

# OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA

---

Nižić, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:184:847882>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-25**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZDRAVTSVENIH STUDIJA U RIJECI  
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ SESTRINSTVA

Ivan Nižić

**OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Završni rad

Rijeka, 25.09.2020.

UNIVERSITY OF RIJEKA  
FACULTY OF HEALTH STUDIES  
UNDERGRADUATE STUDY OF NURSING

Ivan Nižić

**SOCIAL MEDIA ADDICTION**

Final work

Rijeka, 25.09.2020.

Mentor rada:

Završni rad obranjen je dana 25.9.2020. u Rijeci pred povjerenstvom u sastavu:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Rad ima 47 stranica, 25 slika.

## Izvješće o provedenoj provjeri izvornosti studentskog rada

### Opći podatci o studentu:

Sastavnica	
Studij	Dodiplomski studij sestrinstva
Vrsta studentskog rada	Završni rad
Ime i prezime studenta	Ivan Nižić
JMBAG	

### Podatci o radu studenta:

Naslov rada	<b>OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA</b>
Ime i prezime mentora	Saša Uljančić
Datum zadavanja rada	10.02.2020.
Datum predaje rada	15.9.2020.
Identifikacijski br. podneska	1389279458
Datum provjere rada	17.9.2020.
Ime datoteke	OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA
Veličina datoteke	609,25K
Broj znakova	48391
Broj riječi	7482
Broj stranica	50

### Podudarnost studentskog rada:

PODUDARNOST	
Ukupno	14%
Izvori s interneta	
Publikacije	
Studentski radovi	

### Izjava mentora o izvornosti studentskog rada

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

Datum

Rijeka, 17.9.2020.

Potpis mentora

## SADRŽAJ

	<b>Str.</b>
1. UVOD.....	4
2. NOVI MEDIJI I DRUŠTVENE MREŽE.....	7
3. POVIJEST DRUŠTVENE MREŽE.....	7
3.1. Facebook.....	9
3.2. Instagram.....	10
3.3. Twitter.....	10
3.4. Youtube.....	11
4. OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA.....	12
4.1. Analiza razlike skupina ovisnosti.....	14
5. CILJ ISTRAŽIVANJA.....	15
5.1. Hipoteza.....	15
6. ISPITANICI I METODE.....	15
7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I INTERPRETACIJA.....	16
8. RASPRAVA.....	32
9. ZAKLJUČAK.....	35
10. SAŽETAK.....	36
11. SUMMARY.....	37
12. LITERATURA.....	38
13. PRILOZI.....	40
14. ŽIVOTOPIS.....	42
15. ANKETNI UPITNIK.....	43

## 1. UVOD

Društvene mreže u Hrvatskoj pojavile su se početkom devedesetih godina dvadesetog stoljeća te je prema podacima iz 2020. godine trenutačno 3,787,838 korisnika tog medija u Hrvatskoj. (Internet World Stats, 2020)

Tehnologija je počela oblikovati ljudsko ponašanje, razvoj i društvene norme. Psihološki fenomeni koji su ujedno povezani s tehnologijom i ljudskim ponašanjem u virtualnoj stvarnosti koja se odvija na internetu ima zasebno mjesto u psihologiji koja se naziva cyberpsihologija.

Danas je korištenje interneta i društvenih mreža dostupno svima. Dovoljan je jedan „klik“ za „bijeg“ od realiteta.

Gotovo je nemoguće zamisliti dan bez interneta. Internet se smatra najkorištenijim medijem na svijetu, no bitno se razlikuje od ostalih vrsta medija. Široka pristupačnost interneta i društvenih mreža jedne su od glavnih čimbenika koji privlače njihove korisnike. Internet daje mogućnost da se bez ikakvih ograničenja komunicira s ljudima širom svijeta, a mladi i odrasli postaju važan cilj komercijalnog interesa.

Svakim danom dolazi do ogromnog porasta korištenja društvenih mreža u cijelom svijetu. Predviđanja su da će se ovaj rast nastaviti te da će društvene mreže nastaviti biti jedan od najvažnijih dijelova svakodnevice, s čime posjedično raste i ovisnost o društvenim mrežama.

Društvene mreže su na neki način olakšale život. Primjerice, omogućuju jednostavan pristup zabavi i informacijama. Međutim, ukoliko se koriste u prekomjernim količinama, svakako mogu uzrokovati anksioznu opsesiju, depresiju kao i izolaciju, što su simptomi ovisnosti.

“Ovisnost” se koristi za opisivanje fizičke ovisnosti o tvarima a primjenjiva je i kod pretjerane upotrebe društvenih mreža. (Udruga Hera, 2015)

Prevelika upotreba računala koja je u suprotnosti sa svakodnevnim aktivnostima ostaviti će posljedice, kao primjerice u situaciji kad osoba izlaske za sunčanih dana zamjeni za sjedenje pred ekranima, što uvelike šteti „normalnom“ funkcioniranju.

Različita istraživanja pokazala su da su adolescenti najkritičnija skupina koja je najviše izložena ovisnosti o društvenim mrežama budući da komuniciraju jedni s drugima na web stranicama društvenih mreža dok ignoriraju kontakt u stvarnom životu. (Nina Carević, 2014)

Prvi alat za testiranje ovisnosti o internetu bio je Internet Test (IAT) koji je Young objavio 1998. godine. IAT je ljestvica sa 20 čestica koja ocjenjuje razinu preokupacije, kompulzivnosti, poremećaja u ponašanju, emocionalnih problema i utjecaja na općenito funkcioniranje povezano s ovisnošću o internetu. (Kimberly S. Young, 1998)

Razvijen je za mjerenje prisutnosti i ozbiljnosti ovisnosti o internetu i tehnologiji među odraslima. Internet ovisnost se promatra kao novi klinički poremećaj koji zahtjeva procjenu i tretman. Iako je relativno nov, IAT je prvi validirani test koji se koristio u okruženjima za mentalno zdravlje i škole. IAT se može primijeniti na različite načine za procjenu simptoma ovisnost o internetu. Izraz internet koristi se za sve kontakte na kojima pojedinci koriste internetske usluge, uključujući web stranice, društvene mreže, internetske igre i zabavu. (Kimberly S. Young, 1998)

U prvom poglavlju rada pisati će se o fenomenu društvenih mreža i novih medija te će se odgovoriti na pitanje „Što su zapravo društvene mreže i novi mediji“? Poglavlje će započeti s poviješću društvenih mreža, koje su bile među prvim društvenim mrežama, kako se na njih danas gleda te ujedno analizirati koje su današnje društvene mreže najatraktivnije među širom populacijom. Neke od najposjećenijih društvenih mreža kao što su: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ukratko će biti opisane uz pokoji zanimljiv podatak. U drugom poglavlju bit će riječi o pristupanju i utjecaju društvenih mreža, zašto ih ljudi koriste i što to ostavljaju iza sebe za buduće naraštaje. U trećem poglavlju slijedi metodologija istraživanja, ciljevi i istraživačka pitanja te interpretacija rezultata kao i njihova analiza. Rezultati će biti prikazani grafikonima uz pojedinačni komentar i analizu kako bi došli do potvrđivanja ili oporvaganja postavljene hipoteze. Pri samom kraju slijedi zaključak, popis literatura i izvora.

Za provođenje istraživanja korištena je *online* anonimna anketa. Anketa je napravljena u sustavu Google docs i objavljena u više Facebook grupa kako bi se dobio što veći reprezentativni uzorak. Ispitanici su raznih dobnih skupina, a ukupan broj ispitanika je 107. Najveći broj ispitanika je u dobi od 25-35 godina, njih 42 (39.6 %), a 32 ispitanika (30.2%) u dobi od 35-45 godina. U prvom djelu ankete ispitanici odgovaraju na sociodemografska obilježja - starost, mjesto stanovanja (grad ili selo) te razina obrazovanja. Potom slijede zatvorena pitanja s da/ne odgovorima, čime se željelo saznati osnovne informacije o korištenju društvenih mreža.



U nastavku koristimo Likertovu skalu od 1 do 5 (uopće se ne slažem, uglavnom se ne slažem, ne mogu procijeniti, uglavnom se slažem, u potpunosti se slažem) kojom se istražilo pitanja ovisnosti o društvenim mrežama modificirana prema Internet Test-u.(IAT)

## **RAZRADA TEME:**

### **2. NOVI MEDIJI I DRUŠTVENE MREŽE**

Društvene mreže i novi mediji nastaju razvitkom novih tehnologija koje omogućuju nove načine komunikacije. Danas osim radija, tiska i televizije postoje internet i konvergirani mediji. Shvaćanje novih medija se može poistovjetiti s korištenjem računala za distribuciju i izložbe. Prema tome, tekst koji se distribuira putem računala (mrežnih stranica i elektroničkih knjiga) smatra se novim medijem, dok tekst, koji se distribuira na papir, to nikako nije. Isto tako se fotografije koje se nalaze na CD-ROM-u za čije je gledanje potreban kompjuter smatraju novim medijem, dok iste fotografije koje se nalaze tiskane u knjigama to nisu. (Luiz Moutinho, 2014)

Internet sa svojim novim i modernim mogućnostima i karakteristikama „prijeti“ brisanju granica između tradicionalnih medija i novih medija te će „postati glavno sredstvo širenja informacija, zabave, reklama i robe medijskoj publici“ navodi Anthony Giddens u svojoj knjizi Sociologija. (Giddens, 2017)

Sada se već sa sigurnošću zna da mediji formiraju i mijenjaju mišljenja javnosti tako što utječu na stavove, a osim toga i zato što su mediji “sredstvo pristupa znanju o kojem ovise mnoge društvene aktivnosti „ (Giddens, 2017)

### **3. POVIJEST DRUŠTVENIH MREŽA**

Ne tako davne 1997. godine rodila se prva prepoznatljiva web lokacija, odnosno društvena mreža zvana Sixdegrees. Korisnicima je omogućeno učitavanje slika profila i povezivanje s drugima, stvaranje korisničkih profila, stvaranje liste prijatelja te godinu dana kasnije (1998.) i mogućnost pretraživanja lista drugih korisnika. (<https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/2/>, 2005)

Sve ove mogućnosti postojale su i ranije, no društvena mreža Sixdegrees je objedinila sve na jednom mjestu. Korisnici su mogli slati poruke i postavljati stvari na takozvanoj oglasnoj ploči drugima, u vezama prvog, drugog i trećeg stupnja - otuda i sam naziv Sixdegrees.

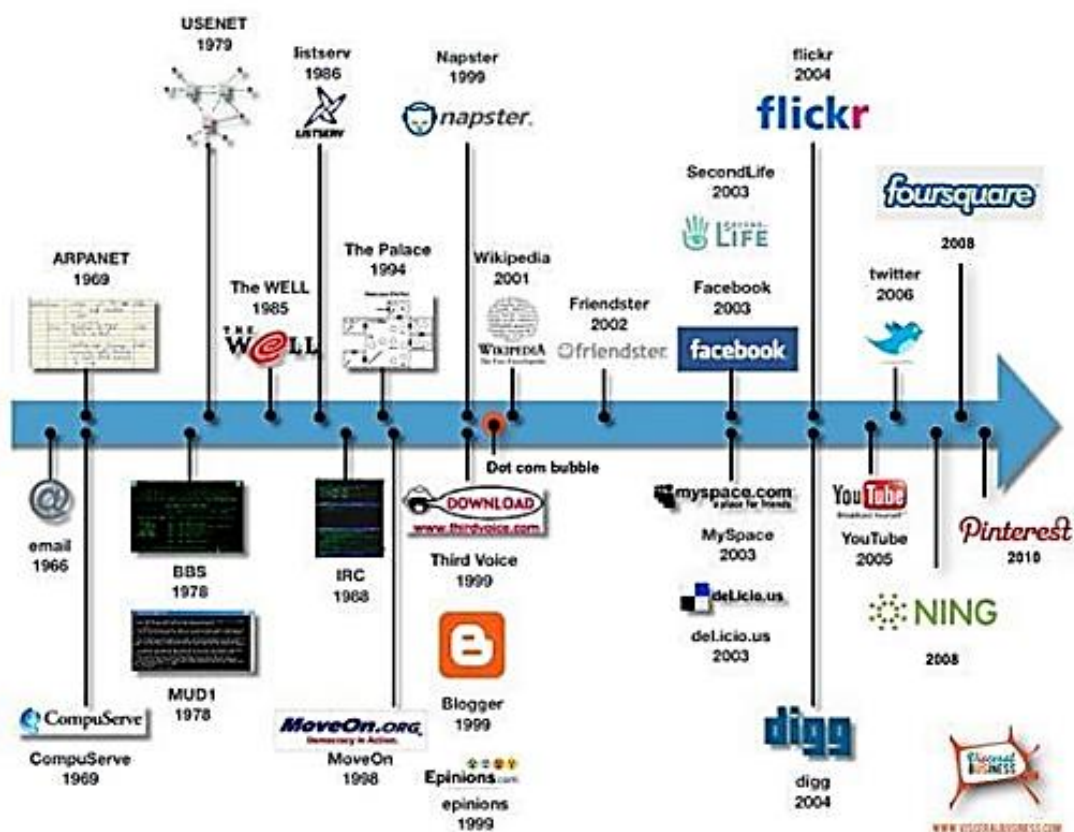
Budući da uslugu nisu nadograđivali novim tehnologijama, korisnici su sve više počeli gubiti interes za ovim načinom komunikacije te je tako Sixdegrees 2000. godine propao zbog

nedovoljnog broja aktivnih korisnika i nedovoljnih prihoda. Na posljetku je kupljen za 125 milijuna dolara. (<https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/2/>, 2005)

Nedugo nakon nastao je i cijeli niz društvenih mreža gdje je isto tako korisnicima bilo omogućeno stvaranje osobnih i profesionalnih profila ili profila za traženje partnera/partnerice. Razvojem tehnologije rasle su nove ideje za društvene mreže, pa je tako krenulo sa izrađivanjem specifičnih društvenih mreža za određene skupine ljudi na temelju zajedničkog interesa, dijeljenja podataka, poslovnih prilika, internet oglašavanja.

