

UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA STVARANJE SLIKE O SEBI I SAMOPOŠTOVANJE ADOLESCENATA: rad s istraživanjem

Jelen, Sanela

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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:184:623739>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-07**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZDRAVSTVENIH STUDIJA
DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ SESTRINSTVA
PROMOCIJA I ZAŠTITA MENTALNOG ZDRAVLJA

Sanela Jelen

UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA STVARANJE SLIKE O SEBI I
SAMOPOŠTOVANJE ADOLESCENATA: rad s istraživanjem

Diplomski rad

Rijeka, 2022.

UNIVERSITY OF RIJEKA
THE FACULTY OF HEALTH STUDIES UNIVERSITY OF RIJEKA
GRADUATE UNIVERSITY STUDY OF NURSING
PROMOTION AND PROTECTION OF MENTAL HEALTH

Sanela Jelen

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE CREATION OF SELF-
IMAGE AND SELF-ESTEEM OF ADOLESCENTS: research

Master thesis

Rijeka, 2022.

ZAHVALA

Zahvaljujem mentorici doc.dr.sc. Gordani Pelčić, dr. med., a posebno komentorici Saši Uljančić prof. rehab., mag. med. techn. na nesebičnoj pomoći u izradi ovog diplomskog rada.

Zahvaljujem svim učenicima medicinske škole Karlovac koji su sudjelovali u ovom istraživanju i ravnateljici Jasminki Štajcer koja je odobrila istraživanje moga rada.

Posebna zahvala ide mojim roditeljima, koji su s ponosom pratili moje školovanje, uvijek bili podrška i vjetar u mojim leđima, čast vas je imati za roditelje.

Najveću zahvalu dugujem svojoj kćeri Iris, kojoj sam oduzela najviše našeg zajedničkog vremena, ujedno joj posvećujem svoj rad.

Mentor rada: doc.dr.sc. Gordana Pelčić, dr. med.

Rad ima 65 stranica, 8 slika, 15 tablica i 77 literarnih navoda.

Diplomski rad obranjen je dana _____ na Fakultetu zdravstvenih studija
Sveučilišta u Rijeci, pred povjerenstvom u sastavu:

Izvešće o provedenoj provjeri izvornosti studentskog rada

Opći podatci o studentu:

Sastavnica	FZSR
Studij	DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ SESTRINSTVA PROMICANJE I ZAŠTITA MENTALNOG ZDRAVLJA
Vrsta studentskog rada	Diplomski rad
Ime i prezime studenta	Sanela Jelen
JMBAG	

Podatci o radu studenta:

Naslov rada	UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA STVARANJE SLIKE O SEBI I SAMOPOŠTOVANJE ADOLESCENATA
Ime i prezime mentora	Gordana Pelčić
Datum zadavanja rada	10.02.2021.
Datum predaje rada	26.8.2022.
Identifikacijski br. podneska	188750211
Datum provjere rada	26.8.2022.
Ime datoteke	UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA STVARANJE SLIKE O SEBI I SAMOPOŠTOVANJE ADOLESCENATA
Veličina datoteke	2.71M
Broj znakova	92651
Broj riječi	15856
Broj stranica	72

Podudarnost studentskog rada:

PODUDARNOST	
Ukupno	13%
Izvori s interneta	
Publikacije	
Studentski radovi	

Izjava mentora o izvornosti studentskog rada

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

Datum
26.8.2021.

Potpis mentora

Sanela Jelen

Rijeka, 16. 5. 2022.

Odobrenje nacrtu diplomskog rada

Povjerenstvo za završne i diplomske radove Fakulteta zdravstvenih studija Sveučilišta u Rijeci
odobrava nacrt diplomskog rada:

UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA STVARANJE SLIKE O SEBI I SAMOPOŠTOVANJE
ADOLESCENATA: rad s istraživanjem

INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON SELF-IMAGE AND SELF-ESTEEM OF ADOLESCENTS:
research

Student: Sanela Jelen
Mentor: doc. dr. sc. Gordana Pelčić

Sveučilište u Rijeci, Fakultet zdravstvenih studija
Diplomski sveučilišni studij Sestrinstvo – promicanje i zaštita mentalnog zdravlja

Povjerenstvo za završne i diplomske radove

Predsjednik Povjerenstva



Pred. Helena Štrucelj, dipl. psiholog – prof.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	3
1.1. Internet i društvene mreže.....	4
1.2. Povijesni razvoj društvenih mreža.....	5
1.2.1. Ovisnost o internetu i društvenim mrežama.....	6
1.2.2. Pozitivni i negativni aspekti uporabe društvenih mreža.....	7
1.3. Povezanost društvenih mreža, samopoštovanja i samopoimanja mladih.....	8
1.3.1. Samopoimanje.....	8
1.3.2. Samopoštovanje.....	9
1.4. Korelati samopoštovanja i razvojna dob.....	10
1.4.1. Školski uspjeh.....	10
1.4.2. Tjelesni izgled.....	11
1.4.3. Odnosi sa značajnim bliskim osobama.....	12
1.4.4. Sreća.....	12
1.5. Društvene mreže i popularnost.....	12
1.6. Oblikovanje samopoštovanja i samopoimanja kroz društvene mreže.....	13
2. CILJEVI I HIPOTEZE.....	16
3. ISPITANICI I METODE.....	18
3.1. Ispitanici.....	18
3.2. Postupak i instrumentarij.....	18
3.3. Statistička obrada podataka.....	19
3.4. Etički aspekti istraživanja.....	19
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	21
4.1. Deskriptivna analiza općih karakteristika ispitanika.....	21
4.2. Deskriptivna analiza instrumenata korištenih u istraživanju.....	24
4.2.1. Značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi.....	24
4.2.2. Negativna iskustva na internetu.....	26
4.2.3. Rosenbergova skala samopoštovanja.....	28
4.2. Statistička analiza rezultata istraživanja.....	28
4.2.4. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalosti negativnih iskustava na društvenim mrežama i razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na dob i spol.....	28
4.2.5. Razinu samopoštovanja u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.....	36
4.2.6. Razliku u razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu.....	37
4.2.7. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama.....	38
4.2.8. Razlika u negativnim iskustvima na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža.....	40

5. RASPRAVA	43
6. ZAKLJUČAK	49
7. LITERATURA	51
8. PRILOZI	59
Slike	59
Tablice.....	59
Obavijest za ispitanike	61
Anketni upitnik	61
8. ŽIVOTOPIS.....	65

SAŽETAK

Uvod: Adolescencija se smatra emocionalno intenzivnim i stresnim razdobljem u kojem se uspostavlja neovisnost, stvara jak identitet i stavlja fokus na samoga sebe. Društvene mreže dovode do društvenih usporedbi, samovrednovanja i stvaranja slike o sebi, što može utjecati pozitivno ili negativno na korisnike istih. Posebno ranjiva skupina korisnika društvenih mreža su adolescenti.

Cilj: Glavni cilj ovog istraživanja je ispitati značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalost negativnih iskustava na društvenim mrežama i razinu samopoštovanja učenika medicinske škole Karlovac u kontekstu društvenih mreža.

Metode: U istraživanju je sudjelovalo ukupno 126 učenika srednje Medicinske škole u Karlovcu. Utjecaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi i učestalost negativnih iskustava na internetu se ispitivalo autorskim upitnicima, a samopoštovanje se ispitalo Rosenbergovom skalom samopoštovanja.

Rezultati: Dob nije bila značajan faktor za stvaranje slike o sebi i u izloženosti nasilju na društvenim mrežama. Učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika. Broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nisu imali statistički značajan utjecaj na razinu samopoštovanja. Razina samopoštovanja raste porastom broja bliskih prijatelja. Broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nisu bili značajni prediktori u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi.

Zaključak: Iako naše istraživanje nije pokazalo značajan utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje promatranog uzorka učenika, društvene mreže imaju i pozitivan i negativan aspekt utjecaja na samopoštovanje. Upotreba društvenih mreža može biti vrlo korisna za društveno povezivanje, osjećaj pripadnosti i prihvaćanje, ali također može imati i psihološki negativne učinke poput internetske ovisnosti i fokusiranja na vlastiti izgled koji rezultira objektivizacijom samoga sebe.

Ključne riječi: adolescencija, društvene mreže, stvaranje slike o sebi, samopoštovanje

SUMMARY

Introduction: Social networks lead to social comparisons, self-evaluation and creation of self-image, which can affect users positively or negatively. A particularly vulnerable group of social network users are adolescents. Adolescence is considered an emotionally intense and stressful period in which independence is established, a strong identity is created and the focus is placed on oneself.

Objective: The main objective of this research is to examine the importance of social networks on creating a self-image, the frequency of negative experiences on social networks and the level of self-esteem of Karlovac medical school students in the context of social networks.

Methods: A total of 126 students of the high school of medicine in Karlovac participated in the research. The influence of social networks on the creation of self-image and the frequency of negative experiences on the Internet was examined with author's questionnaires, and self-esteem was examined with the Rosenberg self-esteem scale.

Results: Age was not a significant factor for self-image and exposure to violence on social networks. Female students achieved a statistically significantly lower level of self-esteem than male students. The number of friends/followers and the time spent on social networks did not have a statistically significant effect on the level of self-esteem. The level of self-esteem increases with the increase in the number of close friends. The number of friends/followers and time spent on social networks were not significant predictors of the perceived importance of social networks on self-image formation.

Conclusion: Although our research did not show a significant influence of social networks on the self-esteem of the observed sample of students, social networks have both positive and negative aspects of influence on self-esteem. The use of social networks can be very useful for social connection, a sense of belonging and acceptance, but it can also have psychologically negative effects such as Internet addiction and a focus on one's own appearance that results in self-objectification.

Key words: adolescence, social networks, self-image, self-esteem

1. UVOD

Društvene mreže prvi put formalno definirane su 2004. godine kao oblici elektroničke komunikacije putem kojih se stvaraju online zajednice za komunikaciju i dijeljenje informacija, ideja, osobnih poruka i drugih sadržaja. Današnji uvjeti života i kreiranje osobnog i socijalnog identiteta neminovno nameću korištenje društvenih mreža. Najpoznatije društvene mreže su Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter i TikTok (1).

Studija iz 2018. koju su proveli Hopelab i Well Being Trust pokazala je da 93% mladih u dobi od 14 do 22 godine većinom svakodnevno koristi društvene mreže (2). U opsežnoj globalnoj anketi provedenoj 2021. godine među srednjoškolcima, Snapchat je bila najkorištenija društvena mreža, zatim slijede TikTok i Instagram. Korisnici Snapchata provjeravaju aplikaciju u prosjeku 30 puta dnevno (3).

Prema izvješću koje je objavio Common Sense Media tinejdžeri u dobi od 13 do 18 godina provedu na Internetu prosječno do devet sati dnevno i najmanje 30 minuta dnevno na društvenim mrežama preko kojih se i odvija značajan dio njihove komunikacije. Društvene mreže svojim korisnicima nude usluge, poput izrade osobnih stranica gdje mogu dijeliti osobne podatke i iskustva, postavljati fotografije, sklapati nova prijateljstva, organizirati društvene događaje, imati uvid u tuđe živote, kao i izražavati vlastite ideje i emocije te ujedno i dobiti osjećaj da su dio grupe (4).

Društvene mreže dovode do društvenih usporedbi, samo vrednovanja i stvaranja slike o sebi, što može utjecati pozitivno ili negativno na korisnike istih (5). Najranjivija skupina korisnika društvenih mreža su adolescenti. Adolescencija se smatra emocionalno intenzivnim i stresnim razdobljem u kojem se uspostavlja neovisnost, stvara jak identitet i stavlja fokus na samoga sebe (6). Adolescencija je za razvoj ličnosti vrlo dinamično životno razdoblje u kojem osim mnogobrojnih čimbenika, vršnjački utjecaj ima jaku ulogu u formiranju životnih stavova (7).

Adolescenti su podložni niskom samopoštovanju zbog usporedbe s vršnjacima, roditeljske kritike, fizičkog izgleda, nerealnih očekivanja, izostanka roditeljske pažnje, traume i maltretiranja (8). Važan čimbenik koji je pozitivno povezan sa samopoštovanjem je razina prihvaćanja od strane drugih. Posljedično, prihvaćanje adolescenata od strane drugih, a time i od

strane njihovih vršnjaka, podiže njihovo samopoštovanje, dok odbijanje dovodi do niskog samopoštovanja. Studije su pokazale da nisko samopoštovanje može narušiti mentalno zdravlje i pogodovati razvoju depresivnog poremećaja, uzrokovati zlouporabu narkotika i napuštanje škole te biti uzrok rizičnog seksualnog ponašanja i tinejdžerskih trudnoća (9).

Važan razvojni zadatak koji adolescenti trebaju ostvariti je stjecanje razumne razine samopoštovanja te pozitivno i relativno stabilno vrednovanje sebe. Samopoštovanje adolescenata važan je prediktor zdrave privrženosti vršnjacima, psihološke dobrobiti i uspjeha kasnije u životu. Interakcija vršnjaka i povratne informacije o sebi su temeljne značajke društvenih mreža i važni su prediktori samopoštovanja adolescenata (10).

Provedbom ovog istraživanja nastoji se ukazati na važnosti utjecaja društvenih mreža na formiranje ličnosti kod adolescenata. Rezultati ovog istraživanja također mogu poslužiti pedagozima i psiholozima kako bi se dobio bolji uvid u mentalno funkcioniranje adolescenata.

1.1. Internet i društvene mreže

U uvjetima današnjeg društva i digitalizacije kao jedne od najznačajnijih karakteristika suvremenog doba, korištenje Interneta postalo je svakodnevica i gotovo nužnost. Tomšić internet opisuje kao globalnu računalnu mrežu u kojoj je povezan bezbroj računala u cijelinu s mogućnosti međusobnog dijeljenja i razmjene sadržaja (11), dok Aftab internet opisuje kao medij kojemu je svrha zabava, komunikacija i učenje (12).

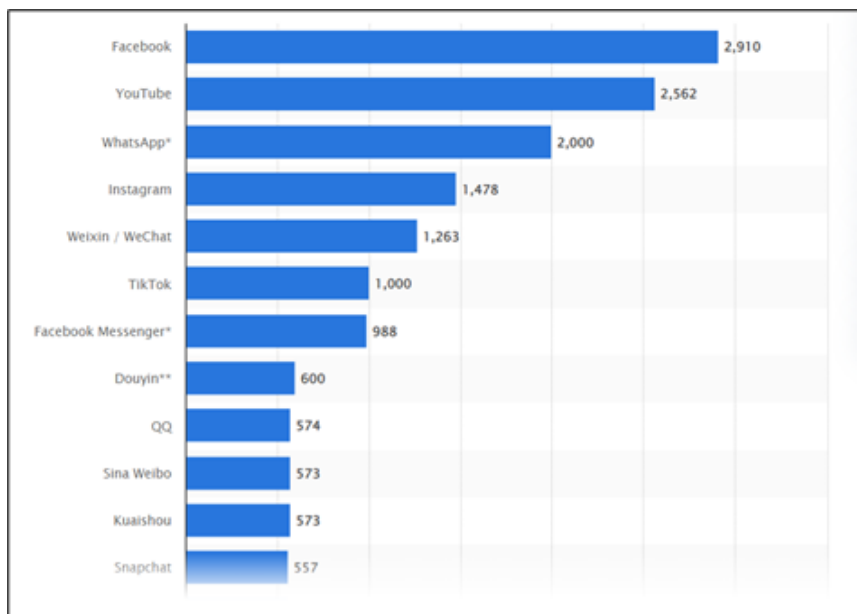
Društvene mreže predstavljaju novu mogućnost stvaranja mreže poznanstva putem Interneta (13). Somerville ističe kako korisnici, u velikom broju slučajeva, profile društvenih mreža koriste za stupanje u interakciju s osobama koje već od prije poznaju iz stvarnog života (14).

Sam termin „društvene mreže“ može se promatrati kao opći pojam kojim se opisuje bilo koja Internet stranica ili aplikacija pametnih telefona pomoću koje korisnici mogu međusobno komunicirati i razmjenjivati osobne poruke, ideje, videozapise i sl. Budući da je u ljudskoj prirodi interakcija s drugima, a suvremeno doba karakterizira upravo digitalna komunikacija, društvene mreže postale su svojevrsni globalni fenomen jer okupljaju veliki broj ljudi. Primjeri najpoznatijih odnosno najraširenijih društvenih mreža su Instagram, SnapChat, Facebook, MySpace, Twitter i druge, manje globalno raširene društvene mreže (14).

