

# Informacijsko ponašanje mladih pri pretraživanju informacija u svakodnevnom životu na pametnim telefonima

---

Starčević, Zvonimir

Master's thesis / Diplomski rad

2018

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:142:590490>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij informatologije

Zvonimir Starčević

**Informacijsko ponašanje mladih pri pretraživanju informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima**

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Boris Badurina

Sumentor: doc. dr. sc. Ivana Martinović

Osijek, 2018.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij informatologije

Zvonimir Starčević

**Informacijsko ponašanje mladih pri pretraživanju informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima**

Društvene znanosti, Informatičke i komunikacijske znanosti, Informatički sustavi i informatologija

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Boris Badurina

Sumentor: doc. dr. sc. Ivana Martinović

Osijek, 2018.

## SAŽETAK

Informacijsko ponašanje mladih pri pretraživanju informacija za svakodnevni život je vrlo zanimljiva, ali relativno nova i još uvijek nedovoljno istražena tematika. Svako ponašanje je rezultat određene potrebe, a u ovom slučaju je to potreba za informacijama za svakodnevni život, stoga je vrlo važno poći od teorijskih osnova istraživnog područja ponašanja mladih što je obuhvaćeno u prvom dijelu rada. Teorijski dio polazi od definiranja informacija, informacijskog društva, informacijskog ponašanja kroz kratak pregled izabranih modela ponašanja te naravno uklapanje mladih u tematiku. Drugi dio rada predstavlja prikaz provedenog istraživanja čiji je cilj bio utvrditi, odnosno istražiti razlike informacijskog ponašanja mladih osoba srednjoškolske dobi prilikom pretraživanja informacija o svakodnevnom životu na pametnom telefonu i razgovora s osobama licem u lice. Istraživanje je obuhvatilo 105 učenika srednjoškolske dobi, a kao instrument istraživanja korišten je anonimni anketni upitnik koji je sadržavao ukupno 14 pitanja. Istraživanje je pokazalo kako mladi često pretražuju informacije za svakodnevni život na pametnim telefonima čak i više u usporedbi s komunikacijom „licem u lice“ s drugom osobom. Tematika svakodnevnog života o kojima istražuju su zdravlje, spolni odnosi te naravno prehrana. Također se pokazalo kako mladi brže i jednostavnije dolaze do traženih informacija putem pametnog telefona usporedno s bilo kojim drugim izvorom informacija. Pametni telefoni zasigurno predstavljaju uređaj kao prekretnicu modernog informacijskog društva kojim su informacije svakom korisniku dostupne „na dlanu“ na bilo kojem mjestu u bilo koje vrijeme.

**KLJUČNE RIJEČI:** informacijske potrebe, informacijsko ponašanje, mladi, pretraživanje informacija za svakodnevni život

# SADRŽAJ

|   |    |
|---|----|
| 1. UVOD .....   | 1  |
| 2. INFORMACIJE I INFORMACIJSKO DRUŠTVO .....  | 2  |
| 3. INFORMACIJSKO PONAŠANJE.....   | 4  |
| 3.1. MODELI INFORMACIJSKOG PONAŠANJA .....  | 6  |
| 4. MLADI I INFORMACIJE.....   | 15 |
| 4.1. INFORMACIJSKO PONAŠANJE MLADIH .....   | 18 |
| 5. ISTRAŽIVANJE INFORMACIJSKOG PONAŠANJA MLADIH PRI PRETRAŽIVANJU<br>INFORMACIJA NA PAMETNIM TELEFONIMA ..... | 21 |
| 5.1. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA.....   | 21 |
| 5.2. METODOLOGIJA, INSTRUMENT I UZORAK .....  | 21 |
| 6. REZULTATI.....   | 23 |
| 7. RASPRAVA .....   | 37 |
| 8. ZAKLJUČAK .....  | 38 |
| LITERATURA.....   | 40 |
| PRILOZI.....  | 43 |
| POPIS SLIKA .....   | 47 |

# 1. UVOD

Informacijske potrebe suvremenog društva podložne su stalnim promjenama, u skladu s aktualnim društvenim trendovima i promjenama životnog stila mladih. Suvremeno društvo može se nazivati i informacijskim društvom u kojem ljudi moraju moći upravljati sve većom količinom informacija, što u konačnici zahtijeva sve učestalije korištenje tehničke i tehnološke podrške. Sve je veća interakcija mladih s kompleksnim elektroničkim okruženjem, a generalni rezultat interakcije ogleda se u većem volumenu korištenja informacija, novim oblicima i gomilanju informacija te novih alata za rad s istima.<sup>1</sup>

U ovom diplomskom radu fokus je stavljen na proučavanje informacijskog ponašanja mladih prilikom pretraživanja informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima. Dakle, pitanje je kakve informacijske potrebe motiviraju mlade na određeno informacijsko ponašanje, uz pretraživanje korištenjem naprednih tehnoloških rješenja, pametnih telefona koji su podložni brzim promjenama i samim time utječu i na promjene informacijskog ponašanja. Istraživanje informacijskog ponašanja je usmjereno na mlade koji imaju određene informacijske potrebe vezane uz svakodnevni život. Sovalinen navodi kako pretraživanje informacija za svakodnevni život tzv. ELIS (eng. everydaylife information seeking) uključuje pretraživanje onih informacija koji nisu strogo vezani uz obrazovanje, stručno usavršavanje, rad i slično. Motivacija za pisanje rada je bila kroz definiranje osnovnih teorijskih pojmova informacijskog ponašanja, modela i strategija, izdvojiti trendove, s naglaskom na načine kako „uvesti“ mlade u svijet digitalnih informacija koji im je dostupan na svakom koraku putem mobitela, tableta i ostalih uređaja s izravnim pristupom Internetu, odnosno uputiti ih na pretraživanje vjerodostojnih izvora informacija i oblikovanja informacijskog ponašanja u cilju stjecanja vještina prepoznavanja kvalitetnih izvora informacija. Cilj rada je utvrditi, odnosno istražiti razlike informacijskog ponašanja mladih osoba srednjoškolske dobi prilikom pretraživanja informacija o svakodnevnom životu na pametnom telefonu i razgovora s osobama licem u lice.

---

<sup>1</sup> Marchionini, Gary. Information seeking in electronic environments. Cambridge: Cambridge university press, 1995. Str. 1. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511626388> (2018-02-22)

## 2. INFORMACIJE I INFORMACIJSKO DRUŠTVO

Informacijsko društvo moguće je definirati kroz pet različitih aspekata; tehnološki, ekonomski, strukovni, prostorni te kulturološki. Tehnološki koncept zasniva se na tehnološkim inovacijama koje su najopipljiviji indikator modernog vremena. Počevši od 70-ih godina prošlog stoljeća te pojave televizora, računala, novih uredskih tehnologija, online informacijskih usluga, različitih alata za obradu i procesuiranje teksta i tako dalje napredak je itekako vidljiv.<sup>2</sup> Karakterizira ga relativno visok stupanj uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije koja se temelji na informacijama i to „bytiziranim“.<sup>3</sup> Tehnološki napredak i razne inovacije dovele su do kompletne rekonstrukcije društva obzirom na utjecaj koje su inovacije imale. Alvin Toffler metaforički navodi kako su se dogodila tri vala tehnoloških promjena; agrokulturalna revolucija, industrijska revolucija i informacijska revolucija koja u potpunosti mijenja stil života cjelokupnog društva. Razvoj, napredak i korištenje informacijsko komunikacijske tehnologije uvelike se odražava na kvalitetu poslovanja, edukacije te općenito funkcioniranja. Također, prilagodba na Internet i razne mogućnosti koje pruža informacije su postale maksimalno dostupne na svakom korak i to sve više putem pametnih mobilnih telefona. Informacije se šire ne samo na nacionalnoj već internacionalnoj te globalnoj razini i to između raznih institucija; banke, korporacije, vlada, sveučilišta čime se stvara tehnološka infrastruktura koja omogućava trenutačnu komunikaciju u bilo kojem trenutku na bilo kojem mjestu u svijetu.<sup>4</sup>

Ekonomski aspekt u definiranju informacijskog društva ogleda se u vrijednosti koju informacija kao resurs donosi. Ukoliko informacija može utjecati na BDP, prihod, dohodak tada itekako dobiva na važnosti, a pravovremena i točna informacija uvelike može biti izvor zarade, ali isto tako i gubitka u poslovnom svijetu. Porat razlikuje informacijske sektore ekonomije kao primarni i sekundarni tako da primarni ima jasnu tržišnu vrijednost, dok sekundarni nema budući da se odnosi na R&D – istraživanje i razvoj, intelektualni kapital i slično što nije moguće iskazati tržišnom vrijednošću.<sup>5</sup>

Strukovni aspekt informacijskog društva očituje se kroz sociološki utjecaj, tj. pojavu uslužnih djelatnosti koje se praktički temelje na informacijama. Fokus promjena na strukovnom planu je upravo na primarnoj važnosti informacija koje postaju ravnopravan resurs kojim se

---

<sup>2</sup> Webster, Frank. Theories of the information society. New York: Routledge, 2006. Str. 21

<sup>3</sup> Bosančić, Boris. Information in the knowledge acquisition process // Journal of documentation, 72 (2016), 5; 930-960.

<sup>4</sup> Webster, Frank. Nav. dj., str. 21

<sup>5</sup> Isto.

postiže konkurentna prednost. Iako se vrijednost informacija ne može kvantitativno izraziti to nikako ne osporava njenu važnost i doprinos. Sukladno tome, može se identificirati novi tip zaposlenika 21. „tehnološki intelektualci“.<sup>6</sup>

Prostorni aspekt informacijskog društva naglasak stavlja na informacijskim mrežama koje povezuju različite geografske lokacije te omogućavaju razmjenu informacija. Putem satelita komunikacija je omogućena za različite sudionike komunikacijskog kanala s bilo kojeg mjesta u svijetu. Također, razmjena informacija, stavljanje podataka u oblak, video konferencije, chat, video pozivi putem različitih usluga, alata te društvenih mreža itekako olakšavaju protok raznim informacijama u svim sektorima društva.<sup>7</sup>

Kulturološki aspekt informacijskog društva zasigurno je najteže kvantitativno izraziti te objasniti, a istodobno utjecaj u društvu je najveći. Zatrpianost informacijama putem televizora, bilbordova, plakata, marketinških kampanja, filmova, glazbe kroz koje se promoviraju trendovi, moda te naposljetku se utječe na kompletan životni stil. Činjenica je kako ljudi diferenciraju iz mora informacija ono što im je bitno te sukladno tome donose odluke. Informacijsko društvo se ne može univerzalno definirati, nego je potrebno sagledati sve aspekte te imati na umu kako informacija zasigurno predstavlja moć, a na svakom pojedincu je da prosudi način njenog korištenja.<sup>8</sup>

Informacija, osim što predstavlja resurs, moć i u konačnici znanje, definira se prema Davisu kao podatak obrađen u obliku koji je smislen njezinom primatelju i koji ima stvarnu ili percipiranu vrijednost za njegove sadašnje i buduće odluke i akcije.<sup>9</sup> Najčešće korištena definicija jest ona koja proizlazi iz DIKW prema kojoj su podaci, najjednostavnije rečeno, činjenice o svijetu, informacija je podatak stavljen u kontekst ili organizirani podaci stavljeni u kontekst, znanje su informacije koje za primatelja imaju neko značenje i koje mu omogućavaju neki oblik djelovanja.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Isto.

<sup>7</sup> Isto.

<sup>8</sup> Isto.

<sup>9</sup> Davis, Gordon B., Olson, Margrethe H. Management Information Systems: Conceptual Foundations, Structure and Development. New York: McGraw- Hill, 1984. URL: <https://trove.nla.gov.au/work/19430145?selectedversion=NBD4012171> (2017-02-22) Str. 200.

<sup>10</sup> Badurina, Boris. Što je informacijsko u informacijskom društvu? // Ogledi o informacijskim znanostima: Zbornik u čast Tatjane Aparac-Jelušić / Osijek ; Zadar: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku ; Sveučilište u Zadru, 2016. Str. 150



### 3. INFORMACIJSKO PONAŠANJE

Informacijsko ponašanje (*eng. Information behaviour*) odnosi se na kompletno ponašanje ljudi u odnosu na izvor i kanale informacija uključujući kako aktivno tako i pasivno traženje i korištenje informacija. To također podrazumijeva i komunikaciju „licem u lice“ (*eng. face-to-face communication*) s drugim osobama, ali isto tako i pasivni prijem informacija kroz primjerice gledanja TV oglasa bez ikakve namjere korištenja tih istih informacija.<sup>11</sup>

Informacijsko ponašanje s namjerom (*eng. Information seeking behaviour*) koje podrazumijeva traženje informacija s određenom namjerom kako bi se ostvario željeni cilj pretrage. Pritom korisnik može pristupiti različitim medijima, odnosno izvorima informacija i to „manualnih“, primjerice novina ili računalno baziranih poput *www* izvora.<sup>12</sup> Mikro razinu ponašanja korisnika pri pretraživanju u interakciji s bilo kakvom vrstom informacijskog sustava označava Informacijsko ponašanje pri pretraživanju (*eng. Information searching behaviour*). Sastoji se od već spomenute interakcije sa sustavom, bilo da se tu radi o razini korisnik-sustav kroz korištenje primjerice miša, klikanjem na linkove ili više, intelektualne razine, koristeći npr. Boolovu strategiju pretraživanja ili kriterija odlučivanja koji dovode do mentalnih postupaka, kao što je prosuđivanje relevantnosti prikupljenih informacija.<sup>13</sup> Informacijsko pretraživanje (*eng. Information retrieval*) odnosno Boolova strategija podrazumijeva, kako je već navedeno, korištenje materijalnog npr., dokument iz nestrukturirane prirode (tekst koji zadovoljava potrebu za informacijom iz čitave kolekcije pohranjene na određenom računalu).<sup>14</sup> U današnje vrijeme to je najučestaliji način dolaska do informacija, obzirom da pristup računalu, tj., *www*-u ima većina korisnika. Naposljetku, važno je spomenuti informacijsko ponašanje pri korištenju (*eng. Information use behaviour*) koje se sastoji od fizičkih i mentalnih djelovanja koje korisnik poduzima na temelju svojih već postojećih baza znanja. Na osnovu toga, slijedi fizičko djelovanje kao što je primjerice označavanje dijelova teksta kako bi se naglasila njegova važnost i značaj, no naravno i mentalno djelovanje koje uključuje usporedbu novih informacija s postojećim znanjem.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup>Wilson, T.D. Human information behaviour. // *Informing Science* Volume 3, No. 2 (2000) Str. 49-55. URL: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf> (2017-03-15)

<sup>12</sup> Isto.

<sup>13</sup> Isto.

