

Digitalna sadašnjost - internetska publika u međuprostoru ovisnosti i skepse

Mitin, Alan

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:220246>

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

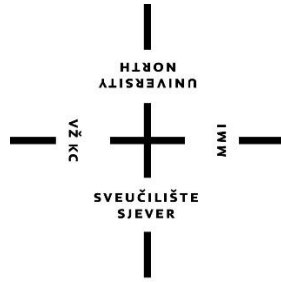
Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 28_NOVD_2020

**Digitalna sadašnjost
- internetska publika u međuprostoru ovisnosti i skepse**

Alan Mitin, 1077/336

Koprivnica, rujan 2020. godine



**Sveučilište
Sjever**

Odjel za Komunikologiju, medije i novinarstvo

Diplomski rad broj 28_NOVD_2020

**Digitalna sadašnjost – internetska publika u
međuprostoru ovisnosti i skepse**

Student

Alan Mitin, 601983

Mentorica

izv. prof. dr. sc. Gordana Tkalec

Koprivnica, rujan 2020. godine

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Alan Mitin	MATIČNI BROJ	0336011543
DATUM	1. rujna 2020	KOLEGIJ	Hrvatski medijski prostor
NASLOV RADA	Digitalna sadašnjost		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Digital present		
MENTOR	Gordana Tkalec	ZVANJE	izv. prof. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić 2. doc. dr. sc. Željko Krušelj 3. izv. prof. dr. sc. Gordana Tkalec 4. doc. dr. sc. Krešimir Lacković 5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	28_NOVD_2020
OPIS	U ovom radu upoznat ćemo se s pojmom digitalna sadašnjost. Cilj ovog rada je proučiti koliko nam internet pomaže u svakodnevnom životu, koje opasnosti krije te zašto današnje generacije vjeruju internetu, a ne ostalim medijima. U radu je provedeno istraživanje o povjerenju ispitanika u medije kao što su televizija, novine i radio te je zaključeno zašto ljudi najviše vjeruju internetu te koje su pozitivne i negativne strane toga trenda. Također, provedeno je istraživanje na temelju dokumentarnog filma The social dilemma o ovisnostima mladih o društvenim mrežama. U radu je potrebno: 1. definirati odnos djece i mladih i interneta te kakav utjecaj on ima na njihov emotivni i intelektualni razvoj 2. istražiti opasnosti koje mogu ugroziti, mahom mlađu populaciju, kroz igranje video igara pa sve do računalnog kriminala 3. istražiti koliko ljudi mlađe generacije, vjeruju internetu i koliko su upoznati s njegovim prednostima i manama te koje društvene mreže najčešće koriste na primjeru upravljanja korona krizom 4. dati prikaz dokumentarnog filma The social dilemma i povući paralelu s vlastitim istraživanjem 5. izvući zaključak iz provedenih istraživanja i potvrditi/opovrgnuti početnu hipotezu.
ZADATAK URUČEN	POTPIS MENTORA

Predgovor

Bila mi je čast studirati na Sveučilištu Sjever, polagati ispite, učiti i otkrivati novosti o svijetu. U ovim teškim vremenima potresa, epidemija i rasnih nejednakosti teško je fokusirati se na sada jednostavne stvari kao što je učenje, završni i diplomski radovi, ali ipak ima ono nešto što nas gura naprijed bez obzira kakav je svijet oko nas. Studiranje online nije bilo moguće čak ni prije 10 godina, a danas imamo priliku sjediti doma te iz udobnosti nekog malenog naslonjača pisati ispite i slušati predavanja. Zato je tema mog diplomskog rada vezena uz digitalno, internetski, tj. istraživanje obiju strana digitalnog svijeta. Kako preko video poziva možemo vidjeti i čuti naše bližnje, tako mladi, a pogotovo djeca bivaju očarani tom, kako sam je nazvao, digitalnom ovisnošću. Nešto naizgled zabavno i poučno može dovesti do potpune odvojenosti od stvarnoga svijeta, gdje se stvara svijet vizualnog i nestvarnog. Zanimljiva je to tema osobito korisna u već sad nevjerojatnoj 2020. godini. Također ne želim zaboraviti svoje kolege s prijašnjih godina studiranja, hvala im na pomoći tijekom studija bez koje se vjerojatno ne bih nalazio tu gdje sam sada.

Sažetak

U ovom diplomskom radu predstavljeni su rezultati istraživanja o nepovjerenju u *mainstream* medije i ovisnosti mladih o društvenim mrežama. Cilj je proučiti koliko su ljudi, a osobito mlade osobe, upoznate s prednostima i manama interneta. Fokus je stavljen i na nedostatak kontrole informacija u vrijeme korona krize, kada su nam točne informacije od krucijalne važnosti. Proučene su navike *online* korisnika te istraženi razlozi nedostatka povjerenja u hrvatske medije i političare. Esejski odgovori predočavaju frustracije pojedinaca prema digitalnom društvu u kojem živimo, a analiza sadržaja različitih stručnih radova, članaka, knjiga i časopisa daje odgovor na pitanja o nepovjerenju i sumnji u medije.

Ključne riječi: digitalno, internet, ovisnost, sigurnost

Summary

This thesis presents the results of research on distrust in the mainstream media and youth dependence on social networks. The aim is to study how many people, and especially young people, are aware of the advantages and disadvantages of the Internet. The focus is also on the lack of information control during the corona crisis, when accurate information is crucial to us. The habits of online users were studied and the reasons for the lack of trust in the Croatian media and politicians were investigated. The essay answers show the frustrations of individuals towards the digital society in which we live, and the analysis of the content of various professional papers, articles, books and magazines provides answers to questions about mistrust and doubt in the media.

Key words: digital, internet, addiction, security

Popis korištenih kratica

FTP - File Transfer Protocol

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

WWW - World Wide Web

ISP - Internet Service Provider

MMORPG - Massively multiplayer online role-playing game

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Što je internet?.....	3
2.1. Mladi i internet.....	3
2.2. Djeca i internet.....	5
3. Prakse <i>online</i> pojedinaca.....	9
3.1 Video igrice – prednosti i mane.....	10
3.2 <i>Cyber</i> kriminal.....	13
4. Istraživanje o navikama pojedinaca na internetu.....	15
4.1. Hipoteza.....	15
4.2. Cilj istraživanja.....	15
4.3. Metodologija.....	15
4.4. Rezultati prikupljenih podataka.....	16
4.5. Analiza prikupljenih podataka.....	31
5. Dokumentarni film <i>The social dilemma</i>	33
5.1. Problematika filma.....	34
5.2. Moć društvenih mreža.....	36
5.3. Digitalna ljepota.....	38
5.3.1. Problemi percepcije na društvenim mrežama.....	39
5.3.2. Tjelesni dismorfni poremećaj.....	39
5.3.3. Krajnji kompleksi uzrokovani društvenim mrežama.....	42
5.3.4. Smanjena uporaba društvenih mreža.....	44
6. Uloga medija u doba interneta.....	46
7. Zaključak.....	49
8. Literatura.....	51
9. Popis slika.....	53
10. Popis grafikona i tablica.....	54

1. Uvod

Godina 2020. je godina zapleta i obrata u punom smislu tih riječi. Godina koja kao da je izvučena iz nekog znanstveno-fantastičnog romana nije nam donijela, barem većini, puno uspjeha. Mediji govore kako nam turizam nije bio slabiji od Domovinskoga rata, tvornice imaju ozbiljne poremećaje u narudžbama i proizvodnji, restorani su prazni, poslova na student-servisu gotovo da ni nema. Gotovo svi zbrajaju gubitke, a mnogi u uslužnim djelatnostima razmišljaju o otpuštanjima zaposlenika ili zatvaranju svojih tvrtki.

Jedna grana poduzetništva nije osjetila udarac korona krize. Naprotiv, ona raste. To je, naravno, IT sektor. Uočljivo je da tehnološke kompanije lakše mogu podnijeti promjene u ekonomiji zbog njihovog stila poslovanja, koje se u većini odvija preko - interneta. „Upravo mogućnost pristupa internetu određuje digitalnu nejednakost, digitalnu podijeljenost ili digitalni jaz. Ljudi se dijele na one koji taj pristup imaju i one koji ga nemaju“ (Krištofić 2007: 166). Ljudi koji imaju pristup internetu generalno su obrazovaniji od onih koji ga nemaju. Informatička pismenost danas je neizostavan oblik obrazovanja. Krištofić piše da je zanimljivo kako pad Berlinskog zida, što simbolički označava kraj socijalizma, i pokretanje World Wide Weba pada na istu godinu - 1989. Tu godinu možemo odrediti kao rođenje umreženosti ili pojave prvog interneta.

Informatičko doba gurnulo je populaciju prema potpuno novom načinu razmišljanja. Život se ubrzao, a pojedinci koji nisu uspjeli držati korak s vremenom jednostavno su se izgubili u brzom napretku svakodnevice i poslovanja. Istraživanjem sam pokušao prikazati ponašanje pojedinaca na internetu, tj. koliko su osobe upoznate s pravilima i sigurnosti interneta na kojemu provode više sati dnevno. Hipoteza istraživanja je da medijska publika, a osobito mladi, više vjeruju internetu nego *mainstream* medijima. Istraživanje će nam pokazati koliko je zapravo povjerenje u medije, odnosno vjeruju li ljudi novinarima ili traže alternativne izvore informacija.

COVID-19 kriza je odličan primjer na kojem možemo proučiti uzroke nepovjerenja u medije, političare i širenje dezinformacija. Bitno je razumjeti navike pojedinaca na internetu te pronaći njihov uzrok. Zanimljivo je kako su korisnici vrlo slobodni na internetu, ostavljaju komentare koje možda uživo nikad ne bi rekli i razgovaraju s osobama s kojima uživo ne bi stupili niti u kontakt. Blek, Zajc i Mance (2015) pišu da digitalne tehnologije imaju

moćnost publici pružiti pristup informacijama iz više izvora. Uloga „gatekeepera“ informacija kao što su televizija, radio i novine biva testirana od strane *blogger*a, novinara građana, ali i velikih ponuđača informacija, kako ih možemo nazvati, a to su Google, Facebook i Twitter. To sve utječe na smanjenje broja publike koja prati tzv. *mainstream* medije te dovodi do preispitivanja točnosti informacija od krajnjih korisnika. Cilj ovog rada je proučiti koliko nam internet pomaže u svakodnevnom životu i koje su točno njegove mane, zašto današnje generacije vjeruju internetu, a ne ostalim medijima. Podaci su prikupljeni iz mnogobrojnih znanstvenih i stručnih radova, internetskih izvora i knjiga.

2. Što je internet ?

Internet je javna mreža globalnih podataka dostupna svima. Sastoji se od milijuna kućnih, poslovnih, državnih i javnih mreža koje međusobno razmjenjuju informacije. „U stvari, samo ime potječe od ideje međusobno povezanih mreža – eng. interconnected networks, tj. međusobno povezane mreže. Internet je nastao sredinom 60-ih godina razvojem sredstava komuniciranja i kao nuspojava hladnoga rata. Računala koja su spojena na Internet mogu biti međusobno povezana žičnim i bežičnim putem“ (<http://www.oblakznanja.com/2011/07/sto-je-internet/>). Internet nitko ne posjeduje, što ipak ne znači da se on ne unapređuje i održava. Prvim internetom smatra se ARPANET, što znači *Advanced Research Projects Agency Network* koju je „1969. pokrenulo Ministarstvo obrane SAD-a radi umreživanja znanstv. i istraživačkih institucija vezanih uz razvoj vojne tehnologije. Pol. 1980-ih, pridruživanjem računalne mreže NSFnet (National Science Foundation Network), mreža ARPANET dobila je izrazito znanstveno obilježje, a početkom 1990-ih, povlačenjem vojne komponente te omogućivanjem priključivanja individualnih korisnika, poprimila je današnje obličje. Godine 1992. osnovana je udruga *Internet Society* radi sustavna promicanja djelatnosti povezanih s unapređivanjem rada interneta. Danas se o tehničkim pojedinostima i normativnim djelatnostima brine radno tijelo IETF (Internet Engineering Task Force) koje redovito objavljuje tehnička izvješća“ (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653>).

Internet je postao prilagodljiv i primamljiv korisnicima kada je bio omogućen prijenos datoteka između više osoba tzv. FTP, *File Transfer Protocol*, te slanje i primanje elektroničke pošte. Nakon uvođenja usluge WWW (World Wide Web) internet je postao ono što danas vidimo. Mjesto na kojem se besplatno mogu posjećivati, čitati i razmjenjivati dokumenti, tzv. *web pages*. Kako je rasla popularnost interneta, tako su pružatelji usluga, mediji i privatnici polako premještali svoje poslovanje *online*. Medije poput televizije, radija i novina danas ujedinjene možemo pronaći u digitalnom, internetskom obliku. Pojam koji to opisuje naziva se konvergencija medija. „Konvergencija medija proces je temeljen na digitalnoj tehnologiji koji dokida tradicionalne granice između medija. Najveći dio 20. st. medijski sadržaj isporučivao se preko različitih i međusobno inkompatibilnih platformi (knjiga, novina, časopisa, fotografija, gramofonskih ploča, magnetofonskih vrpca, filma, radija, televizije, videoigara). Digitalna tehnologija omogućila je povezivanje medijske, telekomunikacijske i računalne industrije. Izravna posljedica bila je popularizacija i širenje interneta kao

univerzalne digitalne medijske platforme. Konvergencija medija potakla je stvaranje potpuno novih industrija i usluga, omogućila proizvodnju novih oblika medijskih sadržaja i dovela do preobrazbe tradicionalnih medijskih kompanija u multimedijske. Digitalizacija sadržaja potakla je odvajanje sadržaja od klasičnih oblika njegove distribucije. Tako je npr. tvrtka Apple poznata po proizvodnji računala i pametnih telefona postala daleko najveći svjetski distributer glazbenih sadržaja, a tvrtka Google svojom je internetskom tražilicom postala ključni čimbenik u pristupu publike vijestima i TV sadržajima“ (<https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/k/konvergencija-medija/>).

2.1. Mladi i internet

Digitalna pismenost. je puno više od znanja *surfanja* internetom, igranja kompjuterskih igrica, skidanja i gledanja videozapisa, svakodnevnog posjećivanja društvenih mreža i sl. „IT pismenost je sposobnost uporabe računala i tehnologije, što uključuje različite primjene: obradu teksta, izradu proračunskih tablica i grafova, internet, programiranje i rješavanje problema itd. IT okretnost zahtijeva tri vrste znanja: primjena IT-a u suvremenom okruženju koje se stalno mijenja, razumijevanje fundamentalnih IT koncepata te sposobnost primjena IT-a i snalaženje u složenim situacijama te razumijevanje posljedica primjene. *Digitalnim urođenicima* (Prensky, 2001) nazivaju se generacije rođene za vrijeme i nakon rasta digitalne tehnologije, odnosno generacije koje odrastaju s novom tehnologijom. Međutim, upitno je u koju se svrhu mladi najčešće koriste računalom“ (Maleš, M. Mladenović i S. Mladenović 2016: 105).

