

Digitalna isključenost i društveni mediji

Šarić, Danijela

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:243151>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Dvopredmetni diplomski studij Informacijske tehnologije i Nakladništva

Danijela Šarić

Digitalna isključenost i društveni mediji

Diplomski rad

Mentor: izv.prof.dr.sc. Boris Badurina

Osijek, 2023.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za informacijske znanosti

Dvopredmetni diplomski studij Informacijske tehnologije i Nakladništva

Danijela Šarić

Digitalna isključenost i društveni mediji

Diplomski rad

Društvene znanosti, Informacijske i komunikacijske znanosti, Informacijski
sustavi i informatologija

Mentor: izv.prof.dr.sc. Boris Badurina

Osijek, 2023.

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

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

IZJAVA

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

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

U Osijeku, 5. lipnja 2025

Marija Šarić, 02225621

Ime i prezime studenta, JMBAG

SAŽETAK

Ovaj diplomski rad istražuje pojavu digitalne isključenosti među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku. Teorijski dio rada obuhvaća teme digitalnog detoksa, FOMO i JOMO fenomena, trendova na društvenim medijima i ovisnosti o istima. Današnje informacijsko doba obilježeno je stresom, tjeskobom i stalnom potrebom za simulacijom. Samim time, razumijevanje i primjenjivanje digitalne isključenosti u životu pojedinca od velike je važnosti. Iako relativno nov pojam, digitalna isključenost polako pronalazi svoje mjesto u stručnoj literaturi, najčešće u istraživanjima vezanim uz digitalnu ovisnost, odnosno ovisnost o internetu. Osim toga, uz digitalnu isključenost veže se niz drugih pojmova koji su pokriveni u ovom radu. Za svrhu ovoga rada provedeno je istraživanje u kojemu je korištena metoda anketnog upitnika kako bi se saznalo u kojoj mjeri se studenti susreću s digitalnom isključeñošću te kakve su njihove navike i stavovi u vezi s korištenjem društvenih medija. Rezultati istraživanja pokazali su kako većina ispitanika koristi društvene medije, ali se isto tako suočava s određenim oblicima digitalne isključenosti. Također su otkriveni neki zanimljivi trendovi u vezi s navikama i stavovima studenata o korištenju društvenih medija. Ovaj rad pruža uvid u važnost razumijevanja digitalne isključenosti u današnjem društvu i nudi preporuke za prevenciju i rješavanje ovog problema. U zaključku rada naglašava se važnost educiranja studenata o digitalnoj isključenosti te potreba za razvijanjem strategija i programa koji će im pomoći u borbi protiv negativnih posljedica prekomjernog korištenja društvenih medija. Također se ističe potreba za daljnjim istraživanjima o digitalnoj isključenosti, posebice u kontekstu visokoškolskog obrazovanja.

Ključne riječi: digitalna isključenost, društveni mediji, strah od propuštanja, užitak od propuštanja

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Digitalna isključenost/digitalni detoks.....	2
3. Strah od propuštanja i užitek od propuštanja.....	5
4. Društveni mediji i ovisnosti	6
5. Trendovi na društvenim medijima – razvoj i rizici	8
6. Rizici koje donose društveni mediji	9
7. Istraživanje.....	12
7.1. Cilj i svrha istraživanja.....	12
7.2. Metodologija	13
7.3. Uzorak	13
7.4. Način provedbe	14
7.5. Rezultati istraživanja	14
7.6. Rezultati anketnog upitnika	14
7.7. Zaključak istraživanja	33
8. Zaključak	34
9. Literatura.....	35
10. Prilozi.....	38
10.1. Primjer anketnog upitnika	38

1. Uvod

Uvođenjem pametnih telefona u našu svakodnevnicu, način na koji komuniciramo, zabavljamo se, radimo, i općenito funkcioniramo u društvu, drastično se promijenio. Međutim, postoji velika zabrinutost o negativnom utjecaju koji ova tehnologija može imati na naše fizičko i mentalno zdravlje te na društvo općenito. Iako se o nekim dugoročnim posljedicama ne govori dovoljno, mnogi se slažu kako pametni telefoni mogu dovesti do ovisnosti, gubitka pažnje, depresije i drugih problema. Kao odgovor na to, sve veći broj ljudi okreće se konceptu digitalnog isključivanja, koji uključuje određene strategije za smanjenje uporabe pametnih telefona i drugih digitalnih uređaja u svrhu povećanja dobrobiti i kvalitete života. U ovom diplomskom radu, analizirat će se utjecaj pametnih telefona i društvenih medija na naše društvo i zdravlje, razmotriti važnost digitalnog isključivanja, te istražiti koliko su studenti Filozofskog fakulteta u Osijeku upoznati s ovim pojmom, koje su njihove navike na društvenim medijima te kako ovaj koncept može pomoći u rješavanju nekih od najvećih izazova koje donosi moderno doba informacijske tehnologije. Upotreba pametnih telefona, poput korištenja društvenih medija ili aplikacija za brzo slanje poruka, može narušiti dobrobit. Intervencije digitalnog detoksa predložene su kao rješenje za smanjenje negativnih učinaka upotrebe pametnih telefona na ishode poput dobrobiti ili društvenih odnosa. Digitalni detoks definiran je kao pauza u korištenju elektroničkih uređaja, u ovom slučaju pametnih telefona, bilo na duže ili kraće vrijeme. Međutim, do sada nije bilo u potpunosti jasno jesu li takve intervencije učinkovite u promicanju zdravog načina života u digitalnom dobu.¹ U radu se također istražuje fenomen straha od propuštanja, odnosno FOMO (Fear Of Missing Out) i užitak od propuštanja, odnosno JOMO (Joy Of Missing Out) te se analizira koliko se sudionici suočavaju s tim pojmovima u svakodnevnom životu, kao i koliko su uopće upoznati s njima. Strah od propuštanja je pojava koja opisuje strah od propuštanja nečega važnog, što je povezano s osjećajem stalne povezanosti s tehnologijom i društvenim medijima. S druge strane, užitak od propuštanja opisuje zadovoljstvo koje osoba doživljava kada se odmori od tehnologije i društvenih medija te se posveti drugim aktivnostima.

¹ Usp. Radtke, Theda; Apel, Theresa; Schenkel Konstantin; Keller, Jan; Lindern von, Eike. Digital detox: An effective solution in the smartphone era?: A systematic literature review, // *Mobile Media & Communication* 10, 2(2021), str. 191. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20501579211028647> (2023-05-11)

Nastojalo se utvrditi koliko su ovi fenomeni prisutni u današnjem društvu te koliko utječu na našu dobrobit. Samim time, za svrhu ovoga rada provedeno je i istraživanje o razini digitalne isključenosti među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku te općenito o njihovim navikama korištenja društvenih medija i pametnog telefona općenito. Izneseni su rezultati i grafički prikazi te su doneseni zaključci. Digitalna isključenost sve se više promovira kao način za smanjenje negativnih učinaka tehnologije na naš život, a u ovom radu će se istražiti važnost i učinkovitost iste. Rezultati i zaključci ovog istraživanja mogu biti korisni za sve one koji su zabrinuti za svoje zdravlje i dobrobit u digitalnom dobu.

2. Digitalna isključenost/digitalni detoks

Rastuća uporaba informacijske tehnologije ima sveprisutan utjecaj na društvo, uključujući i cjelokupan svijet rada. Pojedinačni stručnjaci, a osobito radnici zasnovani na znanju, izloženi su digitalnim uređajima tijekom većeg dijela svog radnog vremena. Osim toga, uvjerljivo dizajnirani društveni mediji i digitalne aplikacije zauzimaju slobodno vrijeme neizmjereno velikog broja ljudi.

Današnji društveni mediji oblikuju čak i naše najjednostavnije svakodnevne aktivnosti i konstantno nas suočavaju s dilemama vezanim za našu online i offline prisutnost. Bez sumnje, digitalni mediji su obogatili naš život i u mnogim situacijama nam uštedjeli vrijeme i napor. Ipak, sve se više javlja zabrinutost oko toga kako upotreba digitalnih medija, posebno pametnih telefona i društvenih medija, iscrpljuje naše živote, narušava privatnost i krade vrijeme.

Znanstvena istraživanja jasno ukazuju da takvo povećanje vremena provedenog pred ekranom može imati ozbiljne posljedice na dobrobit pojedinaca. Zapravo, korištenje informacijske tehnologije može dovesti do tehnostresa, što se definira kao "bilo koji negativni utjecaj na stavove, misli, ponašanje ili fiziologiju tijela koji je uzrokovan izravno ili neizravno tehnologijom". Tehnostres predstavlja hitno društveno pitanje, posebice s obzirom na promjene u granicama između posla i privatnog života, koje su se dodatno pojačale tijekom pandemije COVID-19. Kako bi se suprotstavili tehnostresu i njegovim negativnim posljedicama na dobrobit i produktivnost pojedinaca, pojam digitalne isključenosti ili detoksa našao je svoje mjesto u popularnoj kulturi.² Digitalnim detoksom često se smatra uzimanje veće pauze od pametnih telefona i društvenih medija, ali pojam može pokriti i različite aktivnosti, pa tako i

² Usp. Mirbabaie, Milad; Stieglitz, Stefan; Marx, Julian. Digital detox. // Bus Inf Syst Eng 64, 2(2022), str. 239-241. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-022-00747-x> (2023-05-11)

načine razmišljanja. Takvo razdoblje isključenosti, točnije detoksa, može trajati do nekoliko mjeseci ili manje od dana. Pojam digitalne isključenosti ili detoksa koristi se za opisivanje pravila za razdoblja odvojenosti od ekrana, opsežne i umjerene životne promjene, postupna smanjena ili „medijsku dijetu“.³

Kao koncept, digitalna isključenost pojam je star manje od deset godina, ali njegova upotreba se brzo povećava. Godine 2013., pojam je uključen u Oxfordov rječnik s definicijom: „Period vremena tijekom kojeg osoba izbjegava korištenje elektroničkih uređaja poput pametnih telefona ili računala, smatrajući to prilikom za smanjenje stresa ili za fokusiranje na društvenu interakciju u fizičkom svijetu.“ Prema knjigama za samopomoć, periodi digitalne isključenosti variraju od provođenja jednog ili dva sata bez mobilnog telefona do „detoksikacijskih odmora“ koji traju nekoliko tjedana. Aspekt medija također varira; iako digitalna isključenost neizbježno znači suzdržavanje od korištenja internetskih medija i igara, može također podrazumijevati suzdržavanje od drugih medija poput televizije i/ili radnih alata i programa. Unatoč praktičnim razlikama, zajednički je preduvjet u svim opisima digitalne isključenosti taj da su trenutni korisnički obrasci opasni i nezdravi.⁴

Tri povijesne putanje bitne su za razumijevanje iskustava preopterećenosti i digitalne isključenosti. Prva putanja odnosi se na pojačavanje takozvane ekonomije pažnje. Zadobiti ljudsku pažnju jedan je od najtežih zadataka, a novi mediji razvijeni su na način da zaokupe i zadrže tu pažnju i, naravno, da od nje imaju profita. Društveni mediji, igrice, prijenosi uživo i pametni telefoni – svi oni doprinose iskustvu osjećaja preopterećenosti i osjećaja kako se stalno nešto događa. Naime, stalne obavijesti i uvjerljiv dizajn primamljuju korisnike na stalno provjeravanje poruka i novosti. Kroz tehnike gamifikacije kao što su lajkovi, nagrade, značke, vremenske linije i tome slično, i stari i novi mediji dizajnirani su na način da ometaju korisnike u onome što trenutno rade i preusmjere njihovu pažnju na ekran. Osim toga, uređaji o kojima danas ovisimo, a koji su nam potrebni za posao, edukaciju i održavanje kontakata, simultano funkcioniraju kao tehnologije distrakcije pružajući beskrajna iskušenja i zabavu.

Drugi faktor je politički, a odnosi se na pritisak koji se vrši kako bi svi bili „online“, kao i digitaliziranje gotovo svih proizvoda i usluga. Naravno, postoje legitimni razlozi za digitaliziranje državnih i javnih usluga poput smanjenja državnih rashoda i bolje brige za okoliš.

³ Usp. Syvertsen, Trine. Introduction: Do we have a problem? // Digital detox: The politics of disconnecting. / Trine Syvertsen. Wagon Lane, Bingley, Ujedinjeno Kraljevstvo: Emerald Publishing Limited, 2020. Str. 2-3.

⁴ Usp. Syvertsen, Trine; Enli, Gunn. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 1, 15(2019), str. 2-3. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856519847325> (2023-05-11)

Isto tako, smatra se kako digitaliziranje proizvoda povećava produktivnost. Ipak, politike digitalizacije države i raširena digitalizacija usluga kao što su prijevoz, porez, obrazovanje, vrijeme i slično, doprinose još većem pritisku „online“ prisutnosti građana.

Treći faktor odnosi se na prevladavajuću kulturu samooptimizacije. Pojam digitalnog detoksa relativno je nov pojam, ali se može smjestiti u dugu tradiciju medijske otpornosti. U svakoj povijesnoj fazi, izražavanje nesklonosti medijima i nezadovoljstva obojano je primjerima toga kako se ljudi nose s tim istim nezadovoljstvom i nelagodnošću. U ovom slučaju, samooptimizacija učestali je način nošenja s problemima koji imaju društveno ili političko korijenje. Digitalni detoks kao trend samooptimizacije inspiriran je pokretima balansa i ponnosti (eng. „balance and mindfulness movements“). Karakteristično za samooptimizaciju je vjerovanje kako je pojedinac odgovoran za svoj život i njegovo poboljšanje. Stoga, smatra se kako se može poboljšati i onaj medijski i digitalni život.⁵

Međutim, konceptualizacija i empirijska analiza digitalne detoksikacije do sada su ostale nejasne. Rani rezultati istraživanja pružaju raznolike rezultate u vezi s učinkovitošću digitalne detoksikacije u poboljšanju dobrobiti pojedinaca. Ipak, donošenje zaključka o učinkovitosti digitalne isključenosti uvelike ovisi o načinu na koji je definirana u svakom pojedinom istraživanju. Unatoč toj nejasnoći, literatura često naglašava važnost izbjegavanja IT-a u određenim razdobljima i poziva na daljnja istraživanja ovog pitanja. Rastuća potražnja za digitalnom isključenosti prije, tijekom i vjerojatno nakon pandemije COVID-19 temeljno postavlja pitanje načina na koji koristimo IT. Pojedinci se sve više žele osloboditi prisutnosti IT-a. Da se utvrditi kako digitalna detoksikacija predstavlja simptom ozbiljnog problema, a to su negativni učinci korištenja IT-a na zdravlje i zadovoljstvo poslom.⁶

Ekonomski, politički i kulturni trendovi nužni su pri objašnjavanju digitalnog detoksa kao trenda. No digitalni detoks je, isto tako, duboko osobna stvar. Mnogi su razlozi zašto se pojedinci odlučuju na uzimanje razdoblja odvojenosti od društvenih medija i kako odlučuju o tome pričati.⁷

⁵ Usp. Syvertsen, Trine. The big picture. // Digital detox: The politics of disconnecting. / Trine Syvertsen. Wagon Lane, Bingley, Ujedinjeno Kraljevstvo: Emerald Publishing Limited, 2020. Str. 6-8.