<sup>14</sup> Manning, Christopher D., Raghavan, Prabhakar, Schütze, Hinrich. An introduction to information retrieval. Cambridge: Cambridge university press (2009) URL: <https://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/01bool.pdf> (2017-05-17) Str. 1

<sup>15</sup>Wilson, T.D. Human information behaviour. Nav. dj. str. 50

Informacijsko ponašanje preferirani je izraz koji se koristi za opisivanje mnogih načina na koje se ljudi koriste informacijama, a posebice način na koji pretražuju informacije. Informacijsko ponašanje može se promatrati s aspekta umjetnosti i to kroz knjižnične i informacijske znanosti. Naime, informacijsko ponašanje odnosi se na poddisciplinu koja se bavi širokim rasponom vrsta istraživanja provedenih kako bi se razumio odnos korisnika prema informacijama.<sup>16</sup>

Zanimanje za ovo područje razvilo se iz nekoliko stremnji. Knjižničari su htjeli bolje razumjeti knjižnične korisnike, vladine agencije htjeli su shvatiti kako su znanstvenici i inženjeri koristili tehničke informacije kako bi promovirali brže prihvaćanje novih rezultata istraživanja, a sociolozi su općenito bili zainteresirani za društvenu upotrebu informacija u različitim područjima. U posljednjih nekoliko godina također su svemu tome doprinijele i društvene studije informacijsko – komunikacijske tehnologije. Navedene stremnje pridonijele su kvalitetnijem razumijevanju korisnika tj., njihovog informacijskog ponašanja.<sup>17</sup> Stoga, ne čudi kako je informacijsko ponašanje već dugi niz godina predmet istraživanja u brojnim različitim granama znanosti, od psihologije, sociologije, filozofije, informatologije i slično. Konkretnija istraživanja informacija značajno su porasla u poslijeratno vrijeme, a pri tome se misli na razdoblje za vrijeme i nakon Drugog svjetskog rata. Radovi su prikupljeni i objavljeni 1948. Od strane Royal Society Scientific Information Conference koja predstavlja početak modernog istraživanja informacijskog ponašanja i načina na koje ljudi koriste prikupljene informacije u radu te posebice u znanosti i tehnologiji. Obzirom na vrijeme i okolnosti, ne čudi činjenica kako u prvom planu studija tj., istraživanja, nije bilo ljudsko ponašanje pri pretraživanju informacija, odnosno ljudski faktor, nego korištenje informacijskih izvora i sustava s područja medicinske znanosti, šumarstva, atomske energije, energetike i sl.. U tom razdoblju prije korištenja računala, glavni izvor informacija bili su različiti dokumenti, novine, knjige, osvrti, znanstveni članci i slično. Nastojalo se definirati načine kako izvore informacija učiniti korisnijima znanstvenicima i kako navesti znanstvenike da u većoj mjeri koriste navedene izvore.<sup>18</sup>

Zanimljiv je citat Bernala, profesora fizike na Brickbeck sveučilištu (1958.) o važnosti prepoznavanja potreba za informacijama, kako slijedi: „(...) *poznavanje potreba različitih*

---

<sup>16</sup> Bates, Marcia J. Information Behavior. // Encyclopedia of Library and Information Sciences, 3rd Ed. New York: CRC Press, vol. 3, (2010). Str. 2381 URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html> (2017-8-21)

<sup>17</sup> Bates, Marcia J. Nav. dj. str. 2381

<sup>18</sup> Wilson, T.D. Human information behaviour. //Informing science: Special issue on information science research Vol.3 No. 2 (2000). Str. 49-56. URL: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf> (2017-05-17) str. 50.

*korisnika znanstvenih informacija i njihove upotrebe istih, trebalo bi predstavljati ključni čimbenik u oblikovanju metoda pohrane i pronalaznja znanstvenih informacija.* <sup>19</sup> Dakle, već u tom razdoblju počinje se nazirati važnost informacijskih istraživanja bitnih za daljnji razvoj principa spremanja podataka i oblikovanja izvora informacija, a to su potrebe informacijskih korisnika. Potrebe korisnika usmjeravaju do određenog ponašanja pri pretraživanju s ciljem njihova zadovoljenja. 80-ih godina u središtu promatranja osoba, odnosno pretraživač informacija i njegove potrebe, a ne sustav informacija, čime se također prelazi s kvantitativnih na kvalitativne metode istraživanja.<sup>20</sup>

Obzirom na količinu informacija koje su dostupne bilo je potrebno razviti kompleksnu informacijsku infrastrukturu usmjerenu potrebama korisnika te pronalasku najefikasnijeg načina njihovog zadovoljavanja. Naravno, to iziskuje jako puno vremena, istraživanja, proučavanja informacijskog ponašanja korisnika te naravno konstantno održavanje infrastrukture. Razvijeni su različiti filtri pretraživanja na svjesnoj i nesvjesnoj razini kojima, raznovrsne strategije pretraživanja s ciljem omogućavanja korisnicima upravo onoga što traže kako bi se spriječilo pretrpavanje nepotrebnim informacijama i gubljenju vremena. Naravno, navedeno je dovelo do bržeg pronalaska informacija, a proces prikupljanja i njihovog korištenja zapravo je dio kritičke aktivnosti.<sup>21</sup>

Na temelju istraživanja informacijskog ponašanja izravno ili pak proučavanjem rezultata istraživanja, mnogi autori oblikovali su određene modele informacijskog ponašanja. U nastavku slijedi pojašnjenje nekih od najznačajnijih modela informacijskog ponašanja, nakon čega slijede i strategije pretraživanja informacija.

### **3.1. MODELI INFORMACIJSKOG PONAŠANJA**

Modeli informacijskog ponašanja mogu se definirati kao okviri kojima se opisuju uzroci i posljedice informacijskih aktivnosti, te opisuju faze uzročno – posljedičnih aktivnosti, odnosno pokazuju relacije koje bi se trebale istražiti i testirati.<sup>22</sup> Sam pojam modela Bates definira kao vrstu prototeorije i postavlja kao probnu skupinu odnosa čija valjanost može biti testirana. Slično tome, Case navodi da, iako se modeli često bave ograničenim problemima, ponekad mogu prethoditi izgradnji formalne teorije. Tvrdi kako se modeli razlikuju od teorija prema

---

<sup>19</sup> Wilson, T. D. Human information behaviour. //Informing science: Special issue on information science research Vol.3 No. 2 (2000) str. 50. URL: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf> (2017-05-17)

<sup>20</sup> Wilson, T. D. Human information behaviour. Nav. dj. str. 51.

<sup>21</sup> Marchionini, Gary. Nav. dj. Str. 2.

<sup>22</sup> Wilson, T. D. Models in information behaviour research. // Journal of Documentation 55, 3 Str. 249 - 270. (1999), str. 249. URL: [http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson\\_Only\\_1999.pdf](http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson_Only_1999.pdf) (2017-25-08)

tome što pokazuju njihov sadržaj, konkretnije kroz neku vrstu dijagrama, dok Bates naglašava kako, usprkos tome što se modeli često prikazuju u dijagramima, oni se također mogu opisati i rečenicom.<sup>23</sup>

Wilson objašnjava okvire koji opisuju uzroke i posljedice informacijskih aktivnosti kao i faze prethodno navedenih aktivnosti. Sugerira da, dok je većina modela informacijskog ponašanja u predteoretskoj fazi, oni pokazuju relacije koje bi se trebale istražiti i testirati. Dakle, modeli pružaju konceptualne i metodološke instrumente za formulaciju hipoteza i teorija.<sup>24</sup> Wilson je postavio općeniti model informacijskog ponašanja 1981. godine koji je uključivao koncepte informacijske potrebe, traženja informacija, razmjene informacija i korištenja istih.<sup>25</sup>

- **Wilsonov model informacijskog ponašanja**

Model pokazuje kako je proces traženja informacija iniciran informacijskim potrebama korisnika. Nakon toga, korisnik upućuje zahtjeve ka formalnim ili neformalnim izvorima i sustavima, kako bi zadovoljio svoje informacijske potrebe. Proces rezultira uspjehom ili neuspjehom u traženju relevantnih informacija. Neuspjeh u traženju informacija uzrokuje korisnikovo nezadovoljstvo, što dovodi do toga da adaptira traženje koristeći različite informacijske sustave i izvore. Model također pokazuje da procesi traženja informacija mogu uključiti i razmjenu informacija s drugima ukoliko su ocijenjene kao korisne.<sup>26</sup>

---

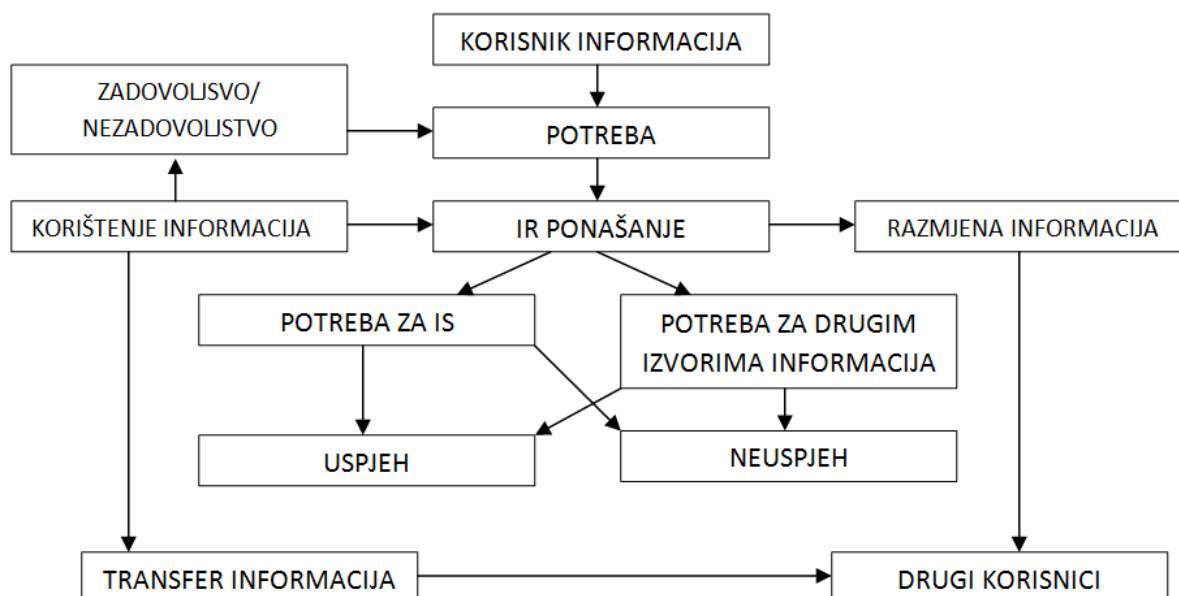
<sup>23</sup> Bates, Marcia J. An Introduction to Metatheories, Theories, and Models. Dept. of Information Studies University of California, Los Angeles, 2005, Str. 3. URL: [https://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/VIKBA12/um/Bates\\_2005\\_intro.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/VIKBA12/um/Bates_2005_intro.pdf) (2017-25-08)

<sup>24</sup> Wilson, T. D. Models in information behaviour research. Nav. dj., str. 250.

<sup>25</sup> Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. Nav. dj., str. 551.

<sup>26</sup> Wilson, T. D. Models in information behaviour research. Nav. dj., str. 249.

<sup>26</sup> Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. Nav. dj., str. 551.



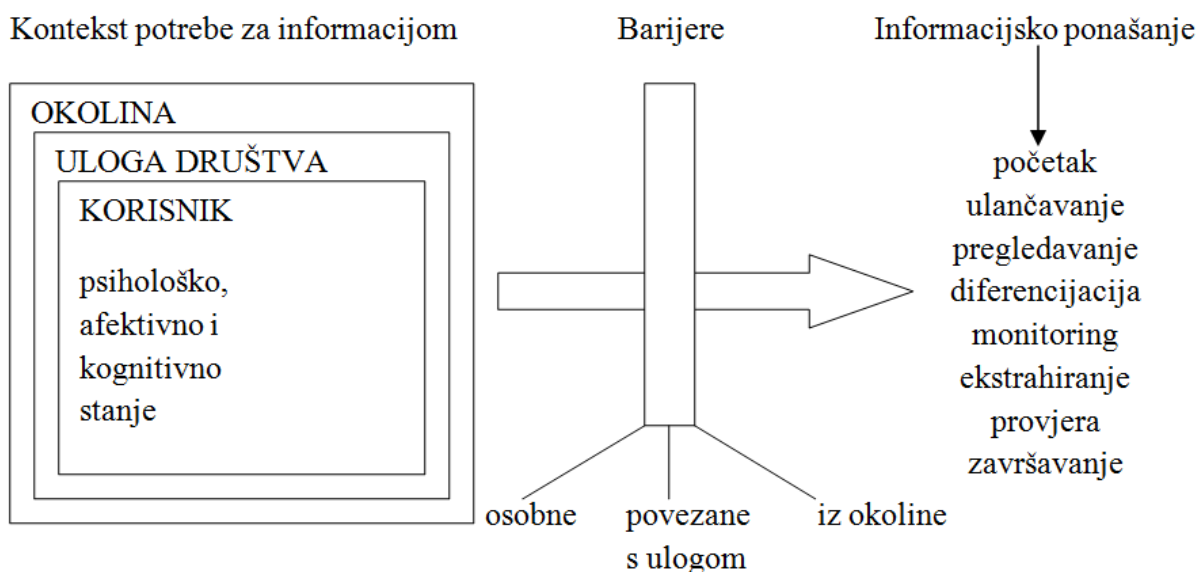
Slika 1. Wilsonov model informacijskog ponašanja iz 1981.

Wilson, T.D. Models in information behaviour research. // *Journal of Documentation* 55, 3 Str. 249 - 270. (1999), Str. 249. URL: [http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson\\_Only\\_1999.pdf](http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson_Only_1999.pdf) (2017-25-08)

Wilson revidira model 1997. godine te se on temelji na dvije glavne pretpostavke. Prva pretpostavka očituje se u informacijskoj potrebi koja u ovom slučaju nije primarna, nego sekundarna potreba koja se javlja iz osnovnijih potreba. Nadalje, druga pretpostavka leži u pokušaju otkrivanja informacija s ciljem zadovoljavanja potrebe pri čemu se korisnik susreće s različitim preprekama.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Wilson, T. D. Models in information behaviour research. Nav. dj. Str. 249.

<sup>27</sup> Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. Nav. dj. Str. 251.



Slika 2. Wilsonov opći model informacijskog ponašanja<sup>28</sup>

Prema revidiranom modelu iz 1997. godine osnovne potrebe mogu biti psihološke, kognitivne ili afektivne te su stavljene u kontekst pojedinca ili njegovog okruženja (političkog, ekonomskog, socijalnog, tehnološkog i slično) unutar kojeg se odvija njegov privatni ili poslovni život. Prepreke koje sprječavaju traženje informacija proizlaze iz istog skupa konteksta te mogu biti osobne (emotivne, edukacijske, demografske varijable), društvene ili prepreke iz okruženja (ekonomske varijable i karakteristike izvora).<sup>29</sup>

Glavna razlika između prvotnog i revidiranog modela je razumijevanje kako utjecaj različitih varijabli iz okoline može podržavati i sprječavati korištenje informacija, te da postoje različiti tipovi ponašanja prilikom pretraživanja informacija.<sup>30</sup> Također, ovaj model uključuje definiciju mehanizama za aktiviranje koja objašnjava ponašanje korisnika. Mehanizmi za aktiviranje su psihološki faktori, objašnjeni različitim teorijama, koji iniciraju procese informacijskog ponašanja.<sup>31</sup>

<sup>28</sup> Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. // Information Processing & Management 33, 4 (1997), str. 552. URL: <http://www.informationr.net/tdw/publ/papers/1997IP&M.pdf> (2017-09-01)

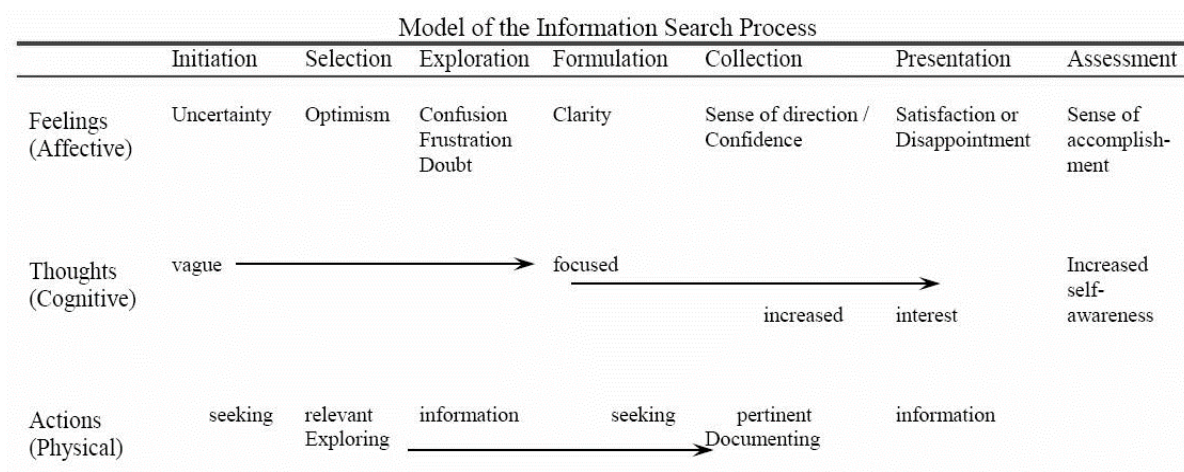
<sup>29</sup> Isto. Str. 553-6.

<sup>30</sup> Tabak, Edin; Kukić, Damir. Informacijsko ponašanje. //Univerzitet u Zenici. (2013) Str. 64. URL: <http://unze.ba/informacijskoponasanje/> (2017-09-05)

<sup>31</sup> Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. Nav. dj. Str. 556.