Širenjem novih medija širile su se i društvene mreže no neke nikada nisu dostigle puni sjaj. Primjeri neuspješnih društvenih mreža ima mnogo, kao što su: Academia.edu, Buzznet, Badoo, Face.com, Hotlist, Kiwibox, Librarything, Myspace, Mylife, Govloop, Tagged, Netlog, Wasabi, Qpacity.

U nastavku slijedi popis pokretanja najvećih društvenih mreža.



Slika 1: Vremenski okviri pokretanja najvećih društvenih mreža

Izvor: <https://www.pinterest.com/pin/53550683041940726/>

U današnje vrijeme društvene mreže još uvijek služe za komunikaciju i dijeljenje raznih sadržaja te za stvaranje novih i održavanje starih kontakata s prijateljima, poznanicima, kolegama ili rodbinom, ali postaju i presudne za vođenje poslova, oglašavanje i slično.

Marketinški stručnjaci Korenich, Lascu i Manrai tvrde kako budućnost društvenih mreža vide kao spoj između bogatog sadržaja kojeg će objavljivati kompanije i sadržaja kojeg će objavljivati korisnici, stoga će one biti iskrenije, više autentične, opsežnije i namijenjene krajnjim korisnicima. Brendovi će komunicirati s korisnicima, a korisnici s brendovima, a na kraju i korisnici s korisnicima. (Luiz Moutinho, 2014)

### **3.1. Facebook**

Harvardski student Mark Zuckerberg 4. veljače 2004. godine pokrenuo je web stranicu thefacebook.com. Među svojim kolegama studentima u SAD-u, Facebook je tada značio: knjiga sa slikama i podacima o studentima, te prvobitna zamisao odnosila se na olakšano komuniciranje i upoznavanje među studentima. Kasnije se “the” izbacio iz samog imena i nastao je Facebook. Danas je Facebook najpopularnija društvena mreža koja ruši sve granice, postavlja trendove i uvijek je korak ispred svih ostalih, a broj iz dana u dan sve više raste. Dosad je Facebook okupio dvije milijarde korisnika diljem svijeta.

Ubrzo se koncept Facebooka proširio na ostala američka sveučilišta, potom srednje škole, a zatim i na kompanije. (Povijest hr, 2015). Potkraj 2006. godine Facebook je postao dostupan svima. Facebook se temelji na socijalizaciji i povezivanju s prijateljima i drugim korisnicima, dijeljenju fotografija, pisanju statusa, igranju igara, izvorima informacija, a danas sve više i na internet oglašavanju.

Kad je ideja dosegla nacionalnu razinu, Zuckerberg je napustio Harvard i počeo se baviti *Facebookom* kao pravim poslom. Napravio je verziju namijenjenu američkim srednjim školama, a kasnije je proširio koncept i na zaposlenike nekih kompanija. Konačno, u rujnu 2006. godine Facebook je postao dostupan svim osobama starijima od 13 godina i s važećom e-mail adresom.<sup>1</sup>

Prema posljednjim podacima iz ožujka 2019. godine Facebook ima 37700 zaposlenika, što stoji na službenoj stranici Facebooka. Danas ljudi koriste Facebook da bi ostali u kontaktu s

---

<sup>1</sup> Kako je zapravo nastala ideja za Facebook? 2004 <https://povijest.hr/nadanasnjidan/kako-je-zapravo-nastala-ideja-za-facebook-2004/> (stranica posjećena 16.09.2020.)

prijateljima i obitelji, da otkriju što se događa u regiji i svijetu te da s lakoćom pronalaze sve informacije dostupne na jednom mjestu.

### ***3.2. Instagram***

Pojavio se 2010. godine, a svoj popularan naziv dobio je spajanjem dvaju izraza “instant camera” i “telegram“. Osnivači društvene mreže Instagram, Kevin Systrom i Mike Krieger, odlučili su u fokus cijelog projekta staviti fotografije.

Instagram korisnicima širom svijeta omogućava snimak, obradu i dijeljenje svojih doživljaja s prijateljima i poznanicima – takozvanim „followerima“. Veliki uspon doživio je samom pojavom #hashtagova, koji služe lakšem pronalaženju fotografija od strane drugih korisnika prema bilo kojoj tematici koja ih u datom trenutku zanima. Samo dvije godine nakon svog osnutka Instagram počinje pisati svoju povijest, kada ga je za 1 milijardu dolara odlučio kupiti, ni manje ni više nego – Facebook.

Broj njihovih korisnika je danas nadmašio i sama očekivanja, tako da današnji korisnici instagrama “žive” od svojih objava fotografija i kratkih videozapisa. Influencer ili hrv. utjecajnik označava utjecajnu osobu koja je sposobna utjecati na odluke brojnih ljudi koji ih prate na društvenim mrežama (Markething.hr, 2008)

Kao jednu od posljednje uvedenih funkcija, Instagram je proširio svoje opcije na objavljivanje 24- satnih priča zvanih “instastory”. Radi se o objavljivanju kratkih videa u trajanju od minute, što je uveliko povećalo broj korisnika. U istoj godini započinju sa slanjem privatnih poruka koji se na instagramu zovu “Direct Message”. Rast Instagrama je svakih devet mjeseci oko 100 milijuna korisnika u cijelom svijetu, a u 2016. godini brojka je porasla za pola milijarde u samo pola godine.<sup>2</sup>

### ***3.3. Twitter***

Osnovan 2006. godine, a u prijevodu znači način mikro-bloganja koji omogućuje objavljivanje novih informacija. Pet godina nakon osnivanja broji 145 milijuna korisnika, a

---

<sup>2</sup> Barbarić, D. „Instagram i sve što trebate znati o njemu“, <https://www.markething.hr/instagram-i-sve-sto-trebate-znati-o-njemu/> (datum posjećeniosti: 16.09.2020.)

preko 100 milijuna "tweetova" se objavi dnevno. Twitter danas u većem postotku koriste odrasli korisnici. (<https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>, 2020)

Kako je Twitter rastao kroz godine, tako je rastao i broj njihovih poslovnih korisnika - razne organizacije, slavne osobe, državne institucije, novinarske kuće i novinari, akademici, otvarali su svoje profile te se tako priključivali Twitteru. Danas aktivno izmjenjuju novosti i stanja koja se događaju u njihovu okruženju.

Twitter je originalno zamišljen kao društvena mreža gdje bi prijatelji mogli međusobno gledati svoje aktivnosti i dopisivati se. Korisnici najčešće dijele informacije o tome što rade, kako se osjećaju, gdje se nalaze ili dijele poveznice s drugih stranica. Danas, Twitter nudi puno više. Neke od opcija su „tweet“, „retweet“ i „hashtag“.

U početku tweet je mogao sadržavati samo 140 oznaka, no nedugo nakon udvostručili su brojku na 280 oznaka. Želi li korisnik dijeliti vlastiti sadržaj ili objaviti tuđi može to učiniti putem opcije „retweet“.

Twitter omogućava dijeljenje sadržaja s drugih stranica, vlastitih slika ili videa. Moguće je i slanje privatnih poruka drugim korisnicima, za koje je potrebna opcija "follow".

Statistički podaci iz 2018. godine na internetskoj stranici Omnicoreagency.com, navode da Twitter ima 326 milijuna aktivnih korisnika te više od 500 milijuna tweet-ova dnevno. Smatra se da je dnevno oko 100 milijuna aktivnih korisnika, a njih čak 80% pristupa preko pametnog telefona.<sup>3</sup>

### **3.4. YouTube**

Do sada se govorilo o društvenim mrežama vizualnog i tekstualnog oblika, no kada se spomene o društvena mreži YouTube, prvenstveno se misli na videozapise.

YouTube je platforma koja nudi uslugu razmjene videozapisa, gledanje videozapisa koje su objavili drugi korisnici i prijenos vlastitih videozapisa. Takva usluga pokrenuta je kao neovisna web stranica 2005. godine, a samo godinu dana kasnije, 2006. godine, spada pod domenu Google. Značenje samog imena YouTube glasi "Emitirajte se" (<https://www.media-marketing.com/vijesti/infografika-sve-sto-trebate-znati-o-10-godina-youtube-a/>, 2015)

---

<sup>3</sup> <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/> (datum posjećenosti: 16.09.2020).

Dizajnirana je prvenstveno za ljude koji žele objaviti videozapise koje su stvorili. Iako nekoliko tvrtki i organizacija također koristi YouTube za promociju svog poslovanja, većinu YouTube videozapisa stvaraju i prenose amateri. YouTube videozapise objavljuju ljudi iz cijelog svijeta, neovisno o podrijetlu i svima je dostupan i to besplatno. Upravo radi toga na YouTubeu dostupan je širok raspon videozapisa. Neki primjeri uključuju amaterske filmove, domaće glazbene spotove, sportske reklame i druge zabavne događaje uhvaćene videokamerom. Ljudi također koriste YouTube za objavljivanje videozapisa s uputama, kao što su detaljna računalna pomoć, "uradi sam". Budući da Google nudi podjelu prihoda za klikove na oglase generirane na video stranicama, neki su korisnici YouTube mogli pretvoriti u profitabilno poduzeće.

Iako YouTube može poslužiti kao poslovna platforma, većina ljudi ovu platformu jednostavno koristi iz zabave. Budući da toliko mnogo ljudi nosi digitalne fotoaparate ili mobitele s mogućnošću snimanja video zapisa, na videu je sada zabilježeno više događaja nego ikad prije. Iako je ovo stvorilo obilnu kolekciju zabavnih videozapisa, to također znači da bi ljudi trebali biti svjesni da sve što rade u javnosti može biti uhvaćeno na videu. A ako se nešto zabilježi na videu, to bi možda moglo završiti na YouTubeu, stoga valja paziti kakve video uratke snimamo. Mjesečno ga koristi oko 1.9 milijardi korisnika, i najpopularnija je društvena mreža nakon Google tražilice. (<https://www.media-marketing.com/vijesti/infografika-sve-sto-trebate-znati-o-10-godina-youtube-a/>, 2015)

#### **4. OVISNOST O DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Tijekom posljednjeg desetljeća, količina istraživanja ovisnosti o društvenim mrežama i internetu naglo je porasla.

Tematika je pokrenula veliku diskusiju, posebno kada se govori o načinu na koji se ovisnost o društvenim mrežama može/ne može klasificirati. Zaključeno je da ne postoji sporazumna definicija ovisnosti o društvenim mrežama. Uzorci u nekoliko zemalja uvelike se razlikuju (od 1% do 18,7%), što najvjerojatnije odražava nedostatak metodološke dosljednosti i konceptualne strogosti studija. (Jacinta Grbavac, 2014)

Preklapanja između internet ovisnosti i druge ovisnosti o supstancama također postoje. Na temelju analiziranih dokaza zaključuje se da ovisnost o društvenim mrežama može predstavljati ozbiljnu zdravstvenu opasnost za manjinu ljudi.

Štoviše, nije uvijek moguće izdvojiti jedan specifični mentalni problem korisnika interneta, budući da su često različite vrste mentalnih poremećaja isprepleteni u jedan sustav disfunkcionalnog ponašanja. (Jacinta Grbavac, 2014)

Vremenski se kriterij ne uzima kao dovoljan dijagnostički kriterij za poremećaj korištenja interneta, iako sudionici koji provedu preko 40 sati tjedno na mreži u neprofesionalnoj upotrebi, pokazuju siguran signal postojećeg problema. (Jeriček, 2002)

Ipak, osobe koje su profesionalno usmjerene na korištenje interneta mogu provesti čak osam sati dnevno na internetu, a da to njihovo ponašanje nije definirano kao „potrošeno vrijeme“. Takvo je ponašanje sasvim isto kao i ponašanje osoba koje provode osam satno radno vrijeme pred šankom, na blagajni, u ordinacijama ili za štednjakom.

Ipak, neke studije su pokazale da se osobe sa "samo" dvadeset sati tjedno provedenih na mreži žale na prisutnost nekih negativnih fizičkih simptoma. (Jeriček, 2002)

Što se tiče internetskih aktivnosti, izuzetno je značajan način na koji pojedinac komunicira i o kakvoj se internetskoj interakciji radi.

Ima li Internet negativni ili pozitivni utjecaj na socijalni život pojedinca te ovisi li korištenje interneta na ravnotežu slabljenja ili jačanja društvenih veza u stvarnom životu. Može li virtualni svijet odvojiti ljude od prijatelja?

Bitna je razlika između sveučilišnog studenta koji je otišao studirati u drugi grad, daleko od svojih prijatelja i obitelji, i srednjoškolca u svom rodnom gradu ili izuzetno sramežljivog i introvertnog adolescenta koji nema socijalne vještine razvijene za uspostavljanje kontakta sa svojim kolegama.

Naravno, pitanje ovisnosti je drugačije, ali odražava se u tom aspektu analiziranja. Bilo da je svrha interneta djelatnost ili održavanje društvenih odnosa s bliskim, ali i fizički udaljenim prijateljima, nekoliko sati po danu nije dovoljno da se osoba klasificira kao Internet ovisnik.

Razlikovanje ovisnosti o društvenim mrežama i pretjerane upotrebe interneta je presudan s obzirom na preklapanje granica između dva pojma.

Nadalje, iako ovisnost o društvenim mrežama podrazumijeva pretjerano korištenje interneta, pretjerana upotreba sama po sebi ne znači ovisnost.



#### ***4.1. Analiza razlike skupina ovisnosti***

Internet ovisnost se svrstava u bihevioralne (ponašajne) ovisnosti. Smatralo se kako je unos psihoaktivne tvari neizostavan preduvjet za definiciju ovisnosti. Novija istraživanja kontinuirano potvrđuju da je moguće biti itekako ovisan o ponašanju te se u novim konceptualizacijama ovisnosti uvodi skupina bihevioralnih ovisnosti. (Vlček, 2016)

Studije su pokazale postojanje četiri dimenzije simptoma: opsesivno-kompluzivni, depresija, anksioznost i emocionalna osjetljivost i neprijateljstvo (Matorić, 2017)

Unutar prve dimenzije, opsesivne misli i maštanja o sadržaju i aktivnosti na mreži mogu dovesti do problema s prehranom i spavanjem, koji osim većih poremećaja u obliku nesanice i problema s težinom mogu izazvati niz drugih sekundarnih simptoma kao što su iscrpljenost, tjeskoba, bezvoljnost, poremećaj pažnje i slično.

