogao bi se i povećavati s obzirom na trend povećanja broja sati provedenih na internetu, što se moglo uočiti uspoređivanjem rezultata istraživanja Odaci i Çikrici (2017) i ovoga istraživanja. Nadalje, ispitanici na koje društvene mreže imaju negativne psihičke posljedice možda se osjećaju tako zbog uspoređivanja s drugima što pak može stvoriti osjećaj anksioznosti ili depresije. Oni koji se osjećaju loše mogu biti obeshrabreni od interakcija uživo što dodatno pogoršava situaciju jer ne razvijaju komunikacijske vještine niti vještine socijalizacije, a o čemu govori Spitzer (2018). On piše kako mozak čovjeka koji je zadužen za socijalne vještine može atrofirati ako se ne koristi. Odsutnost pojedinaca u stvarnome svijetu može dovesti do društvene frustracije, također govori autor. Društvene frustracije pak mogu kao posljedicu imati priključivanje pojedinaca u razne internetske supkulture kao što je *incel* supkultura koja je nasilna i zabrinjavajuća. Također, već je ranije spomenuta važnost socijalizacije i obitelji, a zbog loših osjećaja i negativnih posljedica na psihičko zdravlje mladih može doći do izolacije i nedostatka socijalizacije ne samo od prijatelja i vršnjaka, nego i od obitelji. Iako je udio sudionika na koje konzumiranje društvenih mreža ima negativne posljedice nije zanemariv, ipak, većina ispitanika izjasnila je kako u većoj ili manjoj mjeri konzumacija društvenih mreža ima pozitivan utjecaj na njihovo psihičko zdravlje. U ovome kontekstu Glaser i sur. (2018) govore o hipotezi o proširenju i hipotezi istiskivanja, odnosno kako korištenje društvenih mreža može koristiti socijalizaciji, odnosno povećanju socijalnog kapitala ako se želimo poslužiti terminologijom Pierrea Bourdieua. S druge strane, navode autori, to može istisnuti izvanmrežne društvene odnose i stvarati plitke *online* odnose što ne pomaže u razvijanju društvenih vještina. Ovo pokazuje da svaki list ima

dvije strane. Težinu i relevantnost obiju ovih teorija pokazali su i odgovori samih ispitanika na pitanja otvorenog tipa pa su tako ispitanici navodili kako društvene mreže otežavaju komunikaciju, smanjuju socijalne vještine itd., ali su također odgovarali kako one mogu pomoći u održavanju komunikacije ili se zbog njih lakše stječu nova poznanstva. Ovo pokazuje kompleksnost društvenih mreža i oprečnost u rezultatima raznih istraživanja. Također valja prokomentirati korelaciju loših osjećaja i izbjegavanja praćenja vijesti zbog loših vijesti koje se prate putem društvenih mreža i loših osjećaja nakon konzumiranja društvenih mreža. Ova korelacija, naravno, ne znači nužno i kauzalnost, ali valja svratiti pozornost i prokomentirati kako je moguće da društvene mreže imaju negativan utjecaj na psihičko zdravlje ispitanika može biti i zbog toga što putem njih viđaju loše, negativne vijesti, upravo zbog čega su mnogi rekli da izbjegavaju pratiti vijesti. Ovo ima šire posljedice na društvo općenito jer mladi na taj način ostaju neinformirani, onemogućava se donošenje promišljenih odluka, skloniji su dezinformacijama, udio građanske nepismenosti je veći te je uključenost mladih u društvena i politička zbivanja manja. Već je ranije bila spomenuta izolacija od obitelji i prijatelja, ali može doći do izolacije od društva i nesudjelovanja u društvu jer je izbjegavanje vijesti teže pratiti zbivanja i sudjelovati aktivno u društvenim procesima. Rezultati ova dva pitanja međusobno koreliraju, a na temelju ovih rezultata, hipoteza H1 „Društvene mreže imaju negativan utjecaj na psihičko zdravlje mladih.“ nije potvrđena, ali je broj onih na koje loše utječu velik i značajan.

