

# Navike korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama mladih

---

Ivasović, Sebastijan

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:658860>

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

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



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
HRVATSKI STUDIJI

Sebastijan Ivasović

**Navike korištenja pametnih telefona u  
socijalnim interakcijama mladih**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
HRVATSKI STUDIJI  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Sebastijan Ivasović

**Navike korištenja pametnih telefona u  
socijalnim interakcijama mladih**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Ivan Burić

Zagreb, 2017.

## Zahvala

Zahvaljujem svojoj obitelji, djevojci Maji Jelić i kolegama radi velike potpore i inspiracije tijekom studija.

Također se zahvaljujem mentoru doc. dr. sc. Ivanu Buriću na pomoći i vodstvu pri pisanju ovog diplomskog rada.

# Sadržaj

Sažetak .....	1
Summary .....	2
1. Uvod.....	3
2. Predmet istraživanja.....	6
3. Suvremena informacijska tehnologija i socijalna svakodnevnica .....	9
4. Mladi i informacijsko-komunikacijska tehnologija .....	14
5. Informacijsko-komunikacijska tehnologija kao sredstvo u socijalnim interakcijama mladih..	17
6. Neke posljedice uporabe IKT-e u društvenim životima mladih .....	24
6.1. Pritisak „sveprisutnosti“ .....	24
6.2. „Ljubavne veze bez pauze“ .....	26
6.3. Stres, druženje i IKT .....	28
6.4. Fizička prisutnost i kvaliteta druženja .....	30
7. Istraživanje o korištenju IKT i društvenim interakcijama mladih .....	32
7.1. Ciljevi istraživanja i istraživačka pitanja .....	32
7.2. Metode istraživanja.....	33
7.3. Uzorak.....	34
8. Rezultati istraživanja.....	36
8.1. Rezultati promatranja navika korištenja pametnih telefona za vrijeme socijalnih interakcija mladih.....	36
8.2. Značaj, navike i motivi korištenja pametnih telefona mladih u društvene svrhe.....	39
8.3. Značaj, navike i motivi korištenja pametnih telefona tijekom druženja mladih licem u lice .....	44
8.4. Navike i važnost uporabe pametnog telefona mladih u ljubavnim vezama.....	49
8.5. Društveni pritisci i stres uzrokovan sveprisutnošću mladih na digitalnim platformama...	57
9. Rasprava.....	62
10. Zaključak.....	66
11. Popis korištenih izvora.....	69
12. Dodatak .....	72
Matrica promatranja.....	72
Vodič za dubinski intervju .....	73
Popis kratica i priloga .....	75

## Sažetak

Ovaj rad istražuje ulogu i značaj korištenja pametnog telefona kada je riječ o socijalnim interakcijama mladih. Sam rad sastoji se od dva dijela. U prvom dijelu analiziraju se dostupni podatci o učestalosti uporabe i rastućem društvenom i osobnom značaju pametnih telefona u općoj populaciji te u populaciji mladih – posebice takozvanoj generaciji Z. Pritom se autor rada oslanja na teorijski okvir koji objašnjava osnove digitalnog doba, te opisuje i predstavlja nalaze nekih istraživanja koji upućuju na pojavu nekih zanimljivih posljedica korištenja pametnih telefona poput povećane razine stresa ili straha od propuštanja (FoMO) društvenih aktualnosti, rekonstrukcije procesa ostvarivanja i održavanja ljubavnih veza i prijateljstava.

U drugom se dijelu rada prezentiraju rezultati promatranja navika korištenja pametnih telefona 10 skupina mladih za vrijeme druženja, te rezultati 10 dubinskih intervjua provedenih s pripadnicima generacije Z o važnosti pametnog telefona za društveni život. Prema rezultatima istraživanja, zaključuje se da su mladi za vrijeme socijalnih interakcija razvili funkcionalne navike uporabe pametnog telefona. Prema iskazima ispitanika, autor rada zaključuje da mladi koriste pametne telefona kako bi podigli dinamiku druženja ili „ubili dosadu“. S druge strane, otkriveno je kako su mladi donekle svjesni moralne maksime koja proizlazi iz socijalnih interakcija, prema kojoj bi pametni telefon trebalo izbjegavati za vrijeme druženja budući da uporaba implicira dosadu. Također, zaključeno je da mladi zbog pretjerane osobne dostupnosti generiraju individualne maksime samoregulacije uporabe pametnog telefona – naročito za vrijeme druženja.

Ključne riječi: pametni telefon, socijalna interakcija, strah od propuštanja, navike korištenja pametnog telefona, konstantna umreženost, generacija Z

## Summary

This paper examines the role of smartphone usage among youth during their social interactions. The paper itself consists of two parts. In the first part, data on usage frequencies and personal as well as the global importance of smartphone are being analyzed – especially among so called generation Z. During this analysis, the author relies on a theoretical framework based on some theories of digital culture. In the first part, the author also presents some empirical research data which reveal some interesting new phenomena connected to smartphone usages, such as high level of stress, fear of missing out (FoMO) and new process patterns of friendship and relationship development and sustainment.

For this study, empirical research was conducted. 10 groups of young people were observed during social interactions and 10 in depth interviews with members of generation Z were conducted in order to find out habits, motives, and feelings connected to smartphone usage during social interactions of youth. Thus, in the second part, research results are being presented and interpreted. According to research results, the author concludes that generation Z has developed functional habits regarding smartphone usage during social interactions. When having company and interacting with each other, youngsters primarily use smartphones to avoid boredom and raise interaction dynamics. On the other hand, it is discovered how members of generation Z are mostly aware that social interactions imply abstinence of smartphone usage as a matter of decency. Thus, among users, this is mostly adopted as a principle of behavior. On the other hand, it is concluded that young users of smartphone sometimes feel too available over their smartphones, thus limiting themselves from smartphone usage during social interactions.

Key words: smartphone, social interaction, fear of missing out, smartphone usage habits, constant connection, generation Z

## 1. Uvod

Uporaba pametnog telefona – elektroničke naprave vrlo širokih komunikacijskih mogućnosti – na čitavom svijetu više nije luksuz, a ni rijetkost. Dapače, 74% odraslih u Sjedinjenim Američkim Državama posjeduje pametni telefon (Stress in America, 2017: 1). Od svih vrsta informacijsko-komunikacijskih naprava, mladi danas najviše koriste pametne telefone. Štoviše, 91% mladih (od 18 do 34 godine) u Sjedinjenim Američkim Državama tjedno koristi pametni telefon u prosjeku 18 sati (The Nielsen Comparable Metrics Report Q3, 2016: 4, 6). Europljani, a naročito mladi, ne kaskaju za vršnjacima iz SAD-a. Tako, 93% stanovnika Europske Unije koristi mobilni telefon, od kojih 79% koristi upravo pametni telefon kako bi se spojili na Internet putem kojeg se odvija značajan dio komunikacijskih aktivnosti. Sukladno tome, dobro je naglasiti da 46% građana EU-a drži da je mobilni telefon najvažnije komunikacijsko sredstvo (Special Eurobarometer 438, 2016: 5, 15). Gotovo svi mladi EU-a (od 16 do 24 godine) ili njih 94% „surfa“ internetom putem pametnog telefona (Almost 8 out of 10 Internet users in EU surfed via a mobile or smartphone in 2016..., 2016: 1).

Od različitih sadržaja koji su dostupni putem pametnih telefona, mladi u Europi najviše razmjenjuju instant poruke, traže informacije, zovu nekoga ili pristupaju društvenim mrežama (Vorderer et al., 2016: 699; Special Eurobarometer 438, 2016: 11). Od sadržaja dostupnih na internetu putem pametnih telefona, društvene mreže zacijelo su jedni od najkorištenijih. Tako 65% Europljana pristupa društvenim mrežama putem pametnih telefona (Pouther, 2016: 5). Dnevno objavljivanje sadržaja na društvenim mrežama u Europi najučestalije je u Danskoj, Irskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu, a najmlađi korisnici pametnih interneta su ujedno i najaktivniji korisnici društvenih mreža, s time da 44% njih dnevno objavljuje sadržaje (Special Eurobarometer 438, 2016: 13).

Situacija u Hrvatskoj vjerna je reprezentacija Europe. Pa tako, pametni telefon kao sprava za pristupanje internetu definitivno prednjači sa 75% nad ostalim uređajima. Štoviše, 12% Hrvata provede od 1 do 2 sata na internetu putem mobilnog telefona, dok 14% njih provede 4 ili više sati, a najčešće aktivnosti su komunikacija putem e-maila, traženje korisnih informacija te komunikacija putem „chat aplikacija“ i posjećivanje društvenih mreža (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2017: 15). Kao i u cijeloj Europi, mladi u Hrvatskoj od 18. do 34. godine



života, najčešće koriste Internet, s time da 87% njih koristi Internet za e-mail, 84% za komunikaciju putem „chat aplikacija“, a 81% za posjećivanje društvenih mreža. Najpopularnija društvena mreža u Hrvatskoj je Facebook koju posjećuje oko 43% Hrvata više puta dnevno, dok su na drugom mjestu Instagram i Google plus. Posebno je važno kazati da prve tri radnje koje korisnici Facebooka rade dok su online redom su komunikacijske aktivnosti usmjerene na socijalnu interakciju ili koheziju, a to su: dopisivanje s prijateljima (50%), kontakt s rodbinom ili prijateljima s kojima se ne kontaktira često (44,4%) te praćenje toga što prijatelji čine (38%) (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2017: 18).

Navedeni podaci ukazuju na vrlo učestalu uporabu on-line komunikacijskih alata putem mobilnih uređaja što pokazuje da zapadnjaci, a naročito mladi značajan dio svog vremena provode komunicirajući s društvom ili obitelji i to bilo gdje ili bilo kada. Štoviše, pametni telefoni danas omogućavaju korisnicima neprestanu umreženost na komunikacijskim servisima.

Takva dostupnost i sveprisutnost komunikacije, nadziranja i praćenja vlastite društvene zbilje, mlade izlaže gotovo neprestanoj komunikaciji. Poznato je da takva razina dostupnosti mobilne komunikacije značajno utječe na motivaciju korisnika da doista što češće sudjeluju u digitalnoj komunikaciji. Štoviše, tolika razina dostupnosti motivirajuća je naročito za mlade korisnike, a poznato je da stvara i stanovite psihološke pritiske poznatije kao „FoMO“ (eng. *fear of missing out*) (Vorderer, 2016: 5). Bojazan propuštanja društveno relevantnih zbivanja ili informacija koje su percipirane kao neophodne za dobro funkcioniranje u vlastitom društvenom okružju samo je jedan od motivirajućih faktora koji mlade korisnike komunikacijskih servisa „tjera“ na stalnu prisutnost na komunikacijskim servisima. S time povezano, mladi također osjećaju pritisak što prije odgovoriti na poruku, što prije vidjeti novu prispjelu obavijest na pametnom telefonu, biti što bolje povezani s partnerom ili prijateljima, a to sve uzrokuje stres. Recentna istraživanja pokazuju da korisnici pametnih telefona koji češće provjeravaju zbiva li se štogod novo na komunikacijskim mrežama, ujedno su i pod većim stresom (Stress in America, 2017: 2).

Tema ovog diplomskog rada su motivacije mladih za čestu uporabu pametnih telefona tijekom socijalnih interakcija licem u lice s vršnjačkim društvom te frekventnost uporabe pametnih telefona tijekom spomenutih interakcija. Budući da su društvene interakcije licem u lice *par excellence* primjer druženja, generalni cilj ovog rada jest istražiti koliko često mladi

koriste pametne telefone za online druženje ili slične aktivnosti upravo za vrijeme druženja „uživo“, te koji su najčešći osobni motivi korisnika za takvo ponašanje.

Rad će se sveukupno sastojati od 10 poglavlja računajući uvod. U drugom poglavlju opisati će predmet istraživanja, to jest definirati će moderne pritiske mladih koji ih tjeraju da budu neprestano umreženi na online komunikacijskim alatima putem pametnih telefona. Također će definirati mlade kao skupinu koju će istraživati te izložiti relevantnost teme u suvremenom istraživačkom diskursu. U trećem i četvrtom poglavlju opisati će ulogu moderne informacijske tehnologije u suvremenom društvu te navesti razinu upotrebe istih, te će predstaviti odnos suvremene digitalne tehnologije i mladih. U petom će poglavlju prikazati ulogu informacijsko-komunikacijske tehnologije u socijalnim interakcijama mladih, s posebnim naglaskom na pametnim telefonima i komunikacijskim servisima te društvenim mrežama. U šestom će poglavlju detaljnije opisati nove momente koji se vezuju uz pojavu učestale uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije u kontekstu navika, motivacija i pritisaka za uporabu istih. U sedmom poglavlju opisati će vlastito istraživanje, svrhu i ciljeve, metode te uzorak. U osmom će poglavlju prikazati rezultate istraživanja. Deveto poglavlje biti će rasprava, a u desetom će prezentirati zaključke istraživanja.

## 2. Predmet istraživanja

Informacijsko-komunikacijska tehnologija (IKT) jest „djelatnost i oprema koja čini tehničku osnovu za sustavno prikupljanje, pohranjivanje, obradbu, širenje i razmjenu informacija različita oblika, tj. znakova, teksta, zvuka i slike“ («informacijska i komunikacijska tehnologija»). Prema definiciji slijedi da među opremu IKT-e spada i pametni telefon (eng. *smartphone*) kojeg mladi (vidi 3. poglavlje) koriste više od svih ostalih uređaja IKT-e, budući da pametni telefon omogućava: „surfanje“ internet portalima, uporabu društvenih mreža, komunikaciju putem komunikacijskih servisa za instant razmjenu poruka, uspostavu poziva, slanje SMS-a i sl. No, ono što je zanimljivo jest koliko i kada sve mladi koriste svoj pametni telefon da bi se informirali, zabavljali ili komunicirali. Kao što smo već naznačili u uvodu, uporaba IKT-a, a naročito mobilne telefonije među općom populacijom te posebice mladima, raste iz godine u godinu. Primjerice, od siječnja 2006. do listopada 2015. broj kućanstava Europske Unije u kojima se koristi isključivo mobilna telefonija porastao je s 18% na 33%, s time da je u istom razdoblju broj kućanstava koji koriste samo fiksnu telefonsku liniju opao s 18% na 3%. Naravno, najmlađi korisnici pametnih telefona su ujedno i oni koji najčešće objavljuju sadržaje na društvenim mrežama, koriste instant poruke ili telefoniraju putem internet aplikacija (Special Eurobarometer 438, 2016: 14, 17).

Stoga, predmet istraživanja ovog diplomskog rada jest intenzitet korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije, točnije pametnih telefona, za vrijeme socijalnih interakcija mladih. Preciznije govoreći, istraživat će se (1) koliko svaki pojedini član nekog društva ili skupine mladih za vrijeme socijalne interakcije licem u lice poseže za pametnim telefonom jer mladi, između ostaloga, koriste Internet kako bi komunicirajući bili u dobrom kontaktu sa svojim širim društvom, prijateljima i partnerima (Being young in Europe today, 2015: 203).

Nadalje, budući da istraživanja potvrđuju fenomen „stalnih provjeritelja“ (eng. *constant checker*), tj. korisnika IKT-e koji svakih nekoliko trenutaka provjeravaju jesu li primili novu obavijest, e-mail, poruku ili što se novo zbiva na društvenim mrežama (Stress in America, 2017: 1), u posljednjih nekoliko godina poprilično je velik interes istraživača za motivima, razlozima ili uzročnicima kao i posljedicama stalne spojenosti korisnika na online komunikacijske ili

društvene aplikacije. Tako su istraživani fenomeni poput „straha od propuštanja“ ili FoMO (eng. *fear of missing out*), kojeg Przybylski i suradnici (2013: 1841) definiraju kao „prožimajuće strahovanje da drugi imaju iskustvo (društvene) nagrade koje subjekt nema budući da je odsutan, pa se FoMO karakterizira kao želja da se kontinuirano bude u kontaktu s onim što drugi rade“. Također, kada je riječ o motivaciji za stalnom umreženošću i kontinuiranim provjeravanjem novosti na pametnom telefonu, istraživan je „strah od isključivanja“ (eng. *fear of ostracism*) što je konceptualno vrlo slično FoMO-u, samo što se u ovom slučaju korisnik boji da će, ukoliko nije stalno u kontaktu s onim što njegovi vršnjaci, društvo ili grupa čini na društvenim mrežama, utoliko ostati isključen iz društvene skupine. Te vrste strahova motiviraju mlade da budu „stalno umreženi“ (eng. *permanently connected*) što znači da komunikacija nije povremena i s nekom naročitom svrhom ili ciljem, već biti spojen na društvene mreže postaje stilom života (Vorderer et al., 2016: 694, 698). Nadasve, istraživano je kako takva ekstenzivna uporaba pametnih telefona i konstantna povezanost utječe na emocionalno zdravlje, razinu stresa i ponašanje korisnika (Elhai et al., 2017; Murdock, 2013; Vorderer et al., 2016; Su, 2015; Mai et al., 2015,). Generalno, rezultati istraživanja pokazuju da ekstenzivna uporaba pametnih telefona stvara ili pojačava FoMO, strah od isključivanja i uglavnom negativno utječe na emocionalno zdravlje korisnika, pojačavanjem razine stresa te razvijanjem depresivnog raspoloženja ili anksioznosti.

Stoga će u ovom radu predmet istraživanja biti (2) motivi, razlozi, emocionalna stanja i razmišljanja mladih ljudi o stalnoj umreženosti na online komunikacijskim aplikacijama ili aplikacijama druge namjene putem pametnih telefona s posebnom usredotočenošću na stalnu online komunikaciju za vrijeme socijalnih interakcija licem u lice. Valja napomenuti da pod „socijalnom interakcijom“ podrazumijevamo bilo koji oblik druženja mladih ljudi za vrijeme kojeg jedni u prisustvu drugih međusobno razmjenjuju informacije na istom fizičkom mjestu u isto vrijeme. Iako se mladi „druže“ i online, radi jasnoće i preciznosti, samo interakciju licem u lice nazivat ćemo „socijalnom interakcijom“.

Dodatno, ovaj rad se bavi upravo navikama korištenja pametnih telefona mladih zato jer su mladi najaktivniji korisnici istih pa stoga pretpostavljamo da su njihova razmišljanja, emocije, motivi te navike najbolja reprezentacija utjecaja stalne umreženosti na ljude. U ovom radu, istražit će se mlade srednjoškolce i studente te posebice one u dobi između 17 i 19 godina starosti života. S obzirom na takav raspon godina, istraživana skupina spada u tzv. generaciju Z u

koju spadaju osobe rođene između 1995. i 2012. godine («Generations X, Y, Z and the others»). Termin „generacija Z“ uglavnom se upotrebljava kako bi se ukazalo na pojedine socijalne specifičnosti osoba koje su odrasle te koje su se socijalizirale u tehnološki bogatom svijetu razvijenih zemalja (Internet i IKT sastavni su dio njihovog života). Neka od pozitivnih obilježja generacije Z su proaktivno učenje, vještine usmjerene na rješavanje problema, prikupljanje informacija te globalna i lokalna osviještenost, dok su negativna obilježja izoliranost, problemi s koncentracijom, lijenost, depresija i sl. (Issa et Isaias, 2016). Uglavnom se dotične negativne (donekle i pozitivne) osobine, kao što ćemo pokazati u radu, vezuju uz ekstenzivnu uporabu IKT-e, što je dobar indikator naravi digitalno-komunikacijskih navika mladih „Z-ovaca“.

### 3. Suvremena informacijska tehnologija i socijalna svakodnevnica

Suvremena informacijska tehnologija značajno je promijenila društvo. Pojeftinjenjem, inovacijama i osuvremenjivanjem digitalne tehnologije, dobavljanje dobara, komunikacija, poslovanje, zabava, učenje pa i ostali segmenti života postali su brži, pristupačniji, jeftiniji i jednostavniji. Zsigurno, jedan od glavnih uzročnika toga jest umreženost digitalne informacijsko-komunikacijske tehnologije. Umreženost digitalnih komunikacijskih sustava u globalne informacijske mreže učinio je protok informacija toliko brzim i efikasnim, a sama pristupačnost dotičnih sustava pospješila sveprisutnost mreža koja je transformirala moderno društvo. Zbog toga, Jan van Dijk piše da 21. stoljeće možemo s pravom nazvati stoljećem „mreža“ ili stoljećem umreženosti u smislu da digitalne mreže postaju „centralnim živčanim sustavom našeg društva te da možemo očekivati da će ta infrastruktura imati veći utjecaj na naše čitavo društvo i osobne živote nego što je imala izgradnja cesta za transport dobara i ljudi u prošlosti“ (2006: 2). Naravno, ono što je toliko značajno u pogledu spomenute umreženosti jest upravo protok informacija. Stoga, 20. i 21. stoljeće sigurno možemo nazvati stoljećem komunikacijske revolucije.

Prema van Dijk (2006: 4) komunikacijska revolucija može biti strukturalna i tehnološka. Strukturalna obuhvaća temeljne promjene u komunikacijskoj domeni prostora i vremena. Tako se komunikacija odvija na jednom ili s više mjesta te sinkrono ili asinkrono. Pored izuma pisma, van Dijk piše da je posljednja revolucija – digitalna – spojila prostor i vrijeme te omogućila sinkroni ili asinkroni prijenos slike, zvuka i teksta „online“ ili „offline“, putem osobnih računala ili drugačije. Tehnološki aspekt komunikacijske revolucije podrazumijeva promjene u strukturi veza, pojavi umjetne memorije i njezine reprodukcije (2006: 5). Doista, od 2008. do danas, jedna te ista naprava služi za svekoliku multimedijalnu komunikaciju:

računalo se ponaša kao televizija, društvena mreža, mobilno radno mjesto, a ako je potrebno, služi i kao telefon s optimalnim video sučeljem. Cijene osobnih računala kontinuirano opadaju te većina ljudi već koristi osobni telefon kako bi organizirali informacije, komunicirali putem elektroničke pošte, slali slike i video linkove prijateljima, slušali glazbu te pronašli put hodajući gradom. (Ramasubramanian, 2010: 26)

Ipak, prema van Dijk (2006: 6), ključna promjena načina na koji danas komuniciramo nije u minimiziranju razlike između prostora i vremena koje omogućava komuniciranje s nekim bilo gdje i bilo kada. To je prema autorici evolutivni proces započet u 19. stoljeću. Pravi revolucijski moment jest pojava digitalnog koda, te integracija i interaktivnost novih medija.

Dakle, digitalna revolucija temelj je nove komunikacijske revolucije, a ona podrazumijeva računala koja procesuiraju informacije u diskretnom obliku, tj. programi digitalnih računala – njihova sintaksa – pisani su u binarnom kodu koji se sastoji od 1 i 0. Računala prema instrukcijama ili algoritmima procesuiraju kombinacije 1 i 0 kako bi organizirala ili analizirala velik broj podataka (Digital computer, 2016). To jest osnova i definicija svakog digitalnog računala među koje ubrajamo i modernu IKT-u, napose pametne telefone.

Pod integracijom medija podrazumijeva se zapravo konvergencije. Konvergencija medija jest proces „toka sadržaja kroz nekoliko medijskih platformi, kooperacija između medijskih industrija, te migracijsko ponašanje publike koja će konzumirati gotovo sve u potrazi a zabavnim sadržajima kakve žele“ (Jenkins, 2006: 1). Naravno, konvergencija u smislu integracije telekomunikacija, podatkovnog prometa i masovne komunikacije u jedan medij jest proces koji nove medije čini multimedijalnim (van Dijk, 2006: 7).

Posebnost novih medija jest, također, i interaktivnost. Interaktivnost novih medija jest strukturalna karakteristika koja označava mogućnost uspostave „akcije i reakcije“ ili multilateralne komunikacije sinkrono ili asinkrono na istom ili različitom mjestu pri kojoj pošiljalatelj i primatelj poruke mogu izmjenjivati uloge (van Dijk, 2006: 8). Valja naglasiti da se interaktivnost u okviru novih medija uspostavlja između osoba ili osobe i računala. José van Dijck u knjizi *The culture of connectivity* u kojoj tematizira načine na koji su društvene mreže i napose uporaba interneta promijenile socijalnu zbilju, piše da je upravo izum Web-a 2.0 prekretnica u ljudskoj kreativnosti i načinu socijalizacije budući da je Internet tada postao interaktivan. Interaktivnost interneta je otvorila mnoštvo mogućnosti za spajanje ljudi, što je rezultiralo masovnom pojavom društvenih platformi, među kojima su najveći poligon za „online socijalizaciju i kreativnost“ one stranice koje omogućavaju korisnički generiran sadržaj (eng. *user generated content*) te društvene mreže (str. 8).