1.2. Povijesni razvoj društvenih mreža

Počeci razvoja društvenih mreža vezuju se za 90-te godine 20. st. U tom periodu nastale su preteče današnjih društvenih mreža poput Six Degrees, BlackPlanet, Asian Avenue i MoveOn. To su bila mjesta na kojima se moglo međusobno komunicirati gdje su korisnici mogli stvarati javno dostupne vlastite profile. U tom periodu stvorene su i mrežne stranice poput Bloggera i Epinionsa na kojima su potrošači mogli čitati ili ocijenjivati proizvode, te softverska aplikacija Napster koja je omogućavala dijeljenje datoteka između korisnika (15).

Godine 2000. društvene mreže naglo se šire i bitno utječu na promjene u interakciji pojedinaca i organizacija koji dijele zajedničke interese. Junco i sur. navode kako je 2001. godinu obilježilo pokretanje Fotologa, Sky bloga i Friendstera; 2003. godinu pokretanje MySpacea, LinkedIna, lastFMA, tribe.net; 2004. godinu pokretanje Facebooka, a 2005. godinu pokretanje Yahoo!360, YouTubea i Cyworda (16). Danas društvene mreže predstavljaju svakodnevni vid komunikacije. Prema broju korisnika, najpopularnije društvene mreže širom svijeta danas su Facebook, Instagram i Twitter. Facebook je u 2012. godini imao više od jedne milijarde korisnika mjesečno (17). Danas taj broj raste na 2,9 milijardi (18). Na Slici 1 prikazano je bizvješće iz siječnja 2022. godine gdje Facebook i dalje zauzima vodeće mjesto u popularnosti korištenja društvenih mreža.



Slika 1. Globalne društvene mreže rangirane po broju korisnika u 2022. godini. Izvor: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Kwak i sur. navode kako su nakon Facebooka stranice kojima najbrže raste broj korisnika Twitter i Instagram (19). Twitter je pokrenut 2006. godine na kojemu su kratke poslane poruke dostupne svim pratiteljima. To je društvena mreža koja je u 2019. godini imala 290,5 milijuna mjesečnih korisnika, a očekuje se da će do 2024. godine imati preko 340 milijuna korisnika (20). Instagram je društvena mreža pokrenuta u listopadu 2010. godine i od travnja 2012. godine dio je Facebook platforme. To je mreža namijenjena međusobnom povezivanju korisnika putem dijeljenja fotografija i videozapisa i primarno ne služi kao komunikacijski kanal. U 2021. godini broj je mjesečnih korisnika Instagrama bio veći od 1,21 milijarde. Predviđa se da će do 2025. godine Instagram aktivno koristiti više od 1.44 milijarde ljudi mjesečno (21).

1.2.1. Ovisnost o internetu i društvenim mrežama

Sam pojam ovisnosti u domeni Interneta karakterizira potreba za prekomjernim korištenjem internetskih usluga koje za posljedicu ima narušeno psihičko i fizičko zdravlje te otežano svakodnevno funkcioniranje unutar obiteljskog socijalnog i radnog okruženja (22).

Prema Robotić ovisnost o internetu obuhvaća (23):

- preopterećenje dostupnim informacijama
- nekontrolirano korištenje Interneta
- ovisnost o vezama
- ovisnost o emocionalnim vezama stečenim putem Interneta.

Ovisnost o Internetu manifestira se jakom željom za neprestanim korištenjem Interneta, gubitkom pojma o vremenu provedenom na Internetu, zapostavljanjem zadataka u stvarnom životu i izolacija od obitelji i prijatelja, neraspoloženošću, nervozom ili ljutitim ispadima usred prekida korištenja Interneta, gubitkom interesa za ostale aktivnosti i dr. (23).

Mogućnost da se putem društvenih mreža bira i filtrira način na koji se pojedinac predstavlja, ukida granicu između realnog identiteta i identiteta predstavljenog na društvenim mrežama. Online identiteti često su rezultat nesigurnosti i samopromocije, pa broj lajkova i odobravanje ostalih korisnika na društvenim mrežama postaje značajan dio samopercepcije (24).

Često je virtualni identitet pojedinca stvoren i prikazan kao uljepšana slika sebe i svojih iskustva, što postaje problem, jer se nastoji prikazati idealni život koji nije realan. Pojedinci postaju

opsjednuti prikazivanjem idealnog života i ako ne uspiju u tome to direktno utječe na njihovo samopouzdanje i sliku o sebi. Livazović navodi kako je Internet idealno mjesto za razvoj rizičnih oblika ponašanja, pri čemu rizično ponašanje definira kao ponašanje koje ukazuje na probleme koji prijete pozitivnom razvoju djece i mladih i njihovoj adekvatnoj prilagodbi okolini koja ih okružuje (25). Kod osoba koje su razvile ovisnost o Internetu uočena je sklonost razvijanju depresije, anksioznosti, psihosomatskih smetnji, deficita pažnje, hiperaktivnih neuroloških poremećaja (23).

1.2.2. Pozitivni i negativni aspekti uporabe društvenih mreža

Intenzivna uporaba društvenih mreža neizostavni je dio svakodnevice većine pojedinca. Tema velikog broja istraživanja provedenih u posljednjih deset godina bila je ustanoviti kako društvene mreže djeluju na ponašanje i životne navike korisnika.

Prva istraživanja provedena su već krajem 20. stoljeća na području Kanade. Cilj je bio otkriti razlike u načinu provođenja svakodnevice između ljudi koji imaju dostupnu raznu tehnologiju i online usluge, te brzi Internet i onih koji to nemaju. Rezultati istraživanja pokazali su da su osobe koje su koristile društvene mreže poznavale dvostruko veći broj svojih susjeda po imenu i posjećivali ih u njihovim domovima, od onih koji nisu koristili iste. Iz ovog istraživanja vidljivo je da je elektronička komunikacija utjecala na poboljšanje izravnih društvenih veza među sustanarima, odnosno susjedima. Ovo istraživanje također ukazuje da je korištenje nove tehnologije doprinijelo očuvanju veza sa fizički udaljenim osobama (26).

Istraživanja koja su uslijedila većinom su analizirala mlađu populaciju. Svrha ovih istraživanja bilo je prikazati pozitivne i negativne utjecaje koje svakodnevna upotreba društvenih mreža ima na mlade. Većina navedenih istraživanja analizirala je ovaj utjecaj kroz upotrebu društvene mreže Facebook koja dugi niz godina prednjači po broju korisnika u odnosu na ostale mreže. Rezultati istraživanja redovito potvrđuju da je upravo Facebook društvena mreža s najvećim brojem korisnika i da više od polovice njenih korisnika na društvenim mrežama provede i do četiri sata na dan. Razlog tome je vrlo lak pristup Internetu pomoću vrlo dostupne i raširene tehnologije (pametni telefoni i ostali uređaji). Prema dostupnim istraživanjima društvene mreže najvećem broju korisnika služe kao komunikacijski kanali i sredstvo su izmjene informacija (27).

Kosić je došao do zaključka da je tjedno vrijeme velikog broja adolescenata srednjoškolske dobi

provedeno na Facebooku jednako polovici radnog vremena njihovih roditelja. Istraživanja također ukazuju na tendenciju učenika da zbog povećanog vremena provedenog na društvenim mrežama zanemaruju svoje obaveze i manje se druže uživo (28). Blažeka je došao do zaključka da učenici u najmanjem broju društvene mreže koriste za kreativnost i učenje, a prisutan je bio i dio učenika kojima društvene mreže služe za ispoljavanje negativnih oblika ponašanja (29). McKinney i sur. ukazuju na postojanje veze između vremena koje pojedinac provede na društvenim mrežama i narcizma. Što je veći broj objavljenih postova na društvenim mrežama, veći je i stupanj narcisoidnosti pojedinca (30).

Poznat je i negativan utjecaj medija na kreiranje idealne slike tijela. Ovaj utjecaj vidljiv je i u domeni društvenih mreža. Studija Alysse Pitre iz 2010. godine ukazuje kako više od 77% ispitanih studenata priznaje kako mediji imaju značajan utjecaj na kreiranje njihove osobne slike tijela. Gotovo polovica ispitanika tvrdi da je upravo online sadržaj temelj na kojem kreiraju ideju poželjnog kao i zdravog tijela (31). Istraživanje Menga i sur. sugerira kako upravo iskrivljena slika tijela iz medija izravno utječe na povećanje poremećaja prehrane, osobito kod studentica i adolescentica (32).

1.3. Povezanost društvenih mreža, samopoštovanja i samopoimanja mladih

1.3.1. Samopoimanje

Oyserman i sur. samopoimanje opisuju kao koncept koji odgovara na temeljna pitanja - *tko sam ja, gdje pripadam i kako se uklapam u društvo* (33). Samopoimanje je način na koji percipiramo sami sebe. Na samopoimanje značajno utječe okolina i atributi koje sami pripisujemo vlastitom ponašanju, a formira se bazirano na iskustvu i interpretaciji okoline (34).

Lacković-Grgić navodi kako se samopoimanje sastoji od pet dimenzija-intelektualnih sposobnosti, težnje za postignućem, fizičkih vještina, interpersonalnih vještina i osjećaja socijalne odgovornosti. Područja života pomoću kojih se procjenjuje samopoimanje se razlikuju ovisno o dobi i mjenjaju se tijekom emocionalnog i fizičkog sazrijevanja (35).

Obzirom da postoje različita tumačenja samopoimanja, postoje i različiti načini mjerenja istog. Harterova je definirala različite skale samopercepcije ovisno o starosnoj dobi adolescenata. Skala kojom se ispituje samopercepcija kod adolescenata sadrži sljedeće aspekte (36):

- akademsku kompetentnost
- socijalnu prihvaćenost
- sportsku kompetentnost
- tjelesni izgled
- poslovnu kompetentnost
- romantičnu privlačnost
- regulaciju ponašanja
- bliska prijateljstva.

1.3.2. Samopoštovanje

Samopoštovanje obuhvaća samoprocjenu samoga sebe, odnosno vlastitog „ja“, koja može biti i pozitivna i negativna. Ono definira kako osoba sebe vidi u kontekstu okoline u kojoj se nalazi mjeri vlastitu vrijednost i kompetentnost. U posljednjih 20 godina provedena su mnogobrojna istraživanja koja su definirala samopoštovanje kao dvodimenzionalni konstrukt. Jednu dimenziju čini koncept samopoštovanja koji je posljedica pozitivnog odnosa društvenog okruženja, dok drugu dimenziju čini procjena vlastitih sposobnosti (36,37).

Samopoštovanje se može promatrati kao (38):

- pozitivno ili negativno
- osobno ili socijalno
- vlastita kompetencija (*engl. Self-competence*)
- prihvaćanje samoga sebe (*engl. self-liking*).

Mar i sur. pozitivno samopoštovanje opisuju kao zdravo i poželjno, čvrsto povezano sa pozitivnim utjecajem. Prema istim autorima, negativno samopoštovanje usko je povezano s negativnim utjecajem poput antisocijalnog ponašanja (npr. zlouporaba droge, zlostavljanje i sl.) (38).

Osobno i socijalno samopoštovanje razlikuje se ovisno o tome procjenjuje li se osobno samopoštovanje ili samopoštovanje određene skupine pojedinaca. Većina istraživanja usmjerila se na procjenjivanje vlastitog samopoštovanja. Socijalno samopoštovanje uvelike određuje grupa s kojom se pojedinac uspoređuje i koliko je njemu osobno važan osjećaj pripadanja istoj.

Stoga se socijalno samopoštovanje može promatrati kao opće i specifično. Opće socijalno samopoštovanje usmjereno je na veći broj grupa čiji je pojedinac pripadnik dok se specifično socijalno ponašanje odnosi na točno određenu grupu u koju se mogu ubrojiti grupe kao što su sportska grupa, vjerska grupa itd. (39).

„*Vlastita kompetencija*“ se u literaturi definira kao osjećaj pojedinčeve sposobnosti koji je rezultat njegovih vlastitih iskustava koja su bila uspješna u postizanju prethodnih ciljeva (40). Nasuprot tome, „*prihvatanje samoga sebe*“ vlastita je procjena svoje vrijednosti. Prihvatanje samoga sebe nije nužno povezano s ponašanjem i sposobnošću, već se ono povezuje s društveno etabliranim kriterijima u koje se ubrajaju moral i atraktivnost (41). Pojam „prihvatanja samoga sebe“ i ljubavi prema sebi koju ono podrazumijeva, najbliži je pojmu samopoštovanja kako ga definira većina autora. Samopoštovanje nije opća evaluacija samog sebe, već emocionalno utemeljena evaluacija onoga što pojedinac osjeća sam za sebe. Suprotno tome, pojam „vlastita kompetencija“ puno je bliži uvjerenjima o samoeфикаsnosti koja su većinom kognitivna (42).

1.4. Korelati samopoštovanja i razvojna dob

Samopoštovanje oblikuje uspjeh u područjima koja su pojedincu od velike važnosti. Što su područja u kojima je zabilježen uspjeh važnija, veće je i njegovo samopoštovanje, područja koja mu nisu od neke velike važnosti imaju manji utjecaj na oblikovanje samopoštovanja (43).

Niz faktor koji najviše utječu na samopoštovanje kod adolescenata su sljedeći (31):

- tjelesni izgled
- školski/fakultetski uspjeh
- prihvaćenost od strane vršnjaka
- problemi u ponašanju
- emocionalne veze
- broj bliskih prijatelja
- poslovna kompetentnost.

1.4.1. Školski uspjeh

Istraživanja pokazuju da visoko samopoštovanje nije usko povezano sa visokim školskim, odnosno akademskim uspjehom. Provedene studije ne ukazuju na uzajamni odnos razine

samopoštovanja i razine uspjeha u školi, ali ukazuju na činjenicu da su adolescenti s visokom razinom samopoštovanja uporniji nakon neuspjeha u ostvarenju svojeg cilja u odnosu na one s nižom razinom samopoštovanja (44). Lacković-Grgin navodi kako odustajanje od školovanja često ima trajno negativan utjecaj na samopoštovanje adolescenata (35).

Istraživanjima koja ispituju vezu između samopoštovanja i školskog uspjeha došlo se do zaključka da visoko samopoštovanje pomaže pojedincima da sebe vide aktivnim i sposobnim osobama za promicanje promjena kroz trud i postavljanje viših ciljeva koji uzrokuju učenje novih stvari. Zanimljivo je da su brojni istraživači pokazali da je najbolji način za poboljšanje postignuća učenika povećanje njihovog samopoštovanja. Istraživanja su također dokumentirala da visoko samopoštovanje igra važnu ulogu u akademskim postignućima, društvenoj i osobnoj odgovornosti (45). Oni koji imaju veća akademska postignuća imaju tendenciju da se osjećaju više samopouzdanom za razliku od onih koji nemaju povjerenja u sebe, oni postižu manje (44). Objašnjenje za to autori nalaze u činjenici da se procjena samopoštovanja pojedinca uvijek odvija u odnosu sa bliskom okolinom koja ne mora nužno akademski uspjeh smatrati temeljem vlastite uspješnosti, odnosno vlastite sposobnosti.

1.4.2. Tjelesni izgled

Unatoč uvriježenom stavu da su ljudi visokog samopoštovanja atraktivniji i da se više sviđaju drugima, rezultati istraživanja to ne dokazuju. Visoko samopoštovanje ne može se povezati ni sa značajnim učinkom na duljinu ni sa uspješnošću romantičnih veza (44).

Tjelesni izgled kriterij je evaluacije okoline koja pozitivno evaluira tjelesni izgled u skladu sa nametnutim standardima ljepote u vlastitoj kulturi. Također, oni čiji tjelesni izgled odstupa od tih standarda, često su negativno evaluirani. Ove reakcije okoline na tjelesni izgled pojedinca, kod samog pojedinca stvaraju osjećaj prihvatanja odnosno neprihvatanja i neadekvatnosti. Stoga se može reći da evaluacija okoline uvelike utječe na način na koji pojedinac procjenjuje samoga sebe.

Jedna od važnih karakteristika tjelesnog izgleda je i povećana tjelesna težina djece i adolescenata. Djeca koja imaju problema sa povišenom tjelesnom težinom ukazuju na puno veću vjerojatnost za nižim samopoštovanjem od djece normalne tjelesne težine (46).

1.4.3. Odnosi sa značajnim bliskim osobama

U periodu adolescencije ono što kod adolescenta u najvećoj mjeri oblikuje mišljenje o samome sebi je mišljenje roditelja, bliskih prijatelja i kolega iz razreda. Njihov stav odnosno njihovo mišljenje uvelike utječe na njihovo vlastito samopoštovanje. Adolescenti vjeruju kako su fizički izgled i ponašanje temelj na kojem okolina stvara mišljenje o njima, čemu pridaju veliku pažnju, a značajno utječe na vezu između vlastite percepcije samoga sebe i povratnih informacija koje dobiva od osoba iz najbliže okoline koje imaju određeni značaj za njega (36).

