

Informacijski pritisak kao prediktor FOMO i FOBO učinaka kod adolescenata i mladih odraslih osoba

Ravlić, Ena

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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:142:237195>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-25**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Diplomski studij psihologije

Ena Ravlić

**INFORMACIJSKI PRITISAK
KAO PREDIKTOR FOMO I FOBO UČINAKA
KOD ADOLESCENATA I MLADIH ODRASLIH OSOBA**

Diplomski rad

Mentor: dr. sc. Damir Marinić

Osijek, 2024.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za psihologiju

Diplomski studij psihologije

Ena Ravlić

**INFORMACIJSKI PRITISAK
KAO PREDIKTOR FOMO I FOBO UČINAKA
KOD ADOLESCENATA I MLADIH ODRASLIH OSOBA**

Diplomski rad

Društvene znanosti, psihologija, opća psihologija

Mentor: dr. sc. Damir Marinić

Osijek, 2024.

IZJAVA

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

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

U Osijeku, rujan 2024.



Ena Ravlić - 0122230506

Sadržaj

Uvod	1
<i>Aktivnost mladih na društvenim mrežama</i>	2
<i>Digitalna anksioznost: Kako FOMO i FOBO oblikuju društvene interakcije i odluke?</i>	3
<i>Povezanost vremena provedenog na društvenim mrežama s FOMO-om i FOBO-om</i>	4
<i>“Začarani krug” upotrebe društvenih mreža, FOMO-a i FOBO-a</i>	5
<i>Umor od društvenih mreža</i>	5
<i>Povezanost umora od društvenih mreža s FOMO-om i FOBO-om</i>	6
<i>Informacijsko preopterećenje</i>	7
<i>Povezanost informacijskog preopterećenja s FOMO-om i FOBO-om</i>	7
<i>Može li podrška obitelji i prijatelja ublažavati posljedice informacijskog pritiska?</i>	9
Cilj istraživanja, problemi i hipoteze	10
Metoda	11
<i>Sudionici</i>	11
<i>Instrumenti</i>	11
<i>Postupak</i>	14
Rezultati	14
Rasprava	22
<i>Važnost istraživanja, implikacije, ograničenja i smjernice za buduća istraživanja</i>	27
Zaključak	28
Literatura	29

Sažetak

Informacijski pritisak kao prediktor FOMO i FOBO učinaka kod adolescenata i mladih odraslih osoba

Ovim se istraživanjem nastojalo provjeriti u kojoj mjeri informacijski pritisak, određen indikatorima vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti može služiti kao prediktor straha od propuštanja događaja (FOMO) i straha od propuštanja bolje opcije (FOBO) te u kojoj mjeri percipirana podrška obitelji i prijatelja ima moderatorsku ulogu u tom odnosu. U istraživanju je sudjelovalo 466 sudionika, od kojih je 307 sudionika ženskog spola, a 159 sudionika muškog spola. Rezultatima se upućuje da su vrijeme na društvenim mrežama te informacijski pritisak, određen umorom od društvenih mreža i informacijskim preopterećenjem značajni prediktor FOMO-a i FOBO-a. Također, utvrdilo se da je percepcija podrške obitelji značajan prediktor FOMO-a i FOBO-a. S druge strane, ni podrška obitelji, ni podrška prijatelja nisu se pokazale statistički značajnim moderatorima u odnosu između informacijskog pritiska te FOMO-a i FOBO-a. Doprinos ovog istraživanja je u tome što je prvo u Hrvatskoj koje istražuje interakciju ovih novijih fenomena koji su usko povezani s društvenim mrežama te imaju veliki utjecaj na mentalno zdravlje adolescenata i mladih odraslih osoba. Međutim, istraživanje je potrebno ponoviti na uzorku s podjednakim brojem muškaraca i žena i, poželjno, s objektivnim mjerama, a ne samoprocjenama.

Ključne riječi: FOMO, FOBO, informacijski pritisak, podrška obitelji, podrška prijatelja

Abstract

Information Pressure as a Predictor of FOMO and FOBO Effects in Adolescents and Young Adults

This study aimed to examine the extent to which informational pressure, defined by indicators of time spent on social media, social media fatigue, and information overload, can serve as predictors of fear of missing out (FOMO) and fear of better options (FOBO), as well as the extent to which perceived support from family and friends plays a moderating role in this relationship. The study involved 466 participants, of which 307 were female and 159 were male. The results indicate that time spent on social media and informational pressure, determined by social media fatigue and information overload, are significant predictors of FOMO and FOBO. Additionally, it was found that the perception of family support is a significant predictor of FOMO and FOBO. On the other hand, neither family support nor friend support were statistically significant moderators in the relationship between informational pressure and FOMO and FOBO. The contribution of this research lies in being the first in Croatia to investigate the interaction of these newer phenomena that are closely related to social media and have a significant impact on the mental health of adolescents and young adults. However, it is necessary to repeat the study on a sample with an equal number of men and women and, preferably, with objective measures rather than self-reports.

Keywords: FOMO, FOBO, informational pressure, family support, friend support

Uvod

Socijalna validacija ključna je svim pojedincima jer snažni međuljudski odnosi mogu povećati vjerojatnost duljeg i sretnijeg života (Holt-Lunstad i sur., 2010). Konrath (2018) spominje kako čak i zamišljeni osjećaj isključenosti iz društva može nepovoljno utjecati na ljudsku dobrobit. Evolucijskom se teorijom sugerira da je život u grupi, prije svega, olakšavao pristup hrani i zaštiti (Gruter i Masters, 1986), stoga je održavanje socijalnih veza postalo ključno za preživljavanje i dobrobit pojedinca. Dodatno, dijeljenjem osobnih informacija s drugima aktivira se dio mozga zadužen za dobivanje nagrade (Aharoni i sur., 2019). Navedenim se tvrdi da se osjećaj pripadnosti postiže kroz društvene interakcije, posebno putem društvenih mreža koje omogućuju brzu i jednostavnu razmjenu informacija. Može se reći da društvene mreže zapravo omogućavaju korisnicima nagrađujući osjećaj putem svakog "like-a", komentara ili dijeljenja sadržaja. Sugerira se da ova dinamika zadovoljava temeljnu ljudsku potrebu za pripadanjem, što čini društvene mreže izuzetno privlačnima, posebno mladima koji su tek u početku stvaranja međuljudskih odnosa za cijeli život.

Međutim, sve intenzivnije korištenje društvenih mreža može dovesti do informacijske preopterećenosti i umora od društvenih mreža. Mladi se danas, prema Bawdenu i Robinsonu (2009), suočavaju s ogromnom količinom informacija, a društvene mreže predstavljaju novu skupinu sadržaja kojem su izloženi. Oglasi na platformama poput *TikTok*-a i *Instagram*-a dodatno pridonose ovoj pojavi (Kim i sur., 2023). Također, s porastom korištenja pametnih telefona (Pew Research Center, 2022), mladi sada imaju lakši pristup ovim platformama, što može preopteretiti njihovo radno pamćenje koje je ograničeno na 7 ± 2 informacije (Sweller, 1988). Kada količina informacija nadmaši ovaj kapacitet, dolazi se do informacijskog preopterećenja (Graf i Antoni, 2020) koji je povezan s umorom od društvenih mreža (Zhang i sur., 2016). Ova stalna preopterećenost, u kombinaciji s vremenom provedenim na mrežama, može izazvati pritisak i povećati anksioznost kod adolescenata i mladih odraslih osoba (Oberst i sur., 2016).

Posljedično, javljaju se negativni učinci psiholoških fenomena poput straha od propuštanja događaja (eng. *FOMO - Fear of Missing Out*) i straha od bolje opcije (eng. *FOBO - Fear of Better option*), koji značajno utječu na odluke i društvene interakcije mladih (Przybylski i sur., 2013). Životi drugih koje mladi prate na društvenim mrežama često se prikazuju kao idealizirani. Također, mladi su izloženi i raznim oglasima kojima se stvara pritisak za kupnjom i preispitivanjem odluke o kupnji nakon što je izvršena (Jacoby i sur., 1975,

prema Zhang i sur., 2016). U ovom kontekstu, ključno je istražiti kako se ti fenomeni razvijaju i koja su njihova obilježja. Bitno je ispitati u kojoj mjeri informacijski pritisak, definiran kroz vrijeme provedeno na društvenim mrežama, umor od društvenih mreža i informacijsko preopterećenje, utječe na FOMO i FOBO fenomene. Dodatno, važno je istražiti ulogu percipirane podrške obitelji i prijatelja, koja potencijalno može ublažiti negativne učinke navedenih fenomena. Zato se ovim istraživanjem nastoji pridonijeti boljem razumijevanju tih konstrukata, koji su sve aktualniji među adolescentima i mladim odraslima, te utvrditi faktore koji potencijalno doprinose njihovom nastanku.

Aktivnost mladih na društvenim mrežama

Društvene mreže u Hrvatskoj postaju sve popularnije, što potvrđuju podaci DataReportala (2021; 2022; 2023; 2024). Prema tim podacima, broj aktivnih korisnika u siječnju 2021. iznosio je 2,65 milijuna (68,4% stanovništva), u 2022. godini 2,76 milijuna (71,2%), u 2023. godini 2,94 milijuna (76,4%), dok je u siječnju 2024. taj broj narastao na 3,27 milijuna (84,4%). Iako veći broj korisnika ne mora nužno značiti i više vremena provedenog na društvenim mrežama, ipak se bilježi globalno povećanje u prosječnom dnevnom vremenu provedenom na društvenim mrežama (dalje u tekstu: vrijeme provedeno na mrežama). Prosječno vrijeme provedeno na mrežama u svijetu je u 2013. godini iznosilo jedan sat i 37 minuta, a devet godina kasnije, u 2022. godini, iznosilo je dva sata i 2 minute kod pojedinaca između 16. i 64. godine života (DataReportal, 2024). Prema podacima svjetskog istraživanja DataReportala iz siječnja 2024. godine, jasno je da najviše vremena na mrežama provodi upravo populacija mladih od 16. do 35. godine života, za što izdvajaju dva sata i 45 minuta dnevno (DataReportal, 2024). Također, kada se govori o ovoj dobnoj skupini, utvrđeno je da adolescentice i žene prednjače po vremenu provedenom na mrežama (DataReportal, 2024). Iako dostupni podaci ukazuju na globalno povećanje u vremenu provedenom na mrežama kod mlađe populacije, sugerira se da je slična situacija i u Hrvatskoj za populaciju adolescenata i mladih odraslih osoba.

Hrvatska broji oko 700 000 adolescenata i mladih odraslih od 18. do 35. godine, što čini skoro petinu ukupne hrvatske populacije (Državni zavod za statistiku, 2023), a podacima DataReportala (2024) je utvrđeno da upravo ova populacija u svijetu najviše koristi društvene mreže. Slično tome, prema podacima Eurostata (2020) čak 97% mladih u Hrvatskoj u dobi između 16. i 24. godine izjavljuje da koristi društvene mreže. Također, provedeno je istraživanje Masterindexa (Hina, 2019) o navikama korištenja mobitela kod 1000 hrvatskih

stanovnika. Iako je istraživanje provedeno na populaciji od 18. do 55. godine života, rezultati upućuju da je vrijeme korištenja mobitela najveće upravo kod mladih između 18. i 29. godine života i iznosi čak pet i pol sati dnevno.

Digitalna anksioznost: Kako FOMO i FOBO oblikuju društvene interakcije i odluke?

