

# DRUŠTVENE MREŽE I STUDENTI SESTRINSTVA

---

**Hršak, Anđelino**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Health Studies / Sveučilište u Rijeci, Fakultet zdravstvenih studija**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:184:940947>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-02**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Health Studies - FHSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZDRAVSTVENIH STUDIJA  
PRIJEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ  
SESTRINSTVO

Anđelino Hršak  
**DRUŠTVENE MREŽE I STUDENTI SESTRINSTVA**

Završni rad

Rijeka, 2024.

UNIVERSITY OF RIJEKA  
FACULTY OF HEALTH STUDIES  
UNDERGRADUATE PROFESSIONAL STUDY OF NURSING

Andelino Hršak  
**SOCIAL NETWORKS AND NURSING STUDENTS**

Final thesis

Rijeka, 2024.

Mentor rada: Marija Bukvić, prof. rehab., mag. med. techn.

Završni rad je obranjen dana \_\_\_\_\_ na Fakultetu zdravstvenih studija  
Sveučilišta u Rijeci, pred povjerenstvom u sastavu:

1. Marija Bukvić, prof. reh., univ. mag. med. techn.
2. Dunja Čović, univ. mag. med. techn.
3. Filip Knezović, univ. mag. med. techn.

# Izvešće o provedenoj provjeri izvornosti studentskog rada (Prilog C)

## Opći podatci o studentu:

Sastavnica	Fakultet zdravstvenih studija Rijeka
Studij	Prijediplomski stručni studij sestrinstvo
Vrsta studentskog rada	Završni rad
Ime i prezime studenta	Anđelino Hršak
JMBAG	

## Podatci o radu studenta:

Naslov rada	
Ime i prezime mentora	Marija Bukvić
Datum zadavanja rada	20.10.2023.
Datum predaje rada	02.05.2024
Identifikacijski br. podneska	2379916467
Datum provjere rada	15.05.2024
Ime datoteke	društvene mreže i studenti sestrinstva
Veličina datoteke	398,78 tisuća
Broj znakova	69450
Broj riječi	11170
Broj stranica	53

## Podudarnost studentskog rada:

PODUDARNOST	15%
Ukupno	
Izvori s interneta	
Publikacije	
Studentski radovi	

## Izjava mentora o izvornosti studentskog rada

Mišljenje mentora	
Datum izdavanja mišljenja	19.06.2024.
Rad zadovoljava uvjete izvornosti	<input checked="" type="checkbox"/> <b>DA</b>
Rad ne zadovoljava uvjete izvornosti	<input type="checkbox"/>
Obrazloženje mentora (po potrebi dodati zasebno)	

Datum

19.06.2024.

---

Potpis mentora

Marija Bukvić

---

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. DRUŠTVENE MREŽE</b> .....	3
2.1. Povijest društvenih mreža.....	3
2.2. Prednosti i nedostaci društvenih mreža .....	4
2.3. Najpoznatije društvene mreže.....	6
2.3.1. Facebook.....	6
2.3.2. Instagram .....	8
2.3.3. Snapchat.....	9
2.3.4. TikTok .....	10
2.3.5. YouTube .....	11
2.3.6. WhatsApp.....	12
2.4. Nasilje preko društvenih mreža .....	12
2.4.1. Cyberbullying.....	13
2.4.2. Sexting.....	14
2.4.3. Doxxing .....	14
2.5. Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje .....	15
<b>3. CILJEVI I HIPOTEZE</b> .....	17
<b>4. ISPITANICI (MATERIJALI) I METODE</b> .....	18
4.1. Ispitanici/materijali .....	18
4.2. Postupak i instrumentarij .....	18
4.3. Statistička obrada podataka .....	19
4.4. Etički aspekti istraživanja.....	19
<b>5. REZULTATI</b> .....	20
<b>6. RASPRAVA</b> .....	35

<b>7. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>36</b>
<b>8. LITERATURA.....</b>	<b>37</b>
<b>9. PRIVITCI.....</b>	<b>39</b>
<b>10. ŽIVOTOPIS.....</b>	<b>45</b>



## SAŽETAK

Društvene mreže mrežna su platforma koja korisnicima omogućuje interakciju, komunikaciju i dijeljenje sadržaja s drugima diljem svijeta. Glavna svrha društvenih mreža je olakšati ljudima povezivanje bez obzira na geografsku udaljenost. Korisnici mogu objavljivati svoje ideje, fotografije i videa te komunicirati putem komentara, poruka i chata. Društvene mreže pružaju priliku za izražavanje osobnih interesa, promoviranje događaja i izgradnju zajednica oko jedinstvenih tema. Pretjerana uporaba može dovesti do ovisnosti, gubitka privatnosti i negativnih učinaka na mentalno zdravlje. Oponašanje drugih, cyberbullying i širenje dezinformacija neki su od problema s kojima se korisnici mogu suočiti. Također su postale važan alat za oglašavanje, marketing i promicanje poslovanja. Važno je identificirati potencijalne ranjivosti i upravljati njima kako bi se osigurala sigurnost svih korisnika na mreži.

Cilj ovog rada je osvijestiti problematiku ove složene dinamiku između studenata sestrinstva i društvenih mreža, te analizirati kako društvene platforme oblikuju njihove identitete, njihove odnose s drugima i njihovu svijest o svijetu oko sebe. Na ovaj način pokušat ćemo istražiti pozitivne aspekte i izazove s kojima se susreću mladi, pa tako i studenti sestrinstva u digitalnom dobu, razvijajući dublje razumijevanje ovog suvremenog fenomena.

Istraživanje se provelo tijekom veljače i ožujka na Fakultetu zdravstvenih studija Sveučilišta u Rijeci. U istraživanju je sudjelovalo 131 studenata prijediplomskog studija sestrinstva. Podaci za ovo istraživanje su prikupljeni na temelju upitnika izrađenog u Googleforms-u. Pitanja u upitniku su podijeljena u 2 dijela.

Rezultati istraživanja pokazali su da se 2 hipoteze prihvaćaju, a jedna djelomično prihvaća. Hipoteza 1 se djelomično prihvaća jer s obzirom na vrijeme nema drugih razlika, hipoteza 2 dokazuje kako studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama, a hipoteza 3 dokazuje da će studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija.

Ključne riječi: cyberbullying, društvene mreže, studenti sestrinstva

## **ABSTRACT**

Social networks are an online platform that allows users to interact, communicate and share content with others around the world. The main purpose of social networks is to make it easier for people to connect regardless of geographical distance. Users can post their ideas, photos and videos and communicate through comments, messages and chat. Social networks provide an opportunity to express personal interests, promote events and build communities around unique topics. Overuse can lead to addiction, loss of privacy, and negative effects on mental health. Imitating others, cyberbullying and spreading misinformation are some of the problems users may face. They have also become an important tool for advertising, marketing and business promotion. It is important to identify and manage potential vulnerabilities to ensure the safety of all users online.

The aim of this thesis is to raise awareness of the issue of this complex dynamic between nursing students and social networks, and to analyze how social platforms shape their identities, their relationships with others and their awareness of the world around them. In this way, we will try to explore the positive aspects and challenges faced by young people, including nursing students in the digital age, developing a deeper understanding of this contemporary phenomenon.

Research results showed that 2 hypotheses are accepted and one partially accepted. Hypothesis 1 is partially accepted because with respect to time there are no other differences, hypothesis 2 proves that nursing students who post their own content more frequently on social networks are more prone to greater satisfaction compared to students who do not post their own content on social networks, and hypothesis 3 proves that nursing students who use social networks as a source of health information are likely to realize changes in the opinion of the reliability of such information.

Keywords: cyberbullying, nursing students, social networks

## 1. UVOD

Društvene mreže su online platforma koja korisnicima omogućuje komunikaciju, dijeljenje sadržaja i povezivanje s drugim korisnicima diljem svijeta. Oni pružaju priliku za stvaranje suradničkih zajednica i komuniciranje putem različitih medija kao što su tekst, slike, video i audio. Na društvenim mrežama korisnici mogu kreirati vlastite profile na kojima mogu dijeliti informacije o sebi, svojim interesima, hobijima i aktivnostima. Također mogu pratiti druge korisnike, komunicirati s njima putem komentara, poruka ili chata te dijeliti stvari koje ih zanimaju.

Glavna svrha društvenih medija je olakšati ljudima povezivanje bez obzira na geografsku udaljenost. Oni pružaju platformu za održavanje kontakta s prijateljima, obitelji, kolegama i drugim korisnicima sličnih interesa. Društvene mreže korisnicima također pružaju različite vrste vijesti, informacija, događanja i povezanih trendova(1.)

Negativni aspekti društvenih medija predstavljaju probleme koji mogu utjecati na korisnike na različite načine. Jedna od najvećih negativnosti je ovisnost o društvenim mrežama. Provođenje previše vremena može dovesti do gubitka produktivnosti, smanjene tjelesne aktivnosti i nedostatka socijalne interakcije. Osim toga, društveni mediji često nose sa sobom rizik od gubitka privatnosti. Podatke koje korisnici dijele na ovoj stranici mogu prikupljati i koristiti treće strane bez dopuštenja, što može ugroziti njihovu sigurnost i povjerenje.

Cyberbullying još je jedna negativna strana društvenih mreža. Anonimnost i laka distribucija sadržaja na ovim stranicama može dovesti do napada, vrijeđanja i prijetnji koje mogu imati ozbiljne posljedice po psihičko zdravlje žrtava. Širenje lažnih vijesti i dezinformacija problem je s kojim se suočavaju društvene mreže. Lažne vijesti, teorije zavjere i neprovjerene informacije mogu brzo procuriti i izazvati zbunjenost, strah i nepovjerenje kod korisnika. S druge strane, društveni mediji često potiču subjektivan pogled na život, što može dovesti do niskog samopoštovanja i negativnih usporedbi među korisnicima. Ukratko, opasnosti društvenih medija naglašavaju važnost osvještavanja, preuzimanja odgovornosti i provođenja mjera za zaštitu korisnika od štete.(2.)

Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje studenata sestrinstva također postaje sve važnija tema istraživanja. Interakcija s virtualnim svijetom može uzrokovati osjećaj usamljenosti i nestvarnosti te može čak imati negativan utjecaj na samopouzdanje. Pozitivni aspekti uključuju priliku za dobivanje podrške, stupanje u kontakt s istomišljenicima i izražavanje kreativnosti. (3.)

Život bez društvenih medija u ovom digitalnom dobu je težak, ali osnažujući. Odluka o napuštanju društvenih medija može proizaći iz želje da se smanji korištenje sustava, poveća privatnost, poboljša mentalno zdravlje ili se fokusira na stvarnu ljudsku interakciju. Bez društvenih mreža pojedinac može pronaći više prilika za aktivnosti koje potiču kreativnost, osobni rast i dublje odnose s drugim ljudima. Umjesto provođenja vremena na društvenim mrežama, ljudi mogu provesti vrijeme na aktivnosti poput čitanja knjiga, vježbanja, učenja novih vještina ili povezivanja s prijateljima i obitelji. Život bez društvenih mreža također može poboljšati vaše zdravlje.

Izbjegavanje korištenja svih društvenih mreža može smanjiti osjećaj tjeskobe, izolacije i pritiska. Umjesto toga, pojedinac zapravo može pronaći mir i spokoj usredotočujući se na svoje interese, vrijednosti i ciljeve. Život bez društvenih mreža nije bez problema. Osoba se može osjećati izolirano od društvenih medija, izgubiti prijatelje i poznanike te propustiti važne informacije ili sadržaj koji se dijeli na društvenim mrežama. Ovisno o profesionalnim ili društvenim odgovornostima, pojedinac također može imati poteškoća u održavanju odnosa i umrežavanju. U konačnici, život bez društvenih medija osobna je odluka u kojoj se moraju odvagati dobrobiti i rizici. Bilo da se radi o odustajanju od društvenih medija, ograničavanju njihove upotrebe ili odabiru korištenja stranice po vlastitom izboru, važno je da svatko pronađe put koji odgovara njegovim potrebama, vrijednostima i ciljevima.(4.)

Cilj ovog rada je osvijestiti problematiku ove složene dinamiku između studenata sestrinstva i društvenih mreža, te analizirati kako društvene platforme oblikuju njihove identitete, njihove odnose s drugima i njihovu svijest o svijetu oko sebe. Na ovaj način pokušat ćemo istražiti pozitivne aspekte i izazove s kojima se susreću mladi, pa tako i studenti sestrinstva u digitalnom dobu, razvijajući dublje razumijevanje ovog suvremenog fenomena.