Mladi, kao što je ranije navedeno, češće koriste računalu i internet u zabavne svrhe, no to nije u potpunosti njihova krivica. Primjerice, informatika je u školama često zanemaren predmet premda je danas izuzetno važan. U Republici Hrvatskoj informatika je u osnovnim školama obavezan predmet u petom i šestom razredu, u srednjim u prvom, a kasnije je izborni na obje razine. Ipak od 2020. školske godine informatika je uvedena kao izborni predmet za niže razrede. Tu nailazimo na velik problem jer odnos učenika prema obaveznim i izbornim predmetima u pravilu nikad nije isti. Učenici će više vremena potrošiti na predmete koji mu se čine bitnijim, samim time što su obavezni. S druge strane studenti koji upisuju preddiplomski studij na nekom fakultetu imali su samo jednu obaveznu godinu informatičkog obrazovanja u srednjoj školi što nije dovoljno za stjecanje kvalitetnog obrazovanja iz IT pismenosti. Maleš, M.Mladenović i S.Mladenović (2016) pišu da „takvi studenti posljedično

nisu zadovoljavajuće informatički obrazovani, što se naročito izražava u studenata koji upisuju smjer informatika“ te da bi se moglo očekivati „da su studenti koji upisuju neki od informatičkih smjerova pri Prirodoslovno-matematičkom fakultetu informatički pismeni i okretni, a kod studenata koji upisuju učiteljski studij očekuje se informatička pismenost“. Kasnije nadodaju kako je digitalna kompetencija jedan od ključnih znanja određenih od strane Europske unije. Postavlja se pitanje može li Republika Hrvatska stvarati digitalno pismene građane kroz izbornu informatiku u osnovnoj školi, iako su današnji učenici digitalno sposobni od ranije dobi, jer je tehnologija zastupljena u njihovim životima puno više nego prije. Mlade generacije znaju upravljati tehnologijom ali ju ne poznaju dovoljno. Zato treba uvesti informatičko opismenjivanje kroz obavezan predmet informatike tijekom cijele osnovne i srednje škole. U kasnijem istraživanju možemo vidjeti koliko uistinu mladi ljudi poznaju internet.

2.2 Djeca i internet

Internet je u vrlo kratkom vremenu postao „dječje igralište“. Igranje u parkovima, vožnja biciklima se preselila na online igranje igrice, plesanje Tik Tok plesova i sl. Suvremena „digitalna generacija“ od malih nogu posjeduje odličnu informatičku pismenost i stoga je podložna utjecaju novog medija, što je više nego očito. Mladi ljudi sve više vremena provode na internetu, što je rezultiralo pojavom nove bolesti – ovisnosti o internetu. Protiv nje svaka se zemlja bori na svoj način. Sveučilište u Indiji ograničilo je studentima u studentskim domovima pristup internetu. Studenti zbog interneta padaju u depresiju, slabije uče i skloniji su suicidu. Tako je u posljednjih pet godina samoubojstvo izvršilo devet studenata. Zbog takvih događaja sve češće se govori o liječenju od ovisnosti o internetu“ (Ružić 2011: 156). Također, Ružić piše da je najveći porast u broju otvorenih klinika za liječenje od ovisnosti o internetu u zemljama s najvećim brojem ljudi koji imaju pristup internetu, a to su SAD i Kina.



Slika 2.1 Ovisnost o internetu

(<https://www.in-portal.hr/in-portal-news/in-posao/7899/kako-lijeciti-ovisnost-o-internetu>)

Psiholozi smatraju da društvene mreže, Facebook i Instagram, imaju sličan utjecaj na korisnika kao i kasino aparati. Puno toplih i žarkih boja, zvukova, karikatura i odličan osjećaj postignuća potrebno je kako bi osoba postala ovisna. Osobe koje imaju Instagram stranice s nekoliko stotina pratitelja svakim novim postom očekuju isti ako ne i veći broj *lajkova*. Taj primjer odlično prikazuje početak blage ovisnosti o društvenim mrežama, tj. prikazuje opterećenje pojedinca da dostigne neku određenu brojku zamišljenih palčeva gore kako bi mu samopouzdanje i dalje bilo visoko.

Privatnost je jedna od najbitnijih stavki interneta, stoga Ružić spominje jednu zanimljivu ideju: „Zabrinjava da korisnici Interneta nepoznatim ljudima povjeravaju veoma privatne stvari, poput točnog termina odlaska na odmor. Stoga su pokrenuti *siteovi* poput www.pleaserobme.com na kojem se upozoravaju korisnici da ne dijele svoju intimu s drugim ljudima iz sigurnosnih razloga“ (Ružić 2011: 159). Nažalost, učenici često koriste Facebook kako bi zlostavljali drugu djecu, ili dogovarali tučnjave. Također neslavna je priča o Marcu Zuckerbergu da je prije osnutka Facebooka imao web stranicu na svom fakultetu na kojoj se ocjenjivalo koje su djevojke s fakulteta najzgodnije. Čak je i YouTube imao problematične nasilne videozapise. „Osim društvenih mreža, i web stranice poput YouTubea se koriste za

promoviranje nasilja. Spomenuti site se koristio i za međusobne obračune između pojedinih bandi, odnosno, ulične bande putem video-klipova prijete članovima drugih bandi. Stoga su čelnici YouTubea odlučili da se uklanjaju video-klipovi koji promoviraju nasilje“ (Ružić 2011: 160). U Velikoj Britaniji uveli su ograničenja na vrstu sadržaja na YouTubeu. Ružić govori kako su video snimke na kojima možemo vidjeti vrste oružja kao što su pištolji, puške i noževi na toj platformi strogo zabranjeni. Direktiva je donesena kada je snimka ubijenog jedanaestogodišnjeg dječaka iz Liverpoola objavljena na YouTubeu.

Zabrinjavajuća je stvarnost da djeca na internetu mogu pronaći puno opasnih informacija koje će zaintrigirati njihovu maštu. Primjer za to je i slučaj iz Rusije gdje je šesnaestogodišnjak pronašao upute kako napraviti petardu pomoću kućnih potrepština. Nakon što ju je zapalio, eksplodirala mu je u ruci te su mu liječnici jedva uspjeli sačuvati prste na ruci. Neke terorističke organizacije koristile su internet kako bi pronašle recept za izradu kućnih eksplozivnih naprava. Tako je učenik Ryan Schallenberger iz Južne Karoline planirao postaviti eksploziv pod stepenište svoje školu te je dignuti u zrak. Planirao je to napraviti s 4,5 kilograma amonijeva nitrata kojeg je kupio putem interneta. Upravo zbog ovako lakog pristupa tim informacijama nužno je zaštititi najmlađe.

„Iako se organizacije OSCE i »Reporter bez granica« zalažu za potpunu slobodu Interneta, ipak ne treba zaboraviti da se pod slobodom ne podrazumijevaju različite forme cyber-kriminala. Postoji čitav niz siteova koji savjetuju roditeljima na koji način zaštititi djecu od interneta. Među njima su: www.kidshealth.com, www.protectyourkids.info, www.safefamilies.org, www.bbesafe.com. Pored siteova, među roditeljima su popularni internet filteri poput netnannyfilter, k9 web protection i drugi. Ali, sve to samo donekle rješava problem. Otvoreni su i brojni siteovi koji se bore protiv cyber-bullyinga ili upozoravaju roditelje na koji način zaštititi djecu, poput www.stopcyberbullying.org, www.safekids.com, www.howto-stopcyberbullying.com, www.cyberbullyalert.com, www.stopbullyingnow.com“ (Ružić 2011: 161).

SAD su uvjerljivo imale najveći broj korisnika interneta pa su one prve krenule u borbu za prava djece na internetu. Ružić piše kako je Kongres SAD-a predložio usvajanje *Communications Decency Act*, zakona koji bi štitio djecu na internetu. Zato se i samo posjedovanje pornografskog sadržaja u blizini djece smatralo zločinom. Ipak, ovaj zakon je izazvao reakcije širom Amerike, jer su smatrali da se time guši sloboda govora, osnovno pravo američkog Ustava. Prava djece na internetu nastavila su biti gorući problem u Americi.

Kongres je 1996. godine predložio novi zakon o zaštiti djece na internetu pod nazivom *Child Online Protection Act*, koji zahtjeva od svih web stranica sa sadržajem za odrasle da traže potvrdu o starosti korisnika prije pristupanja njihovom sadržaju. Neke države su na računalima u školama, fakultetima i knjižnicama ugrađivale čipove u računala koji bi sprječavala pristup pornografskom sadržaju. Nekolicina velikih američkih pružatelja internetskih usluga kao što su Verizon, Sprint i Time Warner Cable pokušali su spriječiti dječju pornografiju na način da zabrane pristup stranicama za koje smatraju da su povezane s takvom tematikom.

Ipak, nakon dugih 15 godina borbe protiv pornografije, možemo zaključiti da je ta borba uzaludna. Danas će se ugasiti stotine pornografski stranica, a već sutra tisuće njih će se stvoriti. Problem je u tome što djeca od vrlo rane dobi imaju izuzetno dobro razvijene digitalne sposobnosti te mogu surfati internetom, posjećivati stranice bez da itko zna što to točno gledaju. Pametni telefoni im to uvelike olakšavaju. Sve zemlje Europske unije i svijeta ne reagiraju na taj problem na jednak način. Francuska vlada je blokirala pristup terorističkim i pornografskim web stranicama te je pozvala građane da aktivno prijavljuju nastanak novih stranica takvog sadržaja. Njemačka je donijela zakon koji dozvoljava *Internet Service Providerima* (ISP) da potpuno blokiraju pristup stranicama s dječjom pornografijom. Također Njemačka je proizvela *web browser* posebno dizajniran za djecu. Djeca mogu pretraživati stranice na kojima ne postoje psovke, nasilje ili pornografski sadržaj. Države poput Srbije, Hrvatske, Slovenije, Makedonije i Moldavije potpisale su Agendu koja ih obavezuje da koriste državne resurse u borbi protiv pornografskog sadržaja, *cyber* kriminala, *spama* i ostalih ilegalnih internetskih aktivnosti.



Slika 2.2 Djeca na internetu

(<https://sites.google.com/site/sigurnostnainternetu55/djeca-na-internetu>)

Internet korisnici i *provideri* imaju velik cilj. Kako one najranjivije zaštititi od vrela informacija koje mogu pronaći na internetu. „Dijete se zamišlja kao slabi subjekt, sklon pasivnosti i naivnosti, pa prema tome i nesposoban da se sam obrani od zamki vanjskoga svijeta. Učinci medija s druge se strane zamišljaju kao snažni učinci koji su u stanju znakovito uvjetovati ponašanje, zaobilazći obranu gledatelja. Rezultat svega je pedagogija koja odgoj zamišlja kao zaštitu maloljetnika, kao jednaku i suprotnu snagu koju valja suprotstaviti snazi medija“ (Rivoltella 2002: 269). Internet je stvarno opasan mediji i njegovu moć nad ljudima ne smijemo zanemariti te „upravo iz tog razloga, zakonska regulativa je neophodna radi sprečavanja nasilja u društvu i borbe sa cyber- kriminalom. Najlakša meta na internetu su djeca, stoga ih je potrebno zaštititi ne samo od cyber-bullyinga, već ne dozvoliti da budu žrtve cyber-kriminala. Na forumu upravljanja internetom pri OUN-u predstavnik Francuske, Bernard Benamu, izjavio je da su sudionici foruma imali različita mišljenja što se tiče kontrole interneta, ali su se složili u jednom: da moraju zaštititi djecu od internet-manijaka“ (Ružić 2011: 167).

3. Prakse *online* pojedinaca

Bojan Basrak (2009) piše kako je sloboda govora temelj demokratskog društva, ali se često zaboravlja da sloboda govora ne znači ništa bez komunikacijske slobode. To jest da govor moguće podijeliti s publikom i da je on dostupan svima. Zato u SAD-u razmatraju da uvedu zakon kako je pristup internetu i društvenim mrežama osnovno ljudsko pravo slobodnog govora. Razlika i problem masovnih medija je to što imaju jednosmjernu komunikaciju a ne onu bolju, dvosmjernu. Oni zastupaju monopolističku komunikaciju gdje slobodan i javan diskurs nije moguće provesti.

Sa sve većim razvitkom interneta postavlja se pitanje može li se na internetu provesti prava, iskrena i slobodna komunikacija koja bi oživjela javnu sferu. Sada možemo reći da je ona moguća, ali se sve više vrši cenzura prema određenim osobama. Većina internetskih stranica na kojima se nešto objavljuje su javne, ali domene su u vlasništvu kompanija ili pojedinaca. Postavlja se pitanje je li internet toliko neobuzdan i slobodan da ga nije moguće obuzdati ili se počeo pretvarati u još jedan oblik jednosmjernog komuniciranja moćnika nad masama. Danas ljudi provedu i po osam sati na internetu, stoga je zanimljivo postoji li uopće internetska ovisnost te ako postoji kako ju možemo uočiti. Jeriček (2002) govori kako su „istraživanja o ovisnosti u prošlosti bila usmjerena na ovisnike koji traže liječenje ili nisu odgovarajuće reagirali u danim socijalnim ustrojstvima, sadašnja istraživanja utvrđuju tendencije ovisnosti u populaciji studenata koja nije daleko od prosjeka i nije otuđena socijalnom okruženju.

U širem shvaćanju ovisnosti, svi smo potencijalni kandidati ove ili one vrste ovisnosti. Kod takvog koncepta postavlja se pitanje je li je ovisnost bolest ili način života, te gdje je granice između normalnog i nenormalnog, jer je to društveni pojam“ (Jeriček 2002: 88). Mislim da takozvane „ovisnike“ o digitalnom možemo podijeliti na ovisnike o video igricama i na one ovisne o društvenim mrežama. „Socijalne mreže pružaju mogućnost zadovoljavanja afilijativnog motiva, potrebe za prihvaćanjem, ljubavi i samopotvrđivanjem, dok igranje online-igrice zadovoljava potrebu za postignućem“ (Rakić-Bajić, Hedrih 2012: 112).

Kao prvo, pojam ovisnosti je teško definirati. Osoba može biti o nečemu ovisna i to zloupotrebjavati. Zbog toga pati njegova obitelj, posao ili škola. Kod umjerene ovisnosti, kao što je to u slučaju interneta, posljedice su mnogo blaže: nedostatak sna, zanemarivanje odgovornosti, lijenost i indolentnost. Također „kod upotrebe interneta možemo ustanoviti koliko vremena provedemo za računalom, te predvidjeti mogućnost krize. Unatoč dosta

dobroj usporedbi interneta i droge, mislim da je riječ o istom pitanju kada se radi o radu i odnosima. Shvatimo li termin droge u tom smislu, tada sve može biti droga, to jest sve ima potencijal postati drogom. No, rad i bavljenje internetom znatno se razlikuju od, recimo, heroína. Razlika između kemijske tvari i aktivnosti jest u tome da neke kemijske tvari uzrokuju najprije fizičku i tek zatim psihičku ovisnost, a aktivnosti uzrokuju samo psihičku, točnije mentalnu ovisnost“ (Jeriček 2002: 89). Online aktivnosti naša su svakodnevnica pa je zato teško prepoznati prave digitalne ovisnike. Mihajlov i Vejmelka (2017) pišu da je virtualnu svakodnevicu nemoguće izbjeći. Razmatrajući kako brzo tehnologija napreduje, potrebna je efikasna i pravovremena kontrola politike na internetu, prevencije, identifikacije te provedba nekih tretmana nad pojedincima ovisnima o internetu.