- **Proces traženja informacija C. Kuhltau**

Model pretraživanja informacija C. Kuhltau naglašava afektivne i kognitivne aspekte IS procesa, te podrazumijeva afektivnost (osjećaje), kognitivnost (misli) i fizičku akciju, što je zajedničko za svaku fazu procesa traženja informacija.<sup>32</sup>



**Slika 3. Proces traženja informacija prema Kuhltau** <sup>33</sup>

Prva faza je faza iniciranja gdje korisnik informacija postaje svjestan svoje potrebe za informacijama te osjeća nesigurnost i neshvaćanje. Potom slijedi faza selekcije u kojoj se bira opća tema za traženje informacija, a u toj fazi prevladava osjećaj optimizma te je korisnik spreman početi s traženjem. Preliminarno istraživanje faza je u kojoj korisnik traži i istražuje opće informacije o temi te je zanimljivo kako se osjećaji nesigurnosti i zbunjenosti ponovno pojavljuju i to u većoj mjeri. Tijekom formuliranja fokusa, korisnik počinje strukturirati problem, te se samopouzdanje povećava. Prikupljanje se odnosi na fazu kada korisnik skuplja relevantne informacije te vrši diseminaciju, pritom postaje samopouzdaniji i sigurniji. Model traženja informacija i prezentacije završni je korak koji se odnosi na kompletiranje pretraživanja, što omogućava korisniku upotrebu istih te njihovu prezentaciju.<sup>34</sup>

<sup>32</sup> Kuhlthau, Carol C. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. // Journal of the American Society for Information Science 42, 5(1991), 361-371. URL: <https://cloud.irb.hr/proxy/nph-proxy.cgi/10/http/web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer=3fsid=3d709cfe55-c364-4ec8-aea4-cba00d914b2b=2540sessionmgr114=26vid=3d0=26hid=3d123> (2017-08-09) Str. 362

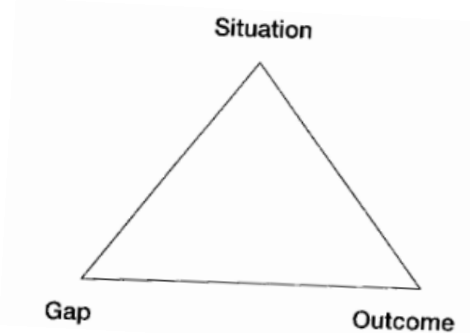
<sup>33</sup>Kuhlthau, Carol. Information search process. URL: <http://wp.comminfo.rutgers.edu/ckuhlthau/information-search-process/> (2017-09-07)

<sup>34</sup> Isto. Str. 363

- **Sense-making teorija Brende Dervin**

*Sense – making* „model“ preuzak je pojam te mu se mora pristupiti sa šireg aspekta prilikom definiranja te bi tako točnije bilo govoriti o kompletnoj teoriji, setu pretpostavki, teorijskoj perspektivi, metodološkom pristupu, metodi istraživanja te naposljetku kompletnoj praksi sukladno tome kako se informacija percipira. *Sense - making* teorija daje smisao stvarnosti koja je istovremeno strukturirana i kaotična.<sup>35</sup>

Teorija se razvijala dugi niz godina te se može promatrati kao jednostavan model informacijskog ponašanja jer predstavlja značajan prikaz važnih komponenti informacijskog ponašanja. Uključena je u obrazloženje modela informacijskog ponašanja, iako sama po sebi nije model. Tako da ima značajnu ulogu u shvaćanju informacijskog ponašanja.



Slika 4. Sens-making model<sup>36</sup>

Sastoji se sastoji od četiri ključna elementa što je prikazano na slici 4.:<sup>37</sup>

- 1) situacija u vremenu i prostoru - definira kontekst u kojem se javljaju informacijski problemi,
- 2) jaz - identificira razliku između postojeće i željene situacije,
- 3) ishod - posljedica sense-making procesa i
- 4) most - sredstvo za zatvaranje jaza između situacije i ishoda.

Dervin prezentira navedene elemente kroz formu trokuta, no ipak bi više smisla imao „most“ kojim bi se spojio jaz između situacije i ishoda.

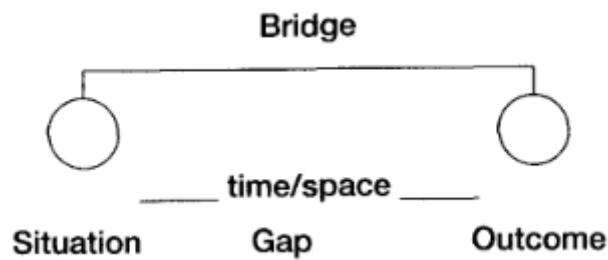
---

<sup>35</sup> Wilson, T.D. Models in information behaviour research. Nav. dj. Str. 253.

<sup>36</sup> Wilson, T.D. Models in information behaviour research. // Journal of Documentation 55, 3 (1999), str. 253. URL: [http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson\\_Only\\_1999.pdf](http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson_Only_1999.pdf) (2017-25-08)

<sup>37</sup> Wilson, T.D. Models in information behaviour research. Nav. dj. Str. 254.





Slika 5. Sense-making model<sup>38</sup>

Snaga modela ogleda se djelomično u metodološkim posljedicama, jer se u kontekstu informacijskog ponašanja dovodi do načina ispitivanja koji otkriva prirodu problemske situacije. Isto tako, kroz model se očituje u kojoj mjeri informacija služi u zatvaranju jaza situacije i ishoda te ujedno i prirodu ishoda korištenja informacija. Korištenjem *sense-making* teorije kao metodologije istraživanja, postoji velik potencijal dobivanja uvida u informacijsko ponašanje korisnika što može pozitivno utjecati na stvaranje informacijskih sustava i dostavu informacija od sustava do korisnika.<sup>39</sup>

*Sense - making* teorija je usmjerena na individualno, više nego na grupno razumijevanje, te se zbog toga može doći do zaključka kako nije prikladna za pojašnjavanje grupne ili organizacijske razmjene informacija. No, taj zaključak može se ublažiti pregledom trenutnih načela stvaranja smisla, koje u svojoj biti uključuju utjecaj vremena, prostora, razumijevanja, moći, kulture i slično.<sup>40</sup>

- **Model ELIS (eng. everyday life information seeking)**

Savolainenov model ELIS objašnjen je kroz stjecanje različitih informacijskih, kognitivnih i ekspresivnih segmenata, važnih za snalaženje u svakodnevnom životu, ili kod rješavanja problema koji nisu direktno vezani za izvršavanje poslovnih zadataka.<sup>41</sup> Prema ovom modelu, način života shvaćen je kao "red stvari", a obzirom da osmišljeni red stvari ne reproducira sam sebe automatski, pojedinci se o tome moraju aktivno brinuti. Savolainen ovu aktivnost definira kao "majstorstvo života", koje može biti pasivno, kada su ljudi zadovoljni kada sve ide onako kako se očekuje, ali može biti i aktivno, što je povezano s pragmatičnim rješavanjima problema u slučajevima kada je "red stvari" poremećen. Savolainen predlaže tipologiju „majstorstva

<sup>38</sup> Wilson, T.D. Models in information behaviour research. Nav. dj., str. 254.

<sup>39</sup> Isto.

<sup>40</sup> Usp. Karen E. Fisher, Sanda Erdelez and Lynne (E.F.) McKechine. Nav. dj., str. 114.

<sup>41</sup> Savolainen, Reijo. Everyday life information seeking: Approaching Information Seeking in the Context of "Way of Life"// Library & Information Science Research Volume 17, Issue 3, Pages 259-294, 1995, str. 266-267

života“ baziranu na dvije dimenzije ponašanja kod rješavanja problema. Prva dimenzija je kognitivno vs. afektivno (opisuje racionalna razmatranja u situacijama prilikom rješavanja problema), a druga optimizam vs. pesimizam (opisuje očekivanja od procesa rješavanja problema). Kombiniranjem ovih dimenzija Savolainen je kreirao četiri idealna tipa „majstorstva života“:

1. optimistično-kognitivni,
2. pesimistično-kognitivni,
3. defanzivno-afektivni i
4. pesimistično-afektivni.

„Način života“ i „majstorstvo života“ određuju jedan drugog. Vrijednosti, materijalni i društveni kapital, ali isto tako i kulturni i kognitivni kapital, kao i trenutna situacija života, utječu na način i „majstorstvo života“.<sup>42</sup>

- **Saračevićev stratificirani model interakcije u informacijskom pretraživanju**

Stratificirani model informacijskog pretraživanja uključuje specifične procese i događaje koji imaju ključnu ulogu u interakciji kod informacijskog pretraživanja, kroz pojam relevantnosti, korisničkog modeliranja, odabira termina za pretraživanje i tipova povratnih informacija. Model je proširen kroz opisivanje varijabli odnosno razina koje su prisutne kod svakog elementa informacijskog pretraživanja (IR), osoba/korisnik i računalo/sustav.<sup>43</sup> Saračevićev stratificirani model na interakciju u informacijskom pretraživanju gleda kao na proces koji uključuje površinsku razinu gdje se korisnik i računalo susreću kroz sučelje te razlikuje nekoliko razina ili starta za svaki od elemenata. Razine predložene za korisnika su kognitivna, emocionalna i situacijska, za računalo tehnička razina, razina obrade i razina sadržaja (interakcija je definirana kao uzajamno djelovanje između tih različitih razina).<sup>44</sup>

Počinje dvjema pretpostavkama:<sup>45</sup>

- a. korisnici ulaze u interakciju s IR sustavima kako bi koristili informacije i
- b. korištenje informacija povezano je s kognitivnom i situacijskom primjenom.

---

<sup>42</sup> Isto. str. 264

<sup>43</sup>Saracevic, Tefko. Relevance reconsidered. : Information science: Integration in perspectives. Proceedings of the Second Conference on Conceptions of Library and Information Science (CoLIS 2). Copenhagen (Denmark), 14-17 Oct.1996. pp. 201-218.URL: [http://tefkos.comminfo.rutgers.edu/CoLIS2\\_1996.doc](http://tefkos.comminfo.rutgers.edu/CoLIS2_1996.doc), str. 316.

<sup>44</sup> Isto. Str. 326.

<sup>45</sup> Isto. Str. 315.

Stratificiranom modelu prethodi takozvani A-C-A (*eng. Acquisition – Cognition - Application*) model, odnosno Model stjecanje – spoznavanje – primjena. Stjecanje se odnosi na dobivanje informacija, spoznavanje uključuje upijanje ili na neki drugi način kognitivnu obradu informacije, a primjena se odnosi na korištenje primljenih informacija za rješavanje određenog problema ili zadatka.<sup>46</sup>

Navedeni modeli informacijskog ponašanja prikazani su kako bi se naglasilo da je fokus na korisnicima i na ponašanju korisnika pri pretraživanju određenih informacija, s ciljem prilagođavanja sustava korisnicima (kako bi ti sustavi što bolje zadovoljili potrebe korisnika). Upravo zato su nastali ovi modeli, obzirom da se u počecima više pažnje pridavalo sustavima pretraživanja informacija te je primijećena potreba objašnjavanja ponašanja korisnika putem ovih modela. Generalno govoreći, modeli informacijskog ponašanja ne objašnjavaju isti skup pojava ili aktivnosti. Svi modeli su komplementarni, nisu suprotni i nadopunjavaju se u smislu da pomažu jedni drugima u analizi informacijskog ponašanja i samog procesa pretraživanja (upravo njihova osnovna svrha – analiza ponašanja povezuje ove modele).<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Isto. Str. 315

<sup>47</sup> Wilson, T.D. Models in information behaviour research. Nav. dj. Str. 262-263.

## 4. MLADI I INFORMACIJE

„Iznimni interes za temu „Mladi i tehnologija“ vidljiv je i na terminološkoj razini prave poplave pojmova koji slikovito ilustriraju uzajamnu povezanost mladih i tehnologije upotrebljavanjem termina poput Y generacije, milenijske ili net generacije, Google generacije, digitalnih urođenika, cyber-djece, kolaborativne generacije (eng.collaboration generation), generacije M (eng. media generation), generacije V (eng. virtual generation) ili generacije C (u kojemu C označava eng. termine connected: povezani, creative: kreativni i click: često klikaju mišem).“<sup>48</sup> Pripadnici generacije Y su rođeni u periodu od 1990-ih do 2003. godine, dok su pripadnici generacije X rođeni u periodu od 1980-ih do 1990-ih godina.<sup>49</sup>

Mladi posjeduju iznimne vještine u korištenju tehnologija te se pretpostavlja kako će se one automatizmom uspješno i pozitivno odraziti na procese učenja. Vještine i sklonosti korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije su rezultat odrastanja u tehnološki zasićenome okruženju u kojemu tehnološke naprave - računala, mobiteli i općenito zasloni postaju sastavni dio života.<sup>50</sup>

Mladi kako odrastaju tako prolaze kroz različite promjene na psihičkoj, fizičkoj i emocionalnoj razini. Počinju ih zanimati potpuno nove stvari primjerice glazba, moda, filmovi, ali isto tako i počinju razmišljati o karijeri, obrazovanju te daljnjem usavršavanju. Potrebne su im također i informacije o ljubavnim i prijateljskim odnosima, zdravlju, hobijima te različitim drugim interesima.<sup>51</sup> Mladi se također prilikom donošenja odluka ili pak suočavanja s novim i svakodnevnim situacijama uvelike oslanjaju na dodatne informacije kako bi bili što efikasniji i sigurniji u svoje prosudbe. No, naravno svaki pojedinac ima informacijske potrebe koje se odrastanjem i sazrijevanjem mijenjaju.

Informacijske potrebe mladih se dijele na dvije grupe:

1. opće prirode (eng. general nature) koje se odnose na samog pojedinca, okolinu, ljude

---

<sup>48</sup> Lasić-Lazić, Jadranka; Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima - pronađeni u informacijskom opismenjavanju. // Medijska istraživanja 18, 1(2012), str. 126. URL: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=127116](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=127116) (2017-10-30)

<sup>49</sup>Usp. Rowlands, Ian [et al.]. The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future. // Aslib Proceedings 60, 4 (2008), str. 291. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00012530810887953> (2017-09-19)

<sup>50</sup> Lasić-Lazić, Jadranka; Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Nav. dj. 127. str.

<sup>51</sup> Agosto, E. Denise. Young adults' information behavior: what we know so far and where we need to go from here.// The journal of research on libraries and young adults 2,1 (2011). URL: <http://www.yalsa.ala.org/jrly/2011/11/young-adults%E2%80%99-information-behavior-what-we-know-so-far-and-where-we-need-to-go-from-here/> (2017-09-02)

2. životne potrebe (eng. life needs), informacije vezane uz zdravlje, prehranu, sigurnost, emocionalnu stabilnost te intelektualni napredak.<sup>52</sup>

Može se zaključiti kako informacijske potrebe mladih uključuju čitav spektar tema. Istraživanja su pokazala kako mlade najčešće zanimaju tijelo i tjelesne promjene, trudnoća, veze i emocije, kontracepcija i slično.<sup>53</sup>

Kod informacijskog ponašanja mladih prilikom pretraživanja informacija postoje tri glavne stremnje:

1. Opće informacijske potrebe mladih korisnika,
2. ELIS kod mladih korisnika,
3. Pretraživanje web-a.

Opće informacijske potrebe mladih podrazumijevaju pet područja: obrazovanje, rekreacijske potrebe, potrebe za osobnim razvojem, stjecanjem zvanja i razvijanja karijere te informacijske potrebe.<sup>54</sup>

Mladi pristupaju pretraživanju informacija bez definiranog plana, odmah kada se javi potreba za određenim informacijama. Isto tako, ako su premladi, onda ovise o roditeljima, stručnim osobama koje im moraju pomoći oko pronalaska željenih informacija do odlaska u knjižnicu.<sup>55</sup> Shenton napominje kako je mladim korisnicima teško sistematizirati koherentna i opsežna znanja, stoga je potrebno izvore informacija strukturirati na način da zadovolje potrebe mladih korisnika.<sup>56</sup>

Mnogi mladi nisu svjesni širokog raspona i dostupnosti informacijskih izvora te nisu u stanju prepoznati različite funkcije i svrhu istih. Nemaju dovoljno znanja i iskustva u pretraživanju u vrednovanju izvora informacija, teško se snalaze u prevelikoj ponudi izvora podataka te ne znaju prepoznati kvalitetne i vjerodostojne izvore. Mladi tako posežu za

---

<sup>52</sup> Usp. Farrell, G. Diane. Library and information needs of young children. //Library and information service needs of the nation: proceedings of a conference on the needs of occupational, ethnic, and other groups in the United States/ ed. by Carlos A. Cuadra and Marcia J. Bates. Washington, D.C.: U.S. Govt. Print. Off., (1974.) Str. 153. URL: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED101716.pdf#page=151> (2017-09-29)

<sup>53</sup> Usp. Vickberg Johnson, M. Suzanne [et. al.]. What teens want to know: sexual health questions submitted to a teen web site.// American journal of health education 34, 5 (2003). Str. 261.URL: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ853614.pdf> (2017-09-02)

<sup>54</sup> Agosto, E. Denis. Hughes-Hassell, Sandra. Nav. dj. str. 1394

<sup>55</sup> Shenton, Andrew K. Hay-Gibson, Naomi. Modelling the information – seeking behaviour of children and young people: Inspiration from beyond LIS. Aslib Journal of Information Management. Vol. 63 Issue: 1, Str. 57-75, <https://doi.org/10.1108/00012531111103786>, str. 63.- 64. (2017-09-29)

<sup>56</sup> Shenton, Andrew K. Research into young people's information-seeking: perspectives and methods. Aslib Proceedings, Vol. 56 Issue: 4, Str.243-254, URL: <https://doi.org/10.1108/00012530410549277>, str. 243. (2017-09-29)

informacijama koje su im dostupne, a često nisu kvalitetne, i to zato što nisu dovoljno motivirani da pretražuju. Zanimljivo je spomenuti kako knjižnice gube svoju ulogu kod pretraživanja informacija zbog toga što Internet predstavlja lakše dostupan izvor informacija koji brže zadovoljava informacijske potrebe kod mladih korisnika.<sup>57</sup> Posebice ukoliko se tu misli na mobilni Internet na pametnim telefonima što informacije čini dostupnima uvijek i svugdje.