FOMO i FOBO dva su međusobno povezana fenomena koja su posebno izražena u digitalnom dobu, gdje društvene mreže igraju ključnu ulogu u njihovom jačanju (Przybylski i sur., 2013; McGinnis, 2020). FOMO je fenomen koji se odnosi na tjeskobu i strah od propuštanja važnih događaja, iskustava ili prilika (Herman, 2000). Iako je ovaj fenomen prvi put formalno definiran u kontekstu potrošačkog ponašanja, njegova važnost i učestalost značajno su porasli s pojavom društvenih mreža (Przybylski i sur., 2013). Društvene mreže omogućuju stalnu izloženost informacijama o događajima i aktivnostima drugih, čime pojačavaju svjesnost o propuštanju potencijalno vrijednih događaja, što može dovesti do pojačanog FOMO učinka (Wortham, 2011). Mladima postaje sve teže oduprijeti se ovom fenomenu jer mreže konstantno pružaju uvid u ono što se događa u njihovom društvenom krugu, stvarajući osjećaj da su izostavljeni ili da gube prilike za zadovoljstvo i uspjeh.

S druge strane, FOBO se odnosi na strah da donesena odluka možda nije optimalna ili da postoje bolje opcije, što rezultira odgađanjem donošenja odluka ili nezadovoljstvom zbog stalne težnje za "savršenim" izborom (McGinnis, 2020). Društvene mreže dodatno pogoršavaju ovaj fenomen, pružajući obilje informacija o mogućim opcijama te omogućujući usporedbu s odlukama drugih. Stalna dostupnost informacijama i uvidima u izbore drugih pojačava pritisak da se ne propusti najbolja prilika, bilo da se radi o proizvodu koji se oglašava, društvenom događaju, karijeri, partneru ili nekom drugom životnom izboru. Prema McGinnisu (2020), FOBO je postao široko rasprostranjen fenomen, osobito u digitalnoj eri, gdje korisnici društvenih mreža stalno preispituju svoje odluke zbog neprestanih usporedbi s drugima i stalnog priljeva novih informacija.

Dok FOMO stvara pritisak na sudjelovanje u društvenim događajima i aktivnostima koje pojedinac smatra društveno relevantnim, FOBO stvara pritisak da se u situacijama izbora izabere najbolja moguća opcija, bez obzira na to jesu li te odluke trivijalne ili ozbiljnije. Oba fenomena tiču se doživljaja propuštanja; u kontekstu FOMO-a propuštaju se događaji, a u kontekstu FOBO-a propuštaju se moguće bolje prilike. Zbog toga Chai i suradnici (2018) FOMO i FOBO karakteriziraju kao subkategorije anksioznosti, a istraživanja potvrđuju njihovu

povezanost s društvenim mrežama (Przybylski i sur., 2013; McGinnis, 2020). Društvene mreže svojom lakom dostupnosti i količinom informacija koje pružaju, pojačavaju osjećaj da bi svaka propuštena prilika mogla biti značajna za njihov život ili da postoji bolji izbor koji još nije otkriven. Moguće je da mladi upotrebom društvenih mreža zadovoljavaju potrebu za pripadanjem, ali se pokazalo da tjeskoba FOMO i FOBO fenomena smanjuje psihološku dobrobit ove populacije.

Povezanost vremena provedenog na društvenim mrežama s FOMO-om i FOBO-om

Postoji mali broj istraživanja kojima se istraživala izravna veza između vremena provedenog na mrežama i FOMO-a, dok su za izravnu vezu između vremena provedenog na mrežama i FOBO-a istraživanja gotovo pa nepostojeća. Međutim, postojeća istraživanja (Przybylski i sur., 2013; Baker i sur., 2016; Alt, 2017; Wolniewicz i sur., 2018) kojim se proučava FOMO pružaju uvid u to kako vrijeme provedeno na društvenim mrežama može pojačati osjećaje nezadovoljstva vlastitim izborima, što je karakteristično za FOBO. Przybylski i suradnici (2013) proveli su istraživanje na 2079 zaposlenika između 22 i 65 godina i dobili umjerenu povezanost između upotrebe društvenih mreža i FOMO-a. Baker i suradnici (2016) utvrdili su umjerenu pozitivnu povezanost FOMO-a i vremena provedenog na društvenim mrežama na uzorku mladih osoba. Iste rezultate potvrđuje i istraživanje Alta (2017) kojim je na uzorku od 273 izraelskih studenata, prosječne dobi 24 godine, također dobivena umjerena pozitivna povezanost. Dakle, više vremena na mrežama znači i veći FOMO, i obratno. Wolniewicz i suradnici (2018) proveli su istraživanje na 296 studenata prosječne dobi 20 godina o upotrebi pametnih telefona te utvrdili kako je vjerojatnije da će osoba s izraženim FOMO-om koristiti društvene mreže putem pametnog telefona kako bi ostala povezana sa svojim prijateljima i poznanicima.

Iako su ova istraživanja primarno usmjerena na FOMO, mnogi od zaključaka mogu se proširiti na FOBO. Svime navedenim pretpostavlja se da ako pojedinac provodi više vremena na društvenim mrežama, ono će dovesti i do češće usporedbe s drugima. Česta usporedba može dovesti do percepcije da druge osobe možda u životu uživaju više ili imaju bolje prilike, što može izazvati osjećaj nezadovoljstva vlastitim životom i izborima. Ova kontinuirana potraga za najboljom opcijom i stalno praćenje onoga što bi se moglo propustiti stvara temelj za pojavu “začaranog kruga” između društvenih mreža i oba navedena fenomena.

“Zaćarani krug” upotrebe društvenih mreža te FOMO-a i FOBO-a

Roberts i David (2020) naglašavaju da je veza između korištenja društvenih mreža i FOMO-a dvosmjerna, tj. da izloženost različitim društvenim prilikama putem mreža može uzrokovati FOMO, dok istovremeno veća sklonost FOMO-u dovodi do dodatnog korištenja društvenih mreža koji povećava postojeći problem. Isti mehanizam može se primijeniti i na doživljavanje FOBO-a. Pojačano korištenje društvenih mreža stvara “zaćarani krug” ova dva fenomena i upotrebe društvenih mreža te nastaje svojevrсни paradoks. Točnije, mladi provjeravaju društvene mreže kako bi se uvjerali da nisu ništa propustili i da ne postoji bolji izbor, preiznije, kako bi umanjili tjeskobu FOMO-a i FOBO-a. No zbog sve veće izloženosti informacijama, tjeskoba zbog mogućeg propuštanja se samo još više povećava. Pitanja poput: “*Jesam li išta propustio/la?*” i “*Postoji li bolji izbor?*” nikad neće biti eksplicitno odgovorena. Nova događanja i nove prilike nastaju svakodnevno, a mjerila u vezi njihove poželjnosti za svakog pojedinca su drugačija. Mjerila su drugačija posebice kad je riječ o društvenim mrežama, jer one mogu iskriviti realnost. Preciznije, postoji mogućnost da se ne toliko zanimljivi događaji ili prilike uživo prikažu kao vrlo poželjni na društvenim mrežama. Time se samo pojačava osjećaj anksioznosti koji može dovesti do ponovnog provjeravanja društvenih mreža i stvara navedeni “zaćarani krug”. Sve ovo mlade potencijalno dovodi do specifične vrste iscrpljenosti, odnosno umora od društvenih mreža.

Umor od društvenih mreža (eng. Social Media Fatigue)

Pod pojmom “*fatigue*” zapravo se podrazumijevaju dvije podvrste umora: 1) fizički umor (npr. u očima i mišićima) i 2) psihički umor (npr. iscrpljenost, stres, izgaranje, anksioznost i dosada), navode Zhang i suradnici (2016). U kontekstu u kojem je upotreba digitalnih alata obvezna, primjerice u radnom kontekstu, najčešće se javlja fizički umor. Međutim, u kontekstu društvenih mreža koje se koriste dobrovoljno, javlja se upravo psihološki umor. Umor od društvenih mreža (eng. *Social Media Fatigue*) zapravo je specifična vrsta psihološkog umora, odnosno stanje kognitivne, bihevioralne i emocionalne iscrpljenosti koja proizlazi iz stalne i intenzivne upotrebe društvenih mreža (Bright i sur., 2015). Prema istraživanju Dhir i suradnika (2018), intenzivna upotreba društvenih mreža i želja za održavanjem *online* prisutnosti usko su povezani s osjećajem umora, što dugoročno može negativno utjecati na mentalno zdravlje korisnika.

Kada se fenomen umora od društvenih mreža razmatra u kontekstu spola i dobi, dosadašnja istraživanja pokazuju razlike u doživljavanju umora prema spolu i dobi. Muškarci pokazuju veću sklonost informacijskom preopterećenju i umoru od društvenih mreža u usporedbi sa ženama (Ragu-Nathan i sur., 2008; Tarafdar i sur., 2011, prema Roberts i David, 2020). Moguće objašnjenje je zato što žene ulažu više truda i pokazuju veću intimnost u svojim socijalnim odnosima te češće sudjeluju u aktivnostima na društvenim mrežama u usporedbi s muškarcima (Maier i sur., 2015, prema Roberts i David, 2020). Moguće je da su zbog toga zadovoljnije upotrebom društvenih mreža te da ono proizlazi iz manje upotrebe nego kod muškaraca. Također, istraživanjem Robertsona i Davida (2020) otkriveno je da se umor od društvenih mreža povećava s dobi. Moguće objašnjenje je da su mlađi ljudi više zainteresirani za društvene mreže te su stoga manje podložni utjecaju umora od društvenih mreža nego stariji.

Povezanost umora od društvenih mreža s FOMO-om i FOBO-om

Fenomeni FOMO i FOBO su na različite načine povezani s umorom od društvenih mreža. FOMO je povezan sa stalnim pritiskom za sudjelovanjem i ažurnošću koji mogu dovesti do umora. S druge strane, FOBO se povezuje s iscrpljenošću zbog neodlučnosti i stalne analize izbora koji mogu dovesti do umora. U ekstremnim slučajevima ova vrsta umora može dovesti do povlačenja iz digitalnog svijeta. Ponovno, postoje istraživanja o povezanosti umora od društvenih mreža i FOMO-a (Lin i sur., 2015; Oberst i sur., 2017; Dhir i sur., 2018), ali za FOBO ona izostaju.

Mladi osjećaju velik pritisak da budu dostupni na društvenim mrežama i brzo odgovaraju na dobivenu poruku, ističu Woods i Scott (2016). Zbog navedenog izvještavaju i o drugim problemima s kojima se suočavaju, a koje dovode u izravnu vezu s pritiskom da budu aktivni na društvenim mrežama, što se odnosi na teško večernje opuštanje i smanjenu kvalitetu spavanja (Woods i Scott, 2016). Na temelju kvalitativnih podataka i iskaza jednog istraživanja, utvrđeno je kako su korisnici u početku vlastitog korištenja društvenih mreža odmah odgovarali na zahtjeve na društvenim mrežama, ali da to u zadnje vrijeme ne rade jer su "jednostavno umorni" (Archambault i Grudin, 2012). Nadalje, Oberst i sur. (2017) ističu da FOMO može uzrokovati stanja poput anksioznosti i depresije, koja su poznati prediktori umora od društvenih mreža. Dhir i suradnici (2018) istraživali su uzorak od 1554 adolescenta od 12 do 18 godina i dobili da je FOMO prediktor umora od društvenih mreža. Lin i suradnici (2015) su na uzorku od 226 studenata od 20. do 25. godine utvrdili da je umor od društvenih mreža jedan od glavnih negativnih prediktora nastavka upotrebe društvenih mreža. Iako se FOMO povezuje s porastom

vremena provedenog na društvenim mrežama, iscrpljenost zbog česte upotrebe može dovesti do toga i da se vrijeme provedeno na mrežama umanjuje.