⁶ Usp. Mirbabaie, Milad; Stieglitz, Stefan; Marx, Julian. Digital detox. // Bus Inf Syst Eng 64, 2(2022), str. 239-240. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-022-00747-x> (2023-05-11)

⁷ Usp. Syvertsen, Trine. The big picture. // Digital detox: The politics of disconnecting. / Trine Syvertsen. Wagon Lane, Bingley, Ujedinjeno Kraljevstvo: Emerald Publishing Limited, 2020. Str. 8-9.

3. Strah od propuštanja i užitak od propuštanja

Dva najčešća pojma usko vezana uz problem digitalne isključenosti su pojmovi straha od propuštanja (FOMO) i užitka od propuštanja (JOMO). Pojam „strah od propuštanja“ prvi put spominje pisac po imenu Patrick J. McGinnis, 2004. godine. Zatim je 2012. godine isti pojam dalje istražio JW Intelligence, a studija je objasnila kako je strah od propuštanja osjećaj anksioznosti i straha od propuštanja nekog događaja, koji je u pojedinca najizraženiji u situaciji kada prijatelj radi nešto što je zabavnije ili bolje od onoga što on trenutno radi. Ljudi koji imaju strah od propuštanja također se osjećaju zabrinuto ako propuste informacije o aktualnom trendu.

S druge strane, pojam užitka od propuštanja nastaje 2012. godine kada je spisateljica, digitalna stručnjakinja i voditeljica podcasta, Christina Crook, promovirala „životni stil“ užitka od propuštanja pisanjem knjige "The Joy of Missing Out". Crook navodi kako je implementacija užitka od propuštanja svjesni napor za odvajanje od svijeta interneta kako bi se doživjeli trenutci u stvarnom životu bez prisutnosti na internetu. Osobe koje doživljavaju užitak od propuštanja imaju sporiji ritam, fokusiraju se na odnose u stvarnom životu, sposobni su reći ne u određenim situacijama, daju poseban sebi prostor odvajanjem od tehnologije dajući si vrijeme da osjete sve emocije te su sposobni uživati u svom vremenu bez razmišljanja o tome što drugi ljudi rade. Naime, smatra se kako su osobe koje doživljavaju strah od propuštanja podložene niskoj razini zadovoljstva, kao i svakodnevnim lošim raspoloženjima. S druge strane, osobe koje doživljavaju užitak od propuštanja osjećaju zadovoljstvo životom koji trenutno žive i imaju tendenciju uživanja u trenutku.⁸

Upotreba pametnih telefona omogućuje hiper-povezanost, odnosno korištenje različitih načina komunikacije poput e-pošte, poruka, Facetimea i drugih. Osobe koje pate od straha od propuštanja mogu osjećati anksioznost, izoliranost i usamljenost ako propuste ažuriranja statusa, tweetove i e-poštu i ostale novosti koje se pojave samo nakon nekoliko minuta od zadnjeg pregledavanja istih. Kao rezultat tih anksioznosti, osobe koje pate od straha od propuštanja iskazuju želju da ostanu neprestano povezani s onim što drugi rade. Strah od propuštanja povezan je s intenzivnim emocijama vezanim uz društvene medije, što može dovesti do poremećaja čak i u učionici i smanjenja učenja, bez obzira na bilo kakve ublažavajuće faktore. Preliminarna istraživanja pokazuju da, kada im se pruži "prilika za

⁸ Usp. Grashyla Aurel, Jiren; Paramita, Sinta. FoMO and JoMO: Phenomenon of Active Millennial Instagram Users at 2020 in Jakarta. // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 570, (2021), str. 724. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icebsh-21/125959539> (2023-05-11)

učenje", učenici doživljavaju užitek od propuštanja, odnosno radost zbog propuštanja nečega. Ispostavlja se kako primanje zvukova i vibracija koje nam stižu na našim pametnim telefonima mogu biti nepotreban ometajući faktor koji nas udaljava od trenutka te smanjuje produktivnost i mogućnosti za značajnu interakciju. Međutim, kada se isključimo iz toga i ignoriramo ih, dobivamo slobodu i prostor za razmišljanje. Također, na taj način stvara se prostor za usredotočenje na prilike koje su zaista vrijedne i kojima je potrebno posvetiti vrijeme i pažnju.⁹

4. Društveni mediji i ovisnosti

U posljednje vrijeme, zabilježen je značajan porast korištenja društvenih medija među mladima diljem svijeta, pri čemu broj aktivnih korisnika društvenih medija i mobilnih telefona premašuje 2,5 milijarde. Ovisnost o internetu definira se kao nekontrolirano i pretjerano korištenje interneta koje narušava kvalitetu života ljudi. Prema DSM-V (Dijagnostički i statistički priručnik za mentalne poremećaje), takva ovisnost se može klasificirati kao mentalni poremećaj. Glavni uzrok ove ovisnosti leži u brzom razvoju dostupnosti interneta, osobito među adolescentima. Osim jednostavne dostupnosti, platforme društvenih medija posebno su dizajnirane kako bi zadržale korisnike angažiranima pružajući im različite mogućnosti za socijalizaciju, a također mogu prouzročiti klinički značajnu štetu. Osobe koje su ovisne o internetu obično imaju poteškoće sa spavanjem, što uključuje veću potrebu za snom, lošu kvalitetu sna, povećanu pospanost tijekom dana i probleme s ciklusom spavanja. Korištenje društvenih medija, posebno noću, ima negativan utjecaj na kvalitetu sna korisnika, smanjujući ukupno vrijeme spavanja i povećavajući vrijeme potrebno za utonuti u san. Osim toga, mladi osjećaju pritisak da budu stalno povezani s društvenim medijima, što često rezultira time da spavaju s mobilnim telefonima pored kreveta. To može dovesti do poremećaja spavanja koji može povećati rizik od fizioloških i psiholoških bolesti.¹⁰ Interpersonalna komunikacija ključna je za zadovoljenje temeljnih ljudskih potreba pripadnosti i međusobne povezanosti. Međutim, razvoj informacijske tehnologije, posebno brzog širenja društvenih medija, znatno je utjecao na načine na koje se odvija interpersonalna komunikacija u posljednjim desetljećima.

⁹ Usp. Aitamurto, Tanja... [et.al.] From FOMO to JOMO: Examining the Fear and Joy of Missing Out and Presence in a 360° Video Viewing Experience. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3411764.3445183> (2023-05-11)

¹⁰ Usp. Shafiq, Arisha... [et.al.]. Association of social media addiction with insomnia among university students. // The Professional Medical Journal 30, 2(2023), str. 276.-277. URL: <https://doi.org/10.29309/TPMJ/2023.30.02.7246> (2023-05-11)

Općeprihvaćene platforme društvenih medija i laka dostupnost interneta donose potencijal za ovisnost o društvenim medijima, odnosno iracionalnu i pretjeranu upotrebu društvenih medija do te mjere da ometaju druge aspekte svakodnevnog života. Ovisnost o društvenim medijima povezana je s nizom emocionalnih, relacijskih i zdravstvenih problema. Stoga je razumijevanje uzroka, posljedica i lijekova za ovisnost o društvenim medijima izuzetno važno. Osobe koje pate od ovisnosti o društvenim medijima često su opterećene korištenjem društvenih medija te osjećaju nekontrolirani nagon da se stalno prijavljuju i koriste ih. Istraživanja su otkrila da se simptomi ove ovisnosti mogu manifestirati kroz promjene raspoloženja, kognitivne sposobnosti, tjelesne i emocionalne reakcije, kao i probleme u međuljudskim odnosima i psihološkim funkcijama.¹¹ Mnogobrojna istraživanja pokazala su kako tehnološke ovisnosti, uključujući ovisnost o internetu i društvenim medijima, imaju pozitivnu povezanost sa stresom, anksioznošću i depresijom te negativnu povezanost s akademskim uspjehom, što sve zajedno negativno utječe na sveukupno zadovoljstvo životom.

U nedavnoj studiji na uzorku od 381 poljskih korisnika Facebooka, otkriveno je kako ovisnici o Facebooku imaju niže samopoštovanje i manje zadovoljstvo životom u odnosu na neovisne korisnike. Ovo otkriće kasnije je potvrđeno na istraživanju provedenom na 311 turskih studentica i studenata prema kojem je zadovoljstvo životom negativno povezano s problematičnom uporabom Facebooka. U istraživanju u kojem je sudjelovalo 82 Amerikanaca, pokazalo se da, što su više koristili Facebook, to je više opadala njihova dobrobit i zadovoljstvo životom. U skladu s ovim otkrićem, istraživanje provedeno na 583 korisnika Facebooka u Njemačkoj pokazalo je da ljudi koji pasivno prate online korisnike doživljavaju društvenu usporedbu i osjećaje zavisti, što smanjuje njihovo zadovoljstvo životom.¹² Mnoga istraživanja o korištenju društvenih medija i mentalnom zdravlju pokazuju kako je dugotrajno korištenje društvenih medija poput Facebooka pozitivno povezano s problemima mentalnog zdravlja, kao što su stres, anksioznost i depresija, a negativno povezano s dugoročnim blagostanjem.¹³

Jedan od čimbenika koji može ležati u pozadini negativnih učinaka ovisnosti o društvenim medijima je samopouzdanje. Iako se smatra kako pregledavanje ili uređivanje

¹¹ Usp. Hou, Yubo... [et.al.]. Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. // Journal of Psychosocial Research on Cyberspace 13, 1(2019), str. 1-2. URL: <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4> (2023-05-11)

¹² Usp. Havi, Nazir; Samaha, Maya. The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. // Social Science Computer Review 1, 11(2016), str. 2-3. URL: <https://doi.org/10.1177/089443931666> (2023-05-11)

¹³ Usp. Hou, Yubo... [et.al.]. Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. // Journal of Psychosocial Research on Cyberspace 13, 1(2019), str. 2. URL: <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4> (2023-05-11)

vlastitog online profila poboljšava samopouzdanje, korisnici društvenih medija često su izloženi selektivnom i glorificiranom online predstavljanju drugih korisnika, što može smanjiti samopouzdanje onoga koji ih promatra. Na primjer, česti korisnici Facebooka vjeruju da su drugi sretniji i uspješniji od njih samih, posebno kada ne poznaju te korisnike izvan online svijeta. Na primjer, studija Mehdizadeh iz 2010. pokazala je da je korištenje Facebooka bilo povezano s nižim samopouzdanjem, tako da su osobe koje su više vremena provodile na Facebooku po sesiji i koje su se češće prijavljivale na Facebook imale niže samopouzdanje. Još jedna studija je utvrdila da se samopouzdanje adolescenata smanjuje nakon što prime negativne povratne informacije na društvenim medijima.¹⁴

5. Trendovi na društvenim medijima – razvoj i rizici

Spoj tehnologije i medija izazvao je velike promjene u navikama mladih, uključujući preferiranje određenih društvenih medija, stvaranje i potrošnju medijskog sadržaja te korištenje medija u cjelini. Mladi žive svoj život u online svijetu, koji često nije povezan sa stvarnim svijetom. U potrazi za najrelevantnijim sadržajem i najvećom publikom, različiti mediji kopiraju uspješne formate jedni od drugih i prilagođavaju ih. Ne tako davno, pojavila se značajka kratkih priča koje nestaju nakon 24 sata na društvenim medijima. Ova značajka prvo se pojavila u aplikaciji SnapChat, koja je brzo stekla popularnost među mlađom generacijom. Slična značajka kasnije se pojavila na Instagramu u obliku Storyja, koji je postigao ogromnu popularnost, te na drugim platformama kao što su Facebook i druge.

Kratki video formati su se pojavili na Vine platformi, koja je nudila ograničenje od samo 6 sekundi za video. Nakon uspjeha tog formata, počele su se pojavljivati platforme za kratke videozapise poput Musical.ly-a 2016. godine, koji se uglavnom karakterizirao lipsync-om i kratkim skečevima, što je kasnije dovelo do nastanka TikToka, platforme koja nudi videozapise od 60 sekundi. Međutim, nakon uspjeha TikToka, Instagram je također uveo svoju verziju kratkih videozapisa, Reels, a YouTube kroz Shorts. Ovi formati obično se snimaju mobilnim telefonima primatelja, bez profesionalne obrade, često s lošom kvalitetom slike i zvuka. Drugi oblici i platforme dominirali su profesionalno proizvedenim sadržajem koji je pažljivo oblikovan vizualno i tehnički od strane cijelog tima profesionalaca. Korisnici su postali aktivni

¹⁴ Usp. Havi, Nazir; Samaha, Maya. The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review* 1, 11(2016), str. 3. URL: <https://doi.org/10.1177/089443931666> (2023-05-11)

kreatori i utjecajni faktori sami po sebi, što je postalo iznenađujuće, s obzirom da su na drugim platformama najpopularniji kreatori bili profesionalci i poznate osobe poput sportaša, glazbenika ili drugih slavni osoba. Samim time, može se reći kako danas svi imaju mogućnost biti kreatori sadržaja na društvenim medijima i tako steći popularnost. Navedeni trendovi ne samo da su imali utjecaj na daljnji razvoj tehnologije i društvenih medija, nego su promijenili i način na koji korisnici istih funkcioniraju.¹⁵

6. Rizici koje donose društveni mediji

Današnje medijsko okruženje veće je i raznolikije nego ikad prije, što omogućuje mladima pristup nevjerojatnoj količini digitalnog sadržaja na raznim uređajima, poput pametnih telefona, tableta, računala, prijenosnih računala i igračih konzola. Društveni mediji su ključni dio ovog okruženja. Osim toga, sveobuhvatno razumijevanje mentalnog zdravlja današnjih adolescenata zahtijeva razmatranje uloge društvenih medija. Tijekom adolescencije postoji veći rizik od razvoja mentalnih bolesti, pri čemu gotovo jedna petina adolescenata pati od dijagnosticiranog mentalnog poremećaja. Posebno zabrinjava porast pojave određenih problema s mentalnim zdravljem, kao što su depresija i suicidalne misli, među adolescentima u proteklim godinama, a stope suicida među mladima u dobi od 10 do 24 godine porasle su za 56% između 2007. i 2017. godine. Obzirom da se ovaj porast podudara s općom uporabom društvenih medija, to je izazvalo zabrinutost u vezi moguće veze između navedenih pojava. Tijekom adolescencije, društveni mediji adolescentima mogu biti privlačni zbog specifičnih karakteristika ovog razdoblja, ali isto tako, adolescencija može biti osjetljiva na rizike i izazove koje donosi korištenje novih tehnologija. U ovom razdoblju mozak se intenzivno razvija u smislu društveno-emocionalne povezanosti, što može pojačati osjetljivost na društvene informacije, ali i brigu oko mišljenja vršnjaka. Važni zadatci tijekom adolescencije uključuju formiranje bliskih veza s vršnjacima, povećanje neovisnosti od odraslih te istraživanje i definiranje vlastitog identiteta.¹⁶ Ipak, najveći postotak ovisničkog ponašanja pripisan je strahu od propuštanja, a taj učinak proizlazi iz spoznaje kako je vrijeme koje provodimo online neupitno ograničeno pa

¹⁵ Usp. Škripčová, Lucia; Hladíková, Vladimíra. Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities. // European Journal of Media, Art & Photography 10, 2(2022), str. 90. URL: https://www.researchgate.net/publication/366809084_Current_Social_Media_Trends_and_Young_Audiences_-_Risks_and_Opportunities (2023-05-11)

¹⁶ Usp. Nesi, Jacqueline. The Impact of Social Media on Youth Mental Health: Challenges and Opportunities. // North Carolina Medical Journal 81, 2(2020), str. 116. URL: <https://ncmedicaljournal.com/article/55247> (2023-05-11)

samim time jasno je i očito kako korisnici propuštaju veliku količinu informacija koje bi potencijalno našli zanimljivima, kao i iskustva kojima teže.