## 2. DRUŠTVENE MREŽE

Društveni mediji postali su bitan dio modernog društva, oblikujući način na koji komuniciramo, dijelimo informacije i povezujemo se s drugima. Ovaj fenomen je dosegao goleme razmjere, milijarde ljudi diljem svijeta koriste različite platforme društvenih medija iz raznih razloga. Od povezivanja s prijateljima i obitelji do profesionalnog umrežavanja, društveni mediji postali su sastavni dio svakodnevnog života. Jedna od ključnih značajki društvenih mreža je mogućnost stvaranja profila koji korisnicima omogućuje da se identificiraju na internetu. Profili obično sadrže osnovne podatke o korisniku kao što su ime, profilna fotografija, biografski podaci i interesi. Osim toga, korisnici se mogu povezati s drugim korisnicima putem prijateljstva, praćenja ili članstva te sudjelovati u raznim aktivnostima poput lajkanja, komentiranja, dijeljenja sadržaja i slanja poruka.(5.)

### 2.1. Povijest društvenih mreža

Povijest društvenih medija seže u rane dane interneta, kada su se pojavile prve web stranice koje su ljudima omogućile povezivanje i komunikaciju putem digitalnih medija. Iako su društveni mediji neizbježan dio modernog života, njihov razvoj nije bio brz. Evo sažetka najvažnijih događaja u povijesti društvenih medija:

1. Pionirske godine (1990. - početak 2000.): Prvi koraci prema društvenim medijima poduzeti su krajem 20. stoljeća. U to je vrijeme internet bio mlada tehnologija u nastajanju i ljudi su počeli eksperimentirati s načinima korištenja mreže za povezivanje s drugima. Jedan od prvih oblika masovne komunikacije bio je Usenet, koji je korisnicima omogućio razmjenu poruka o raznim temama putem grupa za raspravu.
2. Rane 2000-e donijele su prve društvene medije. Osnovan 1997., SixDegrees.com smatra se jednom od prvih takvih stranica. Korisnicima je omogućio stvaranje profila i povezivanje s drugima, a korisnici su mogli pronaći mrežu veza drugih korisnika (ili "prijatelja"). Iako je SixDegree bio pionir u svoje vrijeme, zatvoren je 2001. zbog nemogućnosti zadržavanja dovoljnog broja korisnika.
3. Razdoblje ekspanzije (sredina 2000-ih): Sredinom 2000-ih društveni mediji počeli su se brzo razvijati. Osnovan 2002., Friendster je postao popularan u Aziji i brzo se proširio svijetom. Friendster je bio jedan od prvih koji je uveo ideju o online profilima i prijateljima, što je kasnije postalo osnova za mnoge druge stranice. Ipak, najveća

prekretnica u povijesti društvenih medija dogodila se 2004. godine kada je Mark Zuckerberg osnovao Facebook. Započevši kao interna mreža za studente Harvarda, Facebook se brzo proširio na druge sveučilišne kampuse i postao dostupan javnosti. Svojom jednostavnošću i mogućnošću dijeljenja fotografija i statusa Facebook je privukao milijune korisnika diljem svijeta i postao sinonim za društvene mreže.

4. Era mobilnih aplikacija (2010.):U posljednjem desetljeću društveni mediji su se prebacili na mobilne platforme. S razvojem mobilnih telefona i brzog mobilnog interneta korisnici se sve više povezuju na mreže putem svojih mobilnih uređaja. Aplikacije poput Instagrama, Twittera i Snapchata postale su nezamjenjive u mobilnom svijetu, omogućujući korisnicima dijeljenje trenutaka u stvarnom vremenu putem fotografija, videa i tekstualnih poruka.
5. Nove platforme i izazovi (danas):Danas postoje stotine stranica društvenih medija, svaka sa svojom stručnošću i ciljnom publikom. TikTok je osnovan 2016. postala je jedna od najbrže rastućih društvenih mreža, osobito popularna među mladima. Međutim, s porastom društvenih medija dolaze i novi izazovi kao što su pitanja privatnosti podataka, širenje lažnih vijesti i negativan utjecaj na mentalno zdravlje korisnika.(6.)

## *2.2. Prednosti i nedostaci društvenih mreža*

Društveni mediji postali su važan dio modernog digitalnog svijeta, što sa sobom nosi mnoge prednosti i nedostatke. Evo sažetka nekih ključnih područja:

Prednosti:

1. Povezivanje i komuniciranje: mreže omogućuju ljudima da se povežu i komuniciraju s drugima diljem svijeta, bez obzira na fizičku udaljenost. To olakšava održavanje kontakta s prijateljima, obitelji i kolegama te vam pomaže u stvaranju novih prijateljstava i profesionalnih odnosa. Društveni mediji omogućuju korisnicima povezivanje s ljudima diljem svijeta, bez obzira na jezik i kulturu . To olakšava razmjenu ideja, informacija i ideja te promiče međunarodno razumijevanje i suradnju. Iako povezivanje i komuniciranje putem društvenih mreža donosi brojne prednosti, važno je pravilno koristiti društvene mreže i dobro upravljati svojim identitetom kako biste izbjegli rizike i negativne posljedice.

2. Podrška i zajednica: Društveni mediji pružaju platformu za podršku i povezivanje s ljudima koji imaju slične interese, hobije ili brige. Ljudi mogu pronaći podršku, savjet i razumijevanje drugih zajednica putem različitih grupa i zajednica na društvenim mrežama. Potaknuta je suradnja i zagovaranje među korisnicima, posebice o društvenim, političkim ili humanitarnim pitanjima. Korisnici mogu organizirati akcije, demonstracije ili kampanje putem društvenih medija kako bi podržali određeni cilj ili pružili pomoć onima kojima je potrebna.
3. Dijeljenje informacija: Društveni mediji omogućuju brzo i jednostavno dijeljenje informacija, vijesti, fotografija, videa i drugog sadržaja s velikim brojem ljudi. To olakšava širenje korisnih informacija, širenje ideja i prepoznavanje važnih pitanja. Postoje različiti sadržaji, uključujući tekst, fotografije, videozapise, poveznice, događaje, ankete i još mnogo toga. To korisnicima omogućuje dijeljenje informacija na različite načine ovisno o njihovim potrebama i preferencijama.
4. Profesionalno umrežavanje: Mreže poput LinkedIna pružaju alate za profesionalno umrežavanje i profesionalni razvoj. Korisnici se mogu povezati s poslodavcima, tražiti poslove, sudjelovati u raspravama i pronaći resurse za poboljšanje svojih vještina.
5. Marketinške mogućnosti: Društveni mediji postali su važan kanal u marketinškom procesu. Marketinški stručnjaci mogu doprijeti do svoje ciljane publike putem oglašavanja, promocije i privlačenja pažnje, što im omogućuje da dopru do velikog broja kupaca diljem svijeta. (7.)

#### Nedostaci:

1. Privatnost podataka: Društveni mediji prikupljaju velike količine osobnih podataka o korisnicima, uključujući podatke o interesima, navikama i društvenim mrežama korisnika. Ovi podaci mogu biti zloupotrijebljeni ili javno objavljeni te predstavljaju ozbiljnu prijetnju privatnosti korisnika. Sve više ljudi postaje svjesno važnosti zaštite svoje privatnosti na društvenim mrežama i traže načine kako bolje zaštititi svoje podatke i kontrolirati svoju online prisutnost. To može uključivati pažljivo podešavanje vaših postavki privatnosti, ograničavanje dijeljenja osobnih podataka, korištenje jakih lozinki i redovito praćenje aktivnosti računa kako bi se identificirale sumnjive aktivnosti.
2. Cyberbullying: Društveni mediji mogu biti platforma za cyberbullying, uključujući verbalno zlostavljanje, zastrašivanje i širenje glasina. To može imati značajan utjecaj na mentalno zdravlje.

3. Širenje lažnih vijesti: Ljudi često ne provjeravaju izvor informacija prije nego što ih podijele, što može dovesti do širenja dezinformacija i lažnih uvjerenja. Širenje lažnih vijesti (engl. "fake news") putem društvenih mreža postalo je veliki problem u moderno doba. Lažne vijesti su neistinite, obmanjujuće ili koriste širene informacije kako bi utjecale na javno mnijenje, promijenile stavove ili ostvarile određene političke ili ekonomske ciljeve.
4. Ovisnost i mentalno zdravlje: Pretjerano korištenje društvenih medija može dovesti do ovisnosti, nesanicе, depresije, tjeskobe i drugih problema s mentalnim zdravljem. To može utjecati na samopouzdanje i samopoštovanje.
5. Upotreba vremena: Većina ljudi provodi previše vremena na društvenim medijima, a to može utjecati na njihovu produktivnost, situaciju u stvarnom životu i dobrobit. Previše vremena provedenog na društvenim mrežama može dovesti do zanemarivanja drugih važnih aktivnosti i odnosa. (8.)

### *2.3. Najpoznatije društvene mreže*

Popularni društveni mediji predstavljaju značajan dio današnjeg digitalnog društva, omogućujući ljudima diljem svijeta povezivanje, komunikaciju i dijeljenje sadržaja na globalnoj razini.

#### *2.3.1. Facebook*

Osnovan 2004. godine od strane Marka Zuckerberga i njegovih kolega s Harvarda, Facebook je jedna od najmoćnijih društvenih mreža u povijesti interneta. Tijekom svog postojanja, Facebook je promijenio način na koji ljudi komuniciraju, povezuju se i dijele informacije online. Povijest Facebooka počinje u studentskoj sobi na Harvardu, gdje su Mark Zuckerberg i njegovi kolege osmislili web stranicu koja je omogućila studentima da se povežu i komuniciraju online. S vremenom je Facebook pronađen i na drugim sveučilištima, a kasnije je dospio i do šire javnosti diljem svijeta. U godinama koje su uslijedile Facebook je eksponencijalno rastao i postao najveća svjetska mreža s milijardama aktivnih korisnika. Jedna od najvažnijih značajki Facebooka je njegova sposobnost povezivanja ljudi diljem svijeta.



Korisnici mogu kreirati svoje profile, dodavati prijatelje, objavljevati statusne poruke, fotografije i videa te komunicirati putem komentara, poruka ili raznih reakcija. Ova interakcija omogućuje korisnicima da ostanu povezani s prijateljima, obitelji i kolegama bez obzira na fizičku udaljenost. Facebook je postao izvor online komunikacije za mnoge ljude, pružajući im platformu za razmjenu životnih iskustava, ideja i interesa. Osim toga, Facebook je postao moćna platforma za robne marke, tvrtke i organizacije koje koriste svoje stranice za komunikaciju s korisnicima, promicanje svojih proizvoda i usluga i stvaranje svojih web stranica. Oglašivačke mogućnosti Facebooka omogućuju oglašivačima da ciljaju ljude na temelju demografskih podataka, interesa i karakteristika ponašanja, što ga čini moćnim alatom za digitalni marketing. Ova je značajka privukla pozornost mnogih oglašivača koji koriste Facebook kako bi dosegli svoju ciljanu publiku i promovirali svoje proizvode ili usluge. Međutim, unatoč svojoj popularnosti i učinkovitosti, Facebook se suočava s brojnim problemima i kritikama. Jedan od najvećih problema s kojima se Facebook suočava je privatnost podataka. Platforma je bila meta mnogih skandala i kontroverzi zbog zlouporabe korisničkih podataka, neadekvatne zaštite privatnosti i nedostatka transparentnosti po ovim pitanjima .

Jedan od najpoznatijih skandala je skandal Cambridge Analytica iz 2018., kada se doznalo da je tvrtka Cambridge Analytica ilegalno prikupila podatke više od 87 milijuna korisnika Facebooka kako bi ih koristila u političke svrhe. Ti su događaji potaknuli javnu raspravu o privatnosti podataka, etičkim standardima i odgovornostima društvenih medija. Osim problema s privatnošću podataka, Facebook je također kritiziran zbog svoje uloge u širenju lažnih vijesti i dezinformacija. Algoritmi koji kontroliraju što korisnici vide u svojim feedovima mogu potaknuti širenje osjetljivog i kontroverznog sadržaja kako bi privukli više prometa i angažirali korisnike. To može dovesti do širenja dezinformacija, polarizacije društva i manipulacije javnim mnijenjem. Facebook se također suočava s problemima kao što su cyberbullying, online uznemiravanje, govor mržnje i negativni učinci na mentalno zdravlje korisnika. Mnogi su zabrinuti zbog pretjerane upotrebe društvenih medija, potrebe za stalnom provjerom valjanosti putem povratnih informacija i povratnih informacija te ometanja uzrokovanog korištenjem tehnologije. Unatoč tim problemima, Facebook ostaje jedna od najmoćnijih društvenih mreža na svijetu, s milijardama aktivnih korisnika i značajnim utjecajem na društvo, kulturu i politiku. Tvrtka je predana poboljšanju svojih praksi i politika kako bi bolje zaštitila privatnost korisnika, borila se protiv širenja dezinformacija i štetnih učinaka te izgradila povjerenje javnosti. Osim toga, Facebook je pokrenuo razne aktivnosti i

projekte za poboljšanje pismenosti, internetske sigurnosti i mentalnog zdravlja svojih korisnika. Ovi napori važni su koraci u stvaranju pozitivne i odgovorne online prisutnosti za korisnike društvenih medija. (9.)