Doista, sveprisutan Internet i IKT transformirali su društvo. U 2017. godini, prema dostupnim podacima, svake minute na YouTube učitava se 300 sati video uradaka. 5 milijardi video uradaka pogleda se svakoga dana na YouTubeu, a preko 30 milijuna posjetitelja učitava YouTube stranicu. U prosjeku 3.25 milijardi sati videa je pogledano svaki mjesec na YouTubeu (Donchev, 2017). U prosincu 2016., diljem svijeta, bilo je 1.15 milijardi dnevno aktivnih korisnika Facebooka. U istom mjesecu 1.74 milijardi aktivnih korisnika je na pametnim telefonima. Pet novih profila otvoreno je svake sekunde, 300 milijuna slika učitano je svakoga dana, prosječno vrijeme provedeno na Facebooku po posjeti jest 20 minuta, svakih 60 sekundi se objavi 510,000 komentara, 293 tisuće statusa te 136 tisuća slika (The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated April 2017). Od osnutka 2010. do kraja sječnja 2017. na Instagram je učitano 40 milijardi fotografija, te ima 30 milijuna aktivnih korisnika. Dnevno se na Instagram učitava 95 milijuna slika, te sajt bilježi 4.2 milijuna „lajkova“ dnevno (Aslam, 2017). Ovi podatci donekle opravdavaju sintagmu koja se pripisuje modernom društvu, a ta jest da je moderno društvo „informatijsko društvo“. Jan van Dijk (2006: 19) pojašnjava dotičnu sintagmu kazujući da je informatijsko društvo ono u kojem:

informatijski intenzitet svih aktivnosti postaje toliko jak da vodi društvu zasnovanom na znanosti, racionalnosti i refleksivnosti (...) ekonomiji karakteriziranoj informatijskom produkcijom; tržištem rada (...) uvelike zasnovanom na zadacima procesuiranja informacija (...) te društvom u kojem dominiraju mediji i informatijski proizvodi.

Doista, protok informacija u osnovi je modernog zapadnog društva. Prema metapodacima istraživanja kojeg je provela Boulianne (2015: 531), izgleda da postoji pozitivna korelacija između učestalosti uporabe društvenih mreža i izglednosti da će korisnik sudjelovati u javnom, tj. političkom životu (iako se čini da ne postoji pozitivna korelacija između korištenja društvenih mreža i izglednosti izlaska na izbore). Društvene mreže doista prožimaju politički i društveni diskurs. Vrlo popularno je čitati vijesti na društvenim mrežama. Štoviše, 51% stanovnika svijeta koristi društvene mreže kako bi se informirali o novostima, a svakom desetom korisniku one su i glavni izvor vijesti, dok isto vrijedi za 28% mladih (18-24 godine). Naravno, zbog brzine, dostupnosti i opće praktičnosti, raste broj ljudi (53%) koji koriste upravo pametni telefon kako bi čitali vijesti, dok uporaba osobnog računala ili tableta opada (Reuters Institute Digital News Report 2016: 8). Pored spomenutog, sve više ljudi danas obrazuje se i zabavlja putem digitalnih kanala. Dostupnost literature, obrazovnih video uradaka, igara i zabavnih sadržaja iz godine u



godinu raste, a s njom i broj korisnika. U SAD-u, jedan od sedam studenata u 2014. godini upisao je neke od kolegija studijskog programa na daljinu što podrazumijeva online slušanje kolegija i polaganje ispita. Točnije, 60% studenata privatnih fakulteta čiji se program plaća, te 27% studenata javnih institucija upisalo je barem jedan kolegij na daljinu ( Elaine Allen et all. 2016: 11, 12). U pogledu zabave, zgodno je spomenuti da 63% kućanstava SAD-a ima barem jednog člana koji igra video igre 3 ili više sati tjedno, s time da 48% najučestalijih igrača igra video igre sa socijalizacijskom komponentom (Essential Facts, 2016).

Kao što je već spomenuto u uvodu, moderno društvo prožeto je digitalnim medijima. Gledano na dnevnoj bazi, u SAD-u, uporaba pametnih telefona među odraslim osobama u prvom kvartalu 2016. godine, dnevno je porasla za 60% u odnosu na 2015. (The Nielsen Total Audience Report Q1, 2016: 3, 5). Ovaj ogroman skok u samo godinu dana pokazuje pravi rast uporabe smartphonea koji sigurno indicira i važnost te praktičnost njegove uporabe, a zasigurno i kvantitetu. U Europskoj uniji više od 80% osoba između 16 i 74 godine života koristilo je Internet u 2016. godini, s time da je najučestalije surfanje putem pametnih telefona s visokih 79%; zatim slijede laptopi (64%), a potom stolna računala (54%) i tableti (44%). Naravno, najmlađa kohorta (16-24 god.) najviše koristi mobitele za pristupanje internetu, i to uglavnom 94% (Almost 8 out of 10 Internet users in EU surfed via a mobile or smartphone in 2016..., 2016: 1). Dakle, na razini Europe, među IKT-om, pametni je telefon glavno sredstvo pristupanja internetu, posebice među mlađom populacijom.

U Hrvatskoj, Američki i Europski trend se nastavlja. Pa tako, 72,8% građana više puta dnevno koristi Internet kao medij, dok ga 20% ne koristi uopće, a onih koji ga koriste gotovo svaki dan ima tek 6%, što pokazuje da među građanima koji koriste Internet, ili ga koriste intenzivno ili ga gotovo ne koriste. Također valja spomenuti da se Internet najviše koristi kod kuće (78%) i na poslu (48%), no koristi se i u prijevoznim sredstvima – javnom prijevozu (32%) i osobnom automobilu (17,3%) što pokazuje da je Internet sveprisutan – naročito u pokretu (mobilni pristup internetu), te da građani mogu koristiti IKT-u gotovo gdje god i kada god to zažele. Oko 50% stanovnika koristi Internet kao prvu stvar ujutro, a 30% navečer. Malo više od četvrtine građana koristi Internet više od 4 sata dnevno, dok ih oko petine koristi između 3 i 4 sata dnevno. Valja napomenuti da je Internet u Hrvata glavno sredstvo informiranja te građani vjeruju da je najpouzdaniji, vjerodostojniji i najinformativniji mediji od svih ostalih. Najviše se

prate vijesti iz Hrvatske, lokalne vijesti, show i zabava. Ono što je interesantno jest da 70% građana surfa dok gleda TV. U pogledu uređaja kojima se korisnici služe kako bi surfali internetom, pametne telefone najviše koriste od 1 do 2 sata dnevno (16,1%), a zatim slijedi grupa koja koristi 4 i više sati (14,3%). Laptop također koriste na sličan način kao i mobitel, pa tako 12% korisnika od 1 do 2 sata surfa internetom putem osobnog računala. Internet građani najviše koriste za potrebe elektroničke pošte (eng. *e-mail*) (74,6%). Za komunikaciju putem Vibera, Facebooka ili Messengera, 63,9% građana koristi Internet, dok 61,1% građana koristi Internet kako bi posjetili društvene mreže. 28,3% građana ne koristi društvene mreže u Hrvatskoj, a od onih koji ih koriste, 17,4% njih koristi društvene mreže 1-2 sata dnevno, 11,1% 2-3 sata, 8% 3-4 sata, a 7,8% više od 4 sata dnevno. Facebook, YouTube, Instagram i Google plus najkorištenije su društvene mreže u Hrvata. Na YouTubeu najviše se prate glazbeni sadržaji te komedija i zabava (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2017: 5-8, 15, 17-19).

Sudeći prema podacima, doista se čini da digitalna tehnologija zasjenjuje svoje prethodnike i postaje dominantno sredstvo socijalizacije u životima ljudi danas. Štoviše, pametni telefoni prednjače, a tomu je zasigurno tako radi intuitivnosti i jednostavnosti njihova korištenja te dinamičnosti koju nude u pogledu obavljanja raznih komunikacijskih radnji. Gotovo da ne postoji društveno obilježena radnja koju je moguće obaviti na laptopu ili tabletu, a da istovremeno nije moguće i na pametnom telefonu. Dapače, telefon je ovdje u prednosti s mogućnostima razgovora, sms-a, mms-a, pristupanja društvenim mrežama i instant čavrljanju. Dodatna je razlika ta da su pametni telefoni pristupačniji za korištenje upravo radi dimenzija koje pridonose velikoj mobilnosti samih uređaja. Što se samih društvenih navika tiče, izvjesno je da je Internet „mjesto“ gdje se odvija značajan dio socijalnog „prometa“, naročito za mlade ljude. Ako se bolje promotre podatci, razvidno je da ljudi najviše koriste umrežene pametne telefone upravo kako bi komunicirali – bilo direktno, putem specifičnih aplikacija, bilo indirektno, putem društvenih mreža. Dakle, s pravom možemo ustvrditi da je današnje doba ujedno i doba digitalne komunikacije koja se zavukla u svakodnevicu ljudi – ma gdje god oni bili – i to u obliku pametnih telefona kao glavnih digitalnih društvenih medijatora.

## 4. Mladi i informacijsko-komunikacijska tehnologija

Mlađe generacije, počevši od popularno prozvanih tzv. Milenijalaca (rođeni 1977.-1994.) pa sve do moderne tzv. generacije Z (rođeni 1994.-2012.) (»Generations X, Y, Z and the others«), odrasle su uz modernu tehnologiju, počevši od televizije, radija, kazetofona, VHS kazeta i snimača, popularnog „walkmana“, CD i DVD diskova pa sve do izuma web 2.0 1991. koji je omogućio intertekstualnu online komunikaciju (van Dijck, 2013: 5). Web 2.0 popratio je razvoj računala i mobilne telefonije pa i digitalne tehnologije općenito, koja je danas neupitno dominantna među mladima, naročito u pogledu socijalizacije.

Termin „generacija Z“, u širem profesionalnom i javnom diskursu koristi se u svrhu psiho-socijalne profilacije osoba rođenih nakon 1994. godine. Generalno gledano, pripadnici ove generacije, pogotovo oni rođeni od 2000. naovamo odrasli su s računalom u rukama. Oni su osnovno i srednjoškolsko obrazovanje proveli intenzivno „skrolajući“ sadržaje društvenih mreža. Stoga je prirodno pretpostaviti da je pametan telefon u potpunosti promijenio paradigmu mladenaštva i mladenačke komunikacije kao nečeg spontanog i kratkog druženjem lice u lice. I doista, istraživanja pokazuju da pripadnici generacije Z nabavljaju svoj prvi pametni telefon kao najmlađi od svih prijašnjih generacija. Oni između 13 i 17 godina života su s 12 godina dobili svoj prvi pametni telefon, dok su oni između 18 i 24 dobili isti s 16 godina, a oni u dobi između 25 i 34 s 20 godina („The Mobile-First Mindset of Gen Z“, 2016). Posjedovanje pametnog telefona za mlade je od vrlo velike važnosti budući da je upravo pametni telefon vrlo „okretno“ sredstvo koje omogućava vrlo velik spektar komunikacijskih radnji, a mladima je komunikacija vrlo bitna, piše David Matsumoto, budući da je ona sredstvo i cilj socijalne interakcije koja je vrlo važna u adolescenciji (2009: 405). I doista, prema gore citiranoj brošuri „The Mobile-First Mindset of Gen Z“, mladi (13-17 god.) od IKT-e najviše koriste pametne telefone (78%), dok su Laptop i TV na drugom i trećem mjestu s 69 i 68 posto. Štoviše, prema tom istom istraživanju, ista dobna skupina najčešće dnevno gleda online video sadržaje (71%), potom koriste aplikacije za dopisivanje (52%), te na trećem mjestu koriste društvene mreže (51%). U SAD-u, 38% mladih (13-17 god.) preferira stupati u kontakt s ljudima uz pomoć pametnih telefona, tj. aplikacija za razmjenu poruka i sms-ova, dok licem u lice preferira tek 15%. „Digitalno ja“ za mlade Z-ovce izuzetno je važno jer gotovo polovina smatra važnim broj pratitelja na vlastitim profilima na društvenim mrežama.

U pogledu aktivnosti koje mladi – od 18 do 24 navršene godine života – u Hrvatskoj najčešće rade online (Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2017: 14), tu su: pristupanje email-u (87,5%), komuniciranje putem Messengera, Vibera ili Facebooka (84,4%) te posjećivanje društvenih mreža ili traženje korisnih informacija (81,7%). Ponovno, jasno je vidljivo da su komunikacijske radnje u službi socijalizacije dominantne.

Ono što se naročito čini zanimljivim, a tu zanimljivost sugeriraju podatci o učestalosti korištenja medija, jest da mladi zasigurno ne koriste medije u čisto funkcionalne svrhe poput pojedinačnog ciljanog odašiljanja i primanja poruke ili potražnje informacije u sasvim određene svrhe. Prije je izgledno da su mladi jednostavno „online“. Čini se da su komunikacijski dostupni i spremni na razgovor neovisno o drugim aktivnostima ili višestruko raznolikim okolnostima u kojima se nalaze tijekom dana. Budući da im pametni telefoni uglavnom služe za komunikaciju, a sam pametni telefon uvijek je negdje nadomak ruke, mladi su uvijek prisutni – uvijek nadomak ruke za svaki komunikacijski zahtjev. Slično primjećuje Vorderer i suradnici citirajući prof. Sherry Turkle (2016: 694, 695) da „dok su [mladi] online, oni se ponekad ne uključuju s nekim specifičnim zadatkom ili porukama; oni su jednostavno »tamo«, online i »zajedno« s drugima, a takvo se ponašanje najsnažnije manifestira upravo za vrijeme situacija koje ne zahtijevaju njihovu koncentraciju poput čekanja u redu“. Naravno, čekanje u redu je samo jedan primjer, a mogli bismo ih nabrojati mnogo više poput vožnje u javnom prijevozu, zatišja u razgovoru s društvom, prikriivanja nelagode, opće dokolice ili dosade i sl. Također, postavlja se pitanje kakve komunikacijske navike ovakvo ponašanje polučuje, jer se čini da stalna povezanost ili bivanje „online“ uzrokuje stalno provjeravanje informacijskog centra pametnog telefona o novo pristiglim porukama, elektroničkoj pošti ili novostima na društvenim mrežama. Rasvjetljujuć je podatak da čak 65% odraslih u Americi stalno ili vrlo često provjeravaju pristiglu elektroničku poštu, „dok 52% i 44% čine isto za sms-ove ili društvene mreže“ (Stress in America, 2017: 3), što je ujedno i vrlo stresno (vidi 6. poglavlje). Dotične oblike ponašanja Vorderer i suradnici (2016: 695) svrstali su pod dva različita pojma, a to su „trajno online“ (PO – eng. permanently online) i „trajno umrežen“ (PC – eng. permanently connected), Prvi pojam podrazumijeva „otvoreno ponašanje u obliku ekstenzivne uporabe elektroničkih medija“, dok drugi podrazumijeva „psihološko stanje trajne komunikacijske prisutnosti“. Jedan pojam ne podrazumijeva drugi i moguće je da se u korisnika pojavi samo jedan od spomenutih. Prema istraživanju koje su gore spomenuti znanstvenici proveli na njemačkom sveučilištu, većina

studenata uzorka spaja se na Internet putem mobilne mreže i bežične lokalne mreže (WLAN) tako da su „zadovoljeni preduvjeti za potencijalnu PO/PC“ (str. 698). Prema rezultatima, 49% studenata koristi mobitel nekoliko puta u jednom satu, i to najčešće prakticirajući instant dopisivanje putem aplikacija, provjeravajući koliko je sati, društvene mreže ili pozive (str. 699). U pogledu toga za vrijeme kojih situacija mladi najčešće jesu PO/PC, istraživanje je pokazalo sljedeće: za vrijeme čekanja u redu, u javnom prijevozu, kada su studenti sami kod kuće ili na predavanju (str. 697).

Kao što je moguće zaključiti iz priloženog, mladi su u punom smislu riječi djeca medija i tehnologije – naročito komunikacijske. Njihova obilježja su vizualnosti, brzina, umreženost, neovisnost i pokretljivost. Sadržaji koje prate i gledaju, kao što je navedeno, najčešće su online i multimedijalni su. Mladi su na internetu gotovo uvijek i to bilo gdje – gdje je Internet dostupan. Pametni telefon u tom je pogledu najfunkcionalnija moguća naprava. Prenosiv je i vrlo se lako spaja na Internet ekonomičnim brzinama i cijenom. Također, mlade osobe komunikacijski su proaktivne. Dijele sadržaje i prate zbivanja na društvenim mrežama, šalju sms poruke i poruke putem ostalih komunikacijskih aplikacija, te svakako razgovaraju, bilo video pozivima, bilo uobičajenim putem. Zanimljivo je kako mladima život bez IKT-e očito nezamisliv, a neke uobičajene procedure i ponašanja poput stupanja u kontakt licem u lice, mladima je draže putem digitalnih kanala. Sve ovo govori da je moderna generacija mladih suživjela sa IKT-om i za njih su oni sastavni dio velikog broja svakodnevnih socijalnih i ne socijalnih aktivnosti. Dapače, mogli bismo kazati da je moderna generacija inkorporirala IKT u svaki segment života koji ga dopušta. Tome u prilog govori činjenica da kada god mladi nisu u društvu koje zahtjeva pažnju ili kada god ne obavljaju neku aktivnost koja zahtjeva njihov direktni nedigitalni psihološki angažman, oni se na neki način služe IKT-om, tj. prvenstveno pametnim telefonom. Iako, istraživanja pokazuju da mladi danas koriste IKT-u čak i u društveno bogatim kontekstima koji inače ne podrazumijevaju uporabu IKT-om (Vorderer, 2015), što je ujedno i tema istraživačkog dijela ovoga rada.

## 5. Informacijsko-komunikacijska tehnologija kao sredstvo u socijalnim interakcijama mladih

Informacijsko komunikacijska tehnologija trajno je promijenila mladenačku komunikaciju u odnosu na pred-mobilno doba ili doba prije pojave suvremene mobilne komunikacije, odnosno pametnog telefona kao naprave i Interneta kao digitalnog medija koji posreduje mnoštvo komunikacijskih aplikacija. Sama mladenačka interpersonalna komunikacija podrazumijeva interakciju koja je definirana kao pojam vezan uz „mikro-sociološke studije društvenih procesa koji podrazumijevaju sastajanje licem u lice te konteksta u kojem ljudi djeluju jedni spram drugih“ (Turner, 2006: 304). U ovom poglavlju razmatrat ćemo kakva je uloga IKT-e u socijalnim interakcijama mladih, odnosno na koji način mladi koriste IKT da bi se povezivali i družili se.

Quinn i Oldmeadow (2013: 137) pišu da je „online svijet danas snažno utkan u socijalni život mladih“, naročito dječaka, budući da među mladim adolescentima (10-13 godina) iskrena međusobna komunikacija o sebi samima podiže kvalitetu prijateljstava. Specifičnije govoreći, njihovo je istraživanje pokazalo da dječaci u dobi od 9 do 13 godina značajno profitiraju od korištenja društvenih mreža budući da korištenje koreliraju sa osjećajem društvene pripadnosti, tj. pripadnosti grupi, dok za djevojčice ista korelacija, prema njihovom istraživanju, ne vrijedi (str. 137). Istraživači pretpostavljaju da je za dječake koji su u dotičnoj dobi inače manje skloni dijeljenju intime u društvu, društvene mreže koriste kao dobar poligon za eksperimentiranje ili navikavanje na prisnu komunikaciju budući da gore spomenuta korelacija kopni s odmicanjem godina. Nadalje, spomenuta prednost digitalne komunikacije nije jedina. Naime, Jung et al. (2005: 79) pokazali su da je za mlade iz Singapura, Taipeia i Seula „dostupnost pomoći vezane uz uporabu Interneta kao medija putem samog Interneta, snažan faktor širenja i jačanja osjećaja povezanosti, te poticaj za inkorporacijom Interneta u centar svojeg života“. Štoviše, rast dionika adolescentskog društva koji koriste Internet, povećava samu dioničku povezanost za Internet. Budući da je danas uporaba interneta veća nego ikada među što većom populacijom, sama povezanost postaje društveno jako važna, kao i tehnološki medij koji ju najviše posreduje, a to je pametni telefon.

Pretpostavka jest da online komunikacijske platforme kao relativno dobro kontrolabilno okruženje, služe kao dodatni poligon za eksperimentiranje i razmjenu osjetljivih informacija pored interakcija licem u lice koje su inače manje kontrolabilne s obzirom da ih prožima spontanost. Kontrolabilnost se odnosi na odabiranje osobnog sadržaja koji će se dijeliti, vremena kada će se stupati u kontakt te kako će određeni sadržaj biti prikazan.

Sveukupne promjene ili ulogu IKT-e u socijalnim interakcijama mladih možemo provizorno podijeliti u 3 domene koje su relevantno važne za ovaj rad, a od kojih ćemo svaku zasebno razmotriti u ovom poglavlju. Tri domene utjecaja IKT-e podijelit ćemo na: a) uloga IKT-e u koordiniranju osobnim identitetom kao temeljnim medijem u socijalnim interakcijama, b) uloga IKT-e u prijateljstvima mladih i c) uloga IKT-e u romantičnim vezama mladih.

Prva domena, dakle, jest ona osobnog identiteta u digitalnom svijetu. Pritom, prvenstveno se misli na konstrukciju identiteta na društvenim mrežama ili sličnim digitalnim platformama putem kojih se mladi udružuju ili spajaju radi razmjene mišljenja, fotografija, video uradaka, kontakata, pomoći i slično. Digitalni identitet važan je za shvaćanje uporabe IKT-e u socijalnim interakcijama mladih jer se čini da mladi koji intenzivnije koriste digitalne mreže kako bi utjecali na svoj socijalni status ili socijalnu okolinu, mnogo drže do svojih digitalnih identiteta budući da upravo putem svojih korisničkih profila – koji su temelj društvene interakcije na društvenim mrežama – stupaju u svaku drugu komunikacijsku aktivnost na društvenim mrežama. Preciznije govoreći, mladima upravo zbog prirodosti i učestalosti korištenja, digitalni identitet ne služi kao zamjena ili dodatak „offline“ identitetu, već kao „prirodna“ ekstenzija ili nadopuna „offline“ identiteta. Tome u prilog govori i sama činjenica da generacija Z svoje identitetski formativno razdoblje paralelno prolazi „on i off line“. Stoga, za pretpostaviti je da mladi korisnici čak i za vrijeme socijalnih interakcija konzultiraju digitalne profile kako bi provjerili što se novo događa u odnosu na druge mrežne korisnike ili kako bi na društvenoj mreži podijelili što trenutačno rade i s kime putem fotografija, video uradaka ili prijenosa uživo (eng. *live streaming*). Tako reći, „online“ ili mrežna personalizacija i prisutnost isprepliće se s onom „offline“, te se tako briše granica između ta dva svijeta. Dodatno, budući da korisnici društvenih mreža namjeravano, svojevrijedno i selektivno objavljuju sadržaje ne društvenim mrežama za kojeg pretpostavljaju da najbolje reflektira njihov „offline“ identitet i ujedno ih predstavlja na što bolji način, oni funkcioniraju kao svojevrsni menadžeri vlastitog identiteta (Chambers, 2013: 62, 63) pa je stoga

i razumljiva pretpostavka da vrlo frekventno koriste svoje pametne telefone za vrijeme socijalnih interakcija kako bi nadzirali kako kotira njihov socijalni kapital izražen u broju „lajkova“ na njihovim objavama, broju poruka, pratitelja, prijatelja i spominjanja. Također, izgledna je dvosmjerna uporaba IKT-e za vrijeme socijalnih interakcija mladih, kako bi prenijeli doživljaje trenutnih interakcija u digitalni svijet i obrnuto, kako bi vlastitom društvu prezentirali određeni digitalni sadržaj vlastitog online identiteta, budući da nije isključeno da određeni događaji „digitalnog života“ utječu na „offline“ život. Taj fenomen dobro je vezan uz društvenu mrežu „Twitter“ koja zbog kratkoće i jednostavnosti sadržaja i njegovog uređivanja omogućava objavljivanje „tweetova“ u realnom vremenu simultano uz događaj kojem se nazoči.