Adolescenti najčešće žive sa roditeljima i roditeljsko ponašanje prema njima također ima značajan utjecaj na samopoštovanje adolescenata što je više izraženo kod dječaka, nego kod djevojčica (24). Osim roditeljskog utjecaja, na samopoštovanje adolescenata uvelike utječu i profesori koji su za adolescente važan izvor akademskog samopoštovanja (36).

1.4.4. Sreća

Sreća je usko povezana sa samopoštovanjem pojedinca. Samopoštovanje i sreća nisu nužno u uzročno-posljedičnom odnosu, ali mnogi autori ukazuju na činjenicu da niska razina samopoštovanja vodi depresiji, dok visoko samopoštovanje generira osjećaj sreće. Također je potvrđeno i da visoka razina samopoštovanja smanjuje stres i olakšava suočavanje s istim (44).

1.5. Društvene mreže i popularnost

Prije dominacije digitalne komunikacije, popularnost je značila biti voljen i prihvaćen od okoline, no u suvremeno doba popularnost je pojam koji je usko vezan uz društvene mreže i digitalnu komunikaciju. Popularnost na društvenim mrežama mjeri se brojem pratitelja i brojem lajkova koje određena objava prikupi. Lenhart i suradnici navode kako je popularnost vrlo važan aspekt u periodu adolescencije jer ona uvelike utječe na samopoimanje i samopoštovanje pojedinca. U popularnosti na društvenim mrežama veliku ulogu ima i atraktivnost objavljenog sadržaja (47).

Prema Zuo i sur. aspekti koji su važni za prosudbu popularnosti na društvenim mrežama su sljedeći (48):

- broj pratitelja koje osoba posjeduje
- učestalost objava i poruka na profilnom „zidu“

- grupe ili stranice koje je vlasnik profila kreirao ili im se pridružio.

Mnogi pojedinci putem društvenih mreža izražavaju istinskog sebe. Popularnost koju stječu kroz taj oblik izražavanja uvelike utječe na razinu njihovog samopoštovanja.

1.6. Oblikovanje samopoštovanja i samopoimanja kroz društvene mreže

Razina samopoštovanja usko je povezana sa upotrebom društvenih mreža (49). Dalekosežan utjecaj interneta na samopoimanje i samopoštovanje proučava se posljednjih desetak godina koji karakterizira sve veća količina vremena provedenog na internetu. Društvene mreže postale su najčešće korišten način komunikacije i sredstvo kojim se korisnici prikazuju svijetu. Društvene mreže ujedno nude mogućnost oblikovanja i prikazivanja željene slike o sebi (50).

Način na koji pojedinac komunicira sa drugim ljudima uvelike je određen osobnošću i razinom njegovog vlastitog samopoštovanja (51). Gonzalez i sur. zaključili su da korištenje društvenih mreža može podići razinu samopoštovanja u adolescenata kroz percepciju tjelesnog izgleda i kroz odnose s drugima pri čemu najveći utjecaj imaju pozitivne reakcije i odobravanje prijatelja i pratitelja na društvenim mrežama. Dodatan faktor koji utječe na poboljšanje samopoštovanja je i kontrola sadržaja kroz koji adolescent sebe prezentira na društvenim mrežama (52).

Zuo pozitivnu stranu društvenih mreža vidi kroz očuvanje vlastitog integriteta i vrijednosti kroz profil koji korisnik sam stvara i prezentira. Prezentacijom idealnog „sebe“ u adolescenta su prisutni pozitivni osjećaji i porast samopoštovanja (48).

Valkenburg i sur. proveli su longitudinalno istraživanje u kojem su nastojali istražiti odnos uporabe društvenih mreža kod adolescenata i društvenog samopoštovanja. Opisali su socijalno samopoštovanje kao stupanj do kojeg se adolescenti osjećaju prihvaćenima i sviđaju se prijateljima i vršnjacima te se osjećaju uspješnima u formiranju i održavanju prijateljstava. Istraživanje je pokazalo pozitivan odnos između društvenog samopoštovanja adolescenata i korištenja društvenih mreža. Nije bilo dokaza da su korisnici društvenih mreža značajno povećali svoje socijalno samopoštovanje. Drugi istraživači otkrili su pozitivan utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i samopouzdanje adolescenata što se može objasniti prirodom funkcioniranja društvenih mreža i mogućnost pružanja trenutnih pozitivnih povratnih informacija. Međutim takav rast samopoštovanja i samopouzdanja je trenutni i kratkoročan (53). Nadalje, sposobnost adolescenata da budu selektivni u samoprezentaciji na različitim platformama potencijalno

pozitivno utječe na samopoimanje a time i na samopoštovanje (54).

Velik dio istraživanja koja istražuju društvene medije i samopoštovanje kod odraslih i adolescenata su uključili mjerenja učestalosti korištenja društvenih medija. Blomfield i sur. navode da učestalost korištenja društvenih mreža nije značajan prediktor samopoštovanja među adolescentima u dobi od 12 do 17 godina, no s druge strane važnost koju za njih predstavljaju društvene mreže bila je značajno negativni prediktor samopoštovanja (55).

Društvene mreže se ne koriste isključivo za upoznavanje novih prijatelja, one su također važan dio načina na koji adolescenti komuniciraju s postojećim prijateljima iz stvarnog života. Adolescenti navode da se osjećaju bolje kada su povezani sa svojim prijateljima i kada su u tijeku sa informacijama o tome što se događa u njihovim životima što ujedno stvara osjećaj emocionalnog olakšanja i socijalne integracije (56).

Adolescenti također navode da im društvene mreže pružaju mogućnost da daju podršku svojim prijateljima tijekom izazovnih ili problematičnih situacija. Lenhart u svojem istraživanju navodi da je 68% adolescenata dobilo podršku od prijatelja putem društvenih mreža kada im je ona bila potrebna (56). Prednosti podrške koju adolescenti percipiraju kroz društvene mreže su povećana socijalna i emocionalna podrška, rast samopoštovanja, smanjenje društvene anksioznosti i osjećaj pripadnosti grupi (57).

Različite studije su se bavile povezanošću uporabe društvenih mreža i negativnog učinka na samopoštovanje (14). Obzirom da se na društvenim mrežama naglašava fizička atraktivnost korisnika, korisnici su svjesni važnosti prezentacije vlastitog fizičkog izgleda (58). Može se reći da upravo društvene mreže stimuliraju nezdravu opsjednutost tjelesnim izgledom, jer on predstavlja glavni fokus prilikom prezentiranja samog sebe na društvenim mrežama i može dovesti do štetnih posljedica u vidu nezadovoljstva vlastitim tijelom (42). Prema postojećim istraživanjima posljednjih godina nezadovoljstvo vlastitim tijelom je sve veće, posebice u periodu adolescencije i izraženije je među djevojkama, nego među mladićima. Glavni utjecaj povećanja nezadovoljstva vlastitim tijelom navedeni autori vide upravo kao posljedicu medijske izloženosti naglašavanju i idealiziranju mršavosti. Raymer navodi kako upravo analize medijskih sadržaja na televiziji, internetu te u filmovima i časopisima, potvrđuju normativ mršave žene kao idealne i privlačne (59). Levine i Murnen ističu kako je upravo viša razina izloženosti masovnim medijima vezana uz višu razinu nezadovoljstva vlastitim tijelom te uz poremećaje u prehrani

(60). Također, fokusiranje na fizički izgled za posljedicu ima objektiviziranje samoga sebe. Vries navodi kako reakcije drugih korisnika društvenih mreža putem lajkova i komentara na prezentaciju samog sebe na mreži može rezultirati prilagođavanjem samopoimanja vlastitoj prezentaciji (49). Pojedinci koje karakterizira viša razina zabrinutosti o vlastitom izgledu skloniji su patološkoj internetskoj ovisnosti, naročito ovisnosti o društvenim mrežama. Ova vrsta ovisnosti dalje može voditi do socijalne izolacije i težih psihopatoloških stanja (59).

2. CILJEVI I HIPOTEZE

Glavni cilj ovog istraživanja je ispitati značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalost negativnih iskustava na društvenim mrežama i razinu samopoštovanja učenika Medicinske škole Karlovac u kontekstu društvenih mreža.

Specifični ciljevi istraživanja:

C1: Ispitati razlike u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalosti negativnih iskustava na društvenim mrežama i razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na dob i spol.

C2: Ispitati razinu samopoštovanja adolescenata u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.

C3: Ispitati razliku u razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu.

C4: Ispitati odnos u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, broja prijatelja/pratitelja i dužine vremena provedenog na društvenim mrežama.

C5: Ispitati razliku u negativnim iskustvima na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža.

U skladu s navedenim ciljevima postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Mlađi adolescenti i djevojke pridaju veći značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi, imaju češća neugodna iskustva na društvenim mrežama i nižu razinu samopoštovanja.

H2: Ne postoji statistički značajna razlika u samopoštovanju adolescenata u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.

H3: Adolescenti koji imaju više od tri bliska prijatelja u stvarnom životu imaju višu razinu samopoštovanja.

H4: Adolescenti s većim brojem prijatelja/pratitelja na društvenim mrežama i koji provode više vremena na društvenim mrežama pridaju veći značaj utjecaju društvenih mreža u stvaranju slike o samome sebi.

H5: Adolescenti koji društvene mreže koriste u svrhu objavljivanja sadržaja o sebi su češće imali neugodna iskustva na društvenim mrežama.

3. ISPITANICI I METODE

3.1. Ispitanici

Prigodni uzorak ispitanika u ovom presječnom istraživanju su bili učenici srednje Medicinske škole u Karlovcu, muškog i ženskog spola, u dobi od 15 do 19 godina, svih zdravstvenih usmjerenja. U istraživanju je sudjelovalo ukupno 126 učenika.

3.2. Postupak i instrumentarij

Prikupljanje podataka provedeno je digitalnim putem pomoću upitnika koji je izrađen u Google Forms aplikaciji. Link sa mrežnom adresom upitnika bio je podijeljen razrednicima razrednih odjela Medicinske škole Karlovac. Razrednici su, nakon prikupljenih potpisanih suglasnosti za maloljetne učenike, link podijelili učenicima preko platformi za učenje na daljinu. Učenici su preko podijeljenog linka mogli pristupiti individualnom rješavanju upitnika. Potrebno vrijeme za rješavanje upitnika bilo je do 15 minuta.

Za potrebe istraživanja sastavljen je anketni upitnik podijeljen u 4 dijela. Prvi dio upitnika obuhvaćao je opća pitanja o dobi, spolu i pitanja o navikama korištenja društvenih mreža.

Drugi dio upitnika pomoću Likertove skale ispitivao je utjecaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi. Ovaj dio upitnika sadržavao je ukupno 7 čestica i autorski je upitnik sastavljen za potrebe ovog istraživanja. Primjeri čestica iz ovog dijela upitnika su: „*Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu*“; „*Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih*“; „*Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj*“...

Ispitanici su na pitanja odgovarali pomoću Likertove skale na 5 razina od 1-uopće se ne slažem do 5-u potpunosti se slažem.

Treći dio upitnika provjeravao je samopoštovanje. Samopoštovanje ispitanika ispitalo se Rosenbergovom skalom samopoštovanja. Upitnik se sastojao od deset pitanja zatvorenog tipa koja su obuhvaćala ispitanikovu sliku o sebi, zadovoljstvo sobom i povjerenje u vlastite mogućnosti i vlastitu vrijednost. Ispitanici su na pitanja odgovarali pomoću Likertove skale na 4 razine od 1-uopće se ne slažem do 4-u potpunosti se slažem. U obradi sirovih rezultata pitanja 2.,3.,4.,6. i 9. reverzibilno su bodovana. Teorijski raspon upitnika bio je od 10 do 50. Veća vrijednost ukupnog rezultata označava višu razinu samopoštovanja (13). Rosenbergova skala je javno dostupna i za njenu uporabu nije potrebno odobrenje autora (14). U četvrtom dijelu

upitnika kroz 5 pitanja zatvorenog tipa, koja su također sastavljena za potrebe ovog istraživanja, ispitala se učestalost negativnih iskustava na internetu. Primjeri čestica koje ispituju negativna iskustva na internetu su; „*Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?*“; „*Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba ?*“... Ispitanici su na pitanja odgovarali pomoću Likertove skale na 4 razine, od 1 – nikada do 4 – često. U analizi rezultata svaka čestica se vrednovala zasebno.

3.3. Statistička obrada podataka

Kvalitativne varijable na nominalnoj skali su spol i svrha korištenja društvenih mreža. Varijable koje se nalaze na ordinalnoj skali su broj bliskih prijatelja u stvarnom životu, količina vremena provedena na društvenim mrežama i broj pratitelja. Kontinuirana varijabla dobiva nalazi se na omjernoj skali. Kontinuirane varijable na intervalnoj skali su vrijednosti upitnika o značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, vrijednosti Rosenbergove skale samopoštovanja i vrijednosti upitnika o neugodnim iskustvima na društvenim mrežama.

U deskriptivnom dijelu obrade podataka, rezultati kvalitativnih varijabli prikazani su pomoću apsolutnih frekvencija i postotaka, a kontinuirane varijable u obliku aritmetičke sredine s standardne devijacije.

Nezavisne varijable u istraživanju su spol, dob, svrha korištenja društvenih mreža, broj bliskih prijatelja u stvarnom životu, količina vremena provedena na društvenim mrežama i broj pratitelja, a zavisne varijable su čestice na Upitniku o percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi i Upitniku neugodnih iskustava na društvenim mrežama te razina samopoštovanja kao rezultat Rosenbergove skale samopoštovanja. Hipoteze u istraživanju su testirane metodama neparametrijske statistike Povezanost između varijabli ispitala se Spearmanovim koeficijentom korelacije.

Razina statističke značajnosti postavljena je na < 0.05 . Za statističku obradu podataka koristio se statistički program Statistica 14.0.

3.4. Etički aspekti istraživanja

Prije početka istraživanja u ravnateljstvo Medicinske škole Karlovac je upućena obavijest s opisom istraživanja kojom se tražilo dopuštenje za provođenje istoga. Nakon dobivanja

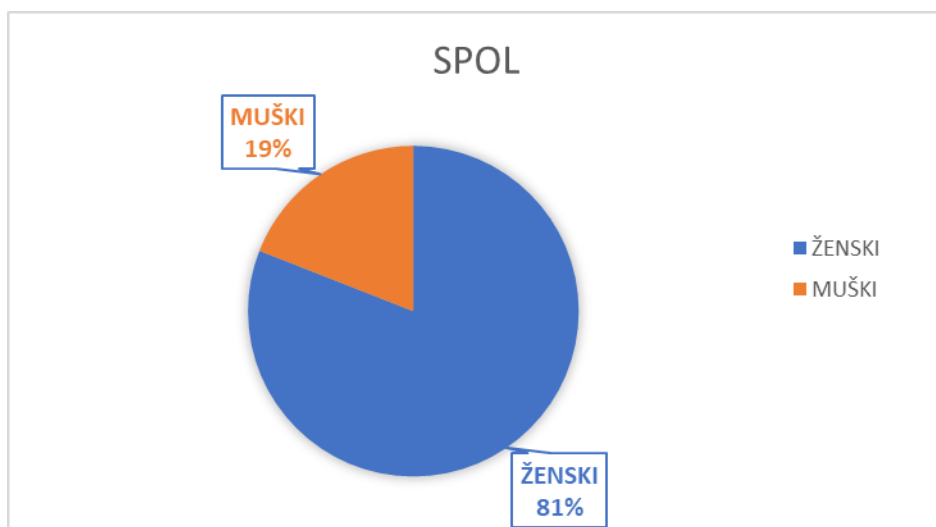
dopuštenja od stručne službe škole, ispitivač je školi dostavio obavijest za roditelje i informirani pristanak za maloljetne učenike.