### 2.3.2. *Instagram*

Instagram je danas jedna od najmoćnijih platformi društvenih medija i postao je važna platforma za dijeljenje fotografija, videa i priča. Instagram su 2010. godine osnovali Kevin Systrom i Mike Krieger i brzo je postao sastavni dio svakodnevnog života milijuna korisnika diljem svijeta. Jedna od najvažnijih značajki Instagrama je njegova jednostavnost korištenja. Korisnici mogu jednostavno obaviti posao putem aplikacije na svom telefonu ili tabletu. Fotografije i videozapisi mogu se snimiti fotoaparatom ili postaviti na internet. Korisnici tada mogu dodati filtre, efekte, tekst i druge kreativne elemente kako bi sadržaj učinili još boljim. Korisnici mogu pratiti druge korisnike i biti praćeni, stvarajući mrežu sljedbenika koja omogućuje dijeljenje sadržaja s više ljudi. Osim toga, Instagram nudi različite načine interakcije s objavama, poput lajkanja, komentiranja, dijeljenja i privatnih poruka. To omogućuje korisnicima da se povežu, raspravljaju i dijele svoje ideje na različite načine. Instagram Stories jedan je od najpopularnijih sadržaja među korisnicima. Priče omogućuju korisnicima dijeljenje privremenih fotografija i videa koji ističu nakon 24 sata. Ova značajka daje korisnicima mogućnost dijeljenja trenutaka i iskustava na brz i zabavan način, što rezultira povećanim prometom korisnika .

Još jedna važna značajka Instagrama je IGTV, platforma na kojoj se dijele i gledaju dugački video zapisi. IGTV otvara vrata stvaranju i konzumiranju dužeg sadržaja dopuštajući korisnicima upload videa dužih od jedne minute. Ova je značajka popularna među kreatorima i robnim markama koji žele dijeliti dugotrajne videozapise sa svojom publikom. Nova značajka Instagrama, nazvana Reels, omogućuje korisnicima stvaranje kratkih videa, dodavanje glazbe, efekata i teksta te njihovo dijeljenje na svojim profilima. Reels je sličan popularnoj platformi TikTok i postao je popularan među korisnicima koji žele stvarati zabavan i kreativan sadržaj. Instagram je također postao važna platforma za digitalni marketing, gdje brendovi i tvrtke koriste svoje profile kako bi promovirali svoje proizvode i usluge svojoj ciljanoj publici. Oglašavanje na Instagramu nudi niz opcija, uključujući sponzorirane postove, oglase s pričama i oglase za pretraživanje, koji omogućuju robnim markama da dosegnu ciljnu publiku i

učinkovito promoviraju svoje proizvode. Iako je Instagram omogućio pozitivne promjene u načinu na koji ljudi komuniciraju, dijele informacije i izlažu svoju umjetnost, također se suočava s mnogim izazovima i kritikama. Jedan od najvećih izazova s kojima se susreću korisnici, posebice mladi, koji su izloženi savršenim i ponavljajućim slikama na Instagramu je mentalno zdravlje. To može dovesti do poremećaja prehrane, tjeskobe i depresije.

Uz to, Instagram je kritiziran zbog utjecaja na originalnost i integritet fotografija. Velik broj korisnika koristi razne filtre i alate za uređivanje kako bi poboljšali izgled svojih slika. To može dovesti do stvaranja nemogućih i izvanrednih slika koje naglašavaju izvanredne standarde ljepote i zdravlja. Unatoč problemima, Instagram je još uvijek jedna od najpopularnijih društvenih mreža na svijetu, s velikim utjecajem na društvo, kulturu i komunikaciju. Tvrtka je predana poboljšanju svojih praksi i politika kako bi bolje zaštitila mentalno zdravlje korisnika, borila se protiv širenja dezinformacija i štetnih učinaka te izgradila povjerenje javnosti. (10.)

### *2.3.3. Snapchat*

Snapchat je popularna društvena mreža i mobilna aplikacija koju su 2011. godine osnovali Evan Spiegel, Bobby Murphy i Reggie Brown dok su bili studenti na Sveučilištu Stanford. Platforma omogućuje korisnicima objavljivanje kratkih videa i fotografija poznatih kao "snapshotovi", koji se automatski brišu nakon određenog vremenskog razdoblja, obično nakon što ih korisnik pogleda. Najpoznatiji su "snapovi" s ograničenim vremenom gledanja, koji dodaju privremeni element komunikacije stranici. Osim toga, Snapchat je poznat po svojim filterima lica i specijalnim efektima, koji korisnicima omogućuju dodavanje zabavnih i kreativnih značajki prije slanja. Snapchat također je poznat po svojim "Pričama", koje korisnicima omogućuju dijeljenje fotografija i videa koji ostaju dostupni 24 sata nakon što su objavljeni. Ova je značajka postala vrlo popularna među korisnicima koji žele podijeliti svoje dnevne trenutke na stranici sa svojim prijateljima i pratiteljima. Osim toga, Snapchat nudi razne druge značajke kao što je "Discover", koja korisnicima omogućuje praćenje vijesti, članaka i sadržaja s raznih medijskih kanala, i "Snap Map", koja korisnicima omogućuje da vide gdje su njihovi prijatelji u stvarnom vremenu. Snapchat je također postao popularan alat za digitalni marketing; Mnogi brendovi koriste platformu za promociju svojih proizvoda i usluga. Snapchatove opcije oglašavanja uključuju različite formate kao što su sponzorirani filteri, oglasi u priči i oglasi u odjeljku Istraži.

Unatoč svojoj popularnosti, Snapchat se natječe s drugim platformama društvenih medija poput Instagrama, koje također nude slične značajke poput 'Priča'. Zato Snapchat neprestano uvodi inovacije i poboljšava korisničko iskustvo te privlači nove korisnike. Osim toga, Snapchat je kontroverzan zbog problema sa sigurnošću i privatnošću. U prošlosti je bilo slučajeva u kojima su korisnički podaci bili ugroženi, što je izazvalo zabrinutost među korisnicima i dovelo do toga da je tvrtka kritizirana zbog nedostatka zaštite podataka. Unatoč problemima, Snapchat ostaje najpopularniji alat za komunikaciju, zabavu i dijeljenje među mladim ljudima diljem svijeta. Očekuje se da će Snapchat s vremenom nastaviti razvijati nove značajke i prilagođavati se kako bi ostao aktualan i konkurentan u brzom svijetu društvenih mreža. (11.)

#### *2.3.4. TikTok*

TikTok je platforma društvenih medija koja je postala fenomen među mladima u svijetu. Osnovan 2016. od strane kineske tvrtke ByteDance, TikTok je postao jedna od najbrže rastućih društvenih mreža, privlačeći stotine milijuna korisnika svaki dan. Glavna značajka TikToka je stvaranje i dijeljenje kratkih videa, obično između 15 i 60 sekundi. Korisnici mogu stvarati različite sadržaje uključujući plesne kvizove, smiješne šale, video zapise za sinkronizaciju usana, upute, memeove i još mnogo toga. Poznata po svojoj zabavi i kreativnosti, stranica je postala popularna među mladima koji vole isprobavati različite video stilove. Jedna od najvažnijih značajki TikToka je njegov algoritam za preporuke, koji korisnicima nudi prilagođeni sadržaj na temelju njihovih interesa i preferencija. Nastavkom pregledavanja feeda korisnici mogu istraživati različite videozapise i pratiti korisnike kojima je sadržaj najzanimljiviji ili najinspirativniji.

TikTok je također poznat po svojoj sposobnosti da započne viralne trendove i izazove koji se brzo šire među korisnicima. Ovi trendovi mogu uključivati posebne plesove, glazbene fragmente i druge kreativne ideje. Popularnost ovog trenda često dovodi do povećanog angažmana korisnika, stvaranja osjećaja zajednice i postajanja dijelom TikTok zajednice. TikTok je također postao važan digitalni marketinški kanal, mnogi brendovi koriste platformu za promociju svojih proizvoda i usluga. Korisnici mogu vidjeti sponzorirani sadržaj ili oglase u svojim feedovima, ali sve više robnih marki okreće se partnerstvu sa TikTok sponzorima kako bi doprli do svoje publike na autentičniji i značajniji način.(12.)

### 2.3.5. YouTube

YouTube je postao glavno odredište na internetu ne samo za zabavu, već i za obrazovanje, informacije i povezivanje s raznim sadržajima i zajednicama. Osnovana 2005. godine, ova aplikacija za dijeljenje videa promijenila je način na koji ljudi konzumiraju medije i dala ljudima diljem svijeta moć da budu kreativni i ispričaju svoje priče svijetu. Poseban je zbog svoje otvorenosti i pristupačnosti. Svatko, bez obzira na obrazovanje, regionalno podrijetlo ili financijska sredstva, može stvoriti kanal i objaviti video na platformi. Ova demokratizacija medija omogućila je većem broju ljudi da izraze svoju kreativnost, podijele svoje talente i interese te pronađu publiku sličnih interesa. YouTube je postao važan alat za izgradnju zajednica i povezivanje ljudi sa zajedničkim interesima. Mnogi korisnici pronalaze inspiraciju, podršku i prijateljstvo u YouTube kanalima i komentarima. Zajednice koje se bave određenim temama kao što su igre, blogovi o ljepoti i fitness već su jake i aktivne na internetu. Jedna od prednosti YouTubea je njegova raznolikost sadržaja.

Platforma sadrži videozapise o svim temama i interesima, od glazbe, filmova i televizije do udžbenika, kuhanja, tehničkih recenzija, vlogova o putovanjima, političkih analiza i više. Ova raznolikost čini YouTube korisnim za sve gledatelje. YouTube također nudi razne načine zarade. Program Google AdSense omogućuje kreatorima zaradu od oglasa koji se pojavljuju uz njihove videozapise. Mnogi YouTuberi također zarađuju putem sponzorstava, reklama, prodaje proizvoda ili usluga i donacija putem foruma poput Patreon-a. Kao i druge platforme društvenih medija, YouTube se suočava s istim izazovima. Jedan od njih je rješavanje neprimjerenog, štetnog ili nezakonitog sadržaja na stranici. Tvrtka nastavlja raditi na načinima za razvoj alata za prepoznavanje i uklanjanje sadržaja i poboljšanje sigurnosti korisnika. YouTube se također suočava s problemima autorskih prava i sporovima oko distribucije sadržaja. Glazbene industrije, filmski studiji i drugi nositelji prava često poduzimaju korake kako bi zaštitili svoje interese na internetu, što može rezultirati uklanjanjem videozapisa ili ograničenjem prihoda. Osim toga, YouTube se suočava s problemom nedostatka transparentnosti u svojim preporukama u pogledu učinaka algoritma i mogućih učinaka na mentalno zdravlje korisnika. Konstantno pretraživanje i pregledavanje slika po algoritmima može dovesti do stvari poput 'filter balona' i 'eho komora', gdje korisnici konzumiraju samo onaj tip sadržaja koji potvrđuje njihova uvjerenja i vjerovanja.(13.)

### *2.3.6. WhatsApp*

WhatsApp je jedna od najpopularnijih aplikacija za slanje poruka i poziva putem interneta. Tvrtku su osnovali Brian Acton i Jan Koum 2009. Aplikacija korisnicima omogućuje komunikaciju putem teksta, zvuka i videa te dijeljenje medijskih datoteka poput fotografija, videa i teksta. Budući da je dostupan na raznim mobilnim platformama, uključujući iOS, Android, Windows Phone i web stranice, WhatsApp je postao sredstvo komunikacije bez obzira na uređaj koji korisnik koristi. Jedna od najvažnijih značajki WhatsAppa je end-to-end enkripcija, koja osigurava sigurnu i privatnu komunikaciju. Ova tehnologija osigurava da samo pošiljalatelj i primatelj mogu pročitati sadržaj poruke i da treće strane, uključujući WhatsApp i vladine agencije, ne mogu pristupiti informacijama. To je pomoglo u izgradnji povjerenja u aplikaciju, posebno u vrijeme kada zabrinutost za privatnost podataka raste.