Iduće pitanje odnosilo se konkretno na osjećaj depresije nakon korištenja društvenih mreža. Ovdje valja naglasiti kako pitanja ovog anketnog upitnika nisu standardizirani testovi te je riječ o subjektivnim procjenama sudionika, a ne validnim psihologijskim instrumentima zbog čega ih se ne može uzeti kao potpuno pouzdane i sigurne rezultate psihološkog stanja ispitanika te se odgovori ispitanika ponekad mogu činiti nedosljednima ili čak kontradiktornima u različitim pitanjima iste problematike. Dakle, 18,2 % ispitanika osjeća se depresivno ili jako depresivno, dok se 45,4 % uopće ne osjeća depresivno ili se ne osjeća depresivno, a 36,4 % je odgovorilo „niti da niti ne“. Dakle, iako je većina ispitanika izjasnila kako se osjeća loše, većina se ne osjeća depresivno nakon korištenja društvenih mreža. Situacija je također slična i s osjećajem anksioznosti, gdje je većina ispitanika izjasnila kako se ne osjećaju anksiozno nakon korištenja društvenih mreža. Moguće je da se „loši osjećaji“ odnose na ljutnju, tugu, zavist ili neki drugi negativan osjećaj, ali ne konkretno na depresiju ili anksioznost. Razlog za to što se ispitanici osjećaju loše nakon korištenja društvenih mreža može se povezati s teorijom strukturalnog pritiska Roberta K. Mertona. On, dakle, tvrdi kako društvo, odnosno društvena struktura može vršiti pritisak na pojedinca. Ako društvo postavlja kulturne ciljeve kao što su bogatstvo, uspjeh,

društveni status i slično, koje pojedinci trebaju postići, može doći do nesklada između ciljeva i sredstava. Dakle, kada korisnici društvenih mreža, u ovom slučaju ispitanici, uspoređuju sebe s drugima, a mnogi se lažno samopredstavljaju. Na taj način ispitanici vide lažnu sliku svijeta te smatraju kako oni nisu uspjeli postići društvene ciljeve zbog čega se osjećaju loše.

Na pitanje „Posjećujete li društvene mreže češće zbog toga što se inače u životu osjećate depresivno?“, 22 % ispitanika reklo je „da“, dok je 56 % reklo „ne“. Također je slična situacija s osjećajem anksioznosti pri čemu 32,1 % posjećuje društvene mreže jer su inače anksiozni, dok njih 50,7 % tvrdi da tome nije tako. Ova pitanja kao i pitanja o depresiji i anksioznosti nakon korištenja društvenih mreža ukazuju na to da većina ne posjećuje društvene mreže jer se inače osjećaju depresivno ili anksiozno, niti ih društvene mreže čine depresivnima ili anksioznima zbog čega se ne može niti potvrditi niti opovrgnuti hipoteza da društvene mreže imaju negativan utjecaj na psihičko stanje mladih jer nije dokazano da je depresija niti anksioznost uzrok niti posljedica korištenja društvenih mreža, a hipoteza se ne može niti osporiti jer ispitanici ipak tvrde da se zbog društvenih mreža osjećaju loše. Također, pitanje koje se ticalo utjecaja društvenih mreža na psihičko zdravlje ispitanika, nešto više ih je odgovorilo kako imaju jako loš i loš utjecaj nego vrlo dobar i odličan utjecaj, ali najviše ih je odgovorilo „niti dobar niti loš utjecaj“ što dodatno otežava mogućnost potvrde ili opovrgavanja hipoteze. Nadalje, postotak onih koji se uspoređuju s drugima na društvenim mrežama bi sugerirao na negativne psihološke posljedice na mlade, ali kao što je već rečeno, ovo nisu standardni psihološki testovi, nego subjektivne procjene ispitanika zbog čega se ne može doći do jasnog zaključka i zbog čega bi bilo potrebno provoditi daljnja i preciznija istraživanja. Rezultatima temeljenima na odgovorima ovoga istraživanja ne može se utvrditi jesu li društvene mreže i aplikacije za upoznavanje uzrok ili posljedica psihičkih problema.