Osobe koje imaju strah od propuštanja osjećaju velike količine stresa i imaju stalnu potrebu za pretjeranim korištenjem pametnog telefona i provjeravanjem društvenih medija kako nešto ne bi propustili. Generacija Z najčešće se suočava strahom od propuštanja, a razlog tome je taj da su odrasli uz tehnologiju te ne znaju za život bez interneta i često traže inspiraciju na društvenim medijima za način života kakav žele živjeti. Još jedan trend koji je našao svoje mjesto u današnjem društvu je takozvani *phubbing*.¹⁷ Phubbing se odnosi na opsesivno korištenje pametnog telefona od strane pojedinca umjesto sudjelovanja u interakcijama s drugim osobama koje su prisutne u određenoj društvenoj situaciji. Osim toga, istraživanja su pokazala da ponašanje "phubbinga" pozitivno korelira s drugim osobinama pojedinca, poput straha od propuštanja. U većini studija o ponašanju "phubbinga", primijećeno je da su među glavnim čimbenicima koji utječu na takvo ponašanje ovisničke tendencije pojedinaca, a posebno ovisnost o društvenim medijima.¹⁸

Također jedan od negativnih trendova koji se veže uz društvene medije jest *humblebragging*. Humblebragging predstavlja čest oblik prezentacije samog sebe koji je konceptualno različit od drugih, ali neučinkovit. Ovaj oblik hvalisanja prikriva se iza žalbe ili lažne skromnosti. Ljudi se pokušavaju predstaviti na način da ostave povoljan dojam na druge ljude. Želja da nas drugi vide u pozitivnom svjetlu jedan je od temeljnih, moćnih i važnih pokretača ljudskog ponašanja, jer mnoge društvene i materijalne nagrade ovise o tome kako drugi percipiraju našu osobnost i ponašanje.¹⁹ Humblebragging je popularna metoda predstavljanja samog sebe na društvenim medijima kojom se nastoji izgledati skromno, kritički nastrojeno ili opušteno, a sve s ciljem privlačenja pozornosti na impresivne osobine, postignuća ili druge kvalitete korisnika. Još neke od negativnih pojava koje su proizašle iz korištenja društvenih medija su, primjerice, MoMO, FoJI i SloMO. MoMO (eng. Mystery of Missing Out)

¹⁷Usp. Škripcová, Lucia; Hladíková, Vladimíra. Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities. // European Journal of Media, Art & Photography 10, 2(2022), str. 94-95. URL: https://www.researchgate.net/publication/366809084_Current_Social_Media_Trends_and_Young_Audiences_-_Risks_and_Opportunities (2023-05-11)

¹⁸Usp. Chi, Li-Chiu; Tang, Tseng-Chung; Tang, Eugene. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior 41, (2022), str. 1113. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-021-02468-y> (2023-05-11)

¹⁹Usp. Sezer, Ovul; Gina, Francesca. Humblebragging: A Distinct And Ineffective Self-Presentation Strategy. // SSRN Electronic Journal, (2015), str. 1-2. URL: [Sezeretal.Humblebragging.pdf](https://ssrn.com/abstract=2648444) (2023-05-11)

pojava je koja se javlja kod ljudi koji pate od straha od propuštanja, a karakterizira je sumnja ili paranoja vezana uz događaje na koje nisu pozvani ili na kojima nisu prisutni. Osobe koje pate od MoMO-a doživljavaju jedinstvenu vrstu tjeskobe i frustracije koja ih navodi da brinu da se njihovi prijatelji i poznanici sastaju bez njih, ne objavljuju nove postove na društvenim medijima i ne obavještavaju ih o svojim susretima. Ova pojava se razlikuje od straha od propuštanja po tome što se osobe s MoMO-om brinu o propuštenim događajima, dok se osobe sa strahom od propuštanja više brinu o propuštenim prilikama. FoJI (Fear of Joining In), s druge strane, fenomen je koji predstavlja strah korisnika da njihove objave, fotografije i komentari neće biti lajkani od strane virtualnih prijatelja ili neće dobiti dovoljno reakcija (odgovora, lajkova itd.). Osoba koja pati od FoJI-a vjerojatno ne dijeli puno sadržaja u nastojanju da se zaštiti od mogućih neispunjenih očekivanja. Osoba koja doživljava FoJI može osjećati neizvjesnost oko toga koje sadržaje treba objaviti, a kao posljednje rješenje uzima deaktiviranje društvenih medija. Jedna od najučestalijih pojava je i SloMO (eng. Slow to Missing Out). SloMO predstavlja anksioznost, moglo bi se reći opravdanu. Ovi se osjećaju pojavljuju kod korisnika koji su izvan mreže ili spavaju dok se njihovi prijatelji druže, slave ili sudjeluju u drugim događajima zajedno, a također objavljuju svoja iskustva u obliku postova ili priča na društvenim medijima. Korisnici koji su bili izvan mreže saznaju ovu informaciju kasnije i s emocijom da drugi imaju bolji, zanimljiviji život pun sjajnih trenutaka, što često može dovesti do depresije i frustracije.²⁰

Još jedna od negativnih posljedica društvenih medija i pametnih telefona jest pojava nomofobije. Strah od gubitka mobilnog telefona koji se često naziva nomofobija, predstavlja iracionalni strah od ove elektroničke naprave. Izraz je nastao u Velikoj Britaniji 2009. godine, a potječe od riječi "nomophobia" ("no-mobile-phone-phobia"). Ovisnost o ovom uređaju uzrokuje osjećaj nepovezanosti kada korisnik nema mobilni uređaj pri ruci, bilo da je uređaj ostavljen kod kuće, da je baterija prazna ili ako je izvan dosega signala.²¹ Iako neki možda ne vole ideju provođenja dužeg vremena bez mobilnih uređaja, ostali s druge strane osjećaju strah ili tjeskobu zbog gubitka povezanosti s istim. Upravo to se naziva nomofobijom. Nomofobija je slična drugim psihološkim stanjima povezanim sa strahom od određenih stvari. Također dijeli vezu s drugim vrstama anksioznih poremećaja, poput društvene fobije. Istraživači su primijetili

²⁰ Usp. Škripcová, Lucia; Hladíková, Vladimíra. Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities. // European Journal of Media, Art & Photography 10, 2(2022), str. 95-97. URL: https://www.researchgate.net/publication/366809084_Current_Social_Media_Trends_and_Young_Audiences_-_Risks_and_Opportunities (2023-05-11)

²¹ Usp. Nomophobia: the irrational fear of being without a mobile phone. URL: <https://www.iberdrola.com/social-commitment/nomophobia> (2023-05-11)

da još uvijek nije jasno je li nomofobija posljedica postojećeg poremećaja anksioznosti ili ovisnosti o mobilnom telefonu. Slična su otkrića iznijeli i drugi istraživači. U studiji provedenoj 2016. godine, istraživači su predložili da nomofobija možda nije toliko specifičan strah ili anksioznost, već ovisnost. Predložili su i promjenu imena i stvaranje klasifikacije nazvane "poremećaj ovisnosti o pametnom telefonu".²² S pojavom ovih negativnih trendova na društvenim medijima, raste i potreba za pravilnim educiranjem korisnika društvenih medija o istima. Važno je educirati korisnike o sigurnom i odgovornom korištenju društvenih medija te im osigurati podršku pri pronalasku pravilne ravnoteže između *online* i *offline* života.

7. Istraživanje

7.1. Cilj i svrha istraživanja

Cilj je ovog istraživanja utvrditi razinu digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku. Konkretno, istraživanje će se fokusirati na utvrđivanje u kojoj mjeri studenti prakticiraju isključivanje od digitalnih tehnologija u svom životu. Svrha je ovog istraživanja pružiti uvid u psihološke i socijalne aspekte digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku. Rezultati ovog istraživanja mogu pružiti vrijedne informacije o načinima na koje se mladi ljudi nose s modernim tehnologijama i njihovim utjecajem na životne stilove. Također, istraživanje će doprinijeti razumijevanju utjecaja digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja na psihološko blagostanje i društvene odnose studenata. Konačno, rezultati ovog istraživanja mogu biti korisni pri sličnim istraživanjima na temu digitalne isključenosti.

Istraživačka pitanja (IP):

1. Zašto se toliko teško odvojiti od društvenih medija i tehnologije?
2. Kakve su navike ispitanika i u kojoj je mjeri zastupljeno prekomjerno korištenje društvenih medija?
3. Koja su moguća rješenja?

²² Usp. What is nomophobia? 2022. URL: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/nomophobia#What-is-it?> (2023-05-11)

7.2. Metodologija

U ovom istraživanju korištena je metoda online anketiranja putem upitnika kako bi se utvrdila razina digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku. Upitnik je sastavljen od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, a distribuiran je putem dva kanala - na satu i putem Facebooka. Sudjelovanje u istraživanju bilo je dobrovoljno i anonimno, a prikupljeni podaci su obrađeni na statistički valjan način.

Ukupno je anketu ispunilo 110 studenata, od kojih je 50 sudjelovalo u anketi putem online upitnika na satu, dok je 60 sudjelovalo u anketi putem online upitnika koji su ispunili na vlastitim računalima izvan fakulteta. Sudionici su bili obaviješteni o istraživanju putem e-maila i društvenih medija, a upitnik je bio dostupan na mrežnoj stranici ankete.

Upitnik je sadržavao pitanja koja su se odnosila na razinu digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja, kao i pitanja o aktivnostima koje sudionici provode kada se odmaraju od digitalnih tehnologija i sličnih. Pojedina pitanja bila su osmišljena tako da omogućavaju sudionicima da izraze svoje mišljenje o pojedinim temama.

Podatci prikupljeni putem upitnika analizirani su uz pomoć fakultetskog softvera za obradu podataka kako bi se dobili relevantni statistički rezultati. Ovi rezultati su interpretirani i prikazani u tablicama i grafikonima kako bi se olakšalo razumijevanje rezultata.

7.3. Uzorak

U ovom istraživanju, uzorak su činili studenti Filozofskog fakulteta u Osijeku koji su bili stariji od 18 godina i koristili digitalne tehnologije. Ukupno je 110 studenata sudjelovalo u istraživanju, od kojih je 50 sudjelovalo u anketi putem online upitnika na satu, a 60 sudjelovalo u anketi putem online upitnika koji su ispunili na vlastitim računalima izvan fakulteta.

Uzorak je bio reprezentativan za populaciju studenata Filozofskog fakulteta u Osijeku, s obzirom na to da su studenti izabrani iz različitih godina studija i fakultetskih smjerova. Međutim, budući da su studenti sudjelovali u istraživanju na dobrovoljnoj bazi, postoji mogućnost da su sudionici koji su se odlučili sudjelovati u istraživanju imali posebne karakteristike koje su mogle utjecati na rezultate. Također, važno je napomenuti da se uzorak u ovom istraživanju nije slučajno birao, već je izbor sudionika bio ograničen dostupnošću i voljom sudionika da sudjeluju u istraživanju.

7.4. Način provedbe

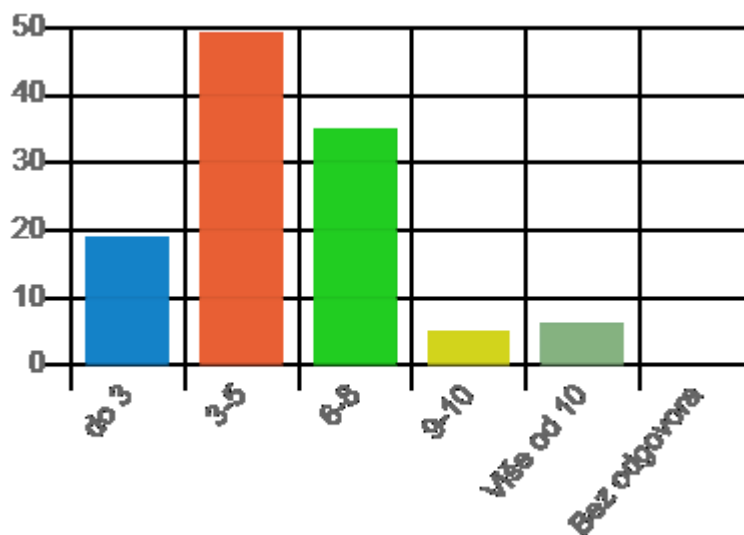
Istraživanje je provedeno putem online upitnika koji su sudionici ispunjavali na računalima. Dio sudionika je upitnik ispunjavao na računalima u računalnoj učionici, dok su drugi sudionici upitnik ispunjavali na vlastitim računalima uz pristup internetu. Upitnik je u oba slučaja bio dostupan na online platformi Filozofskog fakulteta u Osijeku za ispunjavanje upitnika – FFOS LimeSurvey. Sudionici su imali pravo na anonimnost i povjerljivost podataka. Istraživanje je provedeno u skladu s etičkim načelima istraživanja te su sudionici bili informirani o svrsi istraživanja i dali su svoj pristanak za sudjelovanje.

7.5. Rezultati istraživanja

U ovom dijelu rada bit će prikazani rezultati istraživanja provedenog na temu digitalne isključenosti, straha od propuštanja i užitka od propuštanja među studentima Filozofskog fakulteta u Osijeku. Istraživanje je provedeno putem online upitnika, a uzorak je činilo 110 studenata. Prikazat će se odgovori na zatvorena i otvorena pitanja te će se iznijeti glavni zaključci i interpretacija dobivenih rezultata.

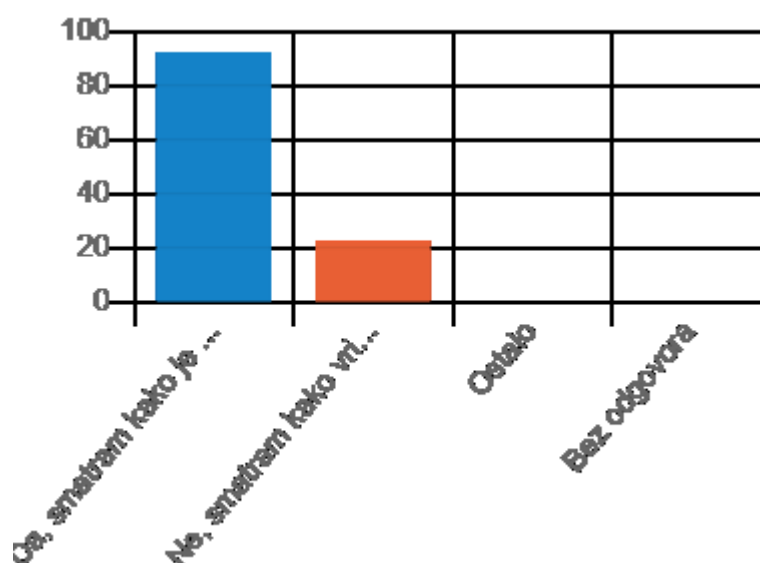
7.6. Rezultati anketnog upitnika

U istraživanju je sudjelovalo sveukupno 110 ispitanika, od kojih su 75,5% ženskog, a 23,6 muškog spola, dok se 1 ispitanik nije htio izjasniti. Najveći postotak ispitanika, njih 60,9%, ima od 20 do 23 godine. Nadalje, 17,3% ispitanika ima od 18 do 19 godina, a 12,7% od 24 do 25. Najmanji broj ispitanika, njih 9,1%, ima 26 godina i više. Najveći broj ispitanika, njih 29,1%, pohađa drugu godinu preddiplomskog studija. Zatim ih slijede studenti treće godine preddiplomskog studija, 28,2%, a 20% čine studenti prve godine preddiplomskog studija. Što se tiče diplomske razine studija, na upitnik je odgovorilo 21,8% studenata druge godine diplomskog studija te jedan ispitanik prve godine diplomskog studija. Anketni upitnik se nadalje sastojao od 21 ključnog pitanja. Prvo pitanje odnosilo se na količinu vremena koju studenti provode na svom pametnom telefonu, točnije društvenim medijima. Kako bi lakše mogli odgovoriti na pitanje, predloženo je da pogledaju svoj *screen time* na pametnom telefonu.