- Pametni telefoni

Niti jedan uređaj nije doživio tako široku i brzu primjenu i uporabu kao pametni telefon, a njegov stvarni sociološki utjecaj na društvo još nije dovoljno istražen. Zato se unutar teorijsko-empirijskog raspravljanja o tehnologiji i društvu kao imperativ nalaže rasprava o pametnim telefonima kao zasebnom tehnološkom obliku. Posljednjih nekoliko godina, adaptacija pametnih telefona kod mladih globalni je fenomen. Pametni telefoni predstavljaju integralni dio svakodnevnog života te također predstavlja pomak od tehnološkog k društvenom alatu.<sup>58</sup>

Mobilne tehnologije su promijenile praksu društvenog života mnogih korisnika u odnosu na prethodne informacijsko komunikacijske tehnologije i alate. Prethodne generacije nisu bile tako blisko povezane sa životnim stilom korisnika, stoga je inovacija mobilnih tehnologija učinila pametne telefone dijelom svakodnevnog života. Kroz mobilnost uređaja, mladi mogu pristupiti različitim informacijama na bilo kojem mjestu i bilo kada, a informacije su u sve većoj mjeri kvalitetnije i dostupnije. Mobilni pametni telefoni ruše vremenska i prostorna ograničenja pristupu informacijama i zabavnim sadržajima.<sup>59</sup>

Pametni telefoni su profilirani kao multimedijaska platforma, a osim toga, znatno se povećao i mobilni pristup Internetu što predstavlja jedan od primarnih načina na koji mladi međusobno komuniciraju i uče jedni od drugih. Glavne aktivnosti mladih na pametnim telefonima uključuju komentiranje slika prijatelja na društvenim mrežama, stranicama, slanje privatnih poruka, internetske prijave za vijesti o aktualnim događajima i politici, kupnju stvari online ili pak dijeljenje sadržaja.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Hur-L, Lee. Information Structures and Undergraduate Students. The Journal of Academic Librarianship Volume 34, Issue 3, Str. 211-219, (2008.) URL: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2008.03.004>, str. 211-214. (2017-09-02)

<sup>58</sup> Relja, Renata; Božić, Tina. Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. Media, culture and public relations, Vol. 3, Str. 138-149, (2012) URL: <http://hrcak.srce.hr/87766>, str. 138. (2017-09-02)

<sup>59</sup> Ch'ng Lay Kee., Zarina Samsudin. Mobile devices: toys or learning tools for the 21st century teenagers? TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology // Volume 13, issue 3, (2014.) URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1034238> Str. 108 – 109 (2017-09-02)

<sup>60</sup> Ch'ng Lay Kee, Zarina Samsudin. Nav. dj.str. 109.

## 4.1. INFORMACIJSKO PONAŠANJE MLADIH

Informacijsko ponašanje mladih pri pretraživanju informacija za svakodnevni život vrlo je zanimljiva, ali nedovoljno istražena tema u praksi. Pretraživanje informacija proizlazi iz određene potrebe tj. rješenja za novu situaciju iz svakodnevnog života mladih koji u trenutku nastanka potrebe za informacijama, nemaju potrebno rješenje obzirom da su neiskusni, nedovoljno informirani, nesamostalni i nesigurni.<sup>61</sup>

Općenito govoreći, ljudi su podložniji utjecajima okoline i drugih kroz tri životne faze. Njihovo informacijsko ponašanje najlakše će se promijeniti kada steknu veću samostalnost, tj. postanu samostalni pa odluke u većoj mjeri ovise isključivo o njima samima. Primjerice, mladi su pod većim utjecajem vršnjaka kada se pokušavaju osamostaliti i biti manje ovisni o roditeljima. To razdoblje je vrlo kritično jer mlade osobe prestaju biti djeca te postaju odrasli ljudi. Izravno se susreću s odlukama koje isključivo ovise o njima samima, a isto tako za posljedice odgovaraju isključivo sami, dakle odgovornost se uvelike povećava što stvara veliki pritisak te se potreba za dodatnim informiranjem s ciljem povećanja znanja itekako povećava. Upravo zbog te životne prekretnice spremniji su eksperimentirati s raznim stvarima npr. s drogama, seksualnim odnosima i slično. Dovode se u vrlo riskantne situacije te im vrlo često trebaju dodatne informacije kako bi donijeli što kvalitetnije odluke te riješili situaciju. Posebice ukoliko mladi počnu živjeti sami, uvelike su pod utjecajem okoline, upravo zbog neiskustva i nedovoljnog znanja. Treća faza odnosi se na razdoblje kada pojedinci počinju živjeti sa partnerima, tj. vlastitom obitelji.<sup>62</sup> Svaka od tri navedene faze iziskuje upotpunjavanje informacijama za svakodnevni život.

Informacije za svakodnevni život su vrlo širok pojam te podrazumijevaju skup različitih informacija o svakodnevnim interesima u ovom slučaju mladih. Prvenstveno se tu misli o informacijama vezanim uz slobodno vrijeme, hobije, filmove, knjige i glazbu, izlaske, modu, seksualne odnose, dijete i vježbanje, mobitele, automobilizam, pušenje i slično. Zanimljivo je kako mladi preferiraju pretraživanje informacija putem pametnih telefona čak i kada im je

---

<sup>61</sup> Kolarić, Alica., Stričević, Ivanka. Information seeking behavior for decision making in everyday life: a pilot study on adolescents. *Libellarium*, IX, 2 Str. 275 – 308 (2016.) Str 277. URL: [libellarium.org/index.php/libellarium/article/viewFile/272/371](http://libellarium.org/index.php/libellarium/article/viewFile/272/371) (2017-09-14)

<sup>62</sup>Lau, R. Richard., Quadrel, Jacobs, Marilyn., Hartman, A. Karen. Development and change of young adults' preventive health beliefs and behavior: influence from parents and peers.// *Journal of health and social behavior* Str. 240 - 259 (1990.) Str. 255. URL: <https://www.jstor.org/stable/pdf/2136890.pdf?refreqid=excelsior%3Aea622a24180795df287717bd4e617edc> (2017-09-14)

dostupno stolno ili prijenosno računalo, jer je pretraživanje informacija preko pametnih telefona brže, prikladnije situaciji, jednostavnije, ali i zabavnije.<sup>63</sup>

Zanimljivo je kako niti Wilsonov model klasičnog pretraživanja informacija u kojem informacijsko ponašanje nastaje kao posljedica određene potrebe korisnika te Kuthlau model informacijskog ponašanja definiranog kao potrebe za pronalazjenjem informacija koje će upotpuniti znanje ne objašnjavaju informacijsko ponašanje mladih na pametnim telefonima. Proučavanje informacijskog ponašanja mladih na pametnim telefonima iziskuje razvoj potpuno novih modela kombiniranja klasičnih modela pretraživanja informacija i utjecaja iz okoline i to društvenih mreža, aplikacija, interaktivnosti te dostupnosti bilo kad i bilo gdje.<sup>64</sup>

Informacijsko ponašanje mladih prilikom pretraživanja informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima može se promatrati kroz dva aspekta; društveni i funkcionalni tj. kognitivni. Društveni aspekt korištenje pametnog telefona očituje se kroz korištenje društvenih mreža i društvenih sadržaja što podrazumijeva vrlo aktivan proces kroz sudjelovanje u društvenoj interakciji (npr. Facebook objave i postovi, tweetove). Funkcionalni tj. kognitivni aspekt traženja informacija podrazumijeva pametni telefon kao platformu za pretraživanje, proučavanje i korištenje sadržaja i usluga koje ne uključuju društvenu interakciju i komunikaciju s drugim korisnicima (npr. Google pretraživanje).<sup>65</sup> Pametni telefoni zasigurno su prekretnica, jer prodiru u intimu i društveni život svakog korisnika u puno većoj mjeri nego računala. Dostupni su uvijek i svugdje te su postali dio svakodnevnog funkcioniranja. Za mlade predstavljaju primarni način komuniciranja, interakcije te su sveprisutni u svakoj životnoj situaciji.<sup>66</sup>

Neformalno učenje, tj. prikupljanje informacija za svakodnevni život moguć je u velikoj mjeri putem mobilnih aplikacija (vremenske aplikacije, financijske aplikacije i sportske aplikacije), tražilica, vijesti, društvene mreže (Facebook, Twitter i Youtube) i e-knjige.

---

<sup>63</sup> Zahitmirsky-Geffert, Maayan., Blau, Maya. Predictive Factors of Information Seeking behaviour of smartphone users from different generations. (2017) Str. 325 – 333. URL: [https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/96761/2.2\\_31\\_ZhitomirskyGeffertPredictive%20of%20information%20seeking%20behavior%20of%20smartphone%20users.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/96761/2.2_31_ZhitomirskyGeffertPredictive%20of%20information%20seeking%20behavior%20of%20smartphone%20users.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (2017-11-18) Str. 325

<sup>64</sup> Zhitomirsky-Geffert, Maayan., Blau, Maya. Cross-generational analysis of information seeking behavior of smartphone users. *Aslib Journal of Information Management*. Vol. 69 Issue: 6, Str. 721-739 (2017) URL: <https://doi.org/10.1108/AJIM-04-2017-0083> (2017-11-18) Str. 724

<sup>65</sup> Isto. Str. 725

<sup>66</sup> Kee, Ch'ng Lay., Samsudin, Zarina. *Nav. dj.* Str 108



Informacije ne moraju biti relevantne za formalno učenje, ali i dalje su itekako korisne korisnicima, jer u konačnici utječu na njihovo razmišljanje i djelovanje.<sup>67</sup>

Osnovni motiv, tj. potreba zbog koje mladi kreću u potrazi za informacijama leži upravo u proširivanju njihovog znanja kako bi donijeli što bolje odluke u novim situacijama u kojima se nalaze. Ovakav pristup moguće je povezati s Marchioninijevim konceptom usko vezanim uz učenje kako bi se riješio problem. Također, kako bi prikupili informacije, mladi su u interakciji s različitim informacijskim sustavima i različitim izvorima informacija što je pak Wilson apsolvirao u svojim modelima. Također, naglasak se stavlja na aktivnost pri pronalasku informacija s ciljem rješavanja problema i nove situacije što je poveznica s Savolainenom i tvrdnjom kako su ljudi proaktivni kada im je potrebna dodatna informacija koja bi upotpunila i osnažila njihovu odluku.<sup>68</sup> No, ipak niti jedan model ne može u potpunosti objasniti informacijsko ponašanje mladih prilikom pretraživanja informacija za svakodnevni život. Prvenstveno stoga što je ponašanje mladih prilikom pretraživanja informacija, vrlo subjektivno, a područje nedovoljno istraženo, vrlo je teško strogo definirati i strukturirati modele. Pristup informacijama i situacijama uvelike se mijenja sukladno napretku informacijskog društva. Potrebe se mijenjaju, ali istovremeno mladi sve više pretražuju različite informacije bez izravnog podražaja, tj. potrebe, (primjerice dok čekaju autobus) tako da se mijenja uzročno-posljedični odnos potrebe i zadovoljenja iste. Može se zaključiti kako ponašanje mladih prilikom pretraživanja informacija na bilo koju temu uvelike predstavlja neistraženo područje koje bi moglo dovesti do vrlo zanimljivih zaključaka i uspostavljanja potpuno novih nestrukturiranih, tj. subjektivnih modela.

---

<sup>67</sup> Yong Min Ting Gladys., May, Thiri., Perdana, Muhammad Iqbal. Critical Inquiry in Information Needs and Behaviors of Students using Smart Phone and Tablet for Learning: A Case in Singapore. Wee Kim School of Communication and Information. URL: <http://www.wkwsci.ntu.edu.sg/programmes/CurrentStudents/Graduate/Forms%20and%20Procedures/Coursework/Documents/D1.%20Proposal%20Samples%2001.pdf> (2017-11-18)

<sup>68</sup> Kolarić, Alica., Stričević, Ivanka. Nav. dj. Str. 297

## **5. ISTRAŽIVANJE INFORMACIJSKOG PONAŠANJA MLADIH PRI PRETRAŽIVANJU INFORMACIJA NA PAMETNIM TELEFONIMA**

### **5.1. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA**

Svrha istraživanja je pronaći odgovor na to postoje li razlike u informacijskom ponašanju mladih s obzirom na pretraživanje informacija putem pametnog telefona te razgovora sa osobom licem u lice te se pokušavaju utvrditi razlozi korištenja pametnog telefona za pronalazak informacija o svakodnevnom životu koje se odnose konkretno na konzumiranje cigareta kod navedene skupine ispitanika. Također, dobiveni rezultati iz istraživanja mogu pomoći u razumijevanju potrebe za pametnim telefonom kod mladih te samim time ponuditi drugačiji pristup od osoba koji žele zadovoljiti informacijsku potrebu navedene skupine ispitanika.

Cilj rada je utvrditi, odnosno istražiti razlike informacijskog ponašanja mladih osoba srednjoškolske dobi prilikom pretraživanja informacija o svakodnevnom životu na pametnom telefonu i razgovora sa osobama licem u lice, konkretno o temi svakodnevnog života, konzumiranju cigareta. Očekuje se da će se na temelju rezultata provedenog istraživanja uz utvrđivanje razlika u informacijskom ponašanju mladih, saznati zašto se mladi odlučuju na pretraživanje potrebnih informacija putem pametnog telefona te također razlike pri pretraživanju između pripadnika muškog i ženskog spola. Istraživačka pitanja su:

- Koje informacije iz svakodnevnog života mladi (učenici/učenice) pretražuju putem pametnog telefona?
- Pretražuju li mladi (učenici/učenice) informacije o konzumiranju cigareta češće putem pametnih telefona ili komunikacijom licem u lice?
- Koji su razlozi mladih (učenici/učenice) za odluku na pretraživanje informacija o cigaretama putem pametnog telefona?
- Koje su razlike pri pretraživanju informacija između ispitanika muškog i ženskog spola?

### **5.2. METODOLOGIJA, INSTRUMENT I UZORAK**

Metodologija istraživanja za potrebe pisanja ovog diplomskog rada temelji se na kvantitativnom pristupu u obliku tiskanog anketnog upitnika. Istraživanje je provedeno od 22. do 26. siječnja 2018-te godine te je obuhvatilo učenike srednje škole „August Šenoa“ Garešnica, od prvog do četvrtog razreda smjera hotelijersko-turističkih komercijalista i opće gimnazije.