Druga dimenzija uloge IKT u socijalnim interakcijama mladih vezana je uz samo prijateljstvo, odnosno uz konvencije formiranja i održavanja poznanstava i prijateljstava uz pomoć IKT-e. Deborah Chambers u petom poglavlju knjige „Social Media and Personal Relationships“ piše da je IKT, odnosno društvene mreže, unijele vitalne promijene u socijalan život mladih, točnije u mikro-socijalan život mladih s obzirom da se mladi povezuju na lokalnoj razini i to na ekskluzivan način. Drugim riječima, mladi po prvi puta u povijesti mogu birati vrijeme i pojedinačnost kontakta bez relativne kontrole obitelji, škole ili društva. U digitalnom okruženju, relativno oslobođenom nadzora, mladi se povezuju najčešće kako bi komunicirali. Prema istraživanjima, WhatsApp i Facebook Messenger globalno su najkorištenije aplikacije za instant dopisivanje (Statista, 2017). Među društvenim mrežama pak, u 2016. godini u SAD-u, najpopularniji među mladima je Facebook, a zatim Instagram (Greenwood et al., 2016: 4, 5).

Chambers (2013: 100-102) navodi četiri velike promjene društvenih odnosa u mladima s obzirom na društvene mreže. Prva je vezana uz sposobnost proizvodnje medijskih sadržaja kako bi se postalo i ostalo članom društva. Kada se sažmu dosad izloženi podaci o kvantiteti korištenja pametnih telefona u komunikacijske svrhe, jasno je da mladi komuniciraju gotovo neprestano, a kada se to spoji sa činjenicom da mladima komunikacija treba kako bi razvili vlastiti identitet u adolescenciji, čini se da iz toga proizlazi kako su postojanje i društveni status u modernom mladenačkom društvu inherentno vezani uz sposobnost komuniciranja – konkretno uz korištenje društvenih mreža i aplikacija za instant dopisivanje. Drugim riječima, može se kazati da mladi žive u „multimedijalnim čahurama“ vršnjačke intimnosti koje – zbog brzine i gotovo neprekidne prisutnosti – podrazumijevaju uvlačenje u digitalni prostor koji pak podrazumijeva odvlačenje od



ulica, parkova, igrališta i sl. (Chambers, 2013: 87, 88). Štoviše, da bi se sudjelovalo u vršnjačkom društvu, osoba mora biti upućena u medijske mogućnosti određene društvene mreže ili, bukvalno, mladi moraju znati kako proizvesti adekvatan sadržaj kako bi mogli participirati u društvenoj stvarnosti, tj. kako bi ih društvo prihvatilo kao kompetentne sugovornike.

Drugu promjenu koju Chambers navodi jest da iako su društvene mreže namijenjene stvaranju novih poznanstava, mladi ih najčešće koriste za održavanje već postojećih kontakata. To se čini prirodnim, s obzirom da društvene mreže za mlade nisu nekakav poseban, revolucionaran alat koji je promijenio načine druženja, već je alat uz kojeg su odrasli pa su ga, shodno tome, prenamijenili u prirodni produžetak fizičkog ili „offline“ socijalnog života. Dodatno, čini se da ta homofilija ili sklonost ka sličnom, potječe iz škole, fakulteta ili drugog okruženja budući da se mladi u dotičnim institucijama povezuju sa osobama sličnih karakteristika ili interesa i potom to prijateljstvo nadograđuju „online“ (boyd, 2010: 88). Ono što je posebno zanimljivo jest činjenica da kada mladi „otkrivaju sebe“ ili komuniciraju osobne informacije u obliku dijeljenja glazbe koju slušaju, fotografija koje prikazuju njihove aktivnosti ili pak kada uvrštavaju određene društvene fenomene u listu stvari koje im se sviđaju, oni zapravo izlažu svoj identitet javnom sudu – sudu prijatelja ili pratitelja na društvenim mrežama pa čak i aplikacijama za instant dopisivanje. Štoviše, dotično izlaganje u mrežnom okruženju daleko je „veće“ budući da su objave korisnika vidljive gotovo svim pratiteljima/prijateljima u istom vremenu te da je gotovo sve objave moguće dijeliti, zabilježiti, fotografirati i sl. Stoga, u svijetlu ovakve dinamike samo-iskazivanja, osobni menadžment vlastitim identitetom dolazi do jasnog izražaja.

Treća promjena podrazumijeva poznavanje mrežnih pravila ili obogaćivanje socijalnog kodeksa ponašanja mrežnim pravilima. U slučaju nepoznavanja istih, društvena participacija može biti ozbiljno ugrožena. Primjeri koji Chambers spominje (2013: 96, 93) su brisanje prijatelja s društvenih mreža i uskraćivanje potpore bliskim prijateljima putem dijeljenja, „lajkanja“ ili pozitivnog komentiranja njihovih objava. Doista, nepoštivanje spomenutih pravila može rezultirati stvaranjem negativnog imidža među vršnjačkom grupom. Stoga, mladi korisnici žele participirati u interakcijama na odgovarajući način, a legitimno je pretpostaviti da će zbog toga mladi prirodno naginjati stalnoj povezanosti upravo zbog socijalnog pritiska da se na vrijeme uzvrat komentarom, „lajkom“, potvrdom prijateljstva ili slično. Jer, vrijeme

sudjelovanja ili brzina odaziva postaje vrlo relevantna s obzirom da pametni telefon omogućava sudjelovanje uvijek i svugdje. Kašnjenjem ili prekasnim uključivanjem u društvenu interakciju, može doći do propuštanja „žiče“ društvenog dogovaranja ili komentiranja događaja ili situacije.

Četvrta promjena koju Chambers navodi jest digitalna segregacija ili identifikacija subjekata s „online“ društvom koja se prenosi i utječe na fizički socijalni svijet, a postepeno dovodi do odcjepljenja mladih od svijeta odraslih s obzirom na sposobnost selekcije komunikacijskog okruženja. Ova teza posebno je zanimljiva u svjetlu stalne povezanosti budući da podrazumijeva želju za pripadnošću društvu koje je umreženo, a istovremeno spacijalno odsutno, što bi moglo proizvesti učinak komuniciranja posredstvom pametnih telefona za vrijeme druženja licem u lice s dotičnim ili bilo kojim drugim društvom.

Posljednja domena utjecaja IKT-a u socijalnim interakcijama mladih jesu romantične veze. Od pojave društvenih mreža, proces započinjana i razvoja romantičnih veza značajno se promijenio za mlade ljude. Chambers (2013: 122) piše kako današnje doba obilježava „plastična seksualnost“ čije su karakteristike netradicionalno poimanje rodni uloga i nesputanost pri zadovoljavanju individualnih seksualnih potreba. Stoga, plastična seksualnost manifestira se kroz slobodan i višestruk izbor različitih partnera što može dovesti do problema u pogledu iniciranja i održavanja modernih veza. Autorica piše da se suvremena IKT pri tome pokazuje kao vrijedan alat budući da omogućava „osjećaj osobne autonomije i kontrole“. Doista, veze danas – u najmanju ruku neformalne – ponekada započinju putem društvenih mreža za pronalazak partnera (eng. *online dating sites*) na kojima se partneri predstavljaju putem fotografija i opisa koje sami biraju na način koji smatraju da ih predstavlja u najboljem mogućem svjetlu. Korisnici takvih mrežnih stranica eksplicitno namijenjenih pronalasku partnera, sami odabiru kada će stupiti u kontakt, kada će odgovoriti na poruku ili tko će vidjeti njihov profil. Gotovo identična kontrola postoji i na „općim“ društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama, Snapchata i sl. Prema istraživanjima koje navodi Chambers (2013: 123) moderne veze među adolescentima su donekle spontane, neformalne i kratke, te iako se prikazuju kao vrlo intimne, ono što je najzanimljivije jest da su intrinzično socijalne. Ta socijalna komponenta ostvaruje se upravo putem društvenih medija u kojima mladi učestvuju vrlo često sa društvom iz škole ili susjedstva. Tako Facebook, primjerice, nudi opciju iskazivanja „statusa veze“ u kojem se korisnik nalazi. Pa tako korisnik može prikazati mnoštvo statusa njegove ljubavne veze, počevši od „nije u vezi“ preko „u

izvanbračnoj zajednici“ do statusa „udovca/ice“. Nadalje, korisnici mogu, navesti s kime su u vezi i koliko dugo. Za mlade je specifično da koriste više društvenih mreža, pa je stoga mnogo lakše stupiti u kontakt sa simpatijom. Chambers (2013: 123) piše da mladi to čine putem „kontrolirane ležernosti“. Drugim riječima, komentiranje statusa ili fotografija simpatija te označavanje njihovog sadržaja sa „sviđa mi se“ daleko je manje formalno od prilaženja i „flerta“ licem u lice zbog toga što na društvenim mrežama postoji daleko veća, već spomenuta, kontrola pri prezentiranju svojih namjera ili želja. „Kontrolirana ležernost“ sastoji se u tome da mladi pri komuniciranju na društvenim mrežama mogu odabrati trenutak kada će poslati poruku te kada će na istu odgovoriti. Također, imaju vremena za smišljanje najprikladnijeg odgovora; mogu postepeno davati dovoljno „blage“ znakove simpatije da se u slučaju ne nailaženja recipročnog osjećaja mogu povući iz interakcije bez direktnog osjećaja odbijanja ili osramoćanja. Jednom pak kad mladi stupe u vezu, na društvenim mrežama prikazuju dotično zajedništvo objavljivanjem zajedničkih fotografija, međusobnim „lijepljenjem“ sadržaja na profile te javnim podrškom u obliku oznaka „sviđa mi se“ ili pozitivnih komentara na objavama i slično.

Nadalje, zaljubljeni žude biti zajedno – ili je to barem neka generalna pretpostavka zaljubljenosti i romantične veze uopće. IKT danas omogućava upravo to, a i mnogo više. Naime, mladi koji su odrasli i odrastaju uz pametne telefone, društvene mreže i aplikacije za instant dopisivanje imaju mogućnost biti uz svoje partnerice ili partnere čak i kada to fizički nisu. Naime, današnja IKT omogućava video pozive, regularne glasovne pozive, razmjenu fotografija i poruka gdje god postoji Internet i pametni telefon. Sama ova činjenica povlači pretpostavku da će mladi koji jesu u romantičnim vezama vrlo često biti vezani uz svoj pametni telefon gotovo organski, za vrijeme gotovo svih dnevnih aktivnosti. Nalazi istraživanja doista pokazuju u ovom smjeru. Tako 85% tinejdžera očekuje da će se barem jednom (ako ne i više) dnevno stupiti u kontakt s partnerom/ricom, dok njih 35% očekuje kontakt svakih nekoliko sati. Gotovo identičan uzorak se pokazuje i u pogledu percepcije vlastitih obaveza kontaktiranja partnera/ice (Lenhart, 2015: 6, 7). S obzirom na frekventnost, razumno je pretpostaviti da mladi dosta emocionalno profitiraju na društvenim mrežama. I doista, među adolescentima između 13 i 17 godina, 59% njih koji koriste društvene medije i imaju ljubavnog partnera ili partnericu kažu da uz pomoć društvenih mreža osjećaju veću povezanost s istima. Štoviše, 15% mladih kažu da je ova povezanost „vrlo povećana“ zbog društvenih medija. Između ostalog, adolescentima u vezi, društvene mreže poligon su za bolje izražavanje emocija i stjecanje veće bliskosti, dok su

uglavnom i razlog za ljubomoru. Također, ono što je dodatno zanimljivo, mladići osjećaju veću povezanost zbog društvenih mreža od djevojaka (Lenhart, 2015: 5), što je sukladno gore spomenutim nalazima istraživanja da se dječaci više emocionalno profitiraju od društvenih mreža u pogledu samo-izražavanja kada je riječ o prijateljstvima. U pogledu vrste komunikacije koja dominira, slanje poruka najučestalije je, budući da 92% mladih šalje poruke barem povremeno, dok je telefonski razgovor druga (87%) i komunikacija licem u lice (86%) treća najzastupljenija metoda (Lenhart, 2015: 7). Generalno govoreći, čini se da su komunikacijske potrebe i mogućnosti partnera međusobno uvjetovane. Ljubavnici žele biti u čestom kontaktu i to im polazi od ruke budući da im to omogućava suvremena IKT, s druge strane, suvremena IKT zbog svoje jednostavnosti i dostupnosti letvicu očekivanja postavlja podosta visoko budući da više od trećine mladih očekuje kontakt od partnera/ice svakih nekoliko sati.

S obzirom na navedene podatke, čini se razumnim pretpostaviti da će mladi osjećati veliku potrebu provjeravati obavijesti o porukama i događanjima na društvenim mrežama na osobnom pametnom telefonu ma gdje god da se nalazili – čak i za vrijeme socijalnih interakcija.

## 6. Neke posljedice uporabe IKT-e u društvenim životima mladih

U ovom poglavlju opisati ćemo nove fenomene vezane uz uporabu IKT-e među mladima koji su se pojavili zajedno sa mogućnošću trajne umreženosti (PC) s društvom putem komunikacijskih servisa i društvenih mreža ili trajnog bivanja „online“ (PO) – tj. stanja stalnog praćenja društvenih informacija. Pritom, detaljnije ćemo opisati FoMO ili „strah od propuštanja“, „strah od isključivanja“ iz društvenih zbivanja, neke aspekte utjecaja PC na romantične veze, povezanost stresa i komunikacijskih navika putem IKT te ćemo razmotriti razlike između druženja licem u lice i socijalizacije putem IKT-e.

### 6.1. Pritisak „sveprisutnosti“

Kao što smo u prethodnim poglavljima kazali, mladi danomice provode svoje vrijeme s IKT-om, naročito u obliku pametnog telefona. Iako mladi značajan dio vremena provode gledajući televiziju te video klipove na laptopu ili tabletu (vidi 4. poglavlje), pametni telefon uvijek je uz njih i spreman za uporabu. Doista, ovaj fenomen posebice je vezan uz mlade, no opći je fenomen da ljudi bez pametnog telefona ne izlaze iz svojih domova. Pametan telefon neizostavno je sredstvo u korisničkim rukama u gotovo svim životnim situacijama. Bilo da je riječ o vožnji u javnom prijevozu ili osobnom automobilu, večeri s obitelji ili prijateljima, odlasku na toalet, lijeganju pred spavanje ili gledanju tv-a, pametni telefoni uvijek se mogu koristiti kako bi se provjeravale poruke i obavijesti, kako bi se fotografiralo, čitale vijesti, igrale igrice, provjeravale novosti na društvenim mrežama ili pak kako bi se telefoniralo ili slalo poruke. Uopćavajući, čini se kako su mobiteli postali inherentno vezani za svaki oblik društvenog života – malih ili velikih razmjera.

Razmišljajući o ovom socio-kulturnom trendu, nameće se zaključak da moderan čovjek više nikad nije sam. Dapače, budući da se tako značajan dio svakodnevnih aktivnosti obavlja putem Interneta, čini se da razumnim da ljudi žele biti „online“, budući da ih je još u Antici Aristotel definirao kao društvena bića. Kao što smo spominjali ranije, ova želja ljudi da budu u toku s digitalnom društvenom zbiljom manifestirala se u efektu permanentne ili trajne umreženosti (PC). Primjerice, 45% Amerikanaca 45% vremena radnog tjedna permanentno je umreženo barem putem jedne IKT-e naprave, dok ih je 40% često spojeno. Tijekom vikenda,

kada je više slobodnog vremena, 34% ih je trajno umreženo, dok je 47% često (Stress in America, 2017: 2). Vorderer i suradnici (2016: 699) u istraživanju na studentima, otkrili su da dvije trećine njih „preferira imati upaljen pametni telefon tijekom noći u njihovoj neposrednoj blizini“ što indicira u kojoj mjeri je sposobnost komuniciranja ili mogućnost praćenja novosti važna. Doduše, prema istom istraživanju (str. 699) trajna umreženost (PC) studentima je važnija od trajnog dotoka općih informacija poput vijesti s portala i sl. (PO). Primjerice, u prosjeku, studenti na poruke prijatelja odgovaraju u roku od 15 minuta, dok odgovaranje na poruke partnera i nadređenih slijedi – u prosjeku – u roku od 30 minuta. Zanimljivo, ali i očekivano, odgovaranje na poruke slijedi brže ukoliko pošiljalatelj može vidjeti je li primatelj vidio poruku. Većina ispitanika potvrdila je da ukoliko bi njihovi pošiljalitelji mogli vidjeti da su oni kao primatelji poruku vidjeli, utoliko bi i brže odgovorili. Stoga, neki od ispitanika ne otvaraju poruke u aplikaciji (što znači da pošiljalatelj ne zna jesu li vidjeli poruku ili ne) do kada ne pozele odgovoriti (str. 701). Štoviše, PC je studentima prihvatljivije i u mnoštvu socijalnih situacija od PO-a, poput sjedenja u restoranu s prijateljima ili čekanju nekoga, naročito ako taj netko s kim je korisnik u društvu prvi poseže za pametnim telefonom.

No, na pitanje što se događa kada studenti nemaju pristup internetu, odnosno kada ne mogu biti u stalnom komunikacijskom odnosu, Vorderer i suradnici pišu:

Specifičan fokus u velikom broju odgovora [na to pitanje] bio je na osjećaju nepovezanosti, osjećaja da nešto važno nedostaje („golo“, „prazno“, „necivilizirano“, staromodno“, „kao da nedostaje organ“), osjećaj propuštanja i samoće [...] Za neke ispitanike, gubitak pristupa internetu izazvao je visoku razinu stresa i iritacije, a čak je spomenuta i panika. (2016: 699)

Ovi podatci u suštini opisuju prirodu FoMO-a; oni ukazuju da među korisnicima, naročito mladima postoji stanoviti pritisak mrežne komunikacijske prisutnosti koji je navezan na pametne telefone. Zanimljivo je da podaci ukazuju na činjenicu da ta komunikacijska prisutnost ne jenjava kada su mladi u društvu, već će i dalje imati potrebu i praksu da posežu za pametnim telefonom (Vorderer, 2016). Kako bilo, izvjesno je da iz tog pritiska nastaje potreba koja se nastoji zadovoljiti, a sama pomisao na odsustvo zadovoljenja izaziva nelagodu ili strah nazvan FoMO.

Przybylski i suradnici (2013) istraživali su povezanost FoMO-a s emocionalnim, motivacijskim i ponašajnim dispozicijama i stanjem korisnika. Prema njihovim otkrićima, što

ispitanici čija je bazična psihološka potreba za kompetencijom, autonomijom i društvenom povezanošću manje zadovoljena, to je FoMO prisutniji. Također, osobe čija je opće raspoloženje slabije te čije je generalno zadovoljstvo životom manje, osjećaju veći strah od propuštanja. Također, rezultati istraživanja povezuju kvantitetu uporabe društvenih mreža s FoMO-om. Przybylski i suradnici objasnili su da generalni rezultati istraživanja ukazuju da FoMO djeluje kao medijator između razine zadovoljstva životom i uporabe društvenih medija (str. 1845). U pogledu mladih, njihovo istraživanje (str. 1846) pokazalo je da su studenti s većom razinom FoMO-a ujedno i skloniji provjeravanju email-ova tijekom predavanja, što posebice vrijedi i za mlađe punoljetnike (naročito muške) uopće. Dorit Alt (2015) potvrdila je posredničku ulogu FoMO-a pri uporabi društvenih mreža u studenata. Naime, njezino istraživanje (str. 116) pokazalo je da demotivirani studenti ili ekstrinzično motivirani studenti češće posežu za pametnim telefonima za vrijeme predavanja, što je ujedno i rezultat „straha od propuštanja“. Drugim riječima, studenti s visokom razinom FoMO-a manje su motivirani za rad na predavanjima, pa stoga i češće posežu za pametnim telefonima kako bi provjerili ima li društvenih novosti što implicira indirektnu povezanost FoMO-a s razinom uporabe društvenih mreža.

Dakle, čini se da „pritisak bivanja u žiži“ online društvenih zbivanja postoji, naročito među onima koji su vrlo često na društvenim mrežama. FoMO, prema prezentnim istraživanjima, je izravno koreliran s demotiviranošću, nižom razinom zadovoljstva životom i povezanosti s drugima, što u konačnici vodi do pojačanog korištenja društvenih mreža.

## 6.2. „Ljubavne veze bez pauze“

U prethodnom poglavlju opisali smo narav ljubavnih odnosa mladih posredstvom suvremene tehnologije. U ovom potpoglavlju opisat ćemo neke od učinaka ekstenzivne dostupnosti partnera u ljubavnim odnosima. Vorderer et al. (2016: 700) istraživanjem su pokazali da mladi u ljubavnim vezama pokazuju nižu razinu PC/PO-a – vjerojatno zbog više vremena kojeg provode zajedno pa stoga imaju i manje vremena za online komunikaciju. Ipak, to ne znači da mladi ljubavnici, budući da su stalno jedni drugima dostupni, i sami ne osjećaju stanovite suvremene fenomene koji proizlaze i pritiska „digitalne sveprisutnosti“. Ipak, kao što smo već napomenuli, 85% adolescenata očekuje barem jednom u danu kontakt s partnerom, dok 35% očekuje kontakt

svakih nekoliko sati – što u pogledu vlastitih obaveza da kontaktiraju, što u pogledu da budu kontaktirani (Lenhart, 2015: 6, 7). No, osim što sama učestalost kontaktiranja može stvoriti pritisak u modernoj vezi, partneri u današnjim vezama koriste pametne telefone kako bi doslovno nadzirali svoje partnere, odnosno kako bi znali što rade i kada. Tako trećina mladih ima iskustvo višestrukog dnevnog kontakta s partnerom ili partnericom putem interneta ili telefonske veze – štoviše, petina mladih osjeća da njihovi partneri donekle prečesto žele rutinski stupiti u kontakt. Valja napomenuti da je učestalost kontakta najdominantnija u obliku slanja poruka (72%), dok je na drugom mjestu telefonski poziv (39%) i u konačnici sastanci licem u lice (21%), a same djevojke intenzivnije su korisnice najučestalijeg medija – poruka (Lenhart, 2015: 64, 32, 33).

Hua Su (2015: 223) piše da moderni istraživači medija naglašavaju anksioznost partnera proizvedenu „izvantjelesnom intimnošću“, ali da malo njih doista istražuje iskustva modernih parova koji iz želje za zajedništvom koriste što više kanala kako bi bili u kontaktu. Dotična istraživačica istražila je unutarnju komunikacijsku dinamiku mladih kineskih parova kojima je zbog velike geografske i socijalne mobilnosti IKT neizostavan dio romantične veze. Autorica u članku navodi da uz pomoć učestalih trivijalnih poruka putem pametnih telefona parovi održavaju psihološki kontakt koji služi građenju intimnosti. Zapravo, prema njezinom istraživanju, zbog mogućnosti dijeljenja sadržaja u stvarnom vremenu (eng. *real time*), partneri – iako fizički razdvojeni – provode vrijeme zajedno (na Skypeu ili aplikacijama za instant dopisivanje) što ujedno zahtjeva značajan dio pažnje i osobnog vremena. Primjerice, zabilježeno je da parovi putem video poziva zajedno čitaju knjige ili gledaju emisije. Neki čak ostavljaju upaljen video poziv za vrijeme spavanja (str. 237). No, ono što je interesantno jest da IKT komunikacija u stvarnom vremenu, iako vjerno prenosi sliku i zvuk, ne prenosi doživljaj zajedništva u potpunosti zbog ograničenja ljudske koncentracije (str. 238). Drugim riječima, ljudi ne mogu biti ovdje i ondje istovremeno. Ljudska koncentracija ograničena je, pa stoga neograničeno „bilokacijsko“ komuniciranje parovima stvara osjećaj težine ili pritiska. S druge strane, mogućnost digitalne dostupnosti je velika, a odsustvo komunikacije u partnerima budi neugodne emocije. Ili kako Su piše, „povećana povezanost implicira povećanu ranjivost“ (str. 240). Prema ispitanicima istraživanja, Su piše (str. 241, 242), ukoliko partner ili partnerica međusobno ne najave da će biti nedostupni putem IKT-a, utoliko ne odgovaranje na poruke ili pozive od strane partnera/ice izaziva veliku frustraciju i nagoni partnera u očaj iz kojeg, putem što više kanala, pokušava stupiti u kontakt s nedostupnim partnerom; a vrijedi napomenuti da



prema istraživanju, partneri očekuju od sebe promptnije odgovaranje na poruke ili pozive nego što to očekuju partnerice. Autoričin je zaključak da permanentna umreženost (PC) sa sobom donosi intoleranciju na razdvojenost (str. 243) što svakako potvrđuje da PC za mlade ljubavnike svakako donosi stanoviti pritisak – pritisak da su spremni na kontakt i da kada požele kontaktirati, to i uspijevaju. Stoga se čini racionalnim zaključiti da će mladi ljubavnici relativno često konzultirati komunikacijske obavijesti na svom mobilnom telefonu tijekom socijalnih interakcija, osim kada je riječ o druženju s vlastitom partnericom.