Slika 1. Učestalost provođenja vremena na društvenim medijima

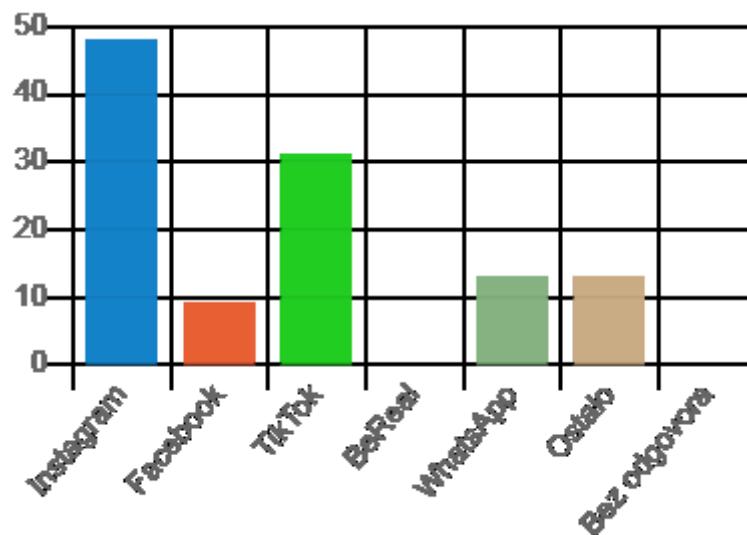
Kao što se može vidjeti na slici broj 1, najveći broj ispitanika provodi od 3 do 5 sati na društvenim medijima. Nešto manji broj ispitanika provodi od 6 do 8 sati dnevno svoga vremena na pametnom telefonu. Zatim ih slijede ispitanici koji provode do 3 sata na svom pametnom telefonu, a znatno manji broj njih provodi više od 10 sati dnevno. Najmanji broj studenata provodi od 9 do 10 sati dnevno na svom pametnom telefonu i društvenim medijima.



Slika 2. Percepcija o provedenom vremenu na društvenim medijima

Drugo pitanje odnosilo se na to imaju li ispitanici potrebu to vrijeme smanjiti ili povećati. S podataka na slici 2, možemo vidjeti da je 80,9% ispitanika izrazilo kako smatraju da je vrijeme koje provode na društvenim medijima potrebno smanjiti, a njih tek 19,1% smatra kako to vrijeme nije potrebno smanjiti. Sudeći prema navedenim rezultatima, dalo bi se

zaključiti kako ispitanici imaju problem s kontroliranjem vremena koje provode na društvenim medijima/ekranu. Naime, danas postoje mnoge aplikacije koje mogu pomoći pri reguliranju vremena provedenog na ekranu. Slično istraživanje provedeno je na Filozofskom fakultetu u Tuzli, a na pitanje „smatrate li da koristite društvene medije više nego biste trebali“, ispitanici su ponudili poprilično slične odgovore kao i ispitanici ovog upitnika. Samim time, 45% studenata Filozofskog fakulteta u Tuzli priznaje kako provodi više vremena na društvenim medijima nego što bi trebalo, njih 10% također priznaje, ali ističe kako ne vidi problem u tome. 22% ispitanika odgovorilo je s „katkad da katkad ne“, a njih 18% smatra kako društvene medije koristi racionalno i umjereno.²³



Slika 3. Učestalost korištenja društvenih medija

Iz podataka sa slike broj 3 možemo vidjeti koji su to društveni mediji najčešće korišteni kod ove grupe ispitanika. Na prvom mjestu nalazi se Instagram s 42,7%. Nadalje dolazi nešto novija platforma, TikTok, a 26,4% ispitanika složilo se kako najčešće koriste ovu platformu. Potom dolazi Whatsapp s 11,8% te Facebook kojeg najčešće koristi samo 7,3% ispitanika. Ostatak ispitanika, njih 11,8%, kao najčešće korištene medije navelo je YouTube, Pinterest, Snapchat, Telegram, Discord, Twitter i Reddit. Prema rezultatima, može se uočiti kako nitko od ispitanika ne provodi vrijeme na aplikaciji BeReal. To bi se moglo pripisati činjenici da je ova platforma relativno nova i tek doživljava svoj uspon. Ukupno gledajući, iz rezultata se može zaključiti da su Instagram i TikTok trenutno najpopularniji društveni mediji među ovom grupom

²³ Usp. Husejnfendić, Šejn. Prisutnost FOMO-a kod studenata Filozofskog fakulteta u Tuzli - (bez)opasni fenomen? // DHS-Društvene i humanističke studije: časopis Filozofskog fakulteta u Tuzli 17(2021). Str. 14. URL: <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1039510#page=4&zoom=160,-44,513>

ispitanika. Također, vidi se kako se korisnici sve više okreću novim platformama, dok se korištenje Facebooka polako smanjuje. Važno je napomenuti da odsutnost BeReala u najčešće korištenim aplikacijama ukazuje na to da ta platforma još nije dovoljno razvijena u ovoj populaciji. Uzimajući u obzir da društveni mediji igraju sve veću ulogu u našem svakodnevnom životu, ovi rezultati su korisni ne samo za razumijevanje navika i preferencija ove grupe ispitanika, već i za šire razumijevanje društvenih trendova i utjecaja koje društveni mediji imaju na naše ponašanje i interakcije.

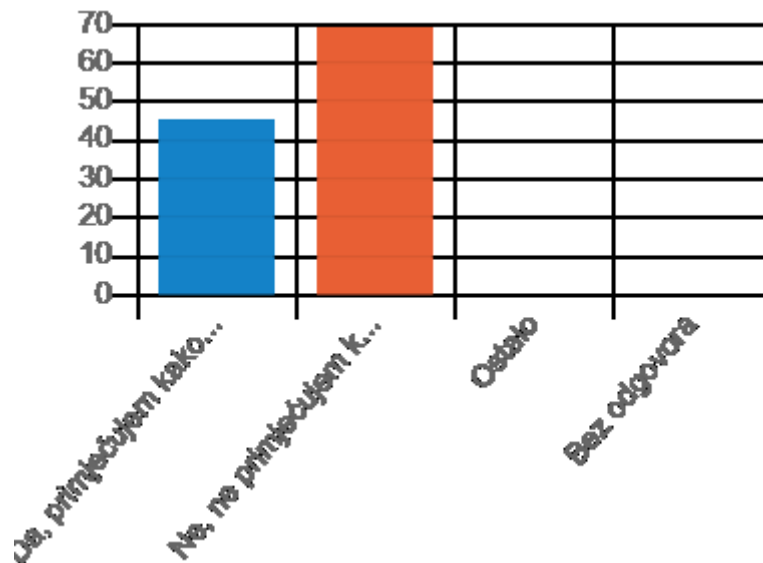
Nezdrave navike su one koje narušavaju poželjne ili važne dijelove života, poput spavanja, jedenja i međuljudskih odnosa. Istraživanja sugeriraju da česta upotreba interneta može postati navika i poremetiti druge aktivnosti. Primjerice, slanje poruka kasno navečer za dijete ili često provjeravanje e-pošte noću za odraslu osobu narušava san.²⁴ Loš san (premalo, previše, ili loša kvaliteta) pokazao se kao faktor rizika za pretilost, dijabetes, kardiovaskularne bolesti, depresiju i ukupnu smrtnost. Svjetlo u plavom spektru, kao što je svjetlo koje proizvodi pametni telefon, može potisnuti proizvodnju melatonina, što dovodi do smanjenja pospanosti, teškoća u pokretanju sna i neodmornog sna. Osim toga, uključivanje u aktivnosti tijekom upotrebe pametnih telefona može rezultirati stimulacijom koja je kontraproduktivna za pripremu sna. Ograničavanje upotrebe tehnologija neposredno prije spavanja često se preporučuje kao važan dio dobrog higijenskog sna.²⁵ U idućem pitanju nastojalo se saznati koliko ispitanika primjećuje probleme sa spavanjem, a koji se mogu izravno povezati s količinom vremena koje provode uz ekran, odnosno društveni mediji.

Prema idućem grafikonu može se zaključiti kako nešto više od pola ispitanika, njih 61,8%, nema problema sa spavanjem koje povezuju uz korištenje ekrana. S druge strane, iako manji broj ispitanika, njih 38,2% ipak povezuju svoje probleme sa spavanjem s količinom vremena provedenom uz ekran i društvene medije. Ovi rezultati ukazuju na važnost razmatranja ne samo količine vremena provedenog uz ekran, već i na njegov utjecaj na kvalitetu života i zdravlje. Kako se sve više ljudi suočava s problemima sa spavanjem zbog prekomjerne upotrebe

²⁴ Usp. Schoenebeck, Sarita Yardi. Developing Healthy Habits with Social Media: Theorizing the Cycle of Overuse and Taking Breaks, str. 1. URL: http://nonuse.jedbrubaker.com/wp-content/uploads/2014/03/Schoenebeck_SocialMediaHabits.pdf (2023-05-11)

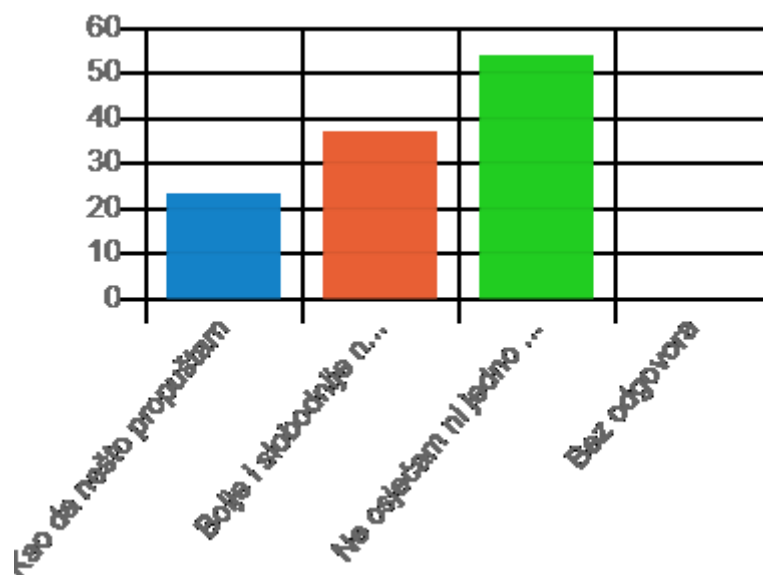
²⁵ Usp. Christensen, Matthew A... [et.al] Direct Measurements of Smartphone Screen Time: Relationships with Demographics and Sleep. // PLoS ONE 11, 11(2016), str. 2-3. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0165331> (2023-05-11)

tehnologije, važno je educirati ljude o potrebi za ravnotežom i umjerenim korištenjem društvenih medija kako bi se očuvalo zdravlje i dobrobit.



Slika 4. Poteškoće pri spavanju uzrokovane vremenom provedenim za ekranom

U sljedećih nekoliko pitanja nastojalo se ispitati na kojoj razini i u kojim trenucima ispitanici osjećaju strah od propuštanja ili užitek od propuštanja. Na pitanje, kako se to osjećaju kada neko vrijeme nisu aktivni na društvenim medijima, studenti odgovaraju sljedeće: 20% studenata osjeća se kao da u tom trenutku nešto propušta, 32,7% studenata osjeća se bolje i slobodnije nego kad su na društvenim medijima, dok je najveći broj ispitanika, njih 47,3% odgovorio kako ne osjeća ni jedno ni drugo. Samim time, može se zaključiti kako postoji raznolikost u načinu na koji ispitanici doživljavaju neaktivnost na društvenim medijima te da se ne može općenito tvrditi da se svi osjećaju loše zbog propuštenih sadržaja ili da se svi osjećaju bolje kada ne koriste društvene medije. Međutim, činjenica da 20% ispitanika osjeća kao da nešto propušta kada nisu aktivni na društvenim medijima može ukazivati na to da postoji određeni pritisak i očekivanja koja se vežu uz korištenje ovih platformi. Isto tako, može se zaključiti da većina ispitanika ne doživljava veliki utjecaj društvenih medija na svoje emocije i mentalno zdravlje kada su offline, dok manji postotak ispitanika i dalje doživljava strah od propuštanja ili užitek od propuštanja. Važno je naglasiti kako ovo istraživanje predstavlja samo uzorak ispitanika i da rezultati mogu varirati ovisno o kontekstu i populaciji ispitanika.



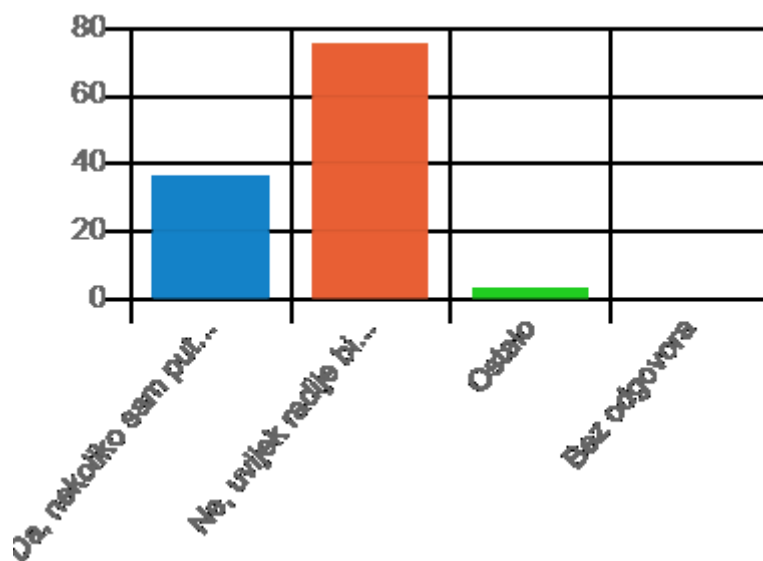
Slika 5. Učestalost osjećaja propuštanja (FOMO-a)

Mladi su danas navikli razvijati, komunicirati, družiti se, igrati i zabavljati se s drugim ljudima putem digitalnih medija, pa neki čak i preferiraju digitalni kontakt umjesto fizičkog, što dovodi do kognitivnih, ponašajnih i fizioloških promjena. No, ta stalna i zloupotrebljena aktivnost dovodi do brojnih problema kao što su sjedilački način života, poremećaji prehrane, problemi sa spavanjem, depresija, iritacija, agresivnost i nisko samopoštovanje. Mnoga istraživanja fokusirana su na to kako društveni mediji, posebno pametni telefoni, utječu na kvalitetu društvenih interakcija među mladima. Jedno od istraživanja, koje je proveo Habuchi, pokazalo je kako mobilni telefoni zapravo smanjuju kvalitetu interpersonalnih interakcija, stvarajući tako "tele-koconske efekte" - što znači da ljudi postaju izolirani kod kuće umjesto da izlaze te da online komunikacija oslabljuje njihove sposobnosti za komunikaciju licem u lice.²⁶

Na pitanje „Jeste li ikada radije ostali kod kuće provodeći vrijeme na društvenim medijima umjesto sastanka s prijateljima?“ 30,9% ispitanika odgovorilo je kako je nekoliko puta to rado učinilo, njih 66,4% odgovorilo je kako uvijek radije biraju društvo, a 2,7% odgovorilo je sljedeće: „Ne, ali iz drugog razloga. Moram priznati da moje društvo i nije toliko kvalitetno da ih izaberem umjesto društvenih medija, ali ako nešto dogovorimo, onda poštujem društvena obećanja i dogovore“, „Ostala sam kući radi obaveza, ali u pauzama provodila vrijeme na društvenim medijima“, „Provodim vrijeme na društvenim medijima i kada sam s

²⁶ Usp. Škripčová, Lucia; Hladíková, Vladimíra. Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities. // European Journal of Media, Art & Photography 10, 2(2022), str. 94. URL: https://www.researchgate.net/publication/366809084_Current_Social_Media_Trends_and_Young_Audiences_-_Risks_and_Opportunities (2023-05-11)

društvom“. Promatrajući ove rezultata može se zaključiti da većina ispitanika preferira druženje s prijateljima uživo u odnosu na provođenje vremena na društvenim medijima, ali postoji manji dio ispitanika koji su radije ostali kod kuće provodeći vrijeme na društvenim medijima, bilo zbog nedostatka kvalitetnog društva ili zbog drugih obaveza. Također, ovi rezultati mogu ukazati na to da društveni mediji mogu biti privlačna alternativa druženju u stvarnom životu kao i na promjene u društvenim normama i navikama u digitalnom dobu, ali da većina ljudi još uvijek cijeni i preferira osobni kontakt s prijateljima.