3.1. Video igrice - prednosti i mane

Video igre, prema Ivi Ferenčak (2015), krenule su pojavom prvih mehaničkih flipera. Ono što im je zajedničko je interakcija između sučelja i korisnika. Prvi fliper se pojavio još 1931. godine pod nazivom *Baffle Ball*. Upravo taj događaj možemo uzeti kao početak razvijanja video igara. Ipak „1958.godine predstavljena je, prema nekima, prva video igra, „Tennis za dvoje“. Na zaslonu se nalazila samo jedna vodoravna linija koja je predstavljala teren, mala, okomita linija je bila mreža, a pomoću aluminijskih upravljača ispucavala se svijetla točka koja je ostavljala trag dok je letjela preko mreže. Prva računalna igra bila je „*Spacewar*“ iz 1961. godine. Ta je igra prikaz borbe, na vektorskom zaslonu, između dviju letjelica koje su mogle rotirati ići na dodatni potisak motora, ispaljivati torpeda te ući u hiperprostor. 1961. godina se smatra godinom nastanka prve video igre. Iako je grafika bila iznimno primitivna, bila je to prva prepoznatljiva video igra koja je zaista pokazala što se sve može s konceptom video igre. „*Spacewar*“ je inspirirao Nolana Bushnella da osmisli verziju „*Spacewar*“ koja bi se mogla igrati na kućnom TV-u. Nastankom njegove video igre „*Computer Space*“, prva video igra za igranje kod kuće i prva arkadna igra, je rođena. Potpuni zaokret prema trodimenzionalnim konzolnim igrama je uveo i utvrdio izlazak Sony Playstationa na tržište 1994. godine. Ovom konzolom i Seginim Saturnom završava moderno doba i započinje „nova“ generacija video igara“ (Ferenčak 2015: 7).

Pojavom *Play Station*-a 2 i *Xbox One*-a popularnosti videoigara i igračih konzola počinje enormno rasti. Danas je igranje video igara toliko popularno i profitabilno da postoje

nekoliko konzola i tisuće dostupnih igrica dostupnih za korisnike. Zanimljiv je podatak da je *gaming* industrija je prema profitu premašila filmsku industriju.

Kada govorimo o video igricama, moramo prvo pojasniti što u 2020. znači igranje video igara. Već samim korištenjem umanje se dojam bezazlenosti. Video igre više nisu jednostavne poput Pacmana i Tetrisa, već su to složeni globalni događaji koji imaju vjerne pratitelje. Igranje video igara postao je svakodnevni posao zahvaljujući *stream* platformama poput YouTubea i Twitcha, gdje kreatori igraju video igre koje milijuni pratitelja svakodnevno gleda uživo. „Sve više roditelja i nastavnika uočava zaokupljenost djece pustolovinama na internetskoj mreži i videoigrama. S porastom dječjeg oduševljenja virtualnim igrima, povećava se zbunjenost i zabrinutost njihovih roditelja. Natpisi u tisku produbljuju ta strahovanja upozorenjima kako bi izloženost i uvježbavanje najčešće u 'krvoločnim' igricama moglo stvoriti generaciju agresivaca i nasilnika. Obično roditelji kasno shvate da su sami kupili računalo igrice i/ili videoigre te da su ih one često oslobađale od čuvanja djeteta i rasterećivale od roditeljskih obveza. S vremenom se uloga računala kao 'isplative i nezahtjevne dadilje' pretvorila u opasnost koja unosi nemir i zabrinutost u obitelj zbog dječje pretjerane zaokupljenosti igricama na štetu drugih obveza, osobito školskih, zatim udaljavanja od prijatelja i osamljivanja, gubitka nadzora nad ponašanjem i sve težega prekidanja s tom lošom navikom. No najmanje se razmišlja o mogućnosti stvaranja ovisnosti o videoigrama“ (Bilić, Gjukić, Kirinć 2009: 197).

Čini se, prema Bilić, Gjurić i Kirinić (2009), da videoigre snažno prednjače nad konkurencijom televizije i filma. Kada gledaju film, djeca ne mogu sudjelovati u njemu, već ga samo promatraju. U videoigrama aktivno sudjeluju u virtualnom svijetu mašte i imaju osjećaj da su zbilja uključeni u radnju. Ono što ih najviše privlači je osjećaj moći i brzina odvijanja nekih događaja. Također *achievement*-i i bodovanje u igricama u kojima se mjeri uspjeh je jedan od glavnih razloga tolike privlačnosti kod djece. Tjera ih da se usredotoče na igru pred ekranom te da budu bolji od ostalih. Mnogi profesionalni igrači videoigara kao što su *Nickmercs*, *Faze* i *Nadeshot* upravo su postali popularni zahvaljujući igrima u kojima je cilj sakupiti što više bodova. „Prema istraživanjima provedenim u školama, čini se da su gotovo svi adolescenti iskusili igranje, iako dječaci prednjače. Učestalost iskustva igranja računalnih igrica je oko 90%, a mnoga izvješća govore i o tome da 100% ispitanika ima iskustva u igranju. Može se reći da je igranje računalnih igara uobičajena aktivnost među djecom i adolescentima. Kad je riječ o spolnim razlikama, istraživači upozoravaju da dječaci u odnosu na djevojčice igraju češće i dulji vremenski period, bez obzira na dob i

nacionalnost. Utvrđeno je također da su dječaci skloniji nasilnim igrama, a djevojke intelektualnim i kreativnim“ (Bilić, Gjukić, Kirinić 2009: 198).

Postoji puno različitih vrsta računalnih igrica. Prema Bilić, Gjukić i Kirinić, cijeli spektar računalnih igrica možemo grupirati u jednu skupinu; *Edutainment*. To su igrice namijenjene prvenstveno razmišljanju i učenju, a tek onda zabavi. To su igre poput Učilice, raznih sportskih igara i simulatora. Simulatori se čak koriste i obrazovne svrhe, a jedan od najpoznatijih i najpopularnijih je *Flight Simulator*. Microsoftov *Flight Simulator* postoji još od 1980-ih godina prošlog stoljeća te ga piloti uistinu koriste za kako bi vježbali, jer je napravljen izrazito detaljno. Svaka sklopka, fizika, kretanje aviona i instrumenti dostupni su u *Flight Simulatoru*. S najnovijom verzijom *Flight Simulatora 2020*, grafika u igrici se toliko poboljšala da igrač može letjeti po cijelom svijetu s *real time trafficom* i vremenom.

S druge strane, postoje puno popularnije pucačke igre. Naslovi kao što su *Call of Duty*, *Medal of Honor* i *Battelfield* dobivaju puno više popularnosti kod mlađih generacije nego npr. Učilica. Zašto? Zato što pružaju način za uspješno rješavanje stresa. Ipak, osnovni aspekt tih igrica je nasilje i zato one nisu namijenjene publici mlađoj od 18 godina. Problem je u tome što djeca i roditelji ne poštuju to ograničenje. Maloljetnici mogu bez problema u trgovinama i na internetu kupiti igrice namijenjene punoljetnim osobama. Roditelji nisu upoznati sa sadržajem igrica te ih dovoljno ne kontroliraju. Većina njih nije dovoljno upoznata s igricama općenito. „Osnovna karakteristika velikoga broja računalnih igrica i videoigara velika je količina agresije. Analiza sadržaja računalnih igrica i videoigara pokazuje da njih 89% sadrži neki nasilni sadržaj. Znanstvenike osobito zabrinjava učenje i nagrađivanje nasilnoga ponašanja koju djeca tijekom igranja ponavljaju. U istraživanjima je potvrđeno ono čega se roditelji pribojavaju – mogućnosti imitacije akcija i postupaka likova iz igara. Primijećeno je da djeca uživljavajući se u igru u svom ponašanju kopiraju likove iz igara u kretanjama, izrazima i karakteru, dajući svojim prijateljima njihova imena“ (Bilić, Gjukić, Kirinić 2009: 201).

Ipak, postoji rečenica s kojom se nikako ne slažem, a ta je da „autori upozoravaju da mlađa djeca teško razlikuju stvarni svijet od svijeta igara“ (Bilić, Gjukić, Kirinić 2009: 201). Mogu to ustvrditi, jer sam iz generacije takozvanih *gamera*, da je ovo netočna izjava. Često povezuju igricu kao što je *Grand Theft Auto* s masovnim pucnjavama u SAD-u, navodeći kako je to uzrok. Djeca i mladi itekako znaju razlikovati stvarnost od virtualne zabave, to je jedan od glavnih razloga zašto se industrija videoigara toliko razvila proteklih godina. Oni

žele pobjeći iz sive stvarnosti te se izgubiti u svijetu mašte i razonode koje pronalaze u igricama. Zato mislim da djeca razumiju kako je stvarnost puno drugačija od igrica. Bitno je napomenuti da „agresivno ponašanje ne mora isključivo biti rezultat igranja računalnih igara, ali ga one mogu poticati. Više je mogućih uzroka agresivnoga ponašanja djece i adolescenata koji se povezuju uz njihovu osobnost, obiteljske, školske i druge uzroke“ (Bilić, Gjukić, Kirinić 2009: 203).

Slažem se s navedenim autorima kako su pravi problemi igranja računalnih igrica oni socijalni. Autori spominju da djeca nerijetko zamjenjuju prave prijatelje s onim virtualnim ili uopće ne pokušavaju steći nova prijateljstva, već su u interakciji s virtualnim prijateljima. Djeca su često povučena, sklona agresivnim ispadima i depresivna. Tu leži pravi problem ovisnosti o virtualnim igrama. Postoje, međutim, podaci prema kojima MMORPG igre potiču mlade na suradnju i na druženje. Takav tip igre temelji se na suradnji, zajedništvu i rješavanju zagonetki što je vrlo korisno za mlade umove. Problem je u tome što postoji mnogo različitih pretpostavki o prednostima i manama video igara, ali nema dovoljno istraživanja. „Sadržaj interneta sve je bogatiji i dostupniji čime nam se pružaju mnoge potencijalne koristi od tog medija; razvoj kreativnosti, bolje i brže umrežavanje te dostupnost informacija, ali i potencijalne opasnosti u obliku razvoja disfunkcionalnih ponašanja“ (Jurman, Boričević Maršanić, Paradžik, Bolfan, Javornik 2017: 41). Videoigre svakim danom postaju sve popularnije stoga će se njihova uloga u društvu u budućnosti zasigurno bolje istražiti.



Slika 3.1 Gamer

(<https://pcchip.hr/ostalo/press-release/koje-su-pozitivne-strane-igranja-igrice/>)

3.2. Cyber kriminal

Internet je, osim pozitivnih, pridonio i stvaranju novih oblika negativnih pojava; primjerice kriminala. Razvojem novih medija kriminal se s lakoćom proširio na internet, koji je također ubrzao njegov rast. „Iako je cyber-kriminal relativno nov pojam, internet obiluje kriminalnim aktivnostima, počevši od digitalnoga piratstva, tj. narušavanja koncepta autorskih prava preuzimanjem s interneta glazbe, filmove i knjiga, do trgovine oružjem, ljudima, ljudskim organima, pornografije, prostitucije, krađe novca s bankovnih računa i još mnogo toga“ (Vuletić, Jeličić, Karačić 2014: 530).

Prije svega, bitno je razlikovati kriminal od ilegalnih radnji. Otimanje privatnih podataka, prostitucija i krađa novaca puno su veći prekršaji od preuzimanja piratskih filmova i glazbe. Cyber kriminal se odnosi na sve vrste kriminalnih radnji koje se odvijaju putem interneta. Internetsko nasilje može se podijeliti u četiri osnovne kategorije: *phishing*, *cyber bullying*, *cyber stalking* i *sexting*. *Phishing* (krađa identiteta) je jedan od najčešćih oblika internetskih prevara. „Pomalo uobičajen način krađe identiteta putem elektroničke pošte ili poruke na kojoj zlonamjernik namami korisnika određenoga računa da oda svoje podatke, osobne informacije, ne bi li za uzvrat mogao koristiti neku internetsku uslugu. Zbog ekonomije, koja se odvija on-line, od bankovnih transakcija do on-line *shoppinga*, krađa bankovnoga računa, odnosno kreditne kartice, postaje iznenađujuće lak posao. Broj takvih lažnih internetskih stranica iz godine u godinu raste, a time i broj žrtava ovog oblika cyber-kriminala“ (Vuletić, Jeličić, Karačić 2014: 536).

Cyber bullying (internetsko nasilje) danas je općenito poznat termin. Označava anonimnu osobu koja vrijeđa, prijeti ili zastrašuje pojedince preko interneta posredstvom društvenih mreža ili e-maila. Taj oblik zlostavljanja psihički i fizički djeluje na žrtvu. Primjerice, osoba počini samoubojstvo zbog prijetnji da će njene privatne slike biti objavljene na internetu. *Cyber stalking* (internetsko vrebanje) je ilegalno praćenje, prisluškivanje osoba koje su vjerojatno psihotično opčinjene drugom osobom. Žrtva teško može saznati tko se krije iza takvog oblika nasilja jer se tom počinitelju teško ulazi u trag. *Sexting* je česta pojava među mladima. Oni putem svojih pametnih telefona međusobno dijele vlastite eksplicitne fotografije kako bi se svidjeli drugoj osobi. Uvijek postoji opasnost da te slike završe na internetu i budu dostupne svima. Vrsta kriminalaca koji mogu napraviti pravu štetu na internetu su tzv. hakeri. Oni „koriste tehničke vještine i instrumente da bi nanijeli ekonomske

ili sigurnosne štete, u potrazi su za slavom ili se žele dokazati, promoviraju određenu ideologiju ili jednostavno žele istražiti neki program.

Postoji i više vrsta hakera: *wannabe* su uglavnom adolescentske dobi i ruše informatičke sustave iz zabave ili da bi se proslavili; *Script Kiddie* hakeri mogu nanijeti privremenu štetu nekom sustavu, koristeći tuđe programe; *Cracker* hakeri najopasniji su jer sami rade programe kojima nanose nepopravljivu štetu raznim informatičkim sustavima; *Grey-hat* hakeri nemaju zločinačke namjere već zbog znatiželje upadaju u inače zaštićene sustave i zbog strasti prema tehnologiji napadaju sustave; na koncu *Ethical Hacker* su oni koji su se obvezali istraživati rupe na društvenim mrežama. Svi nabrojeni ponekad postaju pravi savjetnici informatičkim tijelima u većim informatičkim institucijama, jer lako pronalaze slabosti nekog problema, ponekad se zaposle u sigurnosnom sustavu, ali često i ostanu s onu stranu zakona“ (Vuletić, Jeličić, Karačić 2014: 537).