### 6.3. Stres, druženje i IKT

Dosada smo razmotrili specifičnost korelacije između trajne povezanosti i straha od propuštanja te smo ukratko razmotrili na koji način permanentna umreženost (PC) utječe na ljubavne parove. U svakom od razmotrenih slučajeva, istraživanja ukazuju da PC, pored toga što mladima omogućava visoku razinu povezanosti sa socijalnim zbivanjima, također generira značajnu razinu stresa. Stoga ćemo u ovom poglavlju razmotriti ulogu stresa u odnosu na ekstenzivnu uporabu IKT-a. Točnije, razmotrit ćemo na koji način IKT utječe na razinu stresa i vice versa te ćemo razmotriti neka istraživanja koja specificiraju koje sadržajne komponente IKT-e utječu negativno na korisnika.

Već smo kazali da trajna umreženost utječe na razinu stresa, odnosno da stvara određeni pritisak u korisnika, no čini se da je situacija slična i sa permanentnom umreženošću. Preciznije govoreći, čini se da su oni korisnici pametnih telefona i IKT-e općenito, koji neprestano provjeravaju novosti online poput vijesti i sličnih društvenih događaja ne nužno vezanih uz njihov društveni milje, značajno podložniji stresu. Istraživanja pokazuju da na oko polovne „konstantnih provjeritelja“, političke rasprave na društvenim mrežama utječu stresno, za razliku od trećine povremenih korisnika na koje dotične rasprave utječu na isti način. Dodatno, 42% korisnika koji su PO (eng. *permanently online*) izražavaju brigu u pogledu negativnog utjecaja društvenih mreža na njihovo mentalno zdravlje (Stress in America, 2017: 3). Problematičan utjecaj uporabe pametnih telefona na mentalno zdravlje korisnika u posljednje vrijeme vrlo je istraživana tema s obzirom na sve frekventniju uporabu istih. Wang i suradnici (2015) istražili su na koji način stres i različiti motivacijski faktori pokreću problematičnu uporabu pametnog telefona u studenata. Pritom su se oslanjali na teoriju „Kompenzacijske uporabe“ (eng.

*Compensatory Internet Use*) prema kojoj korisnici povećavaju raznu uporabu interneta ovisno o razini životnih problema. To jest, što su životni problemi veći, to će korisnici više koristiti Internet kako bi se moderirali vlastito raspoloženje (str. 182), iako to ne povlači da svaki korisnik koji povećava uporabu interneta, to čini radi povećanih životnih problema. Njihovo istraživanje pokazalo je da su motivi poput zabave, eskapizma i osjećaja stresa značajno korelirani s problematičnom uporabom pametnog telefona u obliku pretjerane uporabe. Preciznije govoreći, motiv za „online zabavom“ značajno je koreliran s uporabom interneta i pametnih telefona kada student osjeća značajan stres (str. 184). Korelacija vrijedi i kada studenti žele pobjeći od problema. Eskapizam je pozitivno koreliran s uporabom pametnog telefona kada je stres također visoke razine. Generalno, Wang i suradnici ustanovili su da je za one korisnike koji su pod većim stresom izglednije da će razviti problematične navike u pogledu korištenja pametnog telefona od studenata koji nisu pod stresom (str. 185). Tematski slično istraživanje pokazalo je da student koji koriste sms poruke ili aplikacije za dopisivanje kada su pod pojačanim stresom, značajno umanjuju emocionalnu dobrobit, socijalno stabilno ponašanje i zdrav san. Točnije, broj poruka u jednom danu direktno utječe na zdrav san, dok učestalo slanje poruka moderira vezu između interpersonalnog stresa i osjećaja „izgaranja“ te emocionalnog blagostanja (Klein Murdock, 2013: 214, 215). Komunikacija putem sms poruka ili aplikacija za dopisivanje, dakle, direktno utječe na razinu zdravog sna, a za vrijeme stresnijeg perioda života, posreduje pri emocionalnom i društvenom „izgaranju“.

Novija istraživanja pokazuju da ekstenzivna uporaba pametnih telefona utječe na pogoršanje depresije i donekle anksioznosti (Elhai et al., 2017). Socijalni segmenti uporabe pametnog telefona poput slanja poruke, telefoniranja i sl., te procesni segmenti poput informiranja, nesocijalne zabave i sl. korelirani su s razinom depresivnog ponašanja, dok je anksioznost inverzno korelirana samo sa socijalnim ponašanjem na pametnim telefonima. Drugim riječima, anksiozne osobe izbjegavaju socijalnu interakciju kada je ona povezana sa stresom (Elhai et al., 2017: 80). U pogledu depresije pak, autori su pojasnili da korisnici skloniji prosocijalnoj uporabi društvenih mreža poput objavljivanja sadržaja, lajkanja, i komentiranja, nisu toliko skloni depresivnom ponašanju, dok su pasivniji korisnici društvenih mreža, primjerice samo oni koji „skrolaju sadržaj“, ujedno i skloniji depresivnom ponašanju. Ipak, autori naglašavaju da postoje i oprečna istraživanja u pogledu utjecaja socijalne i procesne uporabe na mentalno zdravlje korisnika (str. 08). Kako bilo, čini se da je kvantiteta kao i

kvaliteta uporabe pametnog telefona u mladima značajno povezana s mentalnim zdravljem. Štoviše, čini se da su anksiozne, depresivne ili osobe u stresu sklone posezanju za pametnim telefonom upravo kako bi si olakšale vlastito stanje. S druge strane, jednako tako izgleda da sama ekstenzivna uporaba pametnog telefona izaziva stres.

#### 6.4. Fizička prisutnost i kvaliteta druženja

Budući da je IKT, a naročito pametni telefon, kao posrednik za socijalizaciju mladih u nekim okolnostima i štetan, valja vidjeti u kakvom je odnosu druženje licem u lice spram druženja putem IKT-a.

Istraživači koji se bave utjecajem digitalne tehnologije na mentalno zdravlje mladih, već su se pozabavili komparativnom analizom ovih dviju vrsta druženja. Kim (2017: 282) objašnjava kontekst nastanka modernog fenomena digitalnog druženja te pritom konstruira okvir vlastitog istraživanja pokazujući da je samoća značajan faktor generiranja motivacije za formiranje socijalnih veza putem Interneta. Tako njegovo istraživanje razmatra razlike između dva načina na koji se osobe pokušavaju riješiti samoće. Istraživanje je pokazalo da druženje licem u lice ima pozitivne učinke na mentalno blagostanje time što „povećava osjećaj društvene potpore i smanjuje problematičnu uporabu pametnog telefona“ (2017: 282). S druge strane, komunikacija putem pametnog telefona pokazala se neučinkovitom pri podizanju osjećaja socijalne potpore, a ispostavilo se da značajno povećava mogućnost razvoja problematičnog ponašanja na pametnom telefonu – štoviše visoka razina usamljenosti izravno je povezana s komunikacijom na društvenim mrežama, dok je glavni motiv posezanja za društvenim mrežama upravo eskapističke naravi (2017: 282). Stoga, istraživanje je pokazalo da su usamljene osobe sklonije digitalnoj komunikaciji nego komunikaciji licem u lice upravo zato što je potonja kompliciranija, osjetljivija i iziskuje više emocionalnog napora, što je ujedno i sukladno postojećem psihološkom uvjerenju da usamljene osobe izbjegavaju kontakt licem u lice zbog umanjениh društvenih vještina i anksioznosti. Stoga, Kim zaključuje da usamljenije osobe tendiraju razviti problematično ponašanje na pametnom telefonu budući da ili izbjegavaju kontakt licem u lice ili kontaktiraju putem online medija koji zakazuju u pružanju osjećaja potpore (str. 282). Razlozi tomu naziru se u istraživanjima koja pokazuju da mladi online ne iskazuju „pravo ja“ kao što to čine licem u lice, što je ujedno zdravorazumska pretpostavka za zdrav odnos i razvoj socijalne

kohezije. Doista, Knop et al. (2016: 1082) istraživanjem su pokazali da studenti u Njemačkoj unutar grupe komuniciraju „šire i dublje“ licem u lice no što to čine online. S druge strane, komunikacija je online je pozitivnije orijentirana online budući da korisnici online imaju veću kontrolu onoga što će, kako i kada komunicirati (str. 1082).

## 7. Istraživanje o korištenju IKT i društvenim interakcijama mladih

### 7.1. Ciljevi istraživanja i istraživačka pitanja

Kao što je detaljno opisano u drugom poglavlju, predmet ovog istraživanja jest učestalost uporabe pametnog telefona za vrijeme socijalnih interakcija mladih. Također, predmet istraživanja jesu motivi, razlozi, kao i emocionalna stanja te promišljanja mladih ljudi povezani s obrascima korištenja pametnih telefona s posebnom usredotočenošću na permanentnu umreženost za vrijeme socijalnih interakcija.

Polazeći od ovako definiranog predmeta istraživanja, glavna svrha istraživanja jest utvrditi neke od navika korištenja pametnih telefona u društvenim interakcijama mladih koje obuhvaćaju dimenzije:

- a) frekventnosti i namjene uporabe pametnih telefona,
- b) motive uporabe pametnih telefona vezane uz njegove tehnološke prednosti,
- c) potrebe za stalnom umreženošću,
- d) navike i osjećaje vezane uz komunikaciju u ljubavnim vezama,
- e) odnos stresa i uporabe pametnih telefona i
- f) opažanja i odnos spram druženja licem u lice i putem pametnog telefona.

Polazeći od toga, a sukladno epistemološkim dosezima istraživačkih metoda koje su se namjeravale koristiti, definirani su sljedeći ciljevi istraživanja:

1. Otkriti učestalost bilo kakvog oblika korištenja pametnih telefona za vrijeme društvenih interakcija mladih.
2. Spoznati navike i motive uporabe pametnih telefona za vrijeme društvenih interakcija mladih.
3. Istražiti postoji li potreba za stalnom umreženošću mladih putem pametnih telefona i kako se ona manifestira.
4. Opisati ulogu komunikacije pametnim telefonom u ljubavnim vezama mladih.

5. Istražiti osjećaje mladih u donosu na korištenje pametnih telefona kada su pod stresom.
6. Otkriti razmišljanja mladih u pogledu uspoređivanja druženja licem u lice i druženja online.

U cilju realizacije navedenih ciljeva istraživanja u procesu terenskog istraživanja, postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koliko često mladi tijekom društvenih interakcija koriste mobitel?
2. Koji motivi uglavnom stoje iza česte uporabe pametnih telefona?
3. Osjećaju li mladi pritisak da budu umreženi radi društvenih zbivanja online?
4. Kakav je uloga pametnog telefona u ljubavnim vezama mladih?
5. Je li pametan telefon uzročnik stresa u mladih?
6. Kakva je mladenačka percepcija druženja licem u lice naspram online druženja?

## 7.2. Metode istraživanja

Pri istraživanju navika korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama mladih, korištene su metoda promatranja i metoda dubinskog intervjua. Metoda promatranja pogodna je za generiranje podataka kako bi se razumjelo ljudsko ponašanje i interakcija. Sama se metoda sastoji od „sistematskog bilježenja i snimanja događaja, objekata i ponašanja informanata na način na koji se isti pojavljuju u specifičnim situacijama, a ne od kasnijeg prisjećanja istih događaja od strane istraživača ili bilježenja iskaza samih sudionika o danom događaju“ (Daymon et. Holloway, 2005: 203). Jedan od glavnih razloga izbora metode promatranja za istraživanje navika korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama mladih jest to što promatranje omogućava izravan pristup društvenim interakcijama mladih u njihovom prirodnom društvenom okruženju što daljnje zaobilazi problem kontaminacije podataka davanjem društveno poželjnih odgovora, netočnih odgovorima ili sl. Budući da sam u ovom istraživanju promatrao skupine mladih – društva od nekoliko ljudi – s ciljem saznavanja učestalosti korištenja pametnih telefona za vrijeme samog druženja te popratnog okruženja i njihovog ponašanja, proveo sam promatranje bez sudjelovanja s time da ni sami subjekti nisu znali da ih promatram. Opravdanje za takav izbor metode leži u činjenici da bi subjekti promatranja vrlo lako mogli promijeniti svoje ponašanje mojom prisutnošću, naročito korištenje uporabe pametnog telefona budući da ne

bih mogao sakriti bilježenje podataka o učestalosti istog. Iako Daymon i Holloway (2005: 209) spominju mogućnost etičnog prijepora u pogledu neobavješćavanja promatranih osoba o istraživačevom postojanju i aktivnostima pri promatranju bez sudjelovanja, smatram da u ovom slučaju ne postoji nikakav etički problem s obzirom na to da se nikakvi privatni podatci o subjektima nisu bilježili osim onoga što je bilo javno dostupno, a to je ponašanje na javnom mjestu kao pripadnika skupine mladih. Konkretno, promatrao sam ponašanje pripadnika društva mladih za vrijeme druženja u kafićima u odnosu na uporabu pametnih telefona, budući da su „odlasci na kavu“ paradigmatički primjer druženja mladih u Zagrebu.

S obzirom da je jedna od manjkavosti promatranja bez sudjelovanja nemogućnost povratne sprege ili istraživačevog uranjanja u samu aktivnost radi dobivanja dodatnih tumačenja ponašanja od samih sudionika istraživanja, rezultate promatranja sam dodatno verificirao uz pomoć intervjuiranja mladih. Dubinski intervju dobra je metoda za proširivanje vidika nastalih promatranjem jer na temelju razgovora sa samim subjektima mogu pokriti teme koje su izravno od mog istraživačkog interesa (Daymon et. Holloway, 2005: 166), a to podrazumijeva motive, osjećaje i razmišljanja vezana uz uporabu pametnih telefona za vrijeme socijalnih interakcija. Za dotični zadatak, koristio sam polu-strukturirani intervju. Sadržaj vodiča intervjua strukturiran je sukladno ciljevima istraživanja, istraživačkim pitanjima i podacima koje je generiralo samo promatranje<sup>1</sup>.

### 7.3. Uzorak

Kao što sam kazao u 2. poglavlju kada sam opisivao predmet istraživanja, uzorak ovog istraživanja činili su pripadnici populacije tzv. generacije Z, tj. osobe koje su rođene između 1994. i 2012. godine. Osnovni razlog tog izbora je činjenica da je to prva generacija za koju se može konstatirati da odrasta kao korisnička generacija pametnih telefona. Doduše, mogućnost preciziranja uzorka ovisi o korištenoj metodi istraživanja. Budući da se promatranje socijalnih interakcija odvijalo u prirodnom okruženju mladih bez istraživačevog sudjelovanja, nisam bio u mogućnosti precizirati dob subjekata koji se promatraju.

Promatranja navika korištenja pametnih telefona mladih odvijalo se u Zagrebu krajem lipnja 2017. Kako bi se maksimalno izbjegle oscilacije i pogodio uzorak s traženim dobnim

---

<sup>1</sup> Za uvid u samu matricu promatranja i vodič intervjua pogledati u *Dodatak*.

karakteristikama, promatrano je 10 skupina mladih za vrijeme druženja u kafićima i parkovima u blizini srednjih škola u širem centru Zagreba, budući da su druženja na takvim mjestima egzemplarni primjeri socijalnih interakcija mladih. S obzirom na to, uzorak je prigodni. Cilj promatranja bio je odgovoriti na istraživačko pitanje „koliko često mladi za vrijeme druženja koriste mobitel?“. Maksimalno vrijeme promatranja pojedine skupine bilo je 30 minuta, a minimalno 15 zbog same naravi metode koja ne dopušta utjecaj na prekid druženja za vrijeme trajanja promatranja kraćeg od 30 minuta.

Prosječna promotrena skupina sastojala se od 3,4 sudionika, s time da je najmanju promotrenu skupinu tvorilo dvoje sudionika, a najveću šest. Prosječno vrijeme promatranja bilo je 24 minute i 30 sekundi. Sveukupno je promotreno 34 mladih, od kojih je 16 žena i 18 muškaraca. Dvije grupe sastojale su se samo od muških ili ženskih osoba, dok je ostalih osam grupa bilo miješane spolne strukture.

S druge strane, uzorak intervjua sastoji se od 10 osoba iz Zagreba i okolice između 17 i 21 godina života s obzirom da su takvi bili najprigodniji. Štoviše, kako bih ostvario ciljeve istraživanja i ispitao ono što mi je potrebno za taj posao, namjerno sam odabirao one dostupne informante za koje na temelju svjedočenja mogu znati da koriste pametne telefone, da se relativno često druže i da, po mogućnosti, imaju ljubavnog partnera.



## 8. Rezultati istraživanja

### 8.1. Rezultati promatranja navika korištenja pametnih telefona za vrijeme socijalnih interakcija mladih

U svih deset promatarnih skupina u promatranim vremenima, sveukupno je zabilježeno 124 pojedinačnih uporaba mobitela. Prosječna uporaba pametnog telefona po pojedinačnom promatraniku jest 3,6 puta u 24 i pol minute. S time da je maksimalna zabilježena upotreba pametnog telefona bila 10 puta od strane ženske osobe u grupi koju se promatralo 30 minuta. Dotična grupa sastojala se od 3 člana – dvije žene i jednog muškarca. S druge strane, dogodilo se u dvije različite grupe da tri člana nisu niti jednom uporabili smartphone u promatranom vremenu. Promotrene žene kao i muškarci u prosjeku su jednako koristili pametni telefon za vrijeme druženja – dakle, 3,6 puta. Najčešća vrijednost uporabe telefona po članu promatranih skupina je 4 puta.

Ukupno najviše pojedinačnih uporaba pametnog telefona u jednoj grupi bilo je 21 u maksimalnih 30 minuta promatranja, dok je u istom vremenu u jednoj od grupa ukupnih uporaba bilo 3, što je ujedno i najmanje uporaba smartphonea na razini grupe. Grupa koja je imala 21 uporabu, sastojala se od dvije žene i jednog muškarca, s time da je jedna djevojka te grupe imala već spomenutih rekordnih 10 uporaba, druga žena 4, a muškarac 7.

Podatci o uporabi pametnih telefona za vrijeme socijalnih interakcija mladih u 10 promatarnih skupina	
Zbroj promatranih osoba u svim skupinama	<b>34</b>
Zbroj pojedinačnih uporaba pametnog telefona u svim skupinama	<b>124</b>
Prosječno vrijeme promatranja skupina	<b>24:30 min</b>
Prosječan broj upotrebe pametnog telefona po članu skupine	<b>3,6</b>
Najčešća vrijednost uporabe pametnog telefona po članu skupine	<b>4</b>
Najveća zabilježena vrijednost uporabe pametnog telefona do strane člana skupine	<b>10</b>
Najmanja zabilježena vrijednost uporabe pametnog telefona do strane člana skupine	<b>0</b>
Najviše pojedinačnih uporaba pametnog telefona na grupnoj razini	<b>21</b>
Najmanje pojedinačnih uporaba pametnog telefona na grupnoj razini	<b>3</b>

*Tabela 1*

Generalno, može se kazati da u grupama od troje koje su promatrane, a takvih je bilo 50% od ukupnog broja promotrenih, postoji određeni obrazac konzumiranja pametnog telefona. Naime, opaženo je da kada intenzitet dijaloga ili rasprave padne, najčešće barem jedna osoba u grupi posegne za pametnim telefonom radi neke kraće „provjere“ novosti. Jednom kada prva osoba radi pada intenziteta posegne za telefonom, dolazi do „domino efekta“ ili drugim riječima, preostala dva člana također posežu za pametnim telefonom. Ono što bi tada najčešće uslijedilo je kratka zadubljenost (od prilike minutu-dvije) svih ili barem dva člana uporabom mobitela, do pronalazjenja neke nove teme. U grupama od troje, 7 se puta dogodilo da jedan član drugima pokazuje neki sadržaj na pametnom telefonu, što implicira pronalazak nove teme putem smartphona ili barem „osnaživanje“ ili multimedijско pojačavanje već postojeće teme dijaloga. Također, opaženo je da postoji značajna razlika između članova u grupi. Neki su članovi od početka do kraja promatrane interakcije koristili mobitel u relativno kratkim intervalima. Ono što je kod takvih članova primijećeno jest učestalo simultano verbalno komuniciranje s ostalim članovima i uporaba mobitela. To je najčešće izgledalo tako da promatrani član društva pogledom prati sadržaje na pametnom telefonu, a verbalno i mimički se referira na dijalog ostatka promatranika. Takav član nije uvijek izazivao gore spomenuti „domino efekt“. Ponekada se znalo dogoditi da usprkos uporabi pametnog telefona preostalih dvoje članova grupa, treći član nije posezao za pametnim telefonom. Iako rijetko opaženo, taj fenomen zabilježen je kod članova čiji pametni telefon nije bio na stolu ili u ruci. Ipak, ako bi dva od tri člana u grupi koristila istovremeno mobitel, treći bi član prije ili kasnije posegnuo za vlastitim uređajem.

U najmanjim grupama od po dva člana, dinamika uporabe smartphone značajno je drugačija. Ukupno su promotrene dvije takve grupe. U prvoj od takvih grupa, promotrene su dvije ženske osobe u rasponu od 30 minuta. Dotične promatranice koristile su mobitele generalno istovremeno. Karakteristike ove interakcije bile su visok intenzitet dijaloga. Svaka ispitanica koristila je smartphone 4 puta tijekom promatranja. Sam početka druženja obilježila je konverzacija „manjeg“ intenziteta tijekom koje su članice koristile pametne telefone s time da je povremeno jedna djevojka drugoj pokazivala određeni sadržaj na svom mobitelu. Članice su osim pića naručile i hranu koja je nekoliko minuta po prispijeću na stol ostala netaknuta radi uporabe telefona koja je bila u tijeku. Zatim, za vrijeme objeda, obje članice nisu koristile mobitele iako su bili izloženi na vidljivim mjestima. Nakon objeda niti jedna članica nije koristila smartphone, a dijalog je bio vrlo dinamičan i intenzivan. Po padu intenziteta, uslijedila

je obostrana uporaba telefona koja je trajala nekoliko minuta, a ubrzo je i predmet interakcije ispitanica postao sadržaj na pametnim telefonima što je potrajalo do kraja promatranja. S druge strane, druga promatrana dvojka, sveukupno je imala 3 pojedinačne uporabe mobitela i to od strane muške osobe, dok ženska osoba mobitel nije imala na vidljivom mjestu. Naime, dotična interakcija trajala je 23 minute, a dinamika i intenzitet bili su poprilično niski. Ipak, jedino je promatranik koristio mobitel i to prvi puta kada je pokazivao određeni sadržaj promatranici, a ostala dva puta bilo je moguće promotriti da je samo kratko konzultirao sat i poruke s time da ga je promatranica upozorila da ne koristi pametni telefon za vrijeme razgovora. Pretpostavljam da dotična promatranica svjesno izbjegava uporabu mobitela za vrijeme socijalnih interakcija što je ujedno izvršilo pritisak na promatranika da i on izbjegava uporabu usprkos komunikaciji slabijeg intenziteta. Čini se dakle da u manjim grupama korištenje pametnog telefona dolazi „u paru“ ili u slučajevima kada sam digitalni sadržaj biva predmetnom interakcije.

U većim grupama (4-6 članova) dinamika uporabe pametnih telefona vrlo je visoka. Promotrene su 3 takve grupe – po jedna od 4, 5 i 6 članova, s tim da su sve grupe bile spolno mješovite strukture s najmanje dvije te najviše tri ženske osobe. Ono što je opaženo u većim grupama jest da najčešće ne ulažu svi članovi jednak napor u praćenje rasprave te da često postoji i više tema koje se raspravljaju među „manjim grupama“ članova unutar cjelovite grupe. U jednom je slučaju zabilježena srednja razina intenziteta dijaloga od početka interakcije među sva četiri člana grupe, nakon čega je jedan član uzimajući mobitel u ruke pokrenuo „lavinu“ uporabe svih članova. S druge strane, generalno se može kazati da neki članovi u većim grupama cijelo vrijeme koriste mobitel i da ne sudjeluju aktivno u interakciji, dok se često događa da dio članova između sebe (najčešće dvoje) dijeli određene sadržaje na pametnim telefonima. Također se znalo dogoditi da svi članovi međusobno dijele neke digitalne sadržaje koji postaju ili već jesu tema dijaloga. Ipak, i kod velikih grupa je opaženo da kod onih članova koji su aktivniji za vrijeme interakcije, kada intenzitet padne, obično „otključavaju“ mobitel kako bi kratko konzultirali nove obavijesti ili poruke.