Za provođenje ovog istraživanja bila je potrebna roditeljska suglasnost o sudjelovanju maloljetnih učenika u istraživanju, za punoljetne učenike ona nije bila potrebna. Učenici su u istraživanju sudjelovali dobrovoljno te su od istoga mogli odustati u svakom trenutku. Učenicima se garantirala zaštita osobnih podataka, sukladno etičkom kodeksu o provođenju istraživanja na maloljetnicima.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

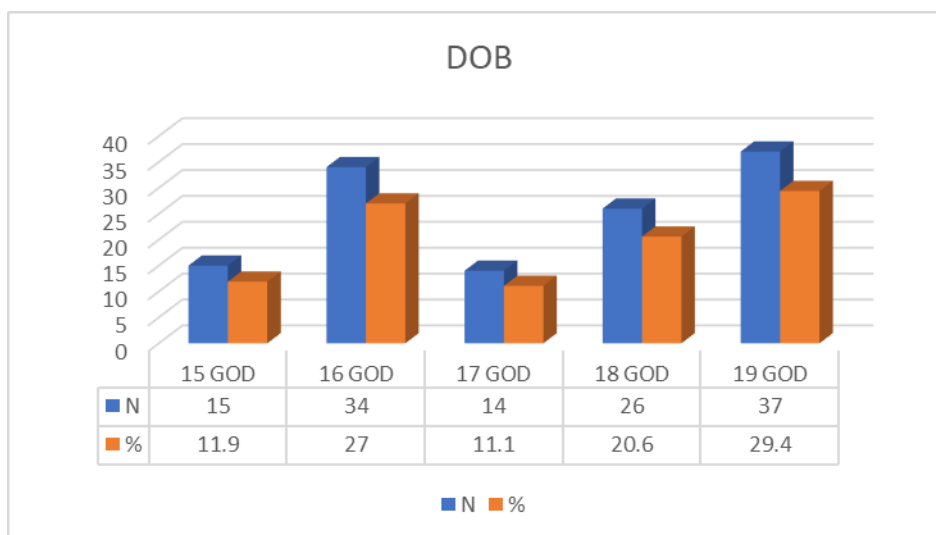
4.1. Deskriptivna analiza općih karakteristika ispitanika

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 126 učenika svih razreda i svih zdravstvenih usmjerenja medicinske škole u Karlovcu, učenika je bilo 24 (19 %), a učenica 102 (81%) (Slika 2).



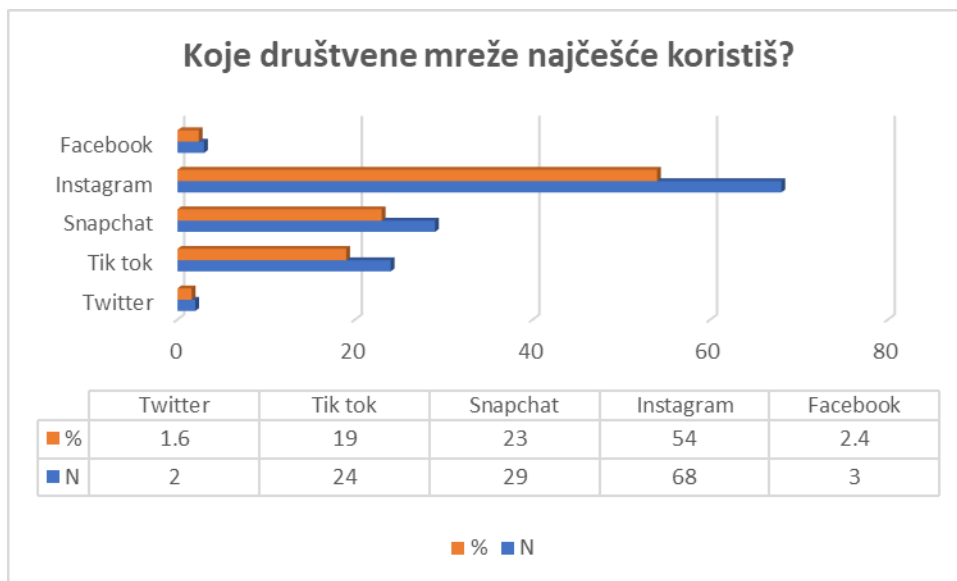
Slika 2. Raspodjela ispitanika prema spolu

Prosječna dob učenika bila je 17.29 ± 1.43 godina. Najveći broj učenika je imao 19 godina, njih 29.4% dok ih je 11.9% imalo 15 i 11.1% 17 godina. Učenika u dobi od 16 godina je bilo 27%, a u dobi od 18 godina 20.6% (Slika 3).



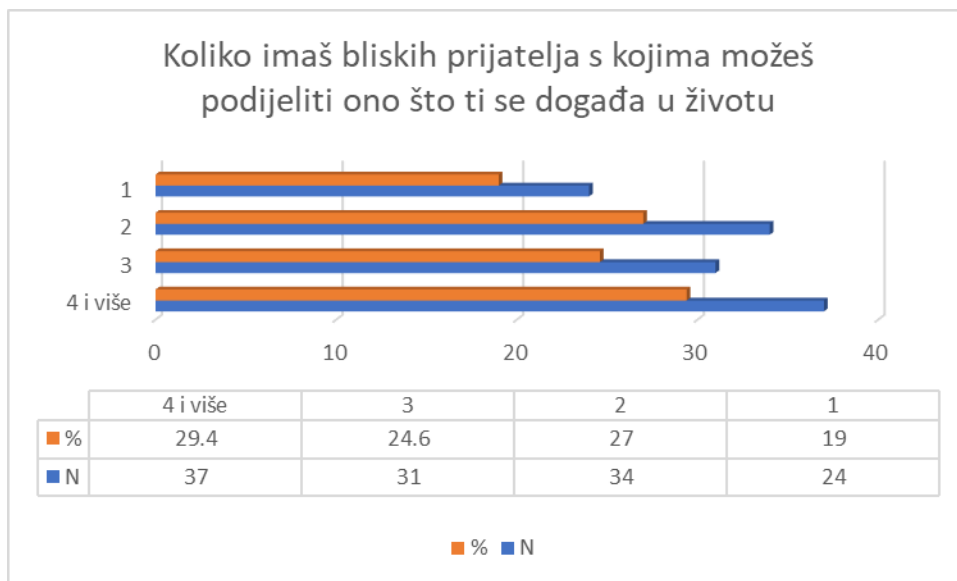
Slika 3. Raspodjela ispitanika prema dobi

Više od polovine učenika (54%) od društvenih mreža, najčešće koristi Instagram, zatim slijede Snapchat (23%) i TikTok (19%) (Slika 4).



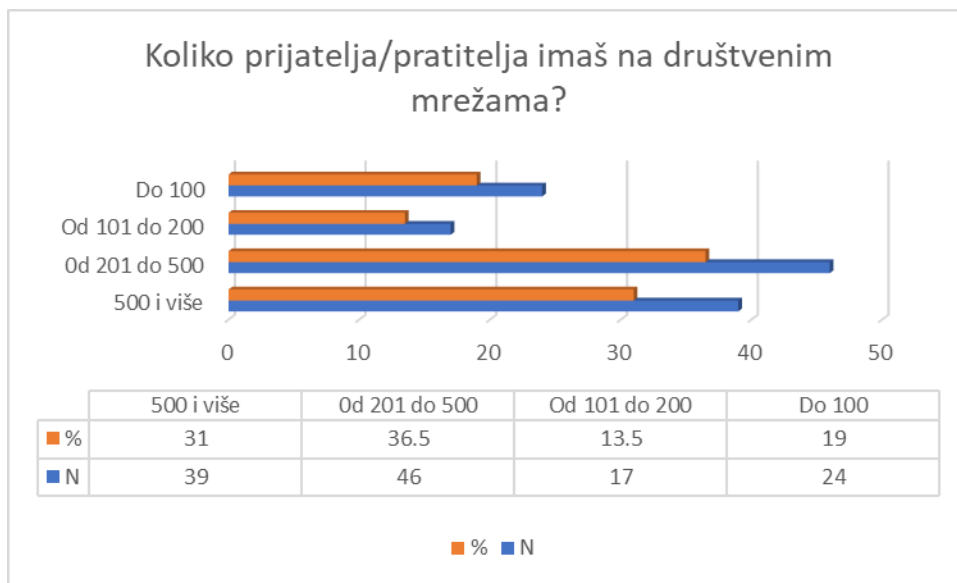
Slika 4. Najčešće korištene društvene mreže

Najveći broj učenika, njih 29.4% ima 4 i više bliskih prijatelja dok njih 19% ima samo jednog prijatelja (Slika 5).



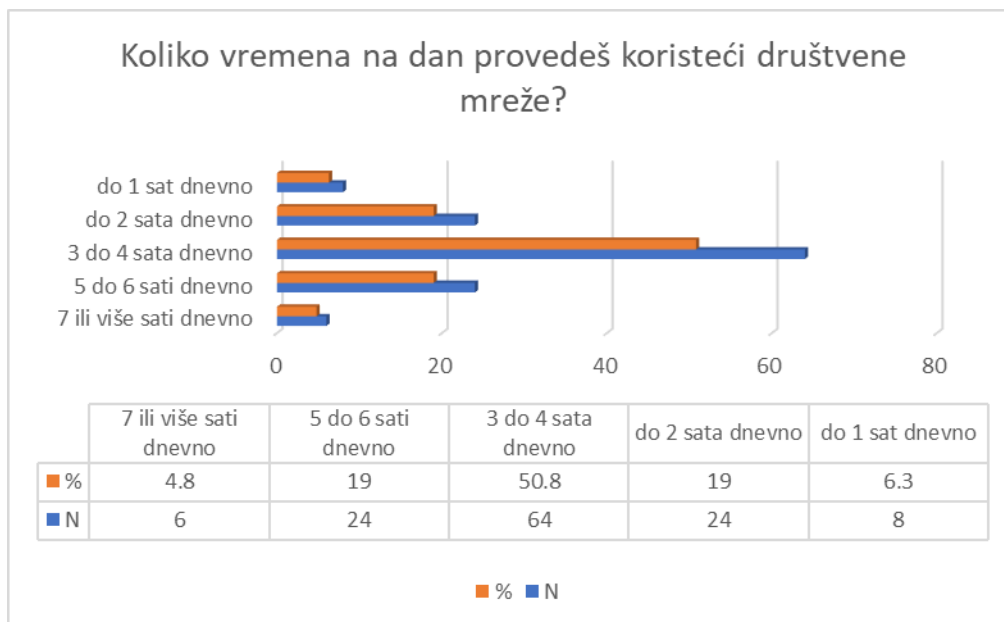
Slika 5. Broj bliskih prijatelja

Nešto više od trećine učenika ima od 201 do 500 pratitelja na društvenim mrežama, njih 36.5% te njih 31% ima 500 i više pratitelja, 13.5% učenika ima od 100 do 200 pratitelja (Slika 6).



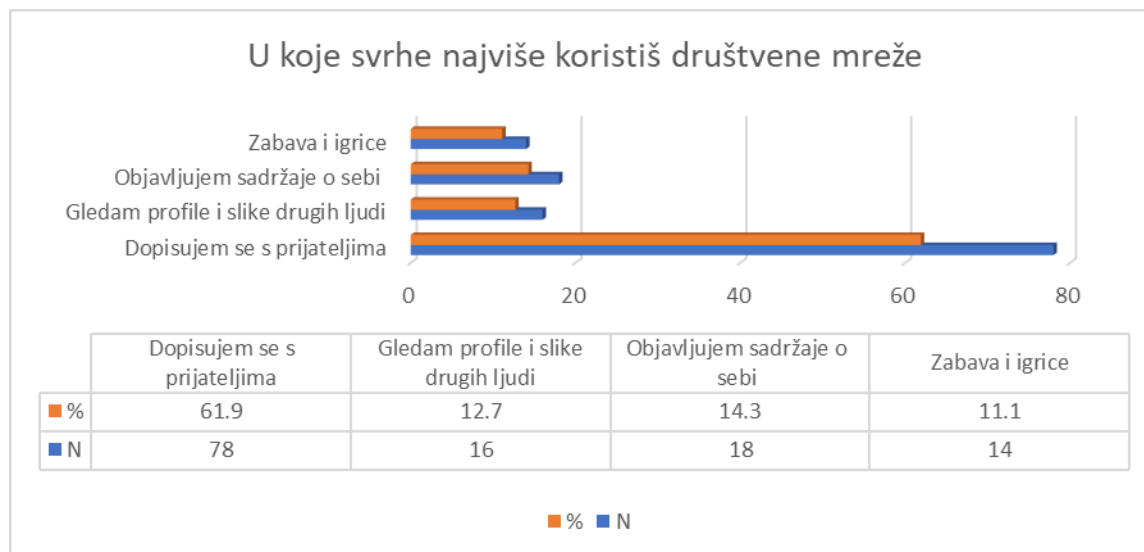
Slika 6. Broj pratitelja na društvenim mrežama

Kada je riječ o vremenu koje učenici u danu provedu na društvenim mrežama, 50.8% učenika se izjasnilo da na društvenim mrežama provedu 3 do 4 sata dnevno. Do 2 sata i od 5 do 6 sati na dan na društvenim mrežama provedi 19% učenika. Najmanji broj učenika (6.3%) na društvenim mrežama provede 7 ili više sati dnevno (Slika 7).



Slika 7. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama

Najveći broj učenika, njih 61.9% društvene mreže koristi za dopisivanje s prijateljima, zatim slijedi njih 14.3% koji objavljuju sadržaje o sebi, a najmanji broj učenika, njih 11.1% društvene mreže koristi za zabavu i igrice (Slika 8).



Slika 8. Svrha korištenja društvenih mreža

4.2. Deskriptivna analiza instrumenata korištenih u istraživanju

4.2.1. Značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi

U Tablici 1 prikazana je deskriptivna analiza upitnika koji je ispitivao značaj društvenih mreža na stvaranju slike o sebi. 83.3% učenika se uopće ne slaže s tvrdnjom da broj pratitelja određuje koliko vrijede u društvu, sa tvrdnjom *“Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih”* uopće se ne slaže 38.9% učenika i uglavnom se ne slaže njih 27.0%. Sa tvrdnjom da osobe koje prate na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život od njih samih uglavnom se slaže i u potpunosti se slaže 36% učenika. Sa tvrdnjom da korištenje društvenih mreža utječe na promjenu njihovih dosadašnjih razmišljanja se niti slaže niti ne slaže najveći broj učenika, njih 36.5%. Sa tvrdnjom da broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da ih drugi ljudi vole uopće se ne slaže 72.2% učenika. Sa tvrdnjom da se osjećaju dobro kada dobiju puno lajkova na svoju objavu također se uopće se ne slaže 37.3% učenika, a 60.3% učenika se ne slaže sa tvrdnjom *„Osjećam se dobro kada mi netko koga ne poznajem pošalje zahtjev za prijateljstvo.“*

Tablica 1. Značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi

		N	%
Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu	<i>Uopće se ne slažem</i>	105	83.3
	<i>Uglavnom se ne slažem</i>	14	11.1
	<i>Niti se slažem niti se ne slažem</i>	5	4.0
	<i>Uglavnom se slažem</i>	1	.8
	<i>U potpunosti se slažem</i>	1	.8
Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih	<i>Uopće se ne slažem</i>	49	38.9
	<i>Uglavnom se ne slažem</i>	34	27.0
	<i>Niti se slažem niti se ne slažem</i>	24	19.0
	<i>Uglavnom se slažem</i>	17	13.5
	<i>U potpunosti se slažem</i>	2	1.6
Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj	<i>Uopće se ne slažem</i>	39	31.0
	<i>Uglavnom se ne slažem</i>	26	20.6
	<i>Niti se slažem niti se ne slažem</i>	44	34.9
	<i>Uglavnom se slažem</i>	17	13.5
	<i>U potpunosti se slažem</i>	39	31.0
Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja	<i>Uopće se ne slažem</i>	25	19.8
	<i>Uglavnom se ne slažem</i>	31	24.6
	<i>Niti se slažem niti se ne slažem</i>	46	36.5
	<i>Uglavnom se slažem</i>	21	16.7
	<i>U potpunosti se slažem</i>	3	2.4
Broj pratitelja na društvenim	<i>Uopće se ne slažem</i>	91	72.2

mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole	Uglavnom se ne slažem	21	16.7
	Niti se slažem niti se ne slažem	12	9.5
	Uglavnom se slažem	2	1.6
	U potpunosti se slažem	91	72.2
Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu	Uopće se ne slažem	47	37.3
	Uglavnom se ne slažem	12	9.5
	Niti se slažem niti se ne slažem	39	31.0
	Uglavnom se slažem	21	16.7
	U potpunosti se slažem	7	5.6
Osjećam se dobro kada mi netko koga ne poznajem pošalje zahtjev za prijateljstvom	Uopće se ne slažem	76	60.3
	Uglavnom se ne slažem	15	11.9
	Niti se slažem niti se ne slažem	25	19.8
	Uglavnom se slažem	9	7.1
	U potpunosti se slažem	1	.8

4.2.2. Negativna iskustva na internetu

U Tablici 2 prikazane su frekvencije odgovora na pitanja koja se odnose na negativna iskustava na Internetu. Učenici u najvećem broju nisu nikada (42.1%) doživjeli da ih netko vrijeđa na internetu dok ih je 40.5% to iskustvo doživjelo ponekad. Samo dva učenika izjavila su da su na internetu bili vrijeđani često. Učenici u najvećem broju na društvenim mrežama ponekad primaju zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih dok iste često prima njih 21.4%. 58.7% učenika tvrdi da im nikada ne stižu u „inboks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba. 51.6% učenika nikada nije doživjelo da je netko bez njihove dozvole podijelio neku informaciju o njima, sliku ili video. Takvo iskustvo je rijetko doživjelo 31.0% učenika i ponekad 15.9% učenika. 77.8% učenika nikad nije doživjelo da im je ukraden ili hakiran profil na društvenim mrežama.