WhatsApp također omogućuje korisnicima stvaranje grupnih razgovora s mnogo sudionika, što je korisno za obiteljske, prijateljske ili poslovne razgovore. Osim toga, korisnici mogu postaviti status koji drugi korisnici mogu vidjeti na određeno vrijeme prije nego što se izbriše, to je popularno među korisnicima koji žele podijeliti svoje postupke, osjećaje ili misli. Jedna od glavnih prednosti WhatsAppa je mogućnost upućivanja besplatnih glasovnih i video poziva putem internetskog protokola. Ovo je posebno korisno za međunarodne pozive jer korisnicima omogućuje komunikaciju s prijateljima, obitelji ili kolegama diljem svijeta bez dodatnih troškova. Kao rezultat toga, WhatsApp je i dalje jedan od najvažnijih komunikacijskih alata na svijetu. Njegova jednostavnost korištenja, široka upotrebljivost i mogućnost besplatnih poziva čine ga popularnim među milijardama korisnika širom svijeta. Međutim, stranica se suočava s izazovima u borbi protiv dezinformacija i zaštiti privatnosti korisnika te će morati nastaviti razvijati strategije za rješavanje tih problema u budućnosti. (14.)

### *2.4. Nasilje preko društvenih mreža*

Nasilje preko društvenih mreža je oblik digitalnog zlostavljanja koji se odvija online. To uključuje verbalno, emocionalno, seksualno ili fizičko zlostavljanje, zastrašivanje, prijetnje, širenje mržnje ili diskriminacije, ismijavanje i slično. (15.)

### 2.4.1. Cyberbullying

Cyberbullying veliki je problem modernog doba i manifestira se kao zlostavljanje, maltretiranje ili zastrašivanje putem digitalnih tehnologija kao što su internet, društveni mediji, mobilni telefoni i drugi elektronički mediji. Ovaj oblik nasilja karakterizira namjerno i opetovano ponašanje s ciljem ozljeđivanja, povrjeđivanja ili ponižavanja žrtve, najčešće općenito i bez obzira na socijalnu distancu između počinitelja i žrtve. Jedan od najčešćih oblika cyberbullyinga je slanje uvredljivih ili prijetućih poruka putem društvenih medija, e-pošte ili tekstualnih poruka. To može uključivati uhođenje, vrijeđanje ili ismijavanje žrtve na društvenim ili privatnim stranicama; To može dovesti do trajnog i štetnog obrasca ponašanja koji može imati ozbiljne posljedice na mentalno zdravlje. Drugi način cyberbullyinga je distribucija uvredljivih fotografija ili videa bez pristanka žrtve; to može izazvati javnu sramotu i stigmatizirati žrtvu. Posljedice cyberbullyinga mogu biti vrlo raznolike i uzrokovati veliku štetu žrtvi. Osobe izložene cyber napadima često se osjećaju tjeskobno, depresivno, nisko samopouzdanje, strah i tjeskobu. Ovi emocionalni učinci mogu imati značajan utjecaj na žrtvin društveni život, akademski i profesionalni učinak te cjelokupno mentalno zdravlje. U ozbiljnim slučajevima, cyberbullying može dovesti do suicidalnih misli i ponašanja kod žrtava naglašavajući ozbiljnost ovog problema. Sprječavanje cyberbullyinga važno je u smislu zaštite žrtava i sprječavanja širenja nasilja. Edukacija djece, tinejdžera, roditelja i učitelja o sigurnosti na internetu i dobrom ponašanju na internetu igra važnu ulogu u sprječavanju internetskog nasilja. Za stvaranje kulture zdrave komunikacije i suživota na internetu važno je naglasiti važnost pismenosti, empatije i poštovanja prema drugima na internetu. Također je važno osigurati da cyber žrtve mogu dobiti pomoć i podršku. Ovladavanje sigurnim i anonimnim mrežama i pružanje psihološke podrške i alata za suočavanje s traumom važni su koraci u zaštiti i liječenju tehnoloških žrtava. Važno je osigurati da se ne osjećaju krivima ili sramom zbog problema i potaknuti ih da traže podršku od obitelji, prijatelja, škole ili rodbine. Zakoni i pravne mjere također igraju važnu ulogu u borbi protiv cyberbullyinga. Mnoge zemlje imaju zakone koji se odnose na cyberbullying koji propisuju kazne počiniteljima, štite žrtve i zahtijevaju od web stranica da odgovore na prijetnje i uklone neprikladni sadržaj. Ovaj pravni sustav igra važnu ulogu u osiguravanju odgovornosti i pravde. Konačno, cyberbullying je ozbiljan društveni problem koji zahtijeva sveobuhvatan pristup borbi protiv njega. Edukacija, prevencija, podrška žrtvama, zakonodavstvo i promjene internetske kulture važni su koraci u stvaranju sigurnog i zdravog online okruženja za sve korisnike interneta.(16.)

#### 2.4.2. *Sexting*

Sexting, novi fenomen u digitalnom dobu, odnosi se na praksu slanja seksualno eksplicitnih poruka, fotografija ili videa putem mobilnog telefona, interneta, društvenih medija ili drugih web stranica. Ova aktivnost postala je široko rasprostranjena među tinejdžerima i mladim odraslim osobama, ali je također izazvala zabrinutost o njezinim mogućim posljedicama. Mnogo je razloga zašto ljudi sudjeluju u sextingu. Može izraziti prijateljstvo i privući pozornost partnera, održati dugoročnu vezu, testirati vaš identitet ili jednostavno zadovoljiti vašu znatiželju. Ponekad sexting može biti rezultat pritiska vršnjaka ili osjećaja da se od vas očekuje da se uključite u tu aktivnost kako biste održali vezu. Unatoč potencijalnim dobrobitima, sexting nosi mnoge rizike.

Jedna od najvećih posljedica toga je raširen neuspjeh u distribuciji materijala povezanih sa seksom. Čak i ako je izvorni poslužitelj pouzdan, postoji mogućnost da se sadržaj nekontrolirano proširi internetom ili društvenim mrežama. Sexting također može dovesti do internetskog zlostavljanja ili klevete, narušavanja privatnosti i kršenja zakona, osobito kada su u pitanju maloljetnici. Mnoge zemlje imaju zakone koji zabranjuju sexting, osobito kada su u pitanju maloljetnici. Ti zakoni mogu uključivati kazne za dijeljenje seksualnog sadržaja s maloljetnicima ili distribuciju dječje pornografije. Važno je da ljudi budu svjesni pravnih rizika prije nego što sudjeluju u sextingu, posebno onima koje uključuju djecu. Prevencija sextinga uključuje edukaciju tinejdžera o rizicima i posljedicama ove aktivnosti. To uključuje rasprave o sigurnom i odgovornom ponašanju na internetu, kao i o važnosti postavljanja granica i poštivanja privatnosti. Također je važno osigurati da žrtve sextinga ili oni koji su pogođeni njegovim posljedicama imaju pristup resursima i podršci. Važno je postaviti jasne granice s partnerom prilikom slanja poruka i osigurati da proces bude pun poštovanja, harmoničan i siguran za sve sudionike. To uključuje provjere povjerenja da je razmjena tekstualnih poruka opcionalna i da se u potpunosti poštuje privatnost partnera.(17.)

#### 2.4.3. *Doxxing*

Doxxing je objavljivanje osobnih ili osjetljivih informacija o osobi na internetu u svrhu razotkrivanja, posramljivanja ili uznemiravanja te osobe. Ovaj postupak može uključivati otkrivanje osobnih podataka kao što su adrese, telefonski brojevi, e-pošta, financijski podaci ili drugi osobni podaci koji se mogu koristiti za identifikaciju pojedinca. Doxxing se često povezuje s cyberbullyingom te može imati ozbiljne posljedice za žrtvu. Razlozi za dijeljenje osobnih podataka variraju, ali često uključuju želju za osvetom, zastrašivanjem ili sijanjem



mržnje prema određenoj osobi ili skupini.

Doxxing se koristi kao alat za ciljanje ljudi zbog njihovih političkih stavova, rase ili etničke pripadnosti, seksualne orijentacije, vjerskih uvjerenja ili drugih osobnih karakteristika. Može se koristiti i za ucjenu, uvredu ili prijetnju. Posljedice dijeljenja osobnih podataka mogu biti različite i ozbiljne. Otkrivanje osobnih podataka može žrtvu izložiti riziku od (potencijalne) štete, uključujući fizičko zlostavljanje, zastrašivanje ili iskorištavanje. Osim toga, dijeljenje osobnih podataka može imati negativne učinke na emocionalno i mentalno zdravlje žrtve, poput tjeskobe, depresije, stresa i traume. Sprječavanje doxxinga uključuje nekoliko koraka za zaštitu ljudi i smanjenje rizika od otkrivanja osobnih podataka. To može uključivati upravljanje vašim online profilom, ograničavanje dijeljenja osobnih podataka s osobama od povjerenja na sigurnim web-mjestima, korištenje sigurnih lozinki i postavki privatnosti na društvenim medijima te edukaciju o opasnostima dijeljenja osobnih podataka i kako to možete izbjeći. U konačnici, otkrivanje osobnih podataka je ozbiljan problem koji zahtijeva sveobuhvatan pristup u borbi protiv njega. Obrazovanje, prevencija, privatnost i pravna zaštita važni su koraci u stvaranju sigurnog internetskog okruženja i zaštiti ljudi od rodno uvjetovanog nasilja.(18.)

### *2.5. Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje*

Utjecaj društvenih medija na mentalno zdravlje postaje glavni problem u digitalnom dobu. Iako su društveni mediji promijenili način na koji se povezujemo, komuniciramo i dijelimo informacije, sa sobom su donijeli i mnoge probleme i moguće negativne učinke na mentalno zdravlje. Jedan od najznačajnijih učinaka društvenih medija na mentalno zdravlje je njihova uloga u poticanju ljudi da se osjećaju nedostatnima i da se uspoređuju s drugima. Način života, filtrirane slike i dobri provodi koji se često vide na društvenim mrežama mogu dovesti do iluzije savršenstva i ostaviti vas nezadovoljnima svojim osobnim životom. To može dovesti do nedostatka samopouzdanja, tjeskobe i depresije kod ljudi koji se neprestano uspoređuju s drugima. Pretjerano korištenje društvenih mreža također može uzrokovati probleme sa spavanjem i smanjeni san. Mnogi ljudi koriste društvene mreže prije spavanja, što može previše stimulirati mozak i poremetiti proces opuštanja neophodan za dobar san. Nedostatak sna može pogoršati simptome tjeskobe i depresije te negativno utjecati na opću dobrobit i svakodnevno funkcioniranje osobe. Osim toga, iako su društveni mediji dizajnirani za povezivanje s drugima, oni mogu pridonijeti osjećaju izoliranosti. Pretjerano korištenje društvenih medija može zamijeniti stvarne, neformalne interakcije, što dovodi do osjećaja izoliranosti i usamljenosti.

Nedostatak istinskih odnosa i podrške može pogoršati simptome depresije i tjeskobe te smanjiti opću dobrobit.

Ovisnost o društvenim mrežama sve je veći problem koji može imati negativne posljedice na mentalno zdravlje. Osobe ovisne o društvenim medijima mogu osjetiti potrebu kontrolirati svoje obavijesti, postavke i misli, što može utjecati na njihovu produktivnost, odnose i opću dobrobit. Ovisnost o društvenim mrežama može dovesti do toga da osoba izgubi kontrolu nad svojim ponašanjem i pogorša svoje zdravlje. Ukratko, učinci društvenih medija na mentalno zdravlje mogu biti složeni i raznoliki. Iako društveni mediji nude brojne mogućnosti povezivanja i komunikacije, važno je biti svjestan njihovih mogućih negativnih učinaka i koristiti se društvenim mrežama na način koji podupire mentalno zdravlje. To može uključivati ograničavanje vremena koje provodite na društvenim mrežama, praćenje svojih emocija i ponašanja te traženje pomoći kada vam je potrebna.(19.)

### **3. CILJEVI I HIPOTEZE**

Cilj 1: Istražiti utjecaj društvenih mreža na ponašanje studenata sestrinstva.

Cilj 2: Analizirati učestalost objavljivanja vlastitog sadržaja na društvenim mrežama među studentima sestrinstva.

Cilj 3: Istražiti mišljenje studenata sestrinstva o pouzdanosti zdravstvenih informacija na društvenim mrežama.

