

Navike korištenja i trendovi kod mladih korisnika pametnih telefona

Eskeričić, Anamarija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:508722>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Dvopredmetni diplomski studij informatologije i informacijske tehnologije

Anamarija Eskeričić

Navike korištenja i trendovi kod mladih korisnika pametnih telefona

Diplomski rad

Mentorica: doc.dr.sc. Milijana Mičunović

Osijek, 2021.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za informacijske znanosti

Dvopredmetni diplomski studij informatologije i informacijske tehnologije

Anamarija Eskeričić

**Navike korištenja i trendovi kod mladih korisnika pametnih
telefona**

Diplomski rad

Društvene znanosti, Informacijske i komunikacijske znanosti

Mentorica: doc.dr.sc. Milijana Mičunović

Osijek, 2021.

Prilog: Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje

Obveza je studenta da donju Izjavu vlastoručno potpiše i umetne kao treću stranicu završnog odnosno diplomskog rada.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 04.05.2021.

Anamarija Eskečić 0122220763
ime i prezime studenta, JMBAG

Sažetak

Cilj ovoga rada je opisati trendove i navike korištenja pametnih telefona među mladima. Teorijski dio kroz pregled raznih provedenih istraživanja diljem svijeta opisuje odnos mladih spram novih tehnologija, s naglaskom na mobilnu tehnologiju. S obzirom da je naglasak na mladima, opisuju se navike korištenja i trendovi kod generacije Y (milenijalci) i generacije Z. Zatim se prikazuju prednosti i mane korištenja pametnih telefona, kao i najčešće pozitivne i negativne posljedice. Nadalje, istraživački dio rada prikazat će rezultate istraživanja provedenog među studentima putem *online* anketnog upitnika kojeg su ispunila 304 studenta sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Glavni cilj istraživanja bio je saznati kakav utjecaj pametni telefoni imaju na mlade, konkretno na studente, te koji trendovi su zastupljeni među njima. Rezultati su pokazali da ispitanici najčešće koriste pametni telefon za komunikaciju pozivima i porukama, a kada duže vrijeme nisu u mogućnosti koristiti pametni telefon, najčešće se javlja neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštaju. Također, pokazalo se da kada ispitanici odabiru samostalno biti bez pametnog telefona, odabiru to najčešće kako bi bili usredotočeni na sadašnji trenutak. Rezultati istraživanja su pokazali da se, s obzirom na rezultate prethodnih istraživanja, navike korištenja pametnih telefona i trendovi među mladima nisu bitno mijenjali kroz godine, unatoč razvoju i usavršavanju tehnologije pametnih telefona.

Ključne riječi: pametni telefon, trendovi, navike korištenja pametnih telefona, mladi

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvod..... | 1 |
| 2. Mladi i mobilne tehnologije..... | 2 |
| 2.1. Generacija Y (milenijalci) i Z i pametni telefoni | 6 |
| 2.2. Prednosti i mane korištenja pametnih telefona..... | 9 |
| 2.3. Najčešće (pozitivne i negativne) posljedice korištenja pametnih telefona | 12 |
| 3. Istraživanje navika korištenja i trendova kod mladih korisnika pametnih telefona..... | 17 |
| 3.1. Cilj i svrha istraživanja | 17 |
| 3.2. Metodologija i uzorak | 17 |
| 3.3. Rezultati istraživanja..... | 18 |
| 3.4. Rasprava | 51 |
| 4. Zaključak | 56 |
| 5. Popis literature i izvora..... | 58 |
| 6. Prilozi | 64 |

1. Uvod

Internet, računalna i mobilna tehnologija zajedno su stvorili uvjete za pojavu novih vrsta mobilnih uređaja i, posljedično, novih oblika komunikacije. Mlade generacije s vremenom su prihvatile mobilne telefone s obzirom da su im omogućili prostornu pokretnost i fleksibilnost za razliku od fiksnih telefona.¹ Digitalna tehnologija ima značajan utjecaj na život ljudi, a pored uobičajenog mobilnog telefona, izum pametnog telefona predstavljao je važan pomak u području korištenja digitalne tehnologije u svakodnevnom životu. Prvi pametni telefon izumio je IBM 1992. godine pod nazivom Simon. Pametni telefoni olakšali su i ubrzali pristup potrebnim informacijskih izvorima, a mogu obavljati mnoge zadatke koje obavlja i računalo. Takav telefon omogućava osobi komunikaciju s drugima putem poziva i poruka, fotografiranje, dijeljenje videozapisa, pristup raznim poslovnim i zabavnim sadržajima. Što se tiče fizičkih značajki, za razliku od uobičajenih mobilnih telefona, pametnim telefonom se upravlja putem zaslona osjetljivog na dodir. Mlade generacije široko upotrebljavaju pametni telefon kao komunikacijski alat, ali i za obrazovanje, posao, zdravstvo, sport, zabavu, i slično. U suvremeno doba, pametni telefon postao je neizbježni dio života pojedinca, posebno kod mladih generacija, s obzirom da se učestalo koristi u raznim prigodama na javnom ili radnom mjestu, obiteljskom okupljanju i drugim sličnim situacijama. Uz mogućnost pristupa internetu putem pametnog telefona moguće je saznati što se događa u svijetu u samo nekoliko sekundi, što pametne telefone čini još privlačnijima pojedincu.² Prema Venhwei i Wei postoji šest oblika zadovoljstava koje mobilni telefoni omogućavaju svojim korisnicima: stjecanje informacija (o događanjima, novostima, i slično), socijalnu korisnost (komunikacija, zabava, suzbijanje dosade, i slično), privrženost (poboljšavanje odnosa, održavanje kontakata, i slično), izražavanje vlastitog identiteta (iskazivanje statusa), mobilnost (udaljenost više ne predstavlja problem), dostupnost.³

¹ Usp. Relja, Renata; Božić, Tina. Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. // Media, culture and public relations 3, 2(2012), str. 140. URL: <https://hrcak.srce.hr/87766> (2020-04-26)

² Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

³ Wei, R., Venhwei, L. Staying Connected while on the Move: Cell Phone Use and Social Connectedness // New Media & Society 6, 5(2003), str. 53-72. Citirano prema: Usp. Relja, Renata; Božić, Tina. Nav. dj., str. 142.

2. Mladi i mobilne tehnologije

Istraživanjem koje je provedeno 2010. godine potvrdilo se da mladi posjeduju barem jedan mobilni telefon te ga koriste kao primarno sredstvo za komunikaciju s temeljnom svrhom održavanja kontakata s obitelji i prijateljima. Nadalje, istraživanje je pokazalo da mladi kao primarni oblik komunikacije koriste tekstualne poruke. Osim toga, utvrđeno je i kako mladi ne troše puno novčanih sredstava na mobilne telefone te ga prvenstveno mijenjaju iz praktičnih potreba. Dakle, na osnovu provedenog istraživanja može se zaključiti da su mobilni telefoni s vremenom postali u potpunosti prihvaćeni od strane mladih generacija.⁴

Putem mobilnog telefona moguće je čitati e-knjige, e-novine, e-časopise i druge e-tekstove. Tiskane knjige suočene su s brojnim izazovima nakon uvođenja e-knjiga. Korištenjem mobilnog telefona moguće je kupiti ili preuzeti bilo koju e-knjigu. Neke od prednosti upotrebe mobilnog telefona za čitanje su: prijenosnost, kapacitet za pohranu e-knjiga, olakšano čitanje, izbjegavanje smetnji tijekom čitanja, postojanje besplatnih naslova, slobodan prostor. Dakle, mobilni telefon je lagan i malen uređaj na koji se može pohraniti veći broj e-knjiga, a ne stvara se problem prijenosnosti kao kod fizičkih tiskanih knjiga s obzirom na njihovu težinu i veličinu. Nadalje, čitanje putem mobilnog telefona je interaktivno jer može sadržavati animacije te audio i video komponente, a čitatelji mogu pretražiti bilo koju informaciju bez da okreću stranicu po stranicu kao kod fizičkih knjiga. Osim toga, moguće je i promijeniti veličinu fonta, čime se olakšava čitanje raznim čitateljima. Čitanjem putem mobilnog telefona izbjegavaju se smetnje koncentracije s obzirom da ne postoji potreba za listanjem stranica i samim time ometanje čitatelja. Takvo čitanje štedi novac i vrijeme s obzirom da postoji mnoštvo besplatno dostupnih knjiga koje je moguće čitati bez odlaska u knjižaru. Naposljetku, čitanje putem mobilnog telefona ne zahtjeva dodatni prostor za smještaj knjiga s obzirom da se ne radi o tiskanim knjigama. S druge strane, može postojati i nekoliko nedostataka vezanih uz čitanje putem mobilnog telefona poput lošeg sučelja i navigacije što negativno utječe na zadovoljstvo i snalaženje čitatelja. Čitanje putem mobilnog telefona vizualno je zahtjevnije od čitanja tiskane knjige te može dovesti do naprezanja očiju i glavobolje, a može negativno utjecati i na zdravlje. Također, tu je i pitanje koncentracije budući da e-tekst kao hipertekst može omesti koncentraciju čitatelja upućujući ga uvijek na nove

⁴ Usp. Relja, Renata; Božić, Tina. Nav. dj., str. 147.

poveznice, kao što i notifikacije o aktivnostima na mobilnom, to jest pametnom telefonu, mogu prekidati proces čitanja. Upravo su se zbog toga, uz mobilne i pametne telefone, razvili i e-čitači koji omogućuju gotovo puno iskustvo čitanja te predstavljaju bolju i učinkovitiju alternativu čitanju na mobilnim telefonima. Ipak, mobilni telefoni ostaju prikladnima za čitanje kraćih e-tekstova poput vijesti, objava na društvenim medijima, i slično.⁵

Od 78% tinejdžera koji imaju mobilne telefone, više od polovice ih je svoj prvi mobilni telefon dobilo u dobi od 8 do 12 godina. S porastom popularnosti pametnih telefona, neki svoje prve mobilne telefone dobivaju i ranije. Česti su slučajevi gdje roditelji smatraju kako bi njihova djeca trebala imati mobilni telefon prvenstveno zbog sigurnosti, odnosno kako bi ih u hitnim slučajevima djeca mogla kontaktirati. Međutim, glavni razlog zbog kojih tinejdžeri žele mobilni telefon je komunikacija s prijateljima. Facebook je nastao 2004. godine, a jedno je od prvih mrežnih mjesta koje zahtijeva da korisnici navedu svoja imena. Oko 94% tinejdžera ima račun na Facebooku. Osim Facebook-a, među tinejdžerima popularni su i Twitter, Instagram, YouTube, Myspace i Tumblr. Prema istraživanju Harris Interactive većina tinejdžera tvrdi da je mobilni telefon ključ uspješnog društvenog života. Antropolog Robbie Blinkof u svom istraživanju otkrio je da tinejdžeri koji su uplašeni da će bez mobilnog telefona biti isključeni iz društvenog života ne doživljavaju to bez razloga dramatičnim iskustvom s obzirom da bez mobilnog telefona nemaju mogućnost komunikacije s prijateljima i ostatkom zajednice koja koristi mobilne telefone. Dakle, biti bez mobitela kao tinejdžer može značiti „socijalno samoubojstvo“ s obzirom da se većina društvenog života među tinejdžerima odvija putem mobilnog telefona te oni koji ga nemaju bivaju isključenima i nemaju mogućnost sudjelovanja u takvoj vrsti društvenog života.⁶ Uspoređujući „EU Kids Online“ istraživanje provedeno 2010. godine i „Net Children Go Mobile“ istraživanje provedeno 2014. godine među djecom starosti od 9 do 16 godina pokazuje se samo umjereni porast nekih od rizika korištenja interneta. Potencijalno negativni oblici korisničkog sadržaja (sadržaj mržnje, proanoreksični sadržaj ili sadržaj vezan uz samoozljeđivanje) su češći. Promatrano prema zemljama promjene uočene u razdoblju od 2010. do 2014. godine sugeriraju da se djeca suočavaju

⁵ Usp. Shimray, Somipam R.; Keerti, Chennupati; Ramaiah, Chennupati K. An overview of mobile reading habits // DESIDOC Journal of Library & Information Technology 35, 5(2015), str. 365-370. URL: https://www.researchgate.net/profile/Chennupati_Ramaiah/publication/281586075_An_Overview_of_Mobile_Reading_Habits/links/55eec33a08ae0af8ee1a32da.pdf (2020-04-29)

⁶ Usp. Wilcox, Christine. Cell Phones and Teens. San Diego: ReferencePoint Press, 2015. Str. 10-13.

s više rizika u Danskoj, Italiji i Rumunjskoj, ali da u Belgiji, Portugalu i Velikoj Britaniji imaju više koristi od mrežnih aktivnosti bez da je došlo do povećanja rizika. Istraživanja su, također, pokazala da u svim zemljama roditelji djece svih dobnih skupina više vole razgovarati o sigurnosti na internetu, nego koristiti roditeljski nadzor, to jest kontrolu nad aktivnostima djece na mreži.⁷

Prema istraživanju Istraživačkog centra Pew provedenog 2015. godine u 40 država među 40.435 ispitanika utvrđeno je da su od 2013. godine u mnogim zemljama stope vlasništva nad pametnim telefonima porasle, a Južna Koreja se ističe kao zemlja s najvećom stopom posjedovanja pametnih telefona (88% ispitanika). S druge strane, zemlje s najmanjom stopom posjedovanja pametnih telefona su među najsiromašnijima: Tanzanija, Uganda i Etiopija. U brojnim zemljama u razvoju sve više ljudi ima pristup internetu i sve ga češće koriste. U 12 zemalja u razvoju došlo je do značajnog povećanja odraslih korisnika interneta koji tvrde da internet koriste nekoliko puta dnevno. Nadalje, postoje rodne razlike u korištenju tehnologije u nekim zemljama, to jest u 20 zemalja muškarci češće koriste internet nego žene, a te su razlike posebno izražene u afričkim zemljama.⁸ Istraživački centar Pew proveo je istraživanje i 2018. godine u 27 zemalja među 30.133 ispitanika gdje se utvrdilo da većina onih koji posjeduju mobilni telefon u isto vrijeme posjeduju i pametni telefon, što nije bio slučaj unazad nekoliko godina, odnosno u 2015. godini samo je 27% ispitanika posjedovalo pametni telefon. Primjerice, u Brazilu se vlasništvo nad pametnim

⁷ Usp. Livingstone, Sonia et al. Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile, 2014. URL:

http://eprints.lse.ac.uk/60513/1/lse.ac.uk_storage_LIBRARY_Secondary_libfile_shared_repository_Content_EU%20Kids%20Online_EU%20Kids%20Online-Children's%20online%20risks_2014.pdf (2020-04-29)

⁸ Usp. Poushter, Jacob. Smartphone ownership and internet usage continues to climb in emerging economies // Pew Research Center, (2016), str. 6. URL:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44927713/Smartphone_Ownership.pdf?1461176983=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DSmartphone_Ownership_and_Internet_Usage.pdf&Expires=1600252709&Signature=AIVxp3FI~X6pUAWz7R0rvEe-HnoNIVLWQPXRrcnz23voJ9MwECRMQFBHlaXLQbrdUt9IGIie9tVxEML93AMxaehPyma~EXae3KuJWx-HOE3Uj4ZR2aAzaafg8sFbY6rOJ42rkJrKgXpFHWteMwdvBVxhQVOCSx-AZi9KiRvJyeXJnCmCblywzWY2GOzz-EIb7cTQ~K~RKSSVb-XVnQIaU4PQK5eQfVIMPi1z~HX6MrnCI9QffKEIXlnK8yqb~wa-IFSyexXc2yEwiMTSmC39VziPaOBcEaal5dyX3cdly4AMoMX64PjEhnf3htVnrA9QkF25PpIOlfG~ZQ5OinEDCg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA (2020-04-29)

telefonima učtverostručilo u odnosu na 2013. godinu, odnosno povećalo se s 15% na 60%.⁹ U Indiji je zabilježen veliki porast uporabe mobilnih telefona. a indijsko telekomunikacijsko tržište postalo je drugo po veličini na svijetu. Prema istraživanju iz 2016. godine u kojem je sudjelovalo 410 studenata od 18 do 25 godina starosti iz grada Pune u Indiji utvrđeno je da gotovo svi ispitanici studenti posjeduju pametni telefon, da je najpopularnija platforma među njima Android OS, a najviše studenata posjeduje uređaj marke Samsung. Nadalje, gotovo svi ispitanici koriste internet putem svojih pametnih telefona, a s obzirom na davatelja internetskih usluga, više od pola ispitanih studenata preferira 3G uslugu. Pametni telefon najčešće koriste za aktivnosti na društvenim mrežama, a češće ga koriste noću nego danju. Među spolovima nisu uočene razlike u korištenju interneta, poziva i SMS poruka, kao ni u količini vremena korištenja pametnog telefona.¹⁰

Istraživanjem o medijskim navikama u Republici Hrvatskoj koje je provedeno od strane IPSOS-a 2019. godine utvrdilo se da je internet najkorišteniji medij te da se smatra da su informacije do kojih se dolazi putem interneta jedinstvene i pouzdanije od onih u ostalim medijima poput TV-a, radija i tiskanih medija. TV je, nakon interneta, drugi najkorišteniji medij, a najčešće se koristi u večernjim satima. Radio se najčešće sluša u automobilu u prijepodnevnim satima, a tiskani se mediji konzumiraju u javnim prostorima poput kafića, restorana, i slično. Mediji utječu i na stvaranje slike o brendovima te odluku o kupnji, pa tako reklame na internetu najviše utječu na kupce.¹¹ Prema istraživanju tvrtke Nielsen provedenom 2018. godine pokazalo se da su odrasle osobe u SAD-u provodile više od 11 sati dnevno u interakciji s medijima preko TV-a, radija, računala, pametnih telefona i tableta, a 92% odraslih svaki tjedan je slušalo radio. Odrasli od 18 do 34 godine provodili su najveći postotak vremena gledajući TV i koristeći ostale digitalne uređaje, a gotovo 20% Amerikanaca koristilo je pametni zvučnik u kućanstvu.¹² Isto istraživanje

⁹ Usp. Kyle. Taylor; Silver, Laura. Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally // Pew Research Center, (2019), str. 7-9. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/> (2020-04-29)

¹⁰ Usp. Vaidya, Alpana; Pathak, Vinayak; Vaidya, Ajay. Mobile Phone Usage among Youth // International Journal of Applied Research and Studies 5, 3(2016), str. 4-15. URL: https://www.researchgate.net/publication/299540610_Mobile_Phone_Usage_among_Youth (2020-04-26)

¹¹ Usp. IPSOS. Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019. Str. 4. URL: https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf (2020-04-29)

¹² Usp. The Nielsen Total Audience Report, 2018. URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/q1-2018-total-audience-report.pdf> (2020-04-29)

ponovljeno je i 2019. godine gdje se pokazalo da su tada odrasli u SAD-u provodili 11 sati i 27 minuta u interakciji s medijima preko raznih digitalnih uređaja, a 92% odraslih osoba u SAD-u svaki je tjedan slušalo radio kao i 2018. godine. Odrasli od 35 do 49 godina provodili su više vremena dnevno na pametnim telefonima nego bilo koja druga dobna skupina, a 28% američkih kućanstava tada je posjedovalo pametni zvučnik.¹³