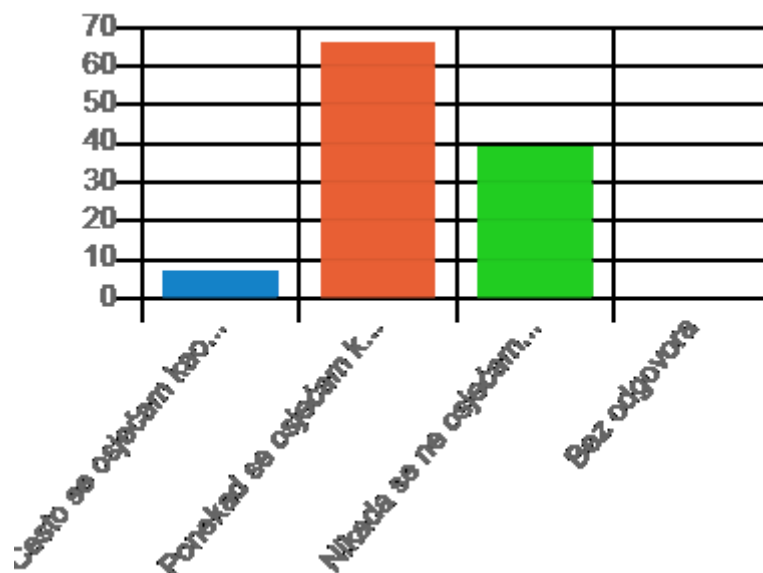


Slika 6. Izbor između društva ili društvenih medija

Nadalje, u desetom pitanju „Prema vašem mišljenju, kako vrijeme koje provodite na društvenim medijima utječe na vaš svakodnevni život?“, ispitanici su imali ponuđenu skalu odgovora od vrlo negativnog do vrlo pozitivnog. Mišljenja da društveni mediji vrlo negativno utječu na njihov život samo je 2,7% ispitanika. Zatim, njih 30% mišljenja je kako one negativno utječu na njihov život, dok je 42,7% njih neutralno. 20,9% ispitanika smatra kako društveni mediji donekle utječu loše na njihov život, a 3,6% njih smatra kako one utječu vrlo pozitivno na njihov život. Sudeći prema ovome, može se zaključiti kako većina ispitanika ne doživljava društvene medije kao nešto vrlo negativno ili vrlo pozitivno u svom životu. Umjesto toga, većina ispitanika se nalazi u neutralnoj zoni, što znači da ne smatraju da društveni mediji imaju značajan utjecaj na njihov svakodnevni život. Također, mali postotak ispitanika smatra da društveni mediji imaju vrlo pozitivan utjecaj na njihov život. Ovo ukazuje na kompleksnost utjecaja društvenih medija na pojedince, što zahtijeva daljnja istraživanja.

U idućem pitanju nastojalo se ispitati u kojoj mjeri ispitanici doživljavaju osjećaj propuštanja kada nisu prisutni na društvenim medijima. Na idućoj slici možemo vidjeti

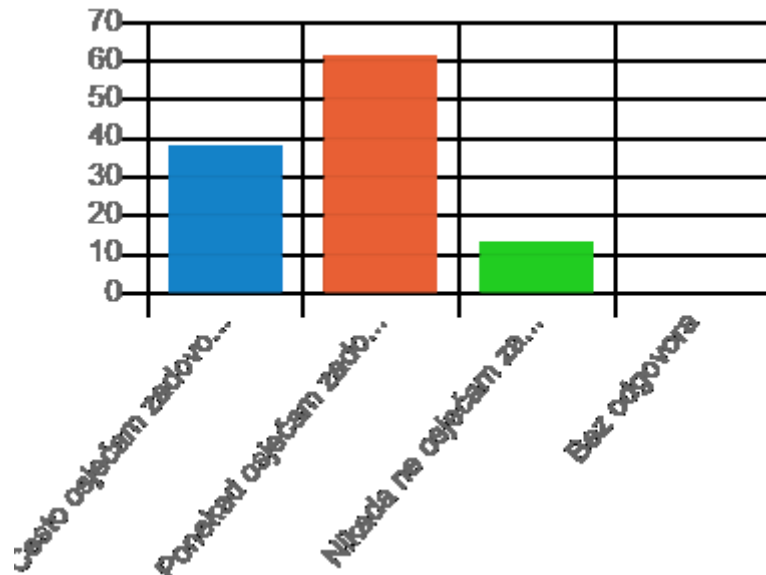
sljedeće: 6,4% ispitanika odgovorilo je kako često osjeća kao da nešto propušta kada su odsutni na društvenim medijima. Njih 59,1% odgovorilo je kako se ponekad osjeća kao da nešto propušta kada nisu prisutni na društvenim medijima, a 34,5% ispitanika odgovorilo je kako nikada nema takav osjećaj. Na temelju ovog može se zaključiti da postoji određena razina straha od propuštanja (FOMO) među ispitanicima kada nisu prisutni na društvenim medijima, iako se većina ispitanika samo ponekad osjeća tako. To ukazuje na važnost društvenih medija u svakodnevnom životu ispitanika i njihovu ulogu u održavanju socijalnih veza. Međutim, s obzirom na relativno niski postotak ispitanika koji često osjećaju strah od propuštanja, može se pretpostaviti da većina ispitanika ima zdrav odnos prema korištenju društvenih medija.



Slika 7. Učestalost FOMO-a

U idućem pitanju postavljenom ispitanicima nastojala se ispitati razina JOMO-a koju osjećaju kada nisu prisutni na društvenim medijima. Na pitanje „Osjećate li svojevrsno zadovoljstvo kada niste prisutni na društvenim medijima“, odgovaraju sljedeće: Njih 34,5% odgovara kako često osjećaju zadovoljstvo kada nisu prisutni na društvenim medijima. Nadalje, 54,5% ispitanika odgovara kako ponekad osjećaju svojevrsno zadovoljstvo pri odsutnosti od društvenih medija. Njih 10,9% odgovara kako nikada ne osjećaju zadovoljstvo kada nisu prisutni na društvenim medijima. Vidljivo je da postoji značajan broj ispitanika koji osjećaju zadovoljstvo kada nisu prisutni na društvenim medijima. To ukazuje na postojanje fenomena užitka od propuštanja koji se suprotstavlja strahu od propuštanja i koji predstavlja osjećaj sreće i zadovoljstva zbog propuštanja nečega što je inače društveno "obavezno". Iako postoji značajan broj ispitanika koji osjećaju zadovoljstvo u takvoj situaciji, većina ispitanika ipak

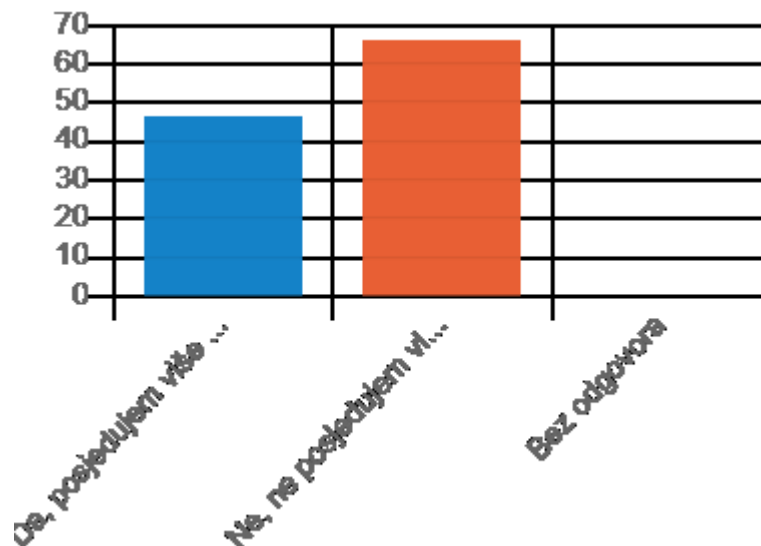
osjeća ili ponekad osjeća strah od propuštanja, što ukazuje na to da društveni mediji i dalje imaju važnu ulogu u životima studenata.



Slika 8. Učestalost JOMO-a

Iduće je pitanje glasilo „Koliko često provjeravate svoje profile na društvenim medijima?“. Prema odgovorima studenta dalo se zaključiti kako većina studenata provjerava svoje profile na društvenim medijima nekoliko puta dnevno. Točnije, 41,8% ispitanika provjerava svoje profile nekoliko puta dnevno, dok 13,6% ispitanika provjerava svoje profile na društvenim medijima 5-7 puta dnevno. Otprilike 6,4% ispitanika provjerava svoje profile na društvenim medijima 10-ak puta dnevno. S druge strane, manji postotak ispitanika provjerava svoje profile na društvenim medijima samo nekoliko puta tjedno (1,8%) ili nekoliko puta mjesečno (0,9%). 9,1% ispitanika navodi da provjerava svoje profile na društvenim medijima 2 do 3 puta na sat.

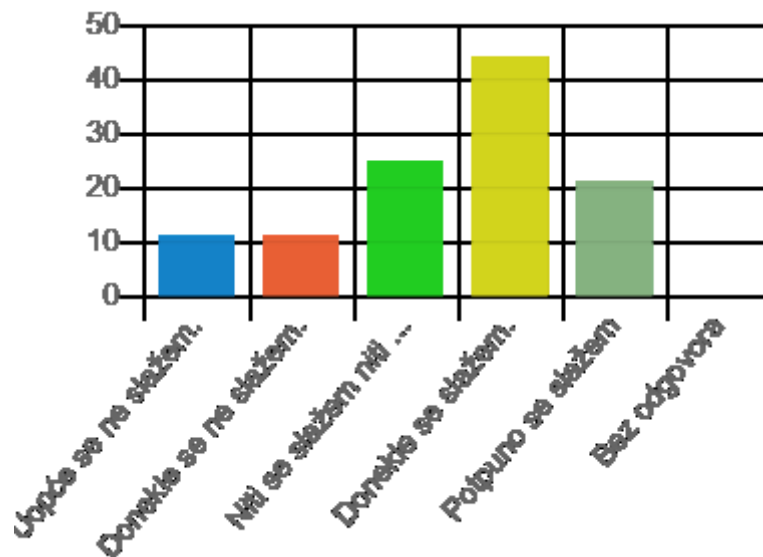
Kako bi se učestalost korištenja društvenih medija mogla povezati s količinom profila koje ispitanici koriste, postavljeno je sljedeće pitanje: „Posjedujete li više od jednog profila na nekom od društvenih medija?“ Čak 40,9% ispitanika na ovo pitanje odgovara potvrdno, a 59,1% ispitanika odgovara kako ne posjeduje više od jednog profila na društvenim medijima. Iz ovog se zaključuje kako većina ispitanika ne posjeduje više od jednog profila na društvenim medijima, što znači da većina ispitanika koristi jedan društveni medij za svoje online aktivnosti. Međutim, gotovo polovica ispitanika posjeduje više od jednog profila, što bi moglo ukazivati na to da ova grupa ispitanika ima veću učestalost korištenja društvenih medija u usporedbi s onima koji imaju samo jedan profil. Također, ovo bi moglo ukazivati na to da je za neke ispitanike važno imati više profila na različitim društvenim medijima zbog različitih potreba ili ciljeva koje žele postići na tim platformama.



Slika 9. Učestalost više broja profila na društvenim medijima

S pojavom društvenih medija, pojavila su se i nova očekivanja pri društvenim interakcijama. Napetost između slanja i primanja poruke nešto je što doživljava gotovo svaki korisnik društvenih medija. To se pojavljuje u obliku tjeskobe koju pošiljatelj poruke doživljava nakon što pošalje poruku i čeka odgovor. Pri tome, kasni odgovor može odrediti količinu važnosti koju primatelj pridaje pošiljatelju. Opisane su tri kategorije sumnje koje se pojavljuju u ovim situacijama: situacijska (je li osoba zauzeta o ovom trenutku?), osobna (ljuti li se osoba na mene?), sigurnosna (je li se osobi dogodilo nešto da ne može odgovoriti na poruku?). Kako bi potvrdili svoje sumnje i odredili ozbiljnosti situacije, pojedinci bi se našli u situaciji

provjeravanja online aktivnosti.²⁷ Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri ispitanici osjećaju takav ili sličan pritisak, ispitanici su na tvrdnju „Nastojim uvijek biti dostupan/na“ odgovorili sljedeće: 9,1% ispitanika uopće se ne slaže s ovom tvrdnjom, a isti toliki postotak donekle se slaže s navedenom tvrdnjom. 22,7% odgovara kako se niti slaže niti ne slaže s navedenom tvrdnjom, 40% ispitanika donekle se slaže te 19,1% potpuno se slaže s tom tvrdnjom. Sudeći prema rezultatima istraživanja, može se vidjeti kako postoji značajan postotak ispitanika koji osjećaju pritisak da budu dostupni na društvenim medijima. Ovi podatci sugeriraju da postoje određena očekivanja i sumnje koje se javljaju u vezi s društvenim interakcijama putem društvenih medija, što može uzrokovati osjećaj tjeskobe kod pošiljatelja poruka. Stoga je važno da korisnici društvenih medija budu svjesni ovih pritisaka i potencijalnih posljedica te da ih aktivno prilagođavaju svojim potrebama i životnom stilu kako bi smanjili stres i poboljšali svoje mentalno zdravlje.