4. Istraživanje o navikama pojedinaca na internetu

Svrha ovog istraživanja je prikupljanje informacija o korisnicima na internetu, njihovom ponašanju i navikama. Nakon što sam prikupio informacije napravljena je analiza podataka. Pronašao sam poveznice u odgovorima ispitanika koji su kasnije u istraživanju obrazloženi.

4.1. Hipoteza

Internet je postao dio naše svakodnevnice, jer je mjesto na kojem svi mogu ostaviti svoje osobno mišljenje. Moja hipoteza je da pojedinci više vjeruju internetu nego *mainstream* medijima.

4.2. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitati koliko ljudi, a osobito mlađe generacije, vjeruju internetu. Dakle, koliko su upoznati s prednostima i manama interneta te koje društvene mreže najčešće koriste na primjeru upravljanja korona krizom. Razdoblje je to u kojem su informacije koje dobivamo putem interneta od krucijalne važnosti. Želimo istražiti je li internet doista mjesto na kojem ljudi mogu pronaći relevantne odgovore na svoja pitanja. Također želimo proučiti kakvo je mišljenje ljudi o prednostima i manama interneta u korona krizi.

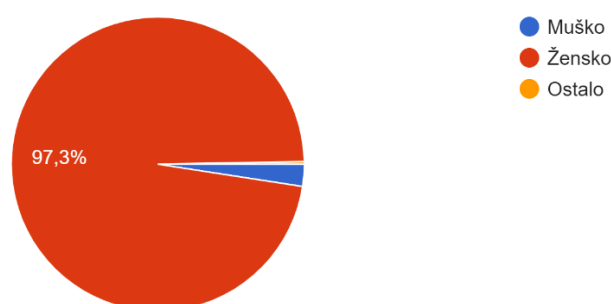
4.3. Metodologija

Podaci za provedeno istraživanje prikupljeni su od 1. kolovoza do 5. rujna 2020. godine. Podaci su prikupljeni putem Google Forms aplikacije. Kako bi dokazao postavljenu hipotezu koristio sam deskriptivnu metodu istraživanja odnosno anketu. Svi ispitanici obaviješteni su o svrsi ovog istraživanja. Anketa je bila anonimna.

4.4. Rezultati prikupljenih podataka

U ovom poglavlju prikazat ću rezultate kojem sam prikupio provedenim istraživanjem. Podaci se sastoje od dijagrama koji prikazuju koliko posto ispitanika je odabralo određeni odgovor i esejskih odgovora. Kvantitativni podaci u istraživanju prikupljeni su na uzorku od 1109 ispitanika širokog spektra obrazovanja i dobi na području Republike Hrvatske u 2020. godini. Anketa je bila dobrovoljna te je bilo potrebno ispuniti internetski obrazac kako bi se u njoj sudjelovalo. Anketu sam podijelio u tri Facebook grupe: grupa studenata Sveučilišta Sjever koja broji petstotinjak članova, grupa studenata Ekonomskog fakulteta u Rijeci treće godine koja broji dvjesto članova, te u Facebook grupu s najviše žena u Hrvatskoj imenom Ženski RecenziRaj od čak 100,000 članova. Anketa je napravljena 1. rujna 2020 a podatke sam sakupljao četrnaest dana, do 15. rujna 2020. Od svih esejskih odgovora iz ankete izabrao sam deset reprezentativnih za svako postavljeno pitanje.

1. Spol?
1.109 odgovora

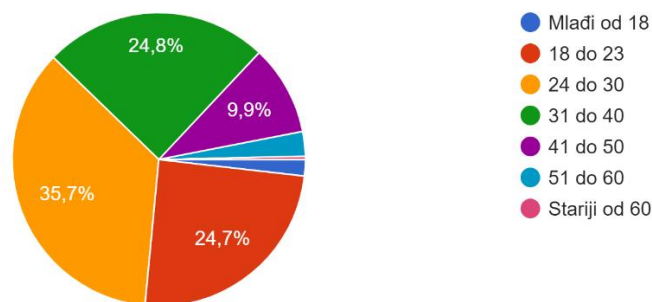


Grafikon 1 Spol anketiranih sudionika

Grafikon 1 nam prikazuje da od 1109 ispitanika njih 97,3% su žene a 2,7% muškarci. Ovdje iznenađuje postotak od 97.3% žena, ali to se razrješava činjenicom da je anketa bila objavljena u Facebook grupi Ženski RecenziRaj koja broji 100,000 članova. Članice te grupe su isključivo žene.

2. Dob?

1.109 odgovora

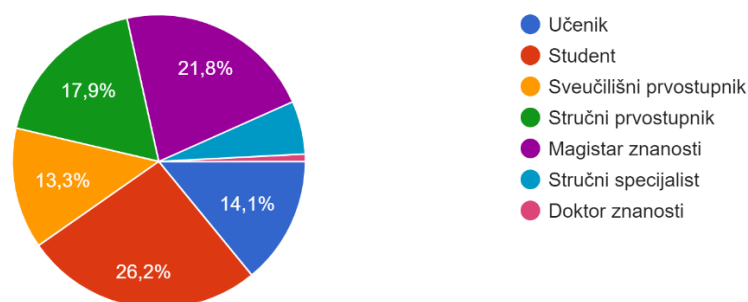


Grafikon 2 Dob anketiranih sudionika

Grafikon 2 prikazuje dob ispitanika. Možemo vidjeti da od 1109 ispitanika njih 35,7% je između 24 i 30, dok je 24,8% ispitanika između 31 i 40. Slijedi 24,7% ispitanika koji su između 18 i 23, 9,9% je u dobi između 41 do 50 te 3,1% pripada ostalim dobnim skupinama. Primjećujemo da je najveći broj ispitanika između 18 i 30 godina što tumači da je u grupama Sveučilišta Sjever, Ekonomskog fakulteta Rijeke i Ženski RecenziRaj većinom mlađa populacija.

3. Obrazovanje?

1.109 odgovora

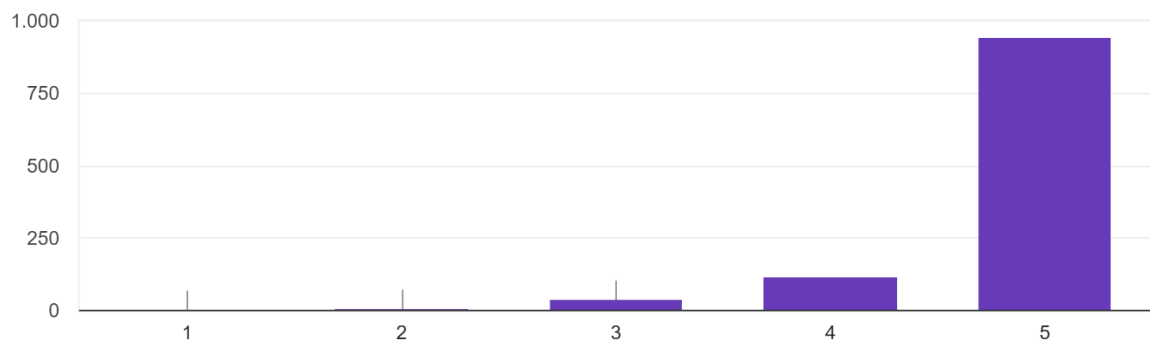


Grafikon 3 Stupanj obrazovanja anketiranih sudionika

Grafikon 3 prikazuje obrazovanje ispitanika. Od 1109 ispitanika najviše ima studenata (26,2%) zatim slijede magistri znanosti (21,8%), stručni prvostupnici (17,9%), učenici (14,1%), sveučilišni prvostupnici (13,3%). Također ovdje primjećujemo najveći broj studenata jer je anketa objavljena u grupama namijenjenima studentima.

4. Koliko često koristite internet za dobivanje informacija?

1.109 odgovora

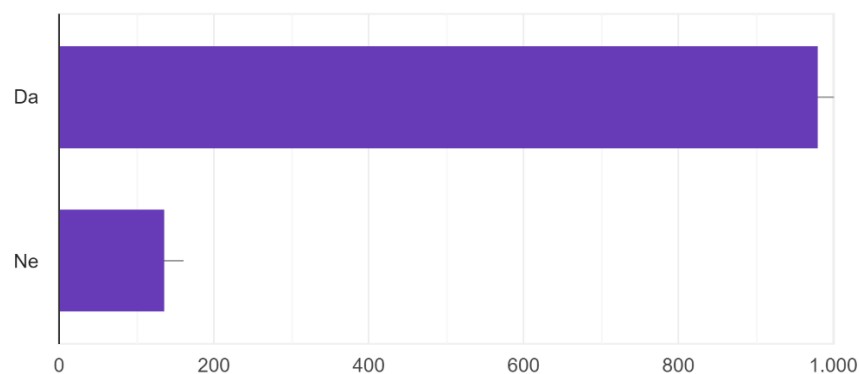


Grafikon 4 Učestalost korištenja interneta

Grafikon 4 nam daje očekivan ali i zanimljiv rezultat da 945 ispitanika, to jest 85,2%, najčešće koristi internet za dobivanje informacija. Samo 10,9% ispitanika ne koristi internet tako često. Kada uzmemo u obzir da je tek 1,8% ispitanika mlađih od 18. godina, možemo zaključiti da ljudi svih uzrasta koriste internet kao primarni izvor informacija. Upitnik je poslan u obliku digitalne ankete putem interneta u Facebook grupe stoga su podaci očekivani.

5. Je li Vam internet primarni izvor informacija?

1.109 odgovora



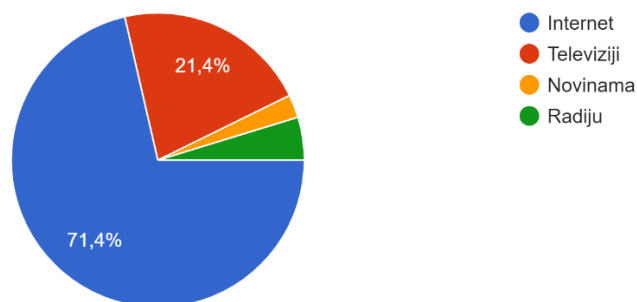
Grafikon 5 Internet kao primarni izvor informacija

Iz **Grafikona 5** možemo iščitati da od 1109 ispitanika njih 88,5% koristi internet kao svoj primaran izvor informacija, dok 12,3% ne koristi internet kao primaran izvor informacija. Razlog je sličan kao i u Grafikonu 4. Anketi se jedino može pristupiti putem interneta u

određenim Facebook grupama. Stoga ne čudi podatak da 88,5% ispitanika koristi internet kao primaran izvor informacija.

6. Kojem mediju najviše vjerujete?

1.104 odgovora

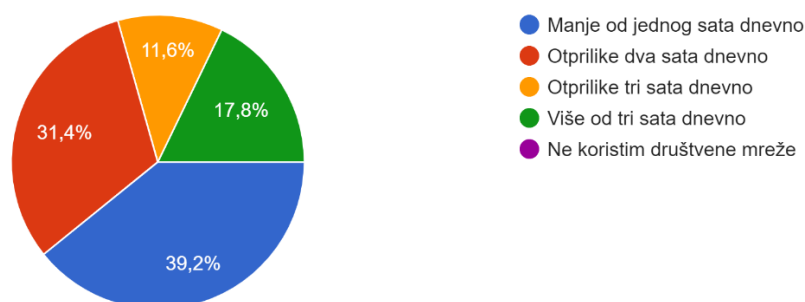


Grafikon 6 Najpouzdaniji mediji

U **Grafikonu 6** možemo vidjeti da od 1104 ispitanika njih 71,4% najviše vjeruje internetu kao izvoru informacija, dok 21,4% vjeruje televiziji, 4,8% radiju i 2,4% novinama. Možemo pretpostaviti da su odgovori ovakvi jer je uzorak ispitanika većinom predstavlja mlada populacija ispod trideset godina. Ako istu anketu provedemo nad starijom populacijom postoji mogućnost da bi rezultati bili drugačiji.

7. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama u korist dobivanja informacija?

1.112 odgovora



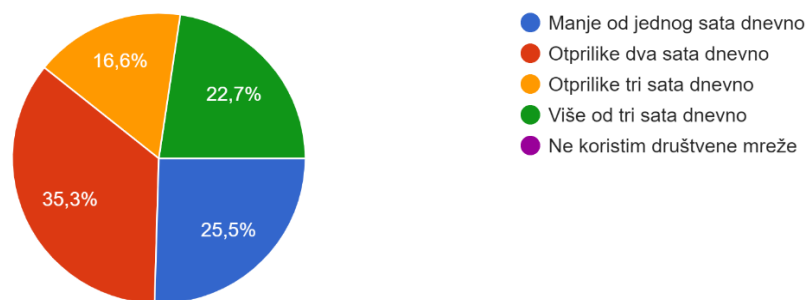
Grafikon 7 Društvene mreže i informacije

Grafikon 7 nam prikazuje da svi ispitanici koriste internet, odnosno društvene mreže za pristup informativnom sadržaju. Od 1112 ispitanika njih 39,2% dnevno provodi manje od jednog sata na društvenim mrežama u svrhu dobivanja novih informacija. 31,4% ispitanika provodi otprilike dva sata dnevno, 11,6% provodi otprilike tri sata dnevno i 17,8% provodi

više od tri sata dnevno. Premda da ispitanici svakodnevno upotrebljavaju internet ne koriste ga dugo za pristup informativnom sadržaju te mu pristupaju manje od sat vremena dnevno. Oni ne konzumiraju taj sadržaj dugo i ne traže previše informacija. Ta nova publika ne traga nužno za informativnim sadržajima.

8. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama zbog pregledavanja zabavnog sadržaja?

1.108 odgovora

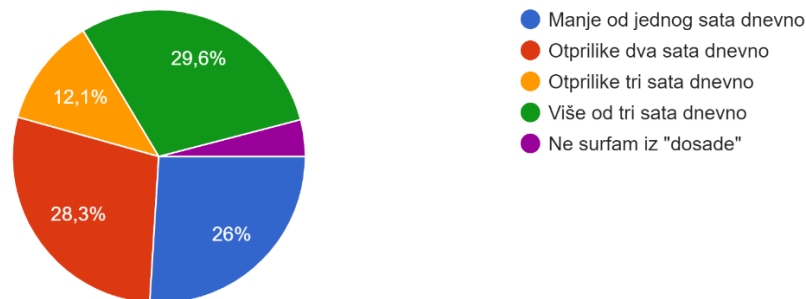


Grafikon 8 Društvene mreže i zabavni sadržaj

Grafikon 8 nam prikazuje da svi ispitanici koriste internet, odnosno društvene mreže za pristup zabavnom sadržaju. Od 1108 ispitanika njih 35,3% provodi otprilike dva sata dnevno na društvenim mrežama zbog pregledavanja zabavnog sadržaja, 25,5% provodi manje od jednog sata dnevno, 22,7% provodi više od tri sata dnevno i 16,6% provodi otprilike tri sata dnevno. Ne postoji osoba koja ne koristi društvene mreže. Možemo zaključiti da ispitanike puno više zanima zabavni od informativnog sadržaja na internetu, zato često provode i više sati dnevno na društvenim mrežama.