S obzirom da je većina učenika maloljetna, ravnateljica škole je tijekom roditeljskih sastanaka zatražila pismeni pristanak roditelja za provedbu istraživanja. Nadalje, provedba anketnih upitnika u dogovoru s ravnateljicom škole obavljala se tijekom sata razrednika uz kratko objašnjenje učenicima koja je tema istraživanja. Tijekom provedbe, nije bilo nikakvih problema tijekom ispunjavanja upitnika od strane učenika te je ispunjavanje anketa po razredu trajala okvirno desetak minuta.

Instrument istraživanja je anonimni anketni upitnik koji se sastoji od 14 pitanja, a prva tri su vezana uz demografiju ispitanika (dob, spol te koji razred pohađaju). Uzorak čini 105 učenika srednje škole, od toga je anketirano 71 muškog spola i 34 ženskog spola. Uzorak je podijeljen prema spolu kako bi se eventualno uočile te analizirale spolne razlike pri pretraživanju informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima.

## 6. REZULTATI

Istraživanje je provedeno na 105 mladih, od toga 67% ženskog spola i 33% muškog spola. Svi ispitanici imaju između 14 i 19 godina te su učenici prvog do četvrtog razreda. 99% ispitanika se izjasnilo kako posjeduje pametni telefon.

Tablica 1. Primjena pametnih telefona kod ispitanika

| <b>Za što ti služi pametni telefon?</b> | <b>Ukupan postotak označenih odgovora:</b> |
|---|--|
| Čitanje e-maila                         | 51,4                                       |
| Dodatno educiranje                      | 57,1                                       |
| Chatanje                                | 87,6                                       |
| Gledanje videa                          | 85,7                                       |
| Umrežavanje                             | 91,4                                       |
| Kupovanje u web trgovinama              | 31,4                                       |
| Fotografiranje                          | 83,8                                       |
| Igranje igrice                          | 70,5                                       |
| Istraživanje Interneta                  | 70,5                                       |

Na 5. pitanje o primjeni pametnih telefona u svakodnevnim situacijama više od 50% ispitanika je potvrdno označilo korištenje navedenih mogućnosti pametnih telefona; e-mail, dodatno educiranje, chatanje, gledanje videa, umrežavanje, fotografiranje, igranje igrice te istraživanje Interneta dok je kupovanje u web trgovinama potvrdno označilo 33 ispitanika. Najveći postotak u obliku primjene pametnih telefona ima Umrežavanje (91,4%) te Chatanje (87,6%).

Rezultati o učestalosti pretraživanja informacija vezanih uz razne teme iz svakodnevnog života pokazuju kako mladi kako relativno često pretražuju informacije o svakodnevnom životu te za ostale aktivnosti koriste pametne telefone.

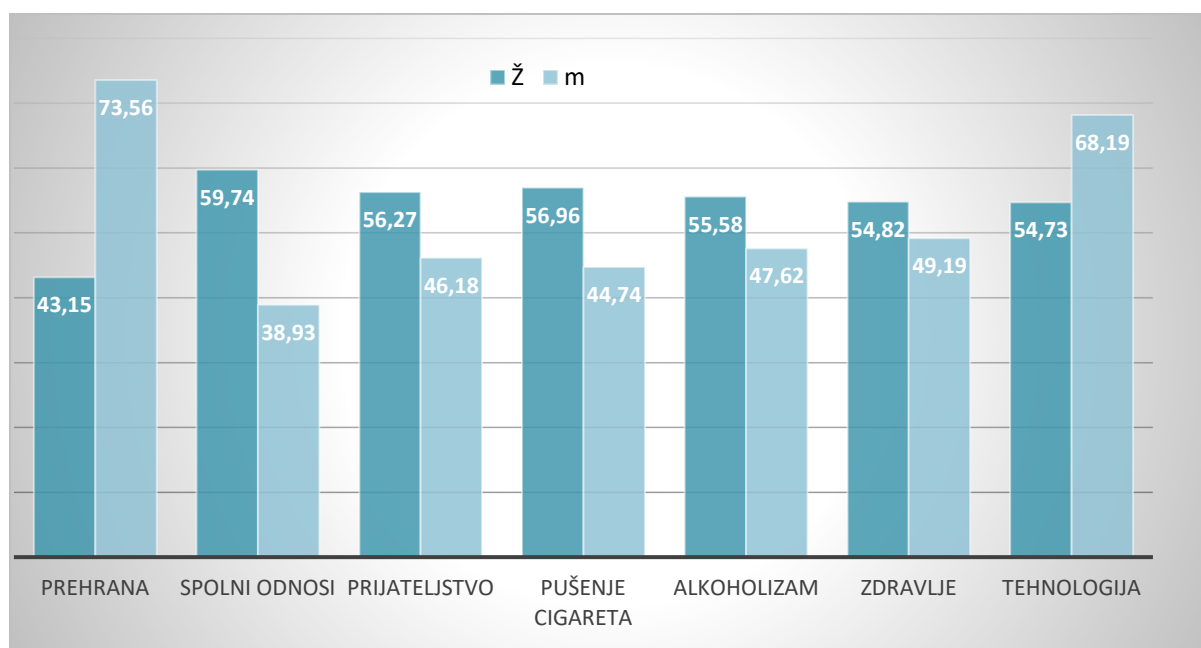
Na 6. pitanje o pretraživanju informacija tijekom zadnjih godinu dana ispitanici su najviše pretraživali o prehrani, spolnim odnosima, tehnologiji, pušenju cigareta, alkoholizmu.

Tablica 2. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana

| Srednji rang     | Ž     | m     |
|------------------|-------|-------|
| Prehrana         | 43,15 | 73,56 |
| Spolni odnosi    | 59,74 | 38,93 |
| Prijateljstvo    | 56,27 | 46,18 |
| Pušenje cigareta | 56,96 | 44,74 |
| Alkoholizam      | 55,58 | 47,62 |
| Zdravlje         | 54,82 | 49,19 |
| Tehnologija      | 54,73 | 68,19 |

Prema rezultatima iz tablice 2, vidljivo je kako pripadnice ženskog spola (MR 56,96) češće pretražuju informacije o pušenju nego pripadnici muškog spola (MR 44,74). No, statistički značajna razlika između spolova se vidjela u pretraživanju informacija o prehrani u korist pripadnika muškog spola (MR 73,56), dok su pripadnice ženskog spola prednjačile u istraživanju spolnih odnosa (MR 59,74).

Grafikon 1. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana



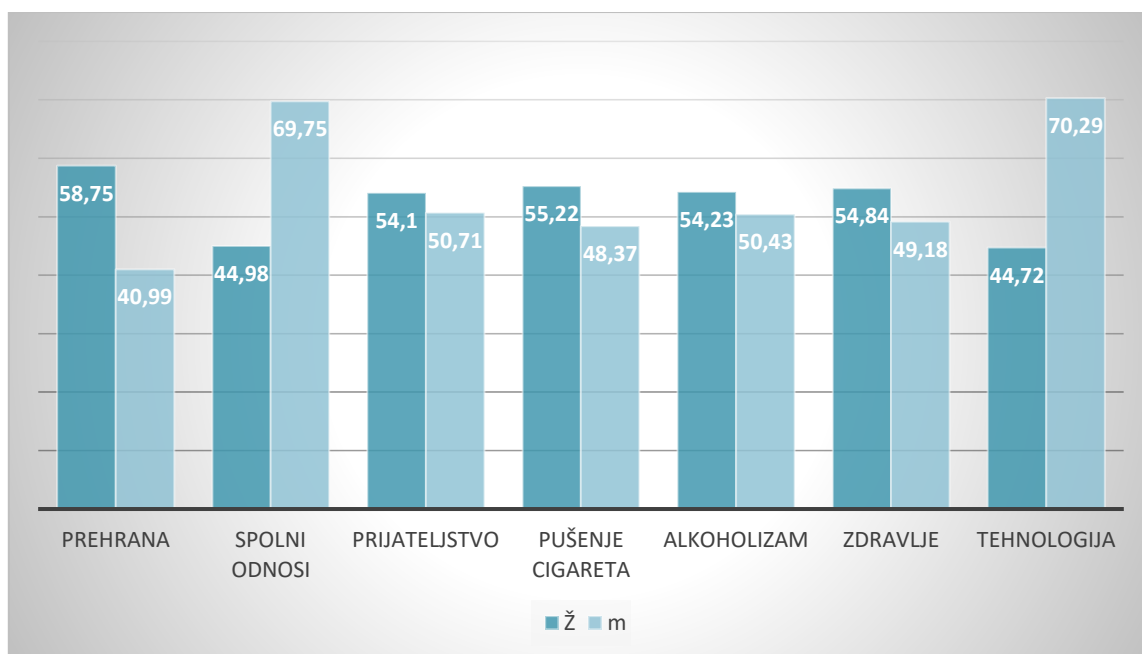
U 7. pitanju o pretraživanju informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona, odstupanja su drugačija. Prehrana, spolni odnosi, tehnologija su stavke koje se znatno razlikuju po odstupanjima.

Tablica 3. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona

| Srednji rang     | ž     | m     |
|------------------|-------|-------|
| Prehrana         | 58,75 | 40,99 |
| Spolni odnosi    | 44,98 | 69,75 |
| Prijateljstvo    | 54,1  | 50,71 |
| Pušenje cigareta | 55,22 | 48,37 |
| Alkoholizam      | 54,23 | 50,43 |
| Zdravlje         | 54,84 | 49,18 |
| Tehnologija      | 44,72 | 70,29 |

Primjerice iz tablice 3 vidi se kako pripadnice ženskog spola više pretražuju o prehrani (MR 58,75) putem pametnih telefona nego pripadnici muškog spola (MR 40,99). No, muškarci više pretražuju o spolnim odnosima (MR 69,75) dok ženski dio ispitanika puno manje (MR 44,98). Također, muškarci znatno više pretražuju podatke o tehnologiji (MR 70,29) nego žene (MR 44,72). Kao i u prethodnoj tablici, vidimo da pripadnici ženskog spola također češće pretražuju informacije o pušenju (MR 55,22) putem pametnih telefona nego pripadnici muškog spola (MR 48,37).

Grafikon 2. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona

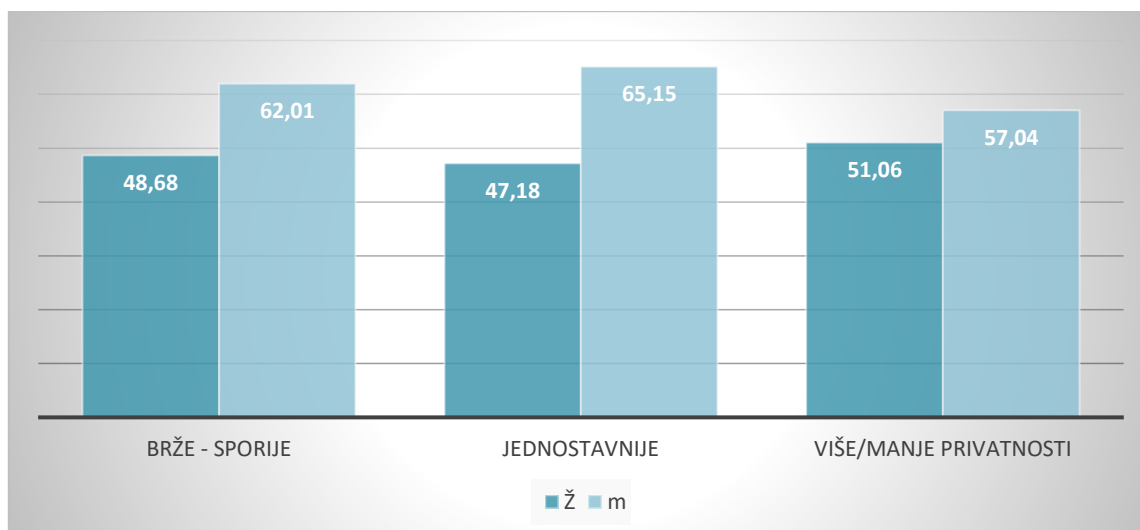


U 4. tablici koja se odnosi na pitanje 8, radila se usporedba između pretraživanja putem pametnog telefona te računala, odnosno putem kojih od dva navedena uređaja je jednostavnije, brže te privatnije pretraživati određene informacije. Muški ispitanici daju prednost pretraživanju putem pametnih telefona za razliku od pretraživanja putem računala. Jednostavnije (MR 65,15) i brže (MR 62,01) su dolazili do informacija nego pomoću računala.

Tablica 4. Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo

| Srednji rang                 | Ž     | m     |
|------------------------------|-------|-------|
| Brže/sporije                 | 48,68 | 62,01 |
| Jednostavnije/kompliciranije | 47,18 | 65,15 |
| Više/manje privatnosti       | 51,06 | 57,04 |

Grafikon 3. Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo



No, gledajući deskriptivne rezultate uzimajući oba spola u obzir, na skali od -2 (brže) do 2 (sporije), 60 % učenika smatra da je pretraživanje informacija putem pametnog telefona brže od pretraživanja putem računala, dok 17,2% učenika smatra da je sporije. Nadalje, na skali od -2 (jednostavnije) do 2 (kompliciranije), 66,7 % učenika smatra da je pretraživanje putem pametnog telefona jednostavnije u odnosu na pretraživanje putem računala, dok 18,1 % učenika smatra obrnuto. Što se tiče privatnosti (-2 više, 2 manje), 57,2% učenika smatra da je pretraživanje informacija putem pametnog telefona privatnije, dok samo 6,7% učenika smatra obrnuto.

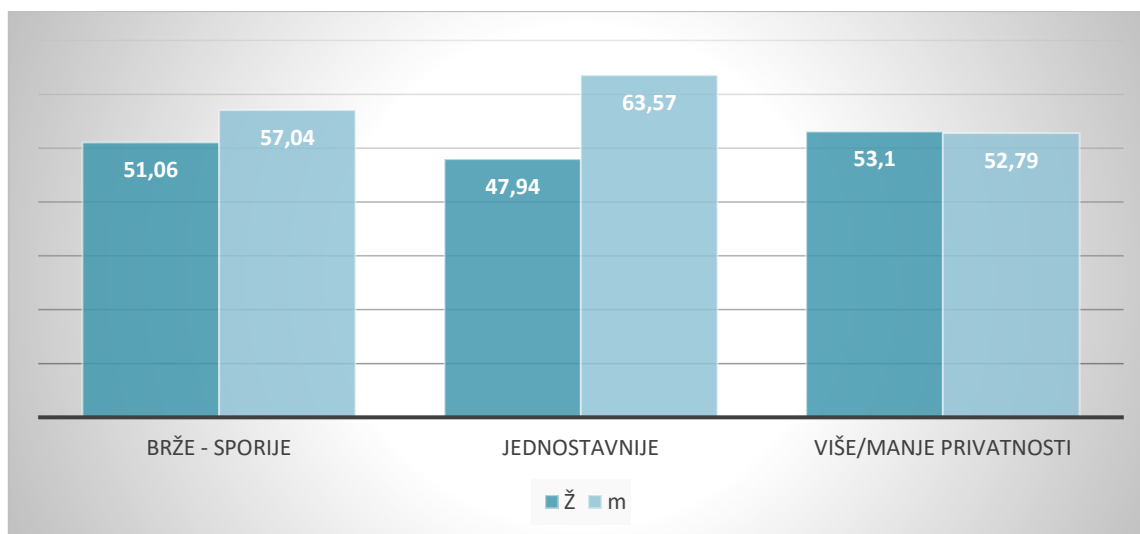
Tablica 5. Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (s prijateljima, drugim osobama odnosno „licem u lice“).

| Srednji rang                 | Ž     | m     |
|------------------------------|-------|-------|
| Brže - sporije               | 51,06 | 57,04 |
| Jednostavnije/kompliciranije | 47,94 | 63,57 |
| Više/manje privatnosti       | 53,1  | 52,79 |

U 9. pitanju vezanom za pretraživanje putem pametnih telefona u usporedbi prema razgovoru s drugom osobom „licem u lice“, značajna razlika je kod muškaraca (MR 63,57) kod jednostavnijeg / kompliciranijeg pretraživanja informacija, za razliku od žena gdje nema većih statističkih odstupanja kao što se vidi u 5. tablici. Nadalje, gledajući deskriptivne podatke odnosno odgovore oba spola sveukupno, kao i u prethodnom pitanju na skali od -2 (brže) do 2 (sporije), 54,2% učenika smatra kako je pretraživanje informacija putem pametnih telefona brže u odnosu na razgovor „licem u lice“ dok 25,7% učenika smatra obrnuto. Također, na skali -2 (jednostavnije) do 2 (kompliciranije) dobivamo slične rezultate gdje 53,4% učenika smatra kako je jednostavnije koristiti pametni telefon umjesto razgovora s određenom osobom, dok 25,8% učenika smatra obrnuto. Što se tiče privatnosti, na istoj skali -2 (više privatno) do 2 (manje privatno), 60% učenika smatra kako je pretraživanje informacija putem pametnih telefona privatnije od razgovora s osobom „licem u lice“ dok 21% učenika smatra obrnuto.