Nikakva značajna razlika između muškaraca i žena nije opažena u pogledu učestalosti uporabe pametnog telefona za vrijeme socijalnih interakcija. Putem dubinskih intervjuva pokušao sam odrediti postoji li kakva sadržajna razlika u dotičnim situacijama.

Na temelju ovog promatranja može se kazati da pametni telefon za vrijeme socijalnih interakcija mladih ima nekoliko različitih funkcija. Kao prvo, čini se da se pametni telefon najčešće upotrebljava za vrijeme druženja upravo kada intenzitet dijaloga padne. U takvim slučajevima, nakon što jedan član odluči otključati zaslon kako bi možda odgovorio na poruku, pogledao kakvu obavijest ili potražio neku informaciju, ostatak članova najčešće će učiniti isto. Moguća objašnjenja takvom ponašanju nalik „domino efektu“ jest da vjerojatno postoji određena maksima ili pravilo ponašanja koje generalno propisuje da nije najpoželjnije, a možda ni najpristojnije koristiti mobitel za vrijeme druženja. Ipak, kad prvi član iz nekog razloga odluči prekršiti dotičnu maksimu, kao da postoji posljedično pravilo koje sada dopušta da i drugi članovi upotrijebe mobitel. Međutim, čini se da je veliko društvo iznimka. Kod većih društava uporaba smartphonea je stalnija i raznolikija. Više članova simultano koristi pametni telefon jer, pretpostavljam, ne osjećaju toliku obavezu sudjelovati u konverzaciji budući da ima više članova koji mogu održavati razgovor i međusobno se slušati. Dakle, pretpostavljam da je pristojnost faktor koji utječe na razinu upotrebe pametnog telefona u društvu – barem u manjim grupama. Što se tiče djelomične negativne korelacije između pada intenziteta i rasta uporabe pametnog telefona za vrijeme socijalne interakcije, moguća objašnjenja tog fenomena su „ubijanje vremena ili dosade“ iscrpljivanjem tema ili je pak pad intenziteta prilika da se utaži znatiželja za informacijama ili digitalnom komunikacijom koja može biti stvar navike. Moguće je da se ova objašnjenja isprepleću.

## 8.2. Značaj, navike i motivi korištenja pametnih telefona mladih u društvene svrhe

Dubinskim intervjuiranjem četiri pripadnika i šest pripadnica generacije Z, ustanovilo se da se niti jedan/na od intervjuiranih gotovo nikada ne odvaja od svog pametnog telefona. Pametni telefon svim ispitanicima služi prvenstveno i dominantno kao sredstvo komuniciranja s prijateljima, prijateljicama ili bližnjima, a zatim kao sredstvo razonode ili zabave. Budući da se spomenuta komunikacija odvija kroz čitav dan, bez ikakvog prethodno utvrđenog rasporeda ili posebno predviđenog vremena baš za dopisivanje ili razgovor, pametni mobiteli nikada ne napuštaju blizinu mladih korisnika. Primjerice, ispitanica broj 07 iz Zagreba dobro sažima navike većine:

Stalno, svaki dan, svakih pola sata, sat – provjeravam što ima na mobitelu. I sada je na stolu. Navečer ga koristim obavezno, ali ne postoji vrijeme kad ga ne koristim – uvijek je

sa monom. Ako se dopisujem onda zuji svako malo pa ga pogledam. Ili čisto odem na Instagram da vidim tko šta objavljuje. Mislim, ako sam u društvu, onda svakih pola sata, a ako sam u tramvaju – kaj ću radit u tramvaju – pa onda stalno gledam na mobitel. Na faksu imam velike pauze pa onda stalno jesam na njemu, a za vrijeme predavanja ponekad. Kad se probudim ujutro...mobitel mi je ispod jastuka i onda prvo šta pogledaš je mobitel – imaš li kakve poruke... i prije spavanja obavezno – pogotovo kako sam u vezi na daljinu. Komunikacija mi je glavna.

Ono što je posebno zanimljivo jest da iako najčešće razgovori ispitanika nisu neke naročito važne tematike, već radije svakidašnje teme o trivijalnim radnjama od kojih se sastoji dan ispitanika, oni i dalje smatraju vrlo bitnim odgovoriti na poruke koje su ujedno i daleko najčešći način komuniciranja. Kako to ispitanici pojašnjavaju, najčešće putem aplikacije za instant dopisivanje WhatsApp, u njih se ustalila svojevrsna navika dopisivanja o svakojakim temama koje variraju po važnosti, a koja im pruža uvid u živote svojih prijatelja i događaje iz društva. Stoga, dopisivanje postaje svakodnevna praksa koja se ponavlja po nekoliko puta u sat vremena putem koje ispitanici održavaju svoje kontakte, ostaju upućeni u društvena zbivanja i zbližavaju se sa društvom. Primjerice, ispitanica 03 iz Hrvatskog zagorja kazuje da iz navike otvara i čita poruke čim prispiju na mobitel čak iako su to neke poruke manje važnosti koje ne zahtijevaju trenutačan odgovor. Na pitanje o tome kako bi se osjećala da na takve poruke ne odgovori odmah, 03 odgovara „pa i dalje bi me zanimalo. Bilo bi mi žao. Većinom se dopisujem non-stop. Od jutra s curama kad ih pozdravim. Svakih 15 minuta šaljemo poruke osim u školi kada smo zajedno. Navečer, prije spavanja obavezno“. Ili, ispitanik 08 iz Zagreba koji ne uživa toliko u popularnom „chatu“ već se radije druži licem u lice također kazuje:

Svakih 15-20 minuta šaljem neku poruku. To su više ovako neki razgovori da sam u toku sa stvarima što se događa. Nekad zna biti važno, ali rjeđe. Ne volim važne stvari preko „Whappa“ – to uživo (...) dosada je neki glavni razlog – da ti budem iskren. To mi je neka navika – čista. Čak i kad ne čujem poruku, samo da pogledam kaj ima. Zbližava me ta komunikacija s ekipom.

Ispitanica 07 također potvrđuje da je čak i trivijalna komunikacija s prijateljicama putem dopisivanja nešto zanimljivo što generira teme i gradi međusobni odnos:

Cure si pišu kroz cijeli dan i to su trivijalne teme – ima svačega – svjesna sam toga da je to glupo ali...svejedno to radiš. Tipa, neka cura objavi neku sliku na kojoj izgleda katastrofa – moja prijateljica to *screen shoota* [anglizam za fotografiranje sučelja] – „gle ovo, kako je groznu sliku objavila“. Užasno je to, ali to se događa. Ili joj neki frajer koji

joj se sviđa lajka sliku pa joj se javi na DM [direct message na Instagramu]... pa onda pita što će odgovorit. (uglate zgrade dodane)

Dakle, može se kazati da mladi neprestano koriste mobitele kako bi uglavnom komunicirali s društvom o raznolikim temama koje, iako trivijalne ili relativno važne, zbog velike učestalosti stvaraju određenu koheziju koja vodi zblizavanju i posljedičnoj navici frekventnog dopisivanja. Možda i nije moguće kazati je li prvo nastala navika koja je dovela do kohezije ili *vice versa*, no sa sigurnošću možemo pretpostaviti da su ta dva elementa u pozitivnoj korelaciji.

Dakako, i ovdje postoje oscilacije, i to ovisno o tome radi li se o vrlo „snažnim“ ili pak „slabim“ korisnicima pametnih telefona i komunikacijskim mrežama. Primjerice, „slabiji“ korisnici ne osjećaju veliku koheziju jer jednostavno ne koriste komunikacijske aplikacije u velikoj mjeri. Ipak, njihova „ovisnost“ o mobitelu nije značajno manja od onih koji koriste smartphone više od njih. Primjerice, ispitanik 04 iz Zagreba dobar je referentni primjerak „slabijeg“ korisnika jer ne smatra mobitel važnom društvenom napravom te smatra da bi mogao bez njega, budući da komunicira s drugima više zbog pragmatičnih razloga nego zbog potrebe – poput praćenja obavijesti vezanih uz faks na društvenim mrežama ili ako je riječ o dogovoru o izlasku u grupnom razgovoru na WhatsAppu. Dodatno, kao korisnik koji je manje okrenut društvenoj komunikaciji, mobitel koristi da bi provjeravao rezultate sportskih utakmica i čitao vijesti upravo zato što je mobitel izrazito dostupan i prenosiv. Sličan habitus ima i ispitanik 08 koji, iako ne voli otkrivati mnogo o sebi, nekoliko puta godišnje „osvježava“ svoj profil na Instagramu pomoću slika kako bi drugi mogli pratiti „neki događaj koji mi je važan jer to...ne znam...da ljudi vide“, što ipak implicira želju održavanjem svog mrežnog identiteta. S druge strane, „jaki“ korisnici poput ispitanika 05 iz Zagreba smatraju mobitel ekstremno važnom društvenom napravom budući da razvija i održava određene interne šale s društvom specifično na društvenim mrežama:

Čak i kada sam s prijateljima, iz zezancije radimo Instagram storye [video ili uređena fotografija s potpisom/porukom]. Pa stalno neka zezancija s prijateljima ili zovemo nekog frenda iz daleka kad smo zajedno ili pustim neku muziku (...) većinom pratim storye šta stavljamo da se međusobno zezamo i sprdamo. Važna mi je takva zezancija za druženje. Međusobno stavljamo slike i tako se zezamo. Svi moji prijatelji imaju društvene mreže. (uglate zgrade dodane)

Dakle, možemo zaključiti da socijalna kohezija mladih Z-ovaca raste usporedno s količinom rasta uporabe pametnog telefona u društvene svrhe. To dolazi u paru sa snažnom navikom

korištenja pametnog telefona, a velik broj ispitanika često je iskazivao da je značajan faktor količine uporabe pametnog telefona zapravo dosada. Doduše, dosada je većinom vezana uz uporabu društvenih mreža. Kako to ispitanici kazuju, Instagram je dominantna društvena mreža za popunjavanje neiskorištenog vremena ili jednostavno za „ubijanje dosade“. Sadržaji na Instagramu su većinski društveno orijentirani i povezani s društvom korisnika pa stoga imaju veliku potencijalnu zabavlačku snagu. S druge strane, gotovo svi ispitanici objašnjavaju kako je Facebook mreža bez zanimljivih sadržaja koja se najčešće koristi za grupnu komunikaciju, čitanje vijesti putem službenih stranica medija te zbog toga što je vrlo praktičan za pronalazak osoba kao i za biti pronađen i kontaktiran. Primjerice, ispitanica iz Zagreba 01 kazuje:

Pa na Facebooku sam minimalno. Sad kad je gotova škola i ne dobivam nikakve obavijesti, na Facebooku praktički provedem 3 minute dnevno. Više gledam po Instagramu – slike robe, šminke, frizura – ti videići kratki su mi super. Gledam slike i video uratke. Na Instagramu pratim fashion stranice, blogerice i frizure, a na Facebooku samo prelistavam stranicu – nema baš nešto posebno što radim. Dakle, Instagram je za mene mjesto inspiracije. Prijatelje baš i ne pratim, ali pogledam slike koje drugi stave. Drago mi je vidjeti ako stave slike s mjesta gdje su bili i lajkam to.

Na sličan način i ispitanica 06 definira Instagram kao mjesto zabave i razbibrige: „S curama se dopisujem kad se neka desi i odgovaramo si kroz sat – dva. Ostatak vremena listam slike na Instagramu. Gledam kaj ljudi rade...slike i story. Zanimljivo mi je gledat kak se ljudi sramote. Kaj sve stavljaju...stvarno...meni je gušt gledat takve budale“. Ispitanik 09 iz Zagreba na zanimljiv način upućuje da mu je Instagram kratka razbibriga s kojom radi „presjek“ između dvije obaveze ili važnije/duže radnje u danu:

Recimo da volim vidjeti nešto zanimljivo. Pa da ti budem iskren, najčešće na wc-u idem na Instagram jer to je recimo primjer kada razbijaš neku veliku radnju s nekom kraćom. Dakle, prije nego napravim nešto duže, onda između dvije radnje malo koristim mobitel. Da se malo opustiš. To ti ispadne 10-15 minuta dnevno. Ili mi netko pošalje poruku ili sliku i pozove me onda ti je to to, pogledaš malo.

Ispitanik 08 na sličan i zanimljiv način opisuje sličnu naviku. Naime, na pitanje o tome bi li ga živciralo da mu pristižu poruke za vrijeme učenja za važan ispit, on odgovara:

Bio sam ja u takvim situacijama. Čak mi to i paše jer imam naporan rad, onda molim Boga da mi pošalje obavijest na mobitel da imam razlog za pauzu. Jedino kad učim mi je upaljen zvuk, inače mi je na vibri.

Dakle, možemo kazati da se uporaba pametnog telefona – barem ta učestalost, svodi na komunikaciju koja je faktički neprestana i ima kohezijsku komponentu, dok preostalo vrijeme korištenja odlazi uglavnom na društvene mreže (dominantno Instagram) kako bi korisnici dokidali dokolicu pritom se zabavljajući. Dodatno, većina ispitanika kazuje da su svi njihovi prijatelji uglavnom na društvenim mrežama, a to upućuje da društvene mreže služe za bivanje u toku socijalnih zbivanja. Na taj način ispitanici kazuju da uz pomoć društvenih mreža doznaju što ima nova s njihovim prijateljima te, recipročno, pružaju povratnu spregu što ima s njima. Primjerice, ispitanik 09 kaže: „Mobitel je društveno važan. Pomaže ti da budeš u toku s društvom. Dosta ljudi objavljuje što radi preko dana pa tako si u toku“, dok ispitanica 07 dobro opisuje gore spomenutu povratnu spregu u vidu izgradnje vlastitog digitalnog identiteta: „Storye stavljam jer su fora – za sve te ljude koji me followju. Da ti ljudi vide nešto zabavno, ali i izgrađujem neku sliku o sebi – ljudi imaju mišljenje o tebi na temelju toga.“ Na sličan način, svi ispitanici izvještavaju da paze kakve sadržaje objavljuju na Instagramu te da se na slikama trude prikazati u što boljem svjetlu – iako i to ovisi o tome je li sadržaj namijenjen prijateljima ili svim pratiteljima na Instagramu.

Osim dopisivanja, korisnici najfrekventnije koriste pozive i glasovne poruke. Pozivi se uglavnom koriste kad poruke zakažu pri prijenosu važnijih tema ili emocija. Važnije teme podrazumijevaju i potrebu za brzim odgovorom kao u slučaju ispitanika 09: „Ako je nešto važno, onda radije zovem, ali ako je manje bitno i može čekati, onda radije šaljem poruke. Dakle ako idem u dućan i trebam popis namirnica odmah, onda radije zovem“. Ljubavne svađe su česti primjeri kada poruke gube na snazi jer ne prenose emocije na način na koji ih korisnici intoniraju ili jednostavno tipkanje poruka postaje preopširno. Ovako to objašnjava ispitanica 07: „Znam kad je ljut, onda mi sporije odgovara – onda volim da me nazove navečer i da onda to riješimo. Jer na poruke mi može izglumit'. Ima vremena pa onda napiše nekako poruku da ne ispadne tako ljut“. Glasovne poruke su također cjenjen alat jer pružaju mogućnost da se u kratko vrijeme puno toga kaže, dok pisanje poruka nema tu opciju. Na primjer: „Glasovne poruke su mi omiljene jer mi se ponekad neda pisati frendovima na daljinu. Imam frendicu koja živi u Njemačkoj i onda s njom izmjenjujem 10 glasovnih jer nam se neda pisati. Da pišemo, to bi trajalo 2 sata. A ovako u 5 minuta voicea, ona meni sve kaže – štedimo si vrijeme. Ako se nešto desi, odmah mi se navečer tako javi“ – priopćuje ispitanica 07.



Ukratko, možemo zaključiti da mladi koriste mobitele uvijek i bez prestanka (što podrazumijeva nekoliko pojedinačnih uporaba tijekom jednog sata) te da su mobiteli postali prirodna ekstenzija svakodnevne komunikacije koja služi za praćenje socijalne zbilje kao i za postizanje društvene kohezije putem naizgled nevažnih, trivijalnih društvenih radnji poput dijeljenja fotografija zanimljivih događaja ili razmjene poruka o objedima ili smiješnim događajima u društvu. Također, mobitel je praktičan za saznavanje društvenih novosti te za dogovaranje i razmjenu korisnih informacija s prijateljima. Dopisivanje je dominantno sredstvo komunikacije budući da pruža vrijeme i kontrolu nad komunikacijskim procesom (vidi 8.4.), iako su pozivi i glasovne poruke korisnije kada je potrebna pravovremena reakcija ili kada je tema kompleksnija što podrazumijeva emocionalnu i sadržajnu komunikabilnost.

### 8.3. Značaj, navike i motivi korištenja pametnih telefona tijekom druženja mladih licem u lice

U potpoglavlju 8.1. kazali smo da je promatranjem opaženo kako kada intenzitet interakcije ili razgovora za vrijeme druženja opada, tada broj pojedinačnih uporaba pametnog telefona raste. Na pitanje o tome koriste li pametni telefon za vrijeme druženja/odlaska na kavu, ispitanici su uglavnom odgovarali da koriste potvrđujući gornje opažanje. Primjerice, ispitanik 04 tumači:

Najčešće za vrijeme cuge dižemo mobitel kad više nemamo o čemu pričati. Ili kad si s više ljudi pa onda neki uđu u neku dublju temu u kojoj ti baš nisi nešto pa odlutaš na mobitel. Sigurno neću gledati na smartphone kad mi je baš nešto zanimljivo ili kada raspravljamo. Kada je pad intenziteta, onda i vadim mob. Kad netko drugi koristi mobitel, onda su već svi isključeni pa je najlakše i tebi isključit se.

04 je na reprezentativan način sažeo generalan odgovor svih ispitanika, a taj je da pad intenziteta dijaloga ili iscrpljivanje tema vodi ka dosadi koja „otvara vrata“ uporabi pametnog telefona. Shodno tome, budući da je dosada – uz važan poziv od bliske osobe – dominantan razlog posezanja za mobitelom, opis aktivnosti na pametnom telefonu uglavnom se svodi na provjeravanje pristiglih poruka ili kratak odlazak na društvene mreže kako bi se tek toliko provjerile nove objave korisnika. Ispitanica 01 to ovako opisuje:

Makar, ako je super društvo, nitko neće gledati na mobitel. Ali ako je neugodno ili dosadno – pijemo kavu i malo šutimo – onda će svatko htjeti malo prelistati što ima na pametnom telefonu na Facebooku ili Instagramu. Al' meni je mobitel navika, da je pored

mene i da malo prelistam. Ako je stvarno dobro društvo i zanimljivo je i zapričamo se, onda stvarno ne koristimo mobitele.

Dakle, mobitel se koristi kad opadne dinamika razgovora te kada postaje „dosadnjikavo“. Premda, ispitanici su nerijetko iskazivali da sadržaj na smartphoneu može biti dobra nadopuna postojećoj temi ili pak sredstvo za „oživljavanje“ minulog intenziteta: „Ja ne koristim toliko mob – jedino ako je neko zatišje i vidim da frendica tipka, onda ću i ja. Makar, da ona ne koristi, ne bi ni ja iz pristojnosti. Malo proskrolam [od eng. *to scroll* – navigirati „razmatanjem“ sučelja] i pokažem joj nešto. Neke nove teme ispadnu – netko nešto objavi i tako se to nastavi“ (uglate zagrade dodane) – objašnjava ispitanica 07. Ili, ispitanik 09 uz pomoć mobitela nadopunjava teme: „Kad pričaš o nečem i sjetiš se da si nešto vidio smješno ili zabavno, onda nađeš to na mobitelu pa pokažeš“.

Većina ispitanika je na pitanje o uporabi pametnog telefona za vrijeme kave konstatirala da postoji određena nelagoda ili nepristojnost kada je riječ o posezanju za pametnim telefonom za vrijeme kave. Naime, ispitanici objašnjavaju kako je za vrijeme druženja uobičajeno pa čak i jedino prihvatljivo družiti se razgovarajući. Primjerice, ispitanica 03 na pitanje o tome koristi li mobitel za vrijeme kave objašnjava:

Kad i svi drugi, a to je kad nam je dosadno i nemamo neke posebne teme. Onda sam na Faceu ili Instagramu, ali većinom na brzinu odgovaram na poruke jer se ne osjećam ugodno kad u društvu odgovaram na poruke jer to nekome možda smeta. Ne koristim pametni telefon u društvu kad neko nekaj priča jer ga želim poštovati. Ali da...uglavnom provjeravam poruke i tako.

Na taj način, posezanje za telefonom tumači se kao čin nepristojnosti, a glavni razlog je taj što ukoliko jedan član grupe posegne za mobitelom, utoliko indirektno pokazuje da mu je dosadno s ostatkom društva. Recimo, ispitanik 08 to vrlo živopisno objašnjava: „Nije to nepristojno...ali da...ima neki bed [sleng: neugodnost] tko će prvi uzet mobitel. To ukazuje da je dosadno pa...evo moguće da je zato bedara. Ja ne želim prvi izvaditi mobitel da ne kažu – gle ovog smrada, on je prvi izvadio mobitel.“ Ovaj citat dobro oslikava atmosferu grupne dinamike kada je riječ o uporabi mobitela u društvu koje se tumači kao nepristojno jer ukazuje na dosadu koju je nepoželjno iskazivati budući da se može smatrati uvredljivom. Stoga zasigurno postoji maksima da uporabu mobitela za vrijeme kave treba izbjegavati. Još interesantniji je kondicional koji uvjetuje vrijedi li dotična maksima ili ne. Naime, ispitanici prijavljuju da dotična maksima ne vrijedi jednom kada drugi član prvi posegne za mobitelom. Tada, kada uporabom mobitela drugi

član prvi pokaže da mu je dosadno, prvi član više nema obavezu poštivanja sugovornika budući da se iskaz poštovanja prema njemu dokinuo. Tako ispitanica 06 objašnjava da ako već i koristi mobitel za vrijeme kave koja je dosadna, čini to potajno i vrlo kratko, a na pitanje o tome ponaša li se isto kada netko u društvu prvi posegne za mobitelom, kazuje: „Pa da. J\*#@ se...ti si prva uzela, baš me briga. Ti si kriva. Ti si prva pokazala da ti je dosadno. Tako da, ja se neću ljuti, samo ti daj – tako bih se osjećala“. Naravno, primjena ove maksime također oscilira ovisno o navikama i karakteru ispitanika. Recimo, ispitanik 09 smatra neprihvatljivim koristiti mobitel jer je to izraz nepoštovanja i izbjegava ga neovisno o tome koriste li drugi u njegovom društvu mobitel ili ne:

(...) dok sam s ekipom, s ekipom sam, i apsolutno mi je glupo koristiti mobitel (...) Da mi je i dosadno s tobom pričat sada, ja neću uzet mobitel iz pristojnosti. Ak sad netko priča na mobitel, da ja odem na mobitel – to nije neka nepristojnost, ali ako ja uzimam onda jest. Da sad ti uzmeš, mene bi to živciralo. Jer ljudi to rade iz dosade – to bi mi pokazalo da ti je dosadno. Ja to neću iz poštovanja bez obzira...mislím da te ne znam dobro i ti telefoniraš ja bih te pričekao, a da te znam, rekao bih ti da me to smeta.

Na sličan način ispitanica 02 relativno uspješno ograničava vlastitu uporabu mobitela za vrijeme kava – koliko iz principa, toliko zato jer jednostavno smatra nepristojim nalaziti se na druženju i onda ne razgovarati s drugima. Na pitanje o tome gdje joj je mobitel za vrijeme kave odgovara:

U torbi mi je smartphone. Zato što se dopisujem s frendicama kada mi je dosadno – i već mi je dosta toga. Onda kad se s njima nađem onda je to problem. Imam tu prijateljicu s kojom idem na kave i ona uvijek pipne taj vražji mobitel. I to živcira, jako. Ona s tobom priča, a dođe joj poruka i onda tipka i kao sluša tebe. Ne može – ne želim biti taj tip. Ali, mob uvijek mora biti kraj mene jer me mama stalno zove i mora biti kraj mene da se mogu javiti. A i kad je kraj mene, onda krenu navike i onda ajde da vidim kaj ima i tako provedem pola sata tipkajući, a da se ni ne okrenem. Telefon na kavi uzimam samo ako me netko zove, ako se nekome javljam di sam i kaj sam i ako se svađam s dečkom. Ili ako očekujem važnu poruku – onda mi je dodatno upaljen Internet pored wifi-a. Tipa, ako dolaze rezultati mature ili slično. Tad ću svako malo gledat rezultate – ako budem tad na kavi.