2.1. Generacija Y (milenijalci) i Z i pametni telefoni

Ulaskom u digitalno doba, važnost fizičke prisutnosti i osobnog kontakta sve više se smanjuje. Cijeli svijet se suočava s novim izazovima, odnosno promjenama klasičnih društvenih uloga i uspostavljenih normi pri čemu tradicionalne prakse postaju često neprimjenjive. S obzirom na to, potrebne su prilagodbe u obrazovnom sustavu, marketingu i ekonomiji, medijima, industriji zabave i drugim poljima koja se odnose na generaciju Y (milenijalce). Generacija Y je mlada generacija rođena od 1980-ih do 2000-ih godina koja je opisana kao spretna generacija otvorena za nove stvari i suradničko učenje, a pri tome se vrlo dobro snalaze u korištenju novih tehnologija. Rođeni su u doba tehnološkog razvoja i imali su mogućnost bržeg i olakšanog pristupa informacijama u odnosu na prošle generacije s obzirom da, primjerice, nisu morali odlaziti u knjižnicu kako bi prikupili potrebne informacije. Društveni mediji im omogućuju informiranje o najnovijim trendovima, svakodnevnim događanjima i komunikaciju s drugim ljudima, dok im fizički kontakt s drugima postaje sve manje važan. Život na mreži podrazumijeva dijeljenje mnoštva osobnih podataka, a mlade generacije poput generacije Y imaju mogućnost oblikovati virtualnu osobnost i predstaviti se svijetu na način na koji sami žele. Također, imaju kontrolu nad onim što žele da drugi korisnici vide, to jest mogućnost upravljanja osobnom reputacijom (engl. *reputation management*), a pritom pojedinci često prikazuju samo ono idealno, što može negativno utjecati na samopoštovanje ostalih korisnika koji će uspoređivati prikazane idealne trenutke sa svojim životom. Pripadnici generacije Y čitaju sve manje i manje, a broj onih koji čitaju s razumijevanjem se smanjuje s obzirom da veliki broj mladih smatra da je svaki tekst koji ne odgovara mobilnom zaslonu predugačak za čitanje. Dakle, napredna tehnologija ima važnu ulogu

¹³ Usp. The Nielsen Total Audience Report, 2019. URL:

<https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/NielsenTotalAudienceReportQ12019.pdf> (2020-04-29)

u životu generacije Y i oni ju koriste svakodnevno, uključujući i pametne telefone. Dakako, korisnici pametnih telefona trebaju biti vrlo oprezni u njihovom svakodnevnom korištenju jer postoji mogućnost ugrožavanja njihove sigurnosti i krađe njihovih osobnih i drugih podataka. Svi korisnici bi trebali koristiti zaporke na svom pametnom telefonu te tako onemogućiti, u slučaju gubitka ili krađe pametnog telefona, pristup svojim podacima onome tko pronađe ili ukrade pametni telefon. Uz podatke poput onih o bankovnoj kartici, raznih drugih zaporki, osjetljivih podataka (fotografije, videozapisi, poruke), dobra i sigurna zaporka na pametnom telefonu drži podatke i sadržaje na sigurnom, stoga je upotreba jake zaporke (dugačka, miješanje brojeva, slova i znakova) od iznimne važnosti za svakog korisnika pametnog telefona. Generacija Y često ne razmišlja o rizicima i problemima vezanim uz privatnost i sigurnost svojih pametnih telefona. Sama tehnologija ne može riješiti sigurnosne probleme jer je, uz tehnološke čimbenike, ljudski čimbenik, također, ključan. Upravo iz tog razloga, korisnike bi trebalo više osvijestiti o mogućim rizicima te ih tako potaknuti da osiguraju svoje pametne telefone, ali i da ne pristupaju sumnjivim sadržajima, aplikacijama i ostalom što može ugroziti njihovu privatnost i sigurnost.¹⁴

Među najveće i najatraktivnije kategorije kupaca pametnih telefona uvršteni su mladi ljudi koji su odrasli tijekom procvata interneta i društvenih medija, poznati pod nazivom generacija Z.¹⁵ Mladi ljudi koji pripadaju generaciji Z rođeni su u razdoblju kasnih 90-ih godina 20. stoljeća i u prvom desetljeću 21. stoljeća. Pripadnici te generacije visoko su tehnološki pismeni budući da su odrasli s računalnom, to jest informacijsko-komunikacijskom tehnologijom, pogotovo oni rođeni od 2000. godine pa nadalje.¹⁶ Prema istraživanju u kojem je sudjelovalo 447 ispitanika utvrdilo se da su mogućnosti plaćanja (cijena), percipirana korist (funkcionalnost), vršnjački i društveni utjecaj (takozvani *peer-pressure*), dizajn proizvoda i robna marka ključni čimbenici koji utječu na odluku o kupnji pametnog telefona kod generacije Z. Kako bi marketinški stručnjaci bolje razumjeli digitalno ponašanje generacije Z, Google je proveo istraživanje u SAD-u gdje je

¹⁴ Usp. Holicza, Peter; Kaděna, Esmeralda. Smart and Secure? Millennials on Mobile Devices // Interdisciplinary Description of Complex Systems 16, 3-A(2018), str. 377-380. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=303147 (2020-04-29)

¹⁵ Usp. Mohammed, Ashraf Bany. Selling smartphones to generation Z: Understanding factors influencing the purchasing intention of smartphone // International Journal of Applied Engineering Research 13, 6(2018), str. 3220. URL: https://www.ripublication.com/ijaer18/ijaerv13n6_12.pdf (2020-06-20)

¹⁶ Usp. Ivasović, Sebastijan. Neprestana povezanost i strah od propuštanja u svakodnevnim interakcijama mladih licem u lice // Medijske studije 10, 20(2019), str. 36. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=343055 (2020-04-29)

utvrđeno da je za generaciju Z dobivanje mobilnog telefona jedan od najvažnijih životnih događaja, a što se tiče njihove aktivnosti na mobilnom telefonu, najviše vremena provode gledajući videozapise na svojim mobilnim telefonima, odnosno više od tri sata dnevno. Osim toga, preferiraju tekstualne poruke za povezivanje s drugima, a više od polovice tinejdžera koristi mogućnosti *online* kupnje putem svog mobilnog telefona (najčešće se radi o kupovini video igara, knjiga, odjeće, namirnica, elektronike, i slično). Kao razlog *online* kupnje navode jednostavnost, bolju ponudu, brzinu i prikaz različitih marki bez potrebe za fizičkim odlaskom u trgovinu. Iako na raspolaganju imaju više vrsta digitalnih i mobilnih uređaja nego bilo koja generacija prije njih, najviše koriste mobilni telefon.¹⁷

Istraživanjem koje je provedeno u Zagrebu 2017. godine nastojali su se istražiti obrasci korištenja pametnih telefona od strane pripadnika generacije Z u interakcijama licem u lice, ali i povezanost između potrebe za „neprestanom prisutnošću i povezanošću“ i „straha od propuštanja“. Metodom promatranja promatralo se deset skupina mladih tijekom druženja na javnim mjestima (trgovi, kafići). Nakon toga provedeno je istraživanje posredstvom dubinskih intervjua gdje je intervjuirano 10 osoba iz Zagreba i okolice u dobi između 17 i 21 godine. Rezultati istraživanja pokazali su da mladi tijekom druženja pomoću pametnog telefona pronalaze nove teme razgovora ili podižu intenzitet komunikacije, no ponekad uporabom pametnog telefona signaliziraju da im je dosadno što ostali članovi grupe mogu smatrati uvredljivim. Mladi u manjim grupama, posebno kada se radi o druženju dvoje mladih, nastoje ne koristiti pametni telefon, osim ako su međusobno vrlo povezani. Na temelju dubinskog intervjua zaključeno je da je konstantna povezanost omogućena razmjenom poruka o velikom broju tema mladima zabavna. Međutim, mladi često iz tog razloga osjećaju strah od propuštanja, odnosno komunikacijom putem pametnog telefona postižu osjećaj pripadnosti, a gubitkom te komunikacije, to jest pametnog telefona došlo bi i do gubitka socijalnih komponenti koje su omogućene umrežavanjem. Neprestana umreženost ponekad dovodi do psihološkog pritiska kod mladih jer je redovito odgovaranje na poruke putem raznih aplikacija važno za održavanje dobrih odnosa, stoga mladi to pokušavaju ispuniti. Kod mladih koji su u ljubavnoj vezi neprestana povezanost može predstavljati još veći pritisak i stres s

¹⁷ Usp. GenZ: New Insights Into the Mobile-First Mindset of US Teens, August 2016. URL: <https://www.digitalmarketingcommunity.com/researches/gen-z-new-insights-into-the-mobile-first-mindset-of-teens-august-2016-think-with-google/> (2020-04-26)

obzirom da postoji manja tolerancija na neredovito odgovaranje na poruke, posebice od strane djevojaka.¹⁸

2.2. Prednosti i mane korištenja pametnih telefona

Kao što je navedeno u prethodnom dijelu rada, pametni telefon je tehnološka inovacija koja omogućuje osobi da ostane društveno povezana s drugima koji su fizički udaljeni. Činjenica da pametni telefoni mogu pohraniti mnoštvo fotografija, videa, zvuka, aplikacija, i slično, povećava popularnost tih uređaja. Razlozi za svakodnevnu uporabu pametnih telefona u svakodnevnom životu su različiti: komunikacija, produktivnost, zabava, društvene mreže, igre, i slično.¹⁹ Na Institutu za obrazovne znanosti na Sveučilištu u Ankari, 29 studenata dobrovoljno je sudjelovalo u istraživanju iz 2018. godine u kojem su se ispitivale prednosti korištenja pametnih telefona među studentima. Rezultati istraživanja su pokazali da studenti koriste pametni telefona za pretragu raznih novih pojmova koji se navode u kolegijima, vođenje bilješki fotografijom ili snimanjem, komunikaciju s vršnjacima i profesorima, no ponekad i za provjeru raznih obavijesti nevezanih uz kolegije kada im nije zanimljivo na predavanju. Dakle, pametni telefoni mogu imati i pozitivan učinak u obrazovnom procesu.²⁰ Istraživački centar Pew proveo je 2019. godine istraživanje o utjecaju mobilnih telefona na život korisnika među 11 zemalja u razvoju gdje su sudjelovali ispitanici stariji od 18 godina. Rezultati su pokazali da većina korisnika u 9 zemalja smatra da je mobilni telefon pozitivno utjecao na njihov život kada je u pitanju zarada za život, dok većina korisnika u preostale dvije zemlje smatra da mobilni telefon u tom području nije imao puno utjecaja. Također, većina korisnika u 8 zemalja smatra da su im mobilni telefoni pomogli kada je u pitanju koncentracija i rješavanje određenih stvari, a većina korisnika u preostale tri zemlje smatra da im mobilni telefoni negativno utječu na koncentraciju. Dakle, većina ispitanih korisnika

¹⁸ Usp. Ivasović, Sebastijan. Nav. dj., str. 36-46.

¹⁹ Hawi, N. S.; Samaha, M. To excel or not to excel: Strong evidence on the adverse effect of smartphone addiction on academic performance, // *Computers & Education* 98, (2016), str. 81-89. Citirano prema: Usp. Karataş, Erin. A Case Study on the Positive Effects of Smartphone Usage in Postgraduate Education // *Bartın University Journal of Faculty of Education* 7, 2(2018), str. 608. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED602040.pdf> (2020-11-09)

²⁰ Usp. Karataş, Erin. Nav. dj., str. 612-618.

u većini zemalja smatra da mobilni telefoni imaju pozitivni utjecaj na zaradu za život, kao i na koncentraciju i rješavanje određenih zadataka.²¹

Pametni telefon ima utjecaj i na interakciju licem u lice. U istraživanju u kojem je korištena Goffmanova opservacijska tehnika promatrani su javni razgovori milenijalaca koji koriste pametne telefone. Takozvani *smartphone cross-talk* najnovija je pojava ukrštenog razgovora. Događa se kada dvije osobe sudjeluju u razgovoru, a jedan od njih se uključuje u razgovor s osobom koja nije fizički prisutna koristeći pametni telefon (tekstualne poruke, društvene medije, telefonske pozive, video) i na taj način isključuje drugu osobu iz komunikacijskog procesa. Postoje tri podkategorije *smartphone cross-talk*-a koje se odnose na stupanj uključenosti partnera u ukršteni razgovor: ekskluzivni, polu-ekskluzivni i zajednički. Ekskluzivni *smartphone cross-talk* najrazorniji je oblik s obzirom da krši simetrično društveno pravilo usredotočenosti, odnosno pojedinac svoje aktivnosti na pametnom telefonu drži privatnim i ne obraća pažnju na fizički prisutnog partnera/sugovornika. Međutim, izuzetak je milenijska interakcija kada svi sudionici razgovora održavaju ekskluzivni *smartphone cross-talk* istovremeno pa tada ne dolazi do socijalne anksioznosti. Drugi najrazorniji oblik je polu-ekskluzivni *smartphone cross-talk* kada pojedinac dijeli informacije s fizički prisutnim partnerom, no susret još uvijek nije dovoljno koncentriran na partnera. Zajednički *smartphone cross-talk* najmanje je razoran s obzirom da pojedinac uključuje fizički prisutnog partnera u komunikaciju s drugima pa takva komunikacija ne ometa susret i druženje, već ih često olakšava i upotpunjuje.²²

U istraživanju provedenom 2007. godine u SAD-u u kojem se ispitala privatnost na društvenim mrežama Facebook i MySpace otkriveno je da je od 205 sudionika više od tri četvrtine studenata imalo profile na nekoj od navedenih društvenih mreža. Gotovo 10% sudionika na svom profilu naveli su svoj broj telefona i kućnu adresu, a ti podaci su kod većine bili dostupni svima, a ne samo „prijateljima“, to jest kontaktima koji imaju mogućnost pregledavati profil. Facebook je imao veću ocjenu po pitanju povjerenja od MySpace-a od strane korisnika društvenih mreža, a

²¹ Usp. Silver, Laura et al. Mobile Connectivity in Emerging Economies // Pew Research Center, (2019), str. 6- 39. URL: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2019/03/PI_2019.03.07_Mobile-Connectivity_FINAL.pdf (2020-11-09)

²² Usp. Ictech, Omar Bradley II. Smartphones and Face-to-Face Interactions: Extending Goffman to 21st Century Conversation // University of New Orleans Theses and Dissertations, (2014), str. 1-66. URL: <https://scholarworks.uno.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2871&context=td> (2020-04-26)

smatra se da razlog može biti taj što je Facebook do 2006. godine po pitanju korisnika bio ograničen na studente, dok je MySpace bio otvoren za sve korisnike interneta. Nadalje, otkrilo se da su žene više brinule o privatnosti i manje objavljivale podatke o identitetu od muškaraca. Osim toga, žene češće pišu po profilima drugih ljudi od muškaraca, a smatra se da je razlog taj što žene više vole dijeliti svoje misli i osjećaje u usporedbi s muškarcima. Muškarci imaju više „prijatelja“ na svojim profilima s obzirom da su žene selektivnije u odabiru „prijatelja“ s kojima se povezuju na društvenim mrežama, dok muškarci nisu toliko zabrinuti ukoliko im stranci imaju pristup profilu.²³ Danas kada mladi većinom koriste pametne telefone za aktivnosti i komunikaciju na društvenim medijima, i kada su društveni mediji postali brojniji i raznovrsniji, pitanje privatnosti i kontrole nad osobnim podacima postaje tim važnije. Posebno stoga što se pametni telefoni ne koriste samo za komunikaciju i povezivanje, već i za brojne druge svrhe – od igranja video igara do upravljanja osobnim financijama (naprimjer *online* plaćanje) – pa sigurnosni propusti na jednoj aplikaciji na pametnom telefonu mogu ugroziti i sve druge podatke i sadržaje. Što se tiče pretraživanja informacija putem pametnog telefona, vjeruje se da je zbog karakteristika mobilnih uređaja, to jest pametnih telefona napor uložen u pretraživanja veći, nego kod aktivnosti pretraživanja koje se provode putem stolnog ili prijenosnog računala. Pametni telefoni imaju mnogo manje tipkovnice i zaslone od stolnih i prijenosnih računala pa njihove ograničene mogućnosti pretrage i prikaza utječu na korisničko iskustvo pretraživanja informacija. Naime, korisnici moraju puno češće pomicati tekst na zaslonu telefona kako bi mogli sve pročitati, to jest doći do potrebne informacije. Uz to, kod mobilnih preglednika nije omogućena podjela zaslona pa se korisnici moraju osloniti na svoje kratkoročno pamćenje kako bi povezali informacije i sadržaj s mrežne stranice koju su pregledali i koja više nije vidljiva na zaslonu s onim koji trenutno pregledavaju.²⁴

Adolescencija je vrijeme fizičkog, društvenog i emocionalnog rasta kada vršnjački odnosi postaju glavni fokus mladih, a posebno oni romantični. Vrlo je važno razumijevanje utjecaja društvenih i digitalnih medija na romantične veze s obzirom da su digitalne tehnologije postale

²³ Usp. Fogel, Joshua; Nehmad, Elham. Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns // Computers in Human Behavior 25, 1(2009), str. 154-160. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563208001519> (2020-04-26)

²⁴ Usp. Aguiar, Luis. Going Mobile: The Effects of Smartphone Usage on Internet Consumption, 2019. Str. 6. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc117256.pdf> (2020-04-29)

svakodnevnica mladih. Istraživanjem koje je provedeno 2014. i 2015. godine od strane Istraživačkog centra Pew nastojale su se ispitati digitalne romantične prakse američkih tinejdžera (13-17 godina). Otkrilo se da je relativno mali broj američkih tinejdžera upoznao svog partnera na mreži s obzirom da većina tinejdžera izlazi samo s osobama koje su upoznali izvan mreže. Samo 24% tinejdžera izlazi s nekime koga su upoznali putem interneta, a većina ih se upoznala na društvenoj mreži Facebook. Iako većina tinejdžerskih veza ne započinje na mreži, tehnologija i društvene mreže postali su glavno sredstvo za flert i iskazivanje interesa za potencijalnog intimnog partnera. S obzirom da su djevojke češće na meti neugodnih taktika flertovanja, ponekad su primorane blokirati i onemogućiti daljnji kontakt osobama koje ih uznemiravaju na društvenim mrežama i uzrokuju nelagodu neprimjerenim flertom. Iako društvene mreže, posebno u kontekstu njihova korištenja na pametnim telefonima, tinejdžerima mogu pomoći da se osjećaju bliže svom partneru, također dovode i do ljubomore i nesigurnosti u pogledu stabilnosti njihovih odnosa. Nešto manje od polovice ispitanika smatra da su društvene mreže prostor gdje mogu pokazati koliko im je stalo do njihovog partnera. Nadalje, mnogi od njih očekuju svakodnevnu komunikaciju sa svojim partnerom, a najčešće koriste tekstualne poruke za održavanje kontakta. Kada su u pitanju prekidi romantičnih veza, tinejdžeri smatraju da je prekid putem tekstualne poruke nepoželjan, no značajan broj tinejdžera ipak prekida romantičnu vezu koristeći tekstualne poruke. Relativno mali broj tinejdžera bavi se potencijalnim nadzorom ili štetnim digitalnim ponašanjem trenutnog ili bivšeg partnera. Najveći broj ispitanika (31%) izjavio je da ih trenutni ili bivši partner više puta dnevno provjerava putem interneta ili mobitela, pitajući ih gdje su, s kim su ili što rade. Potencijalno kontroliranje i štetno ponašanje tinejdžeri doživljavaju i za vrijeme i nakon veze sa sličnom učestalošću.²⁵

2.3. Najčešće (pozitivne i negativne) posljedice korištenja pametnih telefona

Pametni telefon utjecao je na gotovo sve dijelove ljudskog života. Utjecaji pametnih telefona najviše se ističu u području poslovanja, obrazovanja, društvenog i zdravstvenog života. Prema

²⁵ Usp. Lenhart, Amanda; Smith, Aaron; Anderson, Monica. Teens, Technology and Romantic Relationships // Pew Research Center, (2015), str. 2-11. URL: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2015/10/PI_2015-10-01_teens-technology-romance_FINAL.pdf (2020-04-27)

istraživanjima, više od deset milijuna korisnika u SAD-u koristi pametni telefon za traženje zdravstvenih informacija i ustanova. Istraživanjem iz 2016. godine zaključilo se da korištenje raznih aplikacija može pomoći liječnicima i roditeljima u praćenju zdravstvenog stanja djeteta (naprimjer, pomoću određenih aplikacija može se pratiti krvni tlak, razina glukoze u krvi pacijenta i drugo). Na taj način roditelji ili liječnici mogu na vrijeme reagirati kako ne bi došlo do većih komplikacija. Osim toga, aplikacije za praćenje vježbanja i prehrane mogu pomoći korisnicima da postignu ili održe željenu tjelesnu težinu. Nadalje, pametni telefoni imaju i psihološke utjecaje. Pametna upotreba pametnog telefona može povećati određene moždane funkcije korisnika što je važno za održavanje zdravlja i normalnih funkcija ljudskog mozga. Osim toga, pametni telefon može pomoći pri smanjenju stresa u životu korisnika koji su većinu dana zaokupljeni poslom. Broj starijih ljudi se povećava iz dana u dan, a pametni telefoni pružaju starijoj populaciji samostaliji život i samim time im pružaju veće zadovoljstvo sobom i svojim životom. Značajke pametnog telefona poput pretvaranja teksta u govor, GPS-a i društvenih mrežnih stranica pomažu starijoj populaciji da ostanu lako integrirani u društvo. Na taj način stariji ljudi mogu lakše komunicirati o svojim potrebama i potražiti pomoć drugih ukoliko im je potrebna. S obzirom na navedene, kao i brojne druge pozitivne posljedice korištenja pametnog telefona, važno je koncentrirati se na to kako izbjeći zlouporabu pametnih telefona.²⁶