Grafikon 4. Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo ( razgovor „face to face“ s drugom osobom)



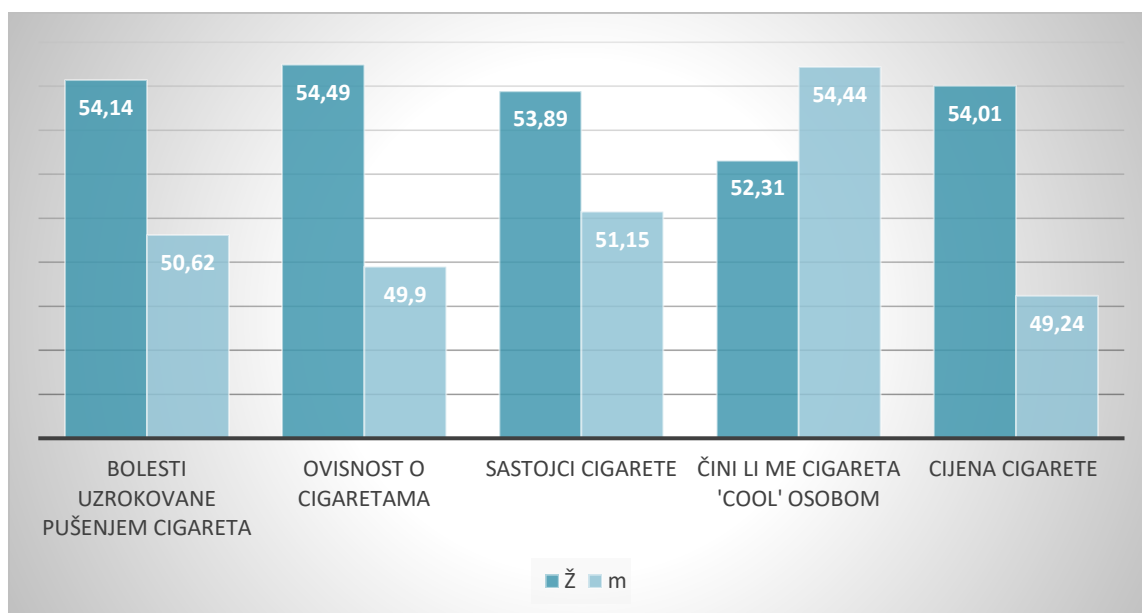
U 10. pitanju učenici su pitani konzumiraju li cigarete. 64,8% učenika odgovorilo je kako ne konzumira cigarete, dok je 35,2% učenika odgovorilo potvrdno. Od 71 pripadnice ženskog spola, njih 30 odnosno 42,3%, odgovorilo je kako konzumira cigarete, dok od 34 pripadnika muškog spola samo 7 odnosno 20,6 % konzumira cigarete.

Pitanje 11 odnosi se na određene teme u vezi cigareta koje učenike zanimaju. Istraživanje pokazuje kako mlade uglavnom podjednako, učenike muškog i ženskog spola zanimaju informacije vezane uz cigarete; bolesti uzrokovane pušenjem cigareta, ovisnosti koje proizlaze iz korištenja istih, o sastojcima cigareta, cijeni i slično što se vidi u 6. tablici. Prema deskriptivnim podacima, pripadnici oba spola, bili pušači ili nepušači zanimaju se za bolesti uzrokovane pušenjem cigareta, odnosno njih 70,5%, dok 29,5% ispitanika nimalo ne zanima navedena tema. Nadalje, 60% ispitanika zanima ovisnost o cigaretama, dok ostalih 40% ispitanika uopće ne zanima navedena tema. Isto tako, više od pola ispitanika, odnosno njih 51,4% zanima se za sastojke cigarete, dok se ostalih 48,6% ispitanika ne zanima za navedenu temu. Cijena cigarete te čini li cigareta određenu osobu „cool“ osobom su teme za koje se ispitanici zanimaju u puno manjoj mjeri.

Tablica 6. U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete

| Srednji rang                         | Ž     | m     |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | 54,14 | 50,62 |
| Ovisnost o cigaretama                | 54,49 | 49,9  |
| Sastojci cigarete                    | 53,89 | 51,15 |
| Čini li me cigareta 'cool' osobom    | 52,31 | 54,44 |
| Cijena cigarete                      | 54,01 | 49,24 |

Grafikon 5. U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete

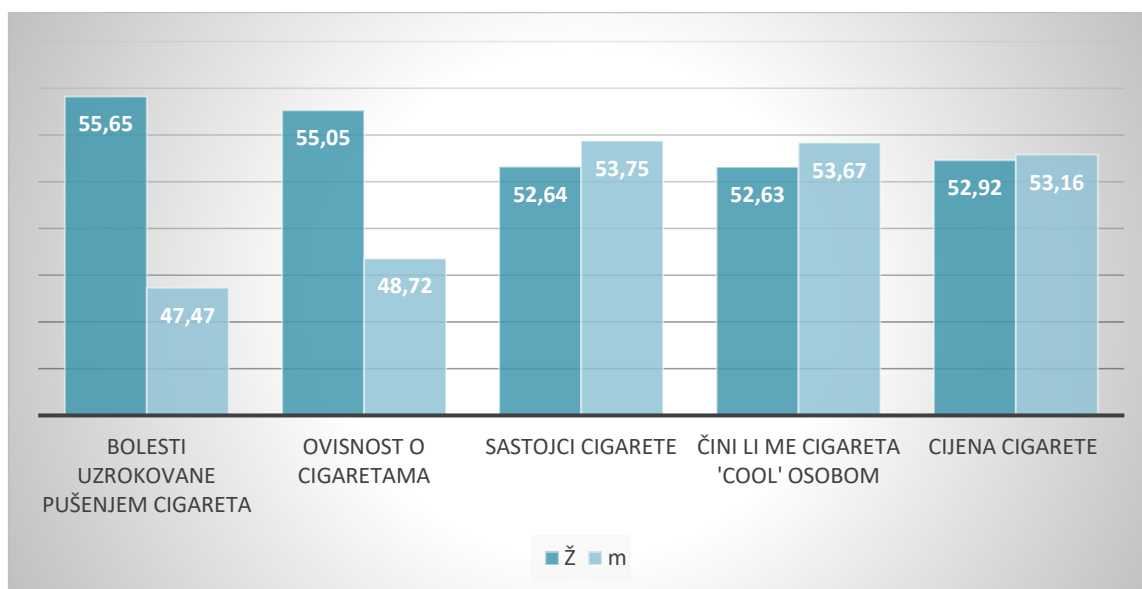


Na 12. pitanje u kojoj mjeri su tijekom zadnjih godinu dana istraživali o temama vezanim uz cigarete i pušenje, ispitanici su odgovorili kako su uglavnom istraživali o spomenutim temama u zadnjih godinu dana. O bolestima uzrokovanih pušenjem cigareta pretraživalo je 44,8% ispitanika, 39% ispitanika pretraživalo je o ovisnosti koje izazivaju cigarete, 26,7% ispitanika pretraživalo je o sastojcima cigarete, 13,3% ispitanika pretraživalo je o tome čini li ih cigareta „cool“ osobom dok je o cijeni cigarete u zadnjih godinu dana pretraživalo 29,5% ispitanika. U 7. tablici vidimo da nema značajnijih statističkih odstupanja u vezi spola prilikom pretraživanja o temama vezanih za cigarete i pušenje u zadnjih godinu dana.

Tablica 7. U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje

| Srednji rang                         | Ž     | m     |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | 55,65 | 47,47 |
| Ovisnost o cigaretama                | 55,05 | 48,72 |
| Sastojci cigarete                    | 52,64 | 53,75 |
| Čini li me cigareta 'cool' osobom    | 52,63 | 53,67 |
| Cijena cigarete                      | 52,92 | 53,16 |

Grafikon 6. U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje

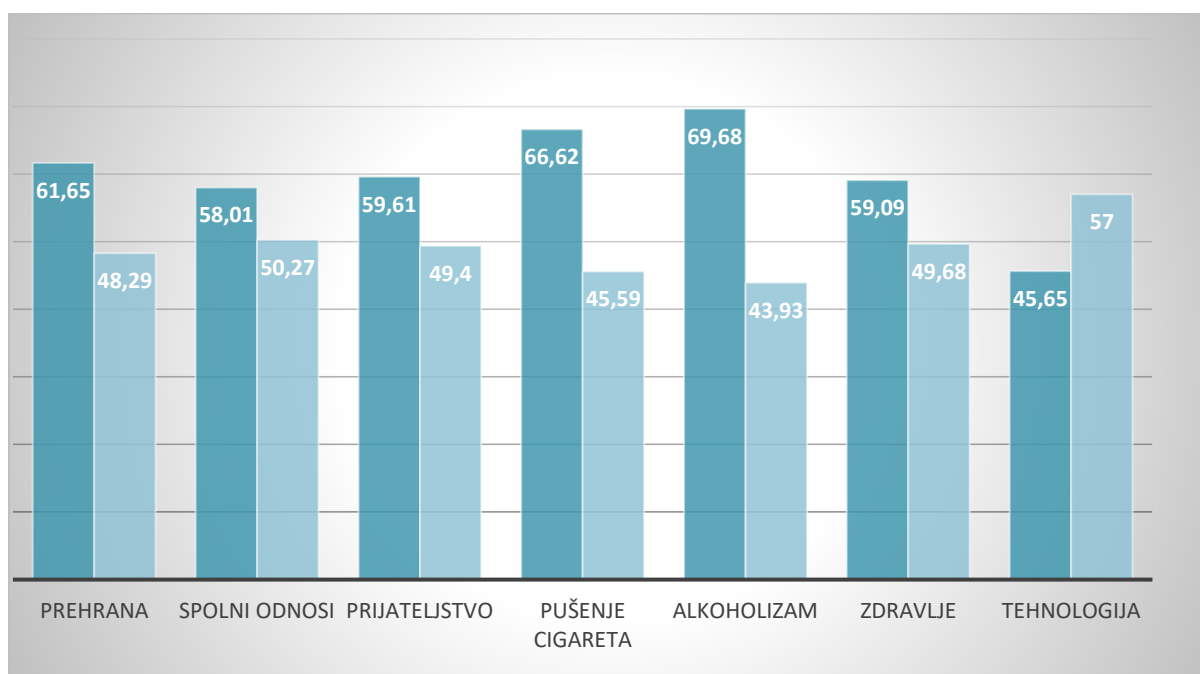


Analizom 6. i 7. tablice može se zaključiti da na 105 ispitanika postoji isti obrazac zainteresiranosti o navedenim temama vezanih za cigarete i bolesti uzrokovane istim. Primjećuje se kako nema značajnih statističkih odstupanja, što je vidljivo na priloženim grafikonima.

Tablica 8. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama

| Srednji rang     | DA    | NE    |
|------------------|-------|-------|
| Prehrana         | 61,65 | 48,29 |
| Spolni odnosi    | 58,01 | 50,27 |
| Prijateljstvo    | 59,61 | 49,4  |
| Pušenje cigareta | 66,62 | 45,59 |
| Alkoholizam      | 69,68 | 43,93 |
| Zdravlje         | 59,09 | 49,68 |
| Tehnologija      | 45,65 | 57    |

U 8. tablici napravljena je usporedba između učenika koji konzumiraju cigarete i ispitanika koji ne konzumiraju iste, odnosno razlike pri pretraživanju određenih tema u zadnjih godinu dana općenito. Na postavljena pitanja o prehrani, spolnim odnosima, prijateljstvu, alkoholizmu, zdravlju - pušačima, odnosno ne pušačima do statističkih razilaženja dolazi kod pretraživanja o prehrani (MR 61,65), pušenju cigareta (MR 66,62) i alkoholizmu (MR 69,68) u korist ispitanika koji konzumiraju cigarete. Dakle, ispitanici koji puše cigarete više pretražuju o svakodnevnim temama uže ili šire vezanim uz pušenje.

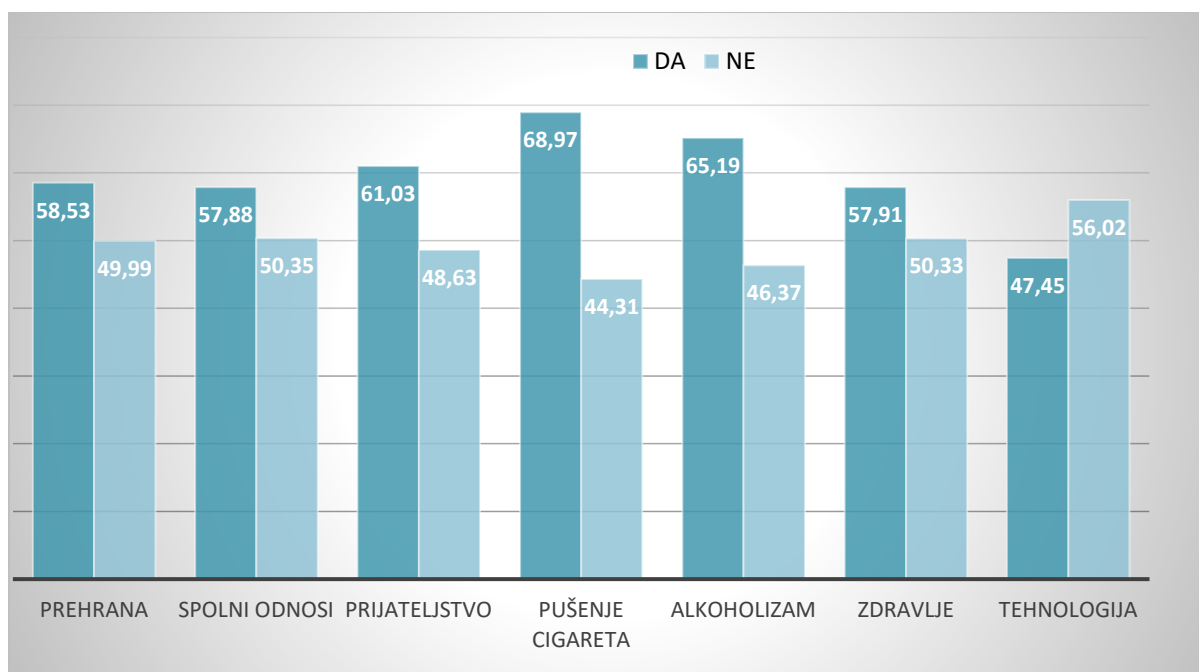


Grafikon 7. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama

Tablica 9. Pušiš li?! Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona

| Srednji rang     | DA    | NE    |
|------------------|-------|-------|
| Prehrana         | 58,53 | 49,99 |
| Spolni odnosi    | 57,88 | 50,35 |
| Prijateljstvo    | 61,03 | 48,63 |
| Pušenje cigareta | 68,97 | 44,31 |
| Alkoholizam      | 65,19 | 46,37 |
| Zdravlje         | 57,91 | 50,33 |
| Tehnologija      | 47,45 | 56,02 |

U 9. tablici slična usporedba kao u 8. tablici no tiče se pretraživanja ispitanika putem pametnih telefona. Ispitanici koji konzumiraju cigarete odnosno ne konzumiraju, putem pametnog telefona su istraživali sljedeće teme: prehrana, spolni odnosi, zdravlje, tehnologija i tako dalje. Posebno se može istaknuti prijateljstvo (MR 61,03), pušenje cigareta (MR 68,97) i alkoholizam (MR 65,19) koji se statistički značajno razlikuju od pušača odnosno ne pušača.