Kada je riječ o utjecaju društvenih mreža na društveni život ispitanika, prema odgovorima ispitanika na to pitanje, izgleda da na većinu ispitanika nemaju gotovo nikakav ili nikakav utjecaj, no kada se ispitanike pitalo provode li manje vremena s obitelji i/ili prijateljima zbog korištenja društvenih mreža, 27,8 % reklo je „da“, dok ih 12,4 % nije sigurno. Ovo pokazuje da za značajan dio ispitanika društvene mreže imaju negativan utjecaj na socijalizaciju ispitanika što ide u prilog pitanjima o broju sati provedenih na internetu dnevno, dobi u kojoj su ispitanici pristupili društvenim mrežama te stavu o vlastitom prekomjernom korištenju interneta. Ovo također može ukazivati na potencijalne negativne utjecaje na psihičko zdravlje jer prema Strickland (2014) prijateljstva štite psihičko i tjelesno zdravlje, a manjak druženja može imati negativne posljedice za psihičko i tjelesno zdravlje. Socijalizacija s obitelji i prijateljima je

izrazito bitna jer nam upravo socijalizacija omogućava da postanemo društveno biće, naučimo i usvojimo društvene norme, a ona se odvija ne samo u djetinjstvu, već cijeli život. Socijalizacija s obitelji je izrazito važna, dapače, obitelj je najutjecajniji čimbenik socijalizacije koji izravno utječe na život pojedinca. Prijatelji su pak najutjecajniji u sekundarnoj socijalizaciji koja traje cijeli život. Rezultati ovog istraživanja pokazali su kako značajan dio ispitanika provodi manje vremena s obitelji i/ili prijateljima što može imati izrazito negativne posljedice na daljnji razvitak osobnosti.

Apsolutna većina ispitanika, (71,8 %) odgovorila je kako se slaže ili u potpunosti slaže s tvrdnjom kako je internetska komunikacija degradirala komunikaciju uživo. Ovo djelomično potvrđuje hipotezu H2 „Mladi smatraju kako društvene mreže negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu.“, barem u segmentu komunikacije.

Na pitanje ispunjavaju li društvene mreže potrebe ispitanika za druženjem, samo je 6,7 % ispitanika odgovorilo kako se slaže ili u potpunosti slaže s tom tvrdnjom. Ovime je hipoteza H4 „Društvene mreže ne ispunjavaju potrebu mladih za druženjem“ potvrđena.

Što se tiče aplikacija za upoznavanje, već je ranije objašnjeno zašto je najčešća ocjena na Likertovoj ljestvici „3“, ali unatoč tome, odgovori na pitanja koja su se odnosila na druge, tj. na mlade općenito su relevantna i pouzdana. Dakle, apsolutna većina se složila s tvrdnjom da takve aplikacije utječu na mlade u pogledu komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa uživo. Na pitanje koje je tražilo da obrazlože svoj odgovor, nakon „ne znam“ najčešće je obrazloženje bilo kako stvaraju lažnu slika sebe i svijeta, degradiraju socijalizaciju i komunikaciju uživo te su neki ispitanici spominjali objektivizaciju ljudi o čemu piše i Bonilla-Zorita (2021) navodeći kako postoji niz istraživanja koja ukazuju na objektivizirajuće okruženje u aplikacijama za traženje spojeva te da objektivizacija drugih dovodi do samoobjektivizacija što ima posljedice na psihičko zdravlje, a koristi se i tržišni rječnik što su također ispitanici ovog istraživanja navodili kao primjere. Ovo potvrđuje kako ispitanici smatraju da ovakve aplikacije negativno utječu na mlade izvan mreže. Također, ispitanici su većinom smatrali kako se navika konstantnog listanja (*svajpanja*) prenosi u stvaran život, odnosno da su konstantno u potrazi za nekim boljim. Zanimljivo je kako ispitanici imaju naizgled puno negativniji stav prema aplikacijama za upoznavanje nego prema društvenim mrežama iako su i za društvene mreže također argumenti bila kako degradiraju socijalizaciju i komunikaciju te otežavaju upoznavanje uživo, kako se manje druže s obitelji i /ili prijateljima zbog društvenih mreža, te