9. Koliko vremena tjedno provodite na društvenim mrežama samo zbog "dosade"?

1.112 odgovora

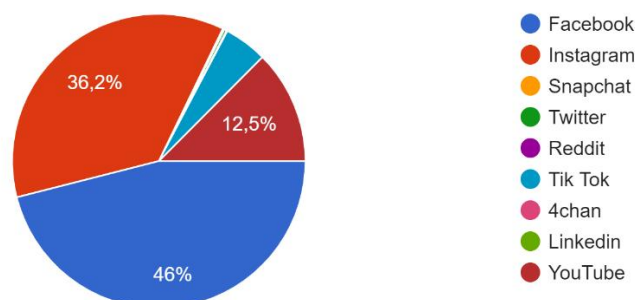


Grafikon 9 Dosada na društvenim mrežama

Grafikon 9 nam prikazuje da od 1112 ispitanika čak njih 29,6% koristi društvene mreže više od tri sata dnevno kada im je dosadno, 28,3% provodi otprilike dva sata dnevno, 26% manje od jednog sata dnevno i 12,1% otprilike tri sata dnevno. Ovi podatci nam ukazuju upravo na tu ovisnost o društvenim mrežama. Uz zabavne i informativne sadržaje korisnici upotrebljavaju internet kako bi zadovoljili svoje druge potrebe poput izbjegavanja dosade. Na internetu je to moguće jer je sadržaj beskrajan pa ga pojedinac može satima čitati i gledati, za razliku od tradicionalnih medija poput tiska i televizije.

10. Izaberite jednu društvenu mrežu koju najčešće koristite za gledanje zabavnog sadržaja.

1.112 odgovora

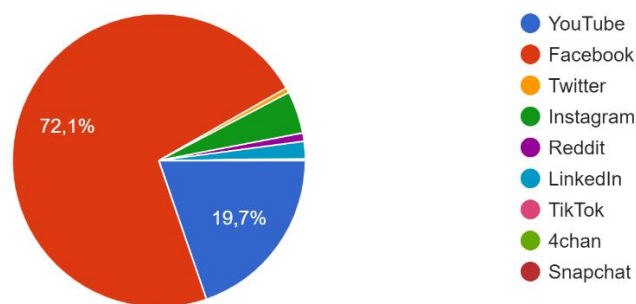


Grafikon 10 Gledanje zabavnog sadržaja na društvenim mrežama

Grafikon 10 nam prikazuje veliku nadmoć Facebooka i Instagrama (Facebook je vlasnik Instagrama) u prikazivanju zabavnog sadržaja. Od 1112 ispitanika njih 46% koristi Facebook za prikazivanje zabavnog sadržaja, a 36,2% koristi Instagram, a 5,3% koristi ostale društvene mreže. Osobno mi je zanimljivo da samo 12,5% ispitanika koristi video platformu YouTube

za gledanje zabavnog sadržaja. Ipak to je lako objašnjivo činjenicom da većinom populacija ispod 18 godina, koje imam jako malo u ovoj anketi, gleda YouTube zbog zabavnog sadržaja. Većina ispitanika koristi Facebook upravo zato jer obuhvaća sve oblike medijskog sadržaja. Za razliku od YouTubea na Facebooku-u je moguće gledati videozapise, slušati glazbu, čitati knjige i internetske članke.

11. Izaberite jednu društvenu mrežu koju najčešće koristite kao izvor informacija
1.095 odgovora

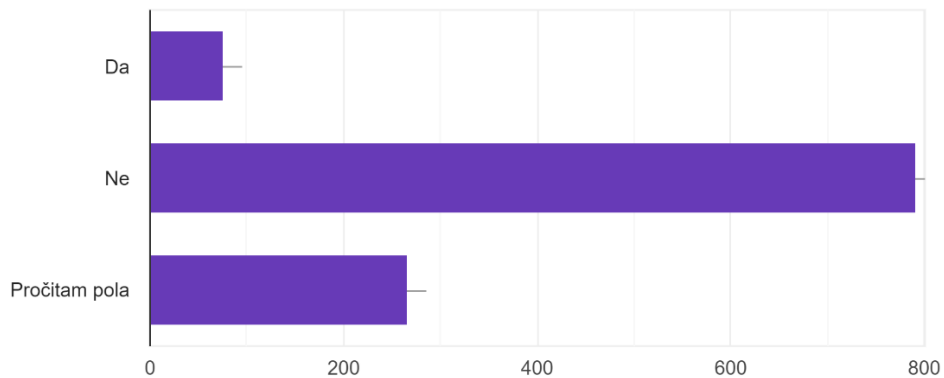


Grafikon 11 Društvene mreže kao izvor informacija

U **Grafikonu 11** pokazalo se da od 1095 ispitanika, njih 19,7% više gleda YouTube kako bi došli do informacija. Vidimo kako se YouTube pretvorio iz platforme rezervirane za zabavu u informativno/zabavu platformu. Facebook koristi 72,1% ispitanika kao izvor informacija, 8,2% ispitanika koristi druge društvene mreže kao izvor informacija. Problem Facebooka je taj da nam on iznova nudi one informacije koje nas zanimaju, odnosno pokazuje one informacije koje je Facebook algoritam izračunao prateći našu aktivnost na toj društvenoj mreži. Zamka je u nemogućnosti stvaranja objektivnog mišljenja jer ćemo na *news feed*-u dobivati samo informacije prema vlastitim preferencijama, a ne prema realnoj stvarnosti.

12. Pročitajte li u potpunosti Terms and Conditions ugovor prije nego što pristupite nekoj društvenoj mreži?

1.112 odgovora

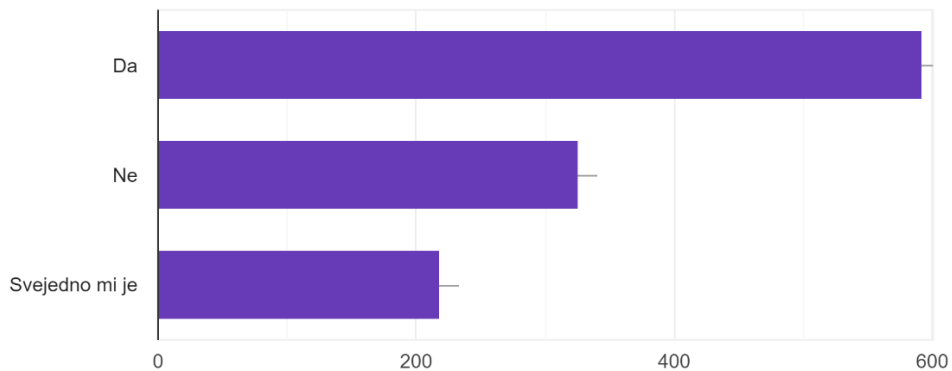


Grafikon 12 Terms and Conditions ugovor

Zanimljiva je činjenica iz **Grafikona 12** da od 1112 ispitanika njih 71,2% ne pročita ugovor o podacima i njihovim pravima na internetu prije pritiska gumba *I agree*. 6,7% pročita ugovor, a 23,9% pročita napola. Zabrinjavajuće da je propisano kako se mora tražiti pristanak korisnika radi zaštite njihovih podataka, a oni to ne čitaju. Zakonski je određeno da se *Terms and Conditions* ugovor mora pročitati. Odbijanje toga pokazuje nisku razinu medijske pismenosti i otkriva da je pravi cilj zapravo pronalazak internetskog sadržaja što je prije moguće. Brzina primanja sadržaja predstavlja pretpostavljena je sigurnosti i korisnici žele dobiti sadržaj istog trenutka kada na njega kliknu.

13. Brine li vas što su vaši podaci na raspolaganju internetskim kompanijama?

1.112 odgovora

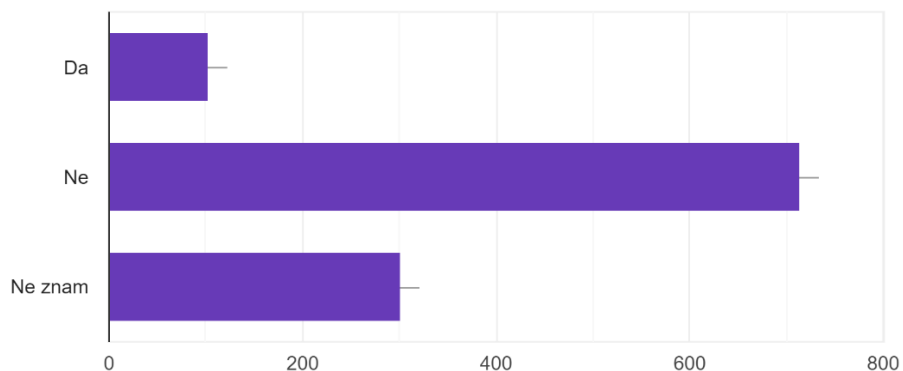


Grafikon 13 Dostupnost podataka internetskim kompanijama

Prema **Grafikonu 13**, od 1112 ispitanika njih 53,3% zabrinjava to što su osobni podaci dostupni internetskim kompanijama 29,3% to ne zabrinjava a 19,7% je svejedno. Premda nešto više od pola ispitanika izražava zabrinutost time što su njihovi podaci dostupni internetskim kompanijama ne poduzimaju ništa po tom pitanju, a trebali bi potražiti načine kako zaštititi svoje podatke na internetu.

14. Smatrate li da je sigurnost na internetu zadovoljavajuća?

1.104 odgovora



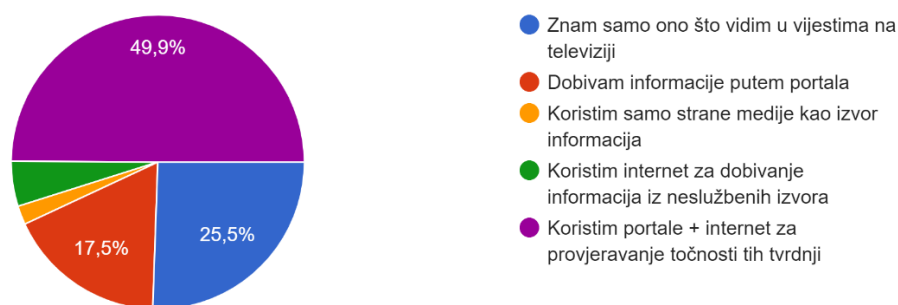
Grafikon 14 Sigurnost na internetu

Grafikon 14 nam govori o zabrinutosti ispitanika o sigurnosti na internetu. Od 1104 ispitanika njih 67,4% smatra da sigurnost nije zadovoljavajuća, 9,3% da je zadovoljavajuća, a

27,3% ne zna. Ispitanici smatraju da sigurnost nije zadovoljavajuća ali im je bitnije što prije doći do internetskog sadržaja nego zaštititi svoju *online* privatnost i sigurnost.

15. Koliko ste se informirani o COVID-19 ?

1.112 odgovora

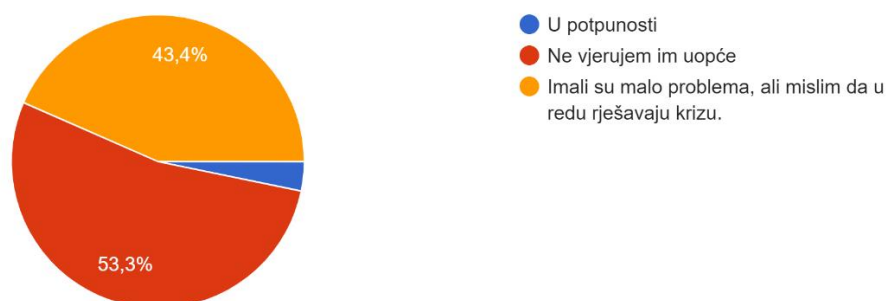


Grafikon 15 COVID-19

Iz **Grafikona 15** možemo iščitati da od 1112 ispitanika samo 2,1% koristi strane medije kao izvor informacija o COVID-19, što govori o velikoj dominaciji hrvatskih portala, 49,9% koristi portale plus internet, 25,5% informira se samo putem televizije, 17,5% putem portala, a 4,9% preko neslužbenih izvora pronađenih na internetu. Gotovo polovica ispitanika koristi internet za provjeravanje ranije dobivenih informacija što možemo smatrati pozitivnim budući da kada čitaju o bitnim temama ne koriste samo jedan izvor informacija. Time poboljšavaju razinu svog znanja te sprječavaju širenje lažnih vijesti i panike.

16. Vjerujete li Vladi RH i Stožeru kako rješavaju korona krizu?

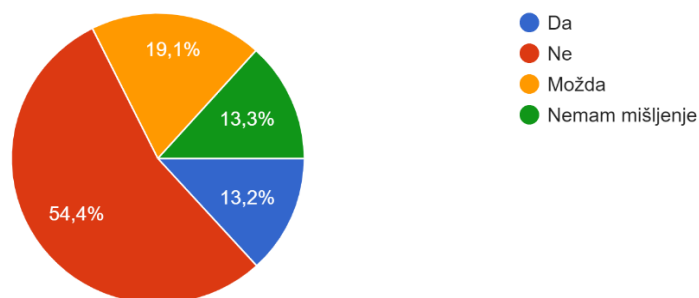
1.112 odgovora



Grafikon 16 Povjerenje u Vladu RH

U **Grafikonu 16** možemo vidjeti podijeljenost ispitanika. Od 1112 ispitanika njih 53,3% ne vjeruje Vladinom rješavanju krize, 43,4% vjeruje, a 3,2% vjeruje u potpunosti. Povjerenje u mjere Stožera kod ispitanika može varirati s obzirom na trenutak ispitivanja. Kada je ova anketa provedena (između 1. i 15. rujna 2020 godine) više od polovice ispitanika nije vjerovalo načinu na koji Vlada RH i Stožer rješavaju krizu. Ipak, ako mjere pokazuju rezultate, a ne ugrožavaju osobne slobode građana tada će povjerenje biti veće, a ako su odluke kontroverzne i dolazi do porasta broja zaraženih povjerenje će vjerojatno biti manje.