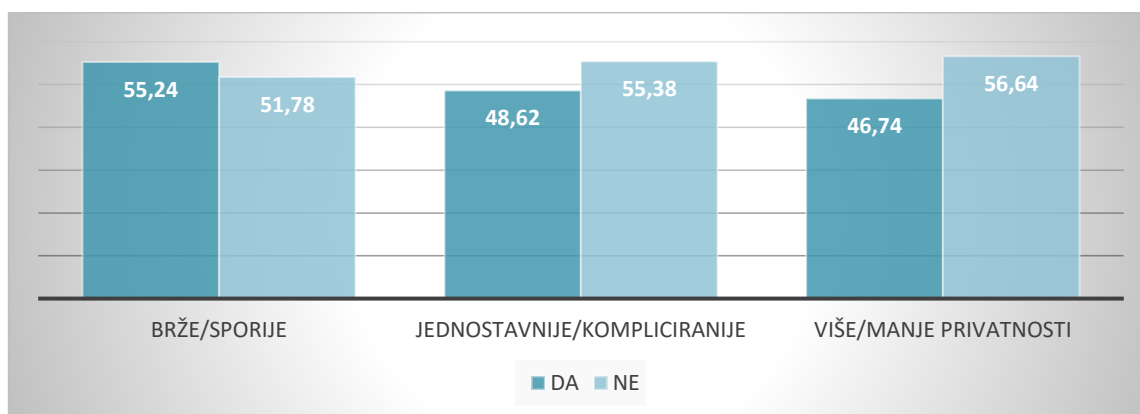


Grafikon 8 Pušiš li?! Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona

Tablica 10. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo

| Srednji rang                   | DA    | NE    |
|--------------------------------|-------|-------|
| Brže / sporije                 | 55,24 | 51,78 |
| Jednostavnije / kompliciranije | 48,62 | 55,38 |
| Više / manje privatnosti       | 46,74 | 56,40 |

U 10. tablici napravljena je usporedba između ispitanika koji konzumiraju, odnosno ne konzumiraju cigarete u vezi pretraživanja putem pametnog telefona te računala. Ispitanici koji konzumiraju cigarete izjasnili su se kako je jednostavnije koristiti pametni telefon (MR 55,38) te imaju više privatnosti (MR 56,40) pri pretraživanju informacija u odnosu na pretraživanje putem računala, dok brzina pretraživanja slična prema dobivenim odgovorima.



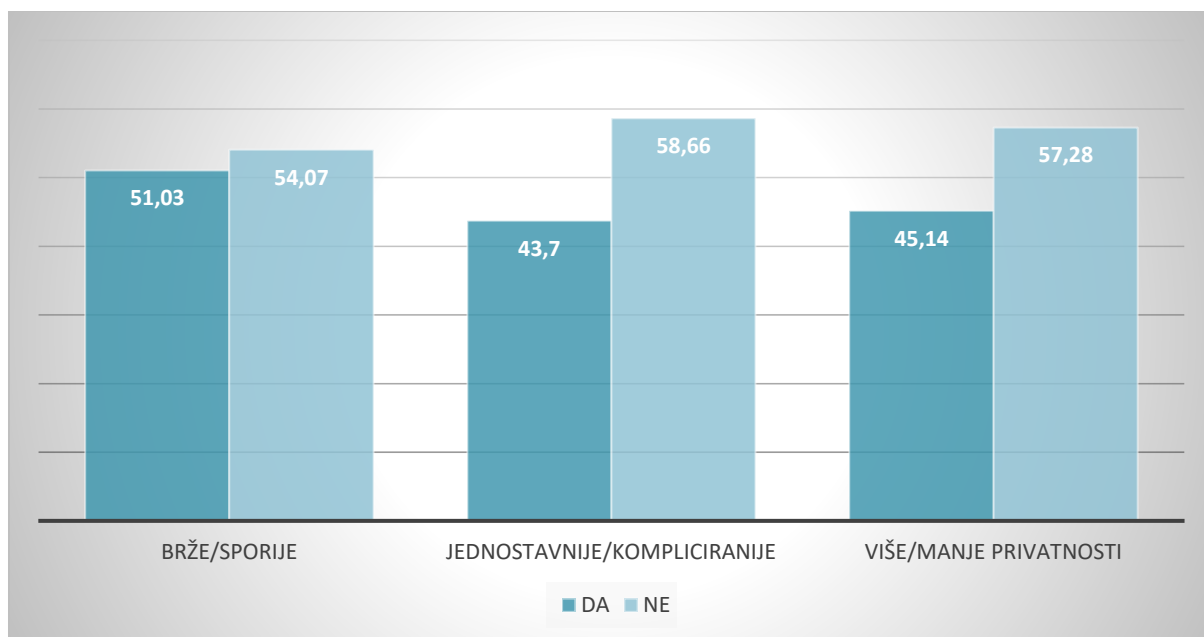
Grafikon 9. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo

Tablica 11. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (sa prijateljima, drugim osobama odnosno "face to face").

| Srednji rang                   | DA    | NE    |
|--------------------------------|-------|-------|
| Brže / sporije                 | 51,03 | 54,07 |
| Jednostavnije / kompliciranije | 43,70 | 58,66 |
| Više / manje privatnosti       | 45,14 | 57,28 |

Slična situacija s obzirom na tablicu 10, vidljiva je u tablici 11. Značajne statističke razlike uočavaju se kod ispitanika koji konzumiraju cigarete pri pretraživanju informacija putem pametnih telefona vs face to face. Također, ispitanici koji konzumiraju cigarete, (MR

58,66), smatraju da je jednostavnije koristiti pametni telefon prilikom pretraživanja informacija nego razgovarati „licem u lice“ s drugom osobom te također smatraju kako im pretraživanje informacija putem pametnih telefona nudi veću privatnost (MR 57,28) dok brzina dobivanja povratne informacije varira u sličnom postotku. Nadalje, značajniju razliku kod ispitanika koji konzumiraju cigarete vidimo kod pretraživanja sastojaka cigareta 61,01% te kod pretraživanja informacija o cijeni cigarete 65,39%.

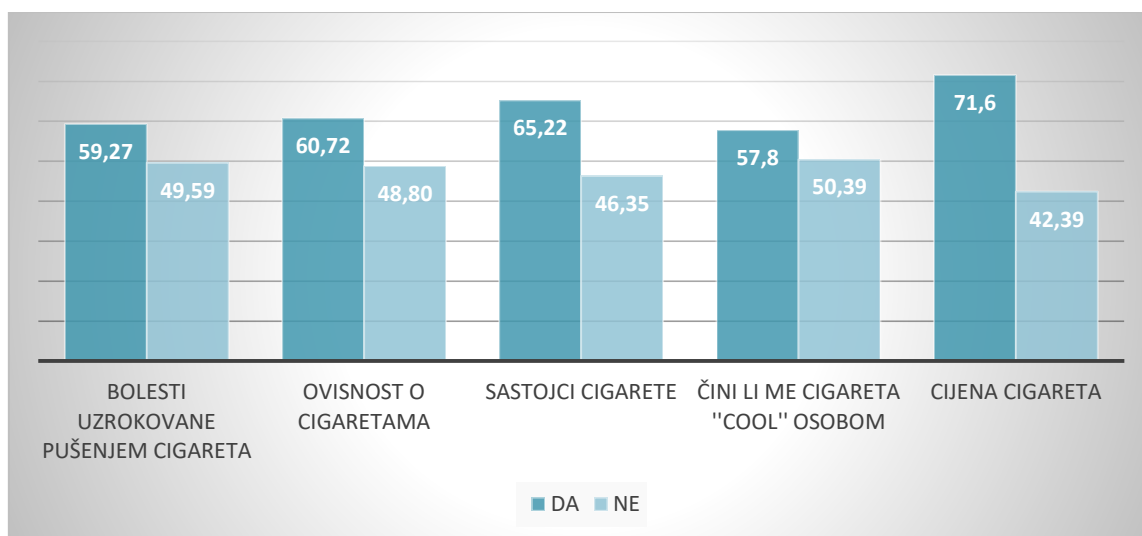


Grafikon 10. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (sa prijateljima, drugim osobama odnosno "face to face").

Tablica 12. Pušiš li?! U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete

| Srednji rang                         | DA    | NE    |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | 59,27 | 49,59 |
| Ovisnost o cigaretama                | 60,72 | 48,80 |
| Sastojci cigarete                    | 65,22 | 46,35 |
| Čini li me cigareta 'cool' osobom    | 57,80 | 50,39 |
| Cijena cigarete                      | 71,60 | 42,39 |

U 12. tablici uočava se statistički značajna razlika kod ispitanika koji konzumiraju cigarete koji su pretraživali teme vezene za ovisnost o cigaretama (MR 60,72), sastojcima cigareta (MR 65,22) i cijeni cigarete (MR 71,60) dok o bolestima koje mogu biti uzrokovane pušenjem cigareta (MR 59,27), te čini li me cigareta "cool" osobom (MR 57,80) nema navedene razlike.



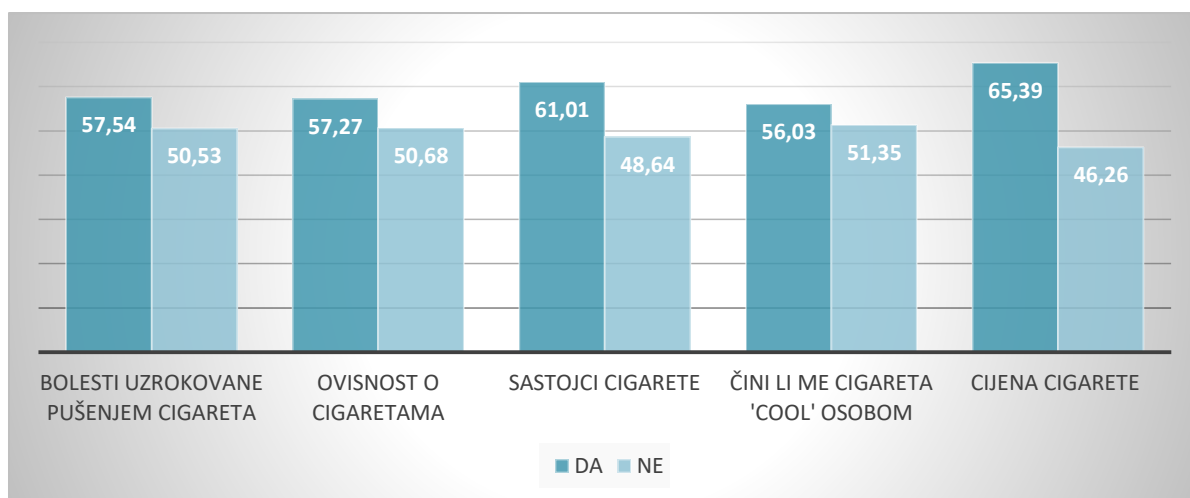
Grafikon 11. Pušiš li?! U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete

Tablica 13. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje

| Srednji rang                         | DA    | NE    |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | 57,54 | 50,53 |
| Ovisnost o cigaretama                | 57,27 | 50,68 |
| Sastojci cigarete                    | 61,01 | 48,64 |
| Čini li me cigareta 'cool' osobom    | 56,03 | 51,35 |
| Cijena cigarete                      | 65,39 | 46,26 |

U tablici 13. ispitanici koji konzumiraju cigarete su na pretraživanja vezana uz cigarete i pušenje, najviše pretraživali koji su sastojci cigareta (MR 61,01) i cijenu cigareta (MR 65,39). Što je ujedno i statistička razlika u odnosu na teme vezane za bolesti uzrokovane pušenjem cigareta, te čini li nekoga cigareta "cool" osobom.





Grafikon 12. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje

U 14. pitanju ispitanici su dali odgovor na to koji su im najbolji načini pružanja informacija vezanih uz cigarete i pušenje. 52,4% ispitanika označilo je dodatni nastavni sat tjedno kao adekvatan način pružanja informacija o navedenoj temi. Nadalje, 14,3% ispitanika označilo je brošure, 49,5% ispitanika označilo je Internet portale, 31,4% ispitanika označilo je mobilne aplikacije. 49,5% ispitanika označilo je komunikaciju putem pametnog telefona, odnosno putem aplikacija poput Vibera, Whatsapp-a i sl. sa stručnom osobom u slučaju da je usluga anonimna i besplatna te 67,6% ispitanika označilo je da mogućnost dolaska kod stručne osobe u slobodno vrijeme za razgovor o navedenoj temi dobar način pružanja informacija.

## 7. RASPRAVA

Analizom anketnih pitanja moguće je doći do raznih zaključaka. Na provedenom istraživanju 105 učenika srednje škole može se jasno vidjeti koji su njihovi interesi. U ovom diplomskom radu fokus je na razlikama prema spolu.

Može se jasno vidjeti kako su mladi tijekom zadnjih godinu dana pretraživali informacije vezane za prehranu, spolne odnose, prijateljstvo, pušenje cigareta, alkoholizam, zdravlje te tehnologiju. Što se tiče potonjeg može se istaknuti da se statistička razlika jasno vidi u pretraživanju o prehrani (73,56%) u korist muškog spola, dok o spolnim odnosima ženski spol više istražuje (59,74). Pušenje cigareta znatno više istražuje ženski spol (56,96%), dok o tehnologiji više pretražuju muškarci (68,19%).

Pretraživanja informacija putem pametnog telefona, ženski spol više istražuje prehranu (58,75%), za razliku od muškog spola koji je istraživao (69,75%) o spolnim odnosima i tehnologiji (70,29%).

Kako je prethodno navedeno u diplomskom radu, niti jedan uređaj do sada nije dostigao takav napredak kao pametni telefon. Pomoću njega mladi brže (62,01%) i jednostavnije dolaze do različitih informacija koje su kvalitetnije i dostupnije a pojedincu pružaju više privatnosti (57,04%) pri pretraživanju nego putem računala ili "face to face" sa prijateljima ili rodbinom.

Od 105 mladih, 99% njih se izjasnilo da ima pametni telefon. Pametni telefon je prekretnica u osamostaljivanju mladih. U znatnoj mjeri im služi za kvalitetnije istraživanje tema koje su ključne u njihovom razvoju, te ga koriste svakodnevno na dnevnoj bazi dopisivanja, komentiranja, dijeljenja slika itd. Pametni telefon je danas ključno sredstvo komunikacije mladih (87,60%). Postavlja se pitanje kako su prošle generacije uopće funkcionirale bez korištenja pametnih telefona.

Mobilna tehnologija i tehnologija uopće, znatno su promijenile društveni život i komunikaciju.

Potrebe se mijenjaju, mladi se mijenjaju. Stoga, kao zaključna misao istraživanja leži u tome kako je područje informacijskog ponašanja mladih jako široko i neistraženo te da ga svakako treba pratiti i analizirati kako bi došli do zanimljivih spoznaja o društvenim trendovima kojima je podložan životni stil mladih.

## 8. ZAKLJUČAK

Informacijske potrebe mladih modernog društva, tj. informacijskog društva podložne su konstantnim promjenama sukladno s aktualnim društvenim trendovima unaprjeđenja kompletne informacijske tehnologije. Informacije dobivaju veliku važnost te su potrebe za njima uvelike povećane. Posebice kod mladih koji su na životnim prekretnicama te svoje odluke žele donositi samostalno, no naravno prije toga se sve više žele samostalno informirati te donijeti što kvalitetniju odluku.

U ovom radu fokus je stavljen na proučavanje informacijskog ponašanja mladih prilikom pretraživanja informacija za svakodnevni život na pametnim telefonima. U teorijskom dijelu rada definirana je dakle, teorijska osnova za razumijevanje promatrane tematike informacija, informacijskog društva, informacijskih potreba mladih te izabranih modela informacijskog ponašanja kroz prošla razdoblja.

Cilj rada bio je utvrditi, odnosno istražiti razlike informacijskog ponašanja mladih osoba srednjoškolske dobi prilikom pretraživanja informacija o svakodnevnom životu na pametnom telefonu i razgovora s osobama licem u lice. Provedeno istraživanje predstavljeno je u drugom dijelu rada, a obuhvatilo je 105 srednjoškolaca. Ispitanici većinom (99%) posjeduju pametni telefon te često pretražuju informacije za svakodnevni život putem pametnih telefona. Kada je riječ o temama koje mlade zanimaju, može se reći kako mlade općenito zanimaju slične teme (spolni odnosi, prehrana, zdravlje i slično). Također, istraživanje pokazuje kako mladi u većoj mjeri koriste pametne telefone u odnosu na stolna računala ili neki drugi oblik pristupa informacijama pa čak i u odnosu na „licem u lice“. Takav pristup informacijama im je jednostavniji, brži te privatniji.