Tablica 2 Negativna iskustva na internetu

		N	%
Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?	Nikada	53	42.1
	Rijetko	51	40.5
	Ponekad	20	15.9
	Često	2	1.6
Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?	Nikada	4	3.2
	Rijetko	39	31.0
	Ponekad	56	44.4
	Često	27	21.4
Stižu li ti često u „inboks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba?	Nikada	74	58.7
	Rijetko	36	28.6
	Ponekad	15	11.9
	Često	1	.8
Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku informaciju o tebi, sliku ili video ?	Nikada	65	51.6
	Rijetko	39	31.0
	Ponekad	20	15.9
	Često	2	1.6
Je li ti se ikada desilo da ti je ukraden ili hakiran profil na društvenoj mreži?	Nikada	98	77.8
	Rijetko	18	14.3
	Ponekad	7	5.6
	Često	3	2.4

4.2.3. Rosenbergova skala samopoštovanja

U Tablici 3 prikazana je deskriptivna analiza Rosenbergove skale kojom se mjerilo samopoštovanje učenika. Teorijski raspon ljestvice je od 10 do 50. Veća vrijednost označava višu razinu samopoštovanja. Na skali samopoštovanja učenici su postigli srednji rezultat od 30.20 ± 5.08 .

Tablica 3. Deskriptivna analiza Rosenbergove skale samopoštovanja

	N	M	STD	MIN.	MAX.
RESENBERGOVA SKALA	126	30.20	5.08	16.00	40.00

4.2. Statistička analiza rezultata istraživanja

4.2.4. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalosti negativnih iskustava na društvenim mrežama i razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na dob i spol.

U Tablici 4 prikazana je analiza percipiranog značaja društvenih mreža na stvaranje slike o sebi između učenika i učenica. Pronađena je statistički značajna razlika na čestici „*Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih*“ sa kojom se učenice statistički značajno više slažu u odnosu na učenike ($z=-2.693$, $p=0.007$). U odnosu na učenike, učenice se također statistički značajno više slažu s tvrdnjom „*Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu*“ ($z=-2.052$, $p=0.04$). U ostalim česticama upitnika nije pronadena statistički značajna razlika u percepciji društvenih mreža na stvaranje slike o sebi. Sa česticom „*Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu*“ i česticom „*Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole*“ srednja vrijednost slaganja je viša kod učenika nego kod učenica, ali bez statističke značajnosti. Takav rezultat mogao bi ukazivati na to da je muškim ispitanicima bitan broj ljudi koji ih prate i tako ostvaruju svoju potvrdu u društvu dok je djevojkama za potvrdu u društvu bitnija potvrda njihovog izgleda.

Tablica 4. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi između učenika i učenica

	SPOL	M	STD	MWhitn. U	Z	P*
Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu	<i>muški</i>	1.39	(±0.62)	1159.5	-0.618	0.536
	<i>ženski</i>	1.14	(±0.65)			
Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih	<i>muški</i>	1.58	(±0.88)	810	-2.693	0.007
	<i>ženski</i>	2.25	(±1.14)			
Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj	<i>muški</i>	2.17	(±1.09)	1109	-0.746	0.456
	<i>ženski</i>	2.34	(±1.05)			
Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja	<i>muški</i>	2.54	(±1.10)	1222.5	-0.01	0.992
	<i>ženski</i>	2.58	(±1.06)			
Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole	<i>muški</i>	1.63	(±1.01)	1099.5	-0.984	0.325
	<i>ženski</i>	1.35	(±0.64)			
Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu	<i>muški</i>	1.96	(±1.23)	908.5	-2.052	0.04
	<i>ženski</i>	2.55	(±1.29)			
Osjećam se dobro kada mi netko koga ne poznajem pošalje zahtjev za prijateljstvom	<i>muški</i>	1.54	(±1.06)	1028	-1.387	0.165
	<i>ženski</i>	1.81	(±1.05)			

U Tablici 5 prikazana je analiza percipiranog značaja društvenih mreža na stvaranje slike o sebi s obzirom na dob učenika i učenica. Ni po jednoj čestici nije pronađena statistički značajna razlika između učenika s obzirom na njihovu dob. Sa tvrdnjom „*Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih*“ se najmanje slažu učenici od 15 godina, a sa istom se slažu u najvećoj mjeri učenici od 16 i 18 godina. Učenici svih dobi se podjednako slažu da osobe koje prate na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je njihov. „*Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja*“ tvrdnja je s kojom se u najvećoj mjeri slažu učenici od 15 i 16 godina dok se stariji učenici ne slažu s navedenim. Učenici svih

dobi iskazuju podjednako slaganje s tvrdnjom da se osjećaju dobro kada dobiju puno lajkova na svoju objavu.

Tablica 5. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi s obzirom na dob učenika i učenica

	DOB	N	M	STD	KW- H	p
Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu	15 god.	15	1.00	(±0.00)	4.051	0.399
	16 god.	34	1.29	(±0.84)		
	17 god.	14	1.36	(±0.93)		
	18 god.	26	1.27	(±0.53)		
	19 god.	37	1.24	(±0.49)		
Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih	15 god.	15	2.07	(±0.96)	3.399	0.493
	16 god.	34	2.15	(±1.28)		
	17 god.	14	1.71	(±0.83)		
	18 god.	26	2.38	(±1.10)		
	19 god.	37	2.08	(±1.14)		
Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj	15 god.	15	2.40	(±0.91)	2.320	0.677
	16 god.	34	2.35	(±1.12)		
	17 god.	14	2.00	(±1.18)		
	18 god.	26	2.19	(±1.10)		
	19 god.	37	2.43	(±0.99)		
Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja	15 god.	15	2.67	(±0.90)	4.091	0.394
	16 god.	34	2.62	(±1.10)		
	17 god.	14	2.07	(±1.27)		
	18 god.	26	1.27	(±0.53)		
	19 god.	37	1.38	(±0.64)		
Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole	15 god.	15	1.20	(±0.56)	6.168	0.187
	16 god.	34	1.65	(±0.88)		
	17 god.	14	1.36	(±0.93)		

	18 god.	26	2.69	(±1.41)		
	19 god.	37	1.38	(±0.64)		
Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu	15 god.	15	2.00	(±1.31)	4.558	0.336
	16 god.	34	2.56	(±1.26)		
	17 god.	14	2.07	(±1.38)		
	18 god.	26	2.69	(±1.41)		
	19 god.	37	2.46	(±1.19)		
Osjećam se dobro kada mi netko koga ne poznajem pošalje zahtjev za prijateljstvom	15 god.	15	1.80	(±1.08)	4.920	0.296
	16 god.	34	1.94	(±1.15)		
	17 god.	14	1.36	(±0.74)		
	18 god.	26	1.96	(±1.15)		
	19 god.	37	1.59	(±0.96)		

U Tablici 6 prikazana je razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na spol učenika i učenica. Zbog malog broja očekivanih frekvencija u statističkoj analizi je upotrijebljen umjesto X^2 testa, Fisherov egzaktni test.

Po niti jednoj čestici upitnika nije pronađena statistički značajna razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na spol učenika. Najveći broj učenika i učenica je vrijeđanje ili negativno komentiranje na društvenim mrežama doživio nikada ili rijetko, zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba svi učenici također primaju rijetko dok ih najveći broj poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba ne prima nikada, međutim učenicama se to ipak dešava češće nego učenicima.

Tablica 6 Razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na spol učenika i učenica

			Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	P**
Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?	M	N	11	9	4	0	.886
		%	45.8%	37.5%	16.7%	0.0%	
	Ž	N	42	42	16	2	
		%	41.2%	41.2%	15.7%	2.0%	

Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?	M	N	1	7	11	5	.987
		%	4.2%	29.2%	45.8%	20.8%	
	Ž	N	3	32	45	22	
		%	2.9%	31.4%	44.1%	21.6%	
Stižu li ti često u „inboks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba?	M	N	18	4	2	0	.339
		%	75.0%	16.7%	8.3%	0.0%	
	Ž	N	56	32	13	1	
		%	54.9%	31.4%	12.7%	1.0%	
Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku informaciju o tebi, sliku ili video ?	M	N	13	5	5	1	.437
		%	54.2%	20.8%	20.8%	4.2%	
	Ž	N	52	34	15	1	
		%	51.0%	33.3%	14.7%	1.0%	
Je li ti se ikada desilo da ti je ukraden ili hakiran profil na društvenoj mreži?	M	N	20	3	1	0	.803
		%	83.3%	12.5%	4.2%	0.0%	
	Ž	N	78	15	6	3	
		%	76.5%	14.7%	5.9%	2.9%	

**Fisherov egzaktni test

U tablici 7 prikazana je razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na dob učenika i učenica. Ni po jednoj čestici upitnika nije pronađena statistički značajna razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na dob učenika i učenica. Rijetko vrijeđanje na društvenim mrežama su u najvećem broju doživjeli učenici u dobi od 18 i 19 godina, dok oni od 16 godina najčešće primaju zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba. Učenici u dobi od 18 godina najčešće primaju u „inbox“ poruke čudnog sadržaja dok većina ostalih takvu vrstu poruka ne prima nikada. Učenici u dobi od 18 godina su u najvećem broju ponekad doživjeli da je netko bez njihove dozvole podijelio neku informaciju o njima, sliku ili video. Najveći broj učenika nikada nije doživio da mu je ukraden ili hakiran profil na društvenim mrežama.

Tablica 7. Razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na dob učenika i učenica

		DOB UČENIKA					P**
		15	16	17	18	19	
Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?	NIKADA	9 60.0%	19 55.9%	5 35.7%	6 23.1%	14 37.8%	0.248
	RIJETKO	3 20.0%	11 32.4%	6 42.9%	14 53.8%	17 45.9%	
	PONEKAD	3 20.0%	3 8.8%	3 21.4%	6 23.1%	5 13.5%	
	ČESTO	0 0.0%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.7%	
	UKUPNO	15 100.0%	34 100.0%	14 100.0%	26 100.0%	37 100.0%	
Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?	NIKADA	0 0.0%	1 2.9%	1 7.1%	1 3.8%	1 2.7%	0.497
	RIJETKO	9 60.0%	9 26.5%	4 28.6%	8 30.8%	9 24.3%	
	PONEKAD	4 26.7%	19 55.9%	5 35.7%	12 46.2%	16 43.2%	
	ČESTO	2 13.3%	5 14.7%	4 28.6%	5 19.2%	11 29.7%	
	UKUPNO	15 100.0%	34 100.0%	14 100.0%	26 100.0%	37 100.0%	
Stižu li ti često u „inboks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba?	NIKADA	10 66.7%	20 58.8%	10 71.4%	10 38.5%	24 64.9%	0.389
	RIJETKO	3 20.0%	9 26.5%	3 21.4%	11 42.3%	10 27.0%	
	PONEKAD	2 13.3%	5 14.7%	1 7.1%	5 19.2%	2 5.4%	
	ČESTO	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.7%	
	UKUPNO	15 100.0%	34 100.0%	14 100.0%	26 100.0%	37 100.0%	
Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku	NIKADA	7 46.7%	21 61.8%	9 64.3%	11 42.3%	17 45.9%	0.188
	RIJETKO	5	8	4	7	15	

informaciju o tebi, sliku ili video ?		33.3%	23.5%	28.6%	26.9%	40.5%	
	PONEKAD	2 13.3%	5 14.7%	0 0.0%	8 30.8%	5 13.5%	
	ČESTO	1 6.7%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	
	UKUPNO	15 100.0%	34 100.0%	14 100.0%	26 100.0%	37 100.0%	
Je li ti se ikada desilo da ti je ukraden ili hakiran profil na društvenoj mreži?	NIKADA	14 93.3%	27 79.4%	13 92.9%	15 57.7%	29 78.4%	0.152
	RIJETKO	1 6.7%	4 11.8%	1 7.1%	5 19.2%	7 18.9%	
	PONEKAD	0 0.0%	3 8.8%	0 0.0%	4 15.4%	0 0.0%	
	ČESTO	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.7%	1 2.7%	
	UKUPNO	15 100.0%	34 100.0%	14 100.0%	26 100.0%	37 100.0%	

**Fisherov egzaktni test

U Tablici 8 prikazana je razlika u samopoštovanju između učenika i učenica. Samopoštovanje je izmjereno Rosenbergovom skalom samopoštovanja. Statistička analiza učinjena je Mann-Whitney U testom koji je pokazao da se učenici i učenice statistički značajno razlikuju u razini samopoštovanja. Učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika ($z=-1.687$, $p=0.042$). Srednja vrijednost koju su postigli učenici je bila 31.58 ± 5.11 , dok su učenice postigle 26.88 ± 5.046 .

Tablica 8. Razlika u samopoštovanju učenika s obzirom na spol

SPOL	M	STD	z	p*
M	31.58	5.11	-1.687	0.042
Ž	26.88	5.046		

*Mann-Whitney U test

U Tablici 9 prikazana je razlika u samopoštovanju između učenika i učenica s obzirom na dob. Samopoštovanje je izmjereno Rosenbergovom skalom samopoštovanja. Statistička analiza je učinjena neparametrijskim Kruskal-Wallis testom za nezavisne uzorke. Kruskal-Wallis test je

pokazao da se učenici i učenice s obzirom na dob statistički značajno ne razlikuju u razini samopoštovanja. Srednja vrijednost samopoštovanja je bila najviša kod učenika u dobi od 17 godina (31.07 ± 5.37) dok je kod učenika u dobi od 15 godina ona bila najniža (28.13 ± 6.71).

Tablica 9. Razlika u samopoštovanju učenika s obzirom na dob

DOB	M	STD	Kruskal-Wallis H	p**
15	28.13	6.71	1.607	.808
16	30.35	5.13		
17	31.07	5.37		
18	30.15	5.12		
19	30.62	4.13		

**Kruskal-Wallis test

Slijedom prethodno učinjenih statističkih analiza u svrhu dokazivanja prve hipoteze koja je glasila da mlađi adolescenti i djevojke pridaju veći značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi, imaju češća neugodna iskustva na društvenim mrežama i nižu razinu samopoštovanja može se djelomično prihvatiti jer je u analizi značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi u odnosu na spol pronađena statistički značajna razlika između učenika i učenica jedino po česticama „Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih“ gdje se učenice statistički značajno više slažu sa navedenom tvrdnjom u odnosu na učenike ($z=-2.693$, $p=0.007$). U odnosu na učenike, učenice se također statistički značajno više slažu s tvrdnjom „Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu“ ($z=-2.052$, $p=0.04$). Nije pronađena statistički značajna razlika po niti jednoj čestici upitnika značaja društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi između učenika s obzirom na dob. Dob i spol učenika također nisu bili značajni prediktori u izloženosti nasilju na društvenim mrežama. Kada je riječ o samopoštovanju, učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika ($z=-1.687$, $p=0.042$), dok dob učenika nije predstavljao statistički značajan faktor u razini samopoštovanja.

4.2.5. Razinu samopoštovanja u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.

U Tablici 10 prikazana je razina samopoštovanja učenika u odnosu na broj prijatelja/pratitelja. Statističkom analizom srednjih vrijednosti nije pronađena statistički značajna razlika u razini samopoštovanja u odnosu na broj prijatelja/pratitelja, međutim učenici koji imaju 500 i više prijatelja/pratitelja postižu najviše srednje rezultate u razini samopoštovanja 31.56 ± 4.62 ., dok oni koji imaju od 101 do 200 prijatelja/pratitelja, imaju najniže srednje vrijednosti 29.12 ± 5.15 .

Tablica 10. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na broj prijatelja/pratitelja

Broj prijatelja/pratitelja	N	M	STD	KW-H	P**
Do 100	24.00	29.33	4.17	2.828	0.419
Od 101 do 200	17.00	29.12	5.15		
Od 201 do 500	46.00	29.91	5.74		
500 i više	39.00	31.56	4.62		

**Kruskal-Wallis test

U Tablici 11 prikazana je razlika u razini samopoštovanja u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Statističkom analizom nije pronađena statistički značajna razlika u razini samopoštovanja u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Prema dobivenim rezultatima učenici koji na društvenim mrežama provode između 5 i 6 sati dnevno postižu najviše srednje vrijednosti u razini samopoštovanja 31.83 ± 4.96 , dok učenici koji na društvenim mrežama provode do 1 sat, imaju najniže postignute srednje vrijednosti 27.88 ± 4.49 .