U današnjim, sve više tehnološki ovisnim društvima, često se promovira stav da se najproduktivniji ljudi bude najranije te da je usvajanje takvog ponašanja pouzdan put k dostizanju velikih postignuća i ostvarivanju ciljeva. Međutim, kako se i umor i potreba za snom nakupljaju još za vrijeme dok je osoba budna, s krajem dana postupno dolazi do smanjenja njezinih kognitivnih sposobnosti i osjećaja budnosti. U jednom istraživanju u kojem je sudjelovalo 20 ispitanika tijekom 40 dana, ispitivao se odnos između cirkadijalnog ritma, odnosno 24-satnog biološkog ciklusa tijela (često se naziva i ciklus spavanja), i upotrebe mobilnih aplikacija. Otkrilo se da se mobilne aplikacije najviše koriste kasno ujutro i kasno navečer. Produktivne aplikacije najčešće se koriste u kasno jutro, kasno popodne i navečer, kao i većinu radnih dana. S druge

²⁶ Usp. S. Gowthami; Venkata Krishna Kumar. Impact of Smartphone: A pilot study on positive and negative effects // International Journal of Scientific Engineering and Applied Science (IJSEAS) 2, 3(2016), str. 474-478. URL: <http://ijseas.com/volume2/v2i3/ijseas20160353.pdf> (2020-11-09)

strane, aplikacije za zabavu najviše se koriste u ranim jutarnjim satima, sredinom dana i kasno u noći, kao i vikendom. Osim toga, saznalo se kako manje spavanja korelira s manjom produktivnošću i više zabave. Korištenje društvenih mreža povišeno je tijekom jutra, a gotovo svi sudionici su izjavili da nakon što se probude imaju potrebu pregledati svoje društvene mreže; naravno, to čine uz pomoć svog pametnog telefona. Nadalje, većina sudionika koristi svoje mobilne telefone na nastavi kada se ne mogu koncentrirati ili kako bi se održali budnima, a to je najviše izraženo tijekom jutarnje nastave. To ukazuje na činjenicu da predavanja koja su zakazana u, sada, biološki neprikladno vrijeme imaju negativne učinke na učenje s obzirom da se povećava uporaba ometajuće tehnologije u učionici. Svi sudionici, osim dvoje, izjavili su da svoj mobilni telefon koriste 30 minuta prije spavanja, a polovica ga koristi neposredno prije spavanja i najčešće su u pitanju društvene mreže i razne aplikacije za komunikaciju. Budući da ljudi ponekad nisu svjesni svoje razine budnosti u određenom trenutku niti imaju dobar osjećaj zašto i kada imaju fluktuacije budnosti, to jest nisu upoznati sa svojim cirkadijalnim ritmom, kreiranje sustava sposobnih za trenutno otkrivanje razine budnosti i predviđanje dugotrajnije budnosti moglo bi pomoći pojedincima da donose informiranije izbore (naprimjer kada će učiti, kada će povećati produktivnost, a kada smanjiti, i slično). Biološki ritam budnosti razlikuje se od pojedinca do pojedinca, a nepoštivanje individualnog biološkog ritma može imati ozbiljne negativne posljedice po psihičko i fizičko zdravlje i produktivnost, stoga vizije tehnologije usklađenije s biološkim ritmom čovjeka mogu imati značajan utjecaj na individualnoj, organizacijskoj i društvenoj razini.²⁷

Prema Mountu, pametni telefoni koriste se najmanje 5 sati dnevno, što može dovesti do ovisnosti, zdravstvenih problema, degradacije u fizičkoj socijalnoj interakciji, i slično.²⁸ Leonard smatra da je upotreba pametnih telefona dovela do ozbiljne pojave ovisnosti te stoga izražava veliku zabrinutost, a utvrđeno je da studentice koriste pametne telefone u prosjeku deset sati dnevno. Nadalje, razvijena je nova vrsta fobije poznata pod nazivom nomofobija, a podrazumijeva

²⁷ Usp. Murnane, Elizabeth L. et al. Mobile manifestations of alertness: Connecting biological rhythms with patterns of smartphone app use // Proceedings of the 18th international conference on human-computer interaction with mobile devices and services, (2016), str. 1-13. URL: https://pac.cs.cornell.edu/pubs/MobileHCI2016_MobileManifestations.pdf (2020-04-27)

²⁸ Mount, R. Advantages and disadvantages of smartphone technology, 2012. URL: <https://www.mobilecon2012.com/8-advantages-and-disadvantages-of-smartphonetechnology/>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 7.

strah od nemogućnosti pristupa telefonu.²⁹ U istraživanju provedenom u Turskoj, na uzorku srednjoškolaca tijekom školske godine 2016./2017., istraženi su uvjeti nomofobije ispitanika unutar tema nemogućnosti pristupa informacijama, gubitka veze, nemogućnosti komunikacije te gubitka pogodnosti. Nemogućnost pristupa informacijama, koja se smatra uvjetom nomofobije, odnosi se na osjećaje ispitanika kada ne mogu pristupiti određenim informacijama na mobilnom telefonu. Naime, ispitanici su naveli da tada dolazi do osjećaja ljutnje, stresa, tuge i trenutnih pokušaja uklanjanja prepreka. Nadalje, kada dođe do gubitka veze, ispitanici doživljavaju osjećaj ljutnje, straha, stresa, tuge, tjeskobe i slično. Doznaje se kako su najveći strahovi ispitanika kvar telefona, brisanje postojećih fotografija i slaba internetska veza. Ispitanici su naveli da često sa sobom nose punjač za mobilni telefon kako im se baterija ne bi ispraznila i samim time onemogućila im komunikaciju. Srednjoškolci smatraju da njihovi mobilni telefoni uvijek trebaju biti uključeni zbog hitnih slučajeva, dakle, ugašeni mobilni telefoni u njima izazivaju nelagodu i loše osjećaje. Kada je u pitanju gubitak pogodnosti, poput nemogućnosti korištenja društvenih mreža, saznalo se da srednjoškolci osjećaju stres, iritaciju, napetost, nelagodu i ljutnju.³⁰

Pojavljuje se i zabrinutost oko drugih zdravstvenih problema poput problema sa živcima, leđima, anksioznosti i depresije. Boumosleh i Doris u istraživanju o ovisnosti o pametnim telefonima otkrili su da se 35,9% studenata osjeća umorno tijekom dana, a 38,1% ih je smanjilo kvalitetu sna zbog upotrebe pametnih telefona tijekom noći.³¹ Kendra naglašava da pretjerano slanje poruka putem pametnih telefona može dovesti do pogoršanja simptoma kod artritisa palca.³² Prema Kelley pametni telefoni stvaraju simptome slične ADHD-u kod korisnika, a također

²⁹ Lenord, J. 16 Seriously damaging side effects of your smartphone addiction, 2015. URL: <https://www.naturallivingideas.com/16-seriously-damaging-side-effects-of-your-smartphone-addiction/>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 7.

³⁰ Önal, Nezih; Tanık Önal, Nagihan. Nomophobia: I Can Not Live without My Smartphone! // Croatian Journal of Education : Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje 22, 2(2020), str. 506-513. URL: https://hrcaj.srce.hr/index.php?%20show=clanak&id_clanak_jezik=349897 (2020-11-09)

³¹ Boumosleh, M.; Doris, J. (2017) Depression, anxiety, and smartphone addiction in university students: A cross sectional study, 2017. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 7-8.

³² Kendra, K. The effects of smartphones on the brain, 2018. URL: <https://www.verywellmind.com/how-do-smartphones-affect-the-brain-2794892>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 8.

prekidaju vezu između roditelja i djece.³³ Parasuraman i suradnici u svom istraživanju otkrili su da pretjerana upotreba pametnih telefona može dovesti do psiholoških i fizioloških komplikacija.³⁴ Miller ističe da pametni telefoni zrače te tako dovode do mutiranja postojećih moždanih stanica i uzrokuju pojavu stanica raka. Osim toga, dolazi do porasta broja prometnih nesreća zbog pozornosti posvećene pametnom telefonu tijekom vožnje.³⁵ Dakle, kontinuirana uporaba i pretjerano, odnosno nekontrolirano izlaganje pametnim telefonima može dovesti do brojnih štetnih učinaka, ali mladi i dalje smatraju da je život bez pametnog telefona gotovo nemoguć.

³³ Kelly, J. The Troubling side effects of smartphones, 2018. URL: <https://m.medicalxpress.com/news/2018-08-side-effects-smartphones.html>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 8.

³⁴ Parasuraman, S. et.al. Smartphone usage and increased risk of mobile phone addiction: A concurrent study // International journal of Pharmaceutical investigation, (2017). URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5680647/>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 8.

³⁵ Miller, Y, A. Smartphones Negative effects: A summary of latest comprehensive Research, 2017. URL: <https://www.aish.com/ci/s/Smartphones-Negative-Effects-A-Summary-of-LatestComprehensive-Research.html>. Citirano prema: Usp. Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Nav. dj., str. 8.

3. Istraživanje navika korištenja i trendova kod mladih korisnika pametnih telefona

3.1. Cilj i svrha istraživanja

Studenti su dio adolescentske populacije koja koristi pametne telefone svakodnevno i u različite svrhe, od zabave i opuštanja, preko komunikacije i informiranja, do učenja i rada. Zbog toga su motivi i navike korištenja, kao i trendovi koje slijede vrlo različiti. Iako je česta percepcija kako pametni telefoni predstavljaju 'smetnju' njihovoj komunikaciji i odnosima, a posebno učenju i radu, pametni telefoni mogu biti ne samo korisnim alatom, već i čimbenikom koji će studente dodatno motivirati i potaknuti na komunikaciju, rad i učenje. Kao i kod brojnih drugih tehnologija, i ovdje je potrebno izbjeći čisto 'tehnooptimistično', odnosno 'tehno pesimistično' viđenje problematike, tj. kritički promotriti motivaciju, odnosno navike korištenja i trendove među studentima kada su u pitanju pametni telefoni. Upravo stoga, cilj je ovoga istraživanja identificirati navike korištenja pametnih telefona kod studenata koji studiraju na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Također, cilj je bio otkriti pozitivne i negativne posljedice korištenja pametnih telefona na život studenata, kao i koje trendove slijede kada su u pitanju pametni telefoni. Svrha je istraživanja dobiti dublji uvid u percepciju i osobno iskustvo korištenja pametnih telefona među studentskom populacijom te koliku važnost pametni telefoni imaju u životu studenta.

Istraživanje se temelji na nekoliko istraživačkih pitanja:

1. Koliko često mladi koriste pametni telefon?
2. U kojim situacijama, odnosno okolnostima mladi koriste pametni telefon?
3. U koje svrhe mladi najčešće koriste pametni telefon?
4. Kako pametni telefoni utječu na različite aspekte života mladih (društveni život, profesionalni život, kreativnost, emocionalno i psiho-fizičko stanje, i drugo)?
5. Koji su stavovi mladih spram pametnih telefona i koje trendove slijede?

3.2. Metodologija i uzorak

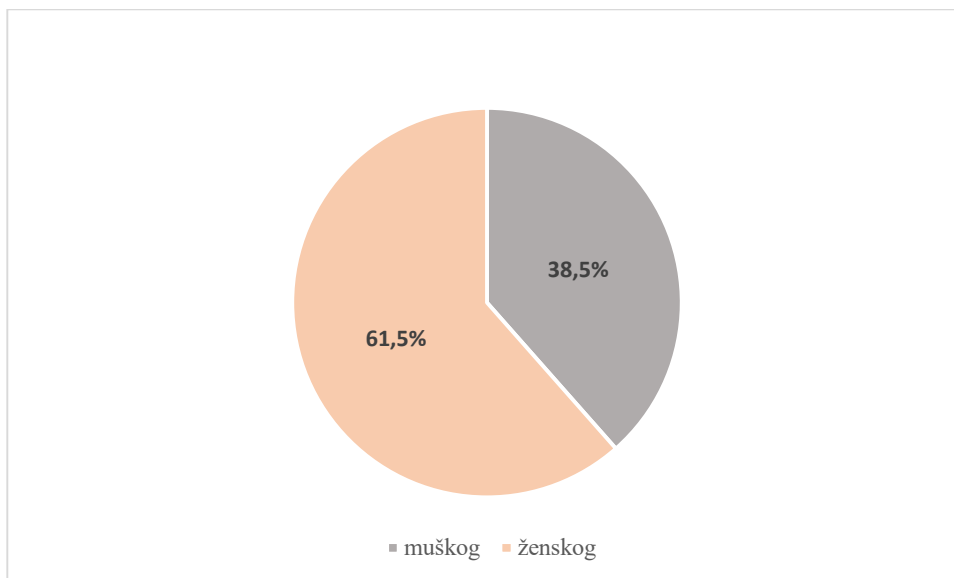
Istraživanje je provedeno od lipnja do studenog 2020. godine putem anonimnog *online* anketnog upitnika koji je većinom bio distribuiran putem društvenih mreža, posebnih grupa i e-poštom. U

istraživanju se koristila kvantitativna metoda anketiranja. Tematski je upitnik bio podijeljen u šest dijelova, a sadržavao je 14 pitanja. Sva su pitanja bila zatvorenog tipa, a uključivala su pitanja višestrukog odabira i Likertovu ljestvicu. U sklopu nekih pitanja postojala je dodatna mogućnost otvorenog odgovora („Ostalo?“). Prva skupina pitanja odnosila se na opće, tj. sociodemografske podatke, dok su se preostale skupine bavile pitanjima navika korištenja pametnih telefona (učestalost, situacijski kontekst, svrha korištenja), utjecajem korištenja pametnih telefona na određene aspekte života studenata, percepcijom i osobnim iskustvom studenata po pitanju korištenja pametnih telefona te percepcijom studenata po pitanju nomofobije i tzv. digitalne detoksifikacije. Za statističku obradu podataka korišten je program SPSS, a dobiveni podaci analizirani su metodom deskriptivne statistike.

Istraživanje je provedeno na uzorku od 304 osobe. Uzorak su činili pripadnici generacije Y i generacije Z, odnosno studenti preddiplomskih, diplomskih i poslijediplomskih studija s različitih sastavnica Sveučilišta Josip Juraj Strossmayer u Osijeku. Budući da na Sveučilištu u Osijeku studiraju i studenti s prebivalištem izvan Osijeka, u uzorak su bili uključeni i studenti koji prebivaju u drugim gradovima i mjestima. Detaljniji opis uzorka dan je u dijelu prikaza rezultata istraživanja, tj. opisu rezultata proizašlih iz prve skupine općih, sociodemografskih pitanja.

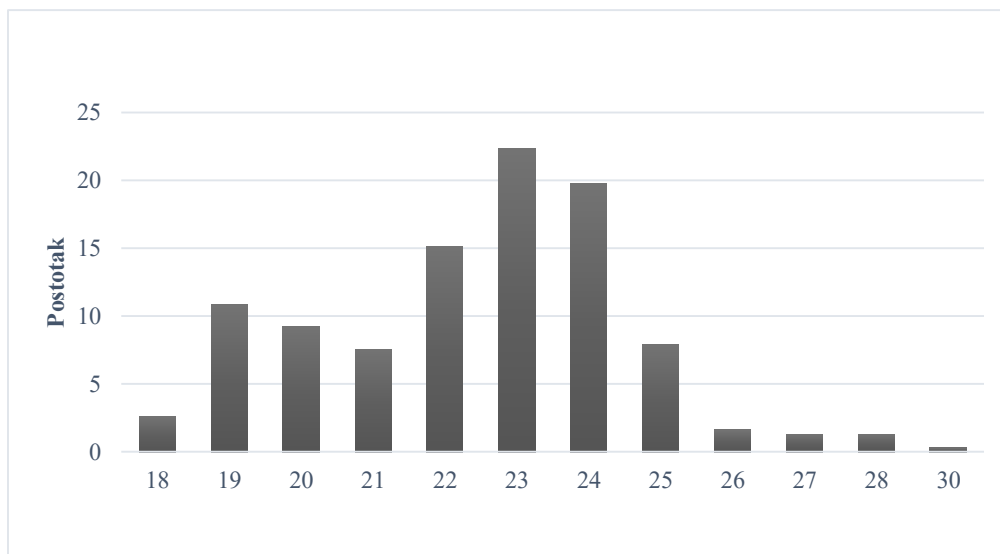
3.3. Rezultati istraživanja

Od 304 ispitanika, 117 (38,5%) ispitanika je muškog spola, a 187 (61,5%) ženskog spola. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 1.



Grafički prikaz 1. Spol ispitanika

Najviše ispitanika ima 23 godine, njih 68 (22,4%). Slijede ih oni s 24 godine, njih 60 (19,7%), i oni s 22 godine, njih 46 (15,1%). Zatim, 33 (10,9%) ispitanika ima 19 godina, 28 (9,2%) ispitanika ima 20 godina, 24 (7,9%) ispitanika ima 25 godina, 23 (7,6%) ispitanika ima 21 godinu. Samo 8 (2,6%) ispitanika ima 18 godina, 5 (1,6%) ispitanika 26 godina, 4 (1,3%) ispitanika 27 i 28 godina te samo 1 (0,3%) ispitanik 30 godina. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 2.



Grafički prikaz 2. Dob ispitanika

Najviše ispitanika studira na Filozofskom fakultetu, njih 73 (24%). Slijedi Ekonomski fakultet, na kojem studira 43 (14,1%) ispitanika. Na Medicinskom fakultetu studira 32 (10,5%) ispitanika, a na Prehrambeno-tehnološkom fakultetu 31 (10,2%) ispitanik. Na Fakultetu elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek studira 22 (7,2%) ispitanika, a jednak broj ispitanika studira i na Fakultetu za odgojne i obrazovne znanosti. Na Fakultetu agrobiotehničkih znanosti Osijek studira 16 (5,3%) ispitanika, na Građevinskom i arhitektonskom fakultetu Osijek 15 (4,9%) ispitanika, a na Odjelu za kemiju 14 (4,6%) ispitanika. Samo 8 (2,6%) ispitanika studira na Pravnom fakultetu. Po 6 (2%) ispitanika studira na Fakultetu za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek, zatim na Odjelu za biologiju, Odjelu za matematiku i Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku. Najmanje ispitanika studira na Strojarskom fakultetu u Slavonskom Brodu, njih 4 (1,3%), jednako kao i na Odjelu za fiziku, a samo 1 (0,3%) ispitanik studira na Katoličkom bogoslovnom fakultetu u Đakovu. S obzirom da su ispitanici mogli, ukoliko studiraju na više fakulteta istovremeno, odabrati više fakulteta, 5 ispitanika je odabralo kombinaciju fakulteta, a te kombinacije su: Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek i Odjel za biologiju, Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek i Ekonomski fakultet, Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek i Odjel za matematiku, Odjel za kemiju i Odjel za fiziku, Prehrambeno-tehnološki fakultet i Filozofski fakultet. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 1.