Unutar druge dimenzije, javljaju se depresija, osjećaj neuspjeha, apatija, kognitivna nejasnoća, frustracije, laži i poricanja.

Treća dimenzija se sastoji od povećane emocionalne osjetljivosti i ranjivosti, što prije svega podrazumijeva tjeskobu, strah i socijalnu neuravnoteženost.

Posljednja, četvrta dimenzija uključuje simptome kao što su iritacija, tjeskoba, neprijateljstvo i na kraju agresija.

Na temelju dosadašnjih istraživanja se može zaključiti da ove dimenzije simptoma poremećaja korištenja interneta odgovaraju simptomima i poremećajima koji se javljaju uz sam pojam ovisnosti. Pojedinci s već definiranim problemima postaju ovisni o Internetu, s porastom početnih problema, s jedne strane, koji ometaju donekle novorazvijene simptome uzrokovane pretjeranom upotrebom interneta od čega se stvaraju novi kompleksi koji jednostavno ne mogu biti izjednačeni s početnim mentalnim problemima. (Vlček, 2016)

Rezultati, nesumnjivo, idu u prilog činjenici da je to pitanje određene vrste psihološke disfunkcije. Kvalitativna analiza fizičkih simptoma i odgovori korisnika koji koriste Internet pretjerano sugerira fenomenološku sličnost sa simptomima drugih oblika ovisnosti.

Užitak ili čak euforija tijekom samog postupka ili nervoza i razdražljivost tijekom otežavajućeg stanja postupka, korespondiraju s 'dviije strane medalje' bilo kojeg oblika ovisnosti. Isto tako opsesivno-kompulzivni poremećaj pokazuje visoku razinu korelacije s fenomenom pretjerane upotrebe Interneta. (Nina Carević, 2014)

## **5. CILJ ISTRAŽIVANJA**

Cilj ovog istraživanja jest ustanoviti postoji li utjecaj društvenih mreža na društveni život, mentalno zdravlje i raspoloženje. Osim općeg cilja, definirana su i tri specifična cilja istraživanja:

1. Koliko vremena provodimo na društvenim mrežama?
2. Koje su najčešće korištene društvene mreže?
3. Postoji li razlika između korištenja društvenih mreža u gradu u odnosu na manje sredine?

### **5.1. Hipoteza**

U okviru istraživanja definira je sljedeća hipoteza:

H1 Učestalo korištenje društvenih mreža negativno utječe na svakodnevicu ispitanika, društveni život te odnose s bliskim osobama, kao i na njihovo mentalno zdravlje i raspoloženje

## **6. ISPITANICI I METODE**

Istraživanjem je obuhvaćeno 107 ispitanika; 42 osobe u dobi od 25-35 godina, 32 ispitanika u dobi od 35-45 godina, 13 ispitanika pripada dobnoj skupini od 45-55 godina te 18 ispitanika ima 18-25 godina.

Kao instrument istraživanja koristio se anonimni anketni upitnik konstruiran za ovo istraživanje s 24 pitanja (u privitku), a osnovni izvor podataka je iskaz ispitanika. Anketni *online* upitnik napravljen je u sustavu Google Docs i objavljen u više Facebook grupa.

Prva tri pitanja bila su vezana uz socijalno-demografsko područje (dob, razina obrazovanja, mjesto stanovanja) od kojih su dva bila otvorenog, a jedno kombiniranog tipa. Slijedeća se dva pitanja, zatvorenog tipa, odnose na sam pojam interneta (prvi susret s pojmom internet) te posjedovanje pametnog telefona, dok se preostalih 19 pitanja (četiri od njih zatvorenog, a petnaest otvorenog tipa) tiču društvenih mreža, odnosno koliko, kada, gdje i zašto koristimo društvene mreže. Uglavnom prevladavaju nominalne mjerne ljestvice na pitanjima, a nešto manjim dijelom ordinalne. Poredak pitanja bio je mješovit, nekoliko pitanja otvorenog, nekoliko zatvorenog, a ponešto pitanja i kombiniranog tipa, sve kako bi se izbjeglo površinsko odgovaranje i davanje socijalno poželjnih odgovora. Anketa je bila kratka, a ispitanici su je popunili unutar 5 minuta. Na taj se način, vjerujemo, zadržala izvrsna motivacija i iskrenost kod ispitanika.

Istraživanje je provedeno u razdoblju od srpnja do kolovoza 2020. godine. Sudjelovanje svih ispitanika bilo je dobrovoljno i anonimno uz mogućnost odustajanja u bilo kojem trenutku. Tijekom istraživanja poštivali su se etički principi te je osigurana privatnost i zaštita tajnosti podataka ispitanika. Anketa je modificirana prema anketi IAT- internet test. (Kimberly S. Young, 1998)

Ovo istraživanje odobreno je od strane Etičkog povjerenstva za biomedicinska istraživanja Fakulteta zdravstvenih studija, Sveučilišta u Rijeci.

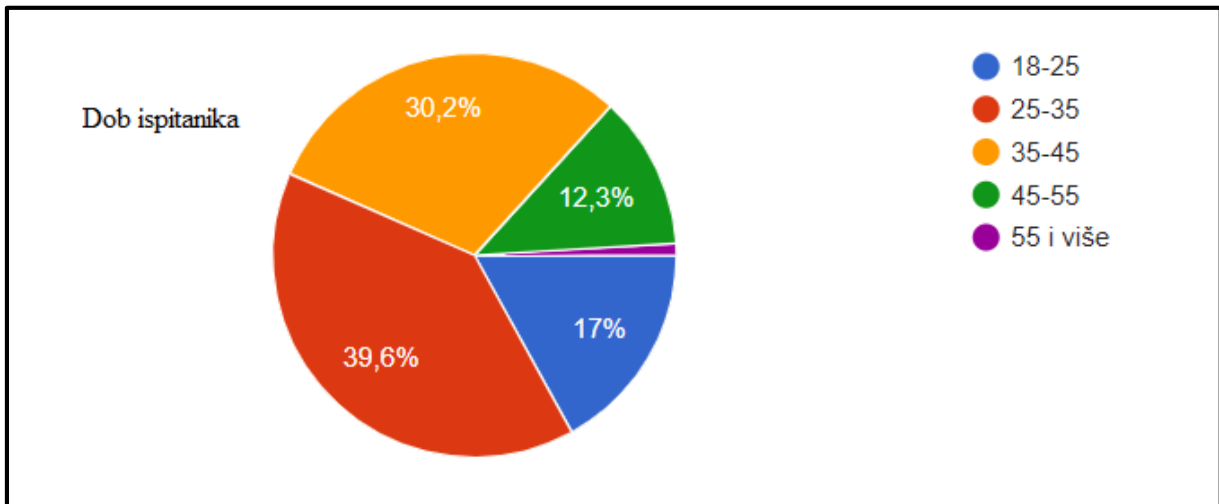
Prikaz podataka bio je tekstualni i slikovni (grafikoni). Obrada svih 24 pitanja izvršena je pomoću deskriptivne statistike. Od alata koristio se program MS Word 2010 za obradu teksta, Google Docs (web lokacija) za statističku obradu i prikaz grafikona. Rezultati su prikazani grafički i tablično.

## **7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I INTERPRETACIJA**

U nastavku slijedi anketni upitnik u kojem je sudjelovalo 107 dobrovoljnih ispitanika. Postotci odgovora biti će prikazani putem grafikona s kratkim komentarom i obrazloženjem.

### Dobna skupina ispitanika

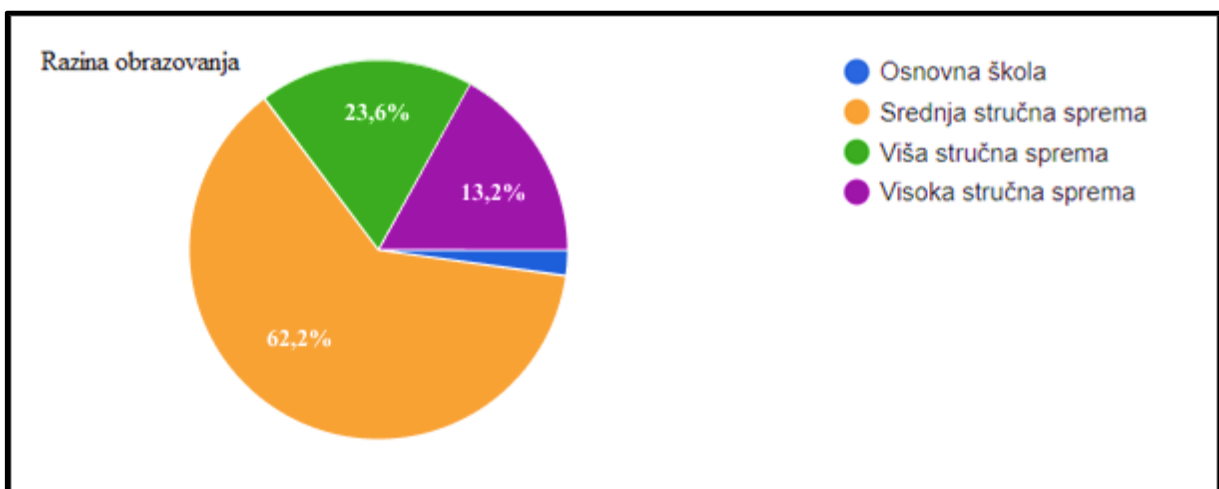
Rezultati ankete pokazuju da je najveći broj ispitanika u dobi od 25-35 godina, njih 42 (39.6%), 32 ispitanika (30.2%) su u dobi od 35-45 godina, 13 ispitanika (12.3%) pripada dobnoj skupini 45-55 godine te 18 ispitanika (17%) ima 18-25 godina. Samo jedna osoba ima više od 55 godina (0,9%).



Slika 2. Podjela ispitanika po životnoj dobi

### Razina obrazovanja

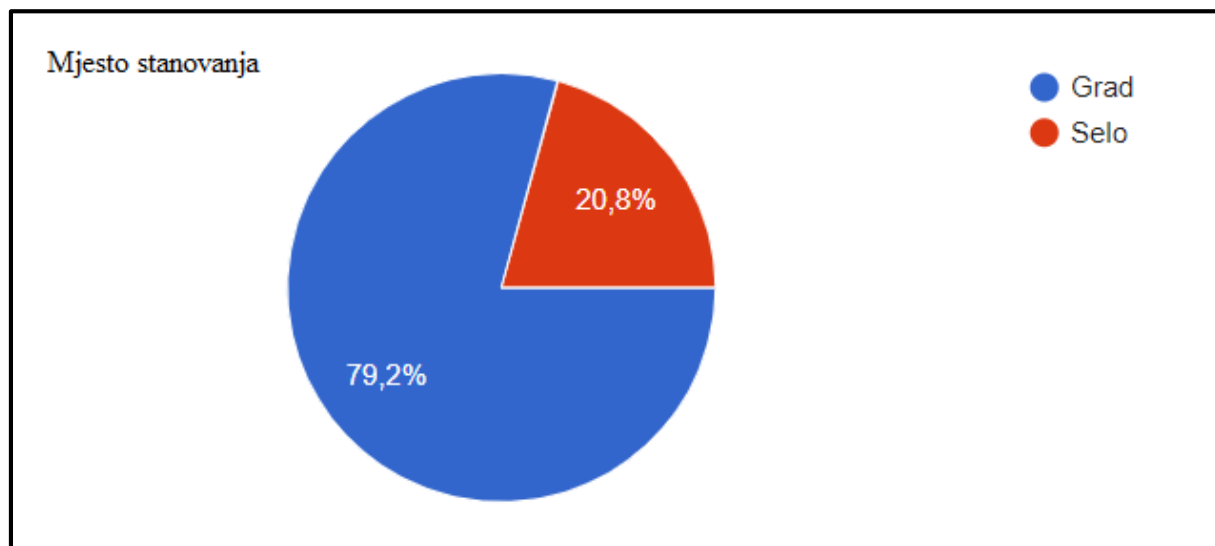
Najveći broj ispitanika, njih 60 (62.2%) je srednje stručne spreme, dok 25 ispitanika (23.6%) ima višu stručnu spremu. Od cjelokupnog broja ispitanika, njih 14 (13.2%) ima visoku stručnu spremu, a 12 ispitanika (11.3%) srednju školu.



Slika 3. Podjela ispitanika prema razini obrazovanja

## Mjesto stanovanja

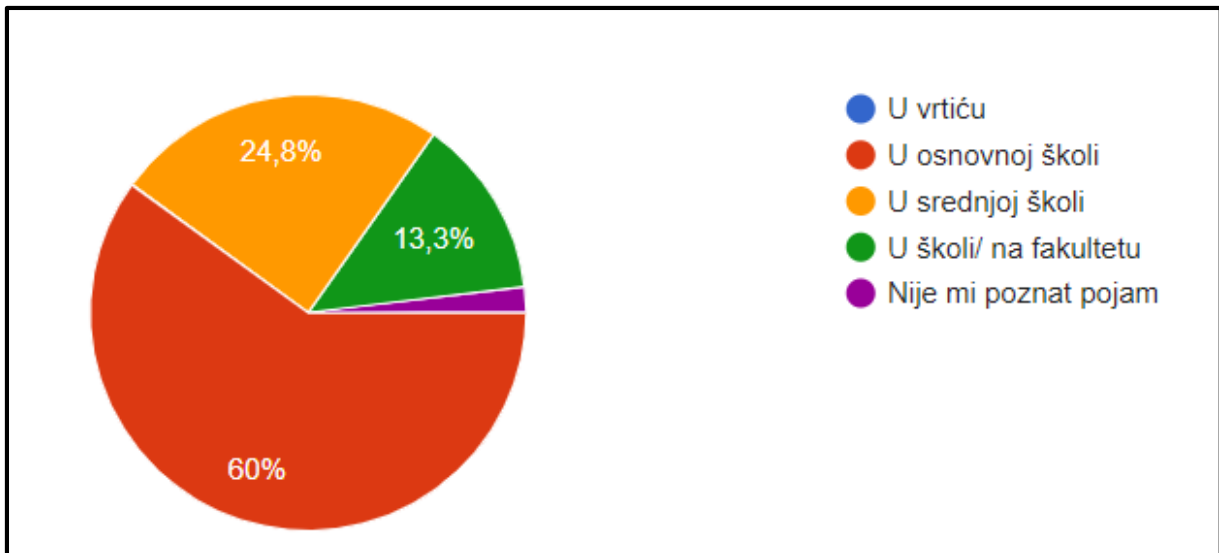
Od sveukupnog broja anketiranih osoba, 82 ispitanika (79.2%) mjesto stanovanja navelo je grad, dok 22 ispitanika (20.8%) živi na selu.