Hipoteza 1: Studenti sestrinstva koji provode više vremena na društvenim mrežama imaju veću vjerojatnost iskazivanja negativnog utjecaja po njihovo ponašanje.

Hipoteza 2: Studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama.

Hipoteza 3: Studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno će spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija.

## **4. ISPITANICI (MATERIJALI) I METODE**

### *4.1. Ispitanici/materijali*

Istraživanje se provelo na Fakultetu zdravstvenih studija Sveučilišta u Rijeci nakon odobrenja nacrtu završnog rada od strane Povjerenstva za završne i diplomske radove. U istraživanju je sudjelovalo 100 studenta, a istraživanje je provedeno u veljači/ožujku 2024. Sudionici u istraživanju bili su studenti redovnog i izvanrednog studija Sestrinstva koje je uključivalo prvu, drugi i treću godinu oba studija Sestrinstva. Planirana metoda uzorkovanja bila je prigodni uzorak. Ispitanici su se razlikovali u spolu, dobi, prethodnom završenom obrazovanju i različitoj godini studija. Kriterij za sudjelovanje u istraživanju je u potpunosti ispunjen anonimni upitnik.

### *4.2. Postupak i instrumentarij*

Za potrebe provedbe ovog istraživačkog rada sastavljen je upitnik od strane autora rada. Podaci za ovo istraživanje prikupljeni su temeljem ispunjava ankete, koja je izrađena na online platformi Google forms. Priloženi upitnik je prosljeđen predstavnicima prve, druge i treće godine redovnog i izvanrednog studija Sestrinstva putem službene e-mail adrese (Outlook) koji su je potom prosljediti ostalim kolegama na svojoj godini. Pitanja u upitniku su podijeljena u 2 skupine. Prvi se dio pitanja odnositi na opće podatke o ispitaniku, odnosno o sociodemografskim podacima te sadržava 5 pitanja (dob, spol, srednjoškolsko obrazovanje, status studenta i godina studija). Drugi dio ankete sadržava 17 pitanja koja će se odnositi na mišljenja i stavove studenata o mladima i društvenim mrežama. Ispitanici na upitnik odgovaraju na način da označe jedan od ponuđenih odgovora koji se najviše odnosi na njih.

Predviđeno vrijeme za rješavanje upitnika iznosi 5-10 minuta te se ispunjava pojedinačno od strane svakog studenta. Na početku upitnika ispitanicima će biti objašnjen način odgovaranja na pitanja, a ispunjavanjem upitnika smatra se da ispitanici daju dobrovoljni pristanak za sudjelovanje u istraživanju. Pitanja će biti ista za svakog ispitanika.

#### *4.3. Statistička obrada podataka*

Statistička obrada dobivenih podataka provedena je u programu Statistica 14.0.0.15 (TIBCO Software Inc.), pomoću programa Microsoft Office Excel ili ručnim računanjem pomoću deskriptivne statistike i analitičke statističke obrade, ovisno o vrsti dobivenih podataka. Podaci o sociodemografskim pitanjima su prikazani deskriptivno u tablici. Varijable dob, spol, srednjoškolsko obrazovanje i status studenta su nezavisne varijable te su prikazane nominalnom ljestvicom, a varijabla godina studija je također nezavisna varijabla te je prikazana ordinalnom ljestvicom. Uspoređivanje dobivenih podataka testirano je putem t testa. Rezultati istraživanja i statistički dio obrade podataka su prikazani grafovima i tablicama istim redoslijedom pojavljivanja u upitniku. Razina statističke značajnosti za sve statističke testove kojima se provode uspoređivanja u ovom istraživanju iznositi će  $p < 0,05$ . Ovisno o dobivenim rezultatima hipoteze će biti potvrđene ili opovrgnute.

#### *4.4. Etički aspekti istraživanja*

Upitnik je u potpunosti anoniman te ne predstavlja nikakav rizik niti posljedice za ispitanike i koristi se za izradu ovog završnog rada te njegova daljnja uporaba nije dozvoljena. Ispunjavanjem samog upitnika ispitanik daje suglasnost za sudjelovanje u istraživanju. Ispitanici mogu odustati od ispunjavanja upitnika u bilo kojem trenutku. Istraživanje je niskog rizika te nije potrebna dozvola Etičkog povjerenstva za biomedicinska istraživanja Fakulteta zdravstvenih studija Sveučilišta u Rijeci. Rezultati dobiveni istraživanjem koriste se u znanstvenoistraživačke svrhe i u svrhu izrade završnog rada studenta Anđelina Hršaka te će biti prikazani na obrani završnog rada.

## 5. REZULTATI

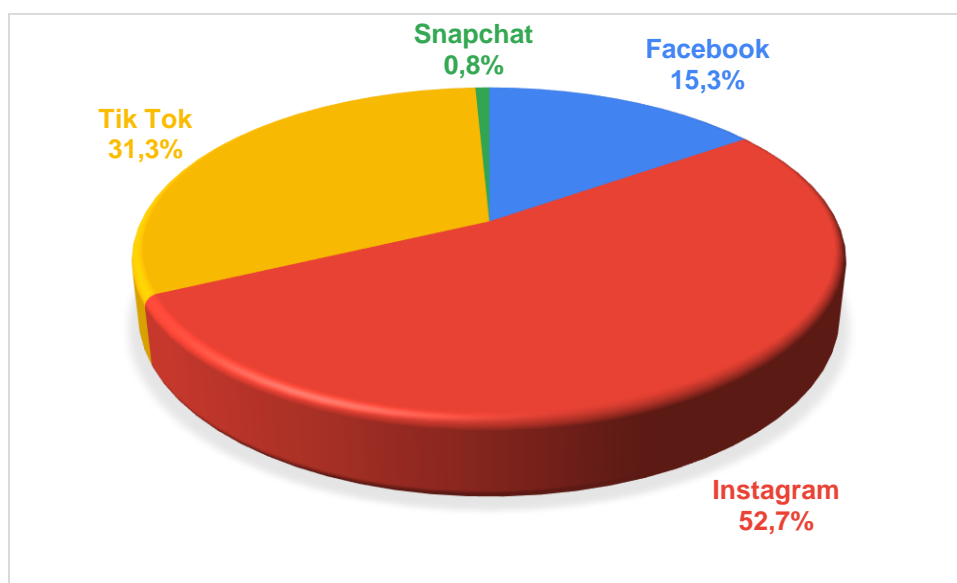
U uzroku od 131 ispitanika, 87,8% su žene. Najviše je najmlađih ispitanika do 24 godine starosti, 71,8%, dok je ispitanika starijih od 31 godinu 17,6%. Gotovo dvostruko više je redovnih studenata (63,4%) od izvanrednih. Najviše je studenata prve godine sveučilišnog studija Sestrinstva (38,2%). Udio studenata sa višom godinom studija se smanjuje, pa je najmanje studenata treće godine sveučilišnog studija Sestrinstva (28,2%).

Tablica 1. Sociodemografske karakteristike uzorka, N=131

<b>Dob</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18-24 godina	94	71,8
25-30 godina	14	10,7
31-50 godina	23	17,6
<b>Spol</b>		
Ženski	115	87,8
Muški	16	12,2
<b>Srednjoškolsko obrazovanje:</b>		
Završena medicinska škola	121	92,4
Završena gimnazija	3	2,3
Završena neka druga srednja strukovna škola	7	5,3
<b>Status studenta</b>		
Redovni	83	63,4
Izvanredni	48	36,6
<b>Godina studija</b>		
Prva godina sveučilišnog studija Sestrinstva	50	38,2
Druga godina sveučilišnog studija Sestrinstva	44	33,6
Treća godina sveučilišnog studija Sestrinstva	37	28,2

Više od polovine studenata najradije vrijeme provodi na Instagramu (52,7%), nešto manje od trećine (31,3%) na Tik Toku, dok duplo manje njih je na Facebooku (15,3%). Snapchat koristi manje od 1% studenata (0,8%).

Slika 1. Na kojem od navedenih društvenih medija provodite najviše vremena?



Hipoteza 1: Studenti sestrinstva koji provode više vremena na društvenim mrežama imaju veću vjerojatnost iskazivanja negativnog utjecaja po njihovo ponašanje.

Većina ispitanika (56,5%) smatra da društvene mreže imaju utjecaj na njihovo mentalno zdravlje, 28,2% smatra da nema, a 15,3% nije sigurno. Za međuljudske odnose taj je postotak nešto veći i gotovo svaki četvrti ispitanik nije siguran u utjecaj društvenih mreža (23,7%), dok tek nešto manje od polovice ispitanika (45,0%) smatra da društvene mreže nemaju utjecaj na njihove međuljudske odnose. Podjednaki broj ispitanika smatra da imaju negativan utjecaj (15,3%) i da poboljšavaju odnose (16,0%).

Tablica 2. Pitanja o međuljudskim odnosima, mentalno zdravlje i društvene mreže, N=131

Pitanje	N	%
18. Smatrate li da društvene mreže imaju utjecaj na vaše mentalno zdravlje?		
Nisam siguran/a	20	15,3
Ne	37	28,2
Da	74	56,5
19. Kako društvene mreže utječu na vaše međuljudske odnose?		
Negativan utjecaj	20	15,3

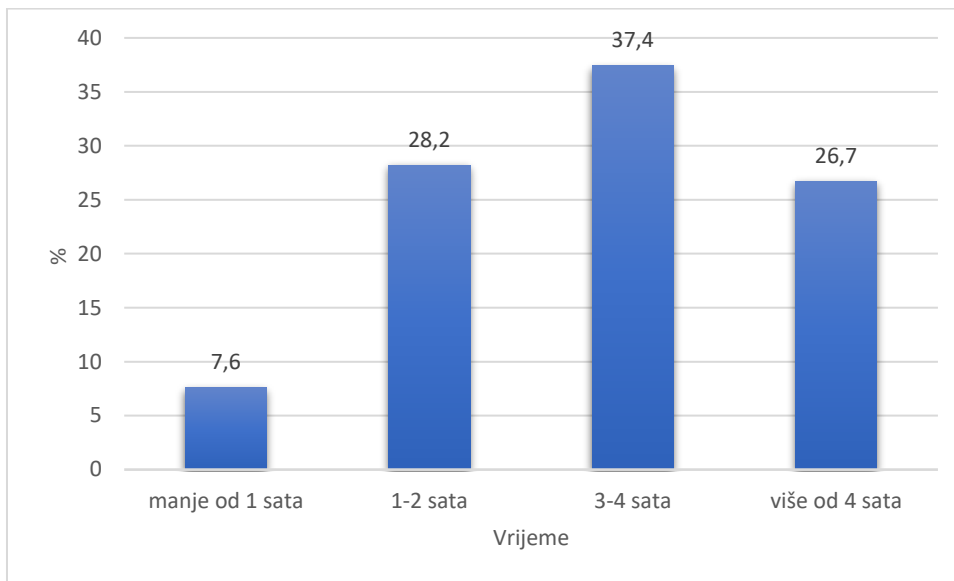
Nema utjecaja	59	45,0
Poboljšavaju	21	16,0
Nisam siguran/a	31	23,7
20. Kako društvene mreže utječu na vaše samopouzdanje?		
Negativan utjecaj	26	19,8
Nema utjecaja	84	64,1
Pozitivan utjecaj	21	16,1
21. Koliko često se uskraćujete sna zbog korištenja društvenih mreža?		
Nikad	42	32,1
Ponekad	67	51,1
Često	22	16,8
22. Jeste li primijetili promjene u svom snu povezane s korištenjem društvenih mreža?		
Nisam siguran/a	24	18,3
Ne	67	51,2
Da	40	30,5

Gotovo dvije trećine ispitanika (64,1%) smatra da društvene mreže nemaju utjecaja na njegovo samopouzdanje, tek 3,7% ispitanika više misli da je taj utjecaj negativan od onog koji smatraju da je pozitivan (16,1%).

Uz utjecaj na mentalno zdravlje, svaki drugi ispitanik smatra da si ponekad uskraćuje san zbog društvenih mreža (51,1%). Dvostruko je više onih koji si nikad ne uskraćuju san (32,1%) od onih koji to često rade (16,8%). Ipak, polovica ispitanika (51,2%) ne primjećuje promjene u svom snu povezanih s korištenjem društvenih mreža. Promjene u snu primjećuje 30,5% ispitanika, a 18,3% nije sigurno.



Slika 2. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?



Pri tome na društvenim mrežama najčešće provedu između 3 i 4h (37,4%). Podjednaki broj studenata provede 1-2 sata (28,2%) i više od 4 sata (26,7%), dok svega 7,6% studenata na društvenim mrežama provede manje od jednog sata.