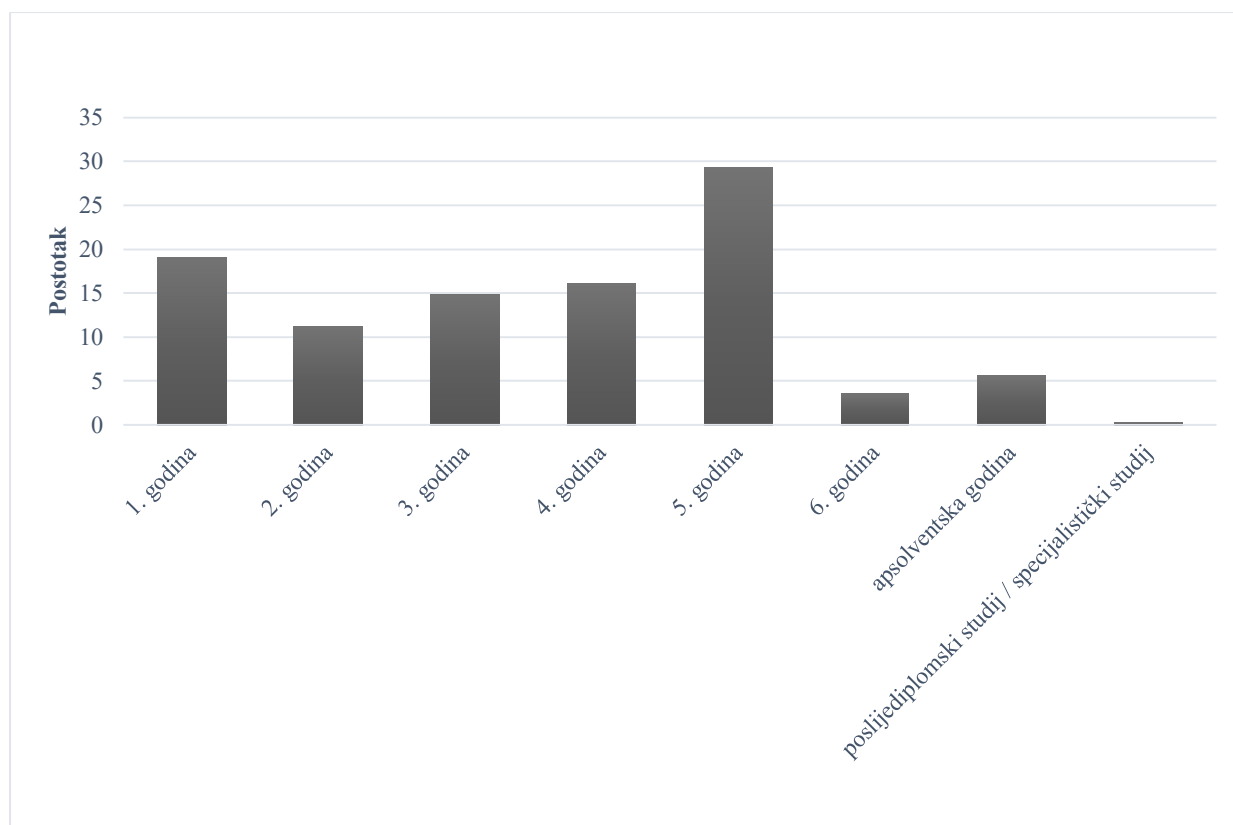
Tablični prikaz 1. Studij ispitanika

| Studij ispitanika | N | % |
|--|----------|----------|
| Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek | 16 | 5,3% |
| Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek | 15 | 4,9% |
| Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek | 22 | 7,2% |

| | | |
|--|----|-------|
| Prehrambeno-tehnološki fakultet | 31 | 10,2% |
| Strojarski fakultet u Slavonskom Brodu | 4 | 1,3% |
| Medicinski fakultet | 32 | 10,5% |
| Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek | 6 | 2% |
| Odjel za biologiju | 6 | 2% |
| Odjel za kemiju | 14 | 4,6% |
| Odjel za matematiku | 6 | 2% |
| Odjel za fiziku | 4 | 1,3% |
| Ekonomski fakultet | 43 | 14,1% |
| Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti | 22 | 7,2% |
| Filozofski fakultet | 73 | 24% |
| Pravni fakultet | 8 | 2,6% |

| | | |
|--|---|------|
| Katolički i bogoslovni fakultet u Đakovu | 1 | 0,3% |
| Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku | 6 | 2% |

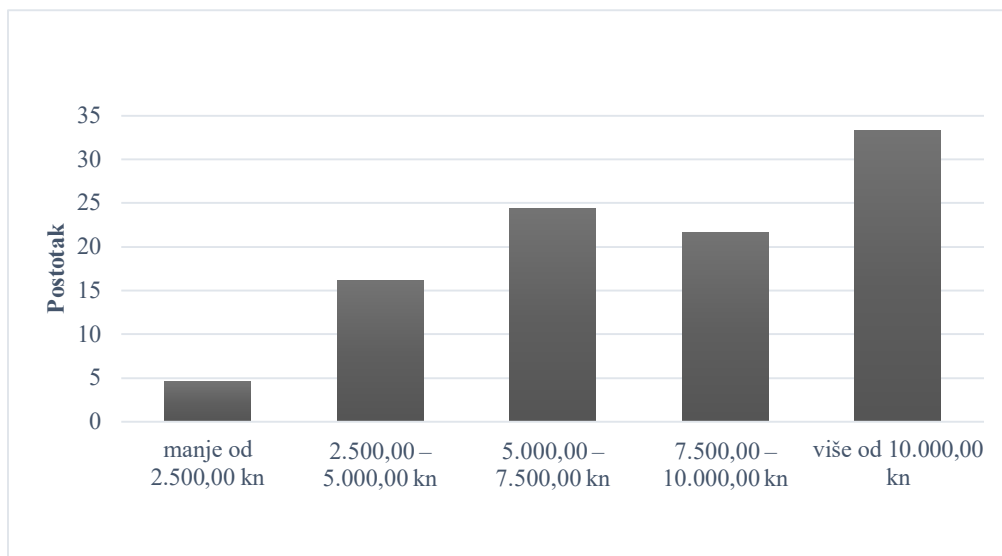
Najveći broj ispitanika upisan je na 5. godinu studija, njih 89 (29,3%). Zatim, 58 (19,1%) ispitanika upisano je na 1. godinu, 49 (16,1%) na 4. godinu, 45 (14,8%) na 3. godinu, 34 (11,2%) na 2. godinu. Najmanji broj ispitanika upisan je na apsolventsku godinu (17 (5,6%) ispitanika), 6. godinu (11 (3,6%) ispitanika) te samo 1 (0,3%) ispitanik upisan je na poslijediplomski studij/specijalistički studij. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 3.



Grafički prikaz 3. Godina studija ispitanika

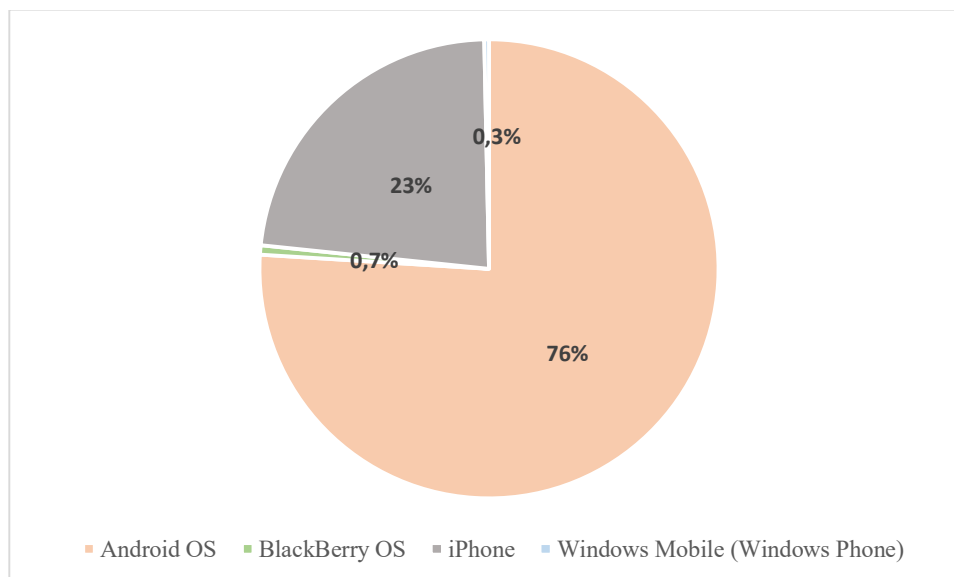
Na pitanje o mjesečnim prihodima kućanstva ispitanika, najveći broj ispitanika odgovorio je da su im prihodi veći od 10.000,00 kn, njih čak 101 (33,2%). Zatim, 74 (24,3%) ispitanika odgovorilo je da su im mjesečni prihodi od 5.000,00 – 7.500,00 kn, 66 (21,7%) ispitanika od

7.500,00 – 10.000,00 kn, a 49 (16,1%) ispitanika od 2.500,00 – 5.000,00 kn. Najmanji broj ispitanika, njih 14 (4,6%), odgovorio je da su im mjesečni prihodi manji od 2.500,00 kn. Dakle, vidljivo je da najveći broj ispitanika ima najveće ponuđene prihode, dok najmanji broj ispitanika ima najmanje ponuđene prihode. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 4.



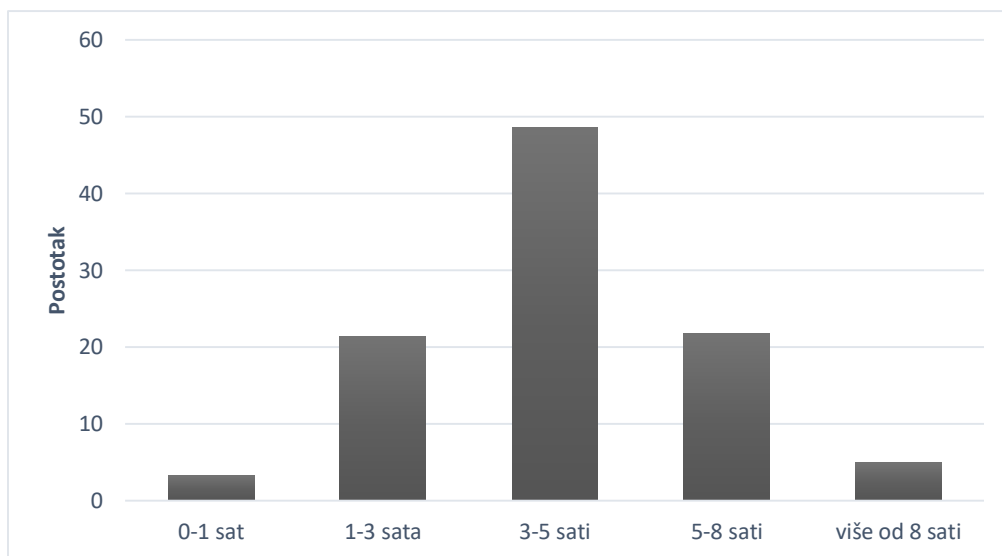
Grafički prikaz 4. Mjesečni prihodi kućanstva ispitanika

Na pitanje 6. *Na kojoj platformi radi Vaš pametni telefon?* najviše ispitanika, njih 231 (76%), odgovorilo je Android OS. Slijedi iPhone kojeg koristi 70 (23%) ispitanika, BlackBerry sa samo 2 (0,7%) ispitanika te Windows Mobile (Windows Phone) kojeg koristi samo 1 (0,3%) ispitanik. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 5.



Grafički prikaz 5. Na kojoj platformi radi pametni telefon ispitanika

Na pitanje 7. *Koliko (otprilike) vremena dnevno provodite koristeći pametni telefon?* najviše ispitanika, njih 148 (48,7%), odgovorilo je da provede 3-5 sati. Nadalje, 66 (21,7%) ispitanika provede 5-8 sati, a 65 (21,4%) ispitanika 1-3 sata. Samo 15 (4,9%) ispitanika provede više od 8 sati koristeći pametni telefon, a najmanje ispitanika, njih 10 (3,3%) provede 0-1 sat. Rezultati su prikazani u Grafičkom prikazu 6.



Grafički prikaz 6. Koliko (otprilike) vremena dnevno ispitanici provedu koristeći pametni telefon

Kod pitanja 8. *Koliko često koristite pametni telefon na sljedećim mjestima?* ispitanici su imali ponuđena tri mjesta te su za svako mjesto, na skali od „nikada“ do „uvijek“, trebali odgovoriti koliko često koriste pametni telefon na tom mjestu. Prvo ponuđeno mjesto je bilo *Kod kuće* gdje je najveći broj ispitanika odgovorio da uvijek koristi pametni telefon, njih 135 (44,4%). Nešto malo manje, njih 132 (43,4%) odgovorilo je da često koriste pametni telefon kod kuće. Njih 24 (7,9%) odgovorilo je ponekad, 13 (4,3%) ih je odgovorilo rijetko, a nijedan ispitanik nije odgovorio nikada. Na drugo ponuđeno mjesto *Na fakultetu* najviše ispitanika odgovorilo je da ponekad koriste pametni telefon, njih 108 (35,5%). Zatim, 96 (43,4%) ispitanika odgovorilo je često, 52 (17,1%) ispitanika odgovorilo je rijetko, 42 (13,8%) ispitanika odgovorilo je uvijek, a samo 6 (2%) ispitanika odgovorilo je nikada. Posljednje ponuđeno mjesto bilo je *Na javnom mjestu (npr. kafić, restoran, javni/gradski prijevoz, i dr.)* gdje je najveći broj ispitanika također odgovorio da ponekad koristi pametni telefon, njih 114 (37,5%). Njih 91 (29,9%) odgovorilo je često, 59

(19,4%) odgovorilo je rijetko, 37 (12,2%) odgovorilo je uvijek, a samo 3 (1%) ispitanika odgovorilo je nikada. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 2.

Tablični prikaz 2. Koliko često ispitanici koriste pametni telefon na određenim mjestima

| Koliko često koristite pametni telefon na sljedećim mjestima? | N (%) | | | | |
|---|-------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| | Nikada | Rijetko | Ponekad | Često | Uvijek |
| Kod kuće. | 0 (0,0%) | 13 (4,3%) | 24 (7,9%) | 132 (43,4%) | 135 (44,4%) |
| Na fakultetu. | 6 (2%) | 52 (17,1%) | 108 (35,5%) | 96 (31,6%) | 42 (13,8%) |
| Na javnom mjestu (npr. kafić, restoran, javni/gradski prijevoz, i dr.). | 3 (1%) | 59 (19,4%) | 114 (37,5%) | 91 (29,9%) | 37 (12,2%) |

Kod pitanja 9. *Koliko često koristite pametni telefon u sljedećim okolnostima i situacijama?* ispitanici su imali nekoliko ponuđenih okolnosti i situacija gdje su, na skali od „nikada“ do „uvijek“, trebali odabrati koliko često koriste pametni telefon za svaku pojedinu okolnost i situaciju. Prva izjava glasila je *Kada ste sami*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 146 (48%) odgovorio je da često koristi pametni telefon. Njih 136 (44,7%) odgovorilo je uvijek, 17 (5,6%) ih je odgovorilo ponekad, 4 (1,3%) ih je odgovorilo rijetko, a samo 1 (0,3%) ispitanik odgovorio je nikada. Kod izjave *Kada ste u društvu obitelji*, najveći broj ispitanika, njih 136 (44,7%), odgovorio je ponekad. Zatim, 85 (28%) ispitanika odgovorilo je rijetko, 68 (22,4%) ih je odgovorilo često, a samo 8 (2,6%) ih je odgovorilo rijetko i 7 (2,3%) nikada. Sljedeća izjava glasila je *Kada ste u društvu prijatelja*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 132 (43,4%), također odgovorio ponekad. Njih 118 (38,8%) odgovorilo je rijetko, 38 (12,5%) ih je odgovorilo često, 13 (4,3%) ih je odgovorilo nikada, a samo 3 (1%) ispitanika je odgovorilo uvijek. Kod izjave *Kada ste u društvu nepoznatih ljudi*, najveći broj ispitanika, njih 112 (36,8%), odgovorilo je da često

koriste pametni telefon. Njih 93 (30,6%) odgovorilo je ponekad, 49 (16,1%) ispitanika odgovorilo je rijetko, 38 (12,5%) ispitanika odgovorilo je uvijek, a najmanji broj ispitanika, njih 12 (3,9%), odgovorilo je nikada. Kod sljedeće izjave, *Kada Vam je dosadno*, najveći broj ispitanika, njih 139 (45,7%), odgovorio je da uvijek koristi pametni telefon. Nešto malo manje, njih 136 (44,7%), odgovorilo je da često koriste pametni telefon kada im je dosadno. Zatim, njih 23 (7,6%) odgovorilo je ponekad, 5 (1,6%) ih je odgovorilo rijetko, a samo 1 (0,3%) ispitanik je odgovorio nikada. Sljedeća izjava glasila je *Kada imate slobodnog vremena*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 147 (48,4%), odgovorio da često koristi pametni telefon. Njih 94 (30,9%) odgovorilo je uvijek, 51 (16,8%) ispitanik odgovorio je ponekad, 11 (3,6%) ispitanika odgovorilo je rijetko, a samo 1 (0,3%) ispitanika odgovorio je nikada. Kod izjave *Kada imate obveza (npr. učenjem zadaća, i sl.)* najveći broj ispitanika, njih 116 (38,2%), odgovorio je da ponekad koristi pametni telefon. Zatim, 95 (31,3%) ispitanika odgovorilo je često, 59 (19,4%) ispitanika odgovorilo je rijetko, 27 (8,9%) ispitanika odgovorilo je uvijek, a samo 7 (2,3%) ispitanika odgovorilo je nikada. Nadalje, kod izjave *Dok upravljate vozilom/biciklom/i slično*, najveći broj ispitanika, njih 162 (53,3%), odgovorio je da nikada ne koristi pametni telefon. Njih 105 (34,5%) odgovorilo je rijetko, 27 (8,9%) ih je odgovorilo ponekad, samo 5 (1,6%) ispitanika je odgovorilo često i isti broj ispitanika uvijek. Sljedeća izjava glasila je *U kinematografima za vrijeme kino predstave ili u kazalištu za vrijeme kazališne predstave*, gdje je najveći broj ispitanika, njih čak 221 (72,7%), odgovorio da nikada ne koristi pametni telefon. Njih 70 (23%) odgovorilo je rijetko, 9 (3%) ih je odgovorilo ponekad, a samo po 2 (0,7%) ispitanika odgovorilo je često i uvijek. Kod izjave *Tijekom ostalih javnih događanja poput koncerata, sportskih događanja (npr. utakmice) i slično* najveći broj ispitanika, njih 138 (45,4%), odgovorilo je da rijetko koriste pametni telefon. Njih 82 (27%) odgovorilo je nikada, 56 (18,4%) ispitanika odgovorilo je ponekad, 20 (6,6%) ispitanika odgovorilo je često, a samo 8 (2,6%) ispitanika odgovorilo je uvijek. Kod izjave *Dok čekate u redu (npr. na blagajni ili na šalteru)* najveći broj ispitanika, njih 80 (26,3%), odgovorio je ponekad. Zatim, njih 73 (24%) odgovorilo je rijetko, 65 (21,4%) ih je odgovorilo često, 59 (19,4%) ih je odgovorilo nikada, a najmanji broj ispitanika, njih 27 (8,9%), odgovorio je nikada. Nadalje, kod izjave *Za vrijeme putovanja (npr. u autobusu ili vlaku)* najveći broj ispitanika, njih 120 (39,5%), odgovorio je da uvijek koristi pametni telefon. Njih 119 (39,1%) odgovorilo je često, 47 (15,5%) ih je odgovorilo ponekad, 15 (4,9%) ih je odgovorilo rijetko, a samo 3 (1%) ispitanika je odgovorilo nikada. Sljedeća izjava glasila je *Za vrijeme obroka*, gdje je najveći broj ispitanika,

njih 100 (32,9%), odgovorio da rijetko koriste pametni telefon. Njih 90 (29,6%) odgovorilo je ponekad, 59 (19,4%) ih je odgovorilo nikada, 44 (14,5%) ih je odgovorilo često i samo 11 (3,6%) ispitanika odgovorilo je uvijek. Kod izjave *Dok kod kuće gledate film ili serijal* najveći broj ispitanika, njih 123 (40,5%), odgovorio je rijetko. Zatim, 79 (26%) ispitanika odgovorilo je ponekad, 56 (18,4%) ispitanika odgovorilo je nikada, 37 (12,2%) ispitanika odgovorilo je često, a samo 9 (3%) ispitanika odgovorilo je uvijek. Kod izjave *Dok čitate knjigu (iz zabave)* najveći broj ispitanika, njih čak 155 (51%), odgovorio je nikada. Njih 100 (32,9%) odgovorilo je rijetko, 40 (13,2%) ih je odgovorilo ponekad, samo 5 (1,6%) ispitanika odgovorilo je uvijek, a najmanji broj ispitanika, njih 4 (1,3%), odgovorilo je često. Sljedeća izjava glasila je *Za vrijeme tjelovježbe*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 103 (33,9%), odgovorio da rijetko koristi pametni telefon. Zatim, njih 99 (32,6%) odgovorilo je nikada, 58 (19,1%) ih je odgovorilo ponekad, 31 (10,5%) ih je odgovorilo često, a najmanji broj ispitanika, njih 12 (3,9%), ih je odgovorilo uvijek. Kod izjave *Prije spavanja* najveći broj ispitanika, njih 162 (53,3%), odgovorio je da uvijek koristi pametni telefon. Njih 101 (33,2%) odgovorilo je često, 21 (6,9%) ispitanik odgovorio je ponekad, 18 (5,9%) ispitanika odgovorilo je rijetko, a samo 2 (0,7%) ispitanika odgovorilo je nikada. Posljednja izjava glasila je *Odmah poslije buđenja*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 131 (43,1%), odgovorio da uvijek koristi pametni telefon, Zatim, njih 94 (30,9%) odgovorilo je često, 42 (13,8%) ispitanika odgovorilo je ponekad, 33 (10,9%) ispitanika odgovorilo je rijetko, a samo 4 (1,3%) ispitanika odgovorilo je nikada. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 3.