se polovica ispitanika uspoređuje s drugima na društvenim mrežama, a neki sami sebe lažno predstavljaju; s druge pak strane, najveći broj ispitanika tvrdi kako društvene mreže imaju „niti dobar niti loš“ na njihovo psihičko zdravlje. Također je zanimljivo kako je mnogo ispitanika odgovorilo da se nikad ne osjećaju nezadovoljno nakon korištenja aplikacija za upoznavanje ili kako se ne osjećaju niti zadovoljno niti nezadovoljno. Oba odgovora mogu se objasniti tako što je preko 90 % ispitanika reklo kako ne koriste takve aplikacije pa su odgovorili nikad ili odabrali srednju opciju ne znajući kako odgovoriti zbog čega je odgovor na ovo pitanje također nekonzistentan sa stavovima o aplikacijama za upoznavanje iz prethodnih patnja. Iz istog razloga, najčešći odgovor koji se ticao utjecaja aplikacija za upoznavanje na psihičko zdravlje ispitanika bio je „niti dobar niti loš“ zbog čega je teško izvući jasan zaključak. Budući da većina ispitanika ne provodi vrijeme na takvim aplikacijama, može se reći da su rezultati očekivani s obzirom na to da Bonilla-Zorita (2021) navodi kako je razina depresije viša što se više vremena provodi na takvim stranicama. Autor također piše kako aplikacije za traženje spojeva mogu izazvati negativne emocije poput tuge, ljutnje i frustracija. Rezultati ovog istraživanja potvrđuju hipotezu H3 „Mladi smatraju kako aplikacije za upoznavanje negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu.“.

Odjeljak pitanja koji se bavio vijestima pokazao je kako najveći broj ispitanika vijesti prati putem društvenih mreža i internet portala te kako gotovo tri četvrtine ispitanika vijesti ne traže aktivno, već ih vide slučajno. Boczkowski i sur. (2017) također pišu kako mladi korisnici vijesti konzumiraju putem društvenih medija te su ih okarakterizirali kao „slučajne vijesti“. Autori također navode kako istraživanja pokazuju da češće čitanje vijesti putem društvenih mreža znači rjeđe čitanje vijesti putem drugih medija. Zašto je ovo problematično? Naime, prema Fletcher i Kleis Nielsen (2019, str. 1751-1769.) akteri poput izdavačkih kuća, novinara, ali i algoritmi društvenih mreža određuju koje će korisnici vijesti vidjeti na temelju njihove aktivnosti ili onoga što njihovi *online* prijatelji prate zbog čega vide odabrane članke i filtriranu sliku svijeta što utječe na percepciju o svijetu i utječe na političke stavove. Ovo istraživanje je također pokazalo kako većina ispitanika smatra kako ne čitaju dovoljno vijesti, ali bi voljeli biti upućeniji u vijesti i izbjivanja u svijetu jer je važno znati što se u svijetu događa, ali ih od praćenja vijesti odbija prevelik broj negativnih vijesti te prezasićenost informacijama i nevažnim vijestima. Ovdje bi valjalo spomenuti Goffmana i njegovu teoriju analize okvira. U tom kontekstu, okviri su strukture koje definiraju situacije. One mogu biti prirodni okviri ili društveni. Ovdje se govori o društvenim okvirima koji nastaju od strane društva, u ovom slučaju od strane medija koji izrađuju okvir i pritom utječu na percepciju čitatelja. Društvene mreže i

mediji su „vratari“, odnosno *gatekeepers*, pojam koji uvodi Kurt Lewin, a o čemu u kontekstu medija govori David White. Tako su u ovom kontekstu vratari oni koji filtriraju vijesti i odlučuju koje će se vijesti korisnicima prikazivati u *newsfeedu*, a koje ne. Na temelju rezultata ovoga istraživanja, hipoteza H5 „Mladi prate vijesti prvenstveno putem društvenih mreža.“ može se potvrditi kao i hipoteza H6 „Mladi vijesti ne prate aktivno.“.

Praktične implikacije ovog istraživanja mogu doprinijeti javnoj edukaciji i podizanju svijesti o novonastalom društvenom problemu utjecaja interneta i društvenih mreža na mlade, njihove međuljudske odnose i druge aspekte u izvanmrežnom životu te na psihičko zdravlje mladih. Ovo istraživanje također može doprinijeti budućim istraživanjima kako bi se ovaj fenomen bolje razumio. Potrebna su daljnja istraživanja na većim uzorcima. Trebalo bi provoditi istraživanja koja se ne temelje na subjektivnoj samoprocjeni sudionika kako bi rezultati bili precizniji i objektivniji, te su potrebni standardizirani testovi i instrumenti kako bi se potvrdili utjecaji interneta i društvenih mreža na mlade te kako bi se bolje istražili utjecaji aplikacija za upoznavanje na mlade.

6. Zaključak

Cilj ovog istraživanja bio je otkriti na koji način mrežni ili *online* život utječe na izvanmrežni život mladih. Preciznije, kako internet i društvene mreže te aplikacija za upoznavanje utječu na izvanmrežne aspekte života mladih u pogledu socijalizacije, komunikacije, upoznavanja novih ljudi, koji je utjecaj na njihovo psihičko zdravlje te kako internet i društveni mediji utječu na konzumaciju i doživljavanje vijesti.