Tablica 3. Povezanost provedenog vremena na društvenim mrežama i medija društvene mreže

			6. Na kojem od navedenih društvenih medija provodite najviše vremena?			
			Facebook	Instagram	Tik Tok	Snapchat
7. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?	manje od 1 sata	N	5	2	3	0
		%	50,0%	20,0%	30,0%	0,0%
	1-2 sata	N	10	16	11	0
		%	27,0%	43,2%	29,7%	0,0%
	3-4 sata	N	3	28	17	1
		%	6,1%	57,1%	34,7%	2,0%
	više od 4 sata	N	2	23	10	0
		%	5,7%	65,7%	28,6%	0,0%

$$\chi^2(9) = 21,968, p = 0,009, \text{Kramerov } V = 0,236$$

Postoji statistički značajna razlika u provođenju vremena s obzirom na društvenu mrežu ( $\chi^2(9) = 21,968, p = 0,009, .$  ). Oni koji provode najmanje vremena pretežno su na Facebooku (50,0%), a udio onih koji na društvenim mrežama provode više od 4 sata najveći je na Instagramu (56,7%).

Sa vremenom boravka na društvenoj mreži povećava se i udio korisnika na Instagramu, a smanjuje onih na Facebooku. Tako na Instagramu provede 43,2% korisnika koji na društvenim mrežama provode 1-2 sata to radi na Instagramu, 57,1% koji provedu 3-4 sata te čak 65,7% onih koji provedu više od 4 sata. Oni koji provedu 1-2 sata podjednako su na Facebooku (27,0%) i na Tik Toku (29,7%) ., dok više od 4 sata na Tik Toku provedu 28,6% ispitanika.

Iako postoji evidentna povezanost provedenog vremena na društvenoj mreži i društvene mreže, njihov utjecaj se pokazao statistički samo na manjak sna što je s obzirom na provedeno vrijeme na društvenim mrežama sasvim logičan slijed.

Tablica 4. Povezanost provedenog vremena na društvenim mrežama i deprivacijom sna

			21. Koliko često se uskraćujete sna zbog korištenja društvenih mreža?		
			Nikad	Ponekad	Često
7. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?	manje od 1 sata	N	8	1	1
		%	80,0%	10,0%	10,0%
	1-2 sata	N	16	18	3
		%	43,2%	48,6%	8,1%
	3-4 sata	N	14	31	4
		%	28,6%	63,3%	8,2%
	više od 3 sata	N	4	17	14
		%	11,4%	48,6%	40,0%

$$\chi^2(6) = 33,586, p = 0,000, Phi = 0,506, Cramer V = 0,358$$

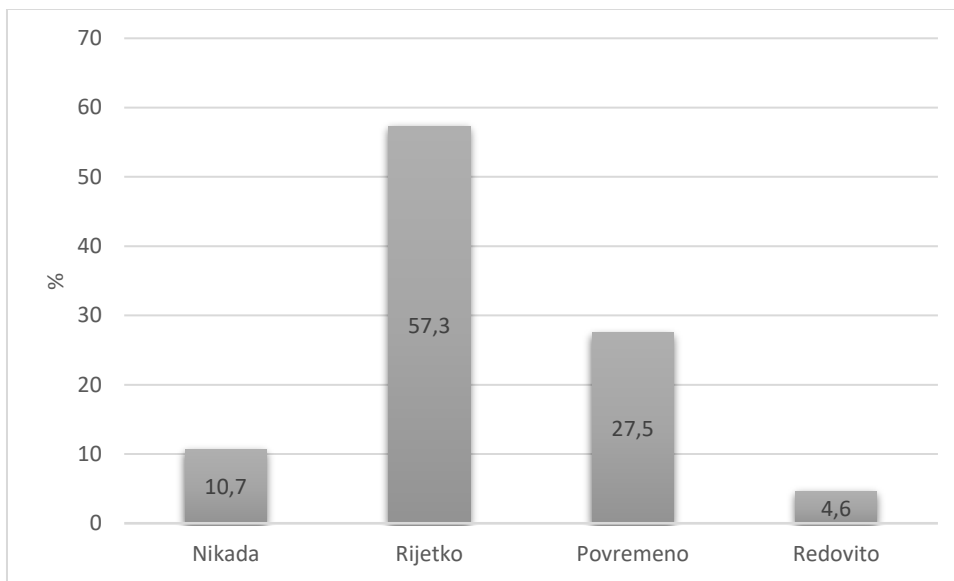
Oni koji provode na društvenim mrežama najviše sati (više od 4h dnevno) značajno češće (63,8%) si ponekad uskraćuje san zbog korištenja istih , dok 80,0% ispitanika koji provode na društvenim mrežama manje od jednog sata dnevno si nikad ne uskraćuje san.

S obzirom na vrijeme nema drugih razlika, pa se hipoteza H1 djelomično prihvaća.

Hipoteza 2: Studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama.

Kako je prethodna hipoteza pokazala, studenti troše puno vremena na društvenim mrežama, ali većina njih (57,3%) rijetko objavljuje na njima, tek 27,5% povremeno, a 4,6% redovito, pa se može zaključiti kako su oni uglavnom korisnici sadržaja, a rjeđe kreatori.

Slika 3. 9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?



Većini ispitanika (59,5%) lajkovi i komentari nisu važni, a svega 3,8% su od važnosti. Iako ovisnost o društvenim mrežama osjeća 62,6% ispitanika, negativni aspekt društvenih mreža poput cyberbullyinga ili neprijatnosti iskusio je tek svaki peti ispitanik (22,1%).

Tablica 5. Pitanja o društvenim mrežama i iskustvu na društvenim mrežama

Pitanje	N	%
8. Osjećate li se ponekad ovisnima o društvenim mrežama?		
Nisam siguran/a	17	13
Ne	32	24,4
Da	82	62,6
10. Koliko vam je važan broj „lajkova“ i komentara na vašim objavama?		
Nije važno	78	59,5

Manje važno	48	36,6
Važno	5	3,8
11. Koliko slavne osobe na društvenim mrežama utječu na vaše stavove i ponašanje?		
Nimalo	79	60,3
Nisam siguran/a	11	8,4
Umjereno	41	31,3
12. Kako doživljavate usporedbu vlastitog života s životima drugih koje pratite na društvenim mrežama?		
Negativan utjecaj	18	13,7
Nema utjecaja	93	71
Pozitivan utjecaj	20	15,3
13. Jeste li ikada iskusili negativne aspekte društvenih mreža poput cyberbullyinga ili neprijatnosti?		
Nisam siguran/a	13	9,9
Ne	89	67,9
Da	29	22,1

Slavne osobe većini ispitanika ne utječu na stavove i ponašanje (60,3%) pa stoga 71,0% ispitanika ne vidi nikakav utjecaj usporedbe vlastitog života s životima drugih koje pratite na društvenim mrežama, dok podjednak broj ispitanika misli da je taj utjecaj negativan (13,7%) i pozitivan (15,3%).

Tablica 6. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i ovisnosti o društvenim mrežama

			8. Osjećate li se ponekad ovisnima o društvenim mrežama?		
			Nisam siguran/a	Ne	Da
9. Koliko često objavljujete	Nikada	N	1	4	9
		%	7,1%	28,6%	64,3%
	Rijetko	N	14	23	38

vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?	Povremeno	%	18,7%	30,7%	50,7%
		N	2	5	29
	Redovito	%	5,6%	13,9%	80,6%
		N	0	0	6
		%	0,0%	0,0%	100,0%
		N	0	0	6

$$\chi^2(6) = 13,848, p = 0,031, \text{Kramerov } V = 0,230$$

Statistički značajno ( $\chi^2(6) = 13,848, p = 0,031$ ) studenti koji češće objavljuju na društvenim mrežama osjećaju i veću razinu ovisnosti. Ta se razina povećava s učestalošću objavljivanja. Među onima koji rijetko objavljuju ovisnost osjeća 50,7% ispitanika. Među onima koji povremeno objavljuju 80,6%, dok je kod onih koji redovito objavljuju ta ovisnost 100%-tna. Zanimljivo je da je ovisnost prisutna i među onima koji nikada ne objavljuju na društvenim mrežama, čak 64,3% se smatra ovisnim o tuđem sadržaju.

Tablica 7. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i važnosti „lajkova“

			10. Koliko vam je važan broj „lajkova“ i komentara na vašim objavama?		
			Nije važno	Manje važno	Važno
9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?	Nikada	N	12	2	0
		%	85,7%	14,3%	0,0%
	Rijetko	N	51	22	2
		%	68,0%	29,3%	2,7%
	Povremeno	N	12	22	2
		%	33,3%	61,1%	5,6%
Redovito	N	3	2	1	
	%	50,0%	33,3%	16,7%	

$$\chi^2(6) = 19,335, p = 0,004, \text{Kramerov } V = 0,272$$

Broj lajkova je statistički značajan ( $\chi^2(6) = 19,335, p = 0,004$ ) s obzirom na učestalost objavljivanja. Najznačajniji je onima koji redovito objavljuju, 16,7% ih drži važnima, jednoj trećini je manje važan, ali polovici ispitanika koja redovito objavljuje nije važan. Među

onima koji povremeno objavljuju najviše je onih (61,1%) kojima je broj lajkova umjereno važan, dok u skupini ispitanika koja rijetko i nikada ne objavljuje je udio onih kojima je broj lajkova nevažan 68,0% odnosno 85,7%.

Tablica 8. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i utjecaju slavnih osoba na stavove i ponašanje

			11. Koliko slavne osobe na društvenim mrežama utječu na vaše stavove i ponašanje?		
			Nimalo	Nisam siguran/a	Umjereno
9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?	Nikada	N	6	2	6
		%	42,9%	14,3%	42,9%
	Rijetko	N	54	6	15
		%	72,0%	8,0%	20,0%
	Povremeno	N	17	3	16
		%	47,2%	8,3%	44,4%
	Redovito	N	2	0	4
		%	33,3%	0,00%	66,7%

$$\chi^2(6) = 13,292 \quad p = 0,039, \quad \text{Kramerov } V = 0,225$$

Najveći utjecaj ( $\chi^2(6) = 13,292 \quad p = 0,039$ ) slavnih osoba na društvenim mrežama na stavove i ponašanje s obzirom na učestalost objavljivanja vlastitog sadržaja je kod onih koji redovito objavljuju. Dvostruko više njih (66,7%) osjeća umjereni utjecaj nego da nikakav. Nikakva utjecaj u najvećoj mjeri ne osjećaju oni koji rijetko objavljuju (72,0%). Zanimljivo je da oni koji nikada ne objavljuju u 42,9% slučajeva misle da slavne osobe na društvenim mrežama utječu na njih, ali isti postotak misli i da nimalo ne utječe. Oni koji povremeno objavljuju također su razapeti između dva dijametralno suprotna mišljenja-44,4% ih misli da postoji umjereni utjecaj, a 47,2% da ga uopće nema.

Tablica 9. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i usporedbe vlastitog života sa životima na društvenim mrežama

			12. Kako doživljavate usporedbu vlastitog života s životima drugih koje pratite na društvenim mrežama?		
			Negativan utjecaj	Nema utjecaja	Pozitivan utjecaj
9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?	Nikada	N	6	5	3
		%	42,9%	35,7%	21,4%
	Rijetko	N	6	62	7
		%	8,0%	82,7%	9,3%
	Povremeno	N	5	24	7
		%	13,9%	66,7%	19,4%
	Redovito	N	1	2	3
		%	16,7%	33,3%	50,0%

$$\chi^2(6) = 22,893, p = 0,001, \text{Kramerov } V = 0,296$$

Ispitanici koji redovito objavljuju na društvenim mrežama imaju statistički značajniji pozitivan utjecaj ( $\chi^2(6) = 22,893, p = 0,001$ ) doživljaja vlastitog života sa onima koje prate na društvenim mrežama u usporedbi sa ispitanicima koji nikada ne objavljuju vlastite sadržaje. Naime, dok polovica ispitanika koji redovito objavljuje smatra taj utjecaj pozitivnim, tek nešto manji postotak, 42,9% ispitanika koji nikada nije kreator vlastitog sadržaja smatra da je taj utjecaj negativan. Ispitanici koji rijetko ili povremeno objavljuju vlastiti sadržaj na društvenim mrežama najčešće smatraju da životi drugih na društvenim mrežama nemaju nikakav utjecaj na njihov život, pa je takvog stava 82,7% ispitanika koji rijetko objavljuju i 66,7% ispitanika koji povremeno objavljuju.