S druge strane, FOBO je također povezan s umorom od društvenih mreža upravo zbog toga što prekomjerna analiza dostupnih opcija i odgađanje donošenja odluka može dovesti do iscrpljenosti. Pregledom ranijih istraživanja povezanosti umora od društvenih mreža s FOMO-om i FOBO-om, jasno je da ulogu u toj povezanosti ima i stalni priljev informacija koje društvene mreže pružaju. Lewis (1996) je još u 90-im godinama prošlog stoljeća skrenuo pozornost da se do nekvalitetnog donošenja odluka može doći zbog preopterećenosti informacijama. Zhang i suradnici (2016) na uzorku od 525 pojedinaca studenata i radnika (od kojih je 92,5% bilo u dobnoj skupini od 18 do 35 godina) utvrdili visoku korelaciju između umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti. Zaključili su da suočeni s previše informacija, pojedinci osjećaju pritisak koji smanjuje kvalitetu odluke i na kraju dovodi do većeg nezadovoljstva izborom. Moguće je da pojedinci u tim situacijama osjećaju gubitak kontrole, što povećava vjerojatnost da će požaliti zbog svoje odluke (Zhang i sur., 2016).

Informacijsko preopterećenje

Informacijsko preopterećenje (eng. *Information Overload*) odnosi se na stanje suočavanja s više informacija nego što ih osoba može obraditi (Jacoby i sur., 1974; Meyer, 1998, prema Gregurić, 2023). S razvojem informacijske tehnologije, počela se istraživati i podvrsta informacijskog preopterećenja pod nazivom tehnološko preopterećenje (Thatcher i sur., 2003). Neki istraživači koriste termin tehnološkog stresa te ga opisuju kao neadekvatnost pojedinca da se nosi s tehnologijom, što dovodi do stresa i osjećaja opterećenosti (Brod, 1984, prema Salanova, 2013). Tehnološki stres nije samo posljedica količine informacija s kojima se ljudi suočavaju, već i brzine kojom ljudi te informacije primaju te stalnog pritiska da se bude u toku s tehnološkim promjenama (Sahin i Coklar, 2009, prema Salanova, 2013). Nogareda (2007; prema Salanova, 2013) je definirao tehnološki stres kao negativno psihološko stanje povezano s upotrebom komunikacijskih tehnologija ili prijetnjom buduće upotrebe, što dovodi do osjećaja anksioznosti i mentalnog umora.

Povezanost informacijskog preopterećenja s FOMO-om i FOBO-om

Kada se prethodno navedeno stavi u kontekst s informacijskim preopterećenjem na društvenim mrežama, jasno je da društvene mreže dodatno pogoršavaju tehnološki stres. Konstantan priljev informacija, brzina kojom se one prenose i pritisak bivanja u toku s

digitalnim novostima stvaraju dodatno opterećenje za pojedince. Ova kombinacija informacijskog i tehnološkog preopterećenja može dovesti do pojačane anksioznosti i mentalnog umora kod korisnika društvenih mreža, posebice mladih koji su često najizloženiji ovim izazovima (Thatcher i sur., 2003; Sahin i Coklar, 2009, prema Salanova, 2013). Sve navedeno upućuje na postojanje veze između tehnološkog stresa i informacijskog preopterećenja s FOMO-om i FOBO-om jer stalni priljev informacija i pritisak da se bude u toku s društvenim mrežama povećava osjećaj anksioznosti i nesigurnosti.

Povezanost informacijskog preopterećenja s FOMO-om i FOBO-om može se objasniti i kroz teoriju traganja za informacijama, prema kojoj se tvrdi da ljudi imaju urođeni poriv za prikupljanjem informacija, posebno onih koje se odnose na njihove međuljudske odnose (Muntinga i Taylor, 2018, prema Roberts i David, 2019). Prikupljanje informacija o međuljudskim odnosima evolucijski je opravdano jer su ljudi na taj način mogli dobiti informacije o neprijateljima, hrani, potencijalnim partnerima te povećati si vjerojatnost preživljavanja. Danas je te informacije vrlo lako pronaći na društvenim mrežama. Stoga, one igraju ključnu ulogu u zadovoljenju te potrebe, pružajući neprestani priljev informacija o drugima, što kod mladih često izaziva osjećaj da moraju neprekidno biti "u toku" kako bi održali svoj status u društvenoj hijerarhiji (Roberts i sur., 2014; Whiting i Williams, 2013; prema Roberts David, 2019).

Međutim, stalna izloženost informacijama može dovesti do informacijskog preopterećenja, što dodatno pojačava osjećaj FOMO-a. Postoji zanimljiv podatak da ljudi mogu održavati aktivne i stabilne odnose s otprilike 150 osoba (Dunbar, 1992). Zhang (2016) primjećuje da korisnici društvenih mreža doživljavaju sve više virtualnih zahtjeva te osjećaju pritisak ulaganja sve više vremena i pažnje kako bi održali veze s rastućim brojem kontakata na društvenim mrežama. Ovaj pritisak izaziva anksioznost i osjećaj da bi propuštanje informacija moglo dovesti do gubitka društvenog statusa. Sličnim mehanizmom može se izazvati i anksioznost zbog propuštanja prilika, točnije, FOBO-a. Na primjer, Jacoby i suradnici (1975, prema Zhang i sur., 2016) pokazali su da prevelika količina informacija kod potrošača može smanjiti kvalitetu odluke u vezi kupnje nekog proizvoda. Navedeno je popraćeno i smanjenom učinkovitošću odlučivanja (Keller i Staelin, 1987, prema Zhang, 2016), što vodi do većeg nezadovoljstva odabirom (Iyengar i Lepper, 2000; Botti i Iyengar, 2006; Diehl i Poyner, 2010, prema Zhang, 2016). Sva ta istraživanja sugeriraju da, kada je kapacitet obrade

informacija pojedinaca preopterećen, dolazi do osjećaja gubitka kontrole, što povećava vjerojatnost zbunjenosti i žaljenja zbog donesenih odluka.

Može li podrška obitelji i prijatelja ublažavati posljedice informacijskog pritiska?

Sve do sada iznesene informacije dovode do porasta učestalosti i ozbiljnosti psihičkih tegoba kod adolescenata i mladih odraslih, zbog čega je važno razmotriti postojanje određenih preventivnih i/ili zaštitnih faktora. Percepcija socijalne podrške u stvarnom životu može smanjiti negativne psihološke posljedice kod pojedinaca (Al-Gamal i sur., 2019; Jacobson i sur., 2017; Henry i sur., 2019, prema Dou, 2021) te ima značajan utjecaj na fizičko i mentalno zdravlje (Graziano i Elbogen, 2017; Itzick i sur., 2017; Sirois i sur., 2016, prema Dou, 2021). Ovi nalazi sugeriraju da socijalna podrška u stvarnom životu smanjuje tjeskobu, koja je ključni pokretač FOMO i FOBO učinaka.

Dosadašnja istraživanja pokazala su da čvrsta socijalna podrška zaista može značajno smanjiti osjećaj FOMO-a (Jeong i sur., 2016; Peter i sur., 2017), dok za FOBO istraživanja do sada nisu provedena. Rezultati pojedinih istraživanja ističu važnost podrške prijatelja te da njihova podrška učinkovito ublažava FOMO fenomen (Xie i sur., 2018). Također, Dou (2021) je istraživala direktnu vezu između socijalne podrške i FOMO-a na uzorku od 806 studenata iz Kine (M=20 godina). Dobivena je negativna korelacija između FOMO-a i socijalne podrške, točnije, veća razina socijalne podrške povezana je s manjim razinama FOMO-a. Ukratko, veća socijalna podrška smanjuje anksioznost povezanu s propuštanjem prilika ili donošenjem loših odluka, pružajući emocionalnu sigurnost i smanjujući ovisnost o digitalnim interakcijama radi smanjivanja tjeskobe. Emocionalna podrška obitelji i prijatelja može pružiti osjećaj sigurnosti i pripadnosti čime se ublažavaju negativne psihološke posljedice prekomjernog korištenja društvenih mreža, poput FOMO-a i FOBO-a. Sugerira se da su pojedinci, koji doživljavaju ovaj osjećaj sigurnosti, onda skloniji fokusirati se na izgradnju i održavanje bliskih odnosa u stvarnom životu, čime se dodatno smanjuje njihova ovisnost o vanjskoj validaciji putem društvenih mreža.

Uzimajući u obzir sve prethodno navedeno, može se sugerirati da su vrijeme provedeno na društvenim mrežama, umor od društvenih mreža, informacijsko preopterećenje, FOMO, FOBO te podrška obitelji i prijatelja konstrukti koji su međusobno povezani. Prema dosadašnjim saznanjima između pojedinih navedenih konstrukata najzastupljenija su korelacijska istraživanja, no nije poznat nijedan model koji ispituje međuodnos svih sedam

varijabli te moderacijski učinak podrške obitelji i prijatelja u kontekstu informacijskog pritiska i fenomena FOBO i FOMO. Stoga, rezultati ovog istraživanja doprinijet će znanstvenom razumijevanju ovih fenomena u specifičnom kontekstu, pružajući osnovu za daljnja istraživanja.

Cilj istraživanja, problemi i hipoteze

Cilj

Cilj ovog istraživanja bio je provjeriti u kojoj mjeri informacijski pritisak, određen indikatorima vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti može služiti kao prediktor straha od propuštanja događaja (FOMO) i straha od propuštanja bolje opcije (FOBO) te u kojoj mjeri percipirana podrška obitelji i prijatelja ima moderatorsku ulogu u tom odnosu.

Problemi

Problem 1: Ispitati postoji li međusobna povezanost vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti kao indikatora informacijskog pritiska

Problem 2: Ispitati postoji li povezanost između FOMO i FOBO učinaka

Problem 3: Ispitati postoji li povezanost između informacijskog pritiska i FOMO i FOBO učinaka

Problem 4: Ispitati postoji li moderatorska uloga podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska i FOMO i FOBO učinaka

Hipoteze

Hipoteza 1: Postoji statistički značajna pozitivna povezanost između vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti

Hipoteza 2: Postoji statistički značajna pozitivna povezanost između FOMO i FOBO učinaka

Hipoteza 3: Postoji statistički značajna pozitivna povezanost između informacijskog pritiska i FOMO i FOBO učinaka

Hipoteza 4a: Postoji značajna moderatorska uloga percipirane podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska i FOMO učinka, pri čemu će povezanost između

informativskog pritiska i FOMO učinka biti veća kod sudionika koji percipiraju manju podršku obitelji i prijatelja

Hipoteza 4b: Postoji značajna moderatorska uloga percipirane podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informativskog pritiska i FOBO učinka, pri čemu će povezanost između informativskog pritiska i FOBO učinka biti veća kod sudionika koji percipiraju manju podršku obitelji i prijatelja

Metoda

Sudionici

U ovom istraživanju korišten je prigodni uzorak. Sudionici istraživanja bili su adolescenti i mladi odrasli od 18 do 35 godina na području Republike Hrvatske. U istraživanju je sudjelovalo 466 sudionika ($M=22.86$, $SD=4.06$), od kojih je 65.9% bilo ženskog spola. Najviše sudionika bilo je u dobnoj rasponu od 19. do 24. godine (71.7%). Podacima o statusu obrazovanja izvještava se da je najviše sudionika sa završenom srednjom školom (36.3%) te preddiplomskim studijem (30.5%). Također je utvrđeno da je većina sudionika (89.7%) većinu života živjelo s oba roditelja.