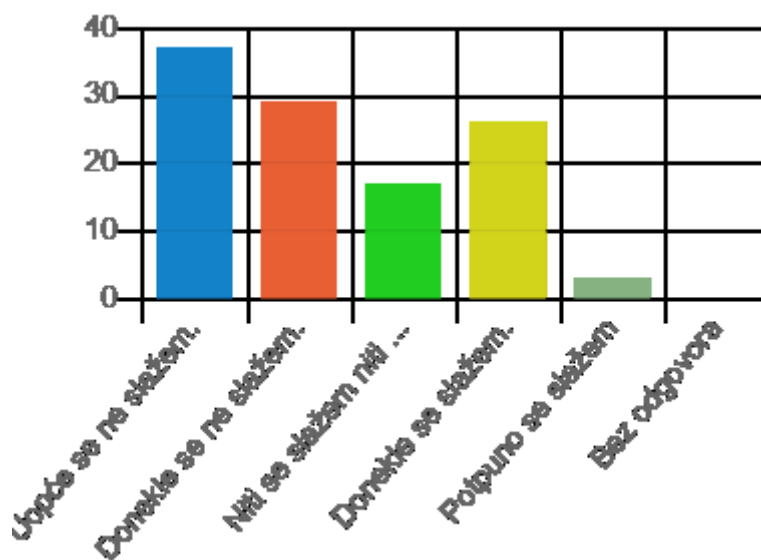
Slika 10. Učestalost stalne dostupnosti

U idućem pitanju nastojalo se ispitati u kojoj mjeri ispitanici osjećaju nemir i nelagodu ako određeno vrijeme nisu provjerili što se događa na društvenim medijima. „Ako nisam dostupan/na na društvenim medijima, propustit ću bitne i vrijedne stvari jer najbolje stvari su na društvenim medijima“, „moram odgovoriti prijateljima odmah, inače mi neće oprostiti“, „ako moji prijatelji ne označe moje objave ili fotografije sa „sviđa mi se“, to znači da im se ne sviđam ili sam učinio/la nešto krivo“, samo su neke od pretpostavki s kojima se korisnici društvenih medija svakodnevno susreću, a koje su povezane sa strahom od propuštanja. Čini se da kada korisnici društvenih medija ne dobiju očekivane interakcije, mogu doživjeti različite

²⁷ Usp. Aranda, Julie; Baig, Safia. Toward “JOMO”: The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting. Str. 2.-3. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3229434.3229468> (2023-05-11)

strahove. Razlog zašto nisu dobili očekivanu komunikaciju može varirati, npr. primalac nije našao sadržaj privlačnim, možda nisu bili dostupni za interakciju ili nisu mogli razumjeti korišteni jezik ili simbole. Stoga, ako pošiljalci budu svjesni tih razloga, mogu se proaktivno pripremiti kako bi izbjegli suočavanje sa strahom od propuštanja kasnije.²⁸

Ispitanici su, na tvrdnju „Osjećam nemir i nelagodu ako određeno vrijeme nisam provjerio/la što se događa na društvenim medijima“, odgovorili sljedeće: 32,7% uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom. 26,4% donekle se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 14,5% ostaje neutralno. Njih 23,6% donekle se slaže, a 2,7% potpuno slaže se s tvrdnjom.



Slika 11. Učestalost osjećaja nelagode uzrokovane neaktivnosti na društvenim medijima

U jednom od sličnih provedenih istraživanja, svi sudionici istaknuli su utilitarnu i kritičnu prirodu svojih pametnih telefona kao osnovni razlog zašto im je teško odvojiti se od njih. Ove bitne funkcije vežu ljude za svoje telefone: komunikacija, navigacija i prijevoz. Osim toga, sudionici su izrazili kako su pametni telefoni zamijenili predmete na koje su se ranije oslanjali poput budilica, fotoaparata, telefonskih govornica, gotovine (u nekim zemljama), što čini pametne telefone još važnijima u modernom životu. Bez telefona, sudionici su doživjeli veliku neugodu. Bilo je teže organizirati sastanke s drugima uživo, bilo je teško komunicirati s drugima, produktivnost u pokretu bila je nemoguća, a poneki su iskusili i dosadu, posebno

²⁸ Usp. Alutaybi, Arif...[et.al.]. Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. // International Journal of Environmental Research and Public Health 17, 6128(2020), str. 9-10. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/17/6128> (2023-05-11)

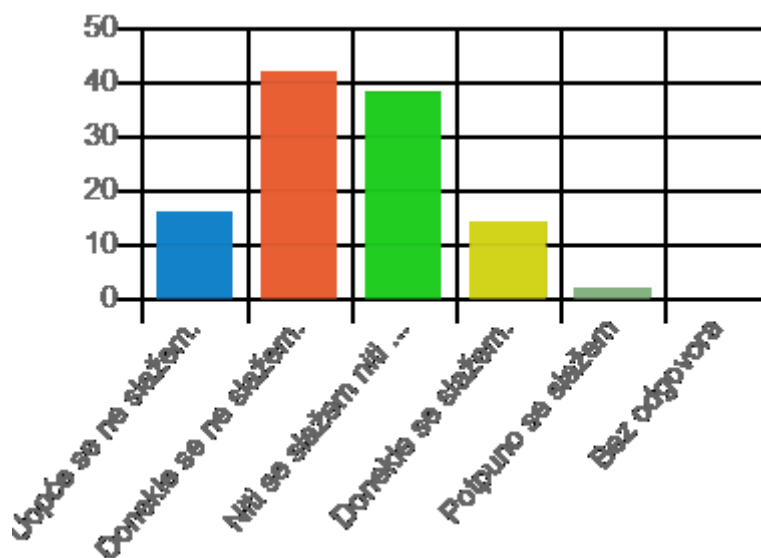
tijekom putovanja. Za sudionike bi bila teška i vrlo namjerna odluka uskratiti se ovih bitnih funkcija.²⁹

U posljednje vrijeme, svjedoci smo sve većih promjena ponašanja adolescenata pa tako i zlouporabe društvenih medija. Pregledavajući povijest istih, može se zaključiti kako do takvih promjena dolazi isključivo zbog prekomjernog korištenja društvenih medija, a većina adolescenata ovisna je o internetu. Osim toga, mnogi se od njih bude noću samo kako bi provjerili što se događa na društvenim medijima što pokazuje koliko su zapravo emocionalno investirani u iste. Djevojke, više nego dečki, traže svojevrsnu utjehu na društvenim medijima kada su u stanju brige. Društveni mediji sve više izazivaju ovisnost među mladima, a na prekomjernu uporabu istih počelo se referirati kao na bihevioralnu ovisnost koja je definirana kao nemogućnost izbjegavanja provođenja vremena na društvenim medijima do točke gdje ono počinje utjecati na druge aspekte života pojedinca kao što su društveni život, škola, osjećaji, veze i tome slično. Samim time, formirani su i različiti oblici ovisnosti zavisno o vrsti internetske aktivnosti – kompulzivna kupovina, formiranje *online* veza (prijateljstva ili romantične veze), pristup pornografiji, gaming i slično.³⁰

Idućom tvrdnjom u upitniku nastojalo se ispitati u kojoj mjeri ispitanici smatraju kako je vrijeme koje provode na društvenim medijima i pametnom telefonu korisno provedeno vrijeme. 14,5% ispitanika uopće se ne slaže kako je to vrijeme provedeno korisno, a njih 37,3 donekle se ne slaže s tom tvrdnjom. 33,6% ispitanika ostaje neutralno po tom pitanju, dok se 12,7% njih donekle slaže. Tek 1,8% ispitanika potpuno se slaže s tvrdnjom kako je to vrijeme korisno provedeno. Prema tome, da se zaključiti kako većina ispitanika ne smatra svoje vrijeme provedeno na društvenim medijima i pametnom telefonu korisnim, dok tek mali postotak ispitanika potpuno podržava tu tvrdnju. Ovo je važno saznanje jer može ukazivati na potrebu za smanjenjem vremena koje se provodi na društvenim medijima i pametnom telefonu te povećanjem vremena provedenog u drugim aktivnostima koje ispitanici smatraju korisnima. Osim toga, ovi rezultati mogu ukazati na moguće negativne učinke pretjeranog korištenja društvenih medija i pametnih telefona na mentalno zdravlje i kvalitetu života, što je još jedan argument u prilog potrebi za digitalnim detoksom.

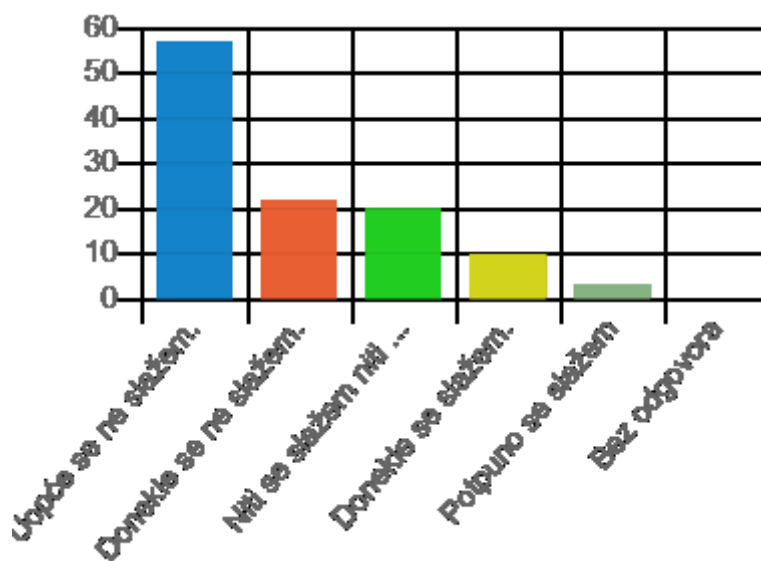
²⁹ Usp. Aranda, Julie; Baig, Safia. Toward "JOMO": The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting. Str. 6. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3229434.3229468> (2023-05-11)

³⁰ Usp. Prabhakararao, Sampathirao; Hladíková, Vladimíra. Overuse of social media affects the mental health of Adolescents and early youth. // The International Journal of Indian Psychology 3, 2(2016), str. 14. URL: https://books.google.hr/books?hl=sl&lr=&id=NAG8CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA14&dq=overuse+social+media&ots=69novxWsgE&sig=iqNjfSLbg8RhOlb7AZqmuETA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (2023-05-11)



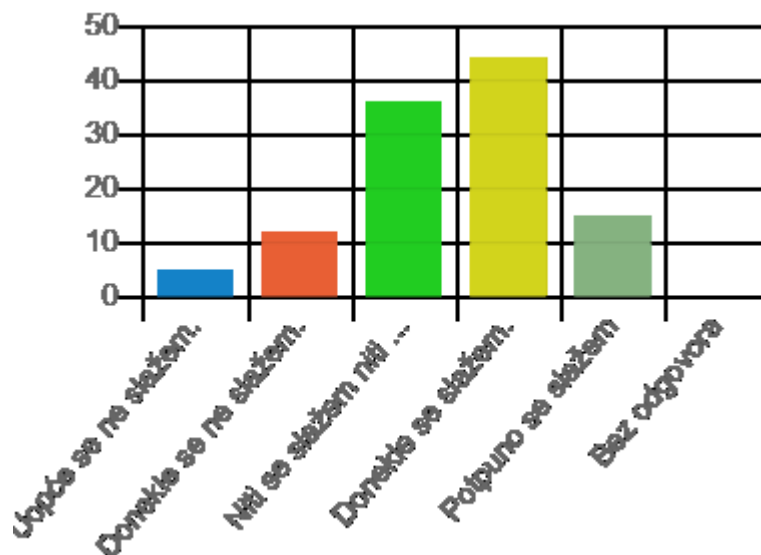
Slika 12. Korisnost vremena provedenih na medijima

Na tvrdnju „Kada sam odvojen/na od društvenih medija, osjećam nemir i paniku.“ Ispitanici odgovaraju sljedeće: Više od pola njih, čak 50,9% uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 20% njih donekle ne slaže s istom. 17,3% odgovara kako se niti slaže niti ne slaže, a 9,1% donekle se slaže. Tek nekoliko ispitanika, njih 2,7%, u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom. Iz ovoga se da zaključiti kako većina ispitanika nema izraženi problem s tjeskobom ako su odvojeni od društvenih medija, a tek manji broj ipak osjeti svojevrsnu tjeskobu u koliko nisu na društvenim medijima neko vrijeme.



Slika 13. Nemir i panika izazvani neaktivnošću na društvenim medijima

Sukladno tome, nastojalo se ispitati osjećaju li ispitanici, s druge strane, mir i zadovoljstvo kada su odvojeni od društvenih medija. Na pitanje u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjom „Kada sam odvojen/na od društvenih medija, osjećam mir i zadovoljstvo“, ispitanici odgovaraju sljedeće: 4,5% ispitanika uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom. 10,9% donekle se ne slaže s istom, a 30,9% ostaje neutralno. Najveći broj ispitanika, 40%, donekle se slaže s navedenom tvrdnjom, a potpuno se slaže njih 13,6%. Ovi rezultati ukazuju na to da većina ispitanika osjeća mir i zadovoljstvo kada su odvojeni od društvenih medija te da se ne osjećaju ovisnima o njima. Stoga, možemo zaključiti kako je važno educirati i poticati ljude da redovito provode vrijeme bez korištenja društvenih medija, kako bi mogli uživati u aktivnostima koje ih ispunjavaju i kako bi unaprijedili svoje zdravlje i dobrobit.



Slika 14. Mir i zadovoljstvo izazvani neaktivnošću na društvenim medijima

Pitanje pod broj šesnaest u upitniku nastojalo je ispitati kojim se to aktivnostima ispitanici bave kada nisu na društvenim medijima. Budući da ispitanici imaju različite hobije i aktivnosti kojima se bave, odgovori na ovo pitanje svakako su raznoliki. Prema odgovorima ispitanika na moje istraživanje, može se zaključiti kako offline vrijeme studenti ispitanici najčešće provode čitajući, družeći se s obitelji i prijateljima te uživajući neku vrstu fizičke aktivnosti primjerice trčanje, odlazak u teretanu, šetnja, fitness ili kućni poslovi. Osim toga, velik broj ispitanika naveo je fakultetske obaveze kao aktivnost kojom se bave kada su offline, a mnogi su u to ubrojali i večernje izlaske, kuhanje, glazbu, boravak u prirodi, crtanje ili jednostavno odmaranje. Odgovori ukazuju na to da ispitanici nastoje iskoristiti vrijeme izvan

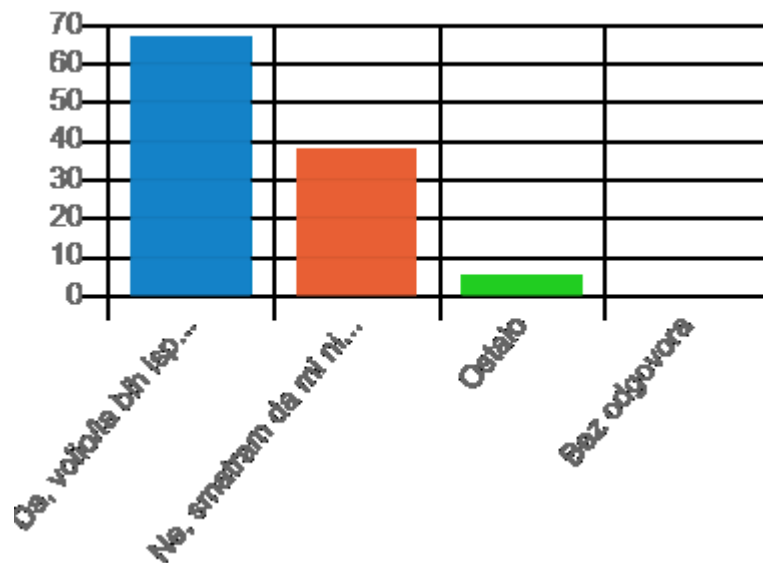
društvenih medija za produktivne i opuštajuće aktivnosti, što bi moglo ukazivati na važnost ravnoteže između *online* i *offline* aktivnosti.