Sukladno tome, može se zaključiti kako ponašanje mladih prilikom upotrebe pametnih telefona zasigurno predstavlja vrlo zanimljivu tematiku iz koje se može vrlo lako doći do različitih zaključaka i spoznaja. Mladi uvelike koriste pametne telefone kako bi zadovoljili različite informacijske potrebe počevši od komunikacije, traženja različitih informacija na različite teme svakodnevnog života, savjeta, uputa te različitih iskustava. Mladi su uglavnom znatiželjni te obzirom na to kako počinju samostalno donositi odluke, uvelike se suočavaju s nedovoljnim znanjem te se pokušavaju dodatno informirati kako bi odluke bile što kvalitetnije. Naravno, pri tome teže doći do željenih informacija na što jednostavniji način i u što kraćem roku, a tu se pametni telefon svojim odlikama ističe kao uređaj „broj jedan“, jer s njim su informacije dostupne uvijek i svugdje.

Proučavana tematika vrlo je zanimljiva, no može se reći kako još uvijek nije dovoljno istražena, ali isto tako predstavlja neiscrpan izvor podataka te bi svakako trebala biti zastupljenija u budućim informacijskim istraživanjima.

## LITERATURA

1. Agosto, E. Denise; Hughes-Hassell, Sandra. Toward a model of the everyday life information needs of urban teenagers, part 1: Theoretical model. Volume 57, Issue 10 Pages 1394–1403, 2006, URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.20451/abstract>
2. An introduction to information retrieval. Cambridge university press (2009) URL: <https://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/01bool.pdf>
3. Badurina, Boris. Što je informacijsko u informacijskom društvu? // Oglеди o informacijskim znanostima: Zbornik u čast Tatjane Aparac-Jelušić / Faletar Tanacković, Sanjica ; Dragija Ivanović, Martina (ur.). Osijek ; Zadar: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku ; Sveučilište u Zadru, 2016.
4. Bates, Marcia J. Information Behavior. // Encyclopedia of Library and Information Sciences, 3rd Ed. New York: CRC Press, vol. 3, 2010., pp. 2381-2391. URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html>
5. Bates, Marcia J. An Introduction to Metatheories, Theories, and Models. Dept. of Information Studies University of California, Los Angeles, 2005, Str. 3. URL: [https://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/.../um/Bates\\_2005\\_intro.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/.../um/Bates_2005_intro.pdf)
6. Bosančić, Boris. Information in the knowledge acquisition process // Journal of documentation, 72 (2016), 5; 930-960.
7. Ch'ng Lay Kee, Zarina Samsudin. Mobile devices: toys or learning tools for the 21st century teenagers? TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology // Volume 13, issue 3, 2014
8. Davis, Gordon B., Olson, Margrethe H. Management Information Systems: Conceptual Foundations, Structura and Development. New York: McGraw- Hill, 1984. URL: <https://trove.nla.gov.au/work/19430145?selectedversion=NBD4012171>
9. Hur-L, Lee. Information Structures and Undergraduate Students. The Journal of Academic Librarianship Volume 34, Issue 3, Pages 211-219, 2008, URL: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2008.03.004>
10. Kolarić, Alica., Stričević, Ivanka. Information seeking behavior for decision making in everyday life: a pilot study on adolescents. Libellarium, IX, 2 Str. 275 – 308 (2016.) Str 277. URL: [libellarium.org/index.php/libellarium/article/viewFile/272/371](http://libellarium.org/index.php/libellarium/article/viewFile/272/371)
11. Kuhlthau, Carol C. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. // Journal of the American Society for Information Science 42, 5(1991), 361-

371. URL: <https://cloud.irb.hr/proxy/nph-proxy.cgi/10/http/web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer=3fsid=3d709cfe55-c364-4ec8-aea4cba00d914b2b=2540sessionmgr114=26vid=3d0=26hid=3d123>
12. Lasić-Lazić, Jadranka; Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima - pronađeni u informacijskom opismenjavanju. // Medijska istraživanja 18, 1(2012), str. 126. URL: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=127116](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=127116)
13. Lau, R. Richard., Quadrel, Jacobs, Marilyn., Hartman, A. Karen. Development and change of young adults' preventive health beliefs and behavior: influence from parents and peers.// Journal of health and social behavior Str. 240 - 259 (1990.) URL: <https://www.jstor.org/stable/pdf/2136890.pdf?refreqid=excelsior%3A6a622a24180795df287717bd4e617edc>
14. Manning, Christopher D., Raghavan, Prabhakar. Schütze, Hinrich. An introduction to information retrieval. Cambridge: Cambridge university press (2009) URL: <https://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/01bool.pdf>
15. Marchionini, Gary. Information seeking in electronic environments. Cambridge: Cambridge university press. 1995.
16. Relja, Renata; Božić, Tina. Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. Media, culture and public relations, 3, 138-149, 2012, URL: <http://hrcak.srce.hr/87766>
17. Savolainen, Reijo. Everyday life information seeking: Approaching Information Seeking in the Context of "Way of Life"// Library & Information Science Research Volume 17, Issue 3, Pages 259-294, 1995
18. Saracevic, Tefko. Relevance reconsidered. : Information science: Integration in perspectives. Proceedings of the Second Conference on Conceptions of Library and Information Science (CoLIS 2). Copenhagen (Denmark), 14-17 Oct.1996. pp. 201-218. URL: [http://tefkos.comminfo.rutgers.edu/CoLIS2\\_1996.doc](http://tefkos.comminfo.rutgers.edu/CoLIS2_1996.doc)
19. Shenton, Andrew K.; Hay-Gibson, Naomi. Modelling the information – seeking behaviour of children and young people: Inspiration from beyond LIS. Aslib Journal of Information Management. Vol. 63 Issue: 1, pp.57-75, <https://doi.org/10.1108/00012531111103786>
20. Shenton, Andrew K. Research into young people's information-seeking: perspectives and methods. Aslib Proceedings, Vol. 56 Issue: 4, pp.243-254, URL: <https://doi.org/10.1108/00012530410549277>
21. Tabak, Edin; Kukić, Damir. Informacijsko ponašanje. //Univerzitet u Zenici. (2013) URL: <http://unze.ba/informacijskoponasanje/>

22. Yong Min Ting Gladys., May, Thiri., Perdana, Muhammad Iqbal. Critical Inquiry in Information Needs and Behaviors of Students using Smart Phone and Tablet for Learning: A Case in Singapore. Wee Kim School of Communication and Information. URL: <http://www.wkwsci.ntu.edu.sg/programmes/CurrentStudents/Graduate/Forms%20and%20Procedures/Coursework/Documents/D1.%20Proposal%20Samples%2001.pdf>
23. Webster, Frank. Theories of the information society. New York: Routledge, 2006.
24. Wilson, T. D. Information behavior: an interdisciplinary perspective. // Information Processing & Management 33, 4 (1997), URL: <http://www.informationr.net/tdw/publ/papers/1997IP&M.pdf>
25. Wilson, T.D. Human information behaviour. //Informing science: Special issue on information science research Vol.3 No. 2 (2000). Str. 49-56. URL: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>
26. Wilson, T.D. Models in information behaviour research. // Journal of Documentation 55, 3 Str. 249 - 270. (1999), URL: <http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis610/TDWilson Only 1999.pdf>
27. Zhitomirsky-Geffet, Maayan., Blau, Maya. Predictive Factors of Information Seeking behaviour of smartphone users from different generations. (2017) Str. 325 – 333. URL: [https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/96761/2.2\\_31\\_ZhitomirskyGeffetPredictive%20factors%20of%20information%20seeking%20behavior%20of%20smartphone%20users.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/96761/2.2_31_ZhitomirskyGeffetPredictive%20factors%20of%20information%20seeking%20behavior%20of%20smartphone%20users.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (2017-11-18) Str. 325
28. Zhitomirsky-Geffet, Maayan., Blau, Maya. Cross-generational analysis of information seeking behavior of smartphone users. Aslib Journal of Information Management. Vol. 69 Issue: 6, Str. 721-739 (2017) URL: <https://doi.org/10.1108/AJIM-04-2017-0083>

# PRILOZI

(Anketni upitnik)

**Dragi učenici,**

ova anketa dio je istraživanja informacijskog ponašanja mladih pri pretraživanju informacija na pametnim telefonima. Anketa je u potpunosti anonimna te će se rezultati koristiti za potrebe diplomskog rada.

Molim Vas da iskreno odgovorite na sva pitanja. Ispunjavanje ankete traje 10tak minuta.

Unaprijed zahvaljujem na suradnji!

1. Koliko imaš godina? \_\_\_\_\_

2. Spol?      Ž  <sub>1</sub>                      M  <sub>2</sub>

3. U koji razred ideš?

- Prvi <sub>1</sub>                       Treći <sub>3</sub>  
 Drugi <sub>2</sub>                       Četvrti <sub>4</sub>

4. Imaš li pametni telefon?

- Da <sub>1</sub>                       Ne <sub>2</sub>

5. Za što ti sve služi pametni telefon? (moguće je više odgovora)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Čitanje e-maila <sub>a</sub>                        | <input type="checkbox"/> Kupovanje u web trgovinama <sub>f</sub> |
| <input type="checkbox"/> Dodatno educiranje <sub>b</sub>                     | <input type="checkbox"/> Fotografiranje <sub>g</sub>             |
| <input type="checkbox"/> Chatanje <sub>c</sub>                               | <input type="checkbox"/> Igranje igrice <sub>h</sub>             |
| <input type="checkbox"/> Gledanje videa <sub>d</sub>                         | <input type="checkbox"/> Istraživanje interneta <sub>i</sub>     |
| <input type="checkbox"/> Umrežavanje (Facebook, Twitter i sl. ) <sub>e</sub> | <input type="checkbox"/> Nešto drugo: _____ <sub>j</sub>         |



**6. U kojoj mjeri si tijekom zadnjih godinu dana pretraživao/la informacije o sljedećim temama?**

|                     | Nisam uopće                | Rijetko                    | Ponekad                    | Često                      |
|---------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| a) Prehrana         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| b) Spolni odnosi    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| c) Prijateljstvo    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| d) Pušenje cigareta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| e) Alkoholizam      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| f) Zdravlje         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| g) Tehnologija      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

**7. A u kojoj mjeri si ih tijekom zadnjih godinu dana pretraživao/la PUTEM PAMETNOG TELEFONA?**

|                     | Nisam uopće                | Rijetko                    | Ponekad                    | Često                      |
|---------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| a) Prehrana         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| b) Spolni odnosi    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| c) Prijateljstvo    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| d) Pušenje cigareta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| e) Alkoholizam      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| f) Zdravlje         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| g) Tehnologija      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

**8. Ocijeni pretraživanje informacija PUTEM PAMETNOG TELEFONA o odnosu na pretraživanje računalom?**

|                    | 2                        | 1                        | 0                        | 1                        | 2                        |                     |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| Brže               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sporije             |
| Jednostavnije      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Kompliciranije      |
| S više privatnosti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | S manje privatnosti |

**9. Ocijeni pretraživanje informacija PUTE M PAMETNOG TELEFONA o odnosu na pretraživanje uživo. Razgovorom s prijateljima i drugim osobama „licem u lice“?**

|                    | 2                        | 1                        | 0                        | 1                        | 2                        |                     |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| Brže               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sporije             |
| Jednostavnije      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Kompliciranije      |
| S više privatnosti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | S manje privatnosti |

**10. Pušiš li? (Konzumiraš li cigarete?)**

Da <sub>1</sub>                       Ne <sub>2</sub>

**11. U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane iz cigarete?**

|   | Ne zanima me uopće                    | Pomalo                                | Dosta                                 | Jako me zanima                        |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| a) Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| b) Ovisnost o cigaretama                | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| c) Sastojci cigarete                    | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| d) Čini li me cigareta „cool“ osobom    | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| e) Cijena cigarete                      | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |

**12. A u kojoj mjeri si tijekom zadnjih godinu dana pretraživao/la informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje?**

|   | Nisam uopće                           | Rijetko                               | Ponekad                               | Često                                 |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| a) Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| b) Ovisnost o cigaretama                | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| c) Sastojci cigarete                    | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| d) Čini li me cigareta „cool“ osobom    | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |
| e) Cijena cigarete                      | <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> |

**13. A na koji način si pretraživao/la informacije temama vezanih uz cigarete i pušenje?**

|   | Nisam uopće                | Najviše uživo<br>(razgovorom) | Najviše<br>računalom       | Najviše<br>pametnim<br>telefonom |
|---|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| f) Bolesti uzrokovane pušenjem cigareta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2    | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4       |
| g) Ovisnost o cigaretama                | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2    | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4       |
| h) Sastojci cigarete                    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2    | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4       |
| i) Čini li me cigareta „cool“ osobom    | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2    | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4       |
| j) Cijena cigarete                      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2    | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4       |

**14. Po tvom mišljenju koji su najbolji načini za pružanje informacija vezanih za cigarete i pušenje?**  
(Moguće više odgovora)

- Dodatan nastavni sat tjedno za edukaciju o navedenoj temi <sup>a</sup>
- Brošure <sup>b</sup>
- Internet portali <sup>c</sup>
- Mobilne aplikacije <sup>d</sup>
- Putem stručne osobe kojoj se putem pametnog telefona (Whatsapp, Messenger, Viber, e-mail i sl..) možeš obratiti za pomoć ili savjet u bilo koje vrijeme besplatno i anonimno <sup>e</sup>
- Putem stručne osobe kojoj možeš u bilo koje vrijeme osobno doći i obratiti joj se za pomoć <sup>f</sup>
- Nešto drugo (Što?) \_\_\_\_\_ <sup>g</sup>

**Stigao/la si do kraja upitnika!**

**Hvala ti na sudjelovanju u ovom istraživanju.**

## POPIS SLIKA

|  |    |
|--|----|
| Slika 1. Wilsonov model informacijskog ponašanja iz 1981. .... | 8  |
| Slika 2. Wilsonov opći model informacijskog ponašanja .....    | 9  |
| Slika 3. Proces traženja informacija prema Kuhltau .....       | 10 |
| Slika 4. Sens-making model.....                                | 11 |
| Slika 5. Sense-making model .....                              | 12 |

## POPIS TABLICA

|   |    |
|---|----|
| Tablica 1. Primjena pametnih telefona kod ispitanika .....  | 23 |
| Tablica 2. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana.....   | 24 |
| Tablica 3. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona  | 25 |
| Tablica 4. Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo .....  | 26 |
| Tablica 5. Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (s prijateljima,<br>drugim osobama odnosno "face to face"). .....               | 27 |
| Tablica 6. U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete.....  | 29 |
| Tablica 7. U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim<br>temama vezanih uz cigarete i pušenje .....            | 30 |
| Tablica 8. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o<br>sljedećim temama .....                               | 31 |
| Tablica 9. Pušiš li?! Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog<br>telefona .....  | 32 |
| Tablica 10. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo .....  | 33 |
| Tablica 11. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (sa<br>prijateljima, drugim osobama odnosno "face to face"). .....  | 33 |
| Tablica 12. Pušiš li?! U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete.....  | 34 |
| Tablica 13. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije<br>o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje..... | 35 |

## POPIS GRAFIKONA

|  |    |
|--|----|
| Grafikon 1. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana .....  | 24 |
| Grafikon 2. Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona<br>.....   | 25 |
| Grafikon 3. Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo .....  | 26 |
| Grafikon 4. Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo ( razgovor „face to<br>face“ s drugom osobom) .....                 | 28 |
| Grafikon 5. U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete .....   | 29 |
| Grafikon 6. U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o<br>sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje..... | 30 |
| Grafikon 7. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije<br>o sljedećim temama.....                    | 31 |

|  |    |
|--|----|
| Grafikon 8 Pušiš li?! Pretraživanje informacija tijekom zadnjih godinu dana putem pametnog telefona .....  | 32 |
| Grafikon 9. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnog telefona vs računalo.....  | 33 |
| Grafikon 10. Pušiš li?! Pretraživanje putem pametnih telefona vs pretraživanje uživo (sa prijateljima, drugim osobama odnosno "face to face"). .....   | 34 |
| Grafikon 11. Pušiš li?! U kojoj mjeri te zanimaju sljedeće teme vezane uz cigarete .....   | 35 |
| Grafikon 12. Pušiš li?! U kojoj si mjeri tijekom zadnjih godinu dana pretraživala/o informacije o sljedećim temama vezanih uz cigarete i pušenje ..... | 36 |