Instrumenti

Upitnik sociodemografskih podataka. Sudionici su na početku ispunjavanja upitnika označili svoj rod, dob, razinu obrazovanja te s kim su proveli većinu svog odrastanja.

FOMO - Skala straha od propuštanja (eng. Fear of Missing Out Scale, FoMOS; Przybylski i suradnici, 2013). Ispituje u kojoj mjeri sudionici osjećaju strah i brigu u vezi toga da propuštaju iskustva i događaje iz života njihovih prijatelja i iz šireg društvenog konteksta. Sastoji se od deset tvrdnji na koje sudionici izražavaju stupanj slaganja s pojedinim tvrdnjama na skali od 1="uopće se ne odnosi na mene" do 5="u potpunosti se odnosi na mene". Izvorna skala je na engleskom jeziku, ali je za potrebe ovog istraživanja korišten prijevod skale Omejec (2020). Primjer čestice je: *Zabrinem se kada saznam da se moji prijatelji zabavljaju bez mene.* Ukupni rezultat računa se kao prosječna procjena na skali odgovora. Viši rezultat ukazuje na veće doživljavanje straha od propuštanja. Koeficijent unutarnje konzistencije (Cronbach alfa) iznosio je $\alpha = 0.86$, što upućuje na zadovoljavajuću pouzdanost upitnika u ovom istraživanju.

Skala FOBO efekta (Gregurić, 2023). Mjeri FOBO efekt (*eng. Fear of Better Option*), točnije, oklijevanje donošenja odluke uz stalnu usporedbu svih mogućih opcija iz straha da će najbolja opcija biti propuštena. Od sudionika se tražilo da procijene koliko često doživljavaju iskustva opisana u tvrdnjama pri donošenju odluka u vlastitom životu. Skala se sastoji od 18 čestica, a odgovori se prikupljaju na ljestvici odgovora od sedam stupnjeva, pri čemu 1 znači “nikad”, a 7 znači “uvijek”. Primjer čestice je: *Strah me da ću previdjeti najbolju moguću odluku*. Ukupni rezultat formira se kao ukupan zbroj odgovora na svim česticama, pri čemu viši rezultat označava veću izraženost FOBO efekta. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije (Cronbach alfa) iznosio je $\alpha = 0.95$, što upućuje na zadovoljavajuću pouzdanost upitnika u ovom istraživanju.

Vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Od sudionika se tražila subjektivna procjena o tome koliko su vremena svakodnevno provodili na pojedinim društvenim mrežama (*Facebook, Messenger, WhatsApp, Instagram, Youtube, TikTok*) u zadnjih tjedan dana. Konkretno, sudionicima je bila dana tvrdnja: *Molimo da razmislite o Vašem iskustvu i doživljaju korištenja društvenih mreža u posljednjih tjedan dana. Koliko ste vremena na dan (u prosjeku) provodili na: Facebook-u, Messenger-u, WhatsApp-u, Instagram-u, Youtube-u, TikTok-u?* Ponuđeni odgovori za svaku od šest navedenih društvenih mreža bili su: *ne koristim ovu aplikaciju; manje od 30 minuta; 30 min-1 sat; 1-2 sata; 2-3 sata; više od 3 sata*. Ukupni rezultat formirao se kao prosjek odgovora na svim česticama, pri čemu je viši rezultat ukazivao na više vremena provedenog na društvenim mrežama.

Upitnik umora od društvenih mreža (eng. Social Media Fatigue Scale, Zhang i sur., 2021). Mjeri tri dimenzije umora od društvenih mreža, a to su kognitivna, bihevioralna i emocionalna. Svaka dimenzija sastoji se od pet čestica, a cijeli upitnik ima sveukupno 15 čestica. Upitnik ranije nije korišten u istraživanjima na hrvatskim uzorcima. Upitnik je preveden od strane dva nezavisna prevoditelja, a u obzir su se uzela i mišljenja fokus grupe. Fokus grupu činili su studenti psihologije i poznanici koji ulaze u dobnu strukturu uzorka, a u svrhu provjere konstruktne valjanosti, provedena je faktorska analiza hrvatskog prijevoda upitnika. Za ekstrakciju faktora koristila se metoda glavnih osi (*engl. principal axis factoring*) te rotacija Oblimin. Trofaktorskom strukturom u ovom istraživanju objasnilo se ukupno 49,93% ukupne varijance te je faktorska struktura u skladu s istraživanjem Zhanga i suradnika (2021). Što se tiče davanja odgovora, sudionici svoje slaganje izražavaju na ljestvici

Likertovog tipa od sedam stupnjeva pri čemu 1 znači “uopće se ne slažem”, a 7 znači “u potpunosti se slažem”. Primjer čestice za kognitivnu dimenziju: *Iritira me kada vidim previše nepročitanih obavijesti na društvenim mrežama..* Primjer čestice za bihevioralnu dimenziju: *Nikad ne znam što ću objaviti na društvenim mrežama.* Primjer čestice za emocionalnu dimenziju: *Osjećam se tjeskobno kada me drugi označe (@) na društvenim mrežama.* Ukupan rezultat formiran je zbrajanjem svih čestica za pojedine subskale pri čemu veći rezultat ukazuje na veći stupanj umora pri korištenju društvenih mreža. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije (Cronbach alfa) iznosio je $\alpha = 0.88$, što upućuje na zadovoljavajuću pouzdanost upitnika u ovom istraživanju.

Skala informacijske preopterećenosti (eng. Information Overload Scale, IOS, Williamson i sur., 2012). Mjeri uznemirenost povezanu s prevelikom količinom informacija s kojom se pojedinac susreće. Izvorna skala je na engleskom jeziku, a u diplomskom radu koristio se prijevod skale autorice Gregurić (2023). Skala se sastoji od 15 čestica. Odgovori se prikupljaju na ljestvici odgovora Likertovog tipa od jedan do pet, pri čemu 1 znači “u potpunosti se ne slažem”, a 5 znači “u potpunosti se slažem”. Primjer čestice: *Redovno me preplavljuje količina informacija u današnje doba.* Ukupni rezultat na skali formira se kao zbroj procjena na svim česticama, pri čemu veći rezultat znači veću preopterećenost informacijama. U ovome istraživanju koeficijent pouzdanosti (Cronbach alfa) iznosio je $\alpha = 0.92$, što upućuje na zadovoljavajuću pouzdanost upitnika u ovom istraživanju.

Skala socijalne podrške (MacDonald, 1998). Mjeri percipiranu socijalnu podršku obitelji i prijatelja. Skalu socijalne podrške konstruirao je MacDonald (1998, prema Ivanov i Penezić, 2010) prema teorijskim okvirima Charles Tardya. Na hrvatski jezik skalu su adaptirali Ivanov i Penezić (2010) i objavili u Zbirci psihologijskih skala i upitnika (svezak 5). Skala uključuje percepciju primljene socijalne podrške od strane članova obitelji i prijatelja, a odnosi se ne samo na potencijalno raspoloživu, već i onu socijalnu podršku koja se aktualno koristi. Sastoji se od 56 tvrdnji od kojih se 28 odnosi na socijalnu podršku obitelji, a 28 na socijalnu podršku prijatelja. Svaka od tih dviju subskala sadrži po četiri tipa socijalne podrške i to: emocionalnu podršku, instrumentalnu podršku, informacijsku podršku i podršku samopoštovanju. Za potrebe ovog istraživanja nije bilo potrebno koristiti subskale informacijske i instrumentalne podrške, pa su se koristile samo subskale emocionalne podrške i podrške samopoštovanju obitelji i prijatelja, s ukupno 28 čestica. Dakle, 14 čestica mjerilo je emocionalnu podršku obitelji i prijatelja, a idućih 14 podršku samopoštovanju obitelji i

prijatelja. Ispitanici su trebali označiti slaganje sa svakom pojedinom tvrdnjom na skali od 5 stupnjeva, pri čemu 1 znači “uopće se ne slažem”, a broj 5 “u potpunosti se slažem”. Ukupan rezultat formiran je kao linearna kombinacija odgovora na svim česticama skale, odnosno subskale. Viši rezultat na skali/subskali ukazuje na veću socijalnu podršku. U ovom diplomskom radu pouzdanosti za emocionalnu podršku i podršku samopoštovanju obitelji iznosila je $\alpha = 0.94$, a za emocionalnu podršku i podršku samopoštovanju prijatelja 0.90, što upućuje na zadovoljavajuću pouzdanost upitnika u ovom istraživanju.

Postupak

Prije provedbe istraživanja zatražena je suglasnost Ekspertne skupine za etička pitanja Odsjeka za psihologiju kao i Etičkog povjerenstva Filozofskog fakulteta u Osijeku. Nakon dobivenih suglasnosti započeto je prikupljanje podataka. Istraživanje je provedeno online, a podaci su prikupljeni putem Google obrasca. Poveznica za Google obrazac podijeljena je putem društvenih mreža (*Facebook* i *Instagram*). Prije ispunjavanja upitnika, sudionici su dobili pismenu uputu. Informirani su o pojedinostima istraživanja te im je naglašeno kako je sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno i u svakom trenutku imaju mogućnost odustati. Navedeno je i da je istraživanje anonimno te da nije potrebno navoditi osobne podatke. Naglašeno je da će se rezultati prikupljeni istraživanjem analizirati isključivo na grupnoj razini i koristiti isključivo za potrebe diplomskog rada. Nakon toga su trebali dati svoju suglasnost za sudjelovanjem u istraživanju, a za ispunjavanje obrasca bilo potrebno oko 25 minuta.

Rezultati

Prije testiranja hipoteza, prvo su provjerene normalnosti distribucija ispitivanih varijabli. U svrhu toga korišten je Kolmogorov-Smirnovljev (K-S) test čije su vrijednosti prikazane u Tablici 1.

Tablica 1. *Normalitet distribucija ispitivanih varijabli*

	K-S	S	K
Vrijeme na mrežama	.099***	.906	1.600
Umor od mreža	.057**	.543	.086
Informacijsko preopterećenje	.031	-.089	-.491
FOMO	.051**	.144	-.603
FOBO	.034	.087	-.589
Podrška roditelja	.111***	-.946	.347
Podrška prijatelja	.095***	-.911	.802

Napomena. K-S – Kolmogorov-Smirnovljev test; S – indeks asimetričnosti, K – indeks spljoštenosti, * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Rezultati upućuju da samo dvije varijable imaju normalnu distribuciju (*Informacijsko preopterećenje* i *FOBO*), dok ostale odstupaju značajno od normalne distribucije. Field (2013) opisuje da su ovakvi rezultati mogući kod većih uzoraka te se u tom slučaju preporučuje analiza i drugih parametara normalnosti distribucije. Sukladno tome, provjereni su indeksi asimetričnosti i spljoštenosti. Da bi se varijable smatrale normalno distribuiranima, vrijednosti indeksa asimetričnosti moraju biti veće od ± 2 , a indeksa spljoštenosti manje od ± 7 (Kline, 2023). Daljnjom obradom podataka, indeksi svih varijabli pokazali su se u zadovoljavajućim rasponima, što je također vidljivo u Tablici 1. Dodatnom vizualnom inspekcijom histograma i Q-Q dijagrama uočeno je blago odstupanje od normalne distribucije kod svih varijabli osim za *Informacijsko preopterećenje* i *FOBO*, što dodatno potvrđuje rezultate K-S i S-W testova normalnosti. Bez obzira na blago odstupanje od normalne distribucije većine varijabli, uzimajući u obzir zadovoljavajuće vrijednosti indeksa asimetričnosti i spljoštenosti te veliki broj sudionika ($N=466$), zaključuje se da je opravdano koristiti parametrijske postupke u daljnjoj obradi podataka.