Tablica 11. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama

Vrijeme provedeno na društvenim mrežama	N	M	STD	KW-H	P**
do 1 sat dnevno	8	27.88	4.49	2.877	0.579
do 2 sata dnevno	24	29.50	6.01		
3 do 4 sata dnevno	64	30.34	4.72		
5 do 6 sati dnevno	24	31.83	4.96		
7 ili više sati dnevno	6	28.17	5.38		

**Kruskal-Wallis test

Prema rezultatima prethodne dvije usporedbe, druga postavljena hipoteza koja je glasila da ne postoji statistički značajna razlika u samopoštovanju adolescenata u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama, u potpunosti se prihvaća jer nije pronađena statistički značajna razlika u samopoštovanju s obzirom na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.

4.2.6. Razliku u razini samopoštovanja adolescenata u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu.

U Tablici 12 prikazana je razina samopoštovanja učenika u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu. Pronađena je statistički značajna razlika u razini samopoštovanja učenika u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu ($p=0.048$). U ispitivanoj skupini razina samopoštovanja raste porastom broja bliskih prijatelja, pa tako učenici koji imaju jednog bliskog prijatelja u stvarnom životu imaju najnižu srednju vrijednost razine samopoštovanja 26.13 ± 5.10 , dok oni sa 3, 4 i više bliskih prijatelja, imaju višu razinu samopoštovanja 31.54 ± 4.71 .

Tablica 12. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu

Broj bliskih prijatelja	N	M	STD	KW-H	p**
1 bliski prijatelj	24	26.13	5.10	5.785	.048
2 bliska prijatelja	34	29.68	4.11		
3 bliska prijatelja	31	30.94	6.13		
4 i više bliskih prijatelja	37	31.54	4.71		

**Kruskal-Wallis test

Treća postavljena hipoteza koja je glasila da adolescenti koji imaju više od 3 bliska prijatelja u stvarnom životu imaju višu razinu samopoštovanja u potpunosti se prihvaća jer je pronađena statistički značajna razlika u razini samopoštovanja učenika u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu ($p=0.048$). Učenici koji imaju 3, 4 i više bliskih prijatelja imaju statistički značajno višu razinu samopoštovanja od učenika koji imaju jednog bliskog prijatelja u stvarnom životu.

4.2.7. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na broj prijatelja/pratelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama

U Tablici 13 prikazana je analiza percipiranog značaja društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na broj prijatelja/pratelja. Provedenom statističkom analizom pronađena je statistički značajna razlika na 1. čestici upitnika gdje se učenici sa 500 i više prijatelja/pratelja u statistički značajno višoj mjeri slažu sa tvrdnjom da broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu od ostalih učenika ($p=0.04$). Na ostalih 6 čestica upitnika o percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi nije pronađena statistički značajna razlika u odnosu na broj pratitelja.

Tablica 13. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na broj prijatelja/pratelja

	BROJ PRIJATELJA/PRAITELJA NA DM								Kw test	p**
	Do 100		Od 101 do 200		Od 201 do 500		500 i više			
	M	STD	M	STD	M	STD	M	STD		
Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu	1.25	0.84	1.06	0.24	1.15	0.47	1.44	0.75	8.29	0.04
Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih	2.17	1.27	1.94	1.08	1.98	1.08	2.33	1.08	3.04	0.38
Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj	2.25	1.07	2.41	1.17	2.35	1.07	2.26	0.99	0.37	0.94
Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja	2.58	1.21	2.59	1.17	2.61	0.80	2.51	1.21	0.37	0.94
Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole	1.46	0.779	1.29	0.588	1.33	0.701	1.51	0.790	2.221	0.528
Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu	2.13	1.454	2.47	1.231	2.50	1.169	2.54	1.374	1.914	0.59

U koje svrhe najviše koristiš društvene mreže	1.88	1.541	1.59	1.176	1.63	1.356	1.64	1.347	0.064	0.996
---	------	-------	------	-------	------	-------	------	-------	-------	-------

**Kruskal-Wallis test

U Tablici 14 prikazana je analiza percipiranog značaja društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Provedenom statističkom analizom pronašla se statistički značajna razlika jedino na 3. čestici koja je glasila „Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj“. Učenici koji na društvenim mrežama provode između 5 i 6 sati na dan sa navedenom česticom se statistički značajno više se slažu od učenika koji na društvenim mrežama provode do 1 sat na dan. Na ostalih 6 čestica upitnika o percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi nije pronađena statistički značajna razlika u odnosu na broj pratitelja.

Tablica 14. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama

	VRIJEME PROVEDENO NA DM										KW	p
	Do 1 sat		Do 2 sata		3 do 4 sata		5 do 6 sati		7 ili više sati			
	M	STD	M	STD	M	STD	M	STD	M	STD		
Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu	1.25	0.463	1.33	0.637	1.19	0.614	1.25	0.608	1.50	1.225	2.279	0.685
Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih	2.25	1.581	2.29	1.233	2.09	1.094	2.04	0.999	1.83	0.983	0.790	0.940
Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj	1.63	1.188	2.08	1.100	2.33	1.009	2.79	0.977	2.00	0.894	9.943	0.041
Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja	2.00	1.414	2.46	0.932	2.58	0.989	2.75	1.113	3.00	1.549	4.444	0.349
Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole	1.38	0.744	1.46	0.884	1.34	0.623	1.54	0.833	1.33	0.816	1.377	0.848
Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu	2.25	1.832	2.38	1.377	2.44	1.180	2.58	1.316	2.33	1.633	0.928	0.921
U koje svrhe najviše koristiš društvene mreže	1.13	0.354	1.42	0.830	1.64	1.350	2.00	1.769	2.50	1.761	1.897	0.755

S obzirom na prethodne dvije statističke analize, četvrta hipoteza koja je glasila da adolescenti s većim broja prijatelja/pratitelja na društvenim mrežama i koji provode više vremena na društvenim mrežama pridaju veći značaj utjecaju društvenih mreža u stvaranju slike o samome sebi, odbacuje se jer nije pronađena statistički značajna razlika u slaganju sa većinom čestica na upitniku o percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike u odnosu na broj prijatelja /pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama.

4.2.8. Razlika u negativnim iskustvima na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža.

U tablici 15 prikazana je analiza negativnih iskustava na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža. U analizi čestica o negativnim iskustvima na društvenim mrežama statistički značajna razlika pronađena je na čestici „Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?“ i čestici „Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku informaciju o tebi, sliku ili video ?“.

Zahtjeve za prijateljstvo statistički značajno u najvećem broju dobivaju oni učenici koji društvene mreže koriste za dopisivanje i samo promociju dok u najmanjoj mjeri oni koji igraju igrice i gledaju tuđe profile ($p=0.031$). Statistički značajno u najvećem broju iskustava sa podjelom sadržaja profila bez njihovog znanja su doživjeli učenici koji društvene mreže koriste u svrhu dopisivanja ($p=0.037$).

Tablica 15. Razlika u negativnim iskustvima na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža.

			UČESTALOST NEGATIVNIH ISKUSTAVA NA DM				p
			Nikada	Rijetko	Ponekad	Često	
Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?	Dopisivanje	N	38	30	8	2	0.062
		%	71.7%	58.8%	40.0%	100.0%	
	Tuđi profili	N	8	6	2	0	
		%	15.1%	11.8%	10.0%	0.0%	
	Samopromocija	N	2	9	7	0	
		%	3.8%	17.6%	35.0%	0.0%	

	Igrice	N	5	6	3	0	
		%	9.4%	11.8%	15.0%	0.0%	
Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?	Dopisivanje	N	0	23	34	21	0.031
		%	0.0%	59.0%	60.7%	77.8%	
	Tuđi profili	N	1	6	8	1	
		%	25.0%	15.4%	14.3%	3.7%	
	Samopromocija	N	2	4	7	5	
		%	50.0%	10.3%	12.5%	18.5%	
Igrice	N	1	6	7	0		
	%	25.0%	15.4%	12.5%	0.0%		
Stižu li ti često u „in-boks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba?	Dopisivanje	N	46	21	10	1	0.224
		%	62.2%	58.3%	66.7%	100.0%	
	Tuđi profili	N	11	5	0	0	
		%	14.9%	13.9%	0.0%	0.0%	
	Samopromocija	N	6	8	4	0	
		%	8.1%	22.2%	26.7%	0.0%	
Igrice	N	11	2	1	0		
	%	14.9%	5.6%	6.7%	0.0%		
Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku informaciju o tebi, sliku ili video ?	Dopisivanje	N	46	21	10	1	0.037
		%	62.2%	58.3%	66.7%	100.0%	
	Tuđi profili	N	11	5	1	0	
		%	14.9%	13.9%	6.7%	0.0%	
	Samopromocija	N	6	8	4	0	
		%	8.1%	22.2%	26.7%	0.0%	
Igrice	N	11	2	0	0		
	%	14.9%	5.6%	0.0%	0.0%		
Je li ti se ikada desilo da ti je ukraden ili hakiran profil na društvenoj mreži?	Dopisivanje	N	60	13	3	2	0.731
		%	61.2%	72.2%	42.9%	66.7%	
	Tuđi profili	N	14	1	1	0	
		%	14.3%	5.6%	14.3%	0.0%	
	Samopromocija	N	12	3	2	1	
		%	12.2%	16.7%	28.6%	33.3%	
Igrice	N	12	1	1	0		
	%	12.2%	5.6%	14.3%	0.0%		

Posljednja peta hipoteza koja je glasila da adolescenti koji društvene mreže koriste u svrhu objavljivanja sadržaja o sebi češće su imali neugodna iskustva na društvenim mrežama odbacuje se jer su, prema analizi čestica upitnika o negativnim iskustvima na društvenim mrežama, imali učenici koji društvene mreže koriste za dopisivanje. Zahtjeve za prijateljstvo statistički značajno u najvećem broju dobivaju oni učenici koji društvene mreže koriste za dopisivanje dok u najmanjoj mjeri oni koji igraju igrice. ($p=0.031$). Statistički značajno, u najvećem broju iskustava sa podjelom sadržaja profila bez njihovog znanja doživjeli su učenici koji društvene mreže koriste u svrhu dopisivanja ($p=0.037$) dok oni koji društvene mreže koriste u svrhu igranja igrice takva iskustva nisu imali.

5. RASPRAVA

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 126 učenika medicinske škole u Karlovcu, učenika je bilo 19 %, a učenica 81%. Prosječna dob učenika bila je bila 17.29 ± 1.43 godina. Najveći broj učenika je imao 19 godina. Više od polovine učenika (54%) od društvenih mreža, najčešće koristi Instagram, zatim prema učestalosti korištenja slijede Snapchat i TikTok.

Prema provedenim istraživanjima jedna od najpopularnijih aplikacija, posebno među tinejdžerima, je Instagram. Nedavna studija otkrila je da su dva ključna razloga za korištenje Instagrama, samo izražavanje i društvena interakcija, sugerirajući da korisnici Instagrama koriste slike kako bi predstavili svoje stvarno i idealno ja, kao i za održavanje društvenih odnosa. Međutim, za razliku od Facebooka, Instagram se koristi uglavnom kao metoda samo promocije i ne fokusira se toliko na društvene odnose (63).

Najveći broj učenika, njih 29.4%, ima 4 i više bliskih prijatelja dok njih 19% ima samo jednog prijatelja. Nešto više od trećine učenika ima od 201 do 500 pratitelja na društvenim mrežama, njih 36.5%, a njih 31% 500 i više pratitelja, 50.8% učenika izjasnilo se da na društvenim mrežama provedu 3 do 4 sata dnevno. Najveći broj učenika, njih 61.9% društvene mreže koristi za dopisivanje s prijateljima, zatim slijedi njih 14.3% koji objavljuju sadržaje o sebi, a najmanji broj učenika, njih 11.1%, društvene mreže koristi za zabavu i igrice. Na skali samopoštovanja učenici u našem istraživanju su postigli zadovoljavajuću razinu samopoštovanja sa srednjim rezultatom od 30.20 ± 5.08 .

Provedene studije pokazale su da oko 93 do 97%, adolescenata u dobi od 13-17-godina koristi društvene mreže u najvećoj mjeri kako bi bili u kontaktu sa prijateljima iz stvarnog života (64). Veliko globalno istraživanje koje je objavila Common Sense Media otkriva da tinejdžeri u dobi od 13 do 18 godina koriste u prosjeku devet sati dnevno neki od sadržaja na Internetu, a oni u dobi od 8 do 12 godina Internet koriste u prosjeku šest sati dnevno, ne uključujući vrijeme provedeno u korištenju medija za školu ili izradu domaće zadaće. Studija je također pokazala da tinejdžerice na društvenim mrežama provode i do 40 minuta dnevno više od tinejdžera (65).

Na upitniku percepcije društvenih mreža na stvaranje slike o sebi pronađena je statistički značajna razlika na čestici „Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih“ sa kojom se učenice statistički značajno više slažu u odnosu na učenike ($z=-2.693$,

$p=0.007$). U odnosu na učenike, učenice se također statistički značajno, više slažu s tvrdnjom „Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu“ ($z=-2.052$, $p=0.04$).

Istraživanja su pokazala da hormonalne promjene puberteta utječu na način na koji djevojke reagiraju na podražaje. Promjena razine estrogena u njihovom tijelu povećava želju za društvenim povezivanjem što pridonosi osjećaju da ih cijeli svijet promatra. Društveni mediji su stalna distrakcija, dajući im trenutne povratne informacije o tome jesu li uključeni u društvene događaje, kako ih drugi vide ili koliko ih vole (66).

Sa česticom „*Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu*“ i česticom „*Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole*“ učenici se slažu više od učenica, što bi moglo ukazivati na to da je muškim ispitanicima bitan broj ljudi koji ih prate i tako ostvaruju svoju potvrdu u društvu dok je djevojkama za potvrdu u društvu bitnija potvrda njihovog fizičkog izgleda.

Dob učenika nije bila značajan faktor u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi. Sa tvrdnjom „*Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih*“ se najmanje slažu učenici od 15 godina a sa istom se slažu u najvećoj mjeri učenici od 16 i 18 godina. Učenici svih dobi podjednako se slažu da Osobe koje prate na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je njihov. Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja je tvrdnja s kojom se u najvećoj mjeri slažu učenici od 15 i 16 godina dok se stariji učenici na slažu s navedenim. Mlađi učenici, za razliku od onih starijih se u većoj mjeri slažu da korištenje društvenih mreža utječe na promjenu njihovih dosadašnjih razmišljanja. Svi učenici iskazuju podjednako slaganje s tvrdnjom da se osjećaju dobro kada dobiju puno lajkova na svoju objavu.

Prema dokazima iz literature velika je vjerojatnost da će adolescenti podleći problemima sa samopouzdanjem, budući da su manje svjesni svoje osobnosti te su preplavljeni usporedbama, uključujući izgled, odjeću, ocjene, klubove i druge interese itd. Preko društvenih mreža adolescenti su bombardirani porukama o prihvaćenosti, popularnosti ili čak normalnosti. Facebook je označen kao društvena mreža koja nastoji privući adolescente s nižim samopoštovanjem, pogoršavajući njihov problem jer sudjeluju u višim razinama društvene usporedbe (67).

U studiji objavljenoj u časopisu Nature Communications podaci pokazuju da djevojčice doživljavaju negativnu vezu između korištenja društvenih mreža i zadovoljstva životom što je naj očitije u dobi od 11 do 13 godina, a dječaci kada su u dobi od 14 do 15 godina. Povećana upotreba društvenih medija također predviđa niže zadovoljstvo životom u dobi od 19 godina (68).

U našem istraživanju spol i dob učenika nisu bili značajni prediktori za učestalost doživljenih nasilnih oblika ponašanja na društvenim mrežama.

Jedno španjolsko istraživanje pokazalo je da 92,6% adolescenata vjeruje da su ljudi nasilniji na internetu nego licem u lice, a najveći broj adolescenata je doživjelo nasilje na Facebooku. 16,9% adolescenata je potvrdilo da je bilo višekратно zlostavljano na društvenim mrežama (69).

Najčešći oblici internetskog nasilja su zastrašivanje putem mobilnog telefona, praćenje na WhatsAppu, krađa identiteta, krađa povjerljivih lozinki i objavljivanje slika na bez pristanka (70).

Mindrila u svojoj studiji iz 2019. navodi da je, 28% američkih učenika u dobi od 12 do 18 godina izjavilo je da je bilo žrtva nasilja, dok ih je 9% izjavilo da su bili žrtve internetskog nasilja (71).

U Španjolskoj je sustavni pregled sastavljen od 21 studije pokazao da je prosječna prevalencija internetskog nasilja 26,65% (72).

U analizi samopoštovanja između učenika i učenica, učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika ($z=-1.687$, $p=0.042$). Srednja vrijednost koju su postigli učenici bila je 31.58 ± 5.11 , dok su učenice postigle 26.88 ± 5.046 . Srednja vrijednost samopoštovanja je bila najviša kod učenika u dobi od 17 (31.07 ± 5.37) godina dok je kod učenika u dobi od 15 godina ona bila najniža (28.13 ± 6.71) međutim nije pronađena statistički značajna razlika u samopoštovanju učenika s obzirom na dob.