17. Mislite li da je Stožer od četiri osobe dovoljno stručan i da imaju ovlasti donositi univerzalne odluke (npr. radno vrijeme kafića, zatvarnja teretana i sl.) za "dobrobit" građana Republike Hrvatske?
1.112 odgovora

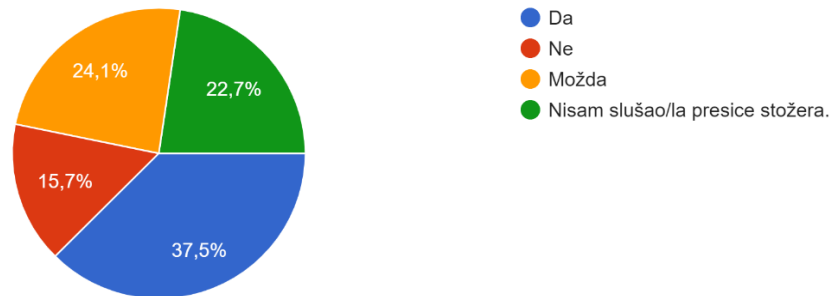


Grafikon 17 Odluke Stožera Republike Hrvatske

Grafikon 17 nam također pokazuje podijeljenost ispitanika. Vidimo da ispitanici sumnjaju u ustavnost odluka Vladinog stožera. Od 1112 ispitanika njih 54,4% smatra da stožer Republike Hrvatske nema ovlasti u donošenju univerzalnih odluka, 13,2% smatra da ima, 19,1% vjeruje da možda ima, a 13,3% nema mišljenje. Upravo ovakvo podijeljeno mišljenje o ovlastima Stožera dovelo je do provjeravanja ustavnosti tih odluka od Ustavnog suda. Ustavni sud je 14. rujna 2020 odbacio gotovo sve prijedloge za ocjenu ustavnosti vezane za odluke Nacionalnog stožera Civilne zaštite, osim one vezane za zabranu rada trgovina nedjeljom. Ustavni sudac Šeparović izjavio je da je Stožer civilne zaštite stručno i operativno tijelo, koje djeluje pod nadzorom Vlade i nesporno je da spada pod tijela izvršne vlasti. Ipak i nakon odluke ustavnog suda mišljenja su ostala podijeljena

18. Ako ste ikad slušali presice stožera i čuli pitanja novinara, mislite li da su ona bila preblaga tj. da nisu postavljali pitanja o bitnim stvarima?

1.112 odgovora

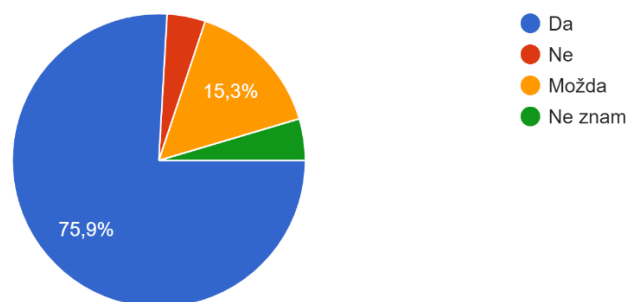


Grafikon 18 Press konferencije Stožera

Grafikon 18 prikazuje da od 1112 ispitanika njih 37,5% smatra da su novinarska pitanja bila previše blaga, 15,7% smatra da nisu bila previše blaga, 24,1% smatra da su možda bila, a 22,7% nije ni slušalo press konferencije stožera. Dio ispitanika smatra da su novinari pristrani te da izvještavaju neobjektivno, odnosno da propagiraju odluke ljudi koji su odgovorni za upravljanje koronakrizom.

19. Misлите li da je politika umiješana u situaciji sa koronakrizom?

1.112 odgovora

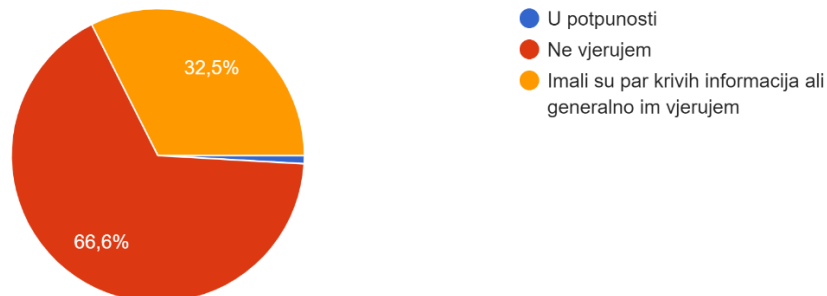


Grafikon 19 Politika i koronakriza

Zabrinjavajući je podatak iz **Grafikona 19** da od 1112 ispitanika njih 75,9% smatra da je korona virus povezan s politikom, 15,3% vjeruje da je možda povezan, 4,2% da nije, a 4,6% ne zna. Građani smatraju da gotovo ne postoji sektor u kojemu nije umiješana politika. Zdravstveni sektor, ekonomija, ekologija i umjetnost su samo neke grane gdje postoji politički utjecaj, smatraju ispitanici.

20. Vjerujete li našim medijima?

1.112 odgovora

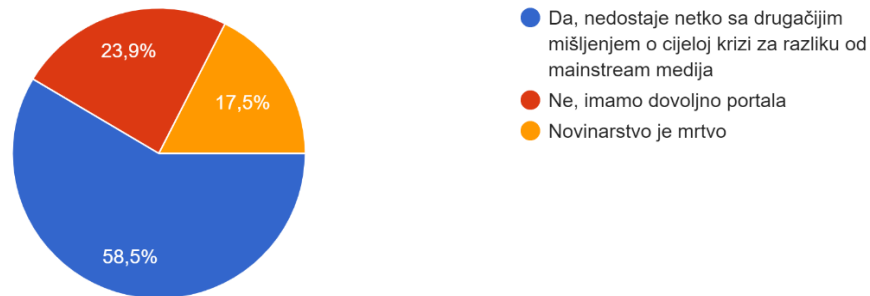


Grafikon 20 Povjerenje u medije

Također, prema **Grafikonu 20**, zanimljiv je podatak da od 1112 ispitanika njih 66% ne vjeruje hrvatskim medijima, a većina ispitanika izjasnila se da ne dobiva informacije iz stranih medija. Samo 32,5% im generalno vjeruje, a 0,9% vjeruje u potpunosti. Tu dolazi do problema s prikupljanjem informacija kod publike te se postavlja pitanje. Zašto ispitanici čitaju i prate medije kojim ne vjeruju? Premda ne vjeruju domaćim medijima i političarima u vrijeme koronakrize skočila je gledanost Dnevnika HTV-a što prikazuje da ljudi ipak najviše vjeruju državnim medijima kada traže provjerene informacije. Dnevnik HRT-a najgledanija informativna emisija u hrvatskom eteru s 15,5 posto gledanosti ili 634.000 gledatelja po emisiji vremenu koronakrize.

21. Mislite li da nam nedostaje još medija (npr. portala) koji bi postavljali drugačija pitanja o koronakrizi te prozivali Vladu RH kod donošenja određenih odluka/mjera?

1.112 odgovora



Grafikon 21 Portali u Republici Hrvatskoj

Grafikon 21 nam prikazuje da od 1112 ispitanika njih 58,5% smatra da u Hrvatskoj nedostaje medija s drugačijom politikom od sadašnjih, 23,9% drži da imamo dovoljno portala, a 17,5% vjeruje da je pravo novinarstvo mrtvo. Rezultati odgovora na ovo pitanja prikazuju da postoji potreba za renomiranim portalima koji će kvalitetno izvještavati, različito od ustaljene prakse koja je osobita za *online* medije. Uglavnom je to tabloidni sadržaj, šture i kratke vijesti što zahtjeva priroda *online* medija. Uočavam da većina traži kritičko novinarstvo i analitičke tekstove jer toga danas ima jako malo. Postoji prostor za otvaranje novog tipa online medijskog sadržaja upravo zato jer postoji potražnja.

Pitanja s esejskim odgovorima:

Sljedeći esejski odgovori su odgovori na pitanja iz ankete. Budući da je u anketi sudjelovalo 1112 ispitanika te postoji otprilike toliko esejskih odgovora izdvojio sam deset najzanimljivijih i najbitnijih, odnosno onih koji sažimaju stavove pojedinih grupa te ih možemo smatrati prezentnima.

22. Mislite li da internet pomaže širenju ili pomaže sprječavanju lažnih vijesti o korona krizi ?

Odgovor 1:	Pomaže širenju lažnih vijesti o korona krizi.
------------	---

Odgovor 2:	Internet kao i društvene mreže imaju rješenje kako spriječiti lažne vijesti te ih onemogućuju ukoliko otkriju da su neistinite.
Odgovor 3:	Rijetko kad zapravo nalazim informacije koje mogu pomoći. Sve nešto općenito što znamo, ali u slučaju da netko dobije koronu nema nekih savjeta kako lakše ozdraviti. Vjerujem da postoje metode kako si olakšati, osim samoizolacije i pijenja vrućih pripravaka, ali se o tome ne piše, a to me živcira.
Odgovor 4:	Pomaže širenju informacija, lažnih ili ne, informacije se lakše šire.
Odgovor 5:	Generalno pomaže širenju, zato treba znati gdje potražiti prave informacije.
Odgovor 6:	Pomaže širenju lažnih vijesti, samo radi više pregleda.
Odgovor 7:	Kao i sve ostalo, ovisi o korisniku.
Odgovor 8:	Više-manje.
Odgovor 9:	Širenje dezinformacija i panike.
Odgovor 10:	Svi lažu!!!!!!

Tablica 1 Dezinformacije na internetu

Odgovori nam ukazuju na to da je većina ispitanika nezadovoljna internetom u koronakrizi jer smatraju da pospješuje širenje dezinformacija. Ipak nepobitna je činjenica da nam je internet omogućio gotovo trenutno dobivanje novosti iz cijelog svijeta.

23. Primjer situacije: Prvotna korona kriza je pogodila cijeli svijet 2007. godine, kada većina današnjih društvenih mreža nije postojala. Što mislite kako bi cijeli svijet reagirao tada? Mislite li da bi bilo manje ili više dezinformacija? Mislite li da tada ograničena iskoristivost interneta pomaže ili otežava cijelu situaciju?

Odgovor 1:	Ne znam što točno da mislim o tome... mota mi se po glavi to da danas iako imamo internet i društvene mreže koje su nekako rezervirane za mlađu populaciju, pa se ipak dešavaju proboji virusa kao u Splitu... Iako su poruke upozorenja na svakom koraku. Ljudi su nekako bezbrižniji, a sad, ne znam koliko su internet i mreže doprinijeli tome... Možda jer sad svatko može gdje god iznijeti svoje mišljenje, pa to mišljenje nalazi sljedbenike i onda nastane veći kaos... To su samo neke misli, digresija, ali da. Možda bi prije to nekako bilo ukroćenije?
Odgovor 2:	Pomaže situaciji zbog toga jer nema širenja dezinformacija o krizi. Što je veoma bitno za vrijeme kriznog događaja kako bi do publike stigle pravodobne i istinite informacije koje javnost može upotrijebiti u svrhu zaštite samih sebe.
Odgovor 3:	Smatram da bi većina populacije kasnije saznala o svemu tome sto bi sigurno dovelo do lošije epidemiološke slike. Nije izostavljena niti činjenica da bi se dezinformacije širile brže jer ih nema tko provjeravati kada jedna osoba govori drugoj i slično – kao igra pokvarenog telefona.
Odgovor 4:	Bilo bi manje dezinformacija(zato što mediji uvijek pišu različito i kontradiktorno). Smatram da je ograničenost interneta tada pomogla u situaciji jer je panika bila manja. S jedne strane, što više informacija je dostupno tim gore jer ljudi svakodnevno čitaju o svakakvim promjenama koje se iz sata u sat mijenjaju.
Odgovor 5:	Bilo bi manje dezinformacija, ne bi bilo toliko širenja panike, bitne informacije bi se ionako dobivale putem TV-a, radija ili novina.
Odgovor 6:	Vlada bi lakše zastrašila stanovništvo jer ljudi u 2007. vjeruju televiziji.

Odgovor 7:	Ne bi pojma imali i sve bi bilo ok.
Odgovor 8:	Bilo bi manje dezinformacija. Možda bi teže do ljudi dolazile mjere i preporuke, ali bila bi manja histerija oko toga.
Odgovor 9:	Mislim da ne bi bilo previše razlike u odnosu na danas.
Odgovor 10:	Pola toga ne bi znali...vjerojatno bi nam bilo lakše. U drugu ruku...za ništa drugo ne bi ni znali osim onoga sto mediji prenose.

Tablica 2 Širenje informacija prije društvenih mreža

Ispitanici smatraju da bi bio puni manji broj dezinformacija u društvu, ali da bi teže dolazili do novosti upravo zato jer 2007. godine većina društvene mreže nije postojala.

24. Ako imate još koji komentar vezan uz korona krizu i internet, neko Vaše mišljenje, slobodno napišite.

Odgovor 1:	Nije me više ni briga za tu koronu više. Sve se vrti oko te gluposti i samo se pažnja posvećuje na to. Ljudi umiru od 1000 različitih bolesti, ali to nije bitno. Ako netko slučajno dobije infarkt prvo ga testiranju i ako ne daj bože čovjek umre u procesu koga briga. Sestre i doktori se dižu u nebesa, a bolnice prazne. Ova država je sprdnja, stožer je sprdnja, naše zdravstvo je sprdnja.
Odgovor 2:	Kao što sam rekla, mislim da se ipak neke informacije slabo ili nikako daju javnosti. Prije par mjeseci sam dobila informaciju da su ljudi dobivali Betadine za grgljanje kako bi lakše izbacili sve gluposti van iz sebe. Sada znam neke ljude koji imaju koronu, ali im nije apsolutno ništa niti savjetovano niti pripisano od strane liječnika... Samo da ostanu u samoizolaciji u svojoj sobi i to je to. Ali nitko ne brine previše. Razumijem da je sad velika navala i da imaju pune ruke posla, ali zašto se поближе ne objasni švedski sistem? Svi su govorili da su ludi... Pustili su da virus kola,

	ali nikada nije bila neka vijest da se dogodilo nešto strašno, kako se ljudi tamo liječe?! Ali bitno je da je svaki dan dramatični uvod u dnevnik i jedno te isto. Malo tu i tamo Markotić kaže kako sada bolje poznajemo virus. U redu, ali daj onda podijeli... I ova blamaža s turističkom sezonom. Dam se kladit da je sve jedna velika farsa bila... Još da spomenem školski sustav. Kada će i kako će? Radi bolesne tete u vrtiću dvadesetoro djece u samoizolaciji s jednim roditeljem i pola osoblja. I šta kad se isto desi u školama? Što će onda. Neka se odluče, je li opasno ili nije. Najdraže bi da se, što se fakulteta tiče, nastava održi online. Pogotovo što se tiče manjih gradova kao što je Koprivnica. Nema studentskog doma, pola studenata putuje, a polovica živi u neljudskim uvjetima u šupama punim plijesni gdje dijele krevet s cimerom u razmaku od samo pola metra, ako i toliko. Po meni, online nastava koja se održavala bila je odlična. Smatram da su studenti imali i bolje rezultate jer su bili prepušteni organizirati si vrijeme u svojim domovima gdje imaju sve potrebno, a ne da se mora čekati vikend da se otiđe doma posudit sestrin fotić i slične situacije. Mislim da je na Sjeveru online nastava dobro i lako izvediva i da se u ovoj situaciji to treba nastaviti pošto studenti dolaze iz apsolutno svakog prikrajka u Hrvatskoj. Toliko od mene kolega.
Odgovor 3:	Ima manipulacija, ima svega, ali generalno kao čovječanstvo, gotovo u istom danu cijeli svijet zna što se događa na drugom kraju svijeta, kako drugi rješavaju krizu, što nas čeka, kako reagirati. I mislim da je internet pokazao da ujedinjuje čovječanstvo i onemogućava korumpirane vlade i diktatore da manipuliraju svojim narodom, jer ih internet brzo razotkriva.
Odgovor 4:	Vjerujem da korona postoji, ali zbog previše trčanja razno raznih portala i ljudi za senzacijom ljudi trenutno žive u prevelikim strahu, i bojim se da će svi imati dugotrajne psihološke posljedice, pogotovo labilniji ljudi i djeca.
Odgovor 5:	Smatram samo još da na internetu možemo pronaći puno kvalitetnih ljudi i sadržaja vezano uz korona krizu koji su surovi, iskreni i prikazuju situaciju u pravom svjetlu bez cilja

	zastrašivanja.
Odgovor 6:	Internet je prigodan za dobivanje informacija koje nisu podložne partijskim i drugim političkim manipulacijama. U Hrvatskoj su mediji naveliko lijevo ili desno orijentirani, iako postoje iznimke, stoga internet dobro dođe kako bi se vidjela realnija slika svijeta u jeku korona krize jer na njemu ima informacija koje cirkuliraju od strane običnih ljudi koji su pogođeni istom.
Odgovor 7:	Svaku informaciju treba provjeriti na više medija domaćih i stranih, provjeriti kredibilitet osoba koje su dale bitne izjave a tek onda stvoriti mišljenje, nažalost većina vjeruje svemu što negdje pročitaju i sudjeluju i sami u sirenju panike i dezinformacija...
Odgovor 8:	Otići će korona. A ostat će Internet.
Odgovor 9:	Mediji su definitivno danas previše subjektivni, donose informacije na način koji ih vrednuje te daju jednu sliku moralnog kompasa kojeg bi ljudi trebali slijediti, danas ih se lako može izjednačiti s političarima.
Odgovor 10:	Mislim da ljudi previše misle o tome a ništa ne poduzimaju. Uplašeni smo dezinformacijama i zataškani mitom i korupcijom.