Nakon testiranja preduvjeta za korištenje parametrijskih postupaka, ispitali su se i deskriptivni podaci i koeficijenti unutarnje konzistencije, čije su vrijednosti prikazane u Tablici 2.

Tablica 2. *Deskriptivni podaci i koeficijenti unutarnje konzistencije ispitivanih varijabli (N=466)*

	M	SD	UTR	UPR	α
Vrijeme na mrežama	11.59	4.77	0-30	0-30	.51
Umor od mreža	47.47	17.81	15-105	15-105	.88
Informacijsko preopterećenje	45.93	12.94	15-75	15-75	.92
Podrška roditelja	55.25	11.81	14-70	15-70	.94

Podrška prijatelja	58.71	8.35	14-70	25-70	.90
FOMO	26.93	8.40	10-50	10-50	.86
FOBO	72.39	24.26	18-126	18-126	.95

Napomena. M = aritmetička sredina; SD = standardna devijacija; UTR = ukupni teorijski raspon; UPR = ukupni postignuti raspon; α = Cronbach alfa, koeficijent unutarnje konzistencije

Pregledom deskriptivnih podataka vidljivo je da je većina sudionika iskazala ispodprosječne vrijednosti na varijablama *Vrijeme na mrežama*, *Umor od mreža* te *FOMO*. S druge strane, vidljivo je da aritmetičke sredine *Podrške roditelja*, *Podrške prijatelja* upućuju na iznadprosječne vrijednosti, dok su za *Informacijsko preopterećenje* i *FOBO* aritmetičke sredine oko prosjeka. Drugim riječima, sudionici ovoga istraživanja pokazuju tendenciju prema umjerenom ili manjoj upotrebi društvenih mreža, uz niže razine umora i straha od propuštanja (*FOMO*), dok istovremeno doživljavaju umjerene razine informacijskog preopterećenja te straha od boljih opcija (*FOBO*), ali zato izvještavaju o većoj podršci obitelji i prijatelja. Nadalje, varijabilitet je najmanji kod varijable *Vrijeme na mrežama*, što znači da većina sudionika provodi sličnu količinu vremena na društvenim mrežama. Ovaj podatak je dodatno provjeren te je utvrđeno da je samo pet sudionika (1.1%) u istraživanju izjavilo da provode više od tri sata dnevno na društvenim mrežama. Njih 11.6% koristi društvene mreže manje od 30 minuta dnevno, a najviše sudionika (51.7%) izjavilo je da u prosjeku provode 30 min do jedan sat dnevno na društvenim mrežama. Dakle, 63.3% sudionika u ovom istraživanju zapravo ne koristi društvene mreže više od jednog sata dnevno. Nadalje, najveći varijabilitet je za varijable *Umor od društvenih mreža* i *FOBO*, što govori da su najveće razlike među sudionicima kad je riječ o tome koliko su umorni od društvenih mreža ili koliki imaju strah od bolje opcije (*FOBO*). Na kraju, uvidom u koeficijente pouzdanosti svih skala, uočeno je da su sve skale iznad preporučene granice koja iznosi 0.70, osim skale *Vrijeme na mrežama*. Niska pouzdanost ove skale ukazuje na nedosljednost u mjerenju ove varijable, odnosno da pitanja unutar skale nisu bila dovoljno međusobno povezana ili da su ispitanici različito shvaćali sadržaj pitanja.

Pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije provjerena je statistička značajnost povezanosti između svih mjerenih varijabli, što je prikazano u Tablici 3. S kriterijskim varijablama *FOMO* i *FOBO* statistički su značajno povezane sve varijable, osim *Statusa obrazovanja* i *Podrške prijatelja*.

Tablica 3. Interkorelacije ispitivanih varijabli

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	FOMO	FOBO
--	----	----	----	----	----	----	----	----	-------------	-------------

1. Rod	-	-.12**	.01	.08	.10*	.14**	-.05	.25**	.11*	.14**
2. Dob		-	.18**	-.27**	-.14**	-.02	.03	-.13**	-.27**	-.19**
3. Status obrazovanja			-	-.06	.01	.08	.05	.03	-.02	.06
4. Vrijeme na mrežama				-	.09	.03	-.01	.11*	.21**	.14**
5. Umor od mreža					-	.55**	-.16**	-.04	.43**	.54**
6. Informacijsko preopterećenje						-	-.14**	-.07	.37**	.53**
7. Podrška obitelji							-	.29**	-.18**	-.19**
8. Podrška prijatelja								-	-.01	-.08
FOMO									-	.57**
FOBO										-

Napomena: * $p < .05$; ** $p < .01$, u varijabli Rod muški sudionici bili su označeni brojem 1, a ženske sudionice brojem 2

S ciljem provjeravanja hipoteza i problema ovog istraživanja, interpretirale su se vrijednosti korelacija. One su se interpretirale prema Fieldu (2013) na temelju graničnih vrijednosti koeficijenta korelacije koje iznose 0.1 (za nisku), 0.3 (za umjerenu) i 0.5 (za visoku) korelaciju. Kao što je vidljivo iz korelacijske tablice, *Vrijeme na mrežama* ne korelira značajno niti s *Umorom od mreža*, niti s *Informacijskim preopterećenjem*. Varijable *Umor od mreža* i *Informacijsko preopterećenje* visoko su i pozitivno povezane, čime se sugerira da je za sudionike koji su više opterećeni informacijama vjerojatnije da će biti i umorniji od društvenih mreža. S druge strane, sudionici koji su umorniji od društvenih mreža bit će više opterećeni informacijama. Uzimajući u obzir navedene rezultate, za daljnju obradu podataka kreirana je kompozitna varijabla *Informacijski pritisak*. Uvidom u teorijska očekivanja, pretpostavljeno je da će ova kompozitna varijabla biti određena trima varijablama (vremenom na društvenim mrežama, umorom od društvenih mreža i informacijskim preopterećenjem) te da je opravdano objediniti rezultate te tri varijable kao jedinstvenog konstrukta. Međutim, zbog nedostatka značajne povezanosti *Vremena na društvenim mrežama* s drugim varijablama, odlučeno je da će se *Informacijski pritisak* definirati samo uz pomoć varijabli *Umor od društvenih mreža* i *Informacijsko preopterećenje*. Na kraju, kompozitna varijabla *Informacijski pritisak* kreirana je standardizacijom rezultata sudionika na skalama *Umora od društvenih mreža* i *Informacijskog preopterećenja*, omogućujući njihovu usporedivost na jedinstvenoj skali. Nakon standardizacije, izračunati su prosječni rezultati za svaku od ovih dviju skala. Konačna vrijednost kompozitne varijable dobivena je izračunavanjem prosjeka tih dvaju srednjih

vrijednosti. Daljnom analizom utvrdila se umjerena statistički značajna pozitivna korelacija između *Informacijskog pritiska* i *FOMO*-a ($r=.44, p<.01$) te visoka statistički značajna pozitivna povezanost između *Informacijskog pritiska* i *FOBO*-a ($r=.60, p<.01$), što znači da povećanje informacijskog pritiska kod sudionika može dovesti i do većih negativnih učinaka ova dva fenomena kod sudionika. Također, navedeno znači i da povećanje u negativnim učincima fenomena *FOMO* i *FOBO* može dovesti do povećanog informacijskog pritiska. Nadalje, dobivena je statistički značajna pozitivna korelacija između *FOMO* i *FOBO* fenomena, što ukazuje da je za sudionike koji doživljavaju strah od propuštanja događaja (*FOMO*) vjerojatnije da će doživljavati i strah od propuštanja boljih opcija (*FOBO*). Također vrijedi i obratno.

S ciljem dodatnog provjeravanja četvrtog problema ovog istraživanja, provedene su dvije hijerarhijske analize za svaku od dvije kriterijske varijable: 1) *FOBO*, 2) *FOMO*. Kako bi se provjerio pretpostavljeni moderacijski učinak, korišten je PROCESS (verzija 4.2) Andrewa G. Hayesa. Prije same regresijske analize, prvo je provjerena nezavisnost reziduala u modelu, što se očitalo pomoću Durbin-Watsonovog koeficijenta. Ovaj koeficijent je iznosio 2.09 (kada je u modelu kriterij *FOMO*) i 1.97 (kada je u modelu kriterij *FOBO*), što znači da se nalazi u intervalu između 1 i 3 koji ukazuje na to da su reziduali u ovom modelu nezavisni. Također, nijedan faktor zasićenja varijance nije veći od 10, a tolerancije između svih prediktora veće su od 0.1 čime se upućuje da među prediktorima ne postoji multikolinearnost. Odnosno, veličina korelacije između varijabli ne utječe značajno na rezultate regresijske analize te se stoga on može interpretirati (Field, 2013).

Tablica 4.

Hijerarhijska regresijska analiza za kriterij FOMO

	Prediktori	R ²	ΔR ²	β	F
I	Rod	.08	.08	.07	13.25**
	Dob			-.27**	
	Status obrazovanja			.04	

II	Rod	.10	.02	.06	10.47**
	Dob			-.23**	
	Status obrazovanja			.04	
	Vrijeme na mrežama			.15**	
III	Rod	.27	.17	.01	107.46**
	Dob			-.20**	
	Status obrazovanja			.01	
	Vrijeme na mrežama			.14**	
	Informacijski pritisak			.42**	
IV	Rod	.28	.01	.01	3.44*
	Dob			-.20**	
	Status obrazovanja			.02	
	Vrijeme na mrežama			.14**	
	Informacijski pritisak			.40**	
	Podrška obitelji			-.11*	
	Podrška prijatelja			-.002	

Napomena: * $p < .05$; ** $p < .01$

U prvom koraku u model su uključene sociodemografske varijable (*rod*, *dob*, *status obrazovanja*) kako bi se izdvojio njihov udio u povezanosti prediktora i kriterija. U drugom koraku u model je uključena varijabla *Vrijeme na mrežama*. Unatoč tome što *Vrijeme na mrežama* nije u značajnoj korelaciji s *Umorom od mreža* i *Informacijskim preopterećenjem*, analizama se pokazalo da *Vrijeme na mrežama* ima značajnu korelaciju s kriterijskom varijablom FOMO. Stoga je odlučeno uključiti ovu varijablu u regresijsku analizu kako bi se procijenio njezin samostalni utjecaj na FOMO. Ovim se modelom objasnilo samo 2% dodatne varijance u kriteriju FOMO, no on je značajan te je *Vrijeme na mrežama* pozitivan prediktor FOMO-a. U trećem koraku uvrštena je kompozitna varijabla *Informacijski pritisak*. Modelom je objašnjeno dodatnih 17% varijance u kriteriju te je on ostao značajan. U ovom modelu *Vrijeme na mrežama* i *Informacijski pritisak* pozitivni su prediktori FOMO-a. U četvrtom koraku, uključivanjem prediktora *Podrška obitelji* i *Podrška prijatelja* u model objasnilo se samo 1% dodatne varijance u kriteriju i on je ostao značajan. U ovom modelu, svi raniji

prediktori su ostali značajni, a novim se značajnim, i to negativnim prediktorom FOMO-a pokazala samo *Podrška obitelji*. Ukratko, zadnjim modelom objašnjava se ukupno 28% varijance u kriteriju FOMO-a. Na kraju, rezultatima regresijske analize sugerira se da *Vrijeme na mrežama*, *Informacijski pritisak* i *Podrška obitelji* značajno predviđaju doživljaj FOMO-a, odnosno strah od propuštanja događaja. Dakle, sudionici koji provode više vremena na društvenim mrežama, koji su izloženi većem informacijskom pritisku te oni koji percipiraju manju podršku obitelji, skloniji su doživljavanju negativnih učinaka FOMO-a.