Tablica 10. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i negativnih aspekata društvenih mreža

			13. Jeste li ikada iskusili negativne aspekte društvenih mreža poput cyberbullyinga ili neprijatnosti?		
			Nisam siguran/a	Ne	Da
9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?	Nikada	N	2	10	2
		%	14,3%	71,4%	14,3%
	Rijetko	N	9	56	10
		%	12,0%	74,7%	13,3%
	Povremeno	N	2	20	14
		%	5,6%	55,6%	38,9%
	Redovito	N	0	3	3
		%	0,0%	50,0%	50,0%

$$\chi^2(6) = 13,187, p = 0,040 \text{ Kramerov } V = 0,224$$

Osim pozitivnih percepcija, učestalo objavljivanje donosi i rizik od cyberbullyinga ili neprijatnosti. Ispitanici koji redovito objavljuju na društvenim mrežama statistički značajno češće ( $\chi^2(6) = 13,187, p = 0,040$ ) doživljaju negativne aspekte na društvenim mrežama. Za razliku od ostalih skupina ispitanika, oni znaju to prepoznati, niti jedan ispitanik nije neodlučan u prepoznavanju nasilja na društvenim mrežama, a jednak je broj onih koji su ga doživjeli i onih koji nisu (50,0%). Oni koji rijetko objavljuju na društvenim mrežama nikad nisu iskusili neki oblik cyberbullyinga u 74,7% slučajeva, dok je taj postotak kod onih koji povremeno objavljuju znatno manji i iznosi 55,6%. Oni koji nikada ne objavljuju vlastiti sadržaj imali su isti postotak onih koji su doživjeli negativni aspekt društvenih mreža i koji nisu sigurni u to (14,3%), i u toj je skupini postotak neodlučnih je najveći. Budući da ne nemaju svojih objava, negativno iskustvo se vjerojatno odnosilo na rekreiranje tuđih objava, ili uključenost u neželjene objave i grupe.

Unatoč tome što studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju svoje sadržaje imaju podjednak omjer dobrog i lošeg iskustva, percepcija doživljaja vlastitog života je znatno



pozitivnija. Manje se opterećuju lajkovima, ali su podložniji utjecajima slavnih osoba, pa to donekle korespondira sa stupnjem njihovog zadovoljstva. Stoga se hipoteza 2 kako studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama prihvaća.

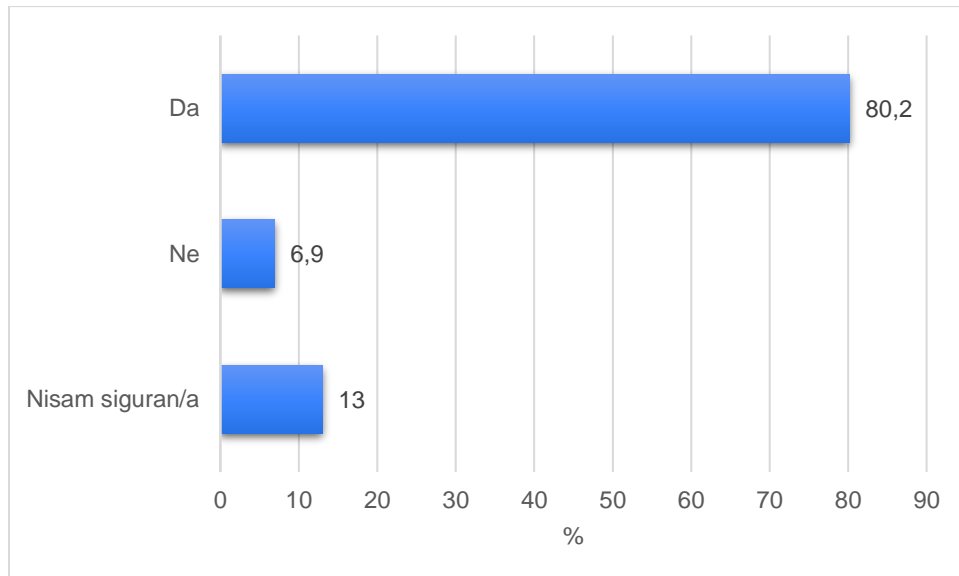
Hipoteza 3: Studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno će spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija.

Tablica 11. Pitanja o edukaciji

Pitanje	N	%
16. Koristite li društvene mreže za informiranje o zdravlju?		
Ne	15	11,5
Ponekad	47	35,9
Da	69	52,7
17. Koliko vam je pouzdano zdravstveno informiranje koje primete putem društvenih mreža?		
Nepouzdana	89	67,9
Pouzdana	42	32,1

Sintagmom medijskog odgoja u prvom je redu označen način borbe protiv negativnih utjecaja medija koji postaju snažniji svakoga dana. On bi se trebao provoditi već u roditeljskom domu gdje bi roditelji selektirali sadržaje koje njihova djeca svakodnevno gledaju, no za to svakako trebaju biti osposobljeni i stručnjaci koje nazivamo medijskim pedagozima koji bi djeci ukazivali na dobre i loše strane medija (Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. Mediji i mladi, Zagreb: Sveučilišna knjižara, 2009). Svaki četvrti ispitanik od njih pet (80,2%) smatra da bi obrazovanje o sigurnom korištenju društvenih mreža trebalo biti uključeno u školski kurikulum. Sa tim se ne slaže svega 6,9% ispitanika

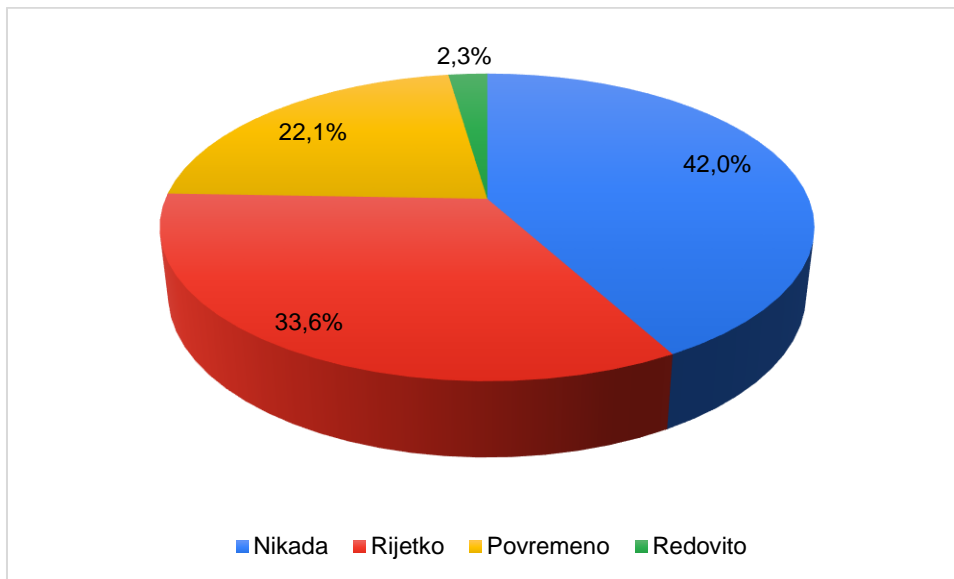
Slika 4. 15. Smatrate li da bi obrazovanje o sigurnom korištenju društvenih mreža trebalo biti uključeno u školski kurikulum?



Javnozdravstvene kampanje su jedan od korisnijih alata koje bi u tom kontekstu trebalo involvirat u školski sustav. Procjenjivanje i mjerenje učinka javnozdravstvenih kampanja koje se provode putem društvenih mreža je sa razvojem sofisticiranih analitičkih alata i podataka sve učestaliji način njihovog približavanja širim masama. Hrvatski zavod za javno zdravstvo je, primjerice, u organizaciji Službe za epidemiologiju i prevenciju kroničnih nezaraznih bolesti, u rujnu 2021. godine proveo kampanju povodom Svjetskog dana srca. Cilj kampanje bio je osvijestiti javnost o važnosti brige za zdravlje srca te osvijestiti ulogu prestanka pušenja, tjelesne aktivnosti, pravilne prehrane i kontroliranja krvnog tlaka za zdravlje srca.

Iako su takve kampanje korisne, još nisu dovoljno prepoznatljive, te u njima nikada nije sudjelovalo 42,0% ispitanika. Jedna trećina ispitanika (33,6%) rijetko je sudjelovala u njima, povremeno je sudjelovalo 22,1% a redovito svega 2,3% ispitanika. (slika 1)

Slika 5. 14. Koliko često aktivno sudjelujete u inicijativama ili kampanjama putem društvenih mreža?



Pri tome treba razlučiti informacije dobivene putem javnozdravstvenih kampanja i grupa ili osoba na društvenim mrežama.

Više od polovica ispitanika (52,7%) koristi društvene mreže za informiranje o zdravlju, ponekad se u tu svrhu služi 35,9% ispitanika, a nikada 11,5%. Razlika između onih ispitanika koji informacije o zdravlju dobivaju putem inicijativa ili kampanja na društvenim mrežama i onim koji općenito koriste društvene mreže za informiranje o zdravlju nije statistički značajna ( $\chi^2(6) = 5,819, p = 0,444$ ). Kako razlika između kontroliranih zdravstvenih savjeta i općenito društvenih mreža ne postoji, nije iznenađujuće da dvostruko više ispitanika misli da su te informacije nepouzidane (67,9%).

Tablica 12. Povezanost korištenja društvenih mreža za informiranost o zdravlju i pouzdanosti tih informacija

			17. Koliko vam je pouzdano zdravstveno informiranje koje primete putem društvenih mreža?	
			Nepouzdana	Pouzdana
Ne	N	13	2	

16. Koristite li društvene mreže za informiranje o zdravlju?		%	86,7%	13,3%
	Ponekad	N	38	9
		%	80,9%	19,1%
	Da	N	38	31
%		55,1%	44,9%	

$$\chi^2(2) = 11,257, p = 0,004, \text{Kramerov } V = 0,293$$

Postoji statistički značajna razlika ( $\chi^2(2) = 11,257, p = 0,004$ ) u percepciji ispitanika o pouzdanosti zdravstvenog informiranja putem društvenih mreža. Oni ispitanici koji ne koriste društvene mreže u znatno većoj mjeri misle da su te informacije nepouzdanе (86,7%) od onih ispitanika koji koriste društvene mreže. Ispitanici koji koriste društvene mreže za informiranje o zdravlju imaju podijeljeno mišljenje o pouzdanosti takvih informacija, te ih tek nešto više od polovice (55,1%, smatra nepouzdanima). U odnosu na njih, i ispitanici koji te informacije traže ponekad, u znatno većoj mjeri (80,9%) ih smatraju nepouzdanima.

Stoga se hipoteza H3 da će studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija prihvaća.

## 6. RASPRAVA

U istraživanju je sudjelovalo 131 ispitanik, najviše žena (87,8%). Najviše ispitanika do 24 godine (71,8%). Skoro dvostruko više je redovnih studenata (63,4%) i najviše studenata je s prve godine stručnog studija Sestrinstva (38,2%).

Društvena mreža na kojoj studenti najviše provedu vremena je Instagram (52,7%), a najmanje na Snapchatu (0,8%). Malo više od polovice ispitanika smatra da društvene mreže imaju utjecaj na mentalno zdravlje (56,5%), a malo manje od polovice ispitanika smatra da društvene mreže nemaju utjecaj na njihove međuljudske odnose (45,0%). Većina ispitanika (64,1%) smatra da društvene mreže nemaju utjecaja na samopouzdanje, a samo 3,7% ispitanika smatra da je taj utjecaj negativan. San si ponekad uskraćuje 51,1% ispitanika, 16,8% ispitanika često te promjene u snu primjećuje 30,5% ispitanika. 37,4% ispitanika provede 3-4 sata na društvenim mrežama, a čak 26,7% provede više od 4 sata. Studenti provode puno vremena na društvenim mrežama, ali većina njih (57,3%) rijetku objavljuje neki sadržaj, a samo 4,6% redovito objavljuje. Ovisnost osjeća 62,6% ispitanika, a cyberbullying ili neprijatnost je iskusilo samo 22,1% ispitanika. Velika većina (60,3%) nema utjecaj slavnih osoba na stavove i mišljenja te ne vide nikakav utjecaj usporedbe vlastitog života sa ostalima (71,0%).

Velik broj ispitanika (80,2%) smatra da obrazovanje o sigurnom korištenju društvenih mreža trebalo uključiti u školski kurikulum. Skoro polovica ispitanika (42,0%) nikada nije sudjelovalo u kampanjama, a samo 2,3% redovito sudjeluje. Polovica ispitanika (52,7%) se koristi društvenim mrežama kako bi se informirali o zdravlju, a 11,5% nikada.