Tablični prikaz 3. Koliko često ispitanici koriste pametni telefon u određenim okolnostima i situacijama

| Koliko često koristite pametni telefon u sljedećim okolnostima i situacijama? | N (%) | | | | |
|---|-------------|-------------|----------------|---------------|----------------|
| | Nikada | Rijetko | Ponekad | Često | Uvijek |
| Kada ste sami. | 1 (0,3%) | 4 (1,3%) | 17 (5,6%) | 146 (48%) | 136 (44,7%) |
| Kada ste u društvu obitelji. | 8 (2,6%) | 85 (28%) | 136 (44,7%) | 68 (22,4%) | 7 (2,3%) |

| | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Kada ste u društvu prijatelja. | 13 (4,3%) | 118 (38,8%) | 132 (43,4%) | 38 (12,5%) | 3 (1%) |
| Kada ste u društvu nepoznatih ljudi. | 12 (3,9%) | 49 (16,1%) | 93 (30,6%) | 112 (36,8%) | 38 (12,5%) |
| Kada Vam je dosadno. | 1 (0,3%) | 5 (1,6%) | 23 (7,6%) | 136 (44,7%) | 139 (45,7%) |
| Kada imate slobodnog vremena. | 1 (0,3%) | 11 (3,6%) | 51 (16,8%) | 147 (48,4%) | 94 (30,9%) |
| Kada imate obveza (npr. učenjem zadaća, i sl.). | 7 (2,3%) | 59 (19,4%) | 116 (38,2%) | 95 (31,3%) | 27 (8,9%) |
| Dok upravljate vozilom/biciklom/i slično. | 162 (53,3%) | 105 (34,5%) | 27 (8,9%) | 5 (1,6%) | 5 (1,6%) |
| U kinematografima za vrijeme kino predstave ili u kazalištu za vrijeme kazališne predstave. | 221 (72,7%) | 70 (23%) | 9 (3%) | 2 (0,7%) | 2 (0,7%) |
| Tijekom ostalih javnih događanja poput koncerata, sportskih događanja (npr. utakmice) i slično. | 82 (27%) | 138 (45,4%) | 56 (18,4%) | 20 (6,6%) | 8 (2,6%) |
| Dok čekate u redu (npr. na blagajni ili na šalteru). | 59 (19,4%) | 73 (24%) | 80 (26,3%) | 65 (21,4%) | 27 (8,9%) |
| Za vrijeme putovanja (npr. u autobusu ili vlaku). | 3 (1%) | 15 (4,9%) | 47 (15,5%) | 119 (39,1%) | 120 (39,5%) |
| Za vrijeme obroka. | 59 (19,4%) | 100 (32,9%) | 90 (29,6%) | 44 (14,5%) | 11 (3,6%) |
| Dok kod kuće gledate film ili serijal. | 56 (18,4%) | 123 (40,5%) | 79 (26%) | 37 (12,2%) | 9 (3%) |
| Dok čitate knjigu (iz zabave). | 155 (51%) | 100 (32,9%) | 40 (13,2%) | 4 (1,3%) | 5 (1,6%) |
| Za vrijeme tjelovježbe. | 99 (32,6%) | 103 (33,9%) | 58 (19,1%) | 32 (10,5%) | 12 (3,9%) |

| | | | | | |
|------------------------|-------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Prije spavanja. | 2 (0,7%) | 18 (5,9%) | 21 (6,9%) | 101 (33,2%) | 162 (53,3%) |
| Odmah poslije buđenja. | 4 (1,3%) | 33 (10,9%) | 42 (13,8%) | 94 (30,9%) | 131 (43,1%) |

U pitanju 10. *U koje svrhe koristite pametni telefon, odnosno koje aplikacije koristite? (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)* ispitanici su imali mogućnost višestrukog odabira. Najveći broj ispitanika, njih 301 (99%), odgovorio je da pametni telefon koristi za komunikaciju pozivima i porukama. Zatim, 292 (96,1%) ispitanika odgovorilo je da pametni telefon koristi za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža, 281 (92,4%) ispitanik odgovorio je da ga koristi za pretraživanje interneta, 268 (88,2%) ispitanika odgovorilo je ga koristi za gledanje video sadržaja i filmova, 221 (72,7%) ispitanik odgovorio je da ga koristi za aplikacije za snalaženje u prostoru, 203 (66,8%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za fotografiranje i uređivanje fotografija, 195 (64,1%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za mobilno bankarstvo, 193 (63,5%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za slušanje glazbe, 185 (60,9%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za organizaciju i planiranje općenito, a isti broj ispitanika odgovorio je da ga koristi za *online* kupovinu. Nadalje, 161 (53%) ispitanik odgovorio je da pametni telefon koristi za tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti, 147 (48,4) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za čitanje knjiga i vijesti, 142 (46,7%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za aplikacije za specijalizirane usluge, 132 (43,4%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za učenje i studiranje, 100 (32,9%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za video igre, 91 (29,9%) ispitanik odgovorio je da ga koristi za aplikacije koje njihov pametni telefon povezuje s drugim uređajima i sustavima koje koriste. Zatim, 75 (24,7%) ispitanika odgovorilo je da pametni telefon koriste za organizaciju osobnih financija i praćenje troškova, 71 (23,4%) ispitanik odgovorio je da ga koristi za snimanje i uređivanje video sadržaja, 58 (19,1%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za opuštanje i meditaciju/molitvu/kontemplaciju, 44 (14,5%) ispitanika odgovorilo je da ga koristi za slušanje *podcast*-ova, a najmanji broj ispitanika, njih samo 15 (4,9%), odgovorilo je da ga koristi za takozvane *dating* aplikacije. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 4.

Tablični prikaz 4. U koje svrhe ispitanici koriste pametni telefon, odnosno koje aplikacije koriste

| U koje svrhe koristite pametni telefon, odnosno koje aplikacije koristite? | N | % |
|---|----------|----------|
| Za komunikaciju pozivima i porukama (npr. pozivi, SMS, WhatsApp, Viber, Signal, i dr.) | 301 | 99% |
| Za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža (npr. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, i dr.) | 292 | 96,1% |
| Za pretraživanje interneta (npr. Firefox, IE, DuckDuckGo, Google Chrome, Opera, i dr.) | 281 | 92,4% |
| Za gledanje video sadržaja i filmova (npr. YouTube, AllCast, VLC, i dr.) | 268 | 88,2% |
| Za slušanje glazbe (npr. iTunes, Spotify, SoundCloud, Deezer, i dr.) | 193 | 63,5% |
| Za slušanje podcastova (npr. Podbean, Downcats, Google Podcasts, i dr.) | 44 | 14,5% |
| Za fotografiranje i uređivanje fotografija (npr. Instagram, Lightroom mobile, Google Photos, VSCO, i dr.) | 203 | 66,8% |
| Za snimanje i uređivanje video sadržaja (npr. iMovie, Quik, FilmoraGo, i dr.) | 71 | 23,4% |
| Za video igre | 100 | 32,9% |
| Za čitanje knjiga i vijesti | 147 | 48,4% |

| | | |
|--|-----|-------|
| Za učenje i studiranje (npr. Evernote, Flashcards+, Dragon Anywhere, i dr.) | 132 | 43,4% |
| Za organizaciju i planiranje općenito (kalendari, bilješke, podsjetnici, i dr.) | 185 | 60,9% |
| Za mobilno bankarstvo | 195 | 64,1% |
| Za organizaciju osobnih financija i praćenje troškova | 75 | 24,7% |
| Za tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti | 161 | 53% |
| Za opuštanje i meditaciju/molitvu/kontemplaciju | 58 | 19,1% |
| Za "online" kupovinu | 185 | 60,9% |
| Aplikacije koje Vaš pametni telefon povezuju s drugim uređajima i sustavima koje koristite (npr. s vašim pametnim satom, pametnim TV-om, tzv. "SmartHome" sustavom, i sl.) | 91 | 29,9% |
| Aplikacije za specijalizirane usluge (npr. Uber, Glovo, i dr.) | 142 | 46,7% |
| Aplikacije za snalaženje u prostoru (npr. Google Maps, OpenStreetMap, Waze, i sl.) | 221 | 72,7% |
| Tzv. "dating" aplikacije | 15 | 4,9% |

S obzirom da je u prethodnom pitanju postojala mogućnost nadodavanja odgovora uz ponuđene, tri su nadodana odgovora:

„Aplikacije za mjerenje, daljinski upravljač (ne smart TV), vremenska prognoza, kalkulator itd.“

„Posao“

„Druge praktične aplikacije: translate app, currency converter, duolingo, kekspay, torrent.“

Kod pitanja 11. *Molimo Vas da procijenite kakav utjecaj korištenje pametnog telefona ima na određene aspekte Vašeg života, odnosno Vas samih?* ispitanici su imali nekoliko ponuđenih izjava gdje su, na skali od „ima u potpunosti pozitivan utjecaj“ do „ima u potpunosti negativan utjecaj“, trebali procijeniti kakav utjecaj korištenje pametnog telefona ima na određene aspekte njihovog života. Prva izjava glasila je *Na Vaš osobni razvoj (Vaš karakter, potrebe, uvjerenja, i dr.)*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 154 (50,7%), odgovorio da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj. Nadalje, njih 110 (36,2%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 21 (6,9%) da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, njih 16 (5,3%) da ima uglavnom negativan utjecaj, a samo 3 (1%) ispitanika odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj. Sljedeća izjava glasila je *Na Vaše samopoimanje (Vašu sliku o sebi i osobno zadovoljstvo u kontekstu socijalnih usporedbi, samoprezentacije na društvenim mrežama, izloženosti prezentiranim standardima uspjeha i sreće, i sl.)*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 133 (43,8%), također odgovorio da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj. Zatim, njih 88 (28,9%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 62 (20,4%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 16 (5,3%) odgovorilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, a najmanji broj ispitanika, njih 5 (1,6%), odgovorio je da ima u potpunosti negativan utjecaj. Kod izjave *Na Vašu socijalnu interakciju i društvenost (društvene veze, odnosi)* najveći broj ispitanika, njih 135 (44,4%), odgovorio je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 85 (28%) odgovorilo je da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj, njih 40 (13,2%) odgovorilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, njih 38 (12,5%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, a njih samo 6 (2%) odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj. Kod izjave *Na Vaš uspjeh na studiju* najveći broj ispitanika, njih 127 (41,8%), odgovorio je da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj. Zatim, njih 94 (30,9%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 46 (15,1%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 26 (8,6%) odgovorilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, a najmanji

broj ispitanika, njih 11 (3,6%), odgovorio je da ima u potpunosti negativan utjecaj. Sljedeća izjava glasila je *Na Vaše fizičko zdravlje*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 155 (51%), odgovorio da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj. Njih 62 (20,4%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 53 (17,4%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 21 (6,9%) odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj, a najmanji broj ispitanika, njih 13 (4,3%), odgovorio je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj. Kod izjave *Na Vaše mentalno, tj. emocionalno i psihičko zdravlje* najveći broj ispitanika, njih 144 (47,4%), odgovorio je da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj, njih 77 (25,3%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 60 (19,7%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 12 (3,9%) odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj, a najmanji broj ispitanika, njih 11 (3,6%), odgovorio je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj. Kod izjave *Na Vašu motivaciju i kognitivne sposobnosti (pamćenje, koncentracija, učenje)* najveći broj ispitanika, njih 122 (40,1%), odgovorio je da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj, njih 84 (27,6%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 59 (19,4%) odgovorilo je da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 23 (7,6%) odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj, a samo 16 (5,3%) ispitanika odgovorilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj. Posljednja izjava glasila je *Na Vašu kreativnost (stvaralačko razmišljanje i stvaralačke vještine)*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 116 (38,2%), odgovorio da ima uglavnom pozitivan utjecaj, njih 110 (36,2%) odgovorilo je da niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj, njih 36 (11,8%) odgovorilo je da ima uglavnom negativan utjecaj, njih 33 (10,9%) odgovorilo je da ima u potpunosti pozitivan utjecaj, a samo 9 (3%) ispitanika odgovorilo je da ima u potpunosti negativan utjecaj. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 5.

Tablični prikaz 5. Utjecaj pametnog telefona na određene aspekte života ispitanika, odnosno njih samih

| Molimo Vas da procijenite kakav utjecaj korištenje pametnog telefona ima na određene aspekte Vašeg života, odnosno Vas samih? | N (%) | | | | |
|--|-------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|
| | Ima u potpunosti | Ima uglavnom | Niti ima pozitivan | Ima uglavnom | Ima u potpunosti |
| | | | | | |

| | pozitivan utjecaj | pozitivan utjecaj | niti ima negativan utjecaj | negativan utjecaj | negativan utjecaj |
|---|------------------------------|------------------------------|---|------------------------------|------------------------------|
| Na Vaš osobni razvoj (Vaš karakter, potrebe, uvjerenja, i dr.). | 21 (6,9%) | 110 (36,2%) | 154 (50,7%) | 16 (5,3%) | 3 (1%) |
| Na Vaše samopoimanje (Vašu sliku o sebi i osobno zadovoljstvo u kontekstu socijalnih usporedbi, samoprezentacije na društvenim mrežama, izloženosti prezentiranim standardima uspjeha i sreće, i sl.). | 16 (5,3%) | 88 (28,9%) | 133 (43,8%) | 62 (20,4%) | 5 (1,6%) |
| Na Vašu socijalnu interakciju i društvenost (društvene veze, odnosi). | 40 (13,2%) | 135 (44,4%) | 85 (28%) | 38 (12,5%) | 6 (2%) |
| Na Vaš uspjeh na studiju. | 26 (8,6%) | 94 (30,9%) | 127 (41,8%) | 46 (15,1%) | 11 (3,6%) |
| Na Vaše fizičko zdravlje. | 13 (4,3%) | 62 (20,4%) | 155 (51%) | 53 (17,4%) | 21 (6,9%) |
| Na Vaše mentalno, tj. emocionalno i psihičko zdravlje. | 11 (3,6%) | 77 (25,3%) | 144 (47,4%) | 60 (19,7%) | 12 (3,9%) |
| Na Vašu motivaciju i kognitivne sposobnosti (pamćenje, koncentracija, učenje). | 16 (5,3%) | 59 (19,4%) | 122 (40,1%) | 84 (27,6%) | 23 (7,6%) |
| Na Vašu kreativnost (stvaralačko razmišljanje i stvaralačke vještine). | 33 (10,9%) | 116 (38,2%) | 110 (36,2%) | 36 (11,8%) | 9 (3%) |

Kod pitanja 12. *Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete sa sljedećim tvrdnjama. Tvrdnje se odnose na izjave o pametnim telefonima koje se često mogu čuti, kao i na Vaše osobno iskustvo korištenja pametnog telefona* ispitanici su imali nekoliko ponuđenih izjava gdje su, na skali od „u potpunosti se slažem“ do „u potpunosti se ne slažem“, trebali odabrati koliko se slažu s ponuđenim izjavama o pametnim telefonima. Prva izjava glasila je *Čovjek danas ne*

može normalno funkcionirati i učinkovito/uspješno djelovati bez pametnog telefona, gdje je najveći broj ispitanika, njih 145 (47,7%), odgovorio da se uglavnom slaže. Njih 75 (24,7%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 38 (12,5%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 33 (10,9%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 13 (4,3%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Kod izjave *Pametni telefon je statusni simbol* najveći broj ispitanika, njih 76 (25%), odgovorio je da se uglavnom ne slaže. Nadalje, 74 (24,3%) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom slažu, 68 (22,4%) ispitanika odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, 60 (19,7%) ispitanika odgovorilo je da se u potpunosti slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 26 (8,6%), odgovorio je da se u potpunosti slažu. Kod izjave *Korištenje pametnog telefona povećava opasnost od sigurnosnih rizika i gubitka privatnosti (npr. hakiranje, praćenje, i dr.)* najveći broj ispitanika, njih 144 (47,4%), odgovorio je da se uglavnom slaže. Zatim, njih 79 (26%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 49 (16,1%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 23 (7,6%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a njih samo 9 (3%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu. Kod izjave *Korištenje pametnog telefona na za to nepredviđenim mjestima predstavlja potencijalnu ugrozu (npr. vozač ili pješak u prometu, djelatnik na radnom mjestu gdje je koncentracija od iznimne važnosti, i sl.)* najveći broj ispitanika, njih 221 (72,7%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Nadalje, njih 56 (18,4%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 16 (5,3%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 6 (2%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 5 (1,6%), odgovorio je da se u potpunosti ne slažu. Sljedeća izjava glasila je *Pretjerano korištenje pametnog telefona uzrokuje ovisnost*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 163 (53,6%), odgovorio da se u potpunosti slaže. Nadalje, njih 98 (32,2%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 30 (9,9%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 10 (3,3%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a njih samo 3 (1%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu. Sljedeća izjava glasila je *Pametni telefoni negativno utječu na pažnju*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 121 (39,8%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Zatim, 117 (38,5%) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom slažu, 47 (15,5%) ispitanika odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, 14 (4,6%) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 5 (1,6%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Kod izjave *Pametni telefoni čine osobu produktivnijom* najveći broj ispitanika, njih 125 (41,1%), odgovorio je da niti se slaže niti se ne slaže. Njih 74 (24,3%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 72 (23,7%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, njih 21 (6,9%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu, a njih samo