Iz priloženih citata se vidi da se principijelni korisnici trude svesti uporabu mobitela na minimum za vrijeme druženja jer smatraju dotičan čin nepristojnim ili iskazom nepoštovanja. Premda postoje iznimke kada se je u redu javiti, poput poziva vrlo bliske osobe – roditelja ili partnerice/partnera.

S druge strane, „snažni“ korisnici mobitela za vrijeme druženja ne vide neku naročitu nepristojnost. Primjerice, ispitanica 10 koja je ujedno i najmlađa intervjuirana rođena 2000-te godine, ne razumije zašto bi uporaba pametnog telefona bila nepristojna kada uvijek svi na kavi koriste mobitel: „Na stolu, u džepu ili u torbi mi je mobitel na kavi. Tu ga čujem. Koristim ga uvijek jer ga sve koristimo i tako nam je dobro. Zajedno samo na društvenim mrežama i pokazujemo si međusobno što ima“. Na pitanje zašto koristi mobitel na kavi, anegdotalno odgovara: „Koristimo mobitele jer imamo internet“ referirajući se na besplatnu wi-fi vezu u kafiću. Na sličan način i korisnik 05 opisuje svoje navike korištenja pametnog telefona za vrijeme odlaska na piće. Iako smatra da odgovaranje na poruke generalno za vrijeme druženja nije nešto poželjno, u njegovom slučaju je to u redu jer svi koriste mobitele upravo kako bi ostvarili željenu interakciju:

Na primjer, netko tko nas ne zna mislio bi da je čudno i da nas to čini izoliranima, ali mi smo svi u tome i zajedno to radimo. Nadodam nešto na razgovor putem društvenih mreža ili sam u uroti da ulovimo i fotkamo frenda u smiješnoj pozi i to objavimo. A na Whappu sam kad u ekipi nije moja cura, onda se udaljim da bude privatno. Mama ili stari isto, ako nisu s nama, onda odgovaram odmah.

Ipak, bez obzira na takvu formu zabave za vrijeme druženja licem u lice i 05 prepoznaje da je uporaba problematična i potencijalno uvredljiva kada razgovor zahtjeva ozbiljnost: „pa kad je frenda prevarila butra [sleng: djevojka], onda smo se svi uživali – mobitel nije bio prisutan. Kad je baš ozbiljan razgovor, onda ne mobitel“.

Dakle, možemo zaključiti da su kolektivne navike društva ili maksime pojedinaca koje unose u društvo, činitelji razine uporabe smartphonea za vrijeme interakcija. Kod društva čija je interakcija potpomognuta smartphomeom, uporaba je poželjna –izuzev situacija u kojima članovi zahtijevaju koncentraciju ili podršku. S druge strane, neki pojedinci jednostavno žele koncentraciju i pažnju drugih bez obzira na intenzitet razgovora jer je uporaba mobitela izraz nepoštovanja budući da implicira dosadu. Naravno, maksima prestaje vrijediti u onom trenutku kada jedan član prvi pokaže da mu nije stalo do iste. Ovakav nalaz ujedno potvrđuje rezultat promatranja prema kojem dinamika uporabe mobitela za vrijeme socijalnih interakcija nalikuje „domino efektu“.

Još jedna varijabla koja utječe na razinu upotrebe mobitela u društvu jest broj sudionika druženja. Ovdje nalazi mogu biti kontrarni – ovisno o naravi prijateljstva. Naime, većina

ispitanika kazuje da je u većim društvima uporaba mobitela veća od uporabe u manjim društvima budući da se istovremeno razgovara o više tema. Točnije, uvijek postoji netko tko sluša aktualnog govornika, pa ne postoji toliki pritisak pozornosti na jednom slušatelju. Shodno tome, čini se lakšim uzeti mobitel. Ispitanica 07 ovako odgovara na pitanje koristi li se mobitel više u većim ili manjim skupinama:

Kad je veće. Jer je puno ljudi i ljudi se grupiraju i onda ćeš pričat s nekim tko je do tebe. Tipa ako vas je malo, kad istrošite teme, onda netko hvata mobitel i onda nešto nadovežeš na nešto što vidiš i čuješ. Ali kad je manja ekipa, brže se razgovori nastavlja. Više se hvataš za mob kad vas je više.

Na sličan način ispitanik 05 objašnjava da ako je slučaj da je samo s jedim prijateljem na piću, onda „sam rjeđe (na mobitelu) jer inače kad smo sami, onda o nečemu raspravljamo. Možda pogledam tko je kaj poslao ali ne odgovorim odmah. Pričamo o životu i tako. Ali ako on ode na wc, odmah sam na mobitelu“. Premda se ovakva interpretacija čini kompatibilnom s tezom da s padom intenziteta razgovora, raste količina posezanja za mobitelom budući da su manje skupine intenzivnije zbog minimalnog broja slušatelja, stvari se i ovdje kompliciraju. Naime, iako je 07 objasnila da joj se čini da više koristi mobitel u većem društvu, pripoćuje da i tada razina njezine uporabe ovisi o tome „(...) tko priča. Ako priča netko nov u društvu ili tvoj frend ili frendica, onda ćeš slušat jer je red, a ako nije onda ti je manje bitno“. S druge strane, ispitanica 06 tumači da više koristi mobitel u društvu s jednom osobom jer su to najčešće dobre prijateljice od kojih je prihvatljivo tražiti strpljenje dok odgovaraju na poruku ili jednostavno to budu svakidašnje kave tijekom kojih se nema previše novog za reći, pa je navika koristiti mobitel: „onda ću možda više koristit mobitel ako smo dvije. Jer znam da kad sam sama s njom mogu joj reći: „čekaj“ ili tak nekaj. Ne će biti tako bezobrazno.“ Treće zanimljivo viđenje ponudio je ispitanik 08 koji smatra da on najviše koristi mobitel u grupama od troje: „Zapravo mislim da je najviše kad je troje ljudi – tu uvijek neko visi. Meni se desi da dvojica krenu o muzici – vamo-tamo – a to mi se neda slušat i onda uhvatim mobitel.“

Čini se sigurnim da ne postoji uniformni obrazac za predviđanje količine uporabe telefona ovisno o veličini društva. Dotična kvantiteta ovisi o naravi poznanstva mladih koji se nalaze na druženju. Ako je razgovor intenzivan, ne će se toliko posezati za mobitelima, pogotovo ako je grupa mala. Iako, ako je grupa mala, a tema nedostaje zbog frekventnog viđanja, tada uporaba raste jer gore spomenuta maksima gubi svoju snagu budući da dosada prestaje postojati

kao faktor koji indicira kvalitetu odnosa jer je, najčešće, riječ o dobrim prijateljima. S druge strane, velika grupa može nositi veliku dinamiku razgovora koja trpi uporabu pametnog telefona budući da niti jedan sudionik nije jedini slušatelj koji poklanja zahtijevanu pažnju temi ili govorniku. Naravno, ako je dinamika vrlo živa, moguće je da se neće posezati za mobitelom upravo zbog zanimljivosti.

#### 8.4. Navike i važnost uporabe pametnog telefona mladih u ljubavnim vezama

Od 10 intervjuiranih pripadnika generacije Z, njih 6 je bilo u ljubavnoj vezi za vrijeme intervjua. Ovdje ćemo predočiti rezultate njihovih razmišljanja i navika vezanih uz uporabu pametnog telefona u ljubavnim vezama.

Prema podacima proisteklim iz izvještaja ispitanika, čini se da je imanje ljubavnog partnera izrazito dobar prediktor kvantitete uporabe pametnog telefona. Naime, pri prepričavanju komunikacijskih navika sa partnerom/icom tijekom prosječnog dana, svi ispitanici potvrđuju da je komunikacija generalno neprekidna, te da se većinski sastoji od prepričavanja onoga što trenutačno rade ili što su radili dok su trenutno bili odsutni na WhatsAppu nekoliko trenutaka ili sati. Naime, WhatsApp se navodi kao najčešći komunikacijski kanal osoba u vezi budući da je intimniji od ostalih servisa poput Facebookovog Messengera ili Instagram Direct Messagea, a razlog tome jest što WhatsApp, za razliku od ostalih aplikacija, zahtjeva osobni telefonski broj kako bi dopisivanje ili pozivi bili mogući. Prosječan dan korisnika u vezi počinje slanjem poruka za dobro jutro čim se probude. Zatim slijedi kratko dopisivanje u kojem se doznaje gdje su partneri i koje ih obaveze čekaju tog dana. Iz tih „početnih“ informacija razvija se dnevna dinamika izmjene poruka koja traje do navečer kada partneri idu na spavanje. Naravno, gotovo svi naglašavaju da je telefonski poziv ili dopisivanje prije spavanja obavezno. Primjerice, ispitanica 01 prepričava:

Za ujutro si pošalješ poruku. Kad se on probudi onda i on pošalje. Ovisi sad, ako nešto radim, onda ćemo se čut kroz pola sata – to su neke svakodnevne teme – idem jesti, javim se i sl. To nije nešto obavezno kaj se tiče javljanja. Obavezne su poruke ujutro i navečer, ako se dogovarate ili se svađate – tad odgovaraš odmah ili neke vama zanimljive teme. Ako peglam ili spremam, onda odgovaram kroz nekih pola sata. Slikam doručak ili kada idem negdje sam si lijepa pa želim da me vidi. Ili ako mi kuhani ručak izgleda fino. Ili ako mi je nešto novo kaj sam kupila – to mu slikam.

Ili, ispitanik 05:

Dobro jutro, svako jutro. Čim se probudim – pitanja o spavanju. Gdje ti ideš danas? Kaj si radila na praksi? I onda kada se vrati je umorna... pa si šaljem gluposti, smiješne slike, šta je pričala sa starim. Kaj se događa... šaljem si i slike – dok sam dolazio sam joj slikao kako dolazim ovdje. Pričamo o serijama, filmovima ili ako priča s frendicama, traži moje mišljenje dok na kraju ne završi s „laku noć“. Ne mora obvezno, ali se događa da telefonski se čujemo svaki 2-3 dana jer se i vidimo.

Zapravo, učestale poruke osoba u vezi imaju sličnu svrhu kao i kod komunikacije s prijateljima – a to je stvaranje kohezije i osjećaja povezanosti putem učestalog „čavrljanja“ – iako je dopisivanje među partnerima češće. Primjerice, u ispitanice 06:

Kad imam dečka koristim češće mob, ali samo na njega, ne toliko više na druge. I s njim tokom dana i prije spavanja obavezno razgovor... nekako je ljepše. A kroz cijeli dan se izmjenjuju poruke. Od najvećih gluposti do najbitnijih stvari. I to je zato jer se osjećam više povezana s njim. Osjećam se sigurnije jer se brinem za njega i znam gdje je u svakom trenu.

Tome u prilog govori i činjenica da kada su partneri u međusobnoj fizičkoj prisutnosti – kako oni izvještavaju – gotovo da i ne koriste mobitel – što zbog intenziteta druženja, što zbog toga što se ionako najčešće upravo s njima dopisuju, kao što to kazuje ispitanica 01: „Pa jako rijetko jer se većinom s njim i dopisujem. Ne koristim baš mobitel kad smo zajedno“. Ispitanica 02, na primjer, rjeđe susreće partnera zbog prirode njegovog zanimanja. Stoga u njegovoj prisutnosti maksimalno koristi zajedničko vrijeme, a kada je on odsutan, mobitel je jedini način na koji ostaje u stalnom kontaktu s njime pa zbog toga sam smartphone ima veliku važnost:

Kako je on medicinski tehničar, vidimo se rijetko jer radi po 12 sati. Zato mi je važno da se čujemo tijekom dana. Tipa ujutro ili navečer da mi ispriča kakav mu je bio dan i idemo spavati. Da nema smartphonea, čula bih ga i vidjela do dva puta tjedno, a to mi je malo. Volim ga vidjeti i čuti i tu mi smartphone puno pomaže.

Sličan slučaj je i kod ispitanice 07 čiji dečko živi u Bosni dok ona stanuje u Zagrebu. Stoga je mobitel posebno važna naprava budući da osigurava prihvatljivi stupanj povezanosti. Cure i dečki, gotovo podjednako, kazuju kako na poruke odgovaraju gotovo trenutačno ukoliko nisu okupirani nekom radnjom koja zahtjeva veliku razinu koncentracije. Ipak, djevojke češće od mladića napominju da im je vrlo važno da njihovi partneri odgovaraju gotovo trenutačno po primitku poruke ako se ne nalaze na poslu ili rade neku dugotrajniju ili naporanu radnju. Pri kontroli brzine povratne sprege pomaže im što: (1) zbog gotovo neprekidnog dopisivanja, u svakom trenu znaju što njihovi partneri rade i (2) što aplikacija WhatsApp informira pošiljatelja da je poruka isporučena prikazom dvije male kvačice u ravnini poruke u aplikaciji na sučelju

pametnog telefona. Ispitanica 06 sukladno tome prenosi: „A ako je s dečkima ili doma, očekujem da mi odgovori kroz pol sata jer znam da niš ne radi tak bitno i ima mob u rukama. A ako je vidio poruku, onda odmah da mi odgovori jer kaj si onda otvarao poruku ak ne misliš odgovorit“. S druge strane, djevojke koje nisu u vezi, kao i mladići, ne vide toliki problem u odlaganju mobitela ako im korištenje postane zamorno jer, kako kazuju, sve poruke – u biti – mogu čekati dok ne odmore. Generalno govoreći, slobodni muški ispitanici prijavljuju veći stupanj neovisnost i manju razinu dopisivanja od slobodnih djevojaka jer slobodne djevojke – iako bez dečka – značajno vrijeme ulažu u kontinuirano dopisivanje s prijateljicama ili komentiranje drugih korisnika na Instagramu koji im se sviđaju ili pak postaju tema trača. Dobar primjer toga daje ispitanica 07 putem anegdote:

Na primjer, šta se danas desilo. Jedna je cura s faksa davno odustala, još u 1. semestru; i mi smo s njom imali sra#@ ženskih i nismo si dobre s njom. Uglavnom, ona s nama više nego mi s njom. I ona nas je blokirala na Instagramu. Što je za mene djetinjasto. A samo jednu curu nije koja se druži s nama – i ta frendica nekad zna poslat sliku te cure i onda krene trač – „gle ti nju...“. Danas je neka cura stavila neki citat na Instagram i onda je ta cura s faksa s kojom smo zaratile to komentirala: „ti si super, bravo“, pa su cure na chatu došle na ideju da joj lajkaju taj komentar. Sve su to lajkale osim mene. A ja to nisam htjela jer to smatram... da bi to bila provokacija. Mislim, ak je odustala i nećemo se vidjeti 100 godina, kaj da kurim frku. „Ne, ne, daj lajkaj“ – kažu frendice. One su mlađe od mene dvije godine i mislim... ok, to je mala razlika, ali se vidi. I one su tako rekle; „ako ti ne lajkaš, ona će mislit da se mi više ne družimo – da si ti nas otkantala“ – kao ta cura koje ne vole će to mislit. Njima su te stvari bitne. One su ju išle provocirati.

Ovom anegdotom 07 je zapravo potvrdila da je – u ovom slučaju smartphone – bitan alat za pravovremeno sudjelovanje u digitalnim „događajima“ društvene naravi jer, barem kako većina kaže, jedino se putem mobitela pristupa pametnim mrežama budući da je pametni telefon najjednostavniji za pristup – prenosiv je i brz. Također, otkriveno je da djevojke pridaju veliku važnost svojim prijateljicama prije objave pojedine fotografije na društvenim mrežama ili da im je emocionalno važno obilježavati događaje poput izlazaka putem uzimanja zajedničkih fotografija. Tako, 03 tumači:

Okinem 10-15 selfija i pošaljem curama i onda one odaberu najbolju i onda to objavim na Faceu – makar češće na Instagram. Samo slike objavljujem i pazim da su lijepe (...). Pa kad se ne vidim dugo s curama, onda se volim dopisivati s njima i nije mi problem odmah im odgovarati na poruke. Slikanje je zabavno isto. Ostaju nam slike kada se zajedno slikamo jer ih uvijek dijelimo. To mi je važno.



Naspram cura, dečki koriste WhatsApp ili Instagram također radi postizanja kohezije, ali na drugačije načine. Na primjer, društvo ispitanika 05 se zadirkuje i međusobno šali putem Instagram storya: „Na Instagramu gledam sliku ako netko novu stavi, ali većinom storye šta stavljam da se međusobno zezamo i sprdamo. Važna mi je takva zezancija za druženje. Međusobno stavljamo slike i tako se zezamo. Svi prijatelji imaju društvene mreže“. Ispitanik 08 pak koristi WhatsApp grupne razgovore kako bi se također šalio s ekipom. Na pitanje o tome što najviše voli raditi na društvenim mrežama, kaže: „Ima tu svašta...i sprdanja mi je ok na Whappu. Međusobno trolanje (eng. to *troll* – sprdati) je odlično. Ima budala, uvjeriš ga u nešto pa to bude sprdnja po pola godine. Stvarno, kad nekog „isprcaš“, neki ljudi u stvarnosti ne mogu imat ozbiljnu facu, a kad si u grupi ako vas pet govori: „istina, istina“ – onda popuše ljudi“.

Što se procesa udvaranja i održavanja veza tiče, u potpunosti je zastupljen obrazac koji uključuje društvene mreže i, samim time, pametne telefone. Većina ispitanika i ispitanica prepričava kako veze i odnosi ljubavnog karaktera doista započinju kako je opisano u poglavlju petom, a to je redom: (1) međusobnim praćenjem profila, (2) lajkanjem slika, (3) razmjenom poruka na društvenim mrežama i (4) susretom uživo. Iako, prema istraživanju se pojavio novi međukorak, a to je traženje broja (najčešće mladići traže broj mobitela od cura) kako bi mogli početi razmjenjivati poruke putem WhatsAppa koji se smatra intimnijim upravo zato jer je potreban osobni broj za kontakt, kao što to prijavljuje 03:

Jedan dečko mi je prvo polajkao pet-šest slika i onda tek kad sam ja njemu lajkala slike mi se javio u inbox. I onda se dopisuješ i razmijeniš telefonske brojeve za dopisivanje na Whappu...jer Messenger šteka – to mu je bio izgovor, a meni nije smetalo. I onda kava i dalje ne znam...objavila bih na Faceu da sam u vezi tak kad bi bila 100 posto sigurna da je to ozbiljna veza i kada bi postajali osjećaji.

Osim toga, neki korisnici objašnjavaju da je što se pametnog telefona tiče, posljednji ili najintimniji korak telefonski razgovor, upravo zato što se tim putem najbolje prenose emocije budući da je boja glasa nešto što se ne može prikriti ili čime se može lako manipulirati.

Nadalje, vrlo je interesantno na koji način korisnici zadržavaju kontrolu pri otkrivanju svojih emocija kako ne bi bili povrijeđeni ili ismijani. Ispitanica 01 prepričava da je u početku dopisivanja preko WhatsAppa vrlo važno predstaviti se kao ležerna i opuštena osoba koja nije previše zainteresirana za odnos kako ne bi odala dojam potrebitosti: „Pa ne otvaraš poruke odmah. Kao, kad si na samom početku ne želiš nekome dati do znanja da ti se jako sviđa i da

jako čekaš poruku. Onako ćeš ležerno pričekat. Kao da ne ispadne da samo na njega čekaš“. Na gotovo identičan način tome svjedoče i mladići poput 08 koji kaže da: „neću prebrzo odgovoriti na poruku jer ispadam napaljenko neki (...) i nećeš lajkati stare slike, onda će znat da si sve pregledav'o, a to ti je odmah znak...»zašto si listo«?“. Također, kako svjedoči 01, poruke „u početku tipkaš duže, pet puta čitaš jel dobro zvuči i tako. Upoznajete se“. Još jedan vrlo zanimljiv moment koji ukazuje na oprez i kontrolu pri izlaganju svojih emocija simpatiji prepričava ispitanica 03 koja kaže da u situaciji kada se njoj netko sviđa i želi mu to pokazati, prvo će mu lajkati nekoliko slika, a zatim će objaviti status: „inbox“ što zapravo znači da tko god njoj lajka taj status, onda će se toj osobi 03 javiti porukom, odnosno u inbox. Na taj način 03 potencira situaciju u kojoj će imati opravdanje javiti se simpatiji budući da je simpatija sama odlučila lajkati status koji zahtjeva javljanje porukom.

Mladićima i djevojkama posebno je važno predstaviti se u najboljem mogućem svjetlu – bilo putem slika, bilo putem poruka. Stoga, kako priznaju, njihove fotografije nisu najvjernije reprezentacije njihovog stvarnog izgleda – naročito prije osnivanja veze, kako priča ispitanica 01:

Pa dobro, to baš i nisu vjerne reprezentacije – nisi uvijek tako lijepa. Preko selfija se pokazuješ u najljepšem svjetlu. Pa nisam odmah slala slike, a nemam ni sada tu naviku, ali ako odmah šaljem selfije, paziš da jako dobro izgledaš, da kosa pada dobro, da je kut dobar. Slikaš nekoliko slika i onda šalješ najbolju.

Vrlo je interesantno da su korisnice i korisnici vrlo svjesni mogućeg pretjerivanja pri naglašavanju svojih atributa na fotografijama ili u porukama pa su stoga vrlo oprezni da ne pretjeruju pri samoprezentaciji. Umjerenost u stvaranju pozitivne slike o sebi – što vizualno, što verbalno – vrlo je važna, jer kako pričaju mladi, cilj predstavljanja je upoznavanje, a tada, ako su pretjerali, bit će neprepoznatljivi uživo i posljedično obilježeni kao „prevaranti“. Ovako to pojašnjava ispitanica 07:

Pa iskreno, svi smo ljepši na slikama. I to mi je uvijek bio bed. Tipa s ovim dečkom s kojim sam išla na kavu, tipa bilo mi je bed – „kaj ak se ti njemu ne sviđaš? Možda si na slikama malo too much, a ovako nisi ništa posebno“. Doziram...pa da. Ako na slikama izgledam nestvarno, to mi je too much – bolje ne, jer to nisam ja... doziraš što je ok. Da ličiš na sebe. Možda se jednom susretneš s nekim pa... Imam frendice koje imaju aparatić, ali ni na jednoj slici nemaju aparatić. Kad se ideš naći s nekim, onda ti je to stres.

Ili, iz muške perspektive ispitanika 08:

Logično, u najboljem mogućem svjetlu. Al kad-tad će se saznat pa onda ne lažem previše...ne mogu sad reć da imam 100 kila mišića. Zato ja kad vidim dobru sliku od neke male, nikad ne vjerujem dok ne vidim u živo. Jer znam cure koje su na slikama čudo, a uživo...ne pitaj.

Iako, dotično prikazivanje u pozitivnom svjetlu gubi na važnosti kako veza stari. U vezi u kojoj su se partneri već dobro upoznali, ne postoji više potreba za besprijekornom prezentacijom budući da je istina o pravom izgledu ostvarena, kao i sam cilj – veza. Također, samoprezentacija i frekventnost objave selfija opada i gubi na važnosti jednom kada su korisnici u vezi. Recimo, ispitanica 06 kazuje da: „(...) se više nemaš potrebu pokazivat...ne treba ti to jer si zauzeta“. Ispitanica 07 na pitanje o tome bi li se naljutila da neka od prijateljica objavi fotografiju na kojoj joj se njezin izgled ne sviđa, ona odgovara da: „(...) to nije bed jer imam dečka... Jer dečko te vidio bez šminke i ok ti je, a zauzeta sam i nije mi toliko važno“.

Zanimljiva komponenta ljubavnih odnosa jest upravo stres kojem pametni telefon posreduje. Generalno, postoje tri slučaja kada je parovima smartphone izvor stresa u vezama, a to su: a) ljubomora, b) pravovremeno odgovaranje i c) količina komunikacije. Doduše, ljubomora je među ispitanicima zabilježena samo kod djevojaka, dok se dečki nisu referirali na tu emociju. Izvor ljubomore su uglavnom dopisivanje s drugim djevojkama, lajkanje slika drugih djevojaka ili postajanje prijatelja s drugim djevojkama na Facebooku. Za ispitanicu 02, mobitel je izvor ljubomore upravo zato što je u ime povjerenja, u mogućnosti tražiti od dečka da joj pokaže s kime se dopisuje kako bi otkrila kakav „prijestup“ iako nije sigurna da li postoji takvo što. Tako odgovara na pitanje o tome da li provjerava razgovore svog dečka s drugim ljudima:

Kad sam sumnjala da. I svaki put kad sam sumnjala sam bila u pravu. I to je bilo svega 3 puta. Inače mu ne čitam poruke jer znam da dečki imaju svoj tip zafrkancije i uvijek bih našla nešto što je za mene neprimjereno. Ima on ženskih prijateljica s kojima se dopisuje. I jednom mi je sakrio kad sam iz njegove ruke čitala poruke, tj. gledala s kim se dopisuje. Tek kasnije mi je priznao da je arhivirao neki razgovor s kolegicama i kolegama s posla.