Ovim istraživanjem utvrđeno je kako društvene mreže na mlade utječu tako da degradiraju komunikaciju uživo, smanjuju socijalne vještine, osiromašuju vokabular, ali na neke imaju i pozitivan utjecaj pa im pomažu u stjecanju novih poznanstava i povezivanja s drugima ili im je lakše komunicirati i izražavati se putem poruka. Za aplikacije za upoznavanje istraživanje je pak pokazalo kako ispitanici smatraju da stvaraju lažnu sliku svijeta, da također degradiraju socijalizaciju i komunikaciju uživo te da su odnosi započeti putem tih aplikacija površni i da objektiviziraju ljude. Istraživanje nije utvrdilo jesu li društvene mreže i aplikacije za upoznavanje uzrok ili posljedica psihičkih problema s obzirom na to da su ispitanici odgovarali kako se ne osjećaju dobro nakon korištenja istih, ali nisu izrazili konkretno osjećaj depresije niti anksioznosti, a neki su navodili i pozitivne osjećaje. Što se tiče utjecaja na živote ispitanika, rezultati ne daju potpuno jasan odgovor, naime, većina ispitanika izjasnila je kako ne provode

manje vremena s obitelji i/ili prijateljima zbog društvenih mreža, te većina ne osjeća depresiju ili anksioznost zbog korištenja društvenih mreža ili aplikacija za upoznavanje, ali odgovori na određena pitanja ukazuju da bi korištenje takvih medija ipak moglo imati utjecaja. Tako se nešto više od polovice ispitanika uspoređuje s drugima na društvenim mrežama, smatraju kako provode previše vremena na internetu, a najviše ga koriste za zabavu, što uključuje i društvene mreže. Dio je ispitanika izjasnio kako se osjećaju jako loše ili loše nakon konzumiranja internetskog sadržaja, te je najveći dio ispitanika rekao kako smatraju da društvene mreže utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje uživo. Što se tiče aplikacija za upoznavanje, većina se također složila kako takve aplikacije utječu na mlade u pogledu međusobne komunikacije, upoznavanja i društvenih odnosa uživo iako je detaljnije podatke, osobito onih koji se tiču psihičkog zdravlja i osjećaja nakon korištenja takvih aplikacija bilo teško dobiti te nisu pouzdani s obzirom na to da preko 90 % ispitanika ne koristi aplikacije za upoznavanje.

Što se tiče hipoteza, istraživanjem se ne može potvrditi prva hipoteza: „Društvene mreže imaju negativan utjecaj na psihičko zdravlje mladih.“ iako imaju negativan utjecaj na značajan dio ispitanika. Druga hipoteza: „Mladi smatraju kako društvene mreže negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu.“ ne može se potvrditi iako ispitanici u određenoj mjeri smatraju kako društvene mreže negativno utječu na spomenute aspekte njihova života izvan mreže. Treća hipoteza: „Mladi smatraju kako aplikacije za upoznavanje negativno utječu na njihove socijalne vještine, komunikaciju i upoznavanje u izvanmrežnom životu.“ je potvrđena kao i hipoteze koje su se ticale vijesti, odnosno hipoteza koja tvrdi kako mladi prate vijesti prvenstveno putem društvenih mreža potvrđena je kao i posljednja hipoteza: „Mladi vijesti ne prate aktivno.“ koja je također potvrđena.

Ovo istraživanje može služiti kao podloga budućim istraživanjima koja bi se provodila na većim uzorcima. Nedostaci istraživanja su što testovi i instrumenti nisu standardizirani, već se temelje na subjektivnoj procjeni ispitanika. Nedostaci su i podzastupljenost muških ispitanika te činjenica da preko 90 % ispitanika ne koristi aplikacije za upoznavanje zbog čega je cijeli segment upitnika koji se tiče aplikacija za upoznavanje nepouzdan, odnosno na većinu pitanja ispitanici nisu mogli ili znali odgovoriti.