12 (3,9%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu. Kod izjave *Pametni telefoni pružaju bolju mogućnost samoprezentacije i olakšavaju upravljanje osobnom reputacijom (tzv. "reputation management" putem društvenih mreža, društvenih medija, i dr.)* najveći broj ispitanika, njih 105 (34,5%), odgovorio je da niti se slaže niti se ne slaže. Zatim, njih 104 (34,2%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 52 (17,1%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 26 (8,6%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 17 (5,6%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Kod izjave *Zračenje pametnih telefona i mobitela može uzrokovati rak, neplodnost, i druge bolesti* najveći broj ispitanika, njih 130 (42,8%), odgovorio je da niti se slaže niti se ne slaže. Njih 66 (21,7%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 37 (12,2%) odgovorilo je da se uglavnom ne slaže, a isti broj ispitanika odgovorio je i da se u potpunosti slaže. Najmanji broj ispitanika, njih 34 (11,2%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Sljedeća izjava glasila je *Pametni telefoni negativno utječu na kvalitetu druženja, tj. kvalitetu odnosa i veza* gdje je najveći broj ispitanika, njih 122 (40,1%), odgovorio da se uglavnom slaže. Nadalje, njih 79 (26%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 64 (21,1%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 32 (10,5%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a njih samo 7 (2,3%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu. Kod izjave *Pametni telefoni pozitivno utječu na kreativnost i stvaralačko izražavanje* najveći broj ispitanika, njih 121 (39,8%), odgovorio je da se uglavnom slaže. Zatim, 110 (36,2%) ispitanika odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, 32 (10,5%) ispitanika odgovorilo je da se u potpunosti slažu, 29 (9,5%) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 12 (3,9%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Kod izjave *Korištenje pametnog telefona najbolji je "lijek" za osjećaj usamljenosti, tuge i dosade* najveći broj ispitanika, njih 79 (26%), odgovorio je da se uglavnom ne slaže. Njih 74 (24,3%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 69 (22,7%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 63 (20,7%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu, a njih samo 19 (6,3%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu. Kod izjave *Povremena digitalna detoksifikacija dobra je za fizičko i mentalno zdravlje čovjeka* najveći broj ispitanika, njih 122 (40,1%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Njih 84 (27,6%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 70 (23%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 21 (6,9%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, a njih samo 7 (2,3%) odgovorilo je da se u potpunosti ne slažu. Sljedeća izjava glasila je *Redovito kupujem najnoviji model pametnog telefona*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 159 (52,3%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže, njih 66 (21,7%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, njih 41 (13,5%)

odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 25 (8,2%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, a njih samo 13 (4,3%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu. Kod izjave *Uvijek koristim najnovije, odnosno najpopularnije aplikacije* najveći broj ispitanika, njih 99 (32,6%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Zatim, njih 80 (26,3%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, njih 60 (19,7%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 49 (16,1%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, a njih samo 16 (5,3%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu. Kod izjave *Zbog korištenja pametnog telefona često zaboravim na ili kasnim s drugim obvezama i aktivnostima* najveći broj ispitanika, njih 112 (36,8%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Nadalje, njih 63 (20,7%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, njih 61 (20,1%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 52 (17,1%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 16 (5,3%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Sljedeća izjava glasila je *Čim postanem svjestan/na notifikacije o novoj aktivnosti na pametnom telefonu, moram odmah provjeriti o čemu se radi*, gdje je najveći broj ispitanika, njih 100 (32,9%), odgovorio da se uglavnom slaže. Nadalje, 58 (19,1%) ispitanika odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, 55 (18,1%) ispitanika odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, a isti broj ispitanika odgovorio je i da se u potpunosti ne slažu. Najmanji broj ispitanika, njih 36 (11,8%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Kod izjave *Pametni telefon uzrokuje/pojačava osjećaj pritiska da moram uvijek biti dostupan/na* najveći broj ispitanika, njih 109 (35,9%), odgovorio je da se uglavnom slaže. Njih 58 (19,1%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 53 (17,4%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 48 (15,8%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 36 (11,8%), odgovorilo je da se u potpunosti ne slaže. Kod izjave *Pazim na svoju "online" sigurnost i činim sve kako bih izbjegao/la sigurnosne prijetnje (npr. koristim zaporke za pristup aplikacijama, alate i programe za enkripciju, i sl.)* najveći broj ispitanika, njih 104 (34,2%), odgovorio je da se uglavnom slaže. Zatim, njih 94 (30,9%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu, njih 54 (17,8%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 35 (11,5%) odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a njih samo 17 (5,6%) odgovorilo je da se u potpunosti slažu. Posljednja izjava glasila je *Cijenim svoju privatnost i nastojim ju zaštititi koliko je moguće (npr. uređujem zadane postavke na pametnom telefonu i korištenim aplikacijama)* gdje je najveći broj ispitanika, njih 134 (44,1%), odgovorio je da se u potpunosti slaže. Zatim, njih 101 (33,2%) odgovorilo je da se uglavnom slažu, njih 44 (14,5%) odgovorilo je da niti se slažu niti se ne slažu, njih 18 (5,9%) odgovorilo je da se uglavnom

ne slažu, a najmanji broj ispitanika, njih 7 (2,3%), odgovorio je da se u potpunosti ne slaže. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 6.

Tablični prikaz 6. Stupanj slaganja ispitanika s izjavama o pametnim telefonima koje se često mogu čuti

| Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete sa sljedećim tvrdnjama. Tvrdnje se odnose na izjave o pametnim telefonima koje se često mogu čuti, kao i na Vaše osobno iskustvo korištenja pametnog telefona. | N (%) | | | | |
|--|------------------------|--------------------|----------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | U potpunosti se slažem | Uglavnom se slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Uglavnom se ne slažem | U potpunosti se ne slažem |
| Čovjek danas ne može normalno funkcionirati i učinkovito/uspješno djelovati bez pametnog telefona. | 75 (24,7%) | 145 (47,7%) | 38 (12,5%) | 33 (10,9%) | 13 (4,3%) |
| Pametni telefon je statusni simbol. | 26 (8,6%) | 74 (24,3%) | 68 (22,4%) | 76 (25%) | 60 (19,7%) |
| Korištenje pametnog telefona povećava opasnost od sigurnosnih rizika i gubitka privatnosti (npr. hakiranje, praćenje, i dr.). | 79 (26%) | 144 (47,4%) | 49 (16,1%) | 23 (7,6%) | 9 (3%) |
| Korištenje pametnog telefona na za to nepredviđenim mjestima predstavlja potencijalnu ugrozu (npr. vozač ili pješak u prometu, | 221 (72,7%) | 56 (18,4%) | 16 (5,3%) | 6 (2%) | 5 (1,6%) |

| | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| djelatnik na radnom mjestu gdje je koncentracija od iznimne važnosti, i sl.). | | | | | |
| Pretjerano korištenje pametnog telefona uzrokuje ovisnost. | 163 (53,6%) | 98 (32,2%) | 30 (9,9%) | 10 (3,3%) | 3 (1%) |
| Pametni telefoni negativno utječu na pažnju. | 121 (39,8%) | 117 (38,5%) | 47 (15,5%) | 14 (4,6%) | 5 (1,6%) |
| Pametni telefoni čine osobu produktivnijom. | 12 (3,9%) | 74 (24,3%) | 125 (41,1%) | 72 (23,7%) | 21 (6,9%) |
| Pametni telefoni pružaju bolju mogućnost samoprezentacije i olakšavaju upravljanje osobnom reputacijom (tzv. "reputation management" putem društvenih mreža, društvenih medija, i dr.). | 52 (17,1%) | 104 (34,2%) | 105 (34,5%) | 26 (8,6%) | 17 (5,6%) |
| Zračenje pametnih telefona i mobitela može uzrokovati rak, neplodnost, i druge bolesti. | 37 (12,2%) | 66 (21,7%) | 130 (42,8%) | 37 (12,2%) | 34 (11,2%) |
| Pametni telefoni negativno utječu na kvalitetu druženja, tj. kvalitetu odnosa i veza. | 64 (21,1%) | 122 (40,1%) | 79 (26%) | 32 (10,5%) | 7 (2,3%) |
| Pametni telefoni pozitivno utječu na kreativnost i stvaralačko izražavanje. | 32 (10,5%) | 121 (39,8%) | 110 (36,2%) | 29 (9,5%) | 12 (3,9%) |
| Korištenje pametnog telefona najbolji je "lijek" za osjećaj usamljenosti, tuge i dosade. | 19 (6,3%) | 74 (24,3%) | 69 (22,7%) | 79 (26%) | 63 (20,7%) |
| Povremena digitalna detoksifikacija dobra je za fizičko i mentalno zdravlje čovjeka. | 122 (40,1%) | 84 (27,6%) | 70 (23%) | 21 (6,9%) | 7 (2,3%) |

| | | | | | |
|---|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| Redovito kupujem najnoviji model pametnog telefona. | 13 (4,3%) | 25 (8,2%) | 41 (13,5%) | 66 (21,7%) | 159 (52,3%) |
| Uvijek koristim najnovije, odnosno najpopularnije aplikacije. | 16 (5,3%) | 49 (16,1%) | 60 (19,7%) | 80 (26,3%) | 99 (32,6%) |
| Zbog korištenja pametnog telefona često zaboravim na ili kasnim s drugim obvezama i aktivnostima. | 16 (5,3%) | 61 (20,1%) | 52 (17,1%) | 63 (20,7%) | 112 (36,8%) |
| Čim postanem svjestan/na notifikacije o novoj aktivnosti na pametnom telefonu, moram odmah provjeriti o čemu se radi. | 36 (11,8%) | 100 (32,9%) | 55 (18,1%) | 58 (19,1%) | 55 (18,1%) |
| Pametni telefon uzrokuje/pojačava osjećaj pritiska da moram uvijek biti dostupan/na. | 53 (17,4%) | 109 (35,9%) | 58 (19,1%) | 48 (15,8%) | 36 (11,8%) |
| Pazim na svoju "online" sigurnost i činim sve kako bih izbjegao/la sigurnosne prijetnje (npr. koristim zaporke za pristup aplikacijama, alate i programe za enkripciju, i sl.). | 94 (30,9%) | 104 (34,2%) | 54 (17,8%) | 35 (11,5%) | 17 (5,6%) |
| Cijenim svoju privatnost i nastojim ju zaštititi koliko je moguće (npr. uređujem zadane postavke na pametnom telefonu i korištenim aplikacijama). | 134 (44,1%) | 101 (33,2%) | 44 (14,5%) | 18 (5,9%) | 7 (2,3%) |

U pitanju 13. *Koji se osjećaji javljaju kod Vas kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, niste u mogućnosti koristiti pametni telefon? (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)* ispitanici su imali mogućnost višestrukog odabira. Najveći broj ispitanika, njih 148 (48,7%), odgovorilo je da se javlja neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštaju. Zatim, 110 (36,2%) ispitanika

odgovorilo je da se javlja osjećaj prisutnosti u trenutku, 98 (32,2%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj kao da se ništa nije promijenilo, 87 (28,6%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj nervoze, 69 (22,7%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj bezbrižnosti. Nadalje, 65 (21,4%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj smirenosti, 50 (16,4%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj olakšanja, 41 (13,5%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj zbunjenosti, 32 (10,5%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj dezorijentiranosti, 30 (9,9%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj stresa, 23 (7,6%) ispitanika odgovorilo je da se javlja osjećaj energičnosti. Najmanji broj ispitanika, njih 17 (5,6%), odgovorilo je da se javlja osjećaj panike. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 7.

Tablični prikaz 7. Koji se osjećaji javljaju kod ispitanika kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, nisu u mogućnosti koristiti pametni telefon

| Koji se osjećaji javljaju kod Vas kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, niste u mogućnosti koristiti pametni telefon? | N | % |
|---|----------|----------|
| Nervoza | 87 | 28,6% |
| Stres | 30 | 9,9% |
| Panika | 17 | 5,6% |
| Dezorijentiranost | 32 | 10,5% |
| Zbunjenost | 41 | 13,5% |

| | | |
|--|-----|-------|
| Neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštate | 148 | 48,7% |
| Osjećaj kao da se ništa nije promijenilo | 98 | 32,2% |
| Olakšanje | 50 | 16,4% |
| Bezbrižnost | 69 | 22,7% |
| Smirenost | 65 | 21,4% |
| Energičnost | 23 | 7,6% |
| Prisutnost u trenutku | 110 | 36,2% |

S obzirom da je u prethodnom pitanju postojala mogućnost nadodavanja odgovora uz ponuđene, neki od nadodanih odgovora su:

„Dosada“

„Blaga anksioznost u slučaju da se netko javio s nekim hitnim slučajem bilo koje vrste“

„Sreću, jer sam provela dan bez mobitela“

„Znatiželja“

U posljednjem pitanju *Ukoliko samostalno odabirete provesti neko vrijeme bez pametnog telefona, koji su razlozi zbog kojih se odlučujete na to? (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)* ispitanici su također imali mogućnost višestrukog odabira. S obzirom da pitanje nije bilo obvezno, 6 ispitanika nije odgovorilo na pitanje. Dakle, 298 ispitanika je odgovorilo je na

posljednje pitanje. Najveći broj ispitanika, njih 202 (67,8%), odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog potrebe da budu više usredotočeni na sadašnji trenutak. Zatim, 186 (62,4%) ispitanika odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima, 153 (51,3%) ispitanika odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog osjećaja prezasićenosti informacijama, 120 (40,3%) ispitanika odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog pritiska od stalne dostupnosti, 53 (17,8%) ispitanika odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog toga što su čuli da je povremena digitalna detoksifikacija dobra za zdravlje čovjeka. Najmanji broj ispitanika, njih 14 (4,7%), odgovorilo je da odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog toga što je digitalna detoksifikacija danas u trendu. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 8.

Tablični prikaz 8. Ukoliko ispitanici samostalno odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona, koji su razlozi zbog kojih se odlučuju na to

| Ukoliko samostalno odabirete provesti neko vrijeme bez pametnog telefona, koji su razlozi zbog kojih se odlučujete na to? | N | % |
|--|----------|----------|
| Zbog osjećaja prezasićenosti informacijama | 153 | 51,3% |
| Zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima | 186 | 62,4% |
| Zbog pritiska od stalne dostupnosti | 120 | 40,3% |
| Zbog toga što sam čuo/la da je povremena digitalna detoksifikacija dobra za zdravlje čovjeka | 53 | 17,8% |

| | | |
|---|-----|-------|
| Zbog toga što je digitalna detoksifikacija danas u trendu | 14 | 4,7% |
| Zbog potrebe da budem više usredotočen/a na sadašnji trenutak | 202 | 67,8% |

S obzirom da je u prethodnom pitanju postojala mogućnost nadodavanja odgovora uz ponuđene, neki od nadodanih odgovora su:

„Zbog druženja s obitelji“

„Jer želim provesti vrijeme na kvalitetniji način od samog tipkanja i scrolanja“

„Nisam nikad odlučila provesti neko vrijeme bez mobitela“

„Zbog toga što mi ne igra preveliku ulogu, pretežno rutinski provjerim poruke“

Analizirajući svrhe korištenja pametnog telefona pokazala se statistički značajna pozitivna korelacija između korištenja pametnog telefona za komunikaciju pozivima i porukama i korištenja pametnog telefona za pretraživanje interneta. Zatim, pokazala se statistički značajna pozitivna korelacija između korištenja pametnog telefona za gledanje video sadržaja i filmova i korištenja pametnog telefona za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža, za pretraživanje interneta, slušanje glazbe, slušanje *podcast*-ova, organizaciju i planiranje općenito, mobilno bankarstvo, organizaciju osobnih financija i praćenje troškova, tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti, *online* kupovinu, aplikacije za specijalizirane usluge te za aplikacije za snalaženje u prostoru. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 9.

Tablični prikaz 9. Koeficijenti korelacije između svrha korištenja pametnog telefona

| U koje svrhe koristite pametni telefon, odnosno koje aplikacije koristite? | Korelacija |
|--|------------|
|--|------------|

| | Za komunikaciju pozivima i porukama (npr. pozivi, SMS, WhatsApp, Viber, Signal, i dr.) | Za gledanje video sadržaja i filmova (npr. YouTube, AllCast, VLC, i dr.) |
|---|--|--|
| Za komunikaciju pozivima i porukama (npr. pozivi, SMS, WhatsApp, Viber, Signal, i dr.) | 1 | ,066 |
| Za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža (npr. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, i dr.) | -,020 | ,135* |
| Za pretraživanje interneta (npr. Firefox, IE, DuckDuckGo, Google Chrome, Opera, i dr.) | ,223** | ,203** |
| Za gledanje video sadržaja i filmova (npr. YouTube, AllCast, VLC, i dr.) | ,066 | 1 |
| Za slušanje glazbe (npr. iTunes, Spotify, SoundCloud, Deezer, i dr.) | ,063 | ,124* |
| Za slušanje podcastova (npr. Podbean, Downcats, Google Podcasts, i dr.) | -,054 | ,122* |
| Za fotografiranje i uređivanje fotografija (npr. Instagram, Lightroom mobile, Google Photos, VSCO, i dr.) | ,000 | ,109 |
| Za snimanje i uređivanje video sadržaja (npr. iMovie, Quik, FilmoraGo, i dr.) | -,024 | ,106 |
| Za video igre | ,070 | ,083 |
| Za čitanje knjiga i vijesti | ,030 | ,090 |

| | | |
|--|-------|--------|
| Za učenje i studiranje (npr. Evernote, Flashcards+, Dragon Anywhere, i dr.) | ,087 | ,095 |
| Za organizaciju i planiranje općenito (kalendari, bilješke, podsjetnici, i dr.) | -,012 | ,248** |
| Za mobilno bankarstvo | -,005 | ,214** |
| Za organizaciju osobnih financija i praćenje troškova | -,020 | ,163** |
| Za tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti | ,039 | ,144* |
| Za opuštanje i meditaciju/molitvu/kontemplaciju | -,036 | ,074 |
| Za "online" kupovinu | -,012 | ,165** |
| Aplikacije koje Vaš pametni telefon povezuju s drugim uređajima i sustavima koje koristite (npr. s vašim pametnim satom, pametnim TV-om, tzv. "SmartHome" sustavom, i sl.) | -,080 | ,106 |
| Aplikacije za specijalizirane usluge (npr. Uber, Glovo, i dr.) | 0,027 | ,119* |
| Aplikacije za snalaženje u prostoru (npr. Google Maps, OpenStreetMap, Waze, i sl.) | 0,088 | ,210** |
| Tzv. "dating" aplikacije | 0,023 | ,083 |

Analizirajući osjećaje koji se javljaju kod mladih kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, nisu u mogućnosti koristiti pametni telefon pokazala se statistički značajna pozitivna

korelacija između osjećaja nervoze i osjećaja stresa, panike, dezorijentiranosti, zbunjenosti, neizvjesnosti i osjećaja da nešto propuštaju te statistički značajna negativna korelacija između osjećaja nervoze i osjećaja kao da se ništa nije promijenilo, olakšanja, bezbrižnosti, smirenosti i prisutnosti u trenutku. Zatim, pokazala se statistički značajna pozitivna korelacija između osjećaja olakšanja i osjećaja bezbrižnosti, smirenosti, energičnosti, prisutnosti u trenutku te statistički značajna negativna korelacija između osjećaja olakšanja i osjećaja nervoze i neizvjesnosti i osjećaja da nešto propuštaju. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 10.

Tablični prikaz 10. Koeficijenti korelacije između osjećaja koji se javljaju kod mladih kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, nisu u mogućnosti koristiti pametni telefon

| Koji se osjećaji javljaju kod Vas kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, niste u mogućnosti koristiti pametni telefon? | Korelacija | |
|--|------------|-----------|
| | Nervoza | Olakšanje |
| Nervoza | 1 | -,222** |
| Stres | ,449** | -,087 |
| Panika | ,384** | -,031 |
| Dezorijentiranost | ,186** | -,065 |
| Zbunjenost | ,261** | -,097 |
| Neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštate | ,432** | -,326** |

| | | |
|--|---------|--------|
| Osjećaj kao da se ništa nije promijenilo | -,343** | ,093 |
| Olakšanje | -,222** | 1 |
| Bezbričnost | -,239** | ,416** |
| Smirenost | -,259** | ,331** |
| Energičnost | -,099 | ,309** |
| Prisutnost u trenutku | -,219** | ,275** |

Analizirajući razloge provođenja vremena bez pametnog telefona pokazala se statistički značajna pozitivna korelacija između provođenja vremena bez pametnog telefona zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima i provođenja vremena bez pametnog telefona zbog osjećaja prezasićenosti informacijama i pritiska od stalne dostupnosti te statistički značajna negativna korelacija između provođenja vremena bez pametnog telefona zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima i provođenja vremena bez pametnog telefona zbog potrebe za usredotočenošću na sadašnji trenutak. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 11.