Dobivena razlika u samopoštovanju između učenika i učenica je usporediva s rezultatima prethodnih istraživanja gdje učenice općenito postižu niže rezultate od učenika što se posebno očituje u srednjoškolskom uzrast. Ta razlika se u kasnijoj adolescenciji smanjuje (73). Za razliku od spola dob nema značajan utjecaj na razinu samopoštovanja (74).

Slijedom prethodno navedenoga, prva hipoteza koja je glasila da mlađi adolescenti i djevojke pridaju veći značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi, imaju češća neugodna iskustva na društvenim mrežama i nižu razinu samopoštovanja se može djelomično prihvatiti jer je u analizi značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi u odnosu na spol pronađena statistički značajna razlika između učenika i učenica jedino po česticama „Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih“ gdje se učenice statistički značajno više slažu sa navedenom tvrdnjom u odnosu na učenike ($z=-2.693$, $p=0.007$). U odnosu na učenike, učenice se također statistički značajno više slažu s tvrdnjom „Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu“ ($z=-2.052$, $p=0.04$). Nije pronađena statistički značajna razlika po niti jednoj čestici upitnika značaja društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi između učenika s obzirom na dob. Dob i spol učenika također nisu bili značajni prediktori u izloženosti nasilju na društvenim mrežama. Kada je riječ o samopoštovanju, učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika ($z=-1.687$, $p=0.042$) dok dob učenika nije predstavljao statistički značajan faktor u razini samopoštovanja.

Broj prijatelja/pratitelja nisu imali statistički značajan utjecaj na razinu samopoštovanja. Učenici koji imaju 500 i više prijatelja/pratitelja postižu najviše srednje rezultate u razini samopoštovanja 31.56 ± 4.62 . dok oni koji imaju od 101 do 200 prijatelja/pratitelja imaju najniže srednje vrijednosti u razini samopoštovanja ali bez statističke značajnosti. Učenici koji na društvenim mrežama provode između 5 i 6 sati dnevno postižu najviše srednje vrijednosti u razini samopoštovanja 31.83 ± 4.96 dok učenici koji na društvenim mrežama provode do 1 sat imaju najniže postignute srednje vrijednosti 27.88 ± 4.49 samopoštovanja, ali bez statističke značajnosti.

Druga postavljena hipoteza koja je glasila da ne postoji statistički značajna razlika u samopoštovanju adolescenata u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama se u potpunosti prihvaća jer nije pronađena statistički značajna razlika u samopoštovanju s obzirom na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama. Pronađena je statistički značajna razlika u razini samopoštovanja učenika u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu ($p=0.048$). U ispitivanoj skupini razina samopoštovanja raste porastom broja bliskih prijatelja, pa tako učenici koji imaju jednog bliskog prijatelja u

stvarnom životu imaju najnižu srednju vrijednost razine samopoštovanja 26.13 ± 5.10 dok oni sa 3, 4 i više bliskih prijatelja imaju višu razinu samopoštovanja 31.54 ± 4.71 .

Pokazalo su da su adolescenti koji imaju bliske prijatelje skloniji boljem prilagođavanju stresu, da su sretniji zbog povećanog osjećaja jedinstvenosti, predviđen im je bolji akademski uspjeh, imaju više samopouzdanja i asertivniji su. Jedna promatračka studija koja je pratila adolescente od 15. do 25 godine dokazala da oni koji su tijekom tinejdžerskih godina bili vrlo popularni su imali veći osjećaj socijalne anksioznosti kao odrasli za razliku od onih koji su imali samo nekoliko bliskih prijatelja (75). Blomfield i sur. razlikuju učestalost korištenja i važnost društvenim mrežama u životu adolescenta. Učestalost je u studiji definirana čestinom korištenja društvenih mreža a važnost je definirana koliko su društveni mediji važni za adolescenata. Nalazi iz ove studije pokazuju da učestalost korištenja društvenih mreža nije značajan prediktor samopoštovanja među adolescentima u dobi od 12 do 17 godina, no s druge strane važnost je bila značajan negativni prediktor samopoštovanja (56).

Treća postavljena hipoteza koja je glasila da adolescenti koji imaju više od 3 bliska prijatelja u stvarnom životu imaju višu razinu samopoštovanja se u potpunosti prihvaća jer je pronađena statistički značajna razlika u razini samopoštovanja učenika u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu ($p=0.048$) jer učenici koji imaju 3, 4 i više bliskih prijatelja imaju statistički značajno višu razinu samopoštovanja od učenika koji imaju jednog bliskog prijatelja u stvarnom životu.

U našem istraživanju broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nisu bili značajni prediktori u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi. Učenici sa 500 i više prijatelja/pratitelja se u statistički značajno višoj mjeri slažu jedino sa tvrdnjom da broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu od ostalih učenika ($p=0.04$).

Učenici koji na društvenim mrežama provode između 5 i 6 sati se statistički najviše slažu s tvrdnjom da osobe koje prate na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je njihov.

Imajući u vidu prethodne dvije statističke analize četvrta hipoteza koja je glasila da adolescenti s većim broja prijatelja/pratitelja na društvenim mrežama i koji provode više vremena na društvenim mrežama pridaju veći značaj utjecaju društvenih mreža u stvaranju slike o samome sebi se odbacuje jer nije pronađena statistički značajna razlika u slaganju sa većinom čestica na

upitniku o percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike u odnosu na broj prijatelja /pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama.

Osobe s nižom razinom samopoštovanja troše više vremena na društvenim mrežama i imaju više promotivnih sadržaja na svojim profilima, dok osobe s višom razinom samopoštovanja koriste društvene u većini slučajeva kao alat za poboljšanje odnosa s ljudima koje već poznaju nego za stjecanje novih prijatelja (12).

U analizi negativnih iskustava na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža pronađeno je da zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba statistički značajno u najvećem broju dobivaju oni učenici koji društvene mreže koriste za dopisivanje i samopromociju dok u najmanjoj mjeri oni koji igraju igrice i gledaju tuđe profile ($p=0.031$). Statistički značajno u najvećem broju iskustava sa podjelom sadržaja profila bez njihovog znanja su doživjeli učenici koji društvene mreže koriste u svrhu dopisivanja ($p=0.037$).

Posljednja peta hipoteza koja je glasila da adolescenti koji društvene mreže koriste u svrhu objavljivanja sadržaja o sebi su češće imali neugodna iskustva na društvenim mrežama se odbacuje jer su prema analizi čestica upitnika o negativnim iskustvima na društvenim mrežama ima li učenici koji društvene mreže koriste za dopisivanje.

Prema podacima National Adolescence Observatory, 94% talijanskih tinejdžera koristi internet za razgovor s prijateljima, a više od polovice (54%) ga koristi za provjeru svog društvenog profila. Mnogi adolescenti započinju i završavaju svoj dan provjeravanjem postova na društvenim mrežama. Stvaranje i održavanje mreže prijateljstva smatra se važnim i razvojno značajnim procesom tijekom adolescencije. Tijekom ove životne faze, vršnjačka skupina često preuzima ključnu važnost i istiskuje roditeljske odnose kao glavni izvor socijalne podrške (76).

Studija iz 2019. pratila je uzorak od 4000 djece tijekom četiri godine i otkrila je da je porast depresije više povezan s korištenjem društvenih mreža i gledanjem televizije nego korištenjem računala ili igranjem video igrice. Studija nije mogla zaključiti uzročnost u vezi, ali je bila rana indikacija da bi neke vrste elektronskih medija mogle biti štetnije od drugih (77).

6. ZAKLJUČAK

Analizom rezultata istraživanja došli smo do sljedećih zaključaka:

- Učenice se, statistički značajno, više slažu sa tvrdnjama „*Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih*“ i „*Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu*“
- Dob nije bila značajan faktor za stvaranje slike o sebi i u izloženosti nasilju na društvenim mrežama
- Učenice su postigle statistički značajno nižu razinu samopoštovanja od učenika
- Broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nisu imali statistički značajan utjecaj na razinu samopoštovanja
- Razina samopoštovanja raste porastom broja bliskih prijatelja
- Broj prijatelja/pratitelja i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nisu bili značajni prediktori u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi.

Djelomično se odbacuje H1: Mlađi adolescenti i djevojke pridaju veći značaj društvenim mrežama u stvaranju slike o sebi, imaju češća neugodna iskustva na društvenim mrežama i nižu razinu samopoštovanja, i prihvaća se alternativna hipoteza koja glasi: spol i dob adolescenata nemaju značajan utjecaj na značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi i nasilje na društvenim mrežama dok adolescentice imaju nižu razinu samopoštovanja od adolescenata.

Prihvaća se H2: Ne postoji statistički značajna razlika u samopoštovanju adolescenata u odnosu na broj prijatelja/pratitelja i provedeno vrijeme na društvenim mrežama.

Prihvaća se H3: Adolescenti koji imaju više od 3 bliska prijatelja u stvarnom životu imaju višu razinu samopoštovanja.

Odbacuje se H4: Adolescenti s većim broja prijatelja/pratitelja na društvenim mrežama i koji provode više vremena na društvenim mrežama pridaju veći značaj utjecaju društvenih mreža u stvaranju slike o samome sebi i prihvaća se alternativna hipoteza koja glasi: Broj prijatelja/pratitelja na društvenim mrežama i vrijeme provedeno na društvenim mrežama nema značajan utjecaj na stvaranje slike o sebi.

Odbacuje se H5: Adolescenti koji društvene mreže koriste u svrhu objavljivanja sadržaja o sebi su češće imali neugodna iskustva na društvenim mrežama se odbacuje, prihvaća se alternativna hipoteza koja glasi adolescenti koji društvene mreže koriste u svrhu dopisivanja su češće imali neugodna iskustva na društvenim mrežama.

Iako naše istraživanje nije pokazalo značajan utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje promatranog uzorka učenika, društvene mreže imaju i pozitivan i negativan aspekt utjecaja na samopoštovanje. Upotreba društvenih mreža može biti vrlo korisna za društveno povezivanje, osjećaj pripadnosti i prihvaćanje, ali također može imati i psihološki negativne učinke poput internetske ovisnosti i fokusiranja na vlastiti izgled koji rezultira objektivizacijom samoga sebe.

7. LITERATURA

1. Definition of social media [Internet]. Merriam-webster.com. [pristupljeno: 26.03.2022.]. Dostupno na: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>.
2. Hopelab.org. [pristupljeno: 26.03.2022.]. Dostupno na: <https://assets.hopelab.org/wp-content/uploads/2020/08/a-national-survey-by-hopelab-and-well-being-trust-2018.pdf>.
3. Taking stock with teens [Internet]. Bluematrix.com. [pristupljeno: 26.03.2022.]. Dostupno na: <https://piper2.bluematrix.com/docs/pdf/3bad99c6-e44a-4424-8fb1-0e3adfcdbd1d4.pdf>.
4. Ivcevic Z, Ambady N. Personality impressions from identity claims on Facebook. *Psychol Pop Media Cult.* 2012;1(1):38-45.
5. Haferkamp N, Krämer NC. Social comparison 2.0: examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2011;14(5):309–14.
6. Kuzman M. Adolescencija, adolescenti i zaštita zdravlja. *Medicus* [Internet]. 20;18(2_Aolescencija):155-172.
7. Đuranović M. Obitelj i vršnjaci u životu adolescenata. *Napredak.* 2013;154.(1-2):31-46.
8. Redfield RR, Schuchat A, Richards CL, Bunnell R, Greenspan A, Iademarco MF, et al. Centers for disease control and prevention [Internet]. Cdc.gov. 2020 [pristupljeno: 26.03.2022.]. Dostupno na: <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/su/pdfs/su6901-H.pdf#page=50>.
9. Huang C. Internet use and psychological well-being: a meta-analysis. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2010;13(3):241-9.
10. Gorrese A, Ruggieri R. Peer attachment and self-esteem: A meta-analytic review. *Pers Individ Dif.* 2013;55(5):559-68.
11. Tomšić D. International Fairs as a Tool of Economic Diplomacy. *Croatian International Relations Review.* 2008;14(50/51):33-45.
12. Aftab P. *Opasnosti Interneta.* Zagreb: Neretva. 2003.

13. How to define social media – an academic summary [Internet]. Julianhopkins.com. [Pristupljeno:13.07.2022.]. Dostupno na: <http://julianhopkins.com/how-to-define-social-media-an-academic-summary/>.
14. Somerville T.A. The effect of social media use on narcissistic behavior. 2015. [Pristupljeno: 15.07.2022.]. Dostupno na: The effect of social media use on narcissistic behavior. Tiffany A. Somerville. Abstract - PDF Free Download (docplayer.net).
15. The history of social media and its impact on business [Internet]. Studylib.net. 2016. Dostupno na: <https://studylib.net/doc/8300921/the-history-of-social-media-and-its-impact-on-business>.
16. Junco R, Heiberger G, Loken E. The effect of Twitter on college student engagement and grades: Twitter and student engagement. J Comput Assist Learn. 2011;27(2):119-32.
17. Vogel EA, Rose JP, Roberts LR, Eckles K. Social comparison, social media, and self-esteem. Psychology of Popular Media Culture, 2014;3(4):206-22.
18. Dixon S. Countries with the most Facebook Users in 2022. [Pristupljeno: 15.07.2022.]. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-numberoffacebookusers/#:~:text=As%20of%20the%20third%20quarter,most%20popular%20social%20media%20worldwide>.
19. Kwak H, Lee C, Park H, Moon S. What is Twitter, a social network or a news media? In Proceedings of the 19th international conference on www. 2010. [Pristupljeno: 09.07.2022.]. Dostupno na: <http://www.ambuehler.ethz.ch/CDstore/www2010/www/p591.pdf>.
20. Twitter: number of users worldwide 2024 [Internet]. Statista. [Pristupljeno: 09.07.2022.]. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide>
21. Instagram users worldwide 2025 [Internet]. Statista. [Pristupljeno: 09.07.2022.]. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>
22. Stanić I. Ovisnost o internetu, cyber kockanju-kako ih sprječavati. Napredak. 2010;1:(2)152-4.

23. Robotić P. Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *Journal of Applied Health Sciences*. 2015;8:1(2):81-96.
24. Butigan I. Narcizam i Facebook: Projekcija idealnog sebstva i konstrukcija virtualnih identiteta na društvenim mrežama [Internet].Unizg.hr. [Pristupljeno: 09.07.2022.]. Dostupna: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/4944/1/Butigan,%20Ivana.pdf>.
25. Livazović G. Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija i socijalna integracija*. 2012;20(1):1-22.
26. Hampton K, Wellman B. Neighboring in netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. *City Community*. 2003;2(4):277-311.
27. Vidak I. Facebook, komunikacija 21.stoljeća. *Praktični menadžment*. 2014;5(1):48-52.
28. Kosić S. Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola*. 2010;5(24):103-125.
29. Blažeka, K.Društvene mreže i obrasci komuniciranja mladih. [Internet]. Carnet.hr Tehnička škola Čakovec. 2010. [Pristupljeno:25.07.2022.]. Dostupno na: https://cuc.carnet.hr/2010/images/prez_a2_6d082.pdf?dm_document_id=331&dm_dnl=1
30. McKinney BC, Kelly L, Duran RL. Narcissism or Openness?: College Students' Use of Facebook and Twitter. *Comm Res Rep*. 2012;29(2):108-18.
31. Idealism: Factors Affecting the Body Image of College Students. [Internet]. Wordpress.com. [Pristupljeno:25.07.2022.]. Dostupno na: https://alyssapitura.files.wordpress.com/2011/10/idealism_factors-affecting-the-body-image-of-college-students.pdf *Journal Of The Communication, Spe*.
32. Meng J, Bissell KL, Pan P-L. YouTube video as health literacy tool: A test of body image campaign effectiveness. *Health Mark Q*. 2015;32(4):350-66.
33. Oyserman D, Johnson E, James L. Seeing the destination but not the path: Effects of socioeconomic disadvantage on school-focused possible self content and linked behavioral strategies. *Self and Identity*. 2011;10(4):474-92.
34. Shavelson RJ, Hubner JJ, Stanton GC. Self-concept: Validation of construct

- interpretations. *Rev Educ Res*, 1976;46(3):407-41.
35. Lacković-Grgin, K. *Samopoimanje mladih*. Jastrebarsko: Naklada Slap. 1994.
 36. Harter, S. (1988). *Manual for the Self-Perception Profile for Adolescents*. Denver, CO University of Denver Press. - references - scientific research publishing [Internet]. Scirp.org. [Pristupljeno: 25.07.2022.]. Dostupno na: [https://www.scirp.org/\(S\(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45\)\)/referen](https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45))/referen).
 37. Zeigler-Hill V, Holden CJ, Enjaian B, Southard AC, Besser A, Li H, et al. Self-esteem instability and personality: the connections between feelings of self-worth and the big five dimensions of personality. *Pers Soc Psychol Bull*. 2015;41(2):183-98.
 38. Mar RA, DeYoung CG, Higgins DM, Peterson JB. Self-liking and self-competence separate self-evaluation from self-deception: associations with personality, ability, and achievement. *J Pers*. 2006;74(4):1047-78.
 39. Jelić M. Validacija hrvatske verzije Skale socijalnog samopoštovanja. *Migracijske i etničke teme*, 2009;25(3):237-62.
 40. Tafarodi RW, Milne AB. Decomposing self-esteem. *Journal of Personality*, 2002;70:443–83.
 41. Tafarodi, RW, Swann WB. Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. *Personality and Individual Differences*. 2001;31:653-73.
 42. Leask S. Principal curve analysis avoids assumptions of dependence between measures of hand skill. *Laterality*. 2003;8(4):307-16.
 43. Harter S. *Self-Perception Profile For Adolescents: Manual And Questionnaires*. Denver: University of Denver. 2012.
 44. Baumeister RF, Campbell JD, Krueger JI, Vohs KD. Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychol Sci Public Interest*. 2003;4(1):1-44.
 45. Redenbach, S., 1991. *Self-Esteem, the Necessary Ingredient for Success*. Esteem Seminar Programs and Publications, USA.