Slika 4. Podjela ispitanika prema mjestu stanovanja

## Kada ste se prvi puta susreli s pojmom internet?

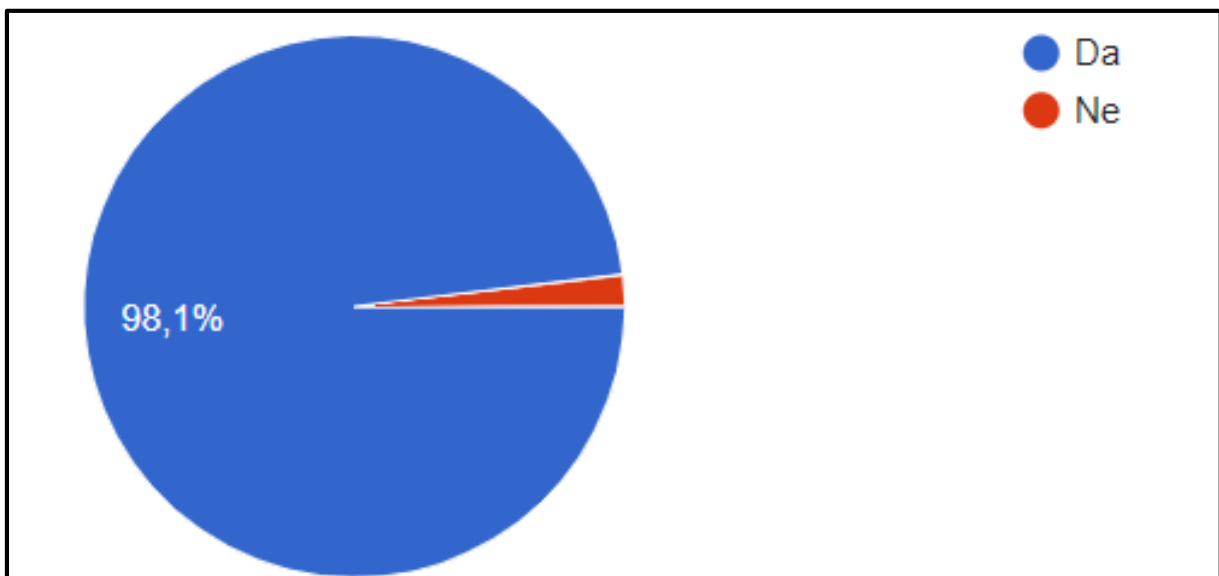
Iz ovog anketnog pitanja vidimo kako se 63 ispitanika (60%) s pojmom interneta susrelo već u osnovnoj školi, a tek 26 (24.8%) u srednjoj školi. Zanimljiv podatak je da se 14 ispitanika (13.3%) s pojmom internet susrelo tek na fakultetu, što se vjerojatno može povezati s dobnom skupinom.



Slika 5. Prvi susret s pojmom interneta

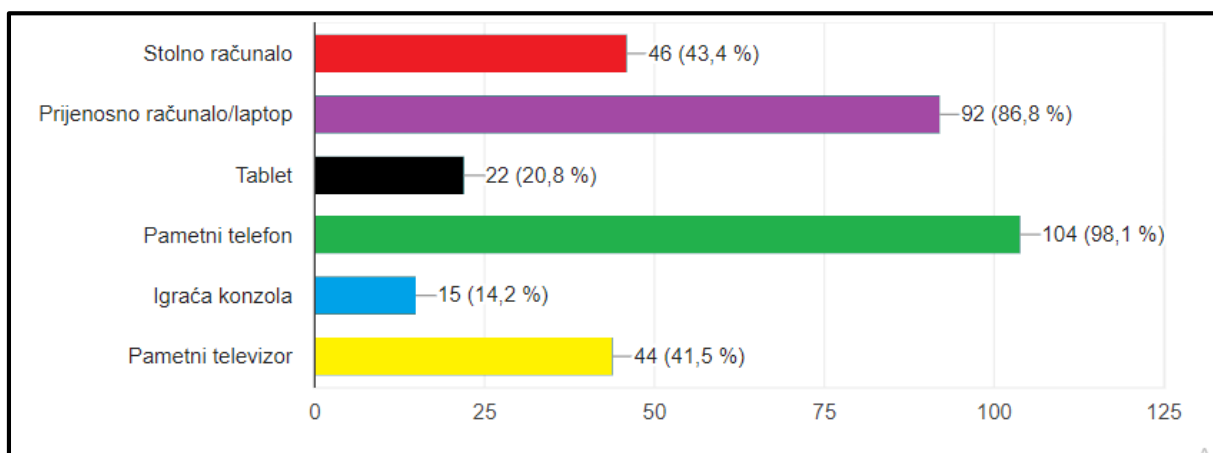
### Posjedujete li pametni telefon?

Na pitanje o posjedovanju pametnog telefona, većina ispitanika, čak 103 (98.1%) navelo je da posjeduje, dok svega 2 ispitanika (1.9%) ne posjeduje pametni telefon.



Slika 6: Učestalost posjedovanja pametnog telefona

## Koje sve uređaje koristite za pristup internetu?

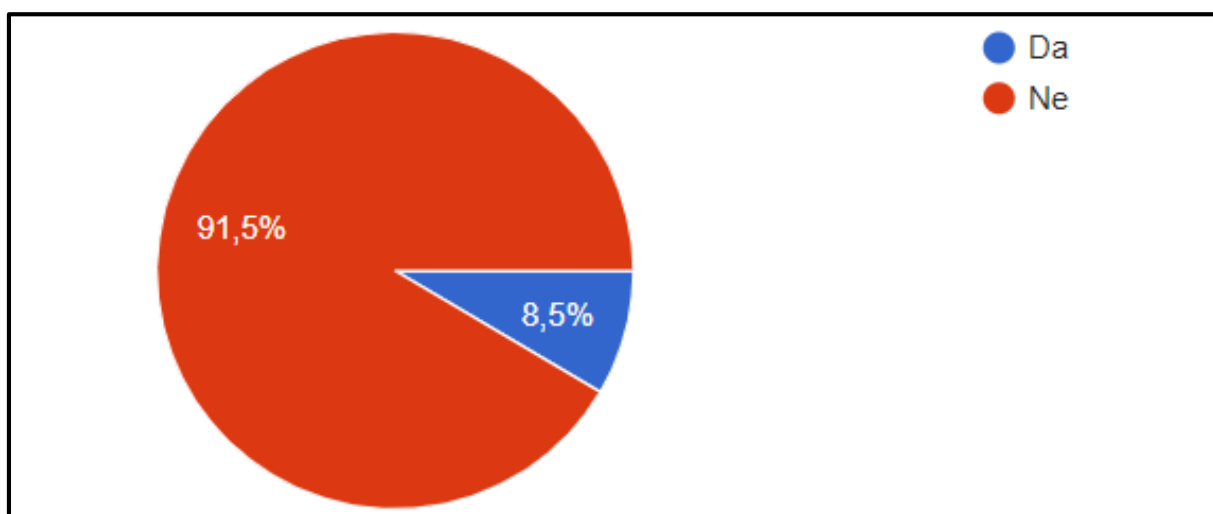


**Slika 7: Podjela ispitanika prema korištenju uređaja za pristupanje internetu**

Kod pitanja o uređajima koji se koriste za pristup internetu, anketirani ispitanici imali su na raspolaganju višestruki odabir. Prijenosno računalo/laptop i pametni telefon su dobili gotovo jednak broj odabira: prijenosno računalo/laptop je odabralo čak 104 ispitanika (98.1%), a 92 ispitanika (86.8%) odabralo je pametni telefon za pristup internetu. Stolno računalo je odabralo 46 ispitanika (43,4%), 44 ispitanika pametni televizor (41,4%) - gotovo u jednakom omjeru. Manje korišteni uređaji za pristup internetu su tablet s 22 odabrana odgovora (20,8%), dok se igraća konzola koristi najmanje – samo 15 ispitanika (14,2%) je ovo navelo kao svoj odabir.

### Postoji li dan u tjednu kada ne pristupate internetu?

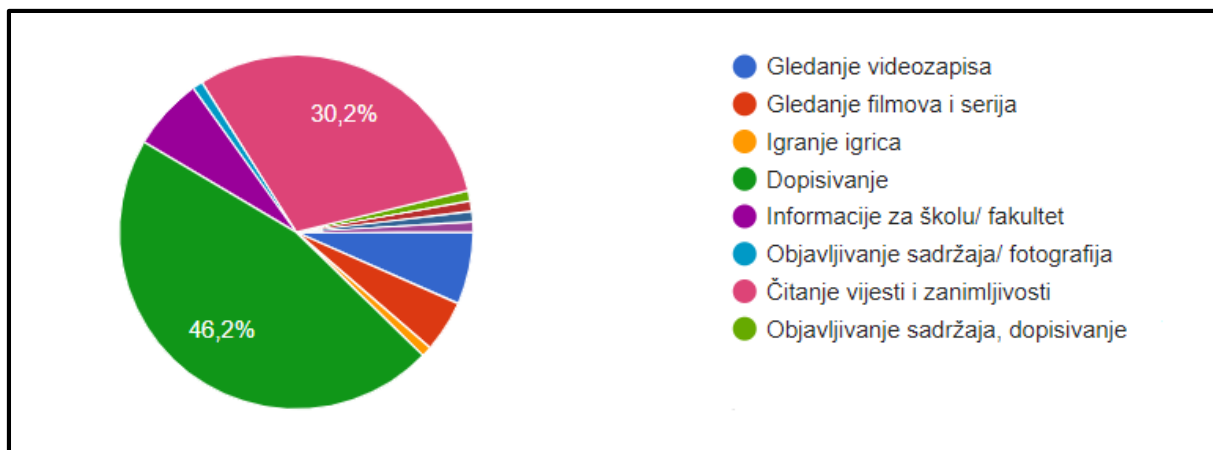
Kad je riječ o učestalosti korištenja interneta, 97 ispitanika (91.5%) navodi kako ne postoji dan kada ne pristupaju internetu, dok svega 9 ispitanika (8.5%) navodi da ne pristupa internetu svakodnevno.



Slika 8: Podjela ispitanika s obzirom na učestalost pristupa internetu tijekom tjedna

### Najčešća svrha korištenja interneta?

Najčešća svrha korištenja interneta kod ispitanika je dopisivanje – 49 osoba (46.2%) je ovo navelo kao svoj prvi odabir. 30 ispitanika (30,2%) internet najčešće koristi zbog čitanja vijesti



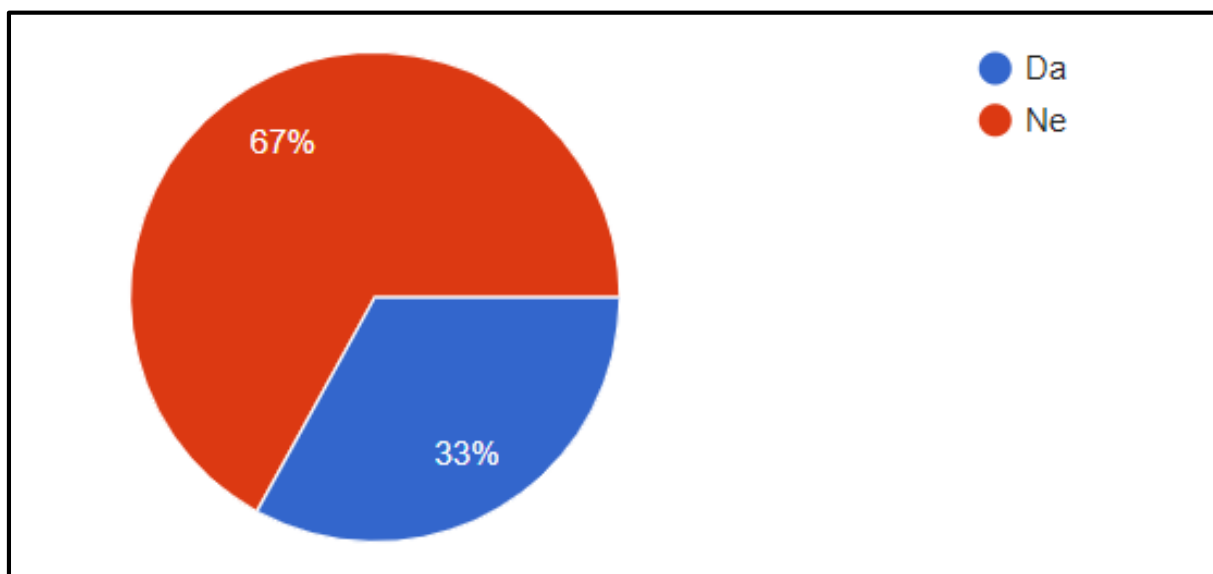
Slika 9. Podjela ispitanika prema najčešćoj svrsi korištenja interneta



zanimljivosti, a 7 ispitanika kao izvor informacija za školu i fakultet. Podjednak odabir imali su gledanje filmova i sadržaja te gledanje videozapisa, sa 5 odabira (4,7%) za svaki odgovor. Najmanje odabira dobili su korištenje interneta u poslovne svrhe te slušanje muzike – svega 1 odabir (0,9%) po odgovoru što dovodi do zaključka da većina ispitanika koristi internet u zabavne svrhe.