Harmon i Mazmanian u svom istraživanju opisuju kako korisnici pametnih telefona prolaze kroz ciklus stalne promjene i napetosti. Osjećaju se ovisnima, neprestano provjeravajući telefone iako to ne žele. Povlače se od tehnologije kako bi postali "pravi ljudi", ali se kasnije osjećaju isključeno od ostatka svijeta te se vraćaju korištenju telefona. Na početku se osjećaju kao "majstori multitaskinga", koristeći tehnologiju za poboljšanje svojih života, ali s vremenom postaju sve više zavisni. To rezultira ponavljajućim stanjima napetosti u vezi s njihovim odnosom prema pametnim telefonima, s istovremenom željom za prednostima koje oni donose, ali i strahom od negativnih učinaka na njihove živote.³¹ Na pitanje o dobrovoljnom deaktiviranju društvenih medija, deinstaliranju aplikacija ili odvojenosti od medija na nekoliko sati, ispitanici su imali mogućnost slobodnog odgovora i navođenja razloga. Rezultati pokazuju kako se iznenađujuće veliki broj ispitanika u jednom razdoblju života odlučio na deaktiviranje medija, deinstaliranje aplikacija ili odvojenost od medija na nekoliko sati. Neki od najčešćih razloga su preopterećenost i prezasićenje društvenim medijima, odvlačenje od učenja, zapostavljenost hobija, potrebni odmor, zapostavljanje društvenog života, pritisak na društvenim medijima, posvećenost sebi, fokus na mentalno zdravlje, a neki od ispitanika navode kako ih je njihova ovisnost o društvenim medijima i aplikacijama natjerala da se od istih povuku. S druge strane, nešto manji broj ispitanika navodi kako nikada nisu imali potrebu odvojiti se od društvenih medija. Neki od ispitanika navode kako jednostavno za to nisu imali potrebu, pojedini kako su im profili uvijek trebali, a jedan ispitanik navodi manjak kontrole kao razlog za neodvojenost od društvenih medija. 10,9% ispitanika nije dalo odgovor na pitanje. Ukupni rezultati ukazuju na to da postoji značajan broj ispitanika koji su se suočili s prekomjernom uporabom društvenih medija i osjetili potrebu za odvojenosti od istih. Međutim, postoji i manji broj onih koji nikada nisu osjetili takvu potrebu, ili se nisu mogli odvojiti zbog različitih razloga. Ovo saznanje može pomoći u boljem razumijevanju utjecaja društvenih medija na mentalno zdravlje i ukazati na potrebu za razvijanjem zdravijih navika korištenja društvenih medija.

Na pitanje „Biste li u budućnosti voljeli isprobati neku vrstu digitalnog detoksa?“, čak 60,9% ispitanika odgovorilo je potvrdno, što je očekivano budući da se u odgovorima

³¹ Usp. Baumer, Eric; Sun, Rui; Schaedler, Peter. Departing and Returning: Sense of Agency as an Organizing Concept for Understanding Social Media Non/use Transitions. Str. 23. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3274292> (2023-05-11)

prethodnog pitanja dalo zaključiti kako je većina ispitanika već isprobala neku vrstu digitalnog detoksa. 34,5% ispitanika, s druge strane, smatraju kako im digitalni detoks nije potreban, a neki od ostalih ispitanika odgovorili su kako im je ovo nepoznat pojam, preferiraju balans ili su već pokušali. Stoga, može se zaključiti da postoji interes i potreba za digitalnim detoksom, ali da to nije nešto što će odgovarati svakome. Ovi rezultati ukazuju na to da pojedinci postaju sve svjesniji utjecaja digitalne tehnologije na njihovu svakodnevicu te prepoznaju potrebu za povremenim odvajanjem od digitalnog svijeta.



Slika 15. Mogućnost isprobavanja digitalnog detoksa

Digitalni detoks može biti koristan za poboljšanje mentalnog zdravlja, povećanje produktivnosti i kreativnosti te unaprjeđenje međuljudskih odnosa. Iako se digitalni detoks može provesti na različite načine, važno je da svaki pojedinac pronađe onaj koji mu najviše odgovara i koji je održiv u dugoročnom razdoblju. To može uključivati različite aktivnosti poput šetnje u prirodi, čitanja knjiga, vježbanja, meditacije ili jednostavnog odvajanja od ekrana nekoliko sati dnevno. S obzirom na porast korištenja digitalne tehnologije u modernom društvu, digitalni detoks postaje sve važniji za očuvanje mentalnog zdravlja i uravnoteženog životnog stila. Stoga je važno da se ljudi educiraju o ovoj temi te da prepoznaju važnost povremenog odvajanja od digitalnog svijeta u cilju postizanja boljeg fizičkog i mentalnog zdravlja.

U jednom od istraživanja provedenim u Barceloni neki od sudionika i stručnjaka svjesno su se trudili promijeniti svoju upotrebu telefona. Postavili su granice kada ne bi provjeravali

telefone (često ih čak nisu ni držali u blizini) ili bili dostupni drugima te su se tako osjećali više u kontroli svog života. Njihovi su prijatelji, međutim, često izražavali frustraciju prema njihovim kašnjenjima i nepredvidljivim obrascima odgovaranja. No sami sudionici bili su sretni, osjećali su manje stresa i s vremenom su naučili da ne osjećaju krivnju zbog kritika prijatelja.

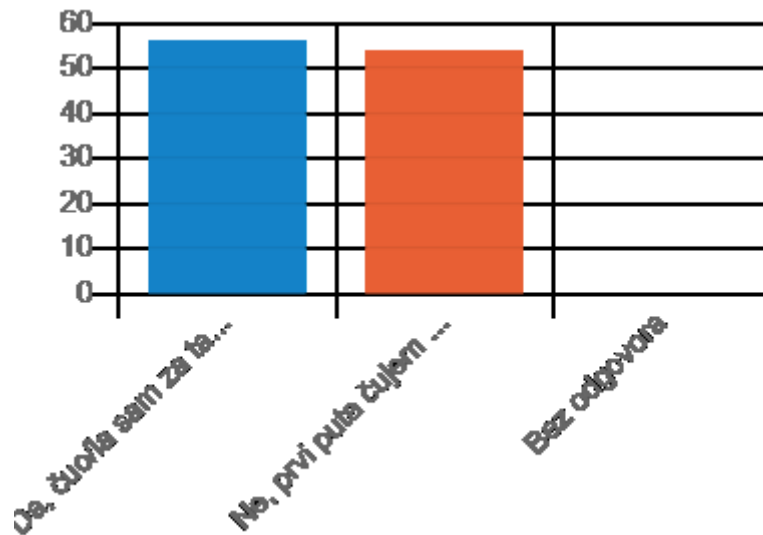
S druge strane, kada bi sudionici bili suočeni s digitalnom isključenosti protiv svoje volje, naglašavali su osjećaj anksioznosti i neugodnosti. Uobičajene situacije uključivale su gubitak pametnog telefona, telefon slučajno ostavljen kod kuće, ispražnjenu bateriju telefona i nedostupnost mobilne mreže ili Wi-Fi veze (npr. u avionu, na plaži). Kada bi se to dogodilo, prioritet je bio brz pronalazak alternativnog rješenja, poput korištenja tuđeg telefona ili računala kako bi kontaktirali najvažnije ljude ili čak otići kući po telefon. Mnogi su prijavili prebacivanje svojih navika provjeravanja na drugi uređaj, poput računala kako bi stalno osvježavali e-poštu i provjeravali nove poruke. U trenutku kada bi sudionici dosegli točku prihvatanja i prestali tražiti načine kako bi se povezali, počeli su uživati u pauzi od svojih telefona. U tom slučaju govore kako se osjećaju više "slobodnima", jer nisu osjećali uobičajenu krivnju zbog nedostupnosti drugima, budući da situacija nije bila pod njihovom kontrolom. Nakon uspješnog preživljavanja nekoliko takvih situacija, naučili su kako mogu preživjeti bez pametnog telefona jedan dan iako to nije njihovo poželjno stanje.

Kratko odmicanje od telefona omogućilo je ispitanicima da se isključe od društvenih medija i pametnih telefona po vlastitim uvjetima. Česti slučajevi uključuju odmor, vikende i vrijeme fokusiranja ili rada. Kada su ispitanici pitani o različitim scenarijima isključivanja, većina je rekla kako su skloniji isključivanju kada je kratkoročno i dobrovoljno; to je bila njihova odluka i znaju kako mogu promijeniti mišljenje ako žele, stoga je manje stresno. Jedini negativni aspekt bio je osjećaj krivnje zbog nedostupnosti drugima; bili su svjesni činjenice kako mogu primiti negativne komentare od drugih ako su odgovori na poruke bili prekasni.³²

Posljednja dva pitanja upitnika odnosila su se na prethodno spomenute i definirane pojmove – strah od propuštanja i užitak od propuštanja. Iako se u jednom dijelu upitnika nastojalo ispitati u kojoj su mjeri strah od propuštanja i užitak od propuštanja zastupljeni u ispitanika, nije dana jasna definicija pojmova do samoga kraja upitnika. Na pitanje „Jeste li

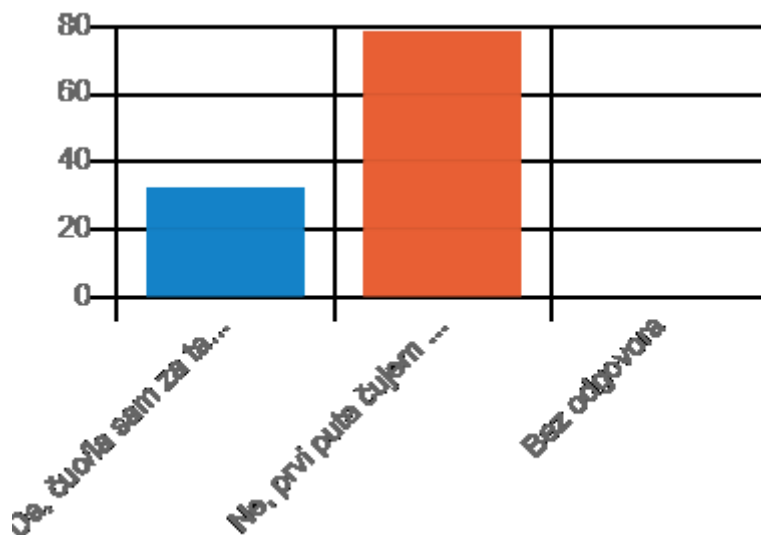
³² Usp. Aranda, Julie; Baig, Safia. Toward "JOMO": The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting. Str. 3.-4. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3229434.3229468> (2023-05-11)

ikada čuli za pojam FOMO (Fear of missing out)?“ 50,9% ispitanika odgovara kako je čulo za navedeni pojam, a 49,1% kako prvi puta čuju za navedeni pojam.



Slika 16. Postotak ispitanika koji je čuo za FOMO

S druge strane, na pitanje „Jeste li ikada čuli za pojam JOMO (Joy of missing out)?“, 29,1% ispitanika odgovara potvrdno, a veliki broj ispitanika, njih 70,9% odgovara kako prvi puta čuju za taj pojam. Na kraju se može zaključiti kako digitalni detoks predstavlja važan koncept za očuvanje mentalnog zdravlja i uravnoteženog životnog stila, a njegova primjena ovisi o individualnim preferencijama i potrebama. Također, važno je educirati ljude o pojavama poput straha od propuštanja i užitka od propuštanja kako bi shvatili što ih točno drži na društvenim medijima i koje potrebe žele zadovoljiti. Kroz poznavanje ovih pojmova, pojedinci mogu bolje razumjeti vlastitu potrebu za digitalnom isključenošću i učinkovitije se nositi s online pritiskom.



Slika 17. Postotak ispitanika koji je čuo za JOMO

7.7. Zaključak istraživanja

Provedeno istraživanje pokazuje zanimljive navike studenata i zanimljiv pristup društvenim medijima. Iako je česta pretpostavka da se mladi gotovo i ne mogu odvojiti od tehnologije i svojih pametnih telefona, rezultati ispitanika ovog istraživanja poprilično su pozitivni. Drugim riječima ispitanici, svjesno ili nesvjesno, upotrebljavaju tehnike digitalnog detoksa te shvaćaju važnost povremenog odvajanja od društvenih medija bilo zbog mentalnog zdravlja, učenja ili jednostavno zasićenosti koju su osjetili vremenom. Iako su društveni mediji velik dio njihova života, većina ispitanika ne doživljava društvene medije kao nešto opasno te im ne pridaju veliku pažnju u svakodnevnom životu. Ipak, smatraju da je svakako vrijeme koje provode uz njih potrebno smanjiti. Velik dio ispitanika još uvijek cijeni fizički kontakt umjesto onog digitalnog te bez problema odvaja offline prisutnost od one online. Ipak, iako su rezultati pozitivniji od očekivanog, treba uzeti u obzir da, iako ne prevladavajući, velik broj ispitanika još uvijek osjeti negativan utjecaj društvenih medija, primjerice loš san ili izbjegavanje stvarnog kontakta s prijateljima, te se to ne bi trebalo zanemariti. Digitalni detoks tema je o kojoj se treba još zaista puno govoriti, posebice u današnjem informacijskom društvu, gdje je preopterećenje gotovo neizbježno. Ovi rezultati dobra su polazna točka za bolje razumijevanje digitalne isključenosti među mladima, kao i za potencijalna daljnja istraživanja na ovu temu. Na kraju, preostaje samo reći kako je digitalni detoks jedino potencijalno rješenje za pretjerano korištenje društvenih medija i pametnih telefona s kakvim se suočavamo danas. Kada bi se dali odgovori

na početku postavljena istraživačka pitanja, to bi moglo izgledati ovako – na pitanje „Zašto se toliko odvojiti od društvenih medija?“ dolazimo do nekoliko odgovora. Najčešće je u pitanju navika, a može se reći i ovisnost o istima. Društveni mediji i jesu dizajnirani tako da izazivaju svojevrsnu ovisnost, stoga se teško odviknuti od istih. Nadalje, ispitanici su stvorili „svoj svijet“ na društvenim medijima, u smislu da se sve više oslanjaju na društvene mreže pri svakodnevnim životnim radnjama. U konkretnom slučaju, ispitanici koriste društvene medije za komunikaciju s kolegama radi nadolazećih ispita, domaćih uradaka i općenito informacija koje su im potrebne kako bi bili u toku sa svime što se događa na fakultetu. Upravo zbog ovakvog i sličnog oslanjanja na društvene medije, teško se od istih isključiti. Što se tiče korisničkih navika ispitanika i prekomjernog korištenja društvenih medija, dalo se zaključiti sljedeće: većina ispitanika svjesna je svojih navika i pokušavaju se povremeno odvojiti od društvenih medija na jedan ili drugi način no, isto tako, većina smatra kako je vrijeme koje provodi na platformama društvenih medija potrebno smanjiti. Tu kao odgovor i jedino moguće rješenje dolazi digitalna isključenost. Jedino se primjenjivanjem iste može dostići potrebna ravnoteža, kao i prevencija ovisnosti o internetu i društvenim medijima.

8. Zaključak

Sudionici smo, danas, ubrzanog razvoja tehnologije i velikog informacijskog opterećenja. Iako je tehnologija uvelike olakšala živote i načine na koje funkcioniramo, sve više ljudi osjeća negativne posljedice koje ista za sobom ostavlja. Neke od tih posljedica su ovisnost o internetu, strah od propuštanja, uništavanje mentalnog zdravlja, uspoređivanje s drugima i tome slično. Osim ovisnosti o pametnim telefonima i društvenim medijima, ovisnost o internetu može potaknuti i druge vrste ovisnosti poput ovisnosti o online igrama, kupovini ili kockanju. Zbog sve većeg broja ljudi koji se bore s ovim oblicima ovisnosti, digitalna isključenost postaje sve važnija kako bi se smanjili negativni utjecaji moderne tehnologije na ljudsko zdravlje i dobrobit. Naime, društveni mediji i jesu dizajnirani na način da oduzimaju slobodno vrijeme ljudi, stoga mnogi često upadnu u zamku i pretjeraju s korištenjem istih. Pojavom negativnih trendova uzrokovanih društvenim medijima, pojam digitalne isključenosti ili digitalnog detoksa počinje pronalaziti svoje mjesto u informacijskom društvu. Iako se u literaturi definicije ovog pojma razlikuju, svi se slažu oko jedne stvari – današnje korisničke navike su opasne i nezdrave te je potrebno poduzeti određene mjere. Osim toga, pojam digitalne isključenosti uz sebe veže niz novih pojmova s kojima se osobe koje, otkako koriste društvene medije, počinju nositi. Neki od poznatijih pojmova su strah propuštanja, užitek od propuštanja te nomophobia, točnije strah

od gubitka ili nemogućnosti korištenja mobilnog telefona. Neki od pojmova s kojima su mnogi manje upoznati, a koji su itekako stvarni, su MoMo ili misterija propuštanja, FoJI ili strah od pridruživanja društvenim medijima te FoMoMo ili strah od propuštanja prilika zbog nepoznatih činjenica. Prema tome, provedenim istraživanjem za potrebe ovog rada nastojalo se ispitati u kojoj su mjeri studenti Filozofskog fakulteta upoznati s nekim od ovih pojmova te, prvenstveno, ispitati u kojoj se mjeri studenti susreću s digitalnom isključenosti u svakodnevnom životu. Budući da su ispitanici studenti i da slična istraživanja ukazuju kako mladi osjećaju veliki pritisak radi društvenih medija, pretpostavilo se kako će većina imati negativan stav prema društvenim medijima. No, rezultati su, iznenađujuće, pokazali drukčije. Ova grupa ispitanika svjesna je vremena koje provodi na društvenim medijima i svih posljedica koje društveni mediji imaju na njihov život, iako nisu izravno upoznati s nekim od pojmova spomenutih u istraživanju. Osim toga, većina je ispitanika pozitivnog stava prema digitalnom detoksu s voljom da ga u budućnosti primjenjuju, što bi moglo ukazivati na svjesnost ispitanika o svojim online aktivnostima, kao i mentalnom zdravlju. Samim time, potrebno je educirati mlade ljude o prednostima umjerene uporabe tehnologije i naglasiti važnost uravnoteženog odnosa između online i offline aktivnosti. Tvrtke koje razvijaju aplikacije i društveni mediji trebale bi preuzeti dio odgovornosti za promicanje zdrave uporabe tehnologije i smanjenje negativnih utjecaja na mentalno zdravlje korisnika. Osim toga, digitalna isključenost je tema koja se ne obrađuje često u visokoškolskom obrazovanju. Kako bi se povećala svijest o važnosti iste, potrebno je daljnje provoditi ovakva ili slična istraživanja. Konačno, digitalni detoks ne bi trebao biti samo privremena mjera, već bi trebao biti sastavni dio svakodnevnog života, a društveni mediji bi trebali biti korišteni na način koji poboljšava kvalitetu života korisnika, a ne biti na štetu njihovog mentalnog zdravlja i dobrobiti.

9. Literatura

1. Aitamurto, Tanja... [et.al.]. Association of social media addiction with insomnia among university students. // The Professional Medical Journal 30, 2(2023) URL: <https://doi.org/10.29309/TPMJ/2023.30.02.7246> (2023-05-11)
2. Alutaybi, Arif...[et.al.]. Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. // International Journal of Environmental Research and Public Health 17, 6128(2020). URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/17/6128> (2023-05-11)

3. Aranda, Julie; Baig, Safia. Toward “JOMO”: The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3229434.3229468> (2023-05-11)
4. Baumer, Eric; Sun, Rui; Schaedler, Peter. Departing and Returning: Sense of Agency as an Organizing Concept for Understanding Social Media Non/use Transitions. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3274292> (2023-05-11)
5. Chi, Li-Chiu; Tang, Tseng-Chung; Tang, Eugene. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior 41, (2022). URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-021-02468-y> (2023-05-11)
6. Christensen, Matthew A... [et.al Direct Measurements of Smartphone Screen Time: Relationships with Demographics and Sleep. // PLoS ONE 11, 11(2016). URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0165331> (2023-05-11)
7. Grashyla Aurel, Jiren; Paramita, Sinta. FoMO and JoMO: Phenomenon of Active Millennial Instagram Users at 2020 in Jakarta. // Advances in Social Science, Education and Humanities Research 570, (2021). URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icebsh-21/125959539> (2023-05-11)
8. Havi, Nazir; Samaha, Maya. The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. // Social Science Computer Review 1, 11(2016). URL: <https://doi.org/10.1177/089443931666> (2023-05-11)
9. Hou, Yubo... [et.al.]. Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. //Journal of Psychosocial Research on Cyberspace 13, 1(2019). URL: <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4> (2023-05-11)
10. Husejnefendić, Šejn. Prisutnost FOMO-a kod studenata Filozofskog fakulteta u Tuzli - (bez)opasni fenomen? // DHS-Društvene i humanističke studije: časopis Filozofskog fakulteta u Tuzli 17(2021). URL: <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1039510#page=4&zoom=160,-44,513>
11. Mirbabaie, Milad; Stieglitz, Stefan; Marx, Julian. Digital detox. // Bus Inf Syst Eng 64, 2(2022). URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-022-00747-x> (2023-05-11)

12. Nesi, Jacqueline. The Impact of Social Media on Youth Mental Health: Challenges and Opportunities. // North Carolina Medical Journal 81, 2(2020). URL: <https://ncmedicaljournal.com/article/55247> (2023-05-11)
13. Nomophobia: the irrational fear of being without a mobile phone. URL: <https://www.iberdrola.com/social-commitment/nomophobia> (2023-05-11)
14. Prabhakararao, Sampathirao; Hladíková, Vladimíra. Overuse of social media affects the mental health of Adolescents and early youth. // The International Journal of Indian Psychology 3, 2(2016). URL: https://books.google.hr/books?hl=sl&lr=&id=NAG8CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA14&dq=overuse+social+media&ots=69novxWsgE&sig=j__iqNjfSLbg8RhOlb7AZqmuETA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (2023-05-11)
15. Radtke, Theda; Apel, Theresa; Schenkel Konstantin; Keller, Jan; Lindern von, Eike. Digital detox: An effective solution in the smartphone era?: A systematic literature review, // Mobile Media & Communication 10, 2(2021). URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20501579211028647> (2023-05-11)
16. Schoenebeck, Sarita Yardi. Developing Healthy Habits with Social Media: Theorizing the Cycle of Overuse and Taking Breaks. URL: http://nonuse.jedbrubaker.com/wp-content/uploads/2014/03/Schoenebeck_SocialMediaHabits.pdf (2023-05-11)
17. Sezer, Ovul; Gina, Francesca. Humblebragging: A Distinct And Ineffective Self-Presentation Strategy. // SSRN Electronic Journal, (2015). URL: <Sezeretal.Humblebragging.pdf> (2023-05-11)
18. Shafiq, Arisha... [et.al.] From FOMO to JOMO: Examining the Fear and Joy of Missing Out and Presence in a 360° Video Viewing Experience. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3411764.3445183> (2023-05-11)
19. Syvertsen, Trine. Introduction: Do we have a problem? // Digital detox: The politics of disconnecting. / Trine Syvertsen. Wagon Lane, Bingley, Ujedinjeno Kraljevstvo: Emerald Publishing Limited, 2020. Str. 2-3.
20. Syvertsen, Trine. The big picture. // Digital detox: The politics of disconnecting. / Trine Syvertsen. Wagon Lane, Bingley, Ujedinjeno Kraljevstvo: Emerald Publishing Limited, 2020. Str. 6-8.
21. Syvertsen, Trine; Enli, Gunn. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 1, 15(2019), str. 2-3. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856519847325> (2023-05-11)

22. Škripcová, Lucia; Hladíková, Vladimíra. Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities. // European Journal of Media, Art & Photography 10, 2(2022). URL:
https://www.researchgate.net/publication/366809084_Current_Social_Media_Trends_and_Young_Audiences_-_Risks_and_Opportunities (2023-05-11)
23. What is nomophobia? 2022. URL:
<https://www.medicalnewstoday.com/articles/nomophobia#What-is-it?> (2023-05-11)

10. Prilozi

10.1. Primjer anketnog upitnika

Upitnik o percepciji studenata o temi digitalne isključenosti

Dragi studenti, pred vama se nalazi online upitnik koji se provodi za potrebe istraživanja u sklopu diplomskog rada studentice diplomskog studija Informacijskih tehnologija i Nakladništva Filozofskog fakulteta u Osijeku, Danijele Šarić

Upitnik je u potpunosti anonimn, a popunjavanje traje manje od deset minuta.

Unaprijed hvala na ispunjavanju!

Postoje 20 pitanja u ovom upitniku.

Strana 1

1 Kojeg ste spola? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Ženskog
- Muškog
- Ne želim se izjasniti

2 Koliko imate godina? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- 18-19
- 20-23
- 24-25
- 26 i više

3 Koja ste godina studija? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Prva godina preddiplomskog
- Druga godina preddiplomskog
- Treća godina preddiplomskog
- Prva godina diplomskog
- Druga godina diplomskog

Strana 2

4 Koliko sati dnevno otprilike provodite na svom pametnom telefonu/društvenim mrežama? (moguće provjeriti "screen time" na svom pametnom telefonu) *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- do 3
- 3-5
- 6-8
- 9-10
- Više od 10

5 Što mislite, bi li bilo poželjno to vrijeme smanjiti ili ne? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, smatram kako je vrijeme koje provodim na pametnom telefonu/društvenim mrežama potrebno smanjiti.
- Ne, smatram kako vrijeme koje provodim na pametnom telefonu/društvenim mrežama nije potrebno smanjiti.
- Nešto drugo, što?

6 Na koju društvenu mrežu trošite najviše vremena? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- BeReal
- WhatsApp
- Neku drugu, koju?

7 Primjećujete li probleme sa spavanjem povezane s količinom vremena koje provodite uz ekran/društvene mreže?

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, primjećujem kako korištenje društvenih mreža i pametnog telefona utječe loše na moj san.
- Ne, ne primjećujem kako korištenje društvenih mreža i pametnog telefona utječe loše na moj san.
- Nešto drugo, što?

8 Kada neko vrijeme nisam aktivan/na na društvenim mrežama, osjećam se: *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Kao da nešto propuštam
- Bolje i slobodnije nego kad sam na društvenim mrežama
- Ne osjećam ni jedno ni drugo.

9 Jeste li ikada radije ostali kod kuće provodeći vrijeme na društvenim mrežama umjesto sastanka s prijateljima? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, nekoliko sam puta rado ostalo/la kod kuće provodeći vrijeme na društvenim mrežama.
- Ne, uvijek radije biram provoditi vrijeme s društvom.
- Nešto drugo, što?

Strana 3

10 Prema vašem mišljenju, kako vrijeme koje provodite na društvenim mrežama utječe na vaš svakodnevni život? *

Molim izaberite odgovarajući odgovor za svaku stavku.

Vrlo negativno	Donekle negativno	Neutralno	Donekle pozitivno	Vrlo pozitivno
-----------------------	--------------------------	------------------	--------------------------	-----------------------

11 Osjećate li se kao da nešto propuštate jer niste prisutni na društvenim mrežama? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Često se osjećam kao da nešto propuštam kad sam odsutan/na od društvenih mreža.
- Ponekad se osjećam kao da nešto propuštam kada sam odsutan/na od društvenih mreža.

- Nikada se ne osjećam kao da nešto propuštam kad sam odsutan/na od društvenih mreža.

12 Osjećate li svojevršno zadovoljstvo kada niste prisutni na društvenim mrežama? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Često osjećam zadovoljstvo kada nisam prisutan/na na društvenim mrežama.
- Ponekad osjećam zadovoljstvo kada nisam prisutan/na na društvenim mrežama.
- Nikada ne osjećam zadovoljstvo kada nisam prisutan/na na društvenim mrežama

13 Koliko često provjeravate svoje profile na društvenim mrežama? *

Molimo unesite svoj odgovor ovdje:

14 Posjedujete li više od jednog profila na nekoj od društvenih mreža (primjerice dva profila na Instagramu ili Facebooku)? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, posjedujem više od jednog profila na nekim od društvenih mreža.
- Ne, ne posjedujem više od jednog profila na nekim od društvenih mreža.

15 U kojoj mjeri se slažete s niže navedenim tvrdnjama? *

Molim izaberite odgovarajući odgovor za svaku stavku.

Uopće se ne slažem.	Donekle se ne slažem.	Niti se nitni ne slažem.	Donekle se slažem.	Potpuno se slažem
---------------------------	--------------------------	--------------------------------	-----------------------	----------------------

**Nastojim uvijek biti
dostupan/na.**

**Osjećam nemir i nelagodu
ukoliko određeno vrijeme
nisam provjerio/la što se
dogada na društvenim
mrežama.**

**Smatram kako je vrijeme koje
provodim na društvenim
mrežama i pametnom telefonu
korisno provedeno vrijeme.**

**Kada sam odvojen/na od
društvenih mreža, osjećam
nemir i paniku.**

<p>Uopće se ne slažem.</p>	<p>Donekle se ne slažem.</p>	<p>Niti se slažem. niti ne slažem.</p>	<p>Donekle se slažem.</p>	<p>Potpuno se slažem</p>
------------------------------------	----------------------------------	--	-------------------------------	------------------------------

Kada sam odvojen/na od društvenih mreža, osjećam mir i zadovoljstvo.

Strana 4

16 Kojim se aktivnostima bavite kada ste udaljeni od društvenih mreža?

Molimo unesite svoj odgovor ovdje:

17 Jeste li ikada dobrovoljno deaktivirali društvene mreže, deinstalirali aplikacije ili se nekoliko sati odvojili od društvenih mreža? Navedite i razlog.

Molimo unesite svoj odgovor ovdje:

18 Biste li u budućnosti voljeli isprobati neku vrstu digitalnog detoxa? *

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, volio/la bih isprobati neku vrstu digitalnog detoxa u budućnosti.
- Ne, smatram da mi nije potreban digitalni detox.
- Nešto drugo, što?

19 Jeste li ikada čuli za pojam FOMO (Fear of missing out)? FOMO je opisan kao osjećaj kako postoje bolje stvari koje bismo mogli raditi u ovom trenutku umjesto onoga što zaista radimo.

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, čuo/la sam za taj pojam.
- Ne, prvi puta čujem za taj pojam.

20 Jeste li ikada čuli za pojam JOMO (Joy of missing out)? JOMO je opisan kao osjećaj prepoznavanja užitka u propuštanju određenih događanja, ljudi ili iskustava.

Molim izaberite **samo jedan** od ponuđenih odgovora.

- Da, čuo/la sam za taj pojam.
- Ne, prvi puta čujem za taj pojam.

Zahvaljujemo na utrošenom vremenu!