46. Wang F, Wild TC, Kipp W, Kuhle S, Veugelers P J. The influence of childhood obesity on the development of self-esteem. *Health Rep Jun.* 2009;20(2):21-7.
47. Lenhart A, Madden M, Hitlin P. Teens and technology: Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation. Pew Internet and American Life Project. Pew Internet & American Life Project [Internet]. Immagic.com. [Pristupljeno:25.07.2022.]. Dostupno na: <https://www.immagi>.
48. Zuo A. *Measuring Up: Social Comparisons on Facebook and Contributions to Self-Esteem and Mental Health*. Michigan: University of Michigan. 2015.
49. de Vries D. *Social media and online self-presentation: Effects on how we see ourselves and our bodies*. 2014.
50. Rosenberg J, Egbert N. Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *J Comput Mediat Commun.* 2011;17(1):1-18.
51. Aronson E, Wilson D, Timothy D, Akert M., Robin M. *Social Psychology (Seventh Edition)*. New Jersey: Prentice Hall. 2009.
52. Gonzales AL, Hancock JT. Identity shift in computer-mediated environments. *Media Psychol [Internet]*. 2008;11(2):167-85.
53. Valkenburg PM, Koutamanis M, Vossen HGM. The concurrent and longitudinal relationship between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in Human Behavior.* 2017;76:35-41.
54. Pantic I. Online social networking and mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2014;17(10):652-57.
55. Blomfield CJ, Barber BL. Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood: SNS use and adolescent indicators of adjustment. *Aust J Psychol.* 2014;66(1):56-64.
56. Lenhart A, Madden M. *Social networking websites and teens [Internet]*. Pew Research Center: Internet, Science & Tech. 2007. [Pristupljeno:27.07.2022.]. Dostupno na:

- <https://www.pewresearch.org/internet/2007/01/07/social-networking-websites-and-teens/>.
57. Best P, Manktelow, R, Taylor B. Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 2014;41:27-35.
 58. Siibak A. Constructing the self through the photo selection - visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2009;3:1-9.
 59. Raymer K. The effects of social media sites on self-esteem. Rowan University; 2015.
 60. Levine M, Murnen S. "Everybody knows that mass media are/are not [pick one] A cause of eating disorders": a critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating among females. *J Soc Clin Psychol*. 2009;28(2):53-9.
 61. Self report measures for love and compassion research: Self-esteem ROSENBERG SELF-ESTEEM SCALE [Internet]. Fetzer.org. [Pristupljeno:25.03.2022.]. Dostupno na: https://fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self_Measures_for_Self-Estee.
 62. Umd.edu. [Pristupljeno:26.03.2022.]. Dostupno na: <https://socy.umd.edu/about-us/rosenberg-self-esteem-scale>.
 63. Seetharaman D. Survey Finds Teens Prefer Instagram, Twitter, Snapchat for Social Networks. [Pristupljeno: 05.08.2022.]. Dostupno na: <https://blogs.wsj.com/digits/2015/10/16/survey-finds-teens-prefer-instagram-snapchat-among-social-networks/>
 64. Barry CT, Sidoti CL, Briggs SM, Reiter SR, Lindsey RA. Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *J Adolesc*. 2017;61(1):1-11.
 65. Teens use an average of nine hours of media per day while tweens use six hours [Internet]. Stompoutbullying.org. [Pristupljeno: 05.08.2022.]. Dostupno na: <https://www.stompoutbullying.org/blog/teens-use-average-nine-hours-media-day-while->

tweens-use-six-hours.

66. Middle school girls: Self-esteem and academic issues [Internet]. Children's Resource Group - A Multi-Specialty Behavioral Health Practice. Children's Resource Group; 2017. [Pristupljeno: 05.08.2022.]. Dostupno na: <https://www.childrensresourcegroup.com/middle-school-girls-self-esteem>.
67. Social media's effects on self-esteem [Internet]. Social Media Victims Law Center. Social Media Victims Law Center PLLC; 2022. [Pristupljeno: 08.08.2022.]. Dostupno na: <https://socialmediavictims.org/mental-health/self-esteem/>.
68. Orben A, Przybylski AK, Blakemore S-J, Kievit RA. Windows of developmental sensitivity to social media. (Internet). Nat Commun 2022. [Pristupljeno: 08.08.2022.]. Dostupno na: <https://www.nature.com/articles/s41467-022-29296-3>
69. Mena-Rodriguez E, Velasco-Martínez L-C. Gender violence and social networks in adolescents. The case of the province of Malaga. *Procedia Soc Behav Sci*. 2017;237:44-9.
70. Factors related to gender cyber-victimization in social networks among Spanish youth. [Internet]. Redalyc.org. [Pristupljeno: 09.08.2022.]. Dostupno na: <https://www.redalyc.org/journal/1002/100270963009/html/>.
71. Mindrila D. Bullying and cyberbullying victimization and weapon carrying: A 3-step latent class analysis with a covariate and a distal outcome. *IJI*, 2019;12(1):1854-61.
72. Zych I, Ortega-Ruiz R, Marín-López I. Cyberbullying: a systematic review of research, its prevalence and assessment issues in Spanish studies. *Psicol Educ*. 2016;22(1):5-18.
73. Kling KC, Hyde JS, Showers CJ, Buswell BN. Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. *Psychol Bull*. 1999;125(4):470-500.
74. Chubb NH, Fertman CI, Ross JL. Adolescent self-esteem and locus of control: a longitudinal study of gender and age differences. *Adolescence*. 1997;32(125): 113-29.
75. Narr RK, Allen JP, Tan JS, Loeb EL. Close friendship strength and broader peer group desirability as differential predictors of adult mental health. *Child Dev*. 2019;90(1):298-313.

76. National Adolescence Observatory: Report.2017. [Pristupljeno: 10.08.2022.]. Dostupno na: <http://www.adolescienza.it/osservatorio/nella-rete-della-rete-report-annuale-osservatorio-nazionale-adolescenza-2017>.
77. Haridy R. Social media use found to impact boys and girls at different ages [Internet]. New Atlas. 2022. [Pristupljeno: 11.08.2022.]. Dostupno na: <https://newatlas.com/health-wellbeing/social-media-use-boys-girls-mental-health-impact/>.

8. PRILOZI

Slike

Slika 1. Globalne društvene mreže rangirane po broju korisnika u 2022. godini.....	5
Slika 2. Raspodjela ispitanika prema spolu	21
Slika 3. Raspodjela ispitanika prema dobi	21
Slika 4. Najčešće korištene društvene mreže	22
Slika 5. Broj bliskih prijatelja	22
Slika 6. Broj pratitelja na društvenim mrežama.....	23
Slika 7. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama.....	23
Slika 8. Svrha korištenja društvenih mreža.....	24

Tablice

Tablica 1. Značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi.....	25
Tablica 2. Negativna iskustva na internetu	27
Tablica 3. Deskriptivna analiza Rosenbergove skale samopoštovanja.....	28
Tablica 4. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi između učenika i učenica.....	29
Tablica 5. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi s obzirom na dob učenika i učenica	30
Tablica 6. Razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na spol učenika i učenica	31
Tablica 7. Razlika u nasilju na društvenim mrežama s obzirom na dob učenika i učenica.....	33
Tablica 8. razlika u samopoštovanju učenika s obzirom na spol.....	34
Tablica 9. Razlika u samopoštovanju učenika s obzirom na dob	35
Tablica 10. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na broj prijatelja/pratitelja	36

Tablica 11. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama.....	36
Tablica 12. Razlika u razini samopoštovanja u odnosu na broj bliskih prijatelja u stvarnom životu	37
Tablica 13. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na broj prijatelja/pratitelja.....	38
Tablica 14. Razlika u percipiranom značaju društvenih mreža na stvaranje slike o sebi u odnosu na vrijeme provedeno na društvenim mrežama	39
Tablica 15. Razlika u negativnim iskustvima na društvenim mrežama u odnosu na svrhu korištenja društvenih mreža.	40

Obavijest za ispitanike

Suglasnost ispitanika

OBAVIJEST ZA ISPITANIKE

Poštovani/na, pozivamo Vas da dozvolite sudjelovanje Vašeg djeteta u istraživanju u kojem se ispituje utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje adolescenata. Istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada studentice Sveučilišnog diplomskog studija sestrinstva na Fakultetu zdravstvenih studija Sveučilišta u Rijeci, Sanele Jelen pod mentorstvom doc.dr.sc. Gordana Pelčić dr. med. na temu „Utjecaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi i samopoštovanje adolescenata.“ Cilj istraživanja je ispitati značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi, učestalost negativnih iskustava na društvenim mrežama i razinu samopoštovanja adolescenata. Istraživanje je anonimno, a sudjelovanje dobrovoljno i možete se slobodno i bez ikakvih posljedica povući u bilo koje vrijeme, bez navođenja razloga. Rezultati ankete koristiti će se jedino i isključivo u svrhu ovog istraživanja.

Kontakt: sanelajelen@gmail.com

SUGLASNOST RODITELJA ZA SUDJELOVANJE MALOLJETNIH UČENIKA U ISTRAŽIVANJU

Potvrđujem da sam pročitao/la obavijest za gore navedeno istraživanje, te sam imao/la mogućnost dodatnog informiranja. Znam da je sudjelovanje dobrovoljno te da se može povući u bilo koje vrijeme, bez navođenja razloga i bez ikakvih posljedica. Obzirom da je cilj istraživanja isključivo istražiti utjecaj društvenih mreža na samopoštovanja kod adolescenata, bez štetnih učinaka i upotrebe podataka u neke druge svrhe, spreman/na sam dozvoliti sudjelovanje mog djeteta u navedenom istraživanju.

Ime i prezime učenika :

Ime i prezime roditelja :

Datum:

Potpis _____

Anketni upitnik

1. Opći upitnik

1. Spol:

- a) M
- b) Ž

2. Dob:
 - a) 15
 - b) 16
 - c) 17
 - d) 18
 - e) 19
3. Koje društvene mreže najčešće koristiš?
 - a) Facebook
 - b) Twitter
 - c) Instagram
 - d) Snapchat
 - e) Tik tok
 - f) Ne koristim nijednu društvenu mrežu
4. Koliko imaš bliskih prijatelja s kojima možeš podijeliti i dobre i što ti se događa u životu (ne uključujući članove obitelji)?
 - a) Nijednog
 - b) 1
 - c) 2
 - d) 3
 - e) 4 i više
5. Koliko prijatelja/pratelja imaš na društvenim mrežama?
 - a) Do 100
 - b) Od 101 do 200
 - c) Od 201 do 500
 - d) 500 i više
6. Koliko vremena na dan provedeš koristeći društvene mreže?
 - a) od 1 sat dnevno
 - b) 2 sata dnevno
 - c) 3-4 sata dnevno
 - d) 5-6 sati dnevno
 - e) 7 ili više sati dnevno
7. U koje svrhe najviše koristiš društvene mreže
 - a) Dopisujem se s prijateljima
 - b) Tražim sadržaje vezane za školu i školske zadatke
 - c) Gledam profile i slike drugih ljudi
 - d) Objavljujem sadržaje o sebi
 - e) Zabava i igrice

2. Značaj društvenih mreža na stvaranje slike o sebi

U ovom dijelu upitnika potrebno je zaokružiti u kojoj mjeri se slažete sa svakom od tvrdnji:

1-uopće se ne slažem;

2-uglavnom se ne slažem;

3-niti se slažem niti se ne slažem;

4-uglavnom se slažem;

5-u potpunosti se slažem

1. Broj pratitelja određuje koliko vrijedim u društvu

1 2 3 4 5

2. Na društvenim mrežama uspoređujem svoj izgled sa izgledom drugih

1 2 3 4 5

3. Osobe koje pratim na društvenim mrežama imaju zanimljiviji život nego što je moj

1 2 3 4 5

4. Korištenje društvenih mreža utječe na promjenu mojih dosadašnjih razmišljanja

1 2 3 4 5

5. Broj pratitelja na društvenim mrežama pokazuje da me drugi ljudi vole

1 2 3 4 5

6. Osjećam se dobro kada dobijem puno lajkova na svoju objavu

1 2 3 4 5

7. Osjećam se dobro kada mi netko koga ne poznajem pošalje zahtjev za prijateljstvom

1 2 3 4 5

3. Negativna iskustva na internetu

1 – nikada,

2 – rijetko,

3 – ponekad,

4 – često

1. Jesi li ikada na društvenim mrežama doživio/la da te netko vrijeđa ili negativno komentira?

1 2 3 4

2. Primaš li često zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih osoba?

1 2 3 4

3. Stižu li ti često u „inboks“ poruke uvredljivog sadržaja od „čudnih“ osoba?

1 2 3 4

4. Jesi li se ikada desilo da je netko bez tvoje dozvole podijelio neku informaciju o tebi, sliku ili video ?

1 2 3 4

5. Je li ti se ikada desilo da ti je ukraden ili hakiran profil na društvenoj mreži?

1 2 3 4

4. Rosenbergova ljestvicu samopoštovanja :

Molimo da pažljivo pročitaš ove tvrdnju i tvoj je zadatak odrediti u kojoj se mjeri navedene tvrdnje odnose na tebe. To ćeš u učiniti tako što ćeš zaokružiti jedan od brojeva na skali, a značenje brojeva je slijedeće: 1 2 3 4 5. Molimo te da na sve tvrdnje odgovoriš što iskrenije možeš.

1= uopće se ne slažem

2= ne slažem se

3= slažem se

4= u potpunosti se slažem

1. U cjelini, zadovoljan/a sam sa sobom
1 2 3 4
2. S vremena na vrijeme mislim da nisam dobar/a uopće.
1 2 3 4
3. Mislim da imam puno dobrih osobina.
1 2 3 4
4. U stanju sam činiti stvari dobro, kao i većina drugih ljudi.
1 2 3 4
5. Mislim da nemam na što biti ponosan/a.
1 2 3 4
6. Ponekad se osjećam beskorisno.
1 2 3 4
7. Mislim da sam osoba sa puno vrijednosti, barem koliko i ostali.
1 2 3 4
8. Volio/la bih da mogu imati više poštovanja prema sebi.
1 2 3 4
9. Sve u svemu, mislim da sam neuspješan/a.
1 2 3 4
10. Imam pozitivan stav prema sebi.
1 2 3 4

8. ŽIVOTOPIS

Rođena sam u Karlovcu 29. ožujka 1988. godine. Osnovnu školu Dragojle Jarnević pohađala sam od 1994. do 2002.godine. Medicinsku školu u Karlovcu upisala sam 2002. godine i završila 2006. godine. Izvanredni preddiplomski stručni studij sestrinstva u Rijeci upisala sam 2016. godine, te isti završila 2019. godine. Godine 2020. upisala sam sveučilišni diplomski studij Sestrinstvo – promicanje i zaštita mentalnog zdravlja.

Pripravnički staž pohađala sam u Domu zdravlja Duga Resa i Općoj bolnici Karlovac. Po završetku pripravničkog staža 2008. godine, zaposlila sam se u Centru za radnu terapiju i rehabilitaciju Nada u kojem sam radila do 2011. godine. Svoje radno iskustvo nastavila sam u ordinaciji dentalne medicine sve do 2017. godine, te sam se 2018. godine zaposlila u Općoj bolnici Karlovac na odjelu za Dječje bolesti gdje i danas radim.