S, druge strane, 02 zahtjeva da njezin dečko opravda svako novo Facebook prijateljstvo s ženskom osobom za koju ona procjeni da je dobrog izgleda. Štoviše, čak je zahtijevala da on raskine stara prijateljstva sa „zgodnim“ djevojkama na Facebooku kako bi se ona osjećala sigurnije:

E sad, on je imao cure prije mene i sad treba progutati tu prošlost. Iskompleksirana sam i nisam si lijepa i onda kad vidim koliko ima lijepih cura na Faceu... tražila sam da ih

obriše. I to mi je puno značilo (...) Sad je krenuo raditi i ima puno kolegica i onda mu provjeravam nove prijatelje. I tako on ima nove prijateljice. Jednu, dvije, tri, četiri i tako. Sve, kao, rade s njim... ok. Al onda osma ne radi s njim. I onda mu se javim preko „WhatsAappa“: „koja ti je to? Neka sestra s drugog odjela? A da? Treba ti“?

Na sličan način reagira i ispitanica 07. Ona također zahtjeva opravdanje od partnera kada ima novo Facebook prijateljstvo, dok joj na Instagramu nije važno koga on „prati“. No, ipak, čak i na Instagramu postoji određeni indikator za uzbunu:

Tipa, živcira me lajkanje drugih – ljubomorna sam. Jednom sam provjeravala poruke kad sam sumnjala. Ne ću prigovoriti ako followa nove cure, ali ako lajka, ću ga pitati zašto to radi... ja drugim dečkima to ne radim. Ako lajkam čak, onda je frend. Ja znam njegove namjere – ako nekoj specifičnoj curi lajka svaki drugi dan, onda znam da neka kreće.

Dodatna zanimljivost vezana uz pružanje kontrole partnerima u pogledu nadziranja i provjere ispravnosti i iskrenosti partnera ujedno funkcionira kao stresor, manifestira se kroz usporedbu privatnih iskaza ili onoga što se kaže u razgovorima partnera i objava (slika, statusa, lokacije i sl.) partnera na vlastitim profilima ili profilima prijatelja. Zgodnu anegdotu pružila je ispitanica 02: „I tak ga znam provjeravat preko Facea. Desilo se da je išao na medicinske igre s bolnicom. I rekao je da on i kolega idu sami, a da šefica i sestre idu s drugim autom. A na Faceu – hooop! – slika di su njih četvero u autu. Dakle, kad imaš Facebook nemaš neku privatnost“.

Dodatan stres u ljubavnim vezama povezan s uporabom pametnog telefona uzrokuje stalna povezanost i razina dostupnosti na koju su partneri navikli. Preciznije govoreći, partneri su navikli na relativno neprestanu međusobnu dostupnost. Stoga, ukoliko si partneri ne odgovore na pročitane poruke u prosječnom roku od 10-15 minuta, javlja se frustracija i osjećaj zapostavljenosti. Ispitanici to nazivaju „sinanjem“ (od eng. „seen“) jer se po primitku i otvaranju poruke, pošiljatelju na sučelju kraj poruke pojavljuje par plavih kvačica s natpisom „seen“ ili „viđeno“. Drugim riječima, smatra se teškim prijestupom ukoliko je jedan od partnera primio i pročitao poruku, a da na nju nije odmah i odgovorio. Treba naglasiti da neki ispitanici to tumače kao znak zanemarivanja budući da je partner bio na mreži, a nije odgovorio. Doduše, čak i da poruka nije pročitana („seen“), a da pošiljatelj vidi da je primatelj bio na mreži – to se također smatra znakom zapostave budući da je primatelj očito bio na mreži kako bi odgovorio na poruku nekom drugom, a partneru koji ima prioritetni status nije. Doduše, treba naglasiti da su partnerice te koje su uglavnom tumačile ovakve „zakonitosti“ digitalne veze, dok su dečki u vezi više kazali

da očekuju odgovor od cure u vrlo kratkom roku, budući da uvijek odgovor dobivaju odmah. Evo nekoliko citata koji to potkrepljuju. Ispitanica 02 tumači:

Živcira me kad ignorira poruke. Ja ne znam jel on čorav il' kaj. Pošaljem mu dvije poruke i on mi iskomentira smo drugu poruku. Pa reko: „kaj ne vidiš poruku prvu?“. Volim od njega čut „volim te“ za spavanje i ne mogu bez toga spavati. I poludim kad i to ne napravi za mene, a ja sam stvarno cura koja sam prihvatila puno kompromisa za njega. Još me živcira kad, na primjer, on gleda tv i odgovara mi svakih 10 minuta i onda ću ja odgovarati svakih 10 minuta da ne ispadnem naporna. Jer ja znam škicknut mob kad gledam tv, a on voli pogledati film do kraja.

Ili ispitanica 06:

Da, kad mi ne odgovori po...ne znam. Ako vidim da mi je vidio poruku i ne odgovori... uff... posvađam se odmah. Tipa vidim da si bio na Instagramu ili Whappu i nisi mi odgovorio – znači mene si zanemario. Tu puknem.

A ovako ispitanik 05 opisuje koliko promptno odgovara na poruke djevojci:

U roku od 2 minute ili manje. Jedino ako gledam film ili igram igricu – onda kažem: „čekaj malo“. Ako znam da je doma, ona isto mora odgovoriti u 2 minute, ali ako je na praksi onda u roku od pola sata. Ako bi djevojka vidjela da sam vidio i nisam odgovorio, to bi bio ogroman bed. To se dogodilo jednom slučajno. Bio sam malo pijan i otvorio sam njenu poruku i skroz to zanemario i spremio mob u džep. Iduće jutro je bila rapsodija – „šta sam ti napravila, zašto?!“ Morao sam se iskupiti skroz.

Inače, iako ispitanici kazuju da se s partnerom dopisuju svakih 10-20 minuta, postoje dvije iznimke. Prva iznimka je svađa – tada posebno ispitanice očekuju neprekidno dopisivanje dok ispitanici to žele ili odgoditi ili riješiti telefonski. Recimo, ispitanica 06 prepričava: „Osim ako nije svađa, onda... joooj... tipkam samo tako. Ali on ne. Njemu se neda pa ugasi mob. E tek onda poludim“, dok ispitanica 01 kaže: „Odgovaram mu kroz 20 minuta...tako, osim ako se svađamo, onda 2-3 minute. I ako je nešto tako bitno, onda isto“. Ili, recimo ispitanica 07 objašnjava kako je njezin dečko ljubomoran kada ona objavi sliku za vrijeme izlaska s prijateljicama, a da on o tome nije prethodno informiran, iako radi u inozemstvu i nije uvijek dostupan. Stoga se naljuti i samo preko telefona ga ona može umiriti. Ispitanik 09 na tom tragu kazuje: „Živcira me kad mi ne odgovori na poruku koja je važna. Tipa pošaljem joj nekaj i znam da niš ne radi i nestane na sat i pol. To me smeta. Onda je nazovem i riješimo to“. Druga iznimka kada se ne očekuje odgovor partnera u roku od nekoliko minuta su radne obaveze – u tom pogledu ispitanici pokazuju značajno razumijevanje i ne očekuju odgovor od partnerice/ra i po nekoliko sati.

Pored ljubomore i zahtjeva za stalnom dostupnošću, stalna povezanost partnera također zna biti izvor nervoze ili stresa – i to uglavnom kod muških ispitanika. Djevojke, poput 03 izjavljuju da: „volim ga slušati dok priča o sebi. To mi je uvijek zabavno“ ili 06 kaže da je posebno voljela s bivšim dečkom: „(...) to kaj sam u svakom trenu znala di je. Kaj god ga trebam tu je i mogu računati na njega“. Dok ispitanik 09 priznaje: „Tipa, znalo me naživcirati da mi stvarno smeta kad mi šalje šest-sedam poruka od jednom. Stalno zvoni mobitel i vibrirat i to me živcira – „zbreca“ me i to me smeta.“ Zaključno možemo kazati da muški ispitanici poput 04 ili 08 koji nemaju djevojke osjećaju manji stres u pogledu količine dopisivanja jer se uglavnom dopisuju samo s prijateljima kojima gotovo uvijek mogu odgoditi odgovor na poruku do trenutka kada će im se dati komunicirati, dok ispitanici u vezi nemaju taj luksuz zbog komunikacijskih obaveza prema djevojci.

#### 8.5. Društveni pritisci i stres uzrokovan sveprisutnošću mladih na digitalnim platformama

Kao što smo pokazali u prethodnim poglavljima, pametni telefon vrlo je važna sprava koja služi za postizanje i održavanje društvene kohezije kod svih ispitanika. Željeni stupanj društvenosti postiže se posjedovanjem i održavanjem profila na društvenim mrežama i praćenjem profila prijatelja na istima te frekventnom i pravovremenom komunikacijom s prijateljima putem servisa za dopisivanje neovisno o kvaliteti temama. Budući da je pametni telefon nešto društveno jako važno, prirodno slijedi pretpostavka da postoji pritisak da se dotična povezanost održava. Stoga, na pitanje o tome što bi se dogodilo kada bi se pametni telefon ispitanika pokvario na nekoliko dana ili pak kada bi ga zaboravili ponijeti na školski izlet, ispitanici su uglavnom negativno opisivali takav scenarij. Većinski su kazivali da bi to u njih izazvalo osjećaj panike, izoliranosti, odsječenosti pa čak i straha. Ispitanica 10 vrlo je sažeto to iskazala: „Osjećala bih se odsječeno od svijeta. Jer se ne mogu čuti i biti na društvenim mrežama“. Glavni problem koji ispitanici u tom scenariju navode jest nemogućnost ispunjavanja svojih komunikacijskih navika poput dopisivanja s prijateljima i sudjelovanja u interakciji na društvenim mrežama.

Ipak postoje razlike između korisnika. Oni korisnici koji uglavnom imaju vrlo bogat društveni život – kako online, tako i offline – te uz to još ljubavnog partnera, iskazuju vrlo negative osjećaje vezane uz hipotetsku situaciju u kojoj ostaju bez mobitela. Primjerice, ispitanik 05 na pitanje o tome kako bi se osjećao da sa školom ode na dvodnevni izlet bez mobitela,

kazuje: „Osjećat ću se golo. Stalno bih tragao za njim. Vjerojatno bi svi bili na njima [mobitelima] i ja bih se tako osjećao prazno. Želim se čut sa curom i s frendovima. Imam i u razredu frendove s kojima se sprdam pa bih i u tome htio sudjelovat. Ne bih se mogao čuti s prijateljima. Bilo bi mi jako teško.“ Na daljnje potpitanja o osjećajima koji bi se pojavljivali, 05 je nastavio: „(...) osjećao bih se isključeno. Kao da živim u pećini. Osjećao bih se kao da nešto propuštam. Pa čak možda strah, izoliranost, anksioznost – što se događa, a ja ne znam“. S druge strane, ispitanici koji su relativno više vezani uz grupno dopisivanje, manje društvene interakcije i funkcionalnu uporabu pametnog telefona, iako pretežno negativno opisuju privremeni gubitak smartphonea, ne bi u velikoj mjeri bili pogođeni nedostatkom komunikacije – kako to opisuje, primjerice 04:

Pa svejedno, a možda čak i draže. Mogo bi se totalno opustiti da me ništa ne smeta. Nekad je taj smartphone neka smetnja. Kad odeš na godišnji nije mi toliko bitno imati mobitel pa je možda i dobro. A ponekad mi je stvarno neka distrakcija...nedostajao bi mi mob na početku jer ne mogu te navike koje imam ispunjavati pa bi to vrijeme prilagodbe moralo proći. Da odem bez ekipe isto bi mi bilo – mogao bih bez njega.

Ipak, čak i kod „težih“ društvenih korisnika, postoji slučaj kad odlazak na izlet bez mobitela nije toliko problematičan, a to je kada je izlet u društvu najboljih prijatelja s kojima se inače odvija pretežito sva komunikacija putem mobitela kao što 06 opisuje: „Znamo otić na vikendicu, ali nema signala i onda nit imam internet nit signala za zvat ili sms...jedino se s mamom hvatam po brdu kad se hoćemo čut. I onda je stalno zafrkancija s curama; s njima sam pa se nit nemam potrebu čut mobom.“ Ipak, osjećaji se drastično mijenjaju kada bi se slično dogodilo kod kuće gdje postoji odsustvo prijatelja i mobitela, kao to 06 potvrđuje: „Poludila bi. Kad bi doma crko mobitel, ne znam kaj bi radila. Osjećala bih se...kak bi se čula s nekim? Izgubljeno nekako bi se osjećala. Fali mi nešto s čime bih stupila u kontakt. Izlazim van, meni je automatski mob... znaš... izgubljena sam – ne znam kaj se događa oko mene“.

Iz te perspektive, budući da se gotovo sva komunikacija odvija putem interneta, gubitak Internet veze na mobitelu također bi se mogao protumačiti kao izolacijski događaj. Ipak, iznenađujuće, ispitanici poput 08 odgovaraju da to nije slučaj: „Nisam toliko loše jer sam po cijelom Zagrebu spojen na Wi-fi. Oдавde do faksa barem na 10 mjesta hvatam internet. Tako da se osjećam ok...relativno. A tako mi je možda i bolje. Svakih 10 minuta mi dođe poruka pa ne visim stalno na njemu“. Sličnu zanimljivost kazuje i ispitanik 04: „Malo si osuđen na wi-fi kod

kuće pa ne vidiš odmah. Osjećam malo da mi nešto nedostaje. Makar sam jedno vrijeme znao po mjesec dana bez interneta jer kod kuće ili na faksu imam Internet pa onda po putu slušalice u uši i tako...od lokacije do lokacije“.

Takozvani „problem sinanja“ koji smo opisali u prethodnom potpoglavlju o vezama važi i na opće društvenoj razini. Jednostavno se smatra nepristojnim ne odgovoriti na poruku ako je već viđena od strane primatelja. Gotovo svi ispitanici potvrđuju da je to prokletstvo stalne umreženosti. Gotovo neprekidno primanje poruka obavezuje primatelja da na te poruke prije ili kasnije odgovori. Ipak, jednom kad se poruka otvori, pritisak odgovaranja je vrlo visok. Stoga većina ispitanika osjeća dotični pritisak, ali ga ipak uspijeva kontrolirati tako što one poruke koje ocjene kao manje važne, to jest kao one koje mogu čekati na odgovor, pročitaju putem „spuštanja zaslona“ kojim otvaraju informacijski centar na mobitel gdje se prikazuju poruke u cijelosti ili samo djelomično bez otvaranja aplikacije koja bi pošiljatelju poslala obavijest da je poruka pročitana. Evo i formulacije ispitanice 06:

(...) nekako ako nekome ne želim odgovarati na poruku, onda je uopće ne otvaram. Imam na zadnjoj stranici listu poruka di vidim kaj ima bez da otvaram. Ali ako bi oni vidjeli da sam vidjela, onda imam potrebu odgovoriti jer se osjećam bezobrazno. Ako si ti meni imao vremena napisati poruku, onda se osjećam bezobrazno ako ne odgovorim. Luda sam ako meni netko vidi poruku, a ne odgovori.

Iz tog razloga mnogi ispitanici koriste mogućnost isključivanja prikaza informacija o „seenu“ i zadnjem pristupu aplikaciji drugim korisnicima.

Što se tiče kvantitete uporabe, odgovori ispitanika jako variraju. Recimo, „teški“ korisnici uživaju u uporabi mobitela bez obzira što primjećuju da im oduzima puno vremena, kao što je to 05: „Da. Čak malo previše. Ali mi ne smeta ta ovisnost. Pošto imam zdrav socijalan život. Još to nije da mi mob uništava konekcije s ljudima, već me zbližava“. S druge strane, „lakši korisnici“ definicijski nemaju problema s kvantitetom, dok neki korisnici koji zamjećuju da im neke digitalne radnje uzimaju puno vremena, sami sebe ograničavaju želeći svesti uporabu pod kontrolu kao što to čini 02: „Zapravo želim maknuti mob od sebe da se odmorim jer sam previše ovisna. Sad ako se svađam s dečkom, onda ga stalno koristim, ali ako je sve u redu, onda ga koristim ujutro i navečer. Ovisno o situaciji“. Iz dotične visoke razine upotrebe mobitela, naročito u društvene svrhe, ispitanici ponekad osjećaju zamor, stoga ostavljaju važne teme ili događaje proživljene tokom dana koje žele ispričati, za susret uživo. Razlog tome je, kako kazuje



01: „A ljepše je licem u lice. Uživo je to lijepo. Možeš se nasmijati, emocije su drugačije, možeš zagrliti osobu i ne tipkaš u sobi: „hahahha“ – kao smješno je. Bolje se osjećaš jednostavno“ ili kako iskazuje 06: „(...) mislim da preko poruka ti se ponekad neda sve pisati ili prepričaš u kratkim crtama. Ljepše mi je pričati uživo. S dečkom ovisi – ako ću ga vidjeti taj dan, onda ne pišem, a ako neću onda...radije ću ga nazvat ako je važno“. Dakle, generalno svi ispitanici više uživaju u druženju licem u lice radi većih izražajnih mogućnosti. Naravno, i ovdje postoje iznimke. Naime, ako je nešto važno, a hitno – bilo da je riječ o potrazi za informacijom ili utjehom – u tom će slučaju mobitel imati primat nad druženjem, upravo zbog brzine i dostupnosti – kako tumači 07: „Pa zavisi, ako se idemo družiti, onda se idemo družiti, ali ako je nešto važno ili mi nešto treba, onda ćemo tipkati. Za sat vremena će me proć ljutnja koju sad želim reći. Tako da ću u tom trenu napisati kako ja hoću – izraziti ću tu emociju kako želim“. Dakle, druženje licem u lice ima posebnu važnost, ali nije svaki kontakt licem u lice poželjan. Tako ispitanici odgovaraju da kontaktiranje nepoznatih osoba gotovo uvijek budi nelagodu. Stoga svi ispitanici radije šalju poruke preko Facebooka (zbog jednostavnosti pronalaska kontakta) kako bi s nekim nepoznatim stupili u kontakt.

Dodatno, na pitanje o tome kako bi se ispitanici osjećali kada bi im za vrijeme učenja za važan ispit dolazile poruke na mobitel, većina odgovara da bi se osjećali donekle iznervirano. Naime, čini se da kada mladi obavljaju određenu radnju koja zahtjeva značajan napor ili koncentraciju, u tim trenucima im poruke ili pozivi smetaju – odnosno – to ih čini iznerviranima. Glavni razlog je taj što imaju želju pročitati poruku ili „prolistati“ novosti na društvenim mrežama iz radoznalosti, a u tome ih sputava obaveza učenja. Stoga, nastaje konflikt i nervoza. Različiti ispitanici tada drugačije reaguju. Primjerice, 03 prepričava: „Zanima me kaj dolazi na mobitel, ali se pokušavam skoncentrirati na gradivo i što više biti u tome. Isključim zvuk i pokušavam ne doživljavati to, ali...većinom ipak odgovorim na poruke“. S druge strane, ima i onih konzistentnijih poput 09: „Ja nekad znam stvarno da radim nešto važno... učenje ili nešto što ne mogu s njom istovremeno i tad joj odgovaram svakih 20 min – pola sata. Tad joj kažem da učim i da se čujemo kasnije i onda je ok“. Ipak, jedini je 08 kazao da mu mobitel za vrijeme učenja ne smeta: „Definitivno ću odgovoriti na poruku. Bio sam ja u takvim situacijama. Čak mi to i paše jer imam naporan rad, onda molim Boga da mi pošalje obavijest na mobitel da imam razlog za pauzu. Jedino kad učim mi je upaljen zvuk, inače mi je na vibri“.

Također, neovisno o kvantiteti uporabe, svi ispitanici na pitanje „Kako bi izgledao tvoj društveni život bez pametnog telefona?“ odgovaraju da bi možda bio i bolji zbog više druženja uživo, dok na daljnje pitanje „Pa zašto onda ne odbacite mobitel?“ kazuju da jednostavno vole svoje komunikacijske navike i dostupnost te da ne bi mogli bez mobitela. Zaključno govoreći, čini se da bi najveći stres za Z-ovce vezan uz mobitel bio sam gubitak mobitela.

## 9. Rasprava

Prema rezultatima provedenog istraživanja, teza da je komunikacija sama glavni motiv uporabe pametnih telefona (Vorderer et al, 2016) pokazala se istinitom. Komunikacija u vidu dopisivanja, razmjene slika ili poziva, za mlade je kao navika koja prirodno nastaje usred pristupačnosti i jednostavnosti koju omogućava pametni telefon. Ta navika kao da prerasta u ovisničko ponašanje ako je velik broj prijatelja i prijateljica dostupno na komunikacijskim servisima, zato što ispitanici mladi jednostavno uživaju u interakciji – doznavanju novih stvari i tračeva, svjedočenju digitalnim događajima poput praćenja storya te razmjene poruka u svrhe zabave, dogovora ili ubijanja dokolice.

Nadalje, iz provedenih intervjua, može se uvidjeti utemeljenost teze o homofiličnom ponašanju mladih pri izboru digitalnih sugovornika (boyd, 2010). Drugim riječima, iako društvene mreže nude pregršt novih potencijalnih prijatelja i komunikatora, ispitanici najradije komuniciraju s prijateljima iz škole s kojima su prijateljstvo uspostavili licem u lice. Na taj način, pametni telefon samo produbljuje već postojeće prijateljstvo pružajući mogućnost konstantnog kontakta. Dodatno, valja napomenuti da su oni intervjuirani korisnici koji preporučavaju izvještaje o bogatom „offline“ društvenom životu, generalno društveno aktivniji i online od onih korisnika koji iskazuju veću sklonost samoći. Takav je kontrast između korisnika 05 i 04. Dok 05 kazuje da mu ekstenzivno dopisivanje ne stvara pritisak, već dodatno osnažuje društveni život, 04 – kao korisnik koji ne prijavljuje veliku razinu učestalog druženja – preporučava da na Facebooku nema niti jednu svoju sliku jer mu je to bez veze, dok je Instagram izbrisao jer nema potrebu pratiti druge, a i sam ne želi objavljivati slike. Ovi nalazi nalikuju na „Matejev efekt“ (Elhai et al, 2013: 76) (prema Matejevom Evanđelju) prema kojemu ekstrovertirane i društvene osobe na društvenim mrežama dodatno socijalno „profitiraju“ šireći krug i dubinu poznanstava, dok introvertirane i anksiozne osobe relativno proizvode nezadovoljstvo koristeći društvene mreže. Naravno, ovi nalazi ne mogu se potvrditi unutar ovog istraživanja jer nije vršena analiza ličnosti ispitanika.

Utemeljenom se pokazala pretpostavka da što više mladi koriste društvene mreže poradi socijalne interakcije i kohezije, to će osjećati veću isključenost ili osjećaj da nešto propuštaju ako kojim slučajem ostanu bez mobitela (Przybylski et al, 2013). Iako, prema ispitanicima

istraživanja, u slučaju ostanka bez smartphonea, prisutniji bi bio strah od propuštanja (FoMO) od straha od isključenja (*fear of ostracism*). Razlog tome jest, kao što je opisano, taj što su mladi stalno umreženi (PC) kako bi pratili vršnjake i prijatelje na društvenim mrežama pa i sami objavlivali sadržaje, tako sudjelujući u procesu digitalne interakcije te kako bi neprestance se dopisujući postigli traženu razinu društvene kohezije ili osjećaja uključenosti. Isključenost nije bila toliko naglašena, već su ispitanici objašnjavali da ukoliko bi i ostali bez mobitela, utoliko bi po događanju nečeg bitnog, njihovi prijatelji našli način kako da ih kontaktiraju – bilo uživo ili putem fiksne linije. Sam „strah“ kao specifična emocija u okviru ovog istraživanja bila je spomenuta samo jednom. Stoga je FoMO možda „rezerviran“ samo za izrazito „snažne“ korisnike digitalnih komunikacijskih kanala, dok ispitanici u ovom istraživanju ostanak bez mobitela više doživljavaju kao negativan događaj koji bi proizveo osjećaje izgubljenost ili frustracije – ali ipak zbog istih razloga kao i u onih koji imaju FoMO.