Kako bi se provjerilo postoji li značajna moderatorska uloga *Podrške obitelji* i *Podrške prijatelja* u odnosu između *Informacijskog pritiska* i FOMO-a, provedena je moderatorska analiza. Moderatorska analiza posebno je provedena za *Podršku obitelji* i posebno za *Podršku prijatelja*. Moderatorskim modelom u kojemu je *Informacijski pritisak* prediktor, FOMO kriterij, a *Podrška obitelji* moderator, objašnjeno je ukupno 46% varijance u kriteriju. Rezultatima se ukazalo kako navedeni intervali zahvaćaju nulu kada se kao moderatorska varijabla koristila *Podrška obitelji* [-.064, .094], stoga se moderatorski učinak *Podrške obitelji* nije pokazao statistički značajnim ($\beta = .02$, $t = .32$, $p > .05$). Nadalje, moderatorskim modelom u kojemu je *Informacijski pritisak* prediktor, FOMO kriterij, a *Podrška prijatelja* moderator, objašnjeno je ukupno 44% varijance u kriteriju. Rezultatima se ponovno utvrdilo da navedeni intervali zahvaćaju nulu, ovaj puta kada se kao moderatorska varijabla koristila *Podrška prijatelja* [-.148, .115], stoga se ni moderatorski učinak *Podrške prijatelja* nije pokazao statistički značajnim ($\beta = -.02$, $t = -.07$, $p > .05$).

Tablica 5.

Hijerarhijska regresijska analiza za kriterij FOBO

Koraci	Prediktori	R ²	ΔR ²	β	F
	Rod	.06	.06	.12**	9.90**
	Dob			-.19**	

I	Status obrazovanja			.11*	
II	Rod	.07	.01	.04	3.56
	Dob			-.13**	
	Status obrazovanja			.07	
	Vrijeme na mrežama			.07	
III	Rod	.39	.32	.04	241.36**
	Dob			-.13**	
	Status obrazovanja			.07	
	Vrijeme na mrežama			.07	
	Informacijski pritisak			.58**	
IV	Rod	.40	.01	.05	4.22*
	Dob			-.13**	
	Status obrazovanja			.08*	
	Vrijeme na mrežama			.07*	
	Informacijski pritisak			.56**	
	Podrška obitelji			-.08*	
	Podrška prijatelja			-.06	

Napomena. * $p < .05$; ** $p < .01$

U prvom koraku u model su uključene sociodemografske varijable (*rod*, *dob*, *obrazovanje*) kako bi se izdvojio njihov udio u povezanosti prediktora i kriterija. U drugom koraku u model je uključena varijabla *Vrijeme na mrežama*, iz istog razloga kao i u regresijskoj analizi s kriterijem FOMO. Uključivanjem ove varijable, model se nije pokazao statistički značajnim. U trećem koraku uključena je varijabla *Informacijskog pritiska* te je model postao statistički značajan, a objasnilo se 32% dodatne varijance u kriteriju. U ovom modelu *Informacijski pritisak* je značajan pozitivan prediktor FOBO-a. U trećem koraku, uključivanjem prediktora *Podrška obitelji* i *Podrška prijatelja* modelom se objasnilo samo 1% dodatne varijance u kriteriju. Čitavi model je ostao značajan te je *Vrijeme na mrežama* postalo pozitivnim značajnim prediktorom kriterija. *Podrška prijatelja* nije se pokazala statistički značajnim prediktorom FOBO-a, dok se s druge strane *Podrška obitelji* pokazala negativnim

značajnim prediktor FOBO-a. Ukratko, zadnjim modelom objašnjava se ukupno 40% varijance u kriteriju FOBO-a. Na kraju, rezultatima regresijske analize sugerira se da iste varijable koje predviđaju doživljaj FOMO-a, predviđaju i doživljaj FOBO-a, a to su: *Vrijeme na mrežama*, *Informacijski pritisak* te *Podrška obitelji*. Stoga, sudionici koji provode više vremena na društvenim mrežama, koji su izloženi većem informacijskom pritisku te percipiraju manju podršku obitelji, skloniji su doživljavanju negativnih učinaka FOBO-a.

Kako bi se provjerilo postoji li značajna moderatorska uloga *Podrške obitelji* i *Podrške prijatelja* u odnosu između *Informacijskog pritiska* i *FOBO-a*, provedena je moderatorska analiza. Moderatorska analiza posebno je provedena za *Podršku obitelji* i posebno za *Podršku prijatelja*. Moderatorskim modelom u kojemu je *Informacijski pritisak* prediktor, *FOBO* kriterij, a *Podrška obitelji* moderator, objašnjeno je ukupno 61% varijance u kriteriju. Rezultatima se ukazalo kako navedeni intervali zahvaćaju nulu kada se kao moderatorska varijabla koristila *Podrška obitelji* [-.121, .288], stoga se moderatorski učinak *Podrške obitelji* nije pokazao statistički značajnim ($\beta = .08$, $t = .81$, $p > .05$). Nadalje, moderatorskim modelom u kojemu je *Informacijski pritisak* prediktor, *FOBO* kriterij, a *Podrška prijatelja* moderator, objašnjeno je ukupno 60% varijance u kriteriju. Rezultatima se ponovno utvrdilo da navedeni intervali zahvaćaju nulu, ovaj puta kada se kao moderatorska varijabla koristila *Podrška prijatelja* [-.162, .514], stoga se ni moderatorski učinak *Podrške prijatelja* nije pokazao statistički značajnim ($\beta = .18$, $t = 1.02$, $p > .05$).

Rasprava

Cilj ovog istraživanja bio je provjeriti u kojoj mjeri informacijski pritisak, određen indikatorima vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti može služiti kao prediktor straha od propuštanja događaja (FOMO) i straha od propuštanja bolje opcije (FOBO) te u kojoj mjeri percipirana podrška obitelji i prijatelja ima moderatorsku ulogu u tom odnosu. Prvi problem bio je ispitati postoji li međusobna povezanost vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti kao indikatora informacijskog pritiska. Dobiveno je da međusobna povezanost postoji samo između umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti te je ona pozitivna. Nadalje, drugi problem bio je ispitati postoji li povezanost između FOMO i FOBO učinaka te se dobilo da između ovih varijabli postoji povezanost koja je također pozitivna. Zatim, treći problem bio je ispitati postoji li povezanost informacijskog pritiska i FOMO i FOBO učinaka, što se također potvrdilo pozitivnom povezanosti između

ovih varijabli. Na kraju, četvrti problem bio je ispitati postoji li moderatorska uloga podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska i FOMO i FOBO učinaka, pri čemu se ni podrška obitelji ni podrška prijatelja nisu pokazali značajnim moderatorima.

Prva hipoteza glasila je da postoji statistički značajna pozitivna povezanost između vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti te je ona djelomično potvrđena jer je statistički značajna pozitivna korelacija potvrđena samo između umora od društvenih mreža i informacijskog preopterećenja. Navedeno znači da povećanje u umoru od društvenih mreža kod sudionika prati i povećanje u informacijskom preopterećenju kod sudionika, i obratno. Suprotno očekivanom ishodu, rezultati ukazuju da vrijeme na mrežama nije povezano ni s umorom od mreža, ni s informacijskom preopterećenosti. Prvo moguće objašnjenje je zbog ograničenja istraživanja kao što je bilo korištenje samoprocjene vremena provedenog na mrežama. U ovome istraživanju najveći broj sudionika izvještava o tome da na mrežama provodi samo sat vremena dnevno, što nije u skladu s istraživanjem DataReportala (2024) kojim se tvrdi da mladi od 16. do 35. godine provode dva sata i 45 minuta dnevno na društvenim mrežama. Također, nije ni u skladu s istraživanjem Masterindexa (2019) kojim se tvrdi da mladi iz Hrvatske od 18. do 29. godine provode pet i pol sati dnevno na društvenim mrežama. U istraživanju koje su proveli Johannes i suradnici (2021), za procjenu vremena provedenog na društvenim mrežama korištene su objektivne mjere, uključujući opciju pametnih telefona koja omogućava praćenje vremena provedenog na zaslonu (*eng. screen time*), kao i mjere samoprocjene. Rezultati istraživanja ukazali su na značajne razlike između objektivnog i subjektivnog izvještavanja o korištenju društvenih mreža, što sugerira da pojedinci ne percipiraju uvijek točno vlastitu upotrebu tih platformi. Bauhoff (2011) naglašava da je samoprocjena podložna pristranostima poput pretjerane procjene ili podcjenjivanja vlastitih aktivnosti, što može biti posljedica želje ispitanika da odgovore u skladu s društvenim očekivanjima ili jednostavne nemogućnosti da se točno prisjete relevantnih detalja, što je povezano s kognitivnim ograničenjima. Stoga, navedena ograničenja u samoprocjeni vremena provedenog na društvenim mrežama mogla su utjecati na točnost rezultata i mogu objasniti zašto se nije uspostavila očekivana povezanost između vremena provedenog na mrežama, umora od društvenih mreža i informacijskog preopterećenja. Drugo moguće objašnjenje je da je umor zapravo jedan od glavnih razloga za povlačenje s društvenih mreža. Lin i suradnici (2015) su na uzorku od 226 studenata od 20. do 25. godine utvrdili da je umor od društvenih mreža jedan od glavnih negativnih prediktora za nastavak upotrebe društvenih mreža. Stoga, moguće je da umor motivira mlade osobe na manje

korištenje mreža, a posljedično tomu su onda i izloženi manjoj količini informacija. Također, Rainie i suradnici (2013) u svome istraživanju dobili su da je 61% sudionika dobrovoljno napravilo pauzu od *Facebook*-a, a njih 20% se trajno isključilo iz te mreže zbog više razloga, od koji je jedan bio izloženost suvišnim informacijama. Treće moguće objašnjenje vezano je za istraživanja u kojima se pokazalo da nije važno koliko se vremena provodi na mrežama, nego kako se to vrijeme provodi. Istraživači ovdje ističu pasivnu i aktivnu upotrebu te se sugerira da upravo pasivna upotreba, koja se odnosi na promatranje tuđih objava bez interakcije (*eng. stalking*), dovodi do smanjene dobrobiti pojedinca (Verduyn i sur., 2015; prema Roberts i David, 2020), što može dovesti do umora od društvenih mreža. Moguće je da su sudionici, koji su iskazali manje umora, koristili mreže na aktivniji način (komentirajući, dijeleći sadržaje, komunicirajući s drugima), dok su oni koji su doživljavali više umora koristili društvene mreže na pasivan način. Verduyn i suradnici (2015, prema Roberts i David, 2020) naglašavaju kako aktivna upotreba često uključuje interakcije i stvaranje sadržaja, što može imati pozitivnije psihološke učinke, za razliku od pasivne upotrebe koja može uzrokovati umor i negativne emocionalne ishode. Stoga, ovo sugerira da umor od društvenih mreža može djelovati kao motivator za smanjenje korištenja tih platformi, čime se pojedinci izlažu manjoj količini informacija i potencijalno smanjuju negativne posljedice povezane s pasivnom upotrebom. Što se tiče dobivene značajne i pozitivne povezanosti umora od mreža i preopterećenosti informacijama, nalaz je u skladu s istraživanjem Zhanga i suradnika (2016) koji su na uzorku od 525 pojedinaca studenata i radnika (od kojih je 92,5% bilo u dobnoj skupini od 18-35) dobili visoku korelaciju između umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti.