### **Koristite li svako slobodno vrijeme za pristup internetu?**

Od sveukupnog broja ispitanika, na pitanje „Koristite li svako slobodno vrijeme za pristup internetu?“, 71 ispitanik (67%) kao odgovor je naveo ne, dok 35 ispitanika (35%) koristi svako slobodno vrijeme za pristup internetu.

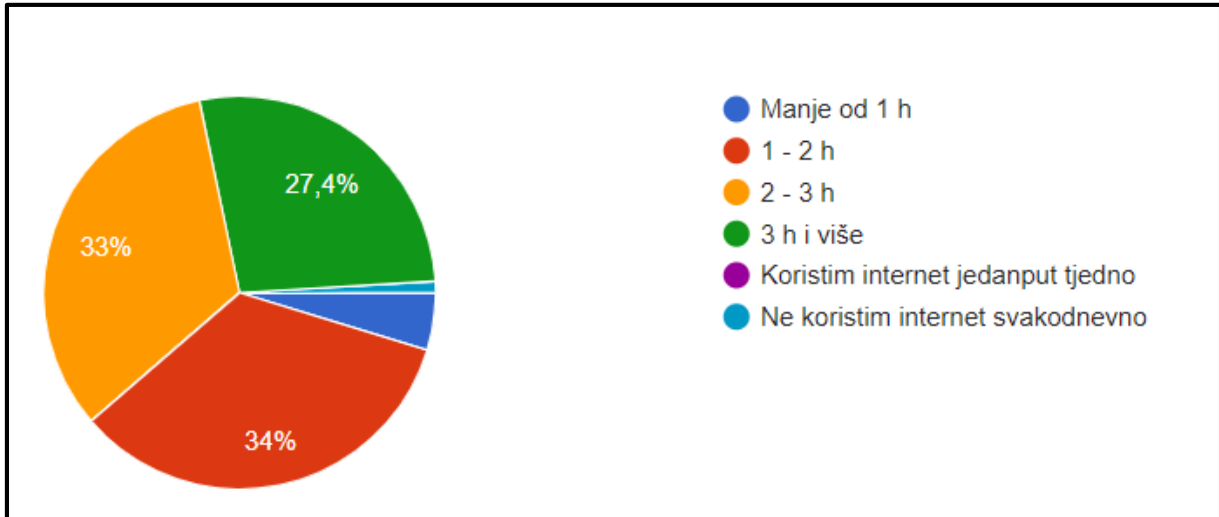


**Slika 10. Korištenje interneta u svakom slobodnom trenutku**

### **U prosjeku koliko sati dnevno koristite internet?**

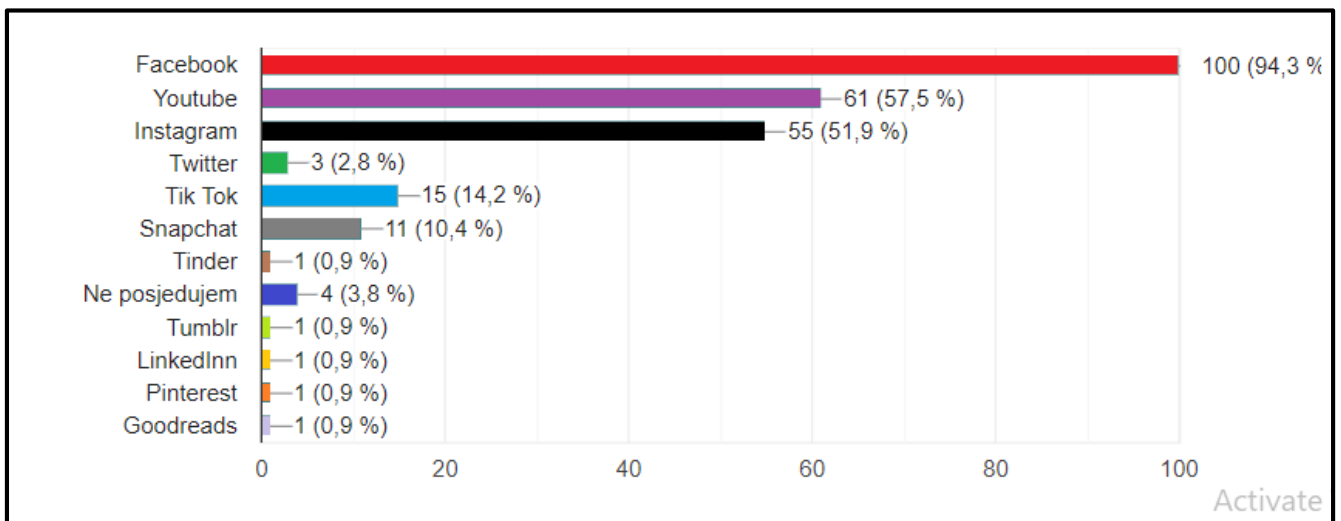
Kod pitanja koliko sati dnevno ispitanici koriste internet, 3 odgovora su imala podjednak broj odabira. Naime, 36 ispitanika (34%) internet koriste 1 do 2 sata dnevno, 35 ispitanika (33%) od 2 do 3 sata dnevno, a njih 29 (27,4%) 3 sata i više. Samo 5 ispitanika (4,7%) navelo je da ne koristi internet svakodnevno, dok odgovor „koristim internet jedanput tjedno“ nije dobio niti

jedan odabir. Ovim pitanjem najbolje možemo vidjeti vezanost ispitanika za sadržaj na internetu – od svih anketiranih osoba čak više od 95% koristi internet minimalno 1 sat dnevno.



Slika 11. Dnevno vrijeme provedeno na internetu (u satima)

**Posjedujete li jednu ili više društvenih mreža?**



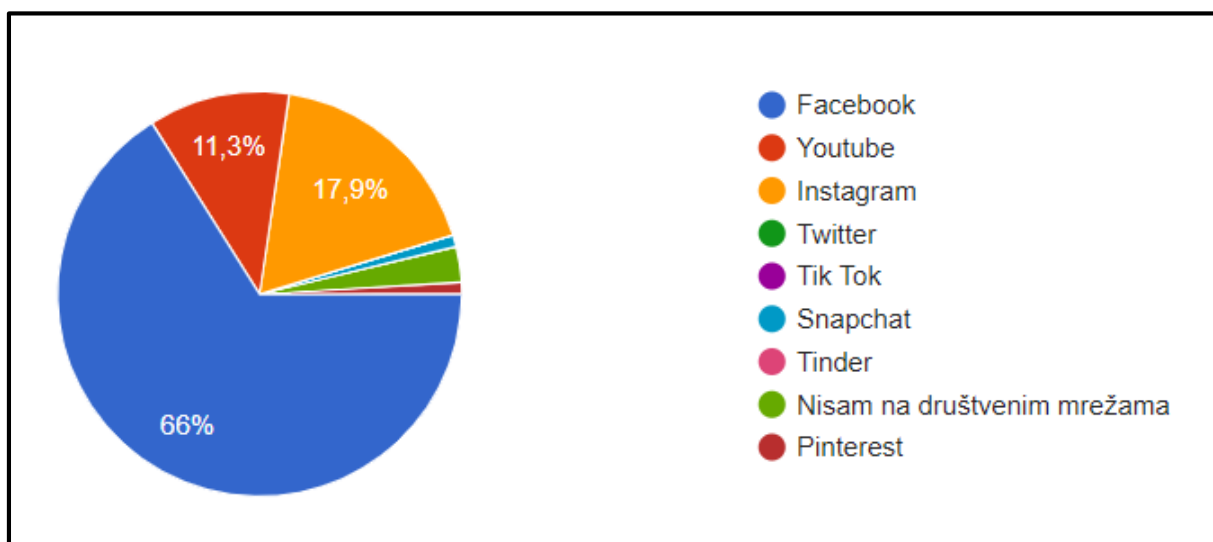
Slika 12. Korištene društvene mreže među ispitanicima

Na pitanje o posjedovanju društvenih mreža bio je moguć višestruk odabir. Najveći broj, 100 ispitanika (94,3%) posjeduje Facebook. Na drugom mjestu je Youtube sa 61 odabirom (57,5%), zatim Instagram s 55 odgovora (51,9%).

Kao društvene mreže „novije generacije“, TikTok je dobio 15 glasova (14,2%), a Snapchat 11 (10,4%). Jednak broj odabira dobili su LinkedIn, Goodreads, Tumblr i Pinterest – 1 odabir po odgovoru što je 0,9%.

### Na kojoj društvenoj mreži ste najaktivniji?

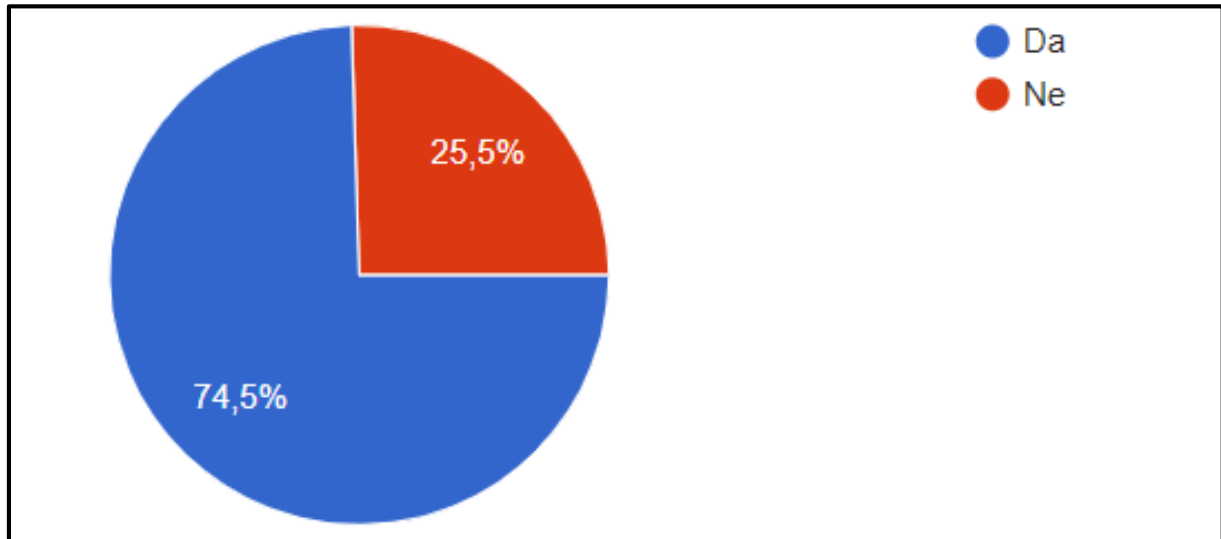
Najveći broj ispitanika na pitanje „Što mislite na kojoj društvenoj mreži ste najaktivniji?“ odgovorilo je Facebook - čak 70 ispitanika (66%). Na drugom mjestu je Instagram s 19 ispitanika (17.9%), zatim Youtube s 11.3% odnosno 12 ispitanika. Najmanji broj glasova, odnosno 1 (0.9%), dobili su Pinterest te Snapchat, a svega 3 ispitanika (2.8%) navodi kako ne koristi društvene mreže.



Slika 13. Aktivnost na društvenim mrežama

### Možete li zamisliti dan bez društvenih mreža?

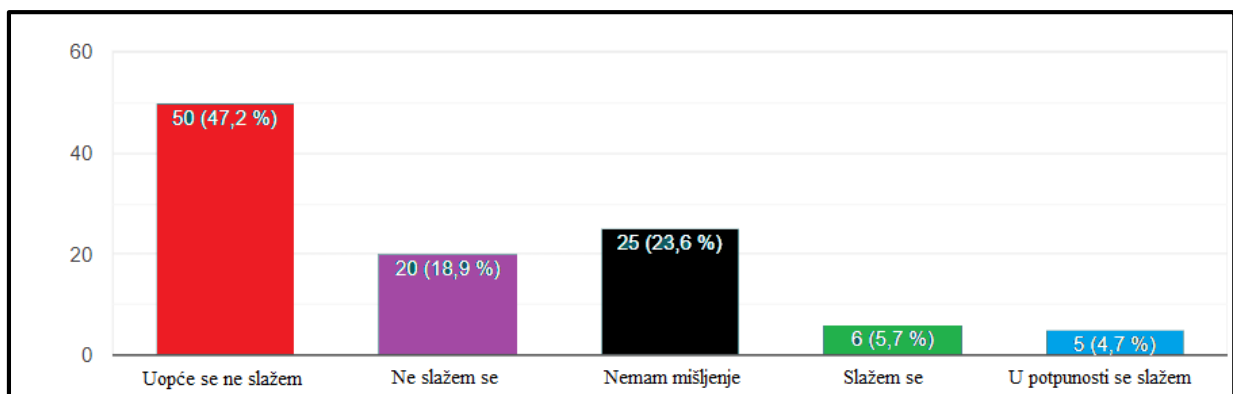
Od svih ispitanika, većina je na pitanje „Možete li zamisliti dan bez društvenih mreža?“ odgovorila da (74,5%), dok njih 25,5% ne može zamisliti dan bez društvenih mreža.