Tablični prikaz 11. Koeficijenti korelacije između razloga provođenja vremena bez pametnog telefona

| Ukoliko samostalno odabirete provesti neko vrijeme bez pametnog | Korelacija |
|--|-------------------|
|--|-------------------|

| | |
|--|---|
| telefona, koji su razlozi zbog kojih se odlučujete na to? | |
| | Zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima |
| Zbog osjećaja prezasićenosti informacijama | ,154** |
| Zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima | 1 |
| Zbog pritiska od stalne dostupnosti | ,312** |
| Zbog toga što sam čuo/la da je povremena digitalna detoksifikacija dobra za zdravlje čovjeka | ,081 |
| Zbog toga što je digitalna detoksifikacija danas u trendu | -,018 |
| Zbog potrebe da budem više usredotočen/a na sadašnji trenutak | -,123* |

Analizirajući mjesečne prihode kućanstva ispitanika i redovitu kupnju najnovijeg modela pametnog telefona pokazalo se da između njih ne postoji statistički značajna korelacija. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 12.

Tablični prikaz 12. Koeficijenti korelacije između redovite kupnje najnovijeg modela pametnog telefona i mjesečnih prihoda kućanstva ispitanika

| | |
|---|-------------------|
| Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete sa sljedećim tvrdnjama. Tvrđnje se | Korelacija |
|---|-------------------|

| | |
|--|---------------------------------------|
| odnose na izjave o pametnim telefonima koje se često mogu čuti, kao i na Vaše osobno iskustvo korištenja pametnog telefona. | |
| | Mjesečni prihodi kućanstva ispitanika |
| Redovito kupujem najnoviji model pametnog telefona. | ,030 |

Analizirajući utjecaje korištenja pametnog telefona na određene aspekte života mladih i spol ispitanika pokazala se da između njih ne postoji statistički značajna korelacija. Rezultati su prikazani u Tabličnom prikazu 13.

Tablični prikaz 13. Koeficijenti korelacije između utjecaja korištenja pametnog telefona na određene aspekte života mladih i spola ispitanika

| Molimo Vas da procijenite kakav utjecaj korištenje pametnog telefona ima na određene aspekte Vašeg života, odnosno Vas samih? | Korelacija |
|--|-------------------|
| | Spol |
| Na Vaš osobni razvoj (Vaš karakter, potrebe, uvjerenja, i dr.). | -,073 |
| Na Vaše samopoimanje (Vašu sliku o sebi i osobno zadovoljstvo u kontekstu socijalnih usporedbi, samoprezentacije na društvenim mrežama, izloženosti prezentiranim standardima uspjeha i sreće, i sl.). | -,059 |

| | |
|--|-------|
| Na Vašu socijalnu interakciju i društvenost (društvene veze, odnosi). | -,032 |
| Na Vaš uspjeh na studiju. | -,021 |
| Na Vaše fizičko zdravlje. | ,017 |
| Na Vaše mentalno, tj. emocionalno i psihičko zdravlje. | ,037 |
| Na Vašu motivaciju i kognitivne sposobnosti (pamćenje, koncentracija, učenje). | -,069 |
| Na Vašu kreativnost (stvaralačko razmišljanje i stvaralačke vještine). | ,081 |

3.4. Rasprava

Rezultati provedenog istraživanja u velikoj mjeri potvrđuju nalaze i rezultate prethodno provedenih istraživanja opisane u teorijskom dijelu ovoga rada. Jedno od prethodnih istraživanja pokazalo je da mladi najviše žele pametni telefon zbog komunikacije s prijateljima, to jest da je komunikacija i dalje glavni motiv korištenja pametnog telefona među mladima, a ovo istraživanje je to i potvrdilo s obzirom da je najveći broj ispitanika odgovorio da pametni telefon koristi za komunikaciju pozivima i porukama. Istraživanje iz 2016. godine u Indiji pokazalo je da je među mladima u Indiji najpopularnija platforma Android OS. To je potvrdilo i ovo istraživanje s obzirom da je najveći broj ispitanika odgovorio da njihov pametni telefon radi na Android OS platformi. Istraživanje koje je proveo Google u SAD-u pokazalo je mladi najviše vremena provode gledajući videozapise na mobilnim telefonima, a više od polovice mladih koristi mobilni telefon i za online kupovinu. To se može usporediti s rezultatima ovog istraživanja s obzirom da većina ispitanika koristi pametni telefon za gledanje videozapisa, a više od polovice ispitanika, također, koristi pametni telefon i za *online* kupovinu. Istraživanje provedeno u Zagrebu 2017. godine dokazalo je da neprestana umreženost ponekad dovodi do psihološkog pritiska kod mladih s obzirom da je redovito odgovaranje na poruke važno za održavanje dobrih odnosa. Ovo istraživanje potvrđuje te rezultate s obzirom da je veliki broj ispitanika odgovorio da odabire provesti neko vrijeme bez pametnog telefona upravo zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i pritiska od stalne

dostupnosti. Nadalje, ovo istraživanje pokazalo je da ispitanici imaju dosta podijeljena mišljenja kada je u pitanju utjecaj pametnih telefona na njihove kognitivne sposobnosti. Zbog toga se ti rezultati mogu povezati s rezultatima istraživanja koje je proveo Istraživački centar Pew 2019. godine među 11 zemalja gdje se, također, pokazalo da ispitanici imaju podijeljena mišljenja po pitanju utjecaja pametnih telefona na koncentraciju, uspješno obavljanje posla i zaradu, i slično. U jednom istraživanju u kojem je sudjelovalo 20 ispitanika tijekom 40 dana pokazalo se da svi ispitanici, osim dvoje, koriste mobilni telefon 30 minuta prije spavanja, a polovica ispitanika koristi ga neposredno prije spavanja. Navedeni rezultati mogu se povezati s ovim istraživanjem s obzirom da je više od polovice ispitanika odgovorilo da pametni telefon koristi uvijek prije spavanja, a gotovo trećina ispitanika je odgovorila da ga koristi često prije spavanja. Istraživanje provedeno u Turskoj 2016./2017. pokazalo je da nemogućnost pristupa određenim informacijama i gubitak veze na mobilnom telefonu kod mladih izaziva osjećaj ljutnje, stresa, tuge, tjeskobe i slično, a ti rezultati se mogu povezati s rezultatima ovog istraživanja s obzirom da je najveći broj ispitanika odgovorio da nemogućnost korištenja pametnog telefona u njima izaziva neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštaju, veliki broj ispitanika naveo je i osjećaj nervoze, dok su neki naveli i osjećaj zbunjenosti, dezorijentiranosti, stresa i panike. Sve navedene sličnosti između prije provedenih i ovog istraživanja ukazuju na činjenicu da je pametni telefon, kao i većina moderne tehnologije, postao važan čimbenik u pojavi sličnih pozitivnih i negativnih aspekata komunikacije i ponašanja mladih osoba, odnosno njihove transformacije. Društveni i kulturni kontekst ne uvjetuju toliko općenite navike i trendove korištenja, no za pretpostaviti je da mogu utjecati na korištenje usluga ili konzumaciju sadržaja specifičnih za određeno društvo i kulturu te da mladi i studenti u ekonomsko razvijenijim zemljama u kojima je kupovna moć jača više koriste komercijalne aplikacije i češće mijenjaju same uređaje. Tako pametni telefoni, poput drugih tehnologija, čine svoje korisnike na određeni način homogenom skupinom čije su navike i ponašanje vrlo slični, bez obzira na društveni i kulturni kontekst.

Nadalje, postoje i određene korelacije, odnosno moguće je povezati određene rezultate u provedenom istraživanju. Naime, ispostavilo se da ispitanici koji pametni telefon koriste za komunikaciju pozivima i porukama, najčešće pametni telefon koriste i za pretraživanje interneta. Isto tako, oni koji pametni telefon koriste za gledanje video sadržaja i filmova, najčešće ga koriste i za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža, pretraživanje interneta, slušanje glazbe, slušanje *podcast*-ova, organizaciju i planiranje općenito, mobilno bankarstvo, organizaciju

osobnih financija i praćenje troškova, tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti, *online* kupovinu, aplikacije za specijalizirane usluge te za aplikacije za snalaženje u prostoru. Nadalje, ispitanici koji osjećaju nervozu kada duže vrijeme nisu u mogućnosti koristiti pametni telefon, najčešće ujedno osjećaju i stres, paniku, dezorijentiranost, zbunjenost, neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštaju, a najrjeđe ujedno imaju i osjećaj kao da se ništa nije promijenilo, olakšanje, bezbrižnost, smirenost i prisutnost u trenutku. Zatim, ispitanici koji osjećaju olakšanje, najčešće ujedno osjećaju i bezbrižnost, smirenost, energičnost, prisutnost u trenutku, a najrjeđe ujedno osjećaju i nervozu i neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštaju. Ispitanici koji samostalno odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima, najčešće odabiru provesti vrijeme bez pametnog telefona i zbog pritiska od stalne dostupnosti i osjećaja prezasićenosti informacijama, a najrjeđe i zbog potrebe da budu usredotočeni na sadašnji trenutak. Osim toga, pokazalo se da ukupni mjesečni prihodi kućanstva nisu povezani s redovitom kupnjom najnovijeg pametnog telefona. Također, utjecaj korištenja pametnog telefona na određene aspekte života ispitanika nije povezan sa spolom ispitanika.

Važno je napomenuti da su određene navike i trendovi korištenja pametnih telefona uvjetovani osobnom financijskom moći, poput korištenja najnovijih i najpopularnijih aplikacija (koje ne moraju nužno biti besplatne). Tu su ključna dva čimbenika – općenite ekonomske prilike u Hrvatskoj, kao i kupovna moć studenata. Nadalje, kod pitanja koje se odnosi na učestalost korištenja pametnih telefona u trenucima obavljanja obveza (učenje, rad), treba uzeti u obzir da se pametni telefon može koristiti i kao pomoć i podrška u izvršavanju obveza, tj. da korištenje pametnog telefona tijekom učenja ili rada ne mora nužno predstavljati smetnju u izvršavanju obveza. Primjerice, kod pitanja *Koliko često koristite pametni telefon u sljedećim okolnostima i situacijama?* i odgovora *Kada imate obveza*, potrebno je uzeti u obzir da se telefon može koristiti i za potrebe učenja i rada. Slično je i s odgovorom *Za vrijeme tjelovježbe*, kada osoba može koristiti određenu aplikaciju za trening i praćenje fizičke aktivnosti. Također, kod tog su pitanja i odgovora rezultati pokazali da najveći broj ispitanika, njih 116 (38,2%) ponekad koristi pametni telefon, 95 (31,3%) ispitanika često, 59 (19,4%) ispitanika rijetko, 27 (8,9%) ispitanika uvijek, a samo 7 (2,3%) ispitanika nikada ne koristi pametni telefon tijekom učenja ili rada. Moguće je da su ovi odgovori djelomično uvjetovani činjenicom da većina studenata za učenje i rad koriste neke druge uređaje, najčešće računalo (stolno ili prijenosno) ili čak i tablet, posebno zbog veličine zaslona i mogućnosti uporabe tipkovnice, tj. preglednijeg navigiranja zaslonom tableta. U tom kontekstu

pametni telefon postaje suvišan po pitanju učenja i rada, ali se može koristiti u vrijeme pauze od učenja i rada ili čak kao „smetnja“ tijekom učenja i rada.

Rezultati istraživanja pružili su odgovor na pet istraživačkih pitanja koja su bila polazištem ovoga rada. Na pitanje *Koliko često mladi koriste pametni telefon?* rezultati pokazuju da pripadnici generacija Y i Z u većini situacija često koriste pametni telefon, a u nekima i uvijek, što je velikim dijelom uvjetovano uvjetima života, učenja i rada u informacijskom društvu u kojem su komunikacija, umreženost i pristup informacijama svojevrsni prioriteta. Na pitanje *U kojim situacijama, odnosno okolnostima mladi koriste pametni telefon?* kada je u pitanju mjesto (prostor), rezultati pokazuju da mladi pametne telefone najviše koriste kod kuće, dok ih na fakultetu, odnosno javnim mjestima većinom koriste ponekad. Kada su u pitanju konkretne situacije i okolnosti, pametni telefon najčešće se koristi u situacijama u kojima je osoba sama ili kada joj je dosadno i ima slobodnog vremena, za vrijeme putovanja, ali i prije spavanja i odmah nakon buđenja. Posljednje dvije situacije mogu biti indikativne za učestale poremećaje spavanja i osjećaje anksioznosti i stresa na koje upozoravaju brojne znanstvene studije. Na pitanje *U koje svrhe mladi najčešće koriste pametni telefon?* rezultati pokazuju da mladi najviše koriste pametni telefon za komunikaciju pozivima i porukama, ali ga često koriste i za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža, pretraživanje interneta, gledanje video sadržaja i filmova, aplikacije za snalaženje u prostoru, fotografiranje i uređivanje fotografija, mobilno bankarstvo, slušanje glazbe, organizaciju i planiranje općenito, *online* kupovinu, tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti. Prve dvije, i najčešće, svrhe ukazuju na to da su komunikacija i umreženost među najvažnijim čimbenicima društvene povezanosti i najvažnijim odlikama njihova ponašanja, no mogu ukazivati i na činjenicu da su mladi ponekad pod psihološkim pritiskom stalne komunikacije te da na taj način pokušavaju postići osjećaj pripadnosti i održati dobre odnose, to jest „ostati uključeni“. Činjenica da pametne telefone relativno često koriste i u druge svrhe potvrđuje zaključke prijašnjih istraživanja o pametnih telefonima kao uređajima koji su postali sastavnim dijelom svakodnevnog života, to jest učenja, rada, zabave i drugih aktivnosti generacije Y i generacije Z. Na pitanje *Kako pametni telefoni utječu na različite aspekte života mladih (društveni život, profesionalni život, kreativnost, emocionalno i psiho-fizičko stanje, i drugo)?* rezultati su pokazali da pametni telefoni uglavnom ne utječu niti pozitivno niti negativno na osobni razvoj mladih, njihovo samopoimanje, uspjeh na studiju, fizičko i mentalno zdravlje, motivaciju i kognitivne sposobnosti. Međutim, pametni telefoni uglavnom imaju pozitivan utjecaj na socijalnu interakciju i društvenost mladih,

kao i na njihovu kreativnost, što potvrđuje da pametni telefoni imaju određeni utjecaj na stvaranje i održavanje odnosa kod mladih. Dakle, kao i mnoge novije studije, i u ovom su istraživanju rezultati pokazali da pametni telefoni ne moraju imati izniman (pozitivan ili negativan) utjecaj na emocije, profesionalni uspjeh, društvenost i kreativnost mladih. Razlog tomu može biti činjenica da mladi danas, za razliku od mladih u doba prvih mobilnih, pa i pametnih telefona, drugačije poimaju svoje uređaje, to jest da je čitava kultura mobilne tehnologije doživjela promjene koje su se odrazile i na odnos korisnika i njihovih uređaja, odnosno na utjecaj mobilnih i pametnih telefona na ponašanje, zadovoljstvo i osobni i profesionalni uspjeh njihovih korisnika. Na pitanje *Koji su stavovi mladih spram pametnih telefona i koje trendove slijede?* rezultati su pokazali da mladi uglavnom smatraju da čovjek danas ne može uspješno funkcionirati bez pametnog telefona i da pametni telefoni pozitivno utječu na kreativnost (slično kao i kod prethodnog pitanja), ali i da korištenje pametnog telefona povećava opasnost od sigurnosnih rizika i gubitka privatnosti te da negativno utječu na kvalitetu druženja. Percepcija negativnog utjecaja pametnih telefona na druženje i kvalitetu odnosa podudarna je s hipotezama i nalazima prvotnih istraživanja o, uglavnom negativnom, utjecaju mobilne tehnologije na ponašanje mladih. Osim toga, mladi smatraju da pametni telefoni negativno utječu na pažnju i da korištenje pametnog telefona na za to nepredviđenim mjestima predstavlja potencijalnu ugrozu. Također, smatraju da pretjerano korištenje pametnog telefona uzrokuje ovisnost i da je povremena digitalna detoksifikacija dobra za fizičko i mentalno zdravlje čovjeka. Rezultati su pokazali i da mladi ne kupuju redovito najnoviji model pametnog telefona niti uvijek koriste najnovije i najpopularnije aplikacije.

4. Zaključak

Uz mlade korisnike pametnih telefona, posebno pripadnike generacije Z, često se vezuju različiti mitovi koji opisuju njihov odnos prema tehnologiji i pametnim telefonima, poput toga da se radi o generaciji koja svo vrijeme provodi „prilijepljena uz zaslon“, generaciji koja je tehnički/tehnološki iznimno vješta i informacijski/informatički/medijski vrlo pismena, to jest generaciji koja „previše vremena gubi online“ pa postaje lijena i socijalno nevješta. Mnogi od tih mitova oblikovali su percepciju javnosti, ali i industrije, po pitanju ponašanja, navika i trendova mladih kada su u pitanju pametni telefoni stoga su istraživanja u ovom području važna kako bi pružila kritičko i objektivno viđenje problematike. Glavni zaključci istraživanja provedenog u sklopu ovog diplomskog rada podupiru mnoge nalaze i zaključke prethodno provedenih istraživanja čime se dokazuje svojevrсна univerzalnost po pitanju navika i trendova korištenja pametnih telefona. Mlade generacija na pametnim telefonima provode veliku količinu vremena s obzirom da pametni telefoni danas, uz internet, pružaju razne pogodnosti koje su dio svakodnevnice mladih. Vidljivo je da mladi najviše koriste pametni telefon za komunikaciju s prijateljima, no svakako je u porastu i korištenje pametnih telefona u druge svrhe, naprimjer za učenje i rad, za pristup određenim specijaliziranim uslugama, za zabavu i kreativnost, i slično, što nije samo rezultat usvajanja i primjene tehnologije pametnih telefona, već i širih društveno-kulturnih promjena. Osim toga, može se zaključiti i da je Android OS najpopularnija platforma među mladima. Potrebno je napomenuti da jedan razlog može biti i cijena drugih uređaja, poput uređaja s iOS platformom. S obzirom da mladi provode puno vremena na pametnim telefonima i gotovo su neprestano umreženi, dolazi do osjećaja psihološkog pritiska koji se odnosi kako na nužnost stalne komunikacije u svrhu održavanja odnosa, tako i na nužnost stalnog praćenja informacija i sadržaja kako ne bi bili „isključeni“ iz zbivanja u okolini. Međutim, rezultati su potvrdili i da nemogućnost pristupa pametnom telefonu kod mladih najčešće izaziva osjećaj nelagode s obzirom da nisu u mogućnosti provjeriti propuštaju li nešto. Rezultati istraživanja opisanog u ovom radu pokazali su da kada mladi samostalno odabiru provesti neko vrijeme bez pametnog telefona, najčešće to odabiru kako bi bili više usredotočeni na sadašnji trenutak što je mogući pokazatelj da im stalna komunikacija, dostupnost i konzumiranje informacija i sadržaja uzrokuje osjećaj rastresenosti i kognitivne i emocionalne premorenosti.

Općenito uspoređujući prethodno provedena istraživanja i istraživanje opisano u ovom radu, moguće je zaključiti da se, unatoč daljnjem razvoju i usavršavanju tehnologije pametnih telefona, navike i trendovi njihova korištenja među mladima nisu se značajno promijenili. Također, unatoč činjenici da se generaciju Z često opisuje kao generaciju mladih koja je odrasla uz tehnologiju i „s mobitelom u ruci”, odnosno koju određuju hiperpovezanost i brže i lakše usvajanje novih tehnologija i digitalnih alata, ne postoje značajne razlike u navikama i trendovima korištenja pametnih telefona među dvjema generacijama obuhvaćenima ovim istraživanjem. Glavni uzrok tomu mogla bi biti činjenica da su pametni telefoni danas široko prisutna tehnologija u hrvatskom društvu, posebno među školarcima i studentskom populacijom, pa su se navike i vještine njihova korištenja među različitim generacijama prilično izjednačile. Eventualne razlike mogle bi se pojaviti po pitanju sadržaja i informacija koje konzumiraju, no to problemsko pitanje nije bilo obuhvaćeno ovim istraživanjem.