Literatura

1. Askenberger, A. E. The Incel Revolution.
2. Biglbauer, S., & Korajlija, A. L. (2020). Društvene mreže, depresivnost i anksioznost. *Socijalna psihijatrija*, 48(4), 404-425.
3. Blažeka, K. (2010). Društvene mreže i obrasci komuniciranja mladih. *Tehnička škola Čakovec*.
4. Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2017). Incidental news: How young people consume news on social media.
5. Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2021). Online dating and problematic use: A systematic review. *International journal of mental health and addiction*, 19, 2245-2278.
6. Ceyhan, A. A. (2011). University Students' Problematic Internet Use and Communication Skills According to the Internet Use Purposes. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(1), 69-77.
7. Coduto, K. D., Lee-Won, R. J., & Baek, Y. M. (2020). Swiping for trouble: Problematic dating application use among psychosocially distraught individuals and the paths to negative outcomes. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(1), 212-232.
8. Ebrahim, F. (2023). The dark side of social media: why is social media so addictive?.
9. Elsayed, W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7(2).
10. Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2019). Generalised scepticism: How people navigate news on social media. *Information, communication & society*, 22(12), 1751-1769.
11. Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, R. (2018). Is social media use for networking positive or negative? Offline social capital and internet addiction as mediators for the relationship between social media use and mental health. *New Zealand Journal of Psychology (Online)*, 47(3), 12-18.
12. Jerončić Tomić, I., Mulić, R., & Milišić Jadrić, A. (2020). Utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i mentalno zdravlje mladih. *In medias res: časopis filozofije medija*, 9(17), 2649-2654.
13. Jones, A. (2020). Incels and the manosphere: Tracking men's movements online.
14. Matić, D., & Koprek, I. (2014). Bioetička i ideološka pozadina» rodne teorije «. *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 69(3.), 381-392.
15. Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. (2019). Addictive features of social media/messenger platforms and freemium games against the background of

- psychological and economic theories. *International journal of environmental research and public health*, 16(14), 2612.
16. Moreno, M. A., Jelenchick, L., Koff, R., & Eickhoff, J. (2012). Depression and internet use among older adolescents: An experience sampling approach. *Psychology*, 3(09), 743.
 17. Odacı, H., & Çikrici, Ö. (2017). An exploration of the associations among internet use, depression, anxiety and stress among youths. *Mediterranean Journal of Clinical Psychology*, 5(3).
 18. Perkov, I., & Šarić, P. (2021). Samopredstavljanje na društvenim mrežama. *Filozofska istraživanja*, 41(3), 627-638.
 19. Rao, B. N., & Kalyani, V. (2022). A study on positive and negative effects of social media on society. *Journal of Science & Technology (JST)*, 7(10), 46-54.
 20. Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija: Kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Ljevak.
 21. Strickland, A. (2014). Exploring the effects of social media use on the mental health of young adults.
 22. Su, R., Rounds, J., & Armstrong, P. I. (2009). Men and things, women and people: a meta-analysis of sex differences in interests. *Psychological bulletin*, 135(6), 859.
 23. Trusz, S. (2020). Why do females choose to study humanities or social sciences, while males prefer technology or science? Some intrapersonal and interpersonal predictors. *Social Psychology of Education*, 23(3), 615-639.

Internetska literatura:

24. Algebra LAB. (2024). *Sigurniji internet za djecu i mlade*. Algebra. Pribavljeno 14. 10. 2024. s adrese <https://www.algebra.hr/lab/sigurniji-internet-za-djecu-i-mlade/>
25. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. (2021). *Opis projekta*. Djeca medija. Pribavljeno: 14. 10. 2024. s adrese <https://djecamedija.org/opis-projekta/>
26. Helplama. (2024). *Bumble revenue and usage statistics*. Pribavljeno 23. 12. 2024., s adrese <https://helplama.com/bumble-revenue-usage-statistics/>
27. Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku. (2024). *Mladi*. Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike. Pribavljeno 14. 10. 2024. s adrese <https://mdu.gov.hr/mladi-5987/5987>

28. Sveučilišni računski centar (Srce). (n.d.). ISVU otvoreni podaci. Wiki Srce. Pribavljeno 17. 1. 2025. s adrese <https://wiki.srce.hr/display/TUT/ISVU+Otvoreni+podaci>
29. Weida, K. (2024). *incel*. *Encyclopedia Britannica*. Pribavljeno 20. 9. 2024. s adrese <https://www.britannica.com/topic/incel>
30. YourMove.ai. (2024). *Tinder statistics*. Pribavljeno 23. 12. 2024., s adrese <https://www.yourmove.ai/blog/tinder-stats>