Tablica 3 Komentari

Komentari anketnih sudionika ukazuju na frustriranost i uplašenost pojedinaca trenutnom situacijom u svijetu. Smatraju da je internet ipak najbolje mjesto za dobivanje informacija upravo zato jer svatko ima pristup i može reći svoje mišljenje. Svi imaju platformu da izraze kako se osjećaju i što misle. Upravo na internetu mogu pronaći milijune istomišljenika koji im mogu dati savjete i prepričati iskustva.

4.5. Analiza prikupljenih podataka

Ovom anketom uspjeli smo dobiti relativno ujednačena mišljenja o problemima korisnika interneta i društvenih mreža, dezinformacijama te vjeri u medije. Potvrđena je hipoteza da je internet sastavni dio naše svakodnevnice te da mu ljudi više vjeruju. Zanimljive podatke možemo uočiti na Tablici 15 gdje je postotak ispitanika koji ne vjeruje stožeru oko rješavanja korona krize čak 53 posto. Ti podaci ukazuju na to da su ljudi jako podijeljeni oko vjerovanja u središnji civilni stožer. Postavlja se pitanje zašto je to tako?

Možemo primijetiti da je za to jako odgovorna uloga medija, u koju ispitanici također sumnjaju. Mediji su najvažniji glas političara, zvijezda i ostalih popularnih te običnih građana cijele nacije. Mediji trebaju objektivno izvještavati, a ne pisati senzacionalističke naslove kojima bi privukli i zastrašivali čitatelje. Građani u Hrvatskoj često ne vjeruju medijima, kao što nam sugeriraju esejski odgovori na anketu. Izjednačuju ih s političarima, što odmah izaziva negativne konotacije.

Grafikon 18 nam govori o novinarskim pitanjima upućenima stožeru. Tako 37,5 posto ispitanika smatra da su pitanja bila preblaga, a 24,1% da su možda bila preblaga. Također mnogi ispitanici su se esejskim pitanjima požalili upravo na ta pitanja. Razlog je taj da su ih toliko frustrirala pitanja oni koje nazivaju „novinarčićama“, jer su zvučala kao naručena. Nisu postojala pitanja o bitnim stvarima već o nekim banalnim, jednostavnim temama na koje je stožer uvijek imao spreman odgovor.

Ispitanici su također bili zabrinuti lažnim vijestima o korona krizi. Zato je postavljeno pitanje broj 23. *Primjer situacije: Prvotna korona kriza je pogodila cijeli svijet 2007. godine. Godine kada većina današnjih društvenih mreža nije postojala. Što mislite kako bi cijeli svijet reagirao tada? Mislite li da bi bilo manje ili više dezinformacija? Mislite li da tada ograničena iskoristivost interneta pomaže ili otežava cijelu situaciju?* Želio sam vidjeti misle li građani da je li internet razlog zbog kojega postoji općenito veliki broj dezinformacija, ili je internet samo platforma na kojoj se brzo šire informacije, bile one lažne ili istinite. Odgovori su bili podijeljeni. Jedan dio ispitanika je izjavio da internet pomaže širenju dezinformacija te zato smatraju da u 2007. ne bi bilo toliko *fake newsa*, jer društvene mreže tada nisu postojale. Drugi su pak smatrali da nije bitno postoje li društvene mreže ili ne, odnosno da bi bio jednak broj lažnih informacija. Jedan ispitanik je lucidno primijetio: „Nije izostavljena niti činjenica

da bi se dezinformacije širile brže jer ih nema tko provjeravati kada jedna osoba govori drugoj i slično - kao igra pokvarenog telefona“.

Možda je najveći problem dezinformiranja i nevjerovanja u medije nedovoljna informiranost ispitanika. Visokih 53,2% ispitanika nema nikakvih problema što su njihovi podaci dostupni internetskim kompanijama a čak 71,2% ispitanika uopće ne pročita *Terms and Conditions* ugovor prije potvrđivanja suglasnosti. Bitno je, naime, da se korisnici više informiraju kako bi mogli bolje prosuđivati kome će vjerovati a kome ne. Važna je informatička pismenost, koja nas uči da moramo provjeravati izvore, prikupljati novosti i vijesti iz više medijskih izvora. Naposljetku, smatram da je poželjno čitati strane medije te ih uspoređivati s hrvatskim portalima. Dobar primjer stranog pouzdanog internetskog portala je DW ili Deutsche Welle, Njemački portal s provjerenim informacijama koji postoji i u hrvatskoj verziji.

5. Dokumentarni film *The social dilemma*

Dokumentarni film *The social dilemma* redatelja Jeffa Orlowskog savršeno upotpunjuje moje istraživanje o digitalnim ovisnostima. Istraživanjem sam analizirao navike internetskih korisnika u Hrvatskoj te njihove prednosti i mane. *The social dilemma* pomoći će mi potvrditi ili opovrgnuti hipotezu koja je povezana s prethodnom. Hipoteza upućuje da je internet sastavni dio naše svakodnevnice, o kojem smo doista postali ovisni. Zaključio sam da ljudi više vjeruju internetu nego *mainstream* medijima. Sada ćemo pokušati dokazati zašto društveni mediji i internet imaju toliki utjecaj na naša razmišljanja. Navedeni dokumentarni film u svojoj je srži zapravo istraživanje i socijalni eksperiment proveden u Sjedinjenim Američkim Državama te ostatku svijeta. Zato smatram da ovaj dokumentarac može donijeti pouzdani uvid u psihoanalizu internetskih korisnika.

Analizirao sam film metodom deskripcije odnosno promatranja. Primijetio sam da dokumentarac ima puno toga zajedničko sa anketom iz ovog diplomskog rada stoga sam ga odlučio temeljito proučiti. Film mi je pomogao potvrditi hipotezu i donijeti zaključak. Redatelj Jeff Orlowski predočio je temu ovog dokumentarca kao istraživanje opasnog ljudskog učinka na društvenim mrežama, koristeći tehnološke stručnjake kao naratore koji nas upozoravaju na probleme vlastitih kreacija.

5.1. Problematika filma

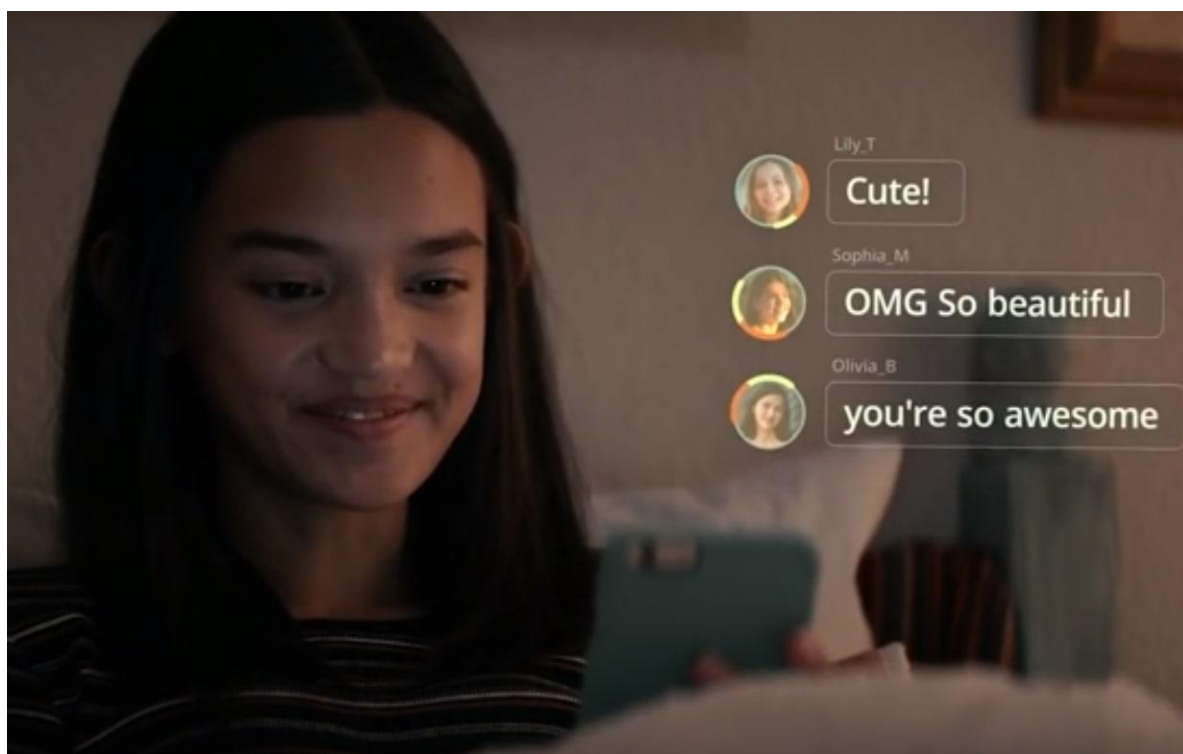
Da društveni mediji mogu biti nekorektni, ovisni i zapanjujući nije otkriće nikome tko koristi Facebook, Twitter, Instagram i slične medije. Ipak, u dokumentarcu Jeffa Orlowskog prebjezi iz tih tvrtki, tzv. *whistlebloweri*, koji su zadržali svoj moralni integritet, pojašnjavaju da pogubnost platformi za društvo nije nekakva slučajnost ili *bug*, već dobro osmišljena značajka implementirana u sustav. Ova dokumentarna drama počinje sa serijom zastrašujućih izjava i citata o utjecaju društvenih mreža na postojeće korisnike. Niz tehnoloških stručnjaka aludira na drugu stranu društvenih medija, onu gdje je alat koji je trebao povezivati ljude postao prokletstvo slično egzistencijalnoj prijetnji. Među ispitanicima koje Orlowski

intervjuirali su bivši zaposlenici Googlea, Facebooka, Pinteresta, Twittera i drugih internetskih divova koji govore o „frankenštajnskom čudovištu“ koje su pomogli stvoriti.

Među najistaknutijim sudionicima intervjuja je definitivno Tristan Harris, bivši dizajner u Google-u zadužen za etičnost. Harris je 2013. godine osnovao *Centar for Human Technology*, neprofitnu organizaciju koja se zalaže za etičku tehnologiju. Njegova prezentacija „*A Call to Minimize Distraction & Respect Users Attention*“ postala je internetski hit u kratkom vremenu te je pomogla u rastu kompanije i zapošljavanju novih radnika. Tristan je nastavio promicati stavove svoje kompanije putem američke tv emisije *60 minutes* te je gostovao u mnogobrojnim TED talk manifestacijama. Njegovi nastupi izazvali su zabrinutost o etičnosti na internetu u tehnološkom svijetu.

Godine 2016. šteta na koju su Harris i drugi upozoravali eksplodirala je u javni diskurs ruskom uporabom društvenih mreža u svrhu manipulacije američkih glasača. Upravo im je taj događaj pomogao da 2018. godine *Centar for Human Technology* postane neprofitna organizacija. Među ostalim sugovornicima koji su imali slične promjene u razmišljanju su Tim Kendall, osoba koja je pomogla monetizirati Facebook a sada je izvršni direktor Momenta, aplikacije koja potiče zdraviju upotrebu mobitela te Guillaume Chaslot, bivši softverski inženjer na YouTube-ovom sučelju. Svi stručnjaci zajedno objašnjavaju kako su ljudi postali pijuni u igri između društvenih medija i oglašivača. Njihova zastrašujuća upozorenja kulminiraju lekcijom da su tvrtke koje posjeduju društvene mreže u sukobu za pažnju korisnika i da u konačnici rade na tome da olakšaju promjene u ponašanju korisnika kako bi oglašivači mogli prikazivati što bolje strukturirane oglase za svakog pojedinca posebno. „Ono što želim da ljudi znaju je da se sve što rade na mreži gleda, prati i mjeri“. Ovaj citat Jeffa Seiberta, bivšeg menadžera Twittera, jasno govori kako je privatnost na internetu slabo zastupljena.

Dokumentarac nam također prikazuje odrastanje dječaka Bena (Skyler Gisondo), adolescenta koji se spušta u zečju rupu dezinformacija na društvenim mrežama koje ga postupno radikaliziraju. Članovi njegove obitelji dotiču se ostalih implikacija društvenih mreža. Njegova se majka (Barbara Gehring) trudi smanjiti vlastiti i obiteljski upotrebu mobitela, dok starija sestra Cassandra (Kara Hayward) pokušava upozoriti svog brata protiv internetske propagande. Kroz adolescenticu Islu (Sophia Hammons) film prati utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i mentalno zdravlje mladih i odraslih.



Slika 5.1 Isla

(<https://www.cnbc.com/2020/09/18/netflixs-the-social-dilemma-results-in-people-deleting-facebook-instagram.html>)

Izmišljena priča koja prati glavnog lika Bena gotovo je identična filmu, a užasi u stvarnom životu koje je predstavio panel ispitanika postaju mnogo prisutniji i zanimljiviji. Dokumentarni i dramski elementi filma kombiniraju ogromni broj problema koju postavljaju društvene mreže. One imaju potencijala srušiti vlade, poremetiti samo tkivo društva i potkopati manipulacijama i dezinformacijama samu bit demokracije.