Nadalje, pokazuje se da sveprisutnost ili konstantna umreženost proizvodi stanoviti stres, naročito kada mladi obavljaju neki zahtjevan zadatak poput učenja, kao što to sugerira Murdock (2013). Također, u pogledu opće podložnosti stresu radi stalne izloženosti nadolazećim obavijestima s društvenih mreža, porukama, elektroničkoj pošti i pozivima, ispitanici za sebe često govore da su ovisni iako „drže stvari pod kontrolom“ i ne žele ostati bez mobitela. Primjerice, ispitanice 01 i 02 svjesno tvrde da su ovisne o mobitelu i da njihova razina komunikacijskih aktivnosti premašuje granice normalnog, a ipak ne žele bez mobitela jer razinu povezanosti s dečkom i prijateljicama smatraju predragocjenom. Također, istraživanje je pokazalo da razina pristupačnosti uvjetuje osjećaj obaveze kad je riječ o brzini odgovaranja, kao što sugeriraju Mai i suradnici (2015). Neovisno o tome radi li se o ljubavnoj vezi ili prijateljstvu, mladi Z-ovci zbog naviknutosti na stalnu dostupnost – kako sebe, tako i drugih – očekuju brzo i promptno odgovaranje unutar perioda od nekoliko desetaka minuta. Naročito je važno je li poruka viđena ili nije. Potvrđen je nalaz da „digitalni bonton“ podrazumijeva momentalan odgovor na viđenu poruku (Mai et al, 2015), u suprotnom je neodgovaranje moguće shvatiti kao uvredu.

Što se ljubavnih veza tiče, donekle je potvrđen obrazac udvaranja mladih kojeg iznosi Chambers (2013), s time da su otkriveni neki dodatni koraci poput razmjene brojeva koja dopisivanje s Facebooka ili Instagrama „seli“ na WhatsApp koji je upravo zbog uporabe broja

mobilnog telefona smatran intimnijim. Također, što se specifično pametnog telefona tiče, poziv se etablirao kao vrhunac intime partnera radi najsnažnijeg prijenosa emocija. Zanimljivo je da partneri ne koriste previše video pozive. Kako kazuje 07, primjerice, iako je u vezi na daljinu, više uživa s dečkom kada ga vidi nakon dugo vremena. Dodatno, Su (2015) piše da djevojke u vezama smatraju da dečki imaju obavezu odgovoriti na njihove poruke u kraćem roku nego što one moraju odgovoriti na poruke dečkiju. Ipak, prema našem istraživanju, kada su direktno upitane o tome, djevojke iskazuju da imaju ista očekivanja od sebe i od svoji partnera, dok se iz anegdota i drugih izvještaja može prosuditi suprotno. U svakom slučaju, djevojke se pokazuju osjetljivijima na vrijeme odgovora na poruke od strane njihovih partnera. Zakašnjela ili odgođena reakcija partnera može se protumačiti kao izbjegavanje, nepoštovanje ili deprioritizaciju. Također, istraživanjem su otkriveni neki zanimljivi modusi „kontrolirane ležernosti“ koju spominje Chambers (2013). Naime, kako bi se sačuvali od potencijalne emocionalne povrijeđenosti i povrede ugleda ili ponosa, pri udvaranju mladi koriste alate na društvenim mrežama kako bi na što ležerniji način signalizirali svoj interes za potencijalne partnere. Primjerice, ispitanica 03 signalizira sviđanje lajkanjem simpatijinih fotografija na Facebooku, a potom na status stavlja poruku „inbox“ upućenu svim prijateljima čije je značenje zapravo kondicional: tko lajka ovaj status, javit ću mu se u inbox. Na taj način, simpatija također ima mogućnost ležerno pristupiti 03 budući da je inbox namijenjen „svima“, dok 03 ne može izgubiti ponos ili biti povrijeđena budući da tek indirektno poziva simpatiju na kontakt.

Glavni doprinos ovoga rada jesu istražene navike korištenja pametnih telefona mladih za vrijeme druženja. Prema nalazima, dakle, mladi relativno frekventno koriste pametne telefone za vrijeme druženja s time da dinamika uporabe ovisi o veličini društva i kvaliteti prijateljstva. Kao što je pokazano, druženje dobrih prijatelja može biti „krcato“ uporabom mobitela budući da dobri prijatelji „znaju sve jedno o drugome“ pa nedostaje tema ili pak mogu pokazati razumijevanje prema međusobnim željama za odgovaranjem na poruku ili „odlaskom“ na npr. Instagram. S druge strane, druženje u malim grupama može generirati velik raspravljački intenzitet ili dijeljenje intimnih misli budući da je najčešće intimnost pretpostavka nalaženja u malim grupama. S druge strane, velike grupe uglavnom imaju veći broj pojedinačnih uporaba mobitela zbog više simultanih tema koje prate razni članovi grupe, zbog čega ne postoji pritisak sudjelovanja na specifičnoj osobi pa dotična stoga može koristiti mobitel. Glavni motivi za uporabu pametnih telefona tijekom socijalnih interakcija nisu niti strah od propuštanja niti želja

za komunikacijom, već prvenstveno pad intenziteta razgovora ili dosada, te obaveza javljanja vrlo važnoj osobi poput partnera ili roditelja.

## 10. Zaključak

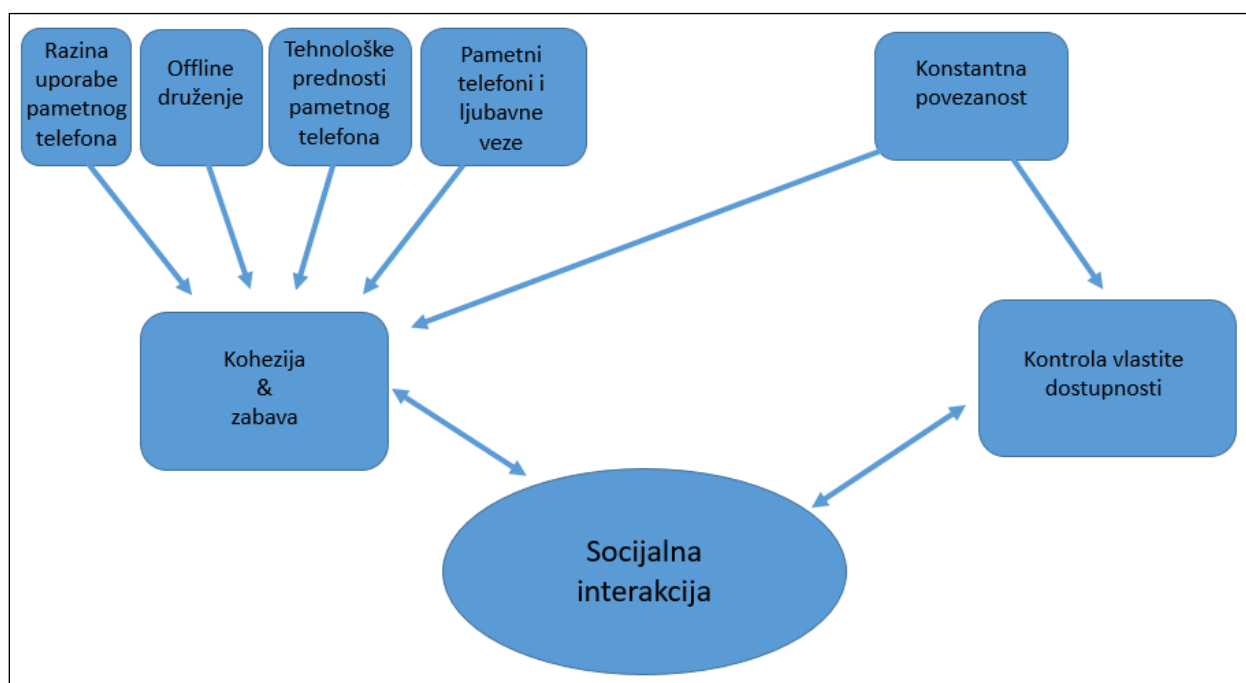
Na temelju podataka dobivenih promatranjem socijalnih interakcija mladih, moguće je zaključiti da mladi imaju naviku koristit pametne telefone za vrijeme druženja kako bi „premostili“ pad intenziteta dijaloga i time zamijenili moguću dosadu zabavom, s time da je dotični obrazac primijećen kako kod malih skupina, tako i kod velikih.

Kako bismo istražili glavne motive, osjećaje i razloge korištenja mobitela za vrijeme interakcija mladih, provedeni su dubinski intervjui. S time da su pitanja vodiča, prethodno intervjui u skladu s teorijskom podlogom, bila grupirana tako da odgovore na pitanja pet osnovnih jedinica ili kodova: 1) Razina uporabe pametnog telefona, 2) „Offline“ druženje, 3) Tehnološke prednosti pametnog telefona, 4) Pametni telefoni i ljubavne veze te 5) Konstantna povezanost.

Kao prvo, na temelju odgovora ispitanika, zaključujemo da mladi koriste mobitel do nekoliko puta u jednom satu kako bi postigli zadovoljavajuću razinu kohezije s društvom te kako bi se zabavili ili izbjegli dosadu. Kao drugo zaključujemo da je „offline“ druženje temeljan i omiljen oblik druženja mladih zbog velikog raspona emocionalnog i sadržajnog prijenosa, dok je pametni telefon tek nadopuna budući da omogućava konstantno i vrlo brzo komuniciranje u situacijama koje zahtijevaju takvu dinamiku – poput, utjehe ili olakšavanja ljutnje. U ovaj koncept se prirodno uklapaju tehnološke prednosti pametnog telefona budući da je iznimno prenosiv i svestran pa kao takav i dobar medijator spomenute kohezije i alat za „ubijanje dosade“. Tako ispitanici kao omiljene tehnološke prednosti pametnog telefona nabrajaju brzinu i svestranost odašiljanja medijskih sadržaja svojim prijateljima ili mogućnost brzog traženja informacija ili slušanja glazbe. Četvrti kôd „ljubavnih veza“ sadržajno se pokazao vrlo sličnim prvom kodu, budući da mladi u vezama zapravo mobitel koriste kako bi u svakom trenutku bili upućeni u događanja, razmišljanja i emocije njihovih partnera. Stoga, pametni telefon u vezama prirodno vodi većoj povezanosti i osjećaju kontrole s obzirom da partneri međusobno uvijek znaju gdje su i što rade. Na temelju odgovora ispitanika o konstantnoj povezanosti, zaključujemo da su njezine posljedice, u najmanju ruku, dvojake. S jedne strane, ona definicijski vodi u osjećaj povezanosti ili kohezije među mladima, budući da – putem maksimalne pristupačnosti – oni više puta dnevno razmjenjuju poruke o velikom broju tema koje variraju po važnosti što je u

konačnici kohezivno i zabavno. S druge pak strane, stalna povezanost ponekad dovodi do frustracije i stresa uslijed prevelike dostupnosti korisnika velikom broju poruka i sadržaja od ljubavnih partnera, prijatelja i poznanika – naročito među „jakim“ korisnicima. Stoga, opterećeni korisnici poduzimaju mjere kontrole vlastite dostupnosti putem samokontrole posezanja za mobitelom.

Ovim procesom zaključivanja, inicijalnih 5 kodova „silo“ se u dva koda druge razine: 1) Kohezija & zabava te 2) Kontrola dostupnosti. Dotična dva koda reprezentiraju opisane fenomene koji se odražavaju na proces socijalnih interakcija kao što je prikazano na Grafu 1.



Graf 1 – Shema međudjelovanja mladenačke socijalne interakcije i korištenja pametnog telefona

Naime, kao što to mladi opisuju, druženje licem u lice ili socijalna interakcija temelj je stvaranja kohezije i zabave vezane uz mladenačka prijateljstva. Ipak, kada intenzitet dijaloga za vrijeme druženja opadne, pametni telefon utječe na druženje tako što mladi zaobilaze dosadu posežući za pametnim telefonom i odlazeći na društvene mreže kako bi generirali teme ili se pak zabavljali stvarajući zajedničke sadržaje na npr. Instagramu. S druge strane, sama socijalna interakcija koja pretpostavlja međusobno poštovanje sudionika, zahtjeva kontrolu dostupnosti istih putem smartphonea i posljedičnu samoregulaciju upotrebe uređaja budući da uporaba mobitela za vrijeme druženja implicira dosadu. Ipak, čini se da postoji i obrnut proces kod nekih korisnika



koji zbog svjesnosti pretjerane dostupnosti koja ih ponekad živcira, putem osobnih maksima ograničavaju svoju upotrebu mobitela za vrijeme socijalne interakcije.

Stoga, zaključujemo da su navike korištenja pametnog telefona u mladima za vrijeme socijalnih interakcija uvjetovane dvama glavnim faktorima, a oni su: a) generiranje zabave i/ili pojačavanje društvene kohezije i osjećaja povezanosti te b) važećim društvenim ili osobnim maksimama koje nalažu ograničenu uporabu pametnog telefona za vrijeme samih socijalnih interakcija. To pak znači da društvena dinamika više određuje tempo i ciljeve uporabe pametnih telefona nego *vice versa*, a to znači da se osobne ili individualne navike korištenja smartphona samo djelomično preslikavaju na situacije socijalnih interakcija te da sama druženja generiraju vlastite funkcionalne navike uporabe mobitela među mladima.

## 11. Popis korištenih izvora

- Alt, D. (2015) „College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out“, *Computers in Human Behaviour*, 49: 111-119.
- Aslam, S. (2017) „Instagram by Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts“, Omnicore, <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>, (stranica ažurirana: 29 travnja).
- B., Turner (2006) *Cambridge Dictionary of Sociology*, New York: Cambridge University Press.
- „Being young in Europe Today“ (2015) *eurostat, Statistical books*, European Union: Belgium.
- Boulianne, S. (2015) „Social media use and participation: a meta.analysis of current research“, *Information, Communication & Society*, 8 (5): 524-538.
- boyd, d. (2010) ‘Friendship’, u: Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, d., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Horst, H.A., Lange, P.G., Mahendran, D., Martinez, K.Z., Pascoe, C.J., Perkel, D., Robinson, L., Sims, C., and Tripp, L. (ur.), *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press, str. 79–116.
- Chambers, D. (2013) *Social Media and Personal Relationships, Online intimacies and Networked Friendships*, Palgrave Macmillan.
- Daymon, C., Holloway, I. (2005) *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*, Taylor and Francis e-Library: Routledge.
- „Digital computer“ (2016) *Encyclopedia Britannica*, Encyclopedia Britannica Inc., <https://www.britannica.com/technology/digital-computer>, (stranica ažurirana: 29.07.2016.).
- Donchev, D. (2017) „36 Mind Blowing YouTube Facts, Figures and Statistics – 2017“, Fortunelords, <https://fortunelords.com/youtube-statistics/>, (stranica ažurirana: 23. ožujka 2017).
- Elaine Allen, I. et al. (2016) „Online Report Card, Tracking Online Education in the United States“, *Babson Survey Research Group i Quahog Research Group*.
- Elhai, J., D., Levine, J., C., Dvorak, D., R., Hall, J., B. (2017) Non-social features of smartphone use are most related to depression, anxiety and problematic smartphone use, *Computers in Human Behavior*, (69): 75-82.
- „Essential Facts, about the computer and video game industry“ (2016) 2016 sales, demographic and usage data, *entertainment software association*.
- »Generations X, Y, Z and the others«, *WJSCHROER*, <http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/>, (stranica posjećena: 26. travnja 2017).
- Greenwood, S., Perrin, A., Duggan, M. (2016) „Social Media Update 2016, Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds steady“, *Pew Research Center*.

- »Informacijska i komunikacijska tehnologija«, *Hrvatska enciklopedija*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27406#start>, (stranica posjećena: 26. travnja 2017.).
- *Internet use by individuals, Almost 8 out of 10 internet users in the EU surfed via a mobile phone in 2016..., Different patterns across Member State sin managing personal information* (2016) Eurostat newsrelease, Eurostat Press Office, 260/2016 – 20. prosinca 2016.
- Issa, T., Isaias, P. (2016) „Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: A practiacd study“, *Information Processing and Management*, 52 (4): 592-617.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*, New York University Press.
- Jung, J., Kim, Y., Lin, W., Cheong, P. H. (2005) „The influence of social environment on Internet connectedness of adolescent sin Seoul, Singapore and Taipei“, *new media & society*, 7 (1):64-88.
- Kim, J. (2017) „Smartphone-mediated communication vs. face-to-face interaction: Two routes to social support and problematic use of smartphone“, *Computers in Human Behaviour*, (67): 282-291.
- Klein Murdock, K. (2013) „Texting While stressed: Implications for Students' Burnout, Sleep, and Well-Being“, *Psychology of Popular Media Culture*, 2, (4): 207-221.
- Knop, K., Öncü, J. S., Penzel, J., Abele, T., S., Brunner, T., Vorderer, P., Wessler, H. (2016) „Offline time is quality time. Comparing within-group self-disclosure in mobile messaging applications and face-to-face interactions“ *Computers in Human Behavior*, 55: 1076-1084.
- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M. (2015) *Teens, Technology and Romantic Relationships, From flirting to breaking up, social media and mobile phones are woven into teen's romantic lives*, Pew Research, Center.
- Mai, L., M., Freudenthaler, R., Vorderer, P., Schneider, F., M. (2015) „«I know you've seen it!» Individual and social factors for users' chatting behavior on Facebook“, *Computers in Human Behaviour*, (49): 296-302.
- Matsumoto, D. (2009) *The Cambridge Dictionary of Psychology*, New York: Cambridge University Press.
- *Medijske navike u Republici Hrvatskoj, Ožujak 2017.* (2017) Ipsos Connect, istraživanje provedeno za 24sata d.o.o., 23. ožujak 2017.
- Murdock, K., K. (2013) „Texting While Stressed: Implications for Students' Burnout, Sleep, and Well-Being“, *Psychology of Popular Media Culture*, 2 (4): 207-221.
- Poushter, J. (2016) *Smartphone Ownership and Internet USage Continues to Climb in Emerging Economies, But advanced economies still have higher rates of tehnolohy use*, Pew Research Center.
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, D. R., Gladwell, V. (2013) „Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out“, *Computers in Human Behaviour*, (29): 1841-1848.

- Quinn, S., Oldmeadow, J., A. (2013) „Is the i-generation a „we“ generation? Social networking use among 9- to 13-year-olds and belonging“, *British Journal of developmental Psychology*, (31): 136-142.
- Ramasubramanian, L. (2010) *Geographic Information Science and Public Participation*, Berlin: Springer.
- „Reuters Institute Digital News Report 2016“ (2016) *Reuters Institute for the Study of Journalism*, University of Oxford.
- *Special Eurobarometer 438 – October 2015, E-Communications and the Digital Single Market. Summary* (2016) TNS political & social, European Commission.
- Statista (2017) *Most popular mobile messaging apps worldwide as of January 2017, based on number of monthly active users (in millions)*, <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>, (stranica posjećena: 13. svibnja 2017.).
- *Stress in America, Coping With Change, Part 2* (2017) American Psychological Association, 10. izdanje, izdano: 23. veljače 2017.
- Su, H. (2015) „Constant connection as the media condition of love: where bonds become bondage“, *Media, Culture & Society*, 38 (2): 232-247.
- „The Mobile-First Mindset of Gen Z“ (2016) *Google/Ipsos, U.S.*, brošura dostupna na: <https://www.thinkwithgoogle.com/interactive-report/gen-z-a-look-inside-its-mobile-first-mindset/>, (stranica posjećena: 3. svibnja 2017.).
- *The Nielsen Comparable Metrics Report Q3* (2016) Nielsen, The Comparable Metrics Series.
- „The Nielsen Total Audience Report Q1“ (2016) *The Nielsen Total Audience Series*.
- „The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated April 2017“, *Zephoria Digital Marketing*, <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>, (stranica posjećena: 30. travnja 2017.).
- van Dijck, J. (2013) *The Culture of Connectivity – A Critical History of Social Media*, New York: Oxford University Press.
- van Dijk, J. (2006) *The Network Society, Social Aspects of New Media*, 2. izdanje: Sage.
- Vorderer, P. (2015) „Communication and the Good Life: Why and How Our Discipline Should Make a Difference“, *Journal of Communication*, (66): 1-12.
- Vorderer, P. et al. (2016) „Permanently online – Permanently connected: Explorations into university students' use of social media and mobile smart devices“, *Computers in Human Behaviour* (63): 694-703.
- Wang, J., Wang, H., Gaskin, J., Wang, L. (2015) „The role of stress and motivation in problematic smartphone use among college students“, *Computers in Human Behavior*, 53: 181-188.

## 12. Dodatak

### Matrica promatranja

Mjesto promatranja: \_\_\_\_\_

Vrijeme promatranja: \_\_\_\_\_

Broj sudionika promatrane skupine: \_\_\_\_\_

Spolna struktura skupine: \_\_\_\_\_

Broj pojedinačnih uporaba pametnog telefona po članu društva	Bilješke (što je u neposrednoj blizini promatrane skupine; što sudionici rade; na koji način komuniciraju; gdje se nalazi pametni telefon; koliko dugo, od prilike, koriste pametni telefon itd.)

Vodič za dubinski intervju  
**Navike korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama mladih**

Podatci o intervjuiranom/noj:

Spol: \_\_\_\_\_

Dob: \_\_\_\_\_

Mjesto stanovanja: \_\_\_\_\_

Ljubavni status: \_\_\_\_\_

KLJUČ:

1. - 4. Frekventnost i namjena uporabe pametnog telefona
5. – 7. Pogled na kontrolabilnost/dostupnost/brzinu
8. – 10. Sveprisutnost
11. – 20. Ljubavne veze online
21. – 23. Stres i pametni telefon
24. – 25. Face to face/online kvaliteta druženja

PITANJA:

1. Koliko često koristiš pametni telefon? Zašto?
2. Koliko često provjeravaš pristigle poruke, emailovi? Zašto?
3. Koristiš li društvene mreže? Zašto?
4. Kako bi izgledao tvoj društveni život bez pametnog telefona?
  
5. Koje su posebno dobre posebnosti komuniciranja pametnim telefonom? (whatsApp, Viber, Društvene mreže)
6. Kad si na društvenim mrežama preko pametnog telefona, što najčešće radiš? Zašto?
7. Je li ti važan pametni telefon za spajanje na društvene mreže? Zašto?
  
8. Zamisli situaciju: Ideš na dvodnevni izlet s društvom i zaboraviš smartphone. Kako se osjećaš? Što je tu najveći problem? Kako ćeš ga riješiti?
9. Zamisli situaciju: Običan je dan i sjediš na kavi s društvom. Gdje ti je pametni telefon? Zašto? Ako ga koristiš za vrijeme druženja, koji su najčešći razlozi?
10. Kako se osjećaš kad ostaneš bez interneta na pametnom telefonu?
  
11. Kako izgleda proces udvaranja od kad imaš pametni telefon?
12. Kako se predstavljaš dečku ili curi putem društvenih mreža? Zašto?
13. Kakvu ulogu ovdje igra smartphone? (Važnost vremena – ima li je?)
14. Objasni mi važnost pametnog telefona kada je riječ o ljubavnim odnosima.
15. Koliko ste udaljeni jedno od drugog po mjestu stanovanja?
16. Opiši komunikaciju pametnim telefonom s dečkom/curom?

17. Koliko koristiš pametni telefon u društvu dečka/cure?
18. Postoje li stvari koje te nerviraju a vezane su uz komunikaciju pametnim telefonom s dečkom/curom? Koje su to? Zašto?
19. Zamisli situaciju: došla ti je poruka od cure/dečka. Kada odgovaraš? Zašto?
20. Koje stvari voliš kad je riječ o komunikaciji s curom/dečkom putem pametnog telefona?
  
21. Sviđa li ti se što osobe s kojima se dopisuješ mogu vidjeti jesi li pročitala njihovu poruku?
22. Je li za tebe telefon biti izvor stresa ili napetosti? Kada?
23. Zamisli situaciju: sutra imaš važan ispit. Predvečer je i trudiš se upamtiti što više gradiva za test, a istovremeno ti dolaze poruke. Kako se osjećaš?
  
24. Moraš stupiti u kontakt s neznancem. Kako ćeš to najradije učiniti? Zašto?
25. Sastaješ li se radije s društvom licem u lice ili komuniciraš radije putem pametnog telefona? Zašto?

## Popis kratica i priloga

### **Popis kratica**

PO – Permanently online

PC – Permanently connected

FoMO – Fear of missing out

IKT – Informacijsko komunikacijska tehnologija

### **Popis priloga**

Tabela 1 – str. 36

Graf 1 – str. 67