Nedostatak metode koja se koristila u istraživanju opisanom u ovom radu je oslanjanje isključivo na samoprocjenu ispitanika koja ne mora uvijek biti realna s obzirom da ispitanici sami procjenjuju svoje ponašanje i stavove. Dakle, dopuna istraživanja bi mogla biti metoda promatranja i/ili metoda dubinskog intervjua za koje nisu bili omogućeni potrebni uvjeti s obzirom na situaciju s epidemijom COVID-19. To je ujedno i prijedlog za moguća buduća istraživanja, odnosno proširenje postojećeg s obzirom da bi se na taj način dobili objektivniji rezultati i dublji uvid u navike i ponašanje mladih po pitanju korištenja pametnih telefona. Osim toga, moglo bi se istražiti i koriste li mladi pametne telefone u trenutnoj kriznoj situaciji za obveze više nego prije dok su bile normalne okolnosti, to jest kako krizne situacije, a posebno socijalna izolacija, utječu na navike i trendove korištenja pametnih telefona među generacijama Y i Z.

5. Popis literature i izvora

Aguiar, Luis. Going Mobile: The Effects of Smartphone Usage on Internet Consumption, 2019. Str. 6. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc117256.pdf> (2020-04-29)

Boumosleh, M.; Doris, J. (2017) Depression, anxiety, and smartphone addiction in university students: A cross sectional study, 2017. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Fogel, Joshua; Nehmad, Elham. Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns // Computers in Human Behavior 25, 1(2009), str. 154-160. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563208001519> (2020-04-26)

GenZ: New Insights Into the Mobile-First Mindset of US Teens, August 2016. URL: <https://www.digitalmarketingcommunity.com/researches/gen-z-new-insights-into-the-mobile-first-mindset-of-teens-august-2016-think-with-google/> (2020-04-26)

Hawi, N. S.; Samaha, M. To excel or not to excel: Strong evidence on the adverse effect of smartphone addiction on academic performance, // Computers & Education 98, (2016), str. 81-89. Citirano prema: Karataş, Erin. A Case Study on the Positive Effects of Smartphone Usage in Postgraduate Education // Bartın University Journal of Faculty of Education 7, 2(2018), str. 608. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED602040.pdf> (2020-11-09)

Holicza, Peter; Kadëna, Esmeralda. Smart and Secure? Millennials on Mobile Devices // Interdisciplinary Description of Complex Systems 16, 3-A(2018), str. 377-380. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=303147 (2020-04-29)

Ictech, Omar Bradley II. Smartphones and Face-to-Face Interactions: Extending Goffman to 21st Century Conversation // University of New Orleans Theses and Dissertations, (2014), str. 1-66. URL: <https://scholarworks.uno.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2871&context=td> (2020-04-26)

IPSOS. Medijske navike u Republici Hrvatskoj, 2019. Str. 4. URL: https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf (2020-04-29)

Ivasović, Sebastijan. Neprestana povezanost i strah od propuštanja u svakodnevnim interakcijama mladih licem u lice // Medijske studije 10, 20(2019), str. 36-46. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=343055 (2020-04-29)

Karataş, Erin. A Case Study on the Positive Effects of Smartphone Usage in Postgraduate Education // Bartın University Journal of Faculty of Education 7, 2(2018), str. 608-618. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED602040.pdf> (2020-11-09)

Kelly, J. The Troubling side effects of smartphones, 2018. URL: <https://m.medicalxpress.com/news/2018-08-side-effects-smartphones.html>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Kendra, K. The effects of smartphones on the brain, 2018. URL: <https://www.verywellmind.com/how-do-smartphones-affect-the-brain-2794892>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Kyle. Taylor; Silver, Laura. Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally // Pew Research Center, (2019), str. 7-9. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/> (2020-04-29)

Lenhart, Amanda; Smith, Aaron; Anderson, Monica. Teens, Technology and Romantic Relationships // Pew Research Center, (2015), str. 2-11. URL: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2015/10/PI_2015-10-01_teens-technology-romance_FINAL.pdf (2020-04-27)

Lenord, J. 16 Seriously damaging side effects of your smartphone addiction, 2015. URL: <https://www.naturallivingideas.com/16-seriously-damaging-side-effects-of-yoursmartphone-addiction/>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Livingstone, Sonia et al. Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile, 2014. URL: http://eprints.lse.ac.uk/60513/1/_lse.ac.uk_storage_LIBRARY_Secondary_libfile_shared_repository_Content_EU%20Kids%20Online_EU%20Kids%20Online-Children's%20online%20risks_2014.pdf (2020-04-29)

Miller, Y, A. Smartphones Negative effects: A summary of latest comprehensive Research, 2017. URL: <https://www.aish.com/ci/s/Smartphones-Negative-Effects-A-Summary-of-LatestComprehensive-Research.html>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Mohammed, Ashraf Bany. Selling smartphones to generation Z: Understanding factors influencing the purchasing intention of smartphone // International Journal of Applied Engineering Research 13, 6(2018), str. 3220. URL: https://www.ripublication.com/ijaer18/ijaerv13n6_12.pdf (2020-06-20)

Mount, R. Advantages and disadvantages of smartphone technology, 2012. URL: <https://www.mobilecon2012.com/8-advantages-and-disadvantages-of-smartphonetechnology/>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Murnane, Elizabeth L. et al. Mobile manifestations of alertness: Connecting biological rhythms with patterns of smartphone app use // Proceedings of the 18th international conference on human-computer interaction with mobile devices and services, (2016), str. 1-13. URL: https://pac.cs.cornell.edu/pubs/MobileHCI2016_MobileManifestations.pdf (2020-04-27)

Önal, Nezi; Tanık Önal, Nagihan. Nomophobia: I Can Not Live without My Smartphone! // Croatian Journal of Education : Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje 22, 2(2020), str. 506-513. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?%20show=clanak&id_clanak_jezik=349897 (2020-11-09)

Parasuraman, S. et.al. Smartphone usage and increased risk of mobile phone addiction: A concurrent study // International journal of Pharmaceutical investigation, (2017). URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5680647/>. Citirano prema: Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Poushter, Jacob. Smartphone ownership and internet usage continues to climb in emerging economies // Pew Research Center, (2016), str. 6. URL: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44927713/Smartphone_Ownership.pdf?1461176983=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DSmartphone_Ownership_and_Internet_Usage.pdf&Expires=1600252709&Signature=AIVxp3Fl~X6pUAWz7R0rvEe-HnoNIVLWQPXRrcnz23voJ9MwECRMQFBHlaXLQbrdUt9lGlie9tVxEML93AMxaehPyma~EXae3KuJWx-HOE3Uj4ZR2aAzaafg8sFbY6rOJ42rkJrKgXpFHWteMwdvBVxhQVOCSx-AZi9KiRvJyeXJnCmCbIyWzWY2GOzz-EIb7cTQ~K~RKSSVb-XVnQIaU4PQK5eQfVIMPi1z~HX6MrnCl9QffKEIXlnK8yqb~wa-IFSyexXc2yEwiMTSmC39VziPaOBcEaal5dyX3cdly4AMoMX64PjEhnf3htVnrA9QkF25PpIOIfG~ZQ5OinEDCg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA (2020-04-29)

Rather, Musadir Khazer; Rather, Shabir Ahmad. Impact of Smartphones on Young Generation // Library Philosophy and Practice, (2019), str. 4-8. URL:

https://www.researchgate.net/publication/333104023_Impact_of_Smartphones_on_Young_Generation (2020-04-24)

Relja, Renata; Božić, Tina. Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. // Media, culture and public relations 3, 2(2012), str. 140-147. URL: <https://hrcak.srce.hr/87766> (2020-04-26)

S. Gowthami; Venkata Krishna Kumar. Impact of Smartphone: A pilot study on positive and negative effects // International Journal of Scientific Engineering and Applied Science (IJSEAS) 2, 3(2016), str. 474-478. URL: <http://ijseas.com/volume2/v2i3/ijseas20160353.pdf> (2020-11-09)

Shimray, Somipam R.; Keerti, Chennupati; Ramaiah, Chennupati K. An overview of mobile reading habits // DESIDOC Journal of Library & Information Technology 35, 5(2015), str. 367-370. URL: https://www.researchgate.net/profile/Chennupati_Ramaiah/publication/281586075_An_Overview_of_Mobile_Reading_Habits/links/55eec33a08ae0af8ee1a32da.pdf (2020-04-29)

Silver, Laura et al. Mobile Connectivity in Emerging Economies // Pew Research Center, (2019), str. 6-39. URL: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2019/03/PI_2019.03.07_Mobile-Connectivity_FINAL.pdf (2020-11-09)

The Nielsen Total Audience Report, 2018. URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/q1-2018-total-audience-report.pdf> (2020-04-29)

The Nielsen Total Audience Report, 2019. URL: <https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/NielsenTotalAudienceReportQ12019.pdf> (2020-04-29)

Vaidya, Alpana; Pathak, Vinayak; Vaidya, Ajay. Mobile Phone Usage among Youth // International Journal of Applied Research and Studies 5, 3(2016), str. 4-15. URL: https://www.researchgate.net/publication/299540610_Mobile_Phone_Usage_among_Youth (2020-04-26)

Wei, R., Venhwei, L. Staying Connected while on the Move: Cell Phone Use and Social Connectedness // New Media & Society 6, 5(2003), str. 53-72. Citirano prema: Relja, Renata;

Božić, Tina. Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. // Media, culture and public relations 3, 2(2012), str. 140-147. URL: <https://hrcak.srce.hr/87766> (2020-04-26)

Wilcox, Christine. Cell Phones and Teens. San Diego: ReferencePoint Press, 2015. Str. 10-13.

6. Prilozi

Prilog 1. Anketni upitnik

Navike korištenja i trendovi kod mladih korisnika pametnih telefona

Poštovani/a, upitnik koji je pred Vama dio je istraživanja u sklopu diplomskoga rada pod nazivom „Navike korištenja i trendovi kod mladih korisnika pametnih telefona” i namijenjen je studentima. Upitnik je anonimn, a rezultati će se obraditi i koristiti isključivo u svrhu izradbe diplomskoga rada.

Za ispunjavanje upitnika potrebno je do 10 minuta.

Unaprijed Vam se zahvaljujemo na sudjelovanju u istraživanju!

1. Kojeg ste spola?*

- ženskog
- muškog

2. Koliko imate godina? (Molim, upišite.)*

3. Na kojem fakultetu studirate? (Ukoliko je potrebno, možete odabrati više ponuđenih odgovora.)*

- Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
- Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek
- Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek
- Prehrambeno-tehnološki fakultet
- Strojarski fakultet u Slavonskom Brodu
- Medicinski fakultet

- Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo Osijek
- Odjel za biologiju
- Odjel za kemiju
- Odjel za matematiku
- Odjel za fiziku
- Ekonomski fakultet
- Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti
- Filozofski fakultet
- Pravni fakultet
- Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu
- Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

4. Na koju ste godinu studija upisani? (Konkretnu godinu studija birate bez obzira studirate li na sveučilišnom preddiplomskom, sveučilišnom diplomskom ili sveučilišnom integriranom preddiplomskom i diplomskom studiju.)*

- 1. godinu
- 2. godinu
- 3. godinu
- 4. godinu
- 5. godinu
- 6. godinu
- apsolventsku godinu

- poslijediplomski studij / specijalistički studij

5. Koliko iznose ukupni mjesečni prihodi Vašeg kućanstva? (Misli se na prihode svih članova obitelji, uključujući i Vaše ukoliko radite uz studiranje.)*

- manje od 2.500,00 kn
- 2.500,00 – 5.000,00 kn
- 5.000,00 – 7.500,00 kn
- 7.500,00 – 10.000,00 kn
- više od 10.000,00 kn

6. Na kojoj platformi radi Vaš pametni telefon?*

- Android OS
- iPhone
- Windows Mobile (Windows Phone)
- BlackBerry OS

Ostalo: _____

7. Koliko (otprilike) vremena dnevno provodite koristeći pametni telefon?*

- 0-1 sat
- 1-3 sata
- 3-5 sati
- 5-8 sati

- više od 8 sati

8. Koliko često koristite pametni telefon na sljedećim mjestima?*

| | Nikada | Rijetko | Ponekad | Često | Uvijek |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kod kuće. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na fakultetu. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na javnom mjestu (npr. kafić, restoran, javni/gradski prijevoz, i dr.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Koliko često koristite pametni telefon u sljedećim okolnostima i situacijama?*

| | Nikada | Rijetko | Ponekad | Često | Uvijek |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kada ste sami. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada ste u društvu obitelji. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada ste u društvu prijatelja. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada ste u društvu nepoznatih ljudi. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada Vam je dosadno. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada imate slobodnog vremena. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kada imate obveza (npr. učenjem zadaća, i sl.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dok upravljate vozilom/biciklom/i slično. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| U kinematografima za vrijeme kino predstave ili u kazalištu za vrijeme kazališne predstave. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Tijekom ostalih javnih događanja poput koncerata, sportskih događanja (npr. utakmice) i slično. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dok čekate u redu (npr. na blagajni ili na šalteru). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Za vrijeme putovanja (npr. u autobusu ili vlaku). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Za vrijeme obroka. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dok kod kuće gledate film ili serijal. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dok čitate knjigu (iz zabave). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Za vrijeme tjelevoježbe. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Prije spavanja. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Odmah poslije buđenja. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. U koje svrhe koristite pametni telefon, odnosno koje aplikacije koristite? (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)*

- za komunikaciju pozivima i porukama (npr. pozivi, SMS, WhatsApp, Viber, Signal, i dr.)
- za povezivanje i komunikaciju putem društvenih mreža (npr. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, i dr.)
- za pretraživanje interneta (npr. Firefox, IE, DuckDuckGo, Google Chrome, Opera, i dr.)
- za gledanje video sadržaja i filmova (npr. YouTube, AllCast, VLC, i dr.)
- za slušanje glazbe (npr. iTunes, Spotify, SoundCloud, Deezer, i dr.)
- za slušanje podcastova (npr. Podbean, Downcats, Google Podcasts, i dr.)

- za fotografiranje i uređivanje fotografija (npr. Instagram, Lightroom mobile, Google Photos, VSCO, i dr.)
- za snimanje i uređivanje video sadržaja (npr. iMovie, Quik, FilmoraGo, i dr.)
- za video igre
- za čitanje knjiga i vijesti
- za učenje i studiranje (npr. Evernote, Flashcards+, Dragon Anywhere, i dr.)
- za organizaciju i planiranje općenito (kalendari, bilješke, podsjetnici, i dr.)
- za mobilno bankarstvo
- za organizaciju osobnih financija i praćenje troškova
- za tjelovježbu i praćenje zdravlja i aktivnosti
- za opuštanje i meditaciju/molitvu/kontemplaciju
- za "online" kupovinu
- aplikacije koje Vaš pametni telefon povezuju s drugim uređajima i sustavima koje koristite (npr. s vašim pametnim satom, pametnim TV-om, tzv. "SmartHome" sustavom, i sl.)
- aplikacije za specijalizirane usluge (npr. Uber, Glovo, i dr.)
- aplikacije za snalaženje u prostoru (npr. Google Maps, OpenStreetMap, Waze, i sl.)
- tzv. "dating" aplikacije

Ostalo: _____

11. Molimo Vas da procijenite kakav utjecaj korištenje pametnog telefona ima na određene aspekte Vašeg života, odnosno Vas samih?*

| | Ima u potpunosti pozitivan utjecaj | Ima uglavnom pozitivan utjecaj | Niti ima pozitivan niti ima negativan utjecaj | Ima uglavnom negativan utjecaj | Ima u potpunosti negativan utjecaj |
|--|------------------------------------|--------------------------------|---|--------------------------------|------------------------------------|
| Na Vaš osobni razvoj (Vaš karakter, potrebe, uvjerenja, i dr.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vaše samopoimanje (Vašu sliku o sebi i osobno zadovoljstvo u kontekstu socijalnih usporedbi, samoprezentacije na društvenim mrežama, izloženosti prezentiranim standardima uspjeha i sreće, i sl.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vašu socijalnu interakciju i društvenost (društvene veze, odnosi). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vaš uspjeh na studiju. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vaše fizičko zdravlje. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vaše mentalno, tj. emocionalno i psihičko zdravlje. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vašu motivaciju i kognitivne sposobnosti (pamćenje, koncentracija, učenje). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Vašu kreativnost (stvaralačko razmišljanje i stvaralačke vještine). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12. Molimo Vas da označite u kojoj se mjeri slažete, tj. ne slažete sa sljedećim tvrdnjama. Tvrdnje se odnose na izjave o pametnim telefonima koje se često mogu čuti, kao i na Vaše osobno iskustvo korištenja pametnog telefona.*

| | U potpunosti se slažem | Uglavnom se slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Uglavnom se ne slažem | U potpunosti se ne slažem |
|--|------------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Čovjek danas ne može normalno funkcionirati i učinkovito/uspješno djelovati bez pametnog telefona. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefon je statusni simbol. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Korištenje pametnog telefona povećava opasnost od sigurnosnih rizika i gubitka privatnosti (npr. hakiranje, praćenje, i dr.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Korištenje pametnog telefona na za to nepredviđenim mjestima predstavlja potencijalnu ugrozu (npr. vozač ili pješak u prometu, djelatnik na radnom mjestu gdje je koncentracija od iznimne važnosti, i sl.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pretjerano korištenje pametnog telefona uzrokuje ovisnost. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefoni negativno utječu na pažnju. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefoni čine osobu produktivnijom. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefoni pružaju bolju mogućnost samoprezentacije i olakšavaju upravljanje osobnom reputacijom (tzv. "reputation management" putem | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| društvenih mreža, društvenih medija, i dr.). | | | | | |
| Zračenje pametnih telefona i mobitela može uzrokovati rak, neplodnost, i druge bolesti. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefoni negativno utječu na kvalitetu druženja, tj. kvalitetu odnosa i veza. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefoni pozitivno utječu na kreativnost i stvaralačko izražavanje. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Korištenje pametnog telefona najbolji je "lijek" za osjećaj usamljenosti, tuge i dosade. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Povremena digitalna detoksifikacija dobra je za fizičko i mentalno zdravlje čovjeka. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Redovito kupujem najnoviji model pametnog telefona. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uvijek koristim najnovije, odnosno najpopularnije aplikacije. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Zbog korištenja pametnog telefona često zaboravim na ili kasnim s drugim obvezama i aktivnostima. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Čim postanem svjestan/na notifikacije o novoj aktivnosti na pametnom telefonu, moram odmah provjeriti o čemu se radi. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pametni telefon uzrokuje/pojačava osjećaj pritiska da | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| moram uvijek biti dostupan/na. | | | | | |
| Pazim na svoju "online" sigurnost i činim sve kako bih izbjegao/la sigurnosne prijetnje (npr. koristim zaporke za pristup aplikacijama, alate i programe za enkripciju, i sl.). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cijenim svoju privatnost i nastojim ju zaštititi koliko je moguće (npr. uređujem zadane postavke na pametnom telefonu i korištenim aplikacijama). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Koji se osjećaji javljaju kod Vas kada duže vrijeme, posebno ne vlastitim izborom, niste u mogućnosti koristiti pametni telefon. (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)*

- nervoza
- stres
- panika
- dezorijentiranost
- zbunjenost
- neizvjesnost i osjećaj da nešto propuštate
- osjećaj kao da se ništa nije promijenilo
- olakšanje
- bezbrižnost
- smirenost

energičnost

prisutnost u trenutku

Ostalo: _____

14. Ukoliko samostalno odabirete provesti neko vrijeme bez pametnog telefona, koji su razlozi zbog kojih se odlučujete na to? (Označite sve odgovore koji se odnose na Vas.)

zbog osjećaja prezasićenosti informacijama

zbog iscrpljenosti uslijed stalne komunikacije i stalnog kontakta s drugima

zbog pritiska od stalne dostupnosti

zbog toga što sam čuo/la da je povremena digitalna detoksifikacija dobra za zdravlje čovjeka

zbog toga što je digitalna detoksifikacija danas u trendu

zbog potrebe da budem više usredotočen/a na sadašnji trenutak

Ostalo: _____