Druga hipoteza glasila je da postoji statistički značajna pozitivna povezanost između FOMO i FOBO učinaka te je ona potvrđena. Pojedinci koji su iskazivali višu razinu FOMO-a, iskazivali su i višu razinu FOBO-a, i obratno. Iako ne postoje korelacijska istraživanja koja bi mogla izravno potvrditi ovaj nalaz, ipak postoje istraživanja kojima se objašnjavaju zajednički mehanizmi FOMO i FOBO. Naime, nalaz je u skladu s prijašnjim istraživanjem Chaija i suradnika (2018) u kojemu se utvrdilo da je glavni mehanizam ova dva fenomena tjeskoba, i to ona koja se odnosi na propuštanje (događaja ili prilika). Nalaz je također u skladu s iskazima Worthama (2011) i McGinnis (2020) koji napominju da društvene mreže, zapravo služe kao “katalizator” za fenomene FOMO i FOBO. Autori objašnjavaju da društvene mreže pojačavaju učestalost negativnih doživljaja povezanih s FOMO-om i FOBO-om, jer pojedinci neprekidno imaju uvid u događaje u kojima sudjeluju njihovi prijatelji te u njihove životne odluke. Na taj način se i stvara ciklus neprestane upotrebe tehnologije, što je detaljnije opisano u uvodu

istraživanja. Nadalje, nalaz je u skladu s iskazima Obersta i suradnika (2017) te McGinnisa (2020) koji spominju da oba fenomena u ekstremnim slučajevima doprinose visokoj razini psihološkog stresa koja dovodi do specifičnih vrsta paraliziranosti. FOMO može ukazivati na smanjeno uživanje u trenutnim aktivnostima te depresije (Oberst i suradnici, 2017), a FOBO može ukazivati da se osobe u trenucima odabiranja neke odluke na kraju paraliziraju i ne odaberu ništa (McGinnis, 2020).

Treća hipoteza glasila je da postoji statistički značajna pozitivna povezanost između informacijskog pritiska te FOMO i FOBO učinaka te je ona potvrđena. U ovome istraživanju utvrdilo se da su indikatori informacijskog pritiska samo umor od društvenih mreža i informacijska preopterećenost. To znači da su pojedinci koji su iskazivali višu razinu informacijskog pritiska, a koji se manifestira kroz umor od društvenih mreža i informacijsko preopterećenje, također pokazivali i više razine FOMO-a i FOBO-a. S druge strane, sudionici koji su iskazivali više razine FOMO-a i FOBO-a također su pokazivali više razine informacijskog pritiska. Koliko je poznato, do sada nisu provedena istraživanja na ovu temu, ali postoje indikacije za zajedničke mehanizme informacijskog pritiska te FOMO-a i FOBO-a. Prvo, jedna od mogućih poveznica između ovih fenomena može biti temeljna želja za socijalnom interakcijom. Kvalitetni međuljudski odnosi povećavaju vjerojatnost duljeg i sretnijeg života (Holt-Lunstad i sur., 2010), stoga ne čudi da se društvene mreže koriste kao dodatni alat za lakše stvaranje i održavanje odnosa s ljudima. Pojedinci se na društvenim mrežama mogu lakše predstaviti kao privlačni članovi društva u usporedbi s tradicionalnim okruženjem. Iz evolucijske perspektive, takva prezentacija može pojedincima neizravno olakšati preživljavanje (Gruter i Masters, 1986). Naravno, ne može se sugerirati da korištenje društvenih mreža utječe na vjerojatnost opstanka, ali umrežavanje s drugima danas je vrlo moćan alat za povezivanje s važnim resursima (Roberts i sur., 2014; Whiting i Williams, 2013, prema Robert David, 2019), kao što je to mogućnost zapošljavanja. Stoga, nije iznenađujuće da su FOMO i FOBO moguće posljedice potrebe da se mogućnost isključenosti iz društvenih interakcija smanji na minimum. Drugo, sva tri konstrukta povezana su sa stalnim pristupom informacijama na društvenim mrežama. Zhang i suradnici (2016) utvrdili su da je informacijska preopterećenost usko povezana s umorom od društvenih mreža, dok Dhir i suradnici (2018) naglašavaju kako dugoročni umor može negativno utjecati na mentalno zdravlje korisnika, manifestirajući se kroz specifične vrste stresa, poput tehnološkog stresa (Sahin i Coklar, 2009, prema Salanova, 2013), anksioznosti i depresije (Oberst i suradnici, 2017).

Četvrta a) hipoteza glasila je da postoji značajna moderatorska uloga percipirane podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska i FOMO učinka, pri čemu će povezanost između informacijskog pritiska i FOMO učinka biti veća kod sudionika koji percipiraju manju podršku obitelji i prijatelja. Četvrta b) hipoteza glasila je da postoji značajna moderatorska uloga percipirane podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska i FOBO učinka, pri čemu će povezanost između informacijskog pritiska i FOBO učinka biti veća kod sudionika koji percipiraju manju podršku obitelji i prijatelja. Moderatorska analiza pokazala je da percipirana podrška obitelji i prijatelja nemaju značajnu moderatorsku ulogu u odnosu između informacijskog pritiska i FOMO-a, tj. informacijskog pritiska i FOBO-a. To znači da, bez obzira na razinu podrške koju sudionici percipiraju od obitelji i prijatelja, veza između informacijskog pritiska i FOMO-a, tj. između informacijskog pritiska i FOBO-a nije značajno drugačija. Kao rezultat toga, Hipoteza 4.a i Hipoteza 4. b su odbačene. Iako ne postoje istraživanja o moderatorskoj ulozi ovih konstrukata između informacijskog pritiska i FOMO-a i FOBO-a, postoje nalazi kojima se ukazuje da se ipak očekivalo suprotno od dobivenog ovim istraživanjem. Jeong i suradnici (2016) te Peter i suradnici (2017) naglašavaju kako čvrsta socijalna podrška može značajno smanjiti negativne učinke FOMO-a i FOBO-a. Dou (2021) je utvrdila negativnu korelaciju između FOMO-a i socijalne podrške, točnije, pokazalo se da je veća razina socijalne podrške povezana s manjim razinama FOMO-a. Također, Xie i suradnici (2018) stavljaju naglasak na podršku prijatelja te da njihova podrška učinkovito ublažava FOMO. Na sličan način, s obzirom na to da su FOMO i FOBO povezani fenomeni koji dijele zajedničke emocionalne i psihološke mehanizme, ovi nalazi o utjecaju socijalne podrške mogu se primijeniti i na mehanizam FOBO-a, sugerirajući da čvrsta podrška obitelji i prijatelja također može igrati ključnu ulogu u ublažavanju osjećaja paraliziranosti i nesigurnosti vezanih uz donošenje odluka. Moguće objašnjenje odbacivanja hipoteze nalazi se u ograničenjima istraživanja kao što je veći postotak ženskih sudionika, s obzirom na to da su žene osjetljivije na društvene signale i interakcije izvan kruga obitelji i bliskih prijatelja (Valkenburg i Peter, 2013). Također, žene imaju veću potrebu za društvenom validacijom (Cross i Madson, 1997), zbog čega mogu osjećati veći pritisak da budu u toku s događajima, što povećava rizik od FOMO-a i FOBO-a, čak i uz visoku podršku bliskih osoba. Društvene mreže dodatno pojačavaju ovaj pritisak, a stalne usporedbe s drugima mogu oslabiti utjecaj stvarne podrške, čineći žene podložnijima strahu od propuštanja i donošenja loših odluka. Na kraju, važno je naglasiti da, iako moderatorska uloga za podršku obitelji nije potvrđena niti u slučaju s FOMO-om, niti u slučaju s FOBO-om, rezultatima regresije ukazuje se da je ova varijabla značajan prediktor FOMO-a i FOBO-a. Točnije, zaključuje se da sudionici koji

percipiraju višu razinu podrške od obitelji imaju tendenciju imati niže razine FOMO-a i FOBO-a. Iako podrška obitelji može smanjiti općeniti osjećaj FOMO-a i FOBO-a, ona ne mijenja način na koji pritisak informacija doprinosi tim fenomenima.

Važnost istraživanja, implikacije, ograničenja i smjernice za buduća istraživanja

Važnost ovog istraživanja je u tome što doprinosi boljem razumijevanju nedovoljno istraženih fenomena povezanih s društvenim mrežama, FOMO-a i FOBO-a, koji su sve aktualniji među adolescentima i mladim odraslima te, u ekstremnim slučajevima, mogu negativno utjecati na mentalno zdravlje pojedinaca te na njihov psihički razvoj. Ovo je prvo sveobuhvatno istraživanje kojim se nastojalo dobiti uvid u ono što muči današnje adolescente i mlade odrasle osobe, kroz pretpostavljenu interakciju novijih psiholoških fenomena.

Ovo istraživanje donosi nekoliko važnih implikacija za razumijevanje efekata informacijskog pritiska na FOMO i FOBO kod mladih odraslih. Prvo, rezultati upućuju na važnost upravljanja umorom od društvenih mreža i informacijskim preopterećenjem koji se ističu kao značajni prediktori oba fenomena. Organizacije koje rade s mladima, poput obrazovnih institucija i zdravstvenih centara, mogu iskoristiti ove nalaze za razvoj preventivnih programa koji pomažu mladima da bolje upravljaju svojim digitalnim navikama i vremenom provedenim na društvenim mrežama. Nadalje, istraživanjem se može informirati obrazovne institucije i organizacije o potrebi za obrazovanjem mladih o digitalnoj pismenosti, upravljanju stresom i važnosti društvene podrške. Pored toga, rezultati mogu pomoći stručnjacima u mentalnom zdravlju pri razvijanju ciljanih intervencija i podrške za mlade koji se suočavaju s tjeskobom, FOMO-om i FOBO-om. Na kraju, rezultati pridonose znanstvenom razumijevanju ovih fenomena u specifičnom kontekstu, pružajući osnovu za daljnja istraživanja.

Istraživanje ima nekoliko ograničenja. Prvo, zbog prigodnog uzorkovanja uzorak nije reprezentativan, što otežava generalizaciju rezultata na širu populaciju. Drugo, nerazmjerna zastupljenost žena u uzorku mogla je utjecati na rezultate moderacije, što je opisano ranije. Treći nedostatak je korištenje mjere samoprocjene koja je mogla povećati rizik od socijalno poželjnih odgovora. Ovdje se misli na samoprocjenu vremena provedenog na društvenim mrežama koja se kroz analize konzistentno prikazivala kao manje bitan faktor u cijelom istraživanju.