5.2. Moć društvenih mreža

The social dilemma nas upozorava na to kako vlade mogu naoružati društvene medije i kako, u pogrešnim rukama, društvene mreže mogu biti snažan alat za nasilje. Jedan od primjera je Facebook koji je odigrao veliku ulogu u poticanju nasilja nad muslimanima

Rohingya u Mjanmaru. Koristili su Facebook kako bi saznali gdje se nalaze muslimani u Mjanmaru. „Rohingyje su predmetom progona, a veliki broj ih je izbjegao u Bangladeš. Mjanmarska vlada je 1982. godine narodu Rohingya ukinula građanska prava. Sve do danas je ovaj narod u Mjanmaru izložen diskriminaciji i progonu. Preko 100.000 pripadnika naroda Rohingya živi u kampovima za interno raseljene osobe, koje im vlasti ne dopuštaju da napuste“ (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Rohingya>).

Kao što smo ranije spomenuli, Facebook i YouTube se koriste za širenje zavjera o korona virusu. Zato danas može biti problem što ljudi najviše vjeruju internetu. Independent piše kako je s prorašću popularnosti društvenih mreža i YouTubea poraslo vjerovanje i praćenje teorija zavjere. *Pizzagate* i *Flat Earth Movementa* dvije su teorije zavjere kojima je popularnost narasla upravo zbog društvenih mreža. *Flat Earth Movement* je, kako sam naziv govori, teorija da je zemlja ravna ploča. Oni ne vjeruju u postojanje svemira niti planeta. Predvodnici ove teorije postaju sve bogatiji zbog popularnosti svojih blogova ili YouTube kanala, a samim tim i sve glasniji. Širenje ove teorije podarilo im je identitete, slavu i pažnju.

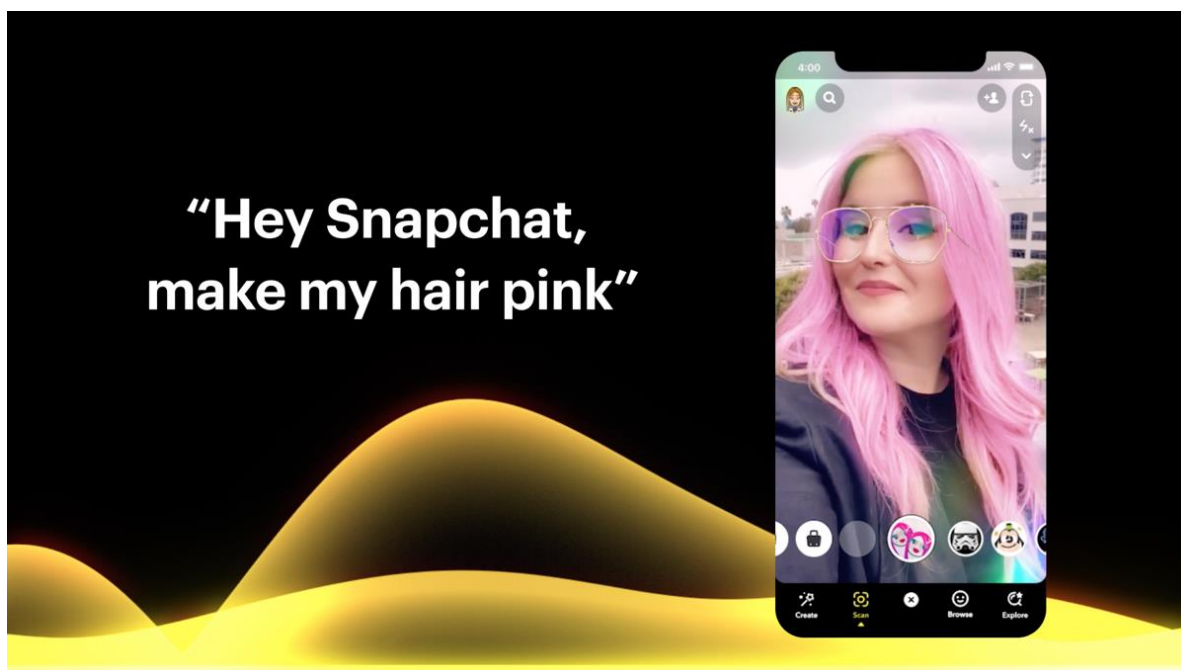
Pizzagate je teorija zavjere koja je postala viralna tijekom predsjedničkih izbora 2016. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Neki pojedinci su smatrali da u Wikileaksovima mailovima, među kojima su oni Hillary Clinton, postoje kodirane poruke koje govore kako Demokratska partija u SAD-u posjeduje dječji lanac pedofilije u podrumima pizzerija. Kasnije je ta teorija u potpunosti diskreditirana, ali ne prije nego što je jedan muškarac tridesetih godina sa automatskom puškom upao u pizzeriju Comet Ping Pong zahtijevajući da oslobode sve maloljetnike koje drže zaključane u podrumu.

The social dilema za ovu anarhiju krivi tehnologiju, ali također naglašava da su ljudi ti koji su nesvjesno stvorili takvo tehnološko čudovište. Također se ispituje kako se ljudske ranjivosti i predispozicije koriste kroz sam dizajn ovih platformi te što treba privući pažnju i produžiti zainteresiranost. John Naughton iz *The Guardian*a piše da film ne uspijeva objasniti što to pokreće tehnološku industriju da koristi primijenjenu psihologiju za iskorištavanje ljudskih slabosti i ranjivosti. Često se referira na profesoricu i znanstvenicu Shoshana Zuboff, koja je toj aktivnosti dala ime: *surveillance capitalism* ili nadzorni kapitalizam. Oblik je to mutiranog ekonomskog sustava koji rudari ljudsko iskustvo, koje je zapisano u našim podatkovnim tragovima, kako bi proizveo tržišne prognoze o tome što ćemo dalje raditi, kupovati, čitati i vjerovati. Naughton smatra da poslovni model društvenih medija zapravo

nije mutirana verzija kapitalizma, već da je to upravo kapitalizam na djelu. Kapitalizam pronalazi i iskorištava resurse iz kojih se može izvući nekakav profit. Davika Garish iz New York Times-a također smatra da dokumentarni film malo preuveličava štetu koje nam nanose društvene mreže. Primjerice, sugovornici u filmu prikazuju porast mentalnih bolesti i poremećaja zbog povećane upotrebe društvenih mreža, ali ne daju važnost čimbeniku poput porasta ekonomske nesigurnosti. Polarizacija, neredi i prosvjedi predstavljeni su kao posebni simptomi razdoblja društvenih medija bez povijesnog konteksta. Unatoč žestokom kritiziranju društvenih mreža, ispitanici u *The social dilemma* nisu veliki pesimisti. Mnogi sugeriraju da ispravnim promjenama možemo spasiti dobre strane društvenih mreža.

5.3. Digitalna ljepota

Društvene mreže poput Snapchata i Instagrama omogućuju korisnicima da koriste filtere za lice kako bi izgledali neke nesavršenosti i pritom se zabavili. *Snapchat dysmorphia* novi je termin koji svake godine dobiva, nažalost, sve veću popularnost. Prema podacima Američke akademije za plastičnu i rekonstruktivnu kirurgiju lica iz 2017. godine, 55 posto plastičnih kirurga koji su specijalizirani za lice kaže da su pacijenti zatražili kozmetičke postupke kako bi bolje izgledali na društvenim mrežama. To je porast od 13 posto u odnosu na 2016. godinu. Jessica Migala sa portala *Everyday Health* govori kako je prema radu objavljenom u kolovozu 2018. u časopisu *JAMA Facial Plastic Surgery* primijećeno da je zračno četkanje, odnosno zračno šminkanje nekada bilo samo povlastica za slavne osobe. Medijska publika je vidjela kako slavni savršeno izgledaju na naslovnica časaopisa, ali su znali i da je za to potrebno veliko bogatstvo. To je sigurno utjecalo na društvene standarde ljepote, ali je u međuvremenu postalo jednostavnije i dostupnija, barem u virtualnom smislu. Filteri, rasvjeta i ostali trikovi na društvenim mrežama uveli su ovu želju za ljepotom s medijskih naslovnica u obično društvo. Filteri i uređivanje fotografija postali su i kod običnih korisnika redovni postupci koji stvaraju iluziju ljepote, u čemu mašta nema ograničenja.



Slika 5.2 Snapchat

(<https://gadgets.ndtv.com/apps/news/snap-partner-summit-2020-snapchat-new-features-ar-lenses-developer-tools-2244787>)

5.3.1. Problemi percepcije na društvenim mrežama

Migala napominje kako gledanje vlastitih nesavršenosti u zrcalu nije ništa novo, ali imati znanje o tome kako biste mogli izgledati bez njih zasigurno jest. Što više vremena ljudi provode na društvenim mrežama, to je njihov mozak više pod utjecajem sadržaja kojem se izlažu. Za neke to znači da ih potiče da svoj vlastiti prirodni izgled smatraju neprihvatljivim. Istraživanje koje je proveo Medicinski fakultet u Baltimoreu govori da na pitanje osjećaju li se loše zbog svog izgleda svakodnevno njih 22 posto odgovorilo je pozitivno.

Problem se stalno povećava jer postoji želja pojedinaca za neprestanim pregledavanjem računa na društvenim mrežama tijekom dana, jer se oni neprestano ažuriraju. *Everyday Health's* je napravio anketu o svakodnevnom stresu ispitanika. Čak 57 posto ispitanika, uključujući *baby boom*¹ generaciju i generaciju *Z*² prijavilo je da su pod stresom jer svakodnevno gledaju svoje profile na društvenim mrežama. Mnogi su pojedinci zabrinuti jer bi oslanjanje na Snapchat i Instagram filtere te slanje poželjne slike o sebi u *online* svijet ne samo moglo ozbiljno utjecati na vlastito samopoštovanje, već može utjecati i na njihovo

¹ ljudi koji su rođeni nakon 2. svjetskog rata, od 1946. do 1960. godine

² rođeni nakon 1995. godine

mentalno zdravlje. Zato su autori novinskog lista JAMA *Facial Plastic Surgery* napisali: „Uporno fotografiranje s filterima za ljepotu mogu nanijeti štetu samopoštovanju pojedinca. “Također to služi kao okidač koji može dovesti do tjelesnog dismorfnog poremećaja.

5.3.2. Tjelesni dismorfni poremećaj

Tjelesni dismorfni poremećaj ili *Body dysmorphic disorder* mentalna je bolest koja tjera pojedince, pretežno mlade osobe, da učestalo razmišljaju o svome izgledu. Traže stalna uvjeravanja od drugih da izgledaju dobro, više puta dnevno provjeravaju svoj izgled u ogledalima i ostalim reflektirajućim podlogama. Izbjegavaju društvene kontakte kako bi spriječili druge da ih vide. Koriste šalove, šešire i šminku kako bi prikrili uočene nedostatke. Prema *International OCD Foundation*, ljudi sa tjelesnim dismorfnim poremećajem često se podvrgavaju sitnim plastičnim operacijama ne bi li korigirali uočene nesavršenosti. Jessica Migala sa portala *Everyday Health's* primjećuje da sve osobe na svijetu posjeduju želju da promijene barem jedan sitni detalj na svome tijelu. Oni koji imaju tjelesni dismorfni poremećaj okupirani su konstantnim mislima o svojim manama, što može uzrokovati ozbiljno emocionalno opterećenje i ometati svakodnevno funkcioniranje. Prema *Anxiety and Depression Association of America*, to je poremećaj koji pogađa otprilike jednog od 50 ljudi, uglavnom podjednako mlade žene i muškarce.

Netko s tim poremećajem će vjerojatno reagirati mnogo intenzivnije na slike objavljene na društvenim mrežama. Primjerice, ako je ta osoba označena na fotografiji, pogledat će ju više puta kako bi promotrila svoj izgled i odobrila objavu fotografije na društvenim mrežama. Sama pomisao tih osoba da ih se sramoti zbog izgleda te da ne odgovaraju standardima ljepote može povećati rizik od depresije, prouzročiti povišenu razinu anksioznosti i općenito iskriviti percepciju samoga sebe. Ipak, na razvoj tog poremećaja utječu brojni čimbenici. Genetika i prijašnje ponašanje imaju veliku ulogu. Često se pojavljuje zajedno s ostalim poremećajima poput depresije, poremećaja prehrane i opsesivno kompulzivnog poremećaja.

Zapravo se tjelesni dismorfni poremećaj smatra opsesivno kompulzivnim poremećajem, jer su oba obilježena opsesijom pojedinca, a u ovom slučaju je to opsesija o fizičkom izgledu.

U istraživanju objavljenom u časopisu *JAMA Psychiatry* analizirali su snimke mozga dvanaest osoba s tjelesnim dismorfnim poremećajem i zaključili da ti pacijenti doista drugačije doživljavaju tuđa lica za razliku od ostalih subjekata, iako je to bilo prije doba Snapchat filtera. Nedavno istraživanje, objavljeno u srpnju 2015. godine u časopisu *Psychological Medicine*, pokazalo je da oni koji pate od anoreksije ili tjelesnog dismorfnog poremećaja imaju abnormalnu aktivnost u dijelovima mozga gdje se obrađuju slike u cjelini. Primjećuju manjkave detalje umjesto cjelokupne slike.

Lako je, stoga, shvatiti zašto društveni mediji i internet mogu biti toliko štetni za ljude koji imaju tjelesni dismorfni poremećaj. Jesu li Snapchat i Instagram samo okidači u nastajanju i manifestiranju te bolesti nije još dokazano, ali su najvjerojatnije jedan od pokretačkih faktora. Migala smatra da društveni medij sami po sebi ne uzrokuju taj poremećaj, već pogoršavaju postojeći. Društveni mediji mogu potaknuti ponavljajuća ponašanja kod osoba s tim poremećajem, poput uspoređivanja s drugim osobama. To tjera ljude da više brinu o svom izgledu te im slike na društvenim mrežama predstavljaju izvor stresa. Premda ono što se događa u mozgu osoba s tjelesnim dismorfnim poremećajem prilikom gledanja društvenih mreža nije proučavano, moguće je da ta povećana aktivnost u dijelovima mozga poznatima kao orbito frontalni korteks i kauda označava tendenciju da osobe s tim poremećajem budu hiperaktivne, odnosno da imaju opsesivne misli. Za takve ljude navike poput snimanja učestalih selfija te analiziranje i traženje nedostataka na njima može biti štetno. Budući da postoji toliko lijepih poznatih osoba s kojima se mogu usporediti, često se osjećaju lošije nakon što se usporede s tim slikama. Pada im samopouzdanje. Problem je u tome što ljudi s tjelesnim dismorfnim poremećajem često podcjenjuju vlastitu privlačnost i imaju tendencije precijeniti privlačnost drugih. Migala ističe da se prema istraživanju objavljenom u prosincu 2015. u *International Journal of Eating Disorders* pokazalo da su društveni mediji u korelaciji s nezadovoljstvom tijela i željom za promjenom izgleda. To, ipak, ne znači da osoba pati od tjelesnog dismorfnog poremećaja.

Osobe koje pate od tog poremećaja društvene mreže koriste za opsesivnu usporedbu sa poznatