

# Utjecaj društvenih mreža na mlade prije i tijekom pandemije

---

**Veselinović, Ivana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Slavonski Brod / Sveučilište u Slavonskom Brodu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:262:989002>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-27**



*Repository / Repozitorij:*

[repository.unisb.hr](https://repository.unisb.hr) - The digital repository is a digital collection of works by the University of Slavonski Brod.



SVEUČILIŠTE U SLAVONSKOM BRODU  
ODJEL DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH ZNANOSTI

## **ZAVRŠNI RAD**

# **UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MLADE PRIJE I TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19**

**Preddiplomski stručni studij Menadžmenta**

**Ivana Veselinović**  
0302032551

Slavonski Brod, 2022.

SVEUČILIŠTE U SLAVONSKOM BRODU  
ODJEL DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH ZNANOSTI

## ZAVRŠNI RAD

# UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MLADE PRIJE I TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19

Preddiplomski stručni studij Menadžmenta

**Ivana Veselinović**  
0302032551

Mentor završnog rada:  
doc. dr. sc. Anita Kulaš Miroslavljević

Slavonski Brod, 2022.

## I. AUTOR

Ime i prezime: Ivana Veselinović  
Mjesto i datum rođenja: Osijek, 26.02.2001.  
Adresa: Trg Nikole Šubića Zrinskog 31, Đakovo

### ODJEL DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH ZNANOSTI

## II. ZAVRŠNI RAD

Naslov: Utjecaj društvenih mreža na mlade prije i tijekom pandemije COVID-19

Naslov na engleskom jeziku: The impact of social networks on young people before and during the COVID-19 pandemic

Ključne riječi: mediji, društvene mreže, pandemija COVID-19, mladi, ovisnost

Ključne riječi na engleskom jeziku: media, social networks, COVID-19 pandemic, young people, addiction

Broj stranica : 35 slika: 6 priloga: 1 bibliografskih izvora: 4

Ustanova i mjesto gdje je rad izrađen: ODJEL DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH ZNANOSTI

Stečen akademski naziv: **stručni prvostupnik ekonomije**

Mentor rada: doc. dr. sc. Anita Kulaš Miroslavljević

Komentor rada:

Obranjeno na Odjel društveno-humanističkih znanosti

dana 26.9.2022.

Oznaka i redni broj rada: 054/2-M-97/2022

## ZADATAK RADA

**SVEUČILIŠTE U SLAVONSKOM BRODU**  
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Slavonski Brod, 20. svibnja 2022.

Sveučilište - **Sveučilište u Slavonskom Brodu**  
odjelno  
organizirano:  
Predmet: **Poslovna komunikacija za menadžere**

### ZAVRŠNI ZADATAK br. M-9-AKM

Pristupnik: **Ivana Veselinović (0302032551)**  
Studij: **Preddiplomski stručni studij: Menadžment**

Zadatak: **Utjecaj društvenih mreža na mlade prije i tijekom pandemije**

Opis zadatka:

1. UVOD
2. POJMOVNO ODREĐENJE MEDIJA
3. POJMOVNO ODREĐENJE DRUŠTVENIH MREŽA
4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MLADE
5. DRUŠTVENE MREŽE PRIJE I TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19
6. REZULTATI PROVEDENE ANKETE
7. ZAKLJUČAK
8. LITERATURA

Zadatak uručen pristupniku: 1. ožujka 2022.  
Rok za predaju rada: 1. rujna 2022.

Mentor:

Predsjednik povjerenstva za  
završni ispit:



dr. sc. Anita Kulaš Miroslavljević, prof. v. š.



**IZJAVA**

Izjavljujem da sam završni rad izradila samostalno, koristeći se vlastitim znanjem, literaturom i provedenim istraživanjima.

U radu mi je pomagao savjetima i uputama mentor rada doc. dr. sc. Anita Kulaš Mirosavljević te joj iskreno zahvaljujem.

Ivana Veselinović

Ivana Veselinović

## **SAŽETAK**

Mediji su sustavi javnog informiranja ljudi. U medije ubrajamo novine, radio, televiziju, Internet, društvene mreže, itd. Danas imaju velik utjecaj na stanovništvo jer utječu na stvaranje mišljenja i uvjerenja pojedinaca.

Društvene mreže su vrsta digitalnih medija. U današnje vrijeme su vrlo korištene i popularne. Nastale su u 90-im godinama 20.-og stoljeća, a prvom takvom mrežom se smatra e-mail. Danas je dostupan velik broj različitih društvenih mreža ali najčešće s koriste Facebook, Instagram, Twitter i Whatsapp. Društvene mreže imaju mnoge prednosti, kao npr. mogućnost komunikacije s osobama koje su nam udaljene, objavljivanje slobodnih radnih mjesta, promoviranje različitih brandova i novih proizvoda, itd. S druge strane tu su i mane društvenih mreža, npr. prevare, zloraba privatnih podataka, nastanak lažnih profila, itd.

Danas se sve svodi na tipkanje i komunikaciju putem društvenih mreža te upravo zbog toga djeca i mladi sve manje izlaze i druže se. Mobiteli su u svakom trenutku uz ljude te su upravo zbog toga ljudi u svakom trenutku dostupni na društvenim mrežama. Korištenje društvenih mreža ima mnogo negativnih posljedica na djecu i mlade, a to su najčešće nesanica, depresija i ovisnost.

Korištenje društvenih mreža povećalo se pojavom pandemije COVID-19 virusa i određenih mjera koje nam je pandemija donijela. Uvođenjem distance i izolacija, ljudi su stvarali virtualni kontakt s prijateljima i obitelji. Tijekom pandemije na društvenim mrežama je stanovništvu bio dostupan velik broj informacija, omogućeno izvođenje online nastave i posla putem audio i video poziva, ali s druge strane tu su i neke mane npr. velik broj dezinformacija i kruženje teorija zavjere.

Provedena anketa ukazuje kako velik broj mladih koristi i provodi puno vremena na društvenim mrežama. Većina ispitanika je neutralna kada je u pitanju utjecaj društvenih mreža na njih same ali se slažu da negativno utječu na mentalno zdravlje djece i mladih. Ispitanici smatraju da su se tijekom pandemije povećali korištenje društvenih mreža, slažu se da su društvene mreže poslužile kao snažan alat u informiranju stanovništva o aktualnim temama vezanim uz pandemiju ali su nailazili i na brojne dezinformacije i teorije zavjere te su čak razmišljali i o povlačenju s društvenih mreža jer su informacije o pandemiji bile glavna tema.

**Ključne riječi:** mediji, društvene mreže, pandemija COVID-19, mladi, ovisnost

## **ABSTRACT**

The media are public information systems for people. The media includes newspapers, radio, television, Internet, social networks, etc. Today they have a big impact on the population because they affect the creation of opinions and beliefs of individuals.

Social networks are a type of digital media, and nowadays they are very used and popular. They were created in the 1990s in the 20th century, and the first such network is considered an email. Today, a large number of different social networks are available but most often with Facebook, Instagram, Twitter and WhatsApp. Social networks have many advantages, such as the possibility of communication with people who are far away, the publication of job vacancies, promotion of different brands and new products, IDT. On the other hand, there are also disadvantages of social networks, such as fraud, abuse of private data, the creation of false profiles.

Today it all comes down to typing and communicating through social networks, and that is why children and young people are coming out less and socializing. Mobile phones are with people at all times and that is why people are available on social networks at all times. The use of social networks has many negative consequences on children and youth, most often insomnia, depression and addiction.

The use of social networks has increased with the emergence of a COVID-19 virus pandemic and certain measures that the pandemic has brought to us. By introducing distance and isolation, people have created virtual contact with friends and family. During the social media pandemic, a large number of information was available to the population, providing online teaching and work through audio and video calls, but on the other hand, there are some faults such as a large number of disinformation and circulating conspiracy theories.

A poll suggests that a large number of young people benefit and spend a lot of time on social networks. Most respondents are neutral when it comes to the impact of social networks on them themselves, but agree that they have a negative impact on the mental health of children and youth. Respondents believe that the use of social networks has increased during the pandemic, they agree that social networks have served as a powerful tool to inform the population about current pandemic-related topics, but they also encountered numerous disinformation and conspiracy theories and even considered withdrawing from social networks because information about the pandemic was the main topic.

**Keywords:** media, social networks, COVID-19 pandemic, addiction



## **SADRŽAJ**

<b>1. UVOD.....</b>	<b>1</b>
<b>2. OPĆENITO O MEDIJIMA.....</b>	<b>2</b>
<b>3. OPĆENITO O DRUŠTVENIM MREŽAMA .....</b>	<b>4</b>
3.1. Facebook .....	5
3.2. Instagram .....	5
3.3. Twitter .....	6
<b>4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MLADE .....</b>	<b>7</b>
<b>5. DRUŠTVENE MREŽE TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19.....</b>	<b>9</b>
<b>6. REZULTATI PROVEDENE ANKETE.....</b>	<b>11</b>
<b>7. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>27</b>
<b>8. LITERATURA.....</b>	<b>28</b>
<b>9. PRILOG.....</b>	<b>29</b>
9.1. Pregled anketnih pitanja .....	29

## **1. UVOD**

Danas se živi u svijetu gdje je život gotovo nezamisliv bez korištenja medija. U medije ubrajamo novine, časopise, radio, televiziju, Internet, društvene mreže i sl. Od trenutka kada se čovjek ujutro probudi pa do trenutka kada navečer kreće na spavanje okružuju ga mediji, bio to Internet i društvene mreže ili oni malo stariji pisani mediji poput novina i časopisa. U današnje vrijeme mediji imaju jako velik utjecaj na znanost, kulturu, politiku, gospodarstvo i sl. Pomažu ljudima u poslovnom svijetu npr. kreirati različite trendove, olakšati komunikaciju s partnerima, promovirati različite tvrtke i proizvode, a s druge strane i u privatnom svijetu olakšavaju komunikaciju s prijateljima i poznanicima, omogućuju upoznavanje novih ljudi, omogućuju zabavu i sl.

Mediji su uveliko promijenili svakodnevnicu, a od svih medija za to su ponajviše zaslužne društvene mreže jer ih danas gotovo svatko ima, od onih mlađih pa sve do starijih generacija. Spominjući utjecaj društvenih mreža ponajviše se gleda na utjecaj društvenih mreža na mlade jer su oni odrastali u doba kada je i moderna tehnologija (mediji, društvene mreže) napredovala. A gotovo svatko danas koristi barem neku od društvenih mreža kao npr. Facebook, Instagram ili Twitter. Korištenju društvenih mreža uvelike je pridonijela i pandemija COVID-19 virusa jer je stanovništvo zbog nemogućnosti kontakta uživo bilo prisiljeno uspostaviti virtualnu komunikaciju sa prijateljima, rodbinom, radnim kolegama.

Cilj završnog rada je pobliže se upoznati sa medijima, društvenim mrežama (ponajviše Facebookom, Instagramom i Twitterom), prikazati kako društvene mreže utječu na svakodnevni život mladih te kako su društvene mreže poslužile i kakav su utjecaj imale u doba svima poznate pandemije COVID- 19 virusa.

## 2. OPĆENITO O MEDIJIMA

Mediji su sustavi javnog informiranja stanovništva, služe za raspršivanje određenih vijesti i bitnih informacija u svrhu obrazovanja i informiranja pa čak i zabave. U medije ubrajamo novine, različite tiskovine, televizijske programe, radijske programe, teletekst, Internet, društvene mreže i slično.

Cilj medija je u što kraćem roku dostaviti informacije što većem broju ljudi. Upravo zbog toga svaki medij posjeduje svoje određene sposobnosti i karakteristike kako bi se razlikovali od ostalih. Razlikujemo više vrsta medija i možemo ih podijeliti u dvije grupe, a to su mediji prema načinu na koji prenose informacije te mediji prema vrsti informacija koju prenose.



Slika 2.1. Vrste medija [1]

U medije prema načinu prenošenja informacija ubrajamo:

- NOVINE (jedan su od najdostupnijih i najkorištenijih medija, uglavnom nam donose ozbiljne informacije poput stanja u državi, kriminalnim djelima, politici i slično)
- RADIO (omogućuje nam dobivanje informacija u svakom trenutku bez obzira na to gdje se nalazimo)
- TELEVIZIJA (omogućuje nam informiranje o bilo čemu što nas zanima, od politike, sporta, obrazovanja, kulture pa sve do nekih zabavnijih tema kao npr. informacije o poznatim osobama koje danas stanovništvo sve više zanimaju)
- INTERNET (sadrži velik broj informacija koje su vrlo detaljno pojašnjenje te dostupne bilo kad i bilo gdje, jedan je od glavnih sredstava informiranja)

U medije prema vrsti informacija koju prenose ubrajamo dnevne informacije (informacije od prethodnog dana), različite vijesti iz kulture (koncerti, objavljivanje novih djela i sl.), političke

informacije, sportske vijesti, vijesti o poznatim osobama te ostale vijesti kao npr. vremenska prognoza.

Danas mediji imaju vrlo velik utjecaj na cjelokupno stanovništvo, stalno su dostupni stanovništvu te omogućuju stvaranje različitih uvjerenja i mišljenja o određenim događajima o kojima bez medija stanovništvo ne bi posjedovalo nikakve informacije.

„Mediji su najmoćnija stvar na zemlji. Dovoljno su moćni da nevine učine krivima, a krive nevinima, to je moć masovne kontrole umova.“

Malcom X

### **3. OPĆENITO O DRUŠTVENIM MREŽAMA**

„Život mladih ljudi danas više nije zamisliv bez društvenih mreža kao što su Facebook i Google +. Na spoju u kafiću momak i djevojka sjede jedno nasuprot drugog, no ne gledaju se više u oči, nego svatko bulji u svoj pametni telefon i možda prijateljima tvita kako se na spoju sjajno provodi.“ [2, str. 104.]

Društvene mreže su jedna vrsta digitalnih medija koja je u današnje vrijeme vrlo korištena i popularna, a pogotovo među djecom i mladima. To su platforme na internetu koje ljudima omogućuju međusobnu komunikaciju. Prva društvena mreža koja se pojavila bio je e-mail u 90-tim godinama 20. stoljeća. Od tada pa sve do danas razvilo se još velik broj drugih društvenih mreža, a trenutno su najpoznatije i najkorištenije Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Tik Tok, Youtube, itd.

Prednosti društvenih mreža:

- Omogućuju komunikaciju s poslovnim partnerima, prijateljima, poznanicima ili obitelji bilo gdje se nalazili
- Različite tvrtke i trgovine upravo preko društvenih mreža mogu stvoriti svoj imidž koji će biti prepoznatljiv svugdje u svijetu
- Poslovni subjekti mogu promovirati svoje nov proizvode kako bi ih vidio što veći broj ljudi
- Nezaposlenim osobama mogu pomoći u pronalasku posla jer danas vrlo često tvrtke slobodna radna mjesta objavljuju putem društvenih mreža
- Profesorima i učenicima su velika pomoć kada je u pitanju online nastava jer omogućuju zvučne i video pozive, također i tvrtkama i njihovim stranim poslovnim partnerima jer im omogućuju sastanke bez poslovnih putovanja
- Daju uvid u različite zabavne sadržaje, npr. život poznatih osoba, informacije o različitim serijama, filmovima i glazbi koje stanovništvo voli i prati i slično

Nedostaci društvenih mreža:

- Lažni profili koji mogu objavljivati različite prevare
- Sadrže velik broj privatnih podataka koji mogu biti lako dostupni te mogu zlouporabiti
- Stvaraju ovisnost, pogotovo na djecu i mlade koji sve češće ignoriraju svoje obveze kako bi mogli što više vremena provoditi na društvenim mrežama

### **3.1. Facebook**

Facebook je danas jedna od najpopularnijih društvenih mreža. Pojavljuje se 2004. godine kada ju student Harvarda Mark Zuckerberg kreira za međusobno komuniciranje studenata. Nakon toga i ostala sveučilišta, obrazovne institucije i tvrtke priključuju se Facebooku. Danas broji preko 2 milijarde aktivnih korisnika, od djece pa sve do starijih osoba. Stanovništvo Facebook koristi u različite svrhe, za komunikaciju, zabavu, posao i sl. Za registraciju je potrebna e-mail adresa i lozinka te korisnik kada se registrira stvara profil o sebi, također korisnici mogu bez problema obrisati profil u bilo kojem trenutku. Posebnost Facebooka je svakako kontrola privatnosti, korisnici mogu sami birati s kim će biti povezani, mogu svoje privatne informacije sakriti od nepoznatih ljudi, sami biraju korisnike koji će im biti prijatelji. Mane su lažni profili, različite prevare i zlouporaba privatnih informacija.



*Slika 3.1. Logo Facebook-a [3]*

### **3.2. Instagram**

Instagram je društvena mreža koja se pojavljuje u listopadu 2010. godine, a osmislili su je Kevin Systrom i Mike Krieger. U početku je Instagram služio za dijeljenje fotografija i videozapisa, a do danas se razvijao te ima i mogućnosti slanja poruka, uspostavljanja audio i video poziva, značajku „priča (Story)“ koja je pratiteljima dostupna 24h. Na Instagramu korisnici objave mogu dijeliti javno ili s unaprijed određenim brojem sljedbenika. Također može se birati hoće li profil biti javan ili privatni. Danas Instagram koriste i različite tvrtke jer im može poslužiti kao vrlo moćan alat u stvaranju imidža i promociji novih i postojećih proizvoda. Kao i na svakoj društvenoj mreži i putem Instagrama su dostupne određene privatne informacije koje mogu biti zlouporabljene i služiti za izradu lažnih profila.



*Slika 3.2. Logo Instagram-a [4]*

### **3.3. Twitter**

Twitter je društvena mreža namijenjena za pisanje i čitanje kratkih poruka ili novosti koje se nazivaju tweet. U ožujku 2006. su ga kreirali Jack Dorsey, Biz Stone, Evan Williams i Noah Glass. Broji više od 319 milijuna aktivnih korisnika, a danas ga čak slabije koriste djeca i mladi. Na twitteru su registrirane mnoge poznate ličnosti te mnoge poznate tvrtke kojima twitter služi za promociju i oglašavanje. Poruke/tweetovi su ograničeni na 280 znakova te ih mogu čitati i neregistrirani korisnici.



*Slika 3.3. Logo Twitter-a [5]*

## **4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA MLADE**

U današnje vrijeme se komunikacije sve više i više svodi na tipkanje putem društvenih mreža, ljudi sve manje izlaze i družu se, a čak i kada izađu npr. na kavu mobitel je uvijek uz njih te su u svakom trenutku dostupni putem društvenih mreža. Danas se među populacijom najviše koriste Facebook, Messenger, Instagram i Whatsapp.

Društvene mreže ponajviše utječu na mlade jer su oni odrastali u vrijeme kada je moderna tehnologija napredovala. Danas gotovo da i ne postoji mlada osoba koja ne koristi barem jednu društvenu mrežu. A nešto najnegativnije je to što se čak i djeca u osnovnim školama pridružuju društvenim mrežama. Sve manje djece se igra na igralištima, vozi rolama ili biciklom, šeta s društvom i slično, druženja se uglavnom svode na igranje igrice i gledanje videa i različitih sadržaja koji se dijele na društvenim mrežama.

Posljedice korištenja društvenih mreža najčešće su nesanicu, depresija i ovisnost. Mladi vrijeme na internetu provode do kasnih sati, mnogi razmišljaju da nema veze ako netko probdije noć ali to zapravo uvelike utječe na čovjekov organizam. Upravo to izbjegavanje sna dovodi do kroničnog umora koji za sobom veže i debljinu i dijabetes. Provodeći vrijeme na društvenim mrežama mladi često zapostavljaju svoju tjelesnu aktivnost, gotovo i da ne izlaze na zrak prošetati, provozati se biciklom i slično, sve se slabije bave sportom i odustaju od svih aktivnosti. Upravo zbog toga se posljednjih godina pretilost povećava jer mladi vrijeme provode sjedeći ili ležeći uz svoja računala ili s mobilnim telefonima u rukama. [2]

Provodeći vrijeme na mobilnom telefonu, za računalom ili ispred televizije mladi postaju bezvoljni i depresivni što se uvelike odražava na njihovu školu i obrazovanje, obveze i slobodne aktivnosti. Gledajući mlade rijetko tko nam izgleda zaista sretno. Na društvenim mrežama puno je tema o izgledu i ljepoti što jako utječe na mlade jer ih njihove nesavršenosti čine nesretnima. Mladima se nabijaju kompleksi zbog debljine, prištića na licu, boje kose i slično te oni svoje mane pokušavaju prekriti različitim filterima a zapravo bi ih trebali prihvatiti i biti zadovoljni baš onakvima kakvi jesu jer je to nešto što ih čini posebnim. Upravo zbog gledanja objava različitih ljubitelja fitnessa, sportaša, slavni osoba i sl. mladi se konstanto uspoređuju i stvaraju si određeni psihički pritisak zbog spoznaje o nemogućnosti posjedovanja života poput njihovog. Na društvenim mrežama često se susrećemo sa različitim oblicima maltretiranja, vrijeđanja, tračeva i ružnih glasina što dovodi do još više nasilja a mladi padaju u loša psihološka stanja koja imaju vrlo loše posljedice poput depresije ili pokušaja samoubojstva.

Definitivno svima najpoznatiji utjecaj društvenih mreža na mlade je upravo ovisnost. „Korištenje digitalnih medija u dječjem vrtiću i osnovnoj školi – kad je mozak djeteta posebno podložan preoblikovanju -zaista potiče navlačenje mladih ljudi na opasnu ovisnost.“ [2, str. 260.]



Mobiteli, laptopi i računala se počinju koristiti u sve mlađim i mlađim generacijama a njihovo korištenje rezultira i korištenjem društvenih mreža. Iako određene društvene mreže ne omogućuju registraciju korisnika mlađih od 13 godina većina njih upravo laže o godinama. Tipkanje je zamijenilo razgovore licem u lice, mladi su 24 sata na dan dostupni i na svaki zvuk obavijesti uzimaju mobitel u ruke. Većina ih ne može izdržati da jedan dan ne budu aktivni na bilo kojoj od društvenih mreža. A često su baš na društvenim mrežama žrtve različitih prevara, krađa i zlouporaba privatnih podataka.



*Slika 4.1. Druženje djece u današnje vrijeme [6]*

## **5. DRUŠTVENE MREŽE TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19**

COVID-19 je virus koji se pojavljuje 2019. godine kao svima nepoznat virus. Zbog svog brzog širenja i velike smrtnosti morale su se donositi određene mjere kao npr. socijalna distanca, izolacija i slično. Upravo zbog toga društvene mreže su se počele još više koristiti kako bi ljudi uspostavili virtualni kontakt sa svojim najbližima.

Društvene mreže su tijekom pandemije poslužile kao snažan alat jer su upravo na njima korisnici mogli saznati najnovije informacije i biti u toku. Na društvenim mrežama su se prenosili live prijenosi Nacionalnog stožera za civilnu zaštitu, službeni ljudi su objavljivali najnovije informacije te su različiti internetski portali prenosili informacije koje su dobivali iz različitih zdravstvenih ustanova i od različitih zdravstvenih djelatnika. Kao pozitivna strana društvenih mreža tijekom pandemije može se navesti i online nastava koja je profesorima i učenicima bila omogućena preko različitih društvenih mreža u audio i video oblicima, također i različitim kompanijama koje su svoj posao mogle obavljati online iz svojih domova.

S druge strane je bilo i negativnih učinaka društvenih mreža tijekom pandemije, zbog nesigurnosti i straha od novog nepoznatog virusa počele su se širiti različite dezinformacije i teorije zavjere. Teorije zavjere su se uglavnom širile zbog cjepiva koje je svima velika nepoznanica. Količina dezinformacija i teorija zavjere utjecala je na pad povjerenja ljudi u društvene mreže, a razina povjerenja tradicionalnim medijima se povećala.



*Slika 5.1. Online nastava tijekom pandemije [7]*

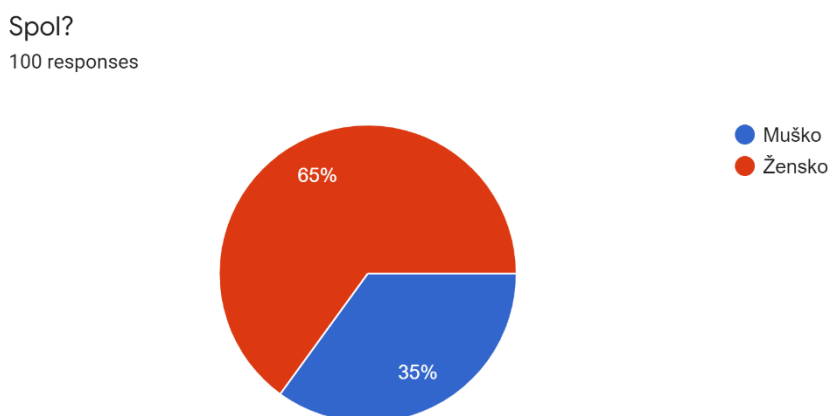
Društvene mreže su na djecu i mlade tijekom pandemije imale veći utjecaj nego inače. Korištenje društvenih mreža se povećalo zbog mjera socijalne distance i izolacije ali i zbog online nastave. Upravo zbog povećanog korištenja društvenih mreža i posljedice koje društvene mreže

nose sa sobom su postale sve češće. Mladi su postali depresivniji, a sve informacije, dezinformacije i teorije zavjera su utjecale na njihovo mentalno zdravlje, formiranje različitih mišljenja ali i strah od pandemije općenito. I prije pandemije mladi su svoje aktivnosti smanjivali zbog društvenih mreža ali je pandemija tome još puno pridonijela. Različite epidemiološke mjere djeci i mladima su onemogućavale bavljenje njihovim svakodnevnim aktivnostima što ih je dodatno ulijenilo a s druge strane povećalo njihovo korištenje različitih društvenih mreža kao izvora zabave i opuštanja. To je dovelo do dodatnog povećanja pretilosti koja uz sebe veže i mnoge druge zdravstvene probleme, poput dijabetesa. S druge strane je tu i online nastava zbog koje su djeca i mladi bili prisiljeni provoditi vrijeme za laptopima, računalima i mobitelima.

## 6. REZULTATI PROVEDENE ANKETE

Za potrebe završnog rada provedeno je istraživanje s temom utjecaja društvenih mreža na mlade prije i tijekom pandemije COVID-19. Istraživanje je provedeno u anketnom obliku putem ankete izrađene Google obrascima. Anketom se istražuje struktura ispitanika (dob, spol, obrazovanje, zaposlenost), korištenje društvenih mreža, stajalište ispitanika o utjecaju društvenih mreža na djecu i mlade te same ispitanike, svrha njihovog korištenja društvenih mreža, jesu li povećali korištenje društvenih mreža tijekom pandemije, stajalište ispitanika o društvenim mrežama tijekom pandemije, itd. Istraživanje je provedeno na 100 ispitanika različitih dobnih skupina ali većinom mladih, a anketa je ispitanicima prosljeđena putem društvenih mreža (Facebook i Instagram). U pitanjima gdje ispitanici odgovore označavaju brojevima 1-5, broj 1 znači da se ispitanici izrazito ne slažu s navedenom izjavom/pitanjem, a broj 5 da se izrazito slažu.

Grafikon 1. Spol ispitanika [izradio autor]

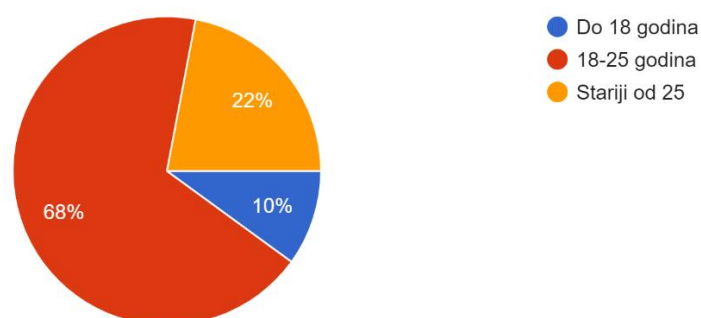


Grafikon 1. prikazuje da je od 100 ispitanika 65% žena i 35% muškaraca.

Grafikon 2. Dob ispitanika [izradio autor]

Dob?

100 responses

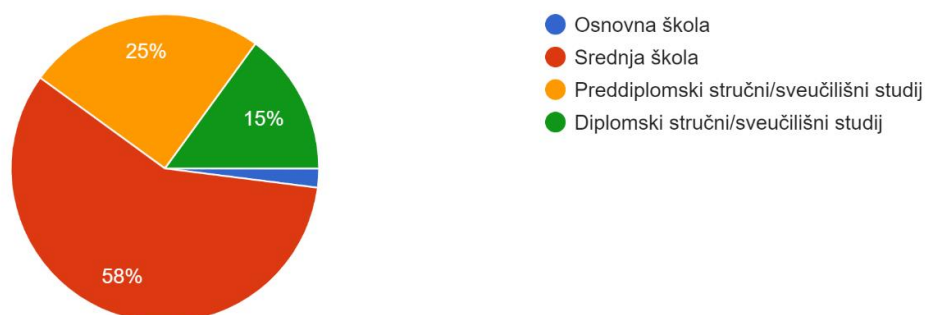


Grafikon 2. prikazuje da je 10% ispitanika dobi do 18 godina, 68% od 18 do 25 godina te 22% starijih od 25 godina.

Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika [izradio autor]

Koja je Vaša razina obrazovanja

100 responses

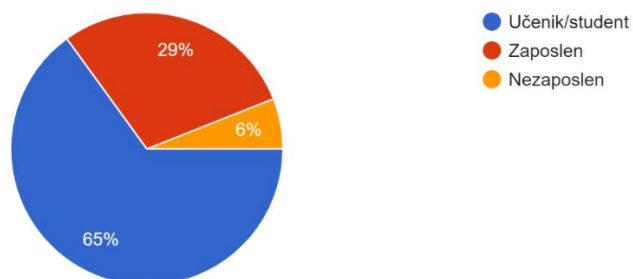


Grafikon 3. prikazuje da je 2% ispitanika završilo tek osnovnu školu, 58% pohađa ili je završilo srednju školu, 25% pohađa ili je završilo prediplomski stručni/sveučilišni studij te 15% pohađa ili je završilo diplomski stručni/sveučilišni studij.

Grafikon 4. Radni status ispitanika [izradio autor]

Koji je Vaš trenutni radni status?

100 responses

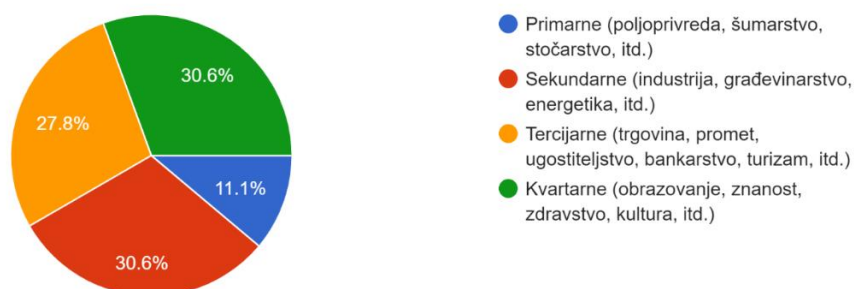


Grafikon 4. prikazuje da su 65 ispitanika učenici/studenti, 29% zaposlene osobe te 8% nezaposlene osobe.

Grafikon 5. Djelatnosti ispitanika [izradio autor]

Ako ste zaposleni, u kojoj je to djelatnosti?

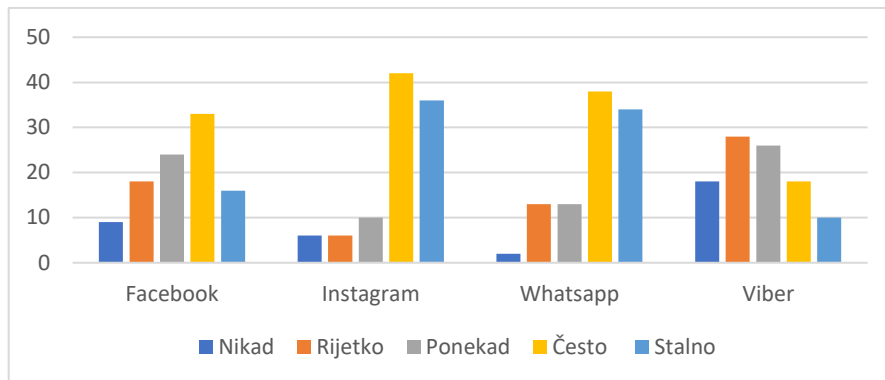
36 responses



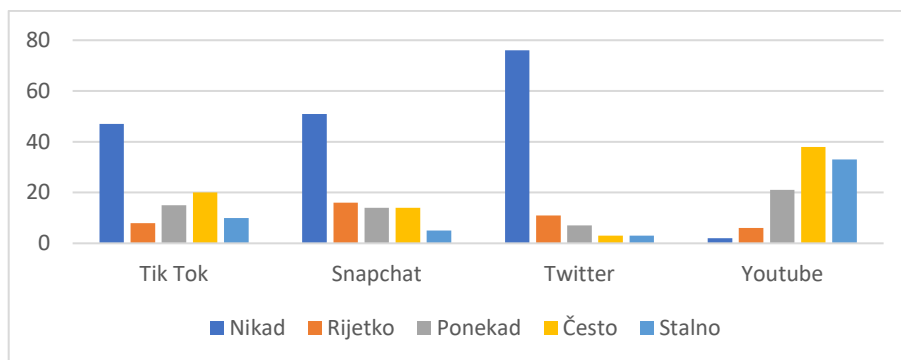
Grafikon 5. prikazuje da je 11.1% ispitanika zaposleno u primarnim djelatnostima, 30.6% u sekundarnim, 27.8% u tercijarnim i 30.6% u kvartarnim.

U nastavku slijede grafikoni 6 koji prikazuju koje društvene mreže ispitanici koriste i koliko često.

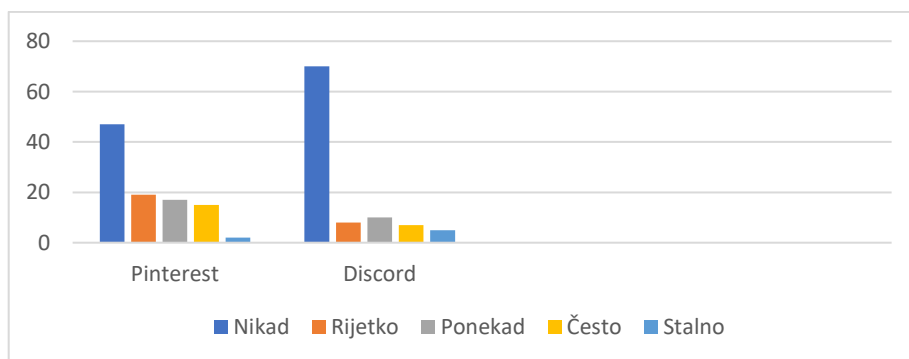
Grafikon 6. Korištenje društvenih mreža [izradio autor]



Grafikon 6. Korištenje društvenih mreža [izradio autor]



Grafikon 6. Korištenje društvenih mreža [izradio autor]



Ispitanici su kod pitanja o korištenju društvenih mreža imali navedene društvene mreže i ponuđeno da označe koliko ih često koriste (nikad, rijetko, ponekad, često, stalno). Facebook, Instagram i Whatsapp su društvene mreže koje većina ispitanika koristi, a označili su da ih koriste ponekad i stalno. Viber i Youtube su društvene mreže koje ispitanici koriste ali nešto slabije, svoje odgovore su označavali uglavnom sa ponekad ili rijetko. Vidljivo je da ispitanici vrlo slabo koriste društvene

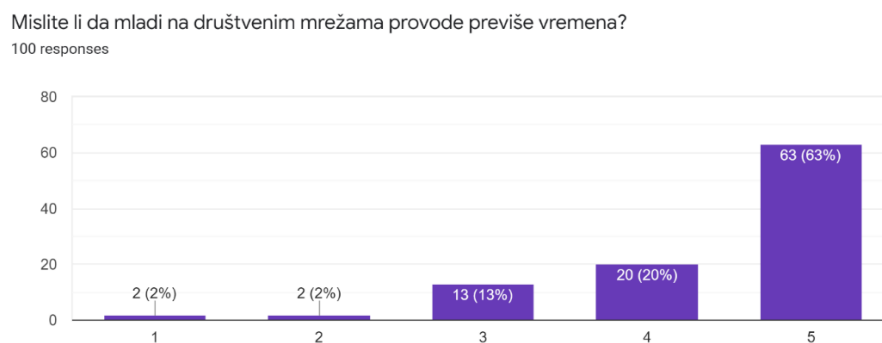
mreže Tik Tok, Snapchat, Twitter, Pinterest i Discord jer su svoje odgovore označavali uglavnom sa nikad ili rijetko.

Grafikon 7. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama [izradio autor]



Grafikon 7. prikazuje da 7% ispitanika provede manje od 1h na društvenim mrežama, 39% od 1-3h dnevno, 48% 3-6h dnevno te 6% više od 6h dnevno.

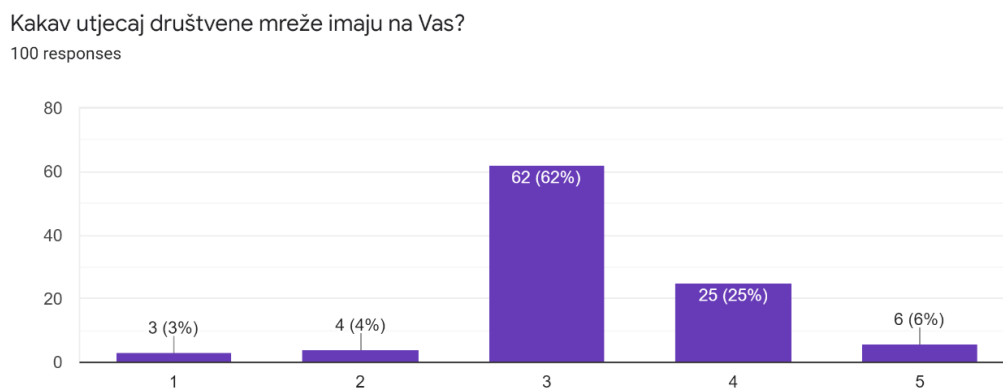
Grafikon 8. Stav ispitanika o tome provode li mladi previše vremena na društvenim mrežama [izradio autor]



Grafikon 8. prikazuje stav ispitanika o tome provode li mladi previše vremena na društvenim mrežama. Većina ispitanika - 63% misli da mladi provode previše vremena na društvenim mrežama, dok se tek 2% ne slaže s tim.

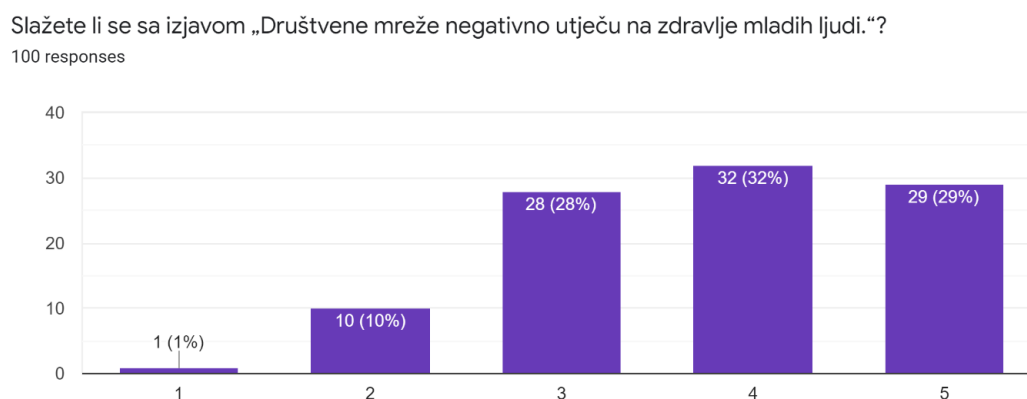


Grafikon 9. Stav ispitanika o utjecaju društvenih mreža [izradio autor]



Grafikon 9. prikazuje stav ispitanika o utjecaju društvenih mreža na njih same. Većina ispitanika – 62% je po tom pitanju neutralna, utjecaj društvenih mreža na njih ne smatraju niti pozitivnim niti negativnim.

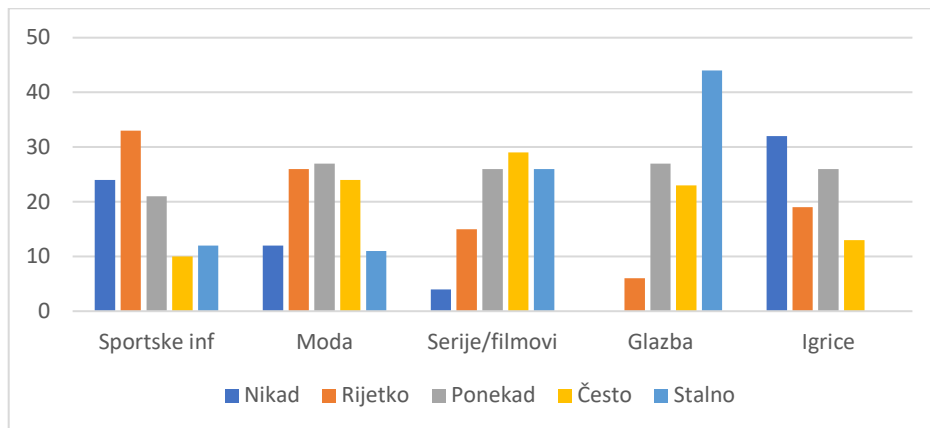
Grafikon 10. Izjava „Društvene mreže negativno utječu na zdravlje mladih ljudi.“ [izradio autor]



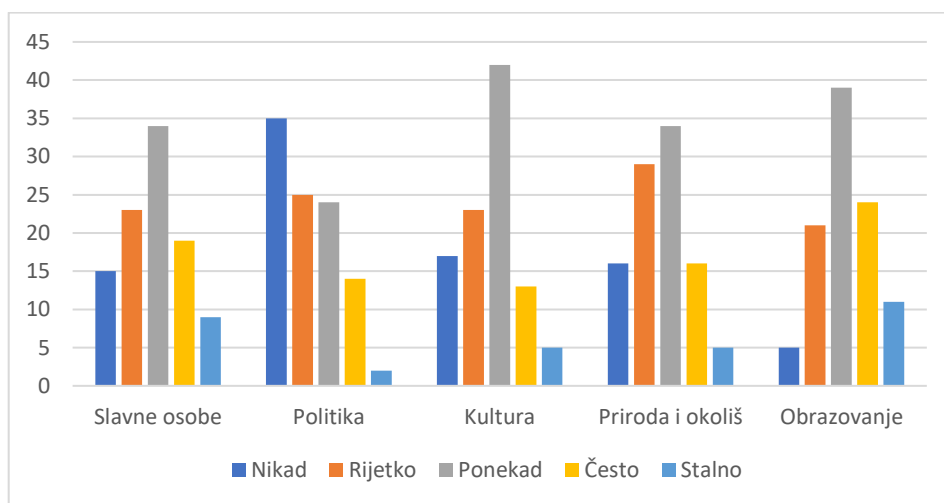
Grafikon 10. prikazuje slažu li se ispitanici sa izjavom da društvene mreže negativno utječu na zdravlje mladih ljudi. Iz grafikona je vidljivo da se većina ispitanika slaže s navedenom izjavom dok se samo 1% ispitanika nije složilo.

U nastavku su grafikoni 11 koji prikazuju koje informacije i koliko često ispitanici prate na društvenim mrežama.

Grafikon 11. Vrste informacija i koliko ih često ispitanici prate na društvenim mrežama [izradio autor]



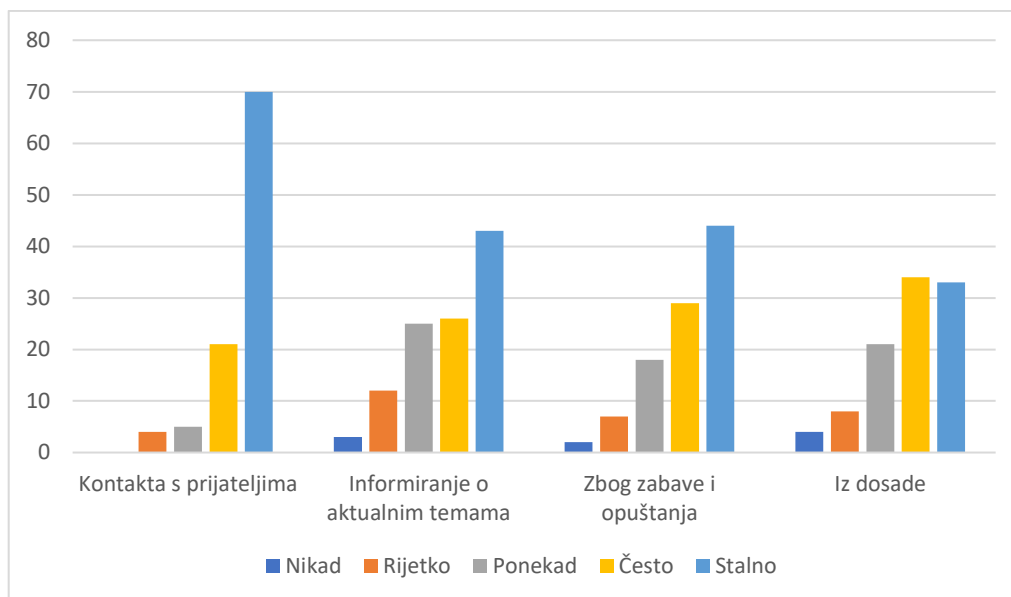
Grafikon 11. Vrste informacija i koliko ih često ispitanici prate na društvenim mrežama [izradio autor]



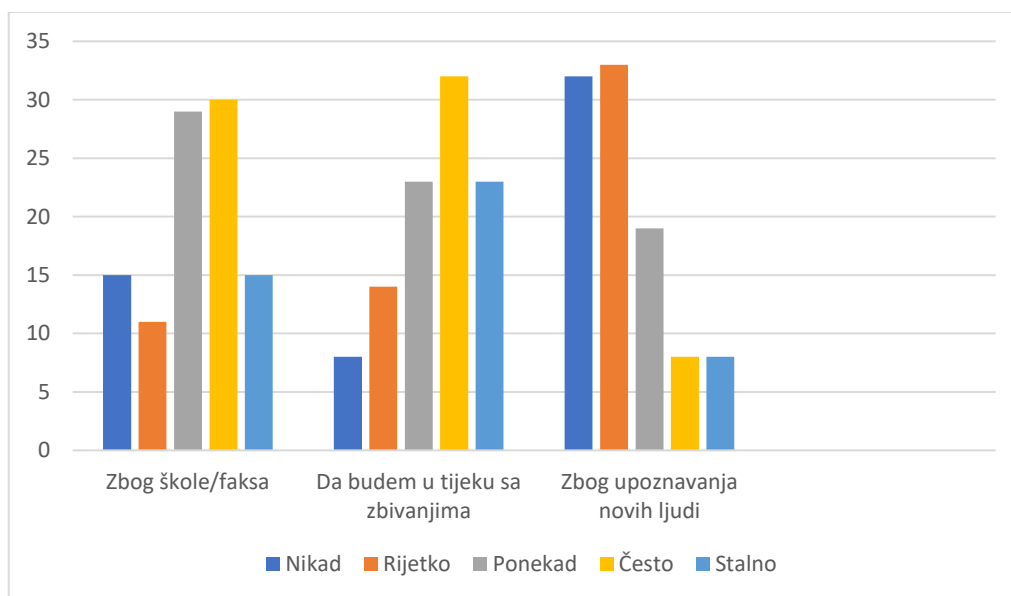
Ispitanicima su bile ponuđene različite informacije i koliko ih često koriste (nikad, rijetko, ponekad, često, stalno). Iz grafikona je vidljivo da ispitanici stalno prate informacije o filmovima i glazbi. Informacije o modi, slavnim osobama i obrazovanju ispitanici često prate. Dok informacije o sportu, igricama, politici, kulturi, prirodi i obrazovanju prate uglavnom ponekad ili nikad.

U nastavku slijede grafikoni 12 koji prikazuju u koju svrhu ispitanici koriste društvene mreže.

Grafikon 12. Svrha korištenja društvenih mreža [izradio autor]



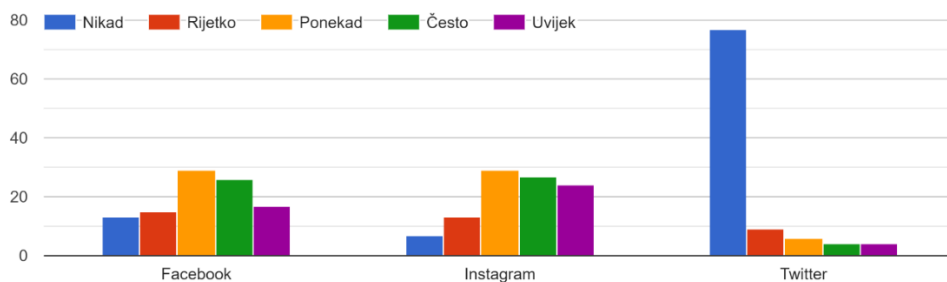
Grafikon 12. Svrha korištenja društvenih mreža [izradio autor]



Iz grafikona 12 su vidljivi razlozi zbog kojih ispitanici koriste društvene mreže i koliko često koriste društvene mreže iz navedenih. Većina ispitanika društvene mreže koristi zbog kontakta s prijateljima, informiranja o aktualnim temama, zbog zabave i opuštanja, iz dosade i zbog škole/faksa te odgovore označuju sa često i stalno. Također, vidljivo je da većina ispitanika društvene mreže ne koristi zbog upoznavanja novih ljudi jer su svoje odgovore označavali s nikad i rijetko.

Grafikon 13. Informiranje putem društvenih mreža o aktualnim temama [izradio autor]

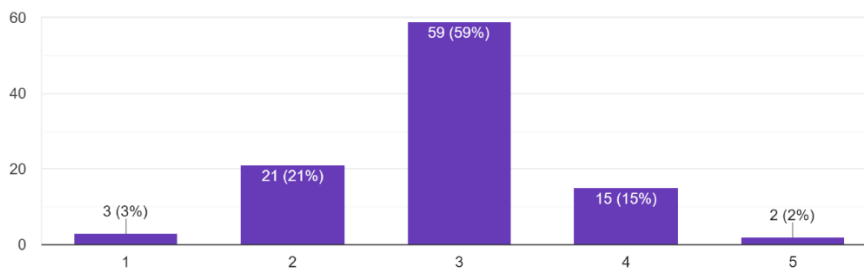
Koliko se često informirate o nekim aktualnim temama putem društvenih mreža?



Grafikon 13. prikazuje koliko često i koliko učestalo se ispitanici informiraju o aktualnim temama putem društvenih mreža – Facebook, Instagram, Twitter. Ispitanici se uglavnom informiraju putem Facebooka i Instagrama dok je većina označila da se putem Twittera nikad ne informiraju.

Grafikon 14. Povjerenje u informacije na društvenim mrežama [izradio autor]

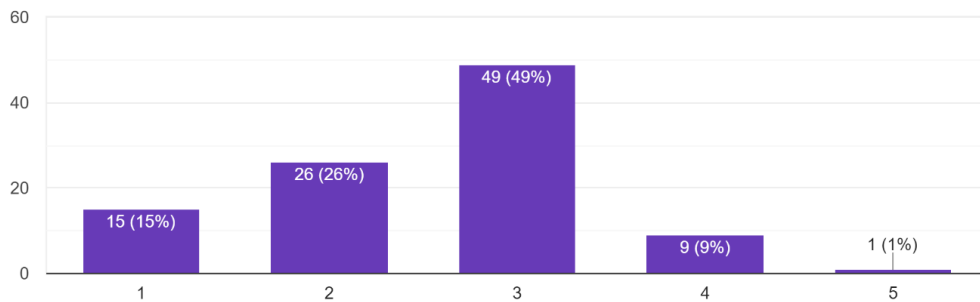
Koliko pouzdanima i točnima smatrate informacije koje su nam dostupne putem društvenih mreža?  
100 responses



Grafikon 14. prikazuje koliko pouzdanima i točnima ispitanici smatraju informacije koje su im dostupne putem društvenih mreža. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika – 59% neutralna kod navedenog pitanja, informacije na društvenim mrežama ne smatraju niti točnima niti netočnima.

Grafikon 15. Utjecaj društvenih mreža na djecu i mlade [izradio autor]

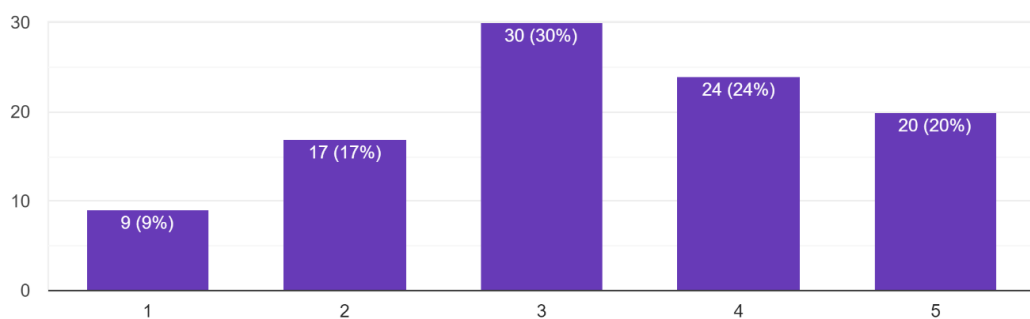
Po Vašem mišljenju, kakav utjecaj društvene mreže imaju na djecu i mlade?  
100 responses



Grafikon 15. prikazuje mišljenje ispitanika o utjecaju društvenih mreža na djecu i mlade. Iz grafikona je vidljivo da većina ispitanika – 43% ima neutralno mišljenje o utjecaju društvenih mreža na mlade, 15% smatra utjecaj lošim, a tek 1% pozitivnim.

Grafikon 16. Povlačenje s društvenih mreža [izradio autor]

Jeste li ikada razmišljali o povlačenju sa društvenih mreža?  
100 responses



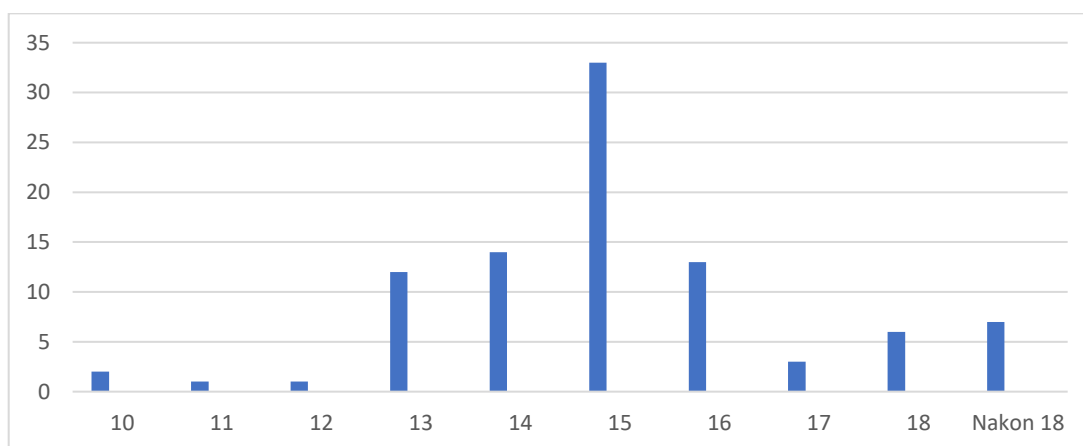
Grafikon 16. prikazuje jesu li ispitanici ikada razmišljali o povlačenju s društvenih mreža. Iz grafikona je vidljivo da je 20% ispitanika razmišljalo o povlačenju s društvenih mreža, 30% ispitanika je po tom pitanju neutralno dok samo 9% nije uopće razmišljalo o povlačenju s društvenih mreža.

Grafikon 17. Utjecaj društvenih mreža na ispitanike [izradio autor]



Grafikon 17. prikazuje jesu li ispitanici ikada primjetili loš utjecaj društvenih mreža na njih ili njihove bližnje. Iz grafikona je vidljivo da većina ispitanika – 36% primjećuje loš utjecaj društvenih mreža na njih i njihove bližnje, dok 7% uopće ne primjećuje loš utjecaj.

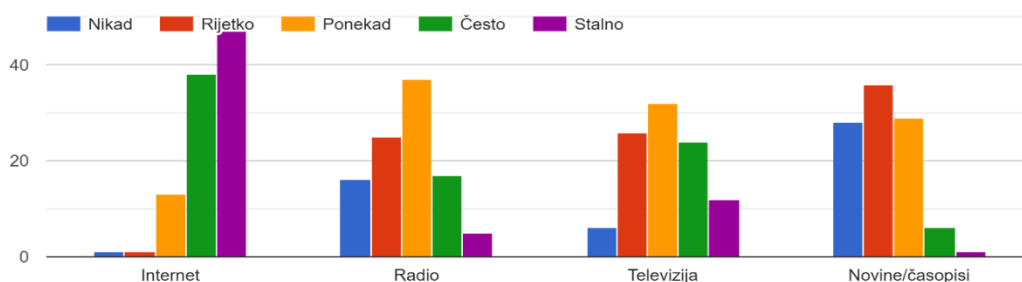
Grafikon 18. Najprikladnija dob za pridruživanje društvenim mrežama [izradio autor]



Grafikon 18. prikazuje koju dob ispitanici smatraju najprikladnijom za pridruživanje društvenim mrežama. Iz grafikona je vidljivo kako većina ispitanika smatra da je najprikladnija dob za pridruživanje društvenim mrežama 15 godina.

Grafikon 19. Ostali mediji koje ispitanici koriste [izradio autor]

Koristite li druge vrste medija osim društvenih mreža?

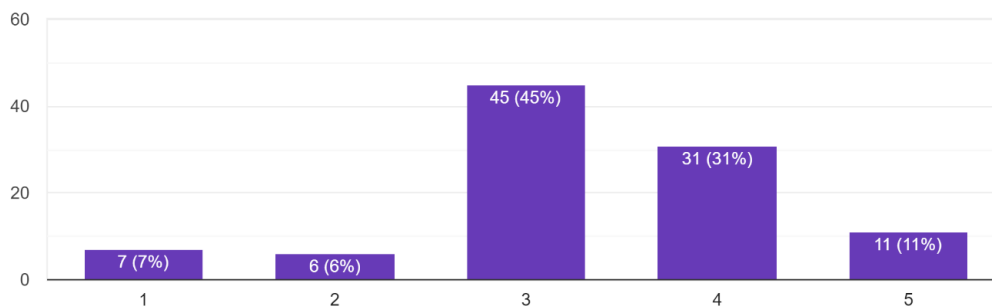


Grafikon 19. prikazuje koje druge vrste medija ispitanici koriste osim društvenih mreža i koliko često. Ispitanici su označili da Internet i televiziju koriste često i stalno, dok radio i novine ponekad ili nikad.

Grafikon 20. Povjerenje u druge medije u usporedbi na povjerenje u društvene mreže [izradio autor]

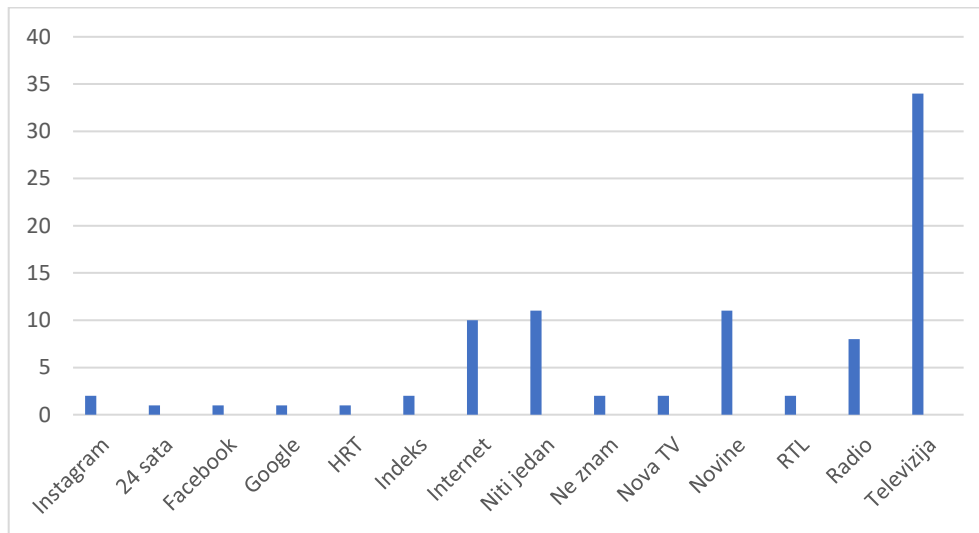
Smatrate li informacije drugih medija (npr. televizija i novine) pouzdanijima i točnijima od informacija na koje nailazite na društvenim mrežama?

100 responses



Grafikon 20. prikazuje smatraju li ispitanici informacije drugih medija pouzdanijima i točnijima od informacija na koje nailaze na društvenim mrežama. Većina ispitanika – 45% je kod tog pitanja neutralna, a 42% ispitanika informacije dostupne na društvenim mrežama smatraju pouzdanima i točnima.

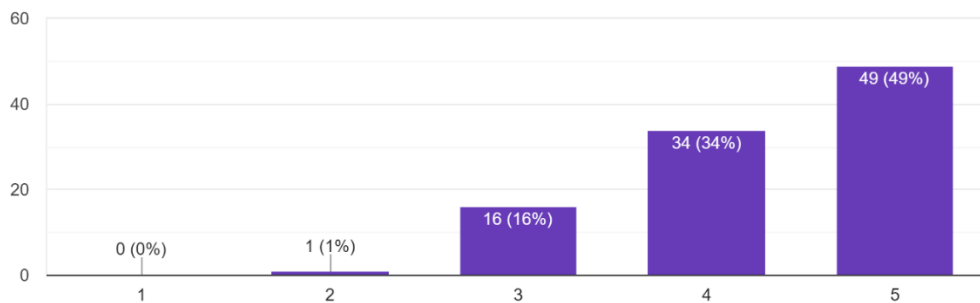
Grafikon 21. Medij kojem ispitanici najviše vjeruju [izradio autor]



Grafikon 21. prikazuje kojem mediju ispitanici najviše vjeruju. Iz grafikona je vidljivo da je televizija medij u kojem ispitanici imaju najviše povjerenja.

Grafikon 22. Korištenje društvenih mreža tijekom pandemije [izradio autor]

Jeste li tijekom pandemije (tijekom karantene i izolacija) društvene mreže koristili više nego inače?  
100 responses

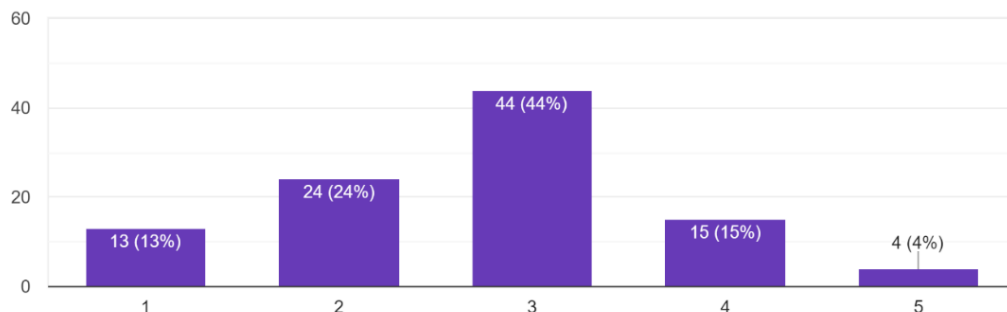


Grafikon 22. prikazuje jesu li ispitanici tijekom pandemije društvene mreže koristili više nego inače. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika – 49% povećala korištenje društvenih mreža tijekom pandemije.



Grafikon 23. Povjerenje u informacije vezane uz pandemiju objavljene na društvenim mrežama [izradio autor]

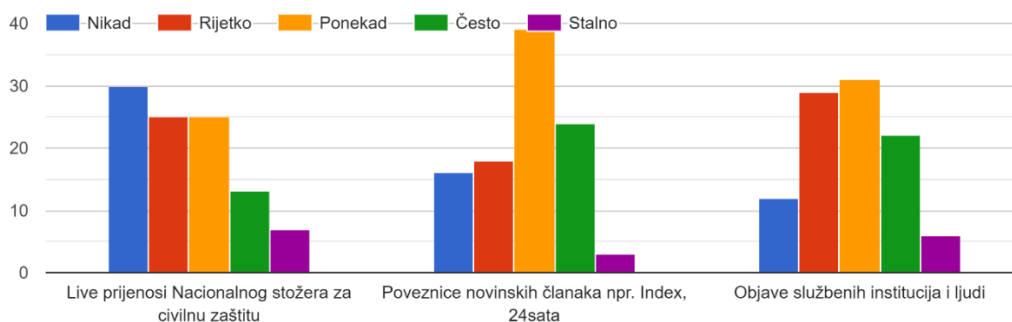
Vjerujete li informacijama objavljenim na društvenim mrežama koje su vezane uz pandemiju?  
100 responses



Grafikon 23. prikazuje vjeruju li ispitanici informacijama objavljenim na društvenim mrežama koje su vezane uz pandemiju COVID-19 virusom. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika – 44% neutralna, informacijama o pandemiji na društvenim mrežama niti vjeruju niti ne vjeruju.

Grafikon 24. Informiranje o pandemiji na društvenim mrežama [izradio autor]

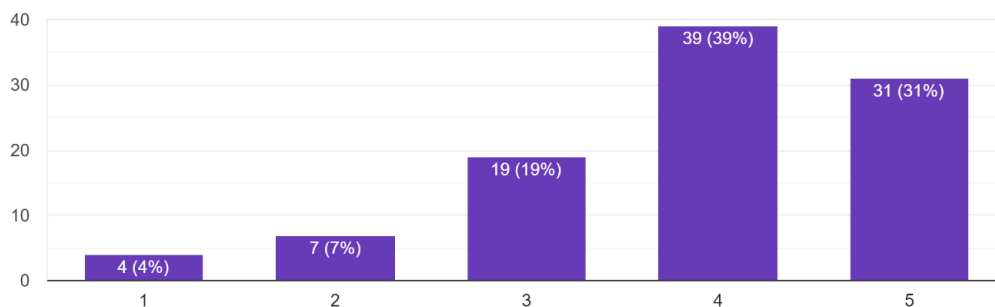
Što ste koristili za informiranje o pandemiji na društvenim mrežama?



Grafikon 24. prikazuje koliko su često ispitanici koristili live prijenose Nacionalnog stožera za civilnu zaštitu (NSZCZ), poveznice novinskih članaka te objave službenih institucija i ljudi na društvenim mrežama u svrhu informiranja o pandemiji. Iz grafikona je vidljivo da su ispitanici slabije pratili live prijenose NSZCZ-a jer su taj odgovor većinom označavali s nikad, dok su poveznice novinskih članaka i objave službenih institucija i ljudi pratili dosta više označivši odgovore većinom s ponekad ili često.

Grafikon 25. Društvene mreže kao snažan alat u informiranju građana o pandemiji [izradio autor]

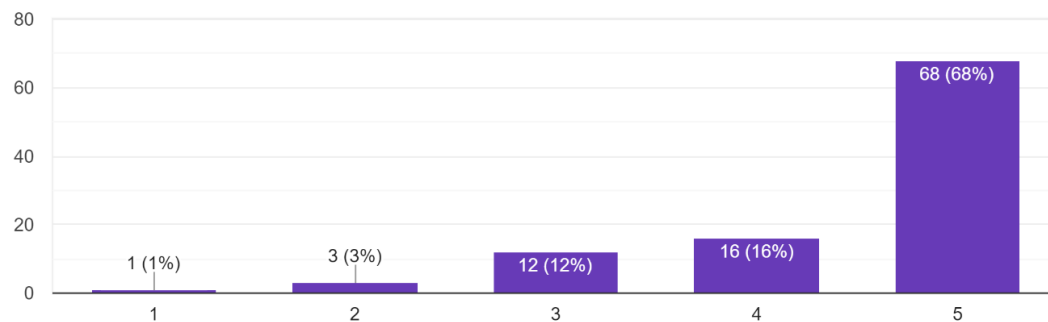
Slazete li se da su društvene mreže poslužile kao snažan alat u informiranju građana o pandemiji?  
100 responses



Grafikon 25. prikazuje slažu li se ispitanici da su društvene mreže poslužile kao snažan alat u informiranju građana o pandemiji. Iz grafikona je vidljivo da se većina ispitanika – 39% slaže s navedenom izjavom.

Grafikon 26. Širenje dezinformacija i teorija zavjere o pandemiji na društvenim mrežama [izradio autor]

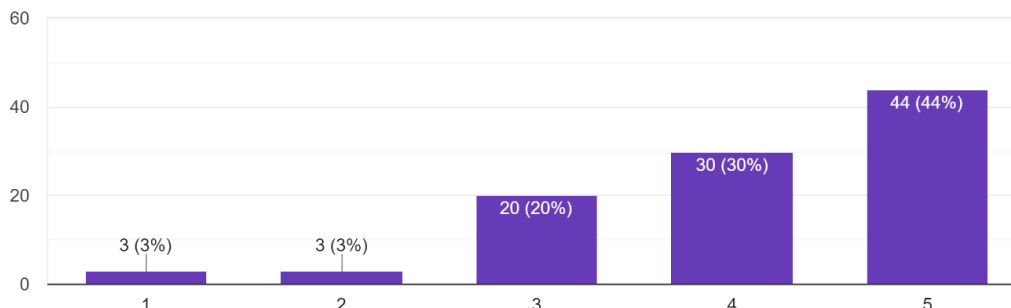
Slazete li se da su društvene mreže pogodne za širenje dezinformacija i teorija zavjere o pandemiji?  
100 responses



Grafikon 26. prikazuje slažu li se ispitanici sa izjavom da su društvene mreže pogodne za širenje dezinformacija i teorija zavjere o pandemiji. Iz grafikona je vidljivo da se većina ispitanika – 68% slaže s navedenom izjavom.

Grafikon 27. Nailaženje na širenje dezinformacija i teorija zavjere na društvenim mrežama [izradio autor]

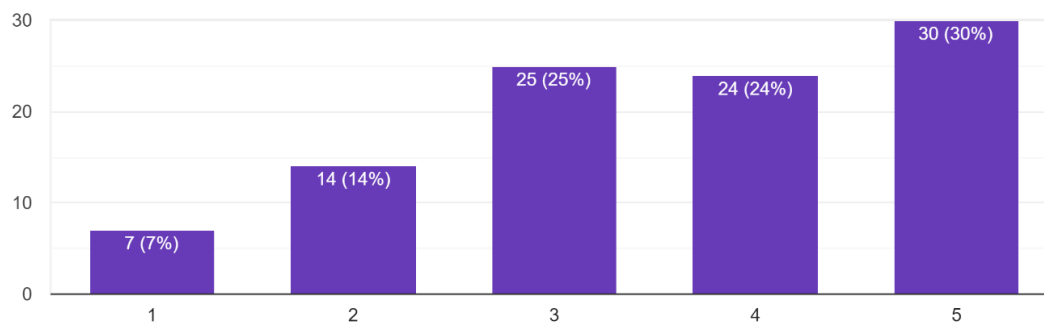
Jeste li nailazili na širenje nekih dezinformacija ili teorija zavjere o pandemiji na društvenim mrežama?  
100 responses



Grafikon 27. prikazuje jesu li ispitanici na društvenim mrežama nailazili na širenje nekih dezinformacija ili teorija zavjere o pandemiji. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika nailazila na dezinformacije i teorije zavjere na društvenim mrežama, njih 44%.

Grafikon 28. Izbjegavanje društvenih mreža zbog informacija o pandemiji [izradio autor]

Jeste li ikada došli do toga da izbjegavate društvene mreže zbog informacija vezanih uz pandemiju?  
100 responses



Grafikon 28. prikazuje jesu li ispitanici ikada došli do odluke da izbjegavaju društvene mreže zbog informacija vezanih uz pandemiju. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika – 30% razmišljala o povlačenju s društvenih mreža zbog velikog broja informacija o pandemiji.

## **7. ZAKLJUČAK**

Mediji i društvene mreže danas su naša svakodnevica i nešto što nam je svima dostupno i što nas okružuje. Velik broj djece i mladih koristi društvene mreže i dostupni su 24 sata na dan. Putem društvenih mreža dostupan je velik broj informacija i može se otkriti što god nekog pojedinca zanima. Olakšana je komunikacija sa prijateljima i obitelji koji se nalaze u drugim gradovima ili državama. U poslovnom svijetu kompanijama društvene mreže uvelike pomažu u stvaranju poznatih brandova, promociji novih proizvoda, privlačenju novih klijenata i slično. Koliko god prednosti društvene mreže imaju tu su i mnogi nedostaci. A najveći nedostatak i problem vezan uz društvene mreže su upravo posljedice koje društvene mreže imaju na mentalno zdravlje djece i mladih. Upravo zbog društvenih mreža velik broj mladih ljudi ima problema s nesanicom, depresijom, tjelesnom neaktivnosti koja dovodi do pretilosti koja uz sebe veže i dijabetes i mnoge druge zdravstvene probleme, ali ipak najveći problem je upravo stvaranje ovisnosti. Danas je mladima nezamislivo otići negdje bez mobitela, ne pregledati što se događa na društvenim mrežama, ne odgovoriti na poruke i slično. Aktivnosti mladih na društvenim mrežama pogodovala je i pandemija COVID-19 virusom, upravo zbog pandemije mladi su bili prisiljeni koristiti društvene mreže kako bi ostvarili barem virtualni kontakt sa prijateljima i obitelji jer im određene epidemiološke mjere to nisu dopuštale. Tu je bila i online nastava i posao koji su mlade, pa i ljude općenito prisiljavali na provođenje vremena za računalom, laptopom, mobitelom.

Svatko bi trebao pokušati smanjiti vrijeme korištenja društvenih mreža, a pogotovo djeca i mladi jer to danas prelazi sve granice. Trebalo bi se vrijeme provoditi s prijateljima baveći se nekim aktivnostima, provodeći vrijeme u prirodi i slično a ne tipkajući poruke ležeći u krevetu. Kada bi se vrijeme provodilo na takav način a korištenje društvenih mreža smanjilo bilo bi i manje vršnjačkog nasilja, slučajeva depresije, zavisti među mladima, nezadovoljstva mladih samih sobom i svojim životima, itd. Također, roditelji bi trebali prestati djeci kupovati mobitele u ranoj dobi te zabraniti korištenje društvenih mreža prije 13-e godine. Svatko danas može primijetiti loše utjecaje društvenih mreža te bi upravo zbog sebe trebali poduzeti nešto kako bi to spriječili.

Rezultati provedene ankete pokazuju da većina ispitanika koristi društvene mreže, a najviše Facebook, Instagram i Twitter. Koriste ih uglavnom iz dosade i radi zabave i opuštanja. Ispitanici se slažu da društvene mreže utječu loše na mentalno zdravlje djece i mladih te su primijetili i loš utjecaj na njih i njihove bližnje no svakako ih nastavljaju koristiti. Također, velik broj ispitanika je čak razmišljao i o povlačenju s društvenih mreža. Korištenje društvenih mreža tijekom pandemije svi su ispitanici povećali, na društvenim mrežama su nailazili na mnoge informacije o pandemiji, ali i na dezinformacije i različite teorije zavjera što ih je dovelo do toga da izbjegavaju društvene mreže.

## **8. LITERATURA**

- [1] <https://www.radnickafronta.hr/406-o-slobodi-medija> (20.08.2022.)
- [2] Spitzer, M. (2018.) Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma, Naklada Ljevak, Zagreb
- [3] <https://logolook.net/facebook-logo/> (21.08.2022.)
- [4] [https://bs.m.wikipedia.org/wiki/Datoteka:Instagram\\_logo\\_2022.svg](https://bs.m.wikipedia.org/wiki/Datoteka:Instagram_logo_2022.svg) (21.08.2022.)
- [5] <https://logo.com/blog/twitter-logo> (21.08.2022.)
- [6] <https://miss7mama.24sata.hr/skolarci/zdravlje/zbog-mobitela-kod-djece-dolazi-i-do-promjena-na-mozgu-12125> (23.08.2022.)
- [7] <https://express.24sata.hr/top-news/na-sto-se-svodi-online-nastava-i-zasto-ucenici-nisu-u-skolama-24867> (23.08.2022.)
- [8] <https://www.medijskapismenost.hr/mediji/> (23.08.2022.)
- [9] Zgrabljic Rotar, N. (2011.) Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura, Naklada medijska istraživanja, Zagreb
- [10] Christakis, A.N., Fowler, H.J. (2010.) Povezani : iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote, Algoritam, Zagreb
- [11] Singer, P.W., Brooking, T.E. - prijevod Peraić, M., Jakus, P., Perić, N. (2021.) Rat lajkova {kada društvene mreže: >postanu oružje}, Fokus komunikacije, Zagreb
- [12] <https://www.medijskapismenost.hr/kako-je-pandemija-koronavirusa-promijenila-drustvene-mreze/> (24.08.2022.)

## 9. PRILOG

### 9.1. Pregled anketnih pitanja

1. Spol?
  - Muško
  - Žensko
2. Dob?
  - Do 18 godina
  - 18-25 godina
  - Stariji od 25
3. Koja je Vaša razina obrazovanja?
  - Osnovna škola
  - Srednja škola
  - Prediplomski stručni/sveučilišni studij
  - Diplomski stručni/sveučilišni studij
4. Koji je Vaš trenutni radni status?
  - Učenik/student
  - Zaposlen
  - Nezaposlen
5. Ako ste zaposleni, u kojoj je to djelatnosti?
  - Primarne
  - Sekundarne
  - Tercijarne
  - Kvartarne
6. Koje društvene mreže koristite?

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Stalno
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

7. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?

- Manje od 1h
- 1-3h
- 3-6h
- Više od 6h

8. Mislite li da mladi na društvenim mrežama provode previše vremena?

Mislite li da mladi na društvenim mrežama provode previše vremena? \*

	1	2	3	4	5	
Izrazito se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito se slažem

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

9. Kakav utjecaj društvene mreže imaju na Vas?

Kakav utjecaj društvene mreže imaju na Vas? \*

	1	2	3	4	5	
Vrlo negativan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo pozitivan

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

10. Slažete li se sa izjavom „Društvene mreže negativno utječu na zdravlje mladih ljudi.“?

Slažete li se sa izjavom „Društvene mreže negativno utječu na zdravlje mladih ljudi.“? \*

	1	2	3	4	5	
Izrazito se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito se slažem

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

11. Odaberite vrste informacija koje najviše pratite na društvenim mrežama.

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Stalno
Sportske inf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serije/filmovi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glazba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Igrice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Slavne osobe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Priroda i okoliš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obrazovanje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

12. Društvene mreže koristim u svrhu?

- Kontakta s prijateljima
- Informiranje o aktualnim temama
- Zbog zabave i opuštanja
- Iz dosade
- Zbog škole/fakulteta
- Da budem u tijeku sa zbivanjima
- Zbog upoznavanja novih ljudi

Društvene mreže koristim u svrhu? *	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Stalno
Kontakta s prij...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informiranje o ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zbog zabave i ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iz dosade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zbog škole/fak...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da budem u tij...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zbog upoznava...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)



13. Koliko se često informirate o nekim aktualnim temama putem društvenih mreža?

Koliko se često informirate o nekim aktualnim temama putem društvenih mreža? \*

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

14. Koliko pouzdanima i točnima smatrate informacije koje su nam dostupne putem društvenih mreža?

Koliko pouzdanima i točnima smatrate informacije koje su nam dostupne putem društvenih mreža? \*

	1	2	3	4	5	
Nimalo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

15. Po Vašem mišljenju, kakav utjecaj društvene mreže imaju na djecu i mlade?

Po Vašem mišljenju, kakav utjecaj društvene mreže imaju na djecu i mlade? \*

	1	2	3	4	5	
Izrazito negativan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito pozitivan

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

16. Jeste li ikada razmišljali o povlačenju s društvenih mreža?

Jeste li ikada razmišljali o povlačenju sa društvenih mreža? \*

	1	2	3	4	5	
Nikad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

17. Jeste li ikada primjetili loš utjecaj društvenih mreža na Vas ili Vaše bližnje?

Jeste li ikada primjetili loš utjecaj društvenih mreža na Vas ili Vaše bližnje? \*

	1	2	3	4	5	
Nikad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

18. U kojoj dobi smatrate da je najprikladnije pridružiti se društvenim mrežama? (kratak odgovor)
19. Koristite li druge vrste medija osim društvenih mreža?

Koristite li druge vrste medija osim društvenih mreža? \*

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Stalno
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televizija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Novine/časopisi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

20. Smatrate li informacije drugih medija (npr. televizija i novine) pouzdanijima i točnijima od informacija na koje nailazite na društvenim mrežama?

Smatrate li informacije drugih medija (npr. televizija i novine) pouzdanijima i točnijima od informacija na koje nailazite na društvenim mrežama? \*

	1	2	3	4	5	
Nimalo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

21. Da morate birati kojem mediju najviše vjerujete, koji bi to bio? (kratak odgovor)
22. Jeste li tijekom pandemije (tijekom karantene i izolacija) društvene mreže koristili više nego inače?

Jeste li tijekom pandemije (tijekom karantene i izolacija) društvene mreže koristili više nego inače? \*

	1	2	3	4	5	
Nimalo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

23. Vjerujete li informacijama objavljenim na društvenim mrežama koje su vezane uz pandemiju?

Vjerujete li informacijama objavljenim na društvenim mrežama koje su vezane uz pandemiju? \*

	1	2	3	4	5	
Nimalo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

24. Što ste koristili za informiranje o pandemiji na društvenim mrežama?

- Live prijenosi Nacionalnog stožera za civilnu zaštitu
- Poveznice novinskih članaka npr. Index, 24 sata
- Objave službenih institucija i ljudi

Što ste koristili za informiranje o pandemiji na društvenim mrežama? \*

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Stalno
Live prijenosi N...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poveznice novi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Objave služben...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

25. Slažete li se da su društvene mreže poslužile kao snažan alat u informiranju građana o pandemiji?

Slažete li se da su društvene mreže poslužile kao snažan alat u informiranju građana o pandemiji? \*

	1	2	3	4	5	
Izrazito se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito se slažem

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

26. Slažete li se da su društvene mreže pogodne za širenje dezinformacija i teorija zavjere o pandemiji?

Slažete li se da su društvene mreže pogodne za širenje dezinformacija i teorija zavjere o pandemiji? \*

	1	2	3	4	5	
Izrazito se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito se slažem

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

27. Jeste li nailazili na širenje nekih dezinformacija ili teorija zavjere o pandemiji na društvenim mrežama?

Jeste li nailazili na širenje nekih dezinformacija ili teorija zavjere o pandemiji na društvenim mrežama? \*

	1	2	3	4	5	
Nikad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

---

Izvor: izrada autora (Google obrazac)

28. Jeste li ikada došli do toga da izbjegavate društvene mreže zbog informacija vezanih uz pandemiju?

Jeste li ikada došli do toga da izbjegavate društvene mreže zbog informacija vezanih uz pandemiju? \*

	1	2	3	4	5	
Nikad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito puno

---

Izvor: izrada autora (Google obrazac)