Slika 14. Mišljenje ispitanika o provođenju dana bez društvenih mreža

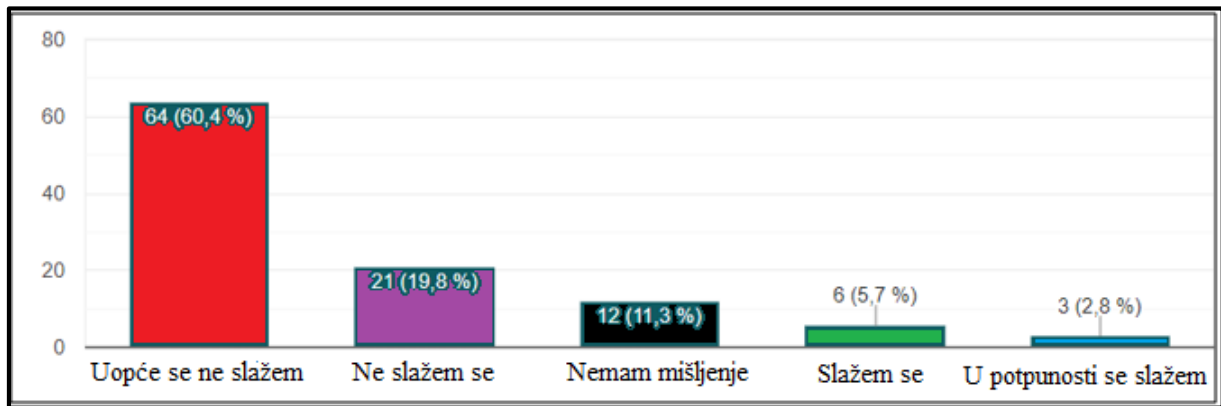
### Više puta sam bezuspješno pokušao/pokušala kontrolirati svoje pristupanje internetu

Grafikon pokazuje kako se većina ispitanika, njih 50 (47,2%), uopće ne slaže s tvrdnjom da su više puta bezuspješno pokušali kontrolirati svoje pristupanje internetu. Drugi najčešći odgovor je „nemam mišljenje“ s 25 odabira (23,6%). 20 ispitanika se ne slaže s tvrdnjom (18,9%), dok je suprotnog mišljenja sveukupno 11 ispitanika: njih 6 je odabralo „slažem se“ (5,7%) te 5 ispitanika „u potpunosti se slažem“ (4,7%).



Slika 15. Uspjeh ili neuspjeh u kontroliranju pristupanja internetu

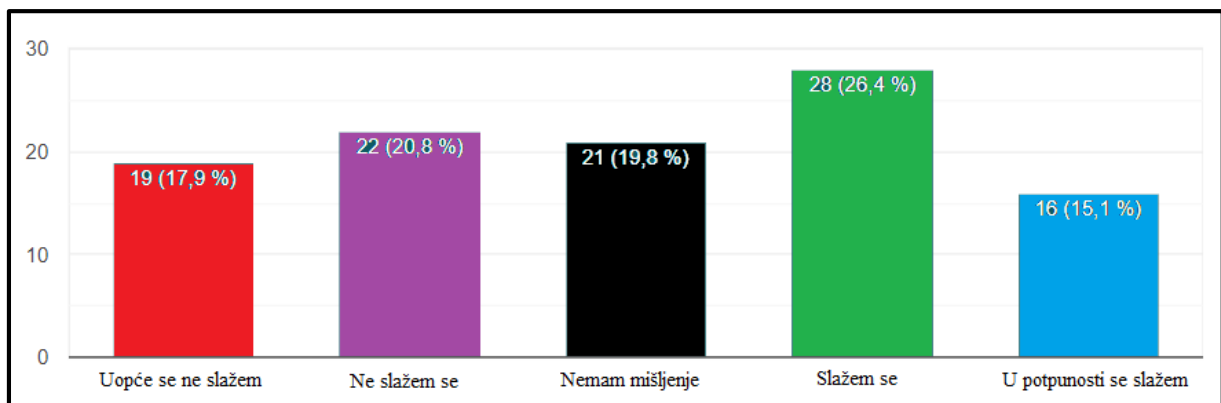
## Osjećam se nemirnim/nemirnom kada pokušam smanjiti svoje korištenje interneta



Slika 16. Ispitivanje osjećaja nemira pri kontroliranju korištenja interneta

Od ukupnog broja anketiranih osoba, 60 (60,4%) ispitanika je navelo da se u potpunosti ne slaže s tvrdnjom da se osjećaju nemirnim kad pokušaju smanjiti svoju upotrebu interneta. 21 osoba (19,8%) se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 12% (11,3%) je neutralno i nema mišljenje. Kao i u prethodnom grafikonu, anketirane osobe sa suprotnim mišljenjem su u manjini, tako da je odgovor „slažem se“ odabralo 6 ispitanika (5,7%), a „u potpunosti se slažem“ tek 3 osobe (2,6%).

## U većini slučajeva koristim internet dulje nego što sam planirao/planirala

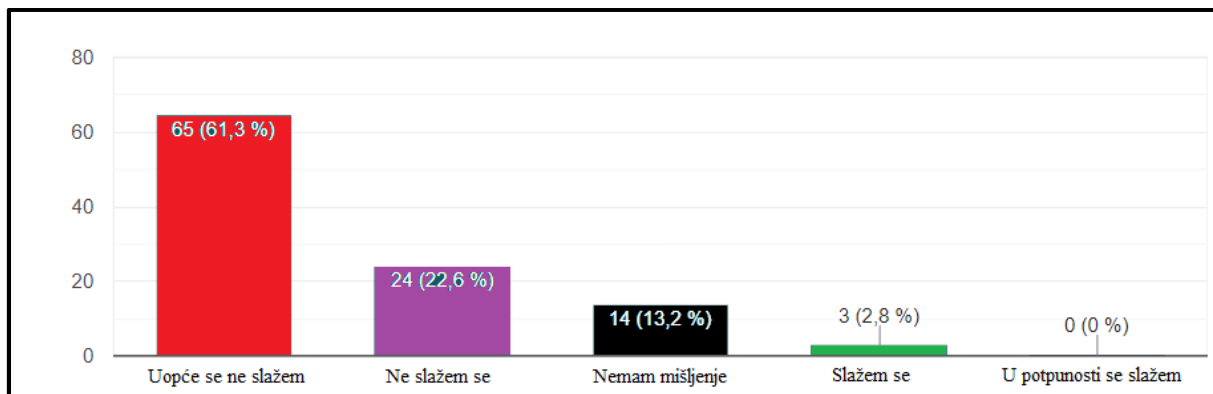


Slika 17. Nenamjerno prekomjerno korištenje interneta

Tvrdnja „U većini slučajeva koristim internet dulje nego što sam planirao/planirala“ dobila je dosta podijeljenije odabire. „U potpunosti se ne slažem“ odabralo je 19 osoba (17,9%), „ne slažem“ 22 osobe odnosno 20,8%, dok je neutralno i bez mišljenja 21 osoba (19,8%). Najveći

broj odgovora dobio je odabir „slažem se“, čak 28 (26,4%), dok se 16 ispitanika (15,1%) u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom.

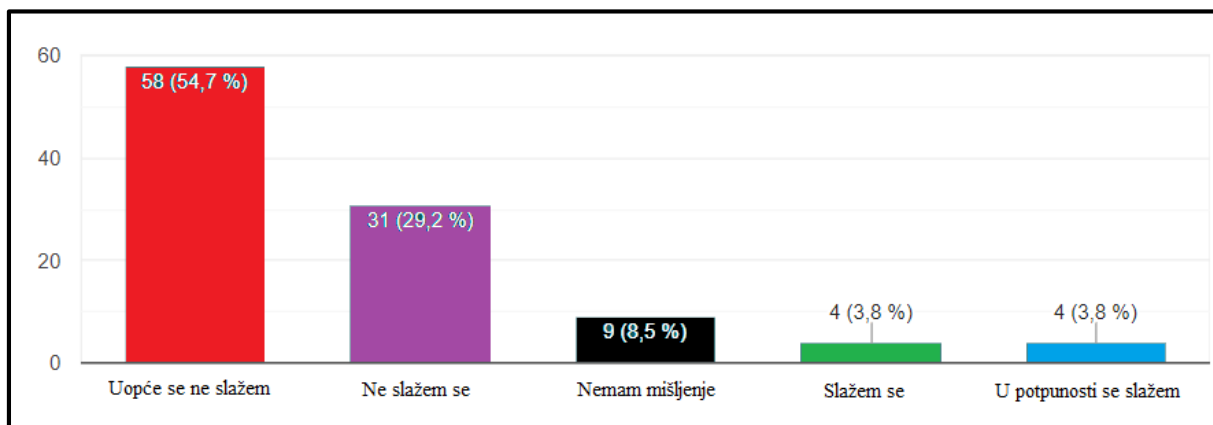
### Zbog korištenja interneta sam zanemario/zanemarila društveni život



S tvrdnjom da su zbog korištenja interneta zanemarili društveni život u potpunosti se ne slaže najveći broj ispitanika, njih 65% (61,5%), dok je 24 osobe (22,6%) odabralo da se ne slaže. Od svih ispitanika, 14 je neutralno (13,2%), 3 osobe (2,8%) se slaže da su zbog interneta zanemarili društveni život, a odabir „u potpunosti se slažem“ nije dobio niti jedan odabir.

Slika 18. Usporedba zanemarivanja društvenog života zbog interneta

### Osjećam da ne posvećujem dovoljno vremena prijateljima/prijateljicama

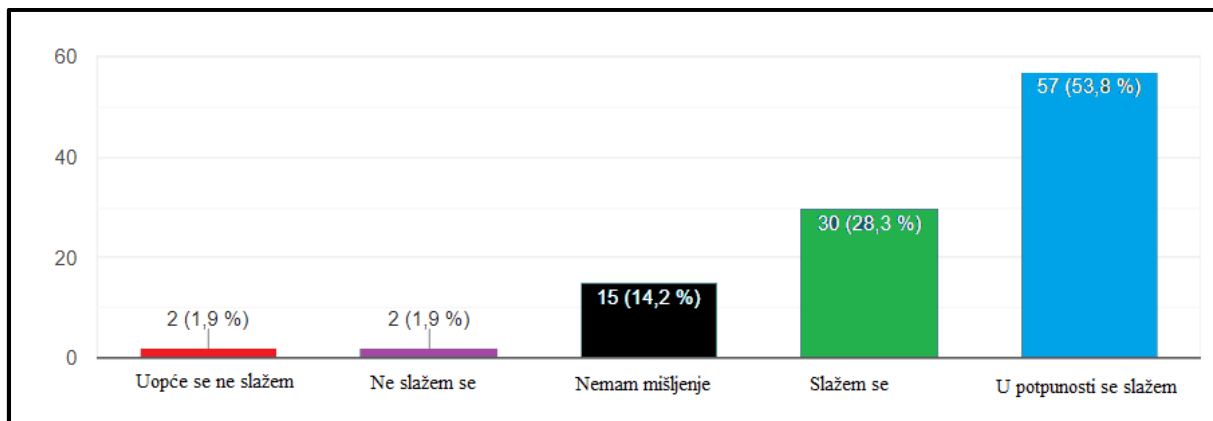


Slika 19. Nedovoljno posvećivanje vremena drugim osobama

Većina ispitanika, 58 (54,7%) se u potpunosti ne slaže sa tvrdnjom da ne posvećuju dovoljno vremena prijateljima/prijateljicama te slično, 31 osoba (29,2%) se ne slaže s navedenim.

Neutralno je 9 osoba (8,5%) dok su jednak broj odabira odnosno 4 glasa (3,8%) dobili odabiri „slažem se“ i u potpunosti se slažem“.

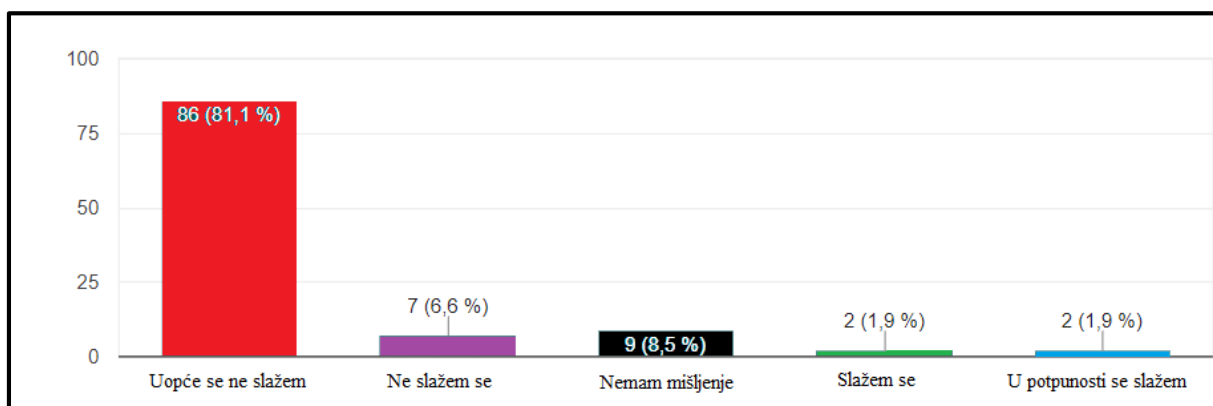
### Smatram za sebe da sam društvena osoba



**Slika 20. Ispitivanje društvenosti anketiranih osoba**

Najveći broj anketiranih osoba - 57 (53,8%) u potpunosti smatra za sebe da su društvene osobe, njih 30 (28,3%) se također slaže sa tom tvrdnjom. Ukupno 15 osoba (14,2%) nema mišljenje, dok su odabiri „ne slažem se“ i „u potpunosti se ne slažem“ da sam društvena osoba dobili podjednaki broj glasova – svaki je odabralo 2 osobe (1,9%).