U današnje digitalno doba, tehnologija i društvene mreže su zaokupirale ljude. Velika većina ljudi ima mobitel i neku društvenu mrežu, te ti isti ne mogu bez toga. To je jedan veliki problem u današnjici, pogotovo kod mladih. Više nema tolike socijalne interakcije. Studenti sestrinstva provode previše vremena na društvenim mrežama i ostavlja utjecaj na njih.

## 7. ZAKLJUČAK

Zaključak koji je proizašao iz istraživanja Društvene mreže i studenti sestrinstva je sljedeći:

HIPOTEZA 1: Studenti sestrinstva koji provode više vremena na društvenim mrežama imaju veću vjerojatnost iskazivanja negativnog utjecaja po njihovo ponašanje.

Hipoteza 1 da studenti sestrinstva koji provode više vremena na društvenim mrežama imaju veću vjerojatnost iskazivanja negativnog utjecaja po njihovo ponašanje se djelomično prihvaća.

HIPOTEZA 2: Studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama.

Hipoteza 2 da studenti sestrinstva koji učestalije objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama skloniji su većem zadovoljstvu u odnosu na studente koji ne objavljuju vlastite sadržaje na društvenim mrežama se prihvaća.

HIPOTEZA 3: Studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno će spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija.

Hipoteza 3 da studenti sestrinstva koji koriste društvene mreže kao izvor zdravstvenih informacija vjerojatno će spoznati promjene u mišljenju pouzdanosti takvih informacija se prihvaća.

Društvene mreže imaju značajan utjecaj na studente sestrinstva, pruža im priliku da se povežu sa svojim vršnjacima, pristupe resursima za učenje i podrže njihov akademski i profesionalni razvoj. Međutim, važno je da studenti budu svjesni mogućih rizika i posljedica društvenih medija, uključujući gubitak privatnosti, ovisnost i negativne učinke na mentalno zdravlje. Stoga je važno podići svijest među studentima sestrinstva o sigurnom korištenju društvenih mreža, educirati ih o potencijalnim rizicima i osigurati alate i resurse za njihovo rješavanje. Integriranjem informacijske pismenosti u obrazovni program studenti mogu razviti vještine potrebne za odgovorno i učinkovito korištenje društvenih mreža u svojim profesionalnim aktivnostima.

## 8. LITERATURA

1. Jenny L. Davis, Social Media, Sjedinjene Američke Države, 2016. [Internet], Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/314581845\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/314581845_Social_Media)
2. Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Carter, N. T. Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. 2018. [Internet], Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211335518301827?via%3Dihub>
3. Primack, B., Shensa, A., Sidani, J., Whaite, E., Lin, L., Colditz, J., Radovic A. & Colditz, J. B. Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. 2017. [Internet], Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5722463/>
4. Harris, C. (2019). Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World.
5. Easley D., Kleinberg J. (2010). Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World; Dostupno na: <https://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/networks-book/networks-book.pdf>
6. Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Dostupno na: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>
7. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites (2007). [Internet] Dostupno na: <https://academic.oup.com/jcmc/article/12/4/1143/4582961>
8. Carr, N. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains. W. W. Norton & Company (2010). [Internet] Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/262245164\\_The\\_Shallows\\_What\\_the\\_Internet\\_Is\\_Doing\\_to\\_Our\\_Brains\\_by\\_Nicholas\\_Carr\\_New\\_York\\_NY\\_W\\_W\\_Norton\\_2010\\_276\\_pp\\_2695\\_ISBN\\_0393072223\\_hardcover](https://www.researchgate.net/publication/262245164_The_Shallows_What_the_Internet_Is_Doing_to_Our_Brains_by_Nicholas_Carr_New_York_NY_W_W_Norton_2010_276_pp_2695_ISBN_0393072223_hardcover)
9. Kirkpatrick D. (2011.) The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World [Internet] Dostupno na: [https://books.google.hr/books?id=PXTvbM-VCPEC&pg=PP10&hl=hr&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hr/books?id=PXTvbM-VCPEC&pg=PP10&hl=hr&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false)
10. Adekunle B., Kajumba C. Social Media and Economic Development: The Role of Instagram in Developing Countries (2021.) [Internet] Dostupno na:

- <https://www.researchgate.net/publication/352793954> Social Media and Economic Development The Role of Instagram in Developing Countries
11. Elgersma C. Everything you need to know about Snapchat (2018.) [Internet] Dostupno na: <https://phys.org/news/2018-06-snapchat.html>
  12. Stokel-Walker C. 2021. TikTok Boom; China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media; Dostupno na: <https://www.perlego.com/book/3040258/tiktok-boom-chinas-dynamite-app-and-the-superpower-race-for-social-media-pdf>
  13. William L. Hosch; Youtube [Internet] Dostupno na: <https://www.britannica.com/topic/YouTube>
  14. Kamboj T. WhatsApp Research Paper 2013. [Internet] Dostupno na: [https://www.academia.edu/28203254/WhatsApp\\_Research\\_Paper\\_pdf](https://www.academia.edu/28203254/WhatsApp_Research_Paper_pdf)
  15. Patchin J. W, Hinduja S., Cyberbullying Prevention and Response, Expert Perspectives 2015. [Internet] Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/345269061> Patchin J W Hinduja S Cyberbullying Prevention and Response Expert Perspectives New York Routledge 2015 204 pages
  16. Kowalski R., Giumetti G., Schroeder A., Lattanner M. ;Bullying in the Digital Age: A Critical Review and Meta-Analysis of Cyberbullying Research Among Youth 2014. [Internet] Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/260151324> Bullying in the Digital Age A Critical Review and Meta-Analysis of Cyberbullying Research Among Youth
  17. Izdebski P., Zbikowska K. Sexting- a New Danger and Threat among Adolescents 2014. [Internet] Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/303401736> Sexting - a New Danger and Threat among Adolescents
  18. M. Douglas D. Doxing: a conceptual analysis 2016. [Internet] Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/304572737> Doxing a conceptual analysis
  19. Robinson L., Smith M. Social media and Mental Health 2024. [Internet] Dostupno na: <file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Social%20Media%20and%20Mental%20Health.pdf>



## 9. PRIVITCI

### PRIVITAK A: Popis ilustracija

#### Slike

Slika 1. Na kojem od navedenih društvenih medija provodite najviše vremena?.....	21
Slika 2. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama? .....	23
Slika 3. 9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama? .....	25
Slika 4. 15. Smatrate li da bi obrazovanje o sigurnom korištenju društvenih mreža trebalo biti uključeno u školski kurikulum? .....	32
Slika 5. 14. Koliko često aktivno sudjelujete u inicijativama ili kampanjama putem društvenih mreža? .....	33

#### Tablice

Tablica 1. Sociodemografske karakteristike uzorka, N=131 .....	20
Tablica 2. Pitanja o međuljudskim odnosima, mentalno zdravlje i društvene mreže, N=131 .	21
Tablica 4. Povezanost provedenog vremena na društvenim mrežama i medija društvene mreže .....	23
Tablica 5. Povezanost provedenog vremena na društvenim mrežama i deprivacijom sna .....	24
Tablica 6. Pitanja o društvenim mrežama i iskustvu na društvenim mrežama .....	25
Tablica 7. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i ovisnosti o društvenim mrežama .....	26
Tablica 8. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i važnosti „lajkova“	27
Tablica 9. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i utjecaju slavnih osoba na stavove i ponašanje.....	28
Tablica 10. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i usporedbe vlastitog života sa životima na društvenim mrežama .....	29
Tablica 11. Povezanost učestalosti objavljivanja na društvenim mrežama i negativnih aspekata društvenih mreža .....	30
Tablica 12. Pitanja o edukaciji .....	31
Tablica 13. Povezanost korištenja društvenih mreža za informiranost o zdravlju i pouzdanosti tih informacija .....	33

## **PRIVITAK B: Upitnik**

### UPITNIK O DRUŠTVENIM MREŽAMA I STUDENTIMA SESTRINSTVA

Poštovani,

Pozivam Vas da sudjelujete u istraživanju ispunjavanjem upitnika u kojem se ispituju mišljenja i stavovi studenata o društvenim mrežama kod redovnih i izvanrednih studenata prve, druge i treće godine studija Sestrinstva.

Upitnik je u potpunosti anoniman te će se dobiveni podaci koristiti isključivo u akademske svrhe, za izradu završnog rada studenta Anđelina Hršaka.

#### I.OPĆI PODACI

1. Dob:

- a. 18-24 godina
- b. 25-30 godina
- c. 31-50 godina
- d. 51 i više godina

2. Spol:

- a. Muški
- b. Ženski

3. Srednjoškolsko obrazovanje:

- a. završena medicinska škola
- b. završena gimnazija
- c. završena neka druga srednja strukovna škola

4. Status studenta

- a. Redovni
- b. Izvanredni

5. Godina studija

- a. Prva godina sveučilišnog studija Sestrinstva
- b. Druga godina sveučilišnog studija Sestrinstva
- c. Treća godina sveučilišnog studija Sestrinstva

II.U ovom dijelu upitnika odgovarate na način da označite jedan od ponuđenih odgovora koji se najviše odnosi na Vas.

II.1.) Pitanja o društveni mrežama i vremenu

6. Na kojem od navedenih društvenih medija provodite najviše vremena?

- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- Tiktok

7. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?

- Manje od sat vremena
- 1-2 sata
- 3-4 sata
- Više od 4 sata

II.2.) Društvene mreže

8. Osjećate li se ponekad ovisnima o društvenim mrežama?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

9. Koliko često objavljujete vlastite sadržaje (slike, tekstove) na društvenim mrežama?

- Redovito
- Povremeno
- Rijetko
- Nikada

10. Koliko vam je važan broj „lajkova“ i komentara na vašim objavama?

- Vrlo važno
- Važno
- Manje važno
- Nije važno

11. Koliko slavne osobe na društvenim mrežama utječu na vaše stavove i ponašanje?

- Značajno
- Umjereno
- Nimalo
- Nisam siguran/a

### II.3.) Iskustvo i društvene mreže

12. Kako doživljavate usporedbu vlastitog života s životima drugih koje pratite na društvenim mrežama?

- Pozitivno
- Negativno
- Bez utjecaja

13. Jeste li ikada iskusili negativne aspekte društvenih mreža poput cyberbullyinga ili neprijatnosti?

- Da

- Ne
- Nisam siguran/a

#### II.4.) Edukacija i društvene aktivnosti kroz društvene mreže

14. Koliko često aktivno sudjelujete u inicijativama ili kampanjama putem društvenih mreža?

- Redovito
- Povremeno
- Rijetko
- Nikada

15. Smatrate li da bi obrazovanje o sigurnom korištenju društvenih mreža trebalo biti uključeno u školski kurikulum?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

16. Koristite li društvene mreže za informiranje o zdravlju?

- Da
- Ne
- Ponekad

17. Koliko vam je pouzdano zdravstveno informiranje koje primete putem društvenih mreža?

- Pouzdano
- Nepouzdan

#### II.5.) Međuljudski odnosi, mentalno zdravlje i društvene mreže

18. Smatrate li da društvene mreže imaju utjecaj na vaše mentalno zdravlje?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

19. Kako društvene mreže utječu na vaše međuljudske odnose?

- Poboljšavaju
- Nema utjecaja
- Negativno utječu
- Nisam siguran/a

20. Kako društvene mreže utječu na vaše samopouzdanje?

- Pozitivno
- Negativno
- Nema utjecaja

21. Koliko često se uskraćujete sna zbog korištenja društvenih mreža?

- Često
- Ponekad
- Nikad

22. Jeste li primijetili promjene u svom snu povezane s korištenjem društvenih mreža?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

**Hvala Vam na sudjelovanju u istraživanju!**

## **10. ŽIVOTOPIS**

Zovem se Anđelino Hršak, rođen sam 24.12.2002. godine u Zaboku, a živim u mjestu Đurmanec. Osnovnu školu sam završio u Đurmancu 2017. godine, te sam upisati srednju školu u Pregradi za fizioterapeuskog tehničara. Nakon završetka srednje škole 2021. godine odlučio upisati redovan prijediplomski stručni studij sestrinstva na Fakultetu zdravstvenih studija u Rijeci. Kroz svoj život trenirao sam nogomet, stolni tenis, košarku, 2 godine sam plesao profesionalno i 2 godine u kulturno umjetničkom društvu te volontiram na školskim natjecanjima kao fizioterapeut