Za buduća istraživanja primarno se preporuča koristiti objektivne procjena vremena na društvenim mrežama, poput mjerenja vremena provedenog na ekranu (eng. *screen time*) na određenim aplikacijama društvenih mreža. Ova metoda uključivala bi korištenje aplikacija ili ugrađenih funkcija na mobilnim uređajima koje bilježe stvarno vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Drugo, potrebno je provjeriti ove hipoteze s podjednakim brojem muškaraca i žena kako bi se još jednom provjerila moderacijska uloga podrške obitelji i prijatelja u odnosu između informacijskog pritiska te FOMO-a i FOBO-a. Treće, preporuča se korištenje objektivnih procjena vremena na društvenim mrežama, poput mjerenja vremena provedenog na ekranu (eng. *screen time*) na određenim aplikacijama društvenih mreža. Ova metoda uključivala bi korištenje aplikacija ili ugrađenih funkcija na mobilnim uređajima koje bilježe stvarno vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Četvrto, uz objektivnu mjeru vremena provedenog na društvenim mrežama, bilo bi dobro provjeriti specifične obrasce korištenja društvenih mreža, poput provodi li se to vrijeme na aktivan ili pasivan način, umjesto da se samo fokusira na kvantitetu vremena. Peto, dodatnom analizom rezultata ovog istraživanja utvrđeno je da su žene podložnije svim pretpostavljenim indikatorima informacijskog pritiska u ovome istraživanju (i vremenu na mrežama, i umoru od društvenih mreža i informacijskom preopterećenju) te FOMO-u i FOBO-u. Osim toga, pokazalo se da, iako su podložnije svemu navedenom, imaju veću podršku prijatelja nego obitelji, i ta podrška prijatelja je veća nego kod muškaraca. Stoga se predlaže dodatna provjera ovog neizravnog nalaza istraživanja, na način da se u hipoteze uvedu i spolne razlike. Na kraju, potrebno je provesti daljnja istraživanja koja će se usredotočiti na izravnu povezanost između informacijskog pritiska, FOMO-a i FOBO-a kako bi se bolje razumjela priroda ovih odnosa i razvili učinkovitiji pristupi upravljanju anksioznošću u digitalnom dobu.

Zaključak

Ovim se istraživanjem nastojalo provjeriti u kojoj mjeri informacijski pritisak, određen indikatorima vremena provedenog na društvenim mrežama, umora od društvenih mreža i informacijske preopterećenosti može služiti kao prediktor straha od propuštanja događaja (FOMO) i straha od propuštanja bolje opcije (FOBO) te u kojoj mjeri percipirana podrška obitelji i prijatelja ima moderatorsku ulogu u tom odnosu. Rezultatima se upućuje da su vrijeme na društvenim mrežama te informacijski pritisak, određen umorom od društvenih mreža i informacijskim preopterećenjem značajni prediktor FOMO-a i FOBO-a. Također, utvrdilo se da je percepcija podrške obitelji značajan prediktor FOMO-a i FOBO-a. S druge strane, ni

podrška obitelji, ni podrška prijatelja nisu se pokazale statistički značajnim moderatorima u odnosu između informacijskog pritiska te FOMO-a i FOBO-a. Drugim riječima, iako su socijalna podrška obitelji i prijatelja važni za opću dobrobit pojedinca, rezultatima se sugerira da ta podrška na ovom uzorku ne ublažava utjecaj informacijskog pritiska na FOMO i FOBO. Ovaj rezultat može biti objašnjen većim brojem žena u uzorku, budući da su žene osjetljivije na društvene signale i društvene usporedbe, koje nadilaze utjecaj podrške iz bliskih odnosa. Važnost ovog istraživanja je u tome što je prvo u Hrvatskoj koje istražuje interakciju ovih novijih fenomena koji su usko povezani s društvenim mrežama te imaju veliki utjecaj na mentalno zdravlje adolescenata i mladih odraslih. Dobiveni rezultati mogu pomoći u razvijanju učinkovitijih strategija za upravljanje psihološkim izazovima povezanim s prekomjernom upotrebom društvenih mreža i informacijskom preopterećenošću, osobito među adolescentima i mladima. Osim toga, istraživanjem se naglašava potreba za daljnjim proučavanjem rodni razlika u iskustvima društvenih mreža i uloge socijalne podrške u smanjenju anksioznosti povezanih s fenomenima FOMO-a i FOBO-a. Ti rezultati onda mogu poslužiti kao dodatni alat za intervencijske programe usmjerene na smanjenje negativnih učinaka informacijskog pritiska na mentalno zdravlje. Naposljetku, treba uzeti u obzir i ograničenja ovog istraživanja (prigodni uzorak, nebalansiranost uzorka prema spolu, samoprocjena sudionika) koja bi se u nadolazećim ispitivanjima trebala izbjeći kako bi što točnije došli do saznanja u ovom području.

Literatura

- Aharoni, E., Hanel, P. H. P. i Huber, O. (2019). The effects of sharing personal information on the reward system in the brain. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 14(2), 217-227. <https://doi.org/10.1093/scan/nsy136>
- Alt, D. (2017). Students' social media engagement and fear of missing out (FoMO) in a diverse classroom. *Journal of Computing in Higher Education*, 29, 388-410.
- Archambault, A. i Grudin, J. (2012, May). A longitudinal study of facebook, linkedin, & twitter use. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 2741-2750).

- Baker, Z. G., Krieger, H. i LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational issues in psychological science*, 2(3), 275.
- Bauhoff, S. Systematic self-report bias in health data: impact on estimating cross-sectional and treatment effects. *Health Serv Outcomes Res Method* 11, 44–53 (2011). <https://doi.org/10.1007/s10742-011-0069-3>
- Bawden, D. i Robinson, L. (2009). The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of information science*, 35(2), 180-191.
- Bright, L. F., Kleiser, S. B. i Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148-155.
- Chai, H. Y., Niu, G. F., Chu, X. W., Wei, Q., Song, Y. H. i Sun I. J. (2018). Fear of missing out: What have I missed again?. *Advances in Psychological Science*, 26(3), 527.
- Cross, S. E. i Madson, L. (1997). Models of the self: self-construals and gender. *Psychological bulletin*, 122(1), 5.
- DataReportal. (2024). *Social media users*. <https://datareportal.com/social-media-users>
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Deep dive - The time we spend on social media*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-the-time-we-spend-on-social-media>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P. i Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International journal of information management*, 40, 141-152.
- Dou, F., Li, Q., Li, X., Li, Q. i Wang, M. (2021). Impact of perceived social support on fear of missing out (FoMO): A moderated mediation model. *Current Psychology*, 1-10.
- Dunbar, R. (1992) Neocortex Size as a Constraint on Group Size in Primates. *Journal of Human Evolution*, 22. 469- 493. [http://dx.doi.org/10.1016/0047-2484\(92\)90081-JEurostat](http://dx.doi.org/10.1016/0047-2484(92)90081-JEurostat).
- (2020). *Individuals – internet activities*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Individuals_-_internet_activities
- Field, A.P. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics (4th Edition)*. London: Sage publications.
- Graf, B. i Antoni, C. H. (2021). The relationship between information characteristics and information overload at the workplace-a meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(1), 143-158. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2020.1813111>

- Gregurić, A. (2023). *FOBO efekt: određenje konstrukta i psihosocijalni korelati* (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.
- Gruter, M. i Masters, R. D. (1986). Ostracism as a social and biological phenomenon: An introduction. *Ethology & Sociobiology*, 7(3-4), 149–158. [https://doi.org/10.1016/0162-3095\(86\)90043-9](https://doi.org/10.1016/0162-3095(86)90043-9)
- Hina (2019). *Survey shows there are 2.7 credit, debit cards per capita in Croatia*. <https://hina.hr/news/9622355>
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B. i Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine*, 7(7)
- Ivanov, L. i Penezić Z. (2010). *Zadarska zbirka psihologijskih skala i upitnika; svezak 5*.
- Jeong, A., Shin, D. W., Kim, S. Y., Yang, H. K. i Park, J.-H. (2016). Avoidance of cancer communication, perceived social support, and anxiety and depression among patients with cancer. *Psycho-Oncology*, 25(11), 1301–1307. <https://doi.org/10.1002/pon.4060>
- Johannes, N., Nguyen, T., Weinstein, N. i Przybylski, A. K. (2021). Objective, Subjective, and Accurate Reporting of Social Media Use: No Evidence That Daily Social Media Use Correlates With Personality Traits, Motivational States, or Well-Being. *Technology, Mind, and Behavior*, 2(2). <https://doi.org/10.1037/tmb0000035>
- Kim, E., Kim, D., E, Z. i Shoenberger, H. (2023). The next hype in social media advertising: Examining virtual influencers' brand endorsement effectiveness. *Frontiers in Psychology*, 14
- Konrath, S. (2018, 7. svibanj). *Americans are becoming more socially isolated, but they're not feeling lonelier*. The Conversation. <https://theconversation.com/americans-are-becoming-more-socially-isolated-but-theyre-not-feeling-lonelier-97386>
- Lewis, D. (1996). *Dying for information?* London, UK: Reuters Business Information
- Lin, K.-M. (2015). Predicting Asian undergraduates' intention to continue using social network services from negative perspectives. *Behaviour & Information Technology*, 34(9), 882–892. doi:10.1080/0144929x.2015.1027736
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of Missing Out: Practical Decision-Making in a World of Overwhelming Choice*. Naperville: Sourcebooks.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M. i Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, 55, 51-60.
- Omejec, H. (2020). *Strah od propuštanja kao medijator povezanosti pretjeranog korištenja interneta i zadovoljstva romantičnom vezom*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Zagreb.

- Peter, P. J., de Mola, C. L., de Matos, M. B., Coelho, F. M., Pinheiro, K. A., da Silva, R. A., Castelli, R. D., Pinheiro, R. T. i Quevedo, L. A. (2017). Association between perceived social support and anxiety in pregnant adolescents. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 39(1), 21– 27. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2015-1806>.
- Pew Research Center. (2022, 10. kolovoza). *Teens, social media and technology 2022*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R. i Gladwell, V. (2013) Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behaviour*, 29, 1841-1848.
- Rainie, L., A. Smith i M. Duggan (2013). Coming and going on Facebook, Pew Research Center's Internet and American Life Project. Ravindran, T., A. C. Yeow Kuan and D. G. Hoe Lian (2014). "Antecedents and effects of social network fatigue." *Journal of the Association for Information Science and Technology* 65(11): 2306-2320.
- Roberts, J. A. i David, M. E. (2020). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 36(4), 386-392.
- Salanova, M., Llorens, S. i Cifre, E. (2013). The dark side of technologies: Technostress among users of information and communication technologies. *International journal of psychology*, 48(3), 422-436.
- Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12, 257-285. [https://doi.org/10.1016/0364-0213\(88\)90023-7](https://doi.org/10.1016/0364-0213(88)90023-7)
- Thatcher, J. B., M. Srite, L. P. Stepina i Y. Liu (2003). "Culture, overload and personal innovativeness with information technology: Extending the nomological net." *Journal of Computer Information Systems* 44(1): 74-81.
- Wolniewicz, C. A., Tiamiyu, M. F., Weeks, J. i Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618–623. doi:10.1016/j.psychres.2017.09.058
- Woods, H. C. i Scott, H. (2016). Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49.
- Wortham, J. (2011). Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall. *New York Times*, 3.

- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F i Lei, L. (2018). Basic psychological needs satisfaction and fear of missing out: Friend support moderated the mediating effect of individual relative deprivation. *Psychiatry Research*, 268, 223–228. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.07.025>.
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y. i Yang, J. (2016). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904–914. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.006>
- Zhang, S., Shen, Y., Xin, T., Sun, H., Wang, Y., Zhang, X. i Ren, S. (2021). *The development and validation of a social media fatigue scale: From a cognitive-behavioral-emotional perspective. PloS one*, 16(1).