### Dok sam "offline" osjećam se depresivno. Bolje sam čim dođem na internet

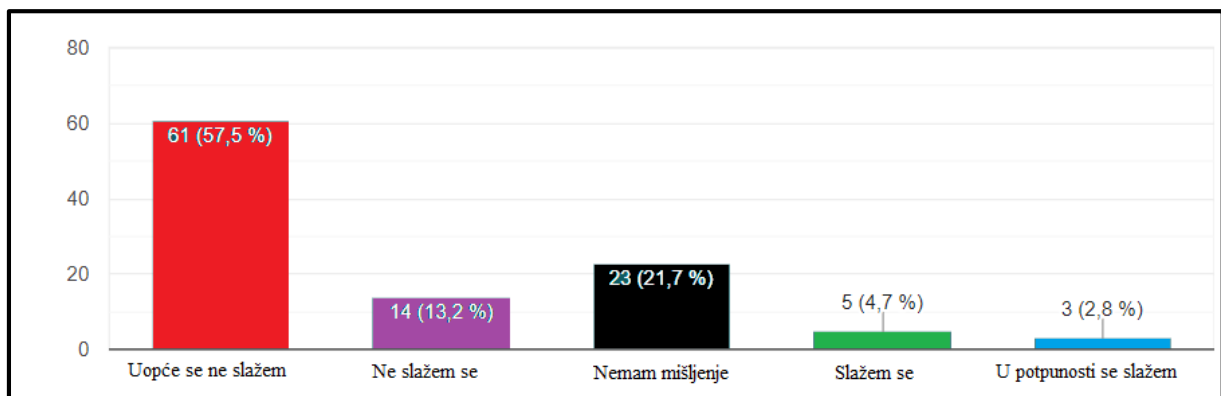


**Slika 21. Osjećaj depresije prilikom nekorištenja interneta**

Gornji grafikon pokazuje da čak 86 (81,1%) anketiranih osoba ne slaže s tvrdnjom da se osjećaju depresivno dok su „offline“, što je većina u odnosu na ostale odgovore koji su dobili minimalno odabira – 7 osoba (6,6%) se ne slaže, 9 osoba (8,5%) je neutralno, 2 osobe su odabrale da se slažu te 2 osobe (1,9%) da se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom.

### **Internet koristim kako bi umanjio/umanjila loše raspoloženje**

Posljednje pitanje koji je formirano na principu odgovora na tvrdnju želi preispitati koriste li ispitanici internet da bi umanjili loše raspoloženje. Od sveukupnog broja ispitanika, njih 61 (57,5%) se u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom, 14 (13,2%) se ne slaže, dok 23 osobe (21,7%) nemaju mišljenje. Odgovor „slažem se“ odabralo je 5 ispitanika (4,7%), dok se u potpunosti slaže tek 3 ispitanika (2,8%).

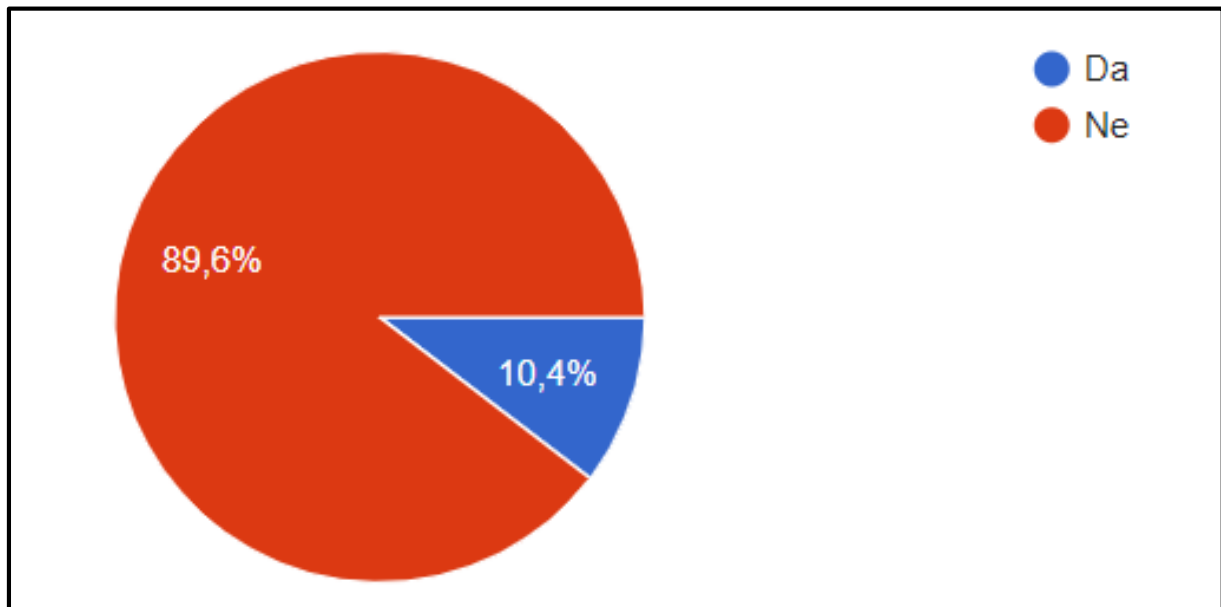


**Slika 22. Postotak ispitanika koji koriste internet protiv lošeg raspoloženja**



### Jeste li ikad lagali članovima obitelji o svojem vremenu provedenom na internetu?

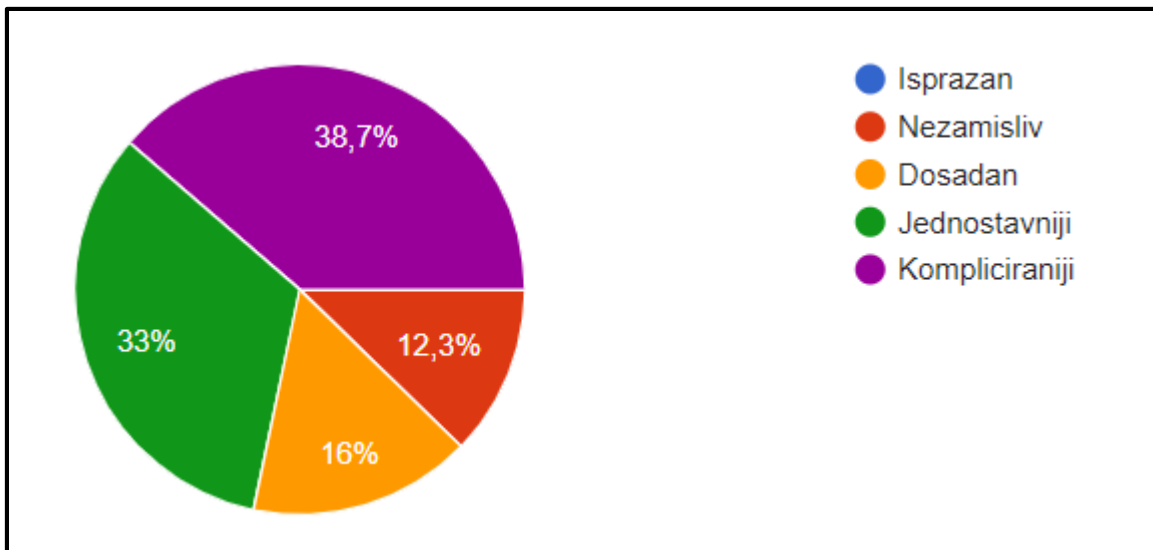
Gornji grafikon pokazuje da većina ispitanika, čak 89,6% nikada nije lagala članovima obitelji o svojem vremenu provedenom na internetu, dok je 10,4% odgovorilo suprotno, odnosno da su bili u situaciji da su o istome lagali.



Slika 23. Laganje o vremenu provedenom na internetu

### Život bez interneta je...

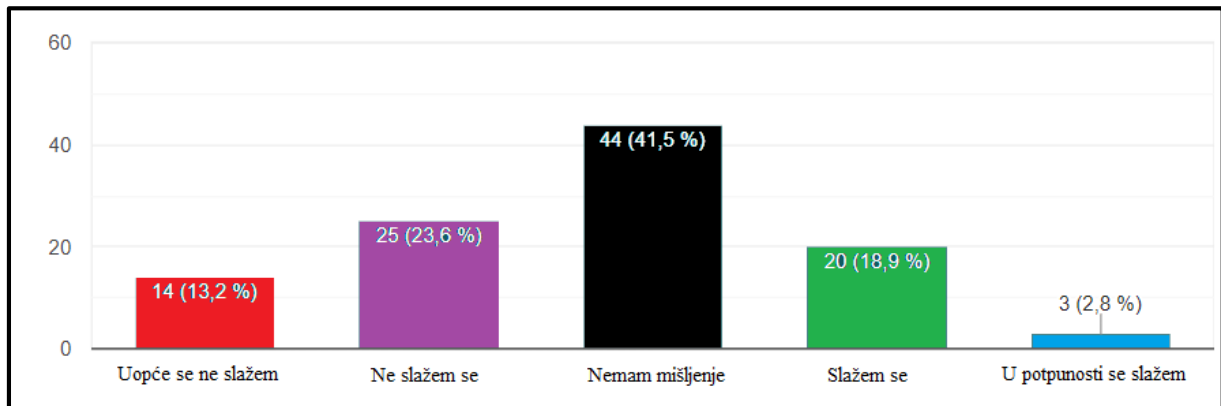
Cilj ovog pitanja je bilo dobiti iskreno mišljenje ispitanika o životu bez interneta, te da na neki način odaberu ono što im prvo padne na pamet. Najveći broj ispitanika, 38,7% smatra da je život bez interneta kompliciraniji, dok se izrazito sličan postotak oprijedijelio da posve suprotan odabir – 33% osoba smatra da je život bez interneta jednostavniji. Treći najčešći odabir je „dosadniji“ s 16% odabira te zatim „nezamisliv“ s 12,3%. Odgovor „isprazan“ nije odabrao niti jedan ispitanik.



Slika 24. Percepcija ispitanika o životu bez interneta

### U kojoj mjeri se smatrate ovisnim o internetu?

Na posljednje pitanje o ovisnosti o internetu, 14 ispitanika (13,2%) navelo je kako smatraju da uopće nisu ovisni o internetu, dok je 25 (23,6%) osoba odabralo da nisu ovisni. Neutralno je 44 ispitanika (41,5%), što je ujedno dobilo najveći broj odabira, 20 osoba (18,9%) smatra da jesu ovisni te najmanje, njih 3 (2,8%) da su u potpunosti ovisni u internetu.



Slika 25. Mišljenje ispitanika o eventualnoj vlastitoj ovisnosti o internetu

## 8. RASPRAVA

Autorsko istraživanje obuhvatilo je 107 ispitanika. Proveli smo anonimnu online anketu među više Facebook grupa kako bi se dobio što veći reprezentativni uzorak.

Kategorizacijom demografskih i socijalnih karakteristika ispitanika vidimo da je prosječna dob ispitanika 30 godina. Također većina ispitanika posjeduje srednju stručnu spremu, dok druga većina posjeduje višu stručnu spremu. Od cjelokupnog broja ispitanika njih 13.2 % posjeduje visoku stručnu spremu te samo 11.3 % ima završenu srednju školu.

Jednim od cilja istraživanja htjelo se utvrditi postoji li nesrazmjer korištenja društvenih mreža između ispitanika koji žive u gradu u odnosu na selo. Od sveukupnog broja anketiranih osoba 82 ispitanika za mjesto stanovanja navelo je grad, dok samo 22 ispitanika selo. S ovim rezultatima ne možemo utvrditi postoji li nesrazmjer korištenja društvenih mreža između ispitanika koji žive u gradu u odnosu na selo budući da smo dobili jako mali broj ispitanika koji žive na selu svega 22 ispitanika (20.8%).

Točno pred 15 godina pušten je u prodaju prvi pametni telefon tkz. Iphone, remek djelo Steve Jobsa. Danas u svijetu gotovo da ne postoji osoba koja ne posjeduje mobilni telefon, a kad mislimo na mobilni telefon definitivno mislimo na pametni telefon. Rezultati istraživanja potvrđuju postojeću misao, od 107 ispitanika njih 98.1% posjeduje pametni telefon, dok samo 2 ispitanika ne posjeduju pametni telefon.

Zabrinjavajući rezultati pokazuju kako 91.5 % ispitanika svakodnevno pristupa društvenim mrežama, dok samo 8.5 % ne pristupa svakodnevno. Shodno tome 67% ispitanika navodi kako ne koriste svako slobodno vrijeme za pristup internetu, a samo 33% da koriste baš svako slobodno vrijeme za pristup internetu.

Zadivljujući je rezultat kako 74.5 % ispitanika može zamisliti dan bez društvenih mreža, dok 25.5% anketiranih osoba isto nije u mogućnosti zamisliti.

Jednim od cilja istraživanja bilo je utvrditi koliko ispitanici vremenski provode na društvenim mrežama. Rezultati su svakako zabrinjavajući, a 3 odgovora su imala podjednak broj odabira. Naime, 36 ispitanika (34%) internet koriste 1 do 2 sata dnevno, 35 ispitanika (33%) od 2 do 3 sata dnevno, a njih 29 (27,4%) 3 sata i više. Samo 5 ispitanika (4,7%) navelo je da ne koristi internet svakodnevno, dok odgovor „koristim internet jedanput tjedno“ nije dobio niti jedan odabir.

Usporedimo li rezultate ovog preddiplomskog rada i dosadašnja razna istraživanja može se uočiti sličan konačni rezultat. Jedno od istraživanja pokazalo je rezultate da studenti društvene mreže koriste u velikoj mjeri te odlaze na njih najmanje četiri puta dnevno. [30]

Nadalje, produkt ovog istraživanja može se usporediti i s istraživanjem autorice Vidak provedenom na 90 studenata. Konačni rezultati pokazuju kako studenti najviše koriste Facebook, te provode više od 4 h dnevno na društvenim mrežama. [31]

Vidimo poveznicu kao i u ovom istraživanju gdje 94.3% ispitanika najviše koristi društvenu mrežu Facebook i na njoj su najaktivniji. Slijedi skoro podjednak broj korištenja društvenih mreža Instagram i Youtube. Isto tako istraživanjem dobiven je intrigantan podatak kako samo 3% ispitanika koristi društvenu mrežu Twitter, koja nosi naziv kao jedna od najpopularnijih društvenih mreža svijeta i broji milijune korisnika, što nije slučaj kod nas.

Kroz Likertovu skalu procjene došli smo do zadivljujućih rezultata. Vidimo kako ispitanici se ne osjećaju nemirnim kada ne mogu pristupiti korištenju interneta (60.4%) dok samo (2.8%) ispitanika navodi kako pokušavaju smanjiti svoje korištenje interneta. Nadalje, ispitanici navode da zbog korištenja društvenih mreža nisu zanemarili društveni život (63.3%) dok samo (2.8%) ispitanika navode kako se slažu da im je korištenje društvenih mreža ugrozilo društveni kontakt.

Većina ispitanika osjećaju da dovoljno vremena posvećuju bliskim osobama - 54.7%, dok se 29.2% djelomično slažu, 8.5% nemaju mišljenja, a samo 4 ispitanika odnosno (3.8%) navodi kako ipak misle da ne posvećuju dovoljno vremena prijateljima i prijateljicama.

Između ostalog, ispitanici za sebe misle da su društvene osobe. Slažu se i u potpunosti se slažu 28.3% i 53.8% dok samo njih 15 nema mišljenje, a 1.9% ispitanika za sebe misli da nisu društvene osobe. Shodno tome ispitanici se ne osjećaju depresivno dok su „offline“ (86.1%), dok 8.5% nema mišljenje, a samo 1.9% se osjeća depresivno dok je offline. Više od polovice odnosno 57.5% ispitanika nikada ne koristi internet da bi umanjili loše raspoloženje, dok 21.7% nema mišljenje, a samo 2.8% koristi internet iz ovih razloga. Istraživanje autora Kuss i Griffiths dalo je rezultate da društvene mreže mogu stvoriti itekako ovisnost kod mladih baš kao i ovisnost o bilo kakvoj drugoj materiji.

Zanimljiv podatak da 89.6% ispitanika nikada nije lagalo članovima obitelji o svojem vremenu provedenom na društvenim mrežama, dok samo 10.4% ispitanika navodi kako je ipak lagalo.

I za kraj, u kojoj mjeri se ispitanici smatraju ovisnim o društvenim mrežama? Najveći broj ispitanika 44 (41.5%) nema mišljenje, dok se 2.8% smatra ovisnim o društvenim mrežama, a 13.2% se ne smatra ovisnim o društvenim mrežama što možemo reći da je odličan rezultat anketnog upitnika. Kao prva asocijacija na nastavak rečenice „Život bez interneta je...“ najveći broj odgovora su dobila upravo dva posve suprotstavljena pojma – jednostavniji s 33% odabira, a kompliciraniji 38.7%.

## 9. ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati učinak koje društvene mreže i internet imaju na život osoba koje ih redovno koriste, a u tome se koristio anketni upitnik koji je testirao 107 osoba raznih socio-demografskih obilježja.

Pritom se postavila hipoteza: „Učestalo korištenje društvenih mreža negativno utječe na svakodnevicu ispitanika, društveni život te odnose s bliskim osobama, kao i na njihovo mentalno zdravlje i raspoloženje.“

Istraživanje napravljeno putem autorskog anketnog upitnika pokazalo je da većina ispitanika ne osjeća negativne učinke zbog česte upotrebe društvenih mreža niti ima većih posljedica po raspoloženju, kvaliteti života i odnosa s osobama iz bliske okoline.

Istraživanje je dalo sasvim solidne rezultate stoga možemo reći da je anketnim upitnikom, koji je korišten za istraživanje, glavna hipoteza opvrgnuta.

## **10. SAŽETAK**

Cilj ovog rada govori o dobrim i lošim navikama korištenja društvenih mreža među širom populacijom. Već sada znamo da mlađa generacija koristi internet i društvene mreže, a i neizostavna je kod odraslih.

Slažemo se sa činjenicom da nas je nova tehnologija zauvijek promjenila pogotovo kada govorimo o načinu komuniciranja te tako utjecala na djecu i mlade.

U prvom djelu rada uvodi se u sam pojam društvenih mreža te koliko su one prostranjene po cijelom svijetu. Govorili smo o prednostima malih i velikih društvenih mreža, a u ovom istraživanju bavilo se pitanjem o navikama šire populacije na društvenim mrežama i utječu li društvene mreže na ljudski život, rutine te njihove odluke. U drugom djelu rada fokus je na autorskoj anketi koja daje odgovor na pitanje kada i koliko se najčešće pristupa internetu, i smatra li se internet ovisnosnošću ili je riječ o jednostavnoj potrebi?

Zahtjeva li se od nas da posjedujemo pametne telefone, pametne satove, pametne televizore te je li život jednostavniji u modernom svijetu? Kroz istraživanje došli smo do specifičnih podataka koji su prikazani grafički te obrazloženi.

## **KLJUČNE RIJEČI**

društvene mreže

internet

pametni telefoni

ovisnost



## **11. SUMMARY**

The purpose of this thesis is to question the good and bad sides of social networks among the population. It's already widely known that younger generations use social networks in an intense measure, but this use is also prevalent among adults and older generations.

This new technology has changed society, and especially the way we communicate with each other. This has had a major impact on children, teenagers and young adults who have been raised with these technologies.

In the first part of the thesis, the term of social network is introduced, as well as it's prevalence over the world. A part is dedicated to relevant and less relevant social networks, habits of social networks usage in the wider population, with a purpose of researching if and how much they influence life, daily routines and decision making. In the second part, the focus is on authors' survey, which will give the answer to the quantity and reasons for internet and social networks use.

Is it socially required of us to own smart phones, smart watches, smart televisions and is life easier in modern world? This research will show some specific data, shown graphically and later explained.

### **KEYWORDS:**

social networks

internet

smart phones

addiction

## 12. LITERATURA

### Knjige i članci

(1.6.2015). Dohvaćeno iz <https://www.media-marketing.com/vijesti/infografika-sve-sto-trebate-znati-o-10-godina-youtube-a/>:<https://www.media-marketing.com/vijesti/infografika-sve-sto-trebate-znati-o-10-godina-youtube-a/>

(5. 10 2020). Dohvaćeno iz <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>:  
<https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>

Giddens, A. (2017). *Sociologija*. Zagreb: Nakladni Zavod Globus.

<https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/2/>. (4. march 2005). Dohvaćeno iz cbsnews: <https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/2/>

*Internet World Stats*. (3. march 2020). Dohvaćeno iz [Internetworldstats.com](http://InternetWorldStats.com):  
<http://InternetWorldStats.com>

Jacinta Grbavac, V. G. (2014). POJAVA DRUŠTVENIH MREŽA KAO GLOBALNOG KOMUNIKACIJSKOG FENOMENA. *POJAVA DRUŠTVENIH MREŽA KAO GLOBALNOG KOMUNIKACIJSKOG FENOMENA*, 20-25.

Jeriček, H. (2002). Internet i ovisnost o internetu u Sloveniji. *Internet i ovisnost o internetu u Sloveniji*, 105-115.

Kimberly S. Young, P. D. (1998). *Internet Addiction Test (IAT)*. Wood Dale.

Luiz Moutinho, E. B. (2014). *The Routledge Companion to the Future of Marketing*. London: Economics, Finance, Business & Industry.

*Markething.hr*. (6. 5 2008). Dohvaćeno iz [Markething.hr](http://Markething.hr): <http://Markething.hr>

Matorić, A. (2017). Uspješnost primjene tehnika usredotočene svjesnosti u. *Uspješnost primjene tehnika usredotočene svjesnosti u*, 60-65.

Nina Carević, M. M. (2014). Ovisnost o internetu među srednjoškolcima. *Ovisnost o internetu*, 78-83.

*Povijest hr.* (march. 4 2015). Dohvaćeno iz Povijest.hr: <http://povijest.hr>

*Psihoverzum.* (24. November 2016). Dohvaćeno iz Psihoverzum.com:  
<http://Psihoverzum.com>

*Psihoverzum.* (24. november 2016). Dohvaćeno iz Psihoverzum.com: <http://Psihoverzum.com>

*Psihoverzum.* (2016, november 14). Retrieved from Psihoverzum.com:  
<http://psihoverzum.com>

*Udruga Hera.* (20. december 2015). Dohvaćeno iz Udruga Hera: <http://udruga-hera.info/sto-je-ovisnost/>

Vlček, M. (2016). Ovisnost o računalu kao suvremena bihevioralna. *Ovisnost o računalu kao suvremena bihevioralna*, 7-8.

## 13. PRILOZI

### Popis slika

Slika 1: Vremenski okviri pokretanja najvećih društvenih mreža.....	8
Slika 2: Slika 2. Podjela ispitanika po životnoj dobi.....	17
Slika 3: Podjela ispitanika prema razini obrazovanja.....	17
Slika 4: Podjela ispitanika prema mjestu stanovanja.....	18
Slika 5: Prvi susret s pojmom interneta.....	19
Slika 6: Učestalost posjedovanja pametnog telefona.....	19
Slika 7: Podjela ispitanika prema korištenju uređaja za pristupanje internetu.....	20
Slika 8: Podjela ispitanika na učestalost pristupa internetu tijekom tjedna.....	21
Slika 9: Podjela ispitanika prema najčešćoj svrsi korištenja interneta.....	21
Slika 10: Svakodnevno korištenje interneta među ispitanicima.....	22
Slika 11: Dnevno vrijeme provedeno na internetu (u satima).....	23
Slika 12: Korištene društvene mreže među ispitanicima.....	23
Slika 13: Aktivnost na društvenim mrežama.....	24
Slika 14: Mišljenje ispitanika o provođenju dana bez društvenih mreža.....	25
Slika 15: Uspjeh ili neuspjeh u kontroliranju pristupanja internetu.....	26
Slika 16: Ispitivanje osjećaja nemira pri kontroliranju korištenja interneta.....	26
Slika 17: Nenamjerno prekomjerno korištenje interneta.....	27
Slika 18: Usporedba zanemarivanja društvenog života zbog interneta.....	27
Slika 19: Nedovoljno posvećivanje vremena drugim osobama.....	28
Slika 20: Ispitivanje društvenosti anketiranih osoba.....	28
Slika 21: Osjećaj depresije prilikom nekorištenja interneta.....	29
Slika 22: Postotak ispitanika koji koriste internet protiv lošeg raspoloženja.....	30

Slika 23: Postotak ispitanika koji koriste internet protiv lošeg raspoloženja.....	30
Slika 24: Percepcija ispitanika o životu bez interneta.....	31
Slika 25: Mišljenje ispitanika o eventualnoj vlastitoj ovisnosti o internetu.....	32

## 14. ŽIVOTOPIS

### IVAN NIŽIĆ

---

**ADRESA:** Velebitska 4, Rijeka • **MOB:** 091/544-0395 • **EMAIL:** slovoislovon@gmail.com

---

#### OBRAZOVANJE

Osnovna škola Zamet 1996.-2004.

Medicinska škola u Rijeci 2004.-2009.

#### RADNO ISKUSTVO

2010.-2011. Pripravnički staž

2011.-2016 Dom za starije i nemoćne Vitanova

2016.-2020 Klinika za urologiju

2020.- Objedinjeni hitni bolnički prijam(OHBP)

#### OSOBNJE VJEŠTINE

- Odlične komunikacijske vještine stečene radom u timu, spremnost na kompromis i slušanje
- Posjedovanje organizacijskih vještina i motivacije za zajedničkim napretkom

#### DODATNE VJEŠTINE

Engleski jezik Dobro

Računalne vještine Microsoft Office (Word, Excel), Internet, e-mail

Vozačka dozvola Kategorija B

## 15. Anketni upitnik

### Ovisnost o društvenim mrežama

1. Koja je Vaša dob? \_\_\_\_\_
2. Razina obrazovanja? \_\_\_\_\_
3. Mjesto stanovanja? \_\_\_\_\_
4. Možete li se sjetiti kada ste se prvi put susreli s pojmom "internet" ?
  - a) U vrtiću
  - b) U osnovnoj školi
  - c) U srednjoj školi
  - d) Na fakultetu
  - e) Nije mi poznat pojam
5. Posjedujete li pametni telefon ?
  - a) Da
  - b) Ne
6. Koje sve uređaje koristite za pristup internetu? (mogućnost višestrukog odabira)
  - a) Stolno računalo
  - b) Prijenosno računalo/laptop
  - c) Tablet
  - d) Pametni telefon
  - e) Igraća konzola
  - f) Pametni televizor

7. Postoji li dan u tjednu kada ne pristupate internetu?

a) Da

b) Ne

8. Koja je Vaša najčešća svrha korištenja interneta ?

a) Gledanje videozapisa

b) Gledanje filmova i serija

c) Igranje igrice

d) Dopisivanje

e) Informacije za školu/fakultet

f) Objavljivanje sadržaja/fotografija

g) Čitanje vijesti i zanimljivosti

9. Koristiš li svako slobodno vrijeme za pristup internetu?

a) Da

b) Ne

10. U prosjeku koliko sati dnevno koristite internet?

a) Manje od 1h

b) 1-2 h

c) 3h i više

d) Koristim internet jedanput tjedno

e) Ne koristim internet svakodnevno



11. Posjedujete li jednu ili više društvenih mreža? (mogućnost višestrukog odabira)

- a) Facebook
- b) Youtube
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) Tik Tok
- f) Snapchat
- g) Tinder
- h) Ne posjedujem
- i) \_\_\_\_\_

Što mislite, na kojoj društvenoj mreži ste najaktivniji?

- a) Facebook
- b) Youtube
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) Tik Tok
- f) Snapchat
- g) Tinder
- h) Nisam na društvenim mrežama

13. Možete li zamisliti dan bez društvenih mreža?

a) Da

b) Ne

***Molimo da koristite sljedeću skalu za procjene: 1 – Uopće se ne slažem 2 – Ne slažem se 3 –Nemam mišljenje 4 – Slažem se 5– U potpunosti se slažem***

14. Više puta sam bezuspješno pokušao/pokušala kontrolirati svoje pristupanje internetu

15. Osjećam se nemirnim/nemirnom kada pokušam smanjiti svoje korištenje interneta

16. U većini slučajeva koristim internet dulje nego što sam planirao/planirala

17. Zbog korištenja interneta sam zanemario/zanemarila društveni život

18. Osjećam da ne posvećujem dovoljno vremena prijateljima/prijateljicama

19. Smatram za sebe da sam društvena osoba

20. Dok sam "offline" osjećam se depresivno. Bolje sam čim dođem na internet

21. Internet koristim kako bi umanjio/umanjila loše raspoloženje

22. U kojoj mjeri se smatrate ovisnim o internetu?

23. Jeste li ikad lagali članovima obitelji o svojem vremenu provedenom na internetu?

a) Da

b) Ne

24. Život bez interneta je (...)

a) Isprazan

b) Nezamisliv

c) Dosadan

d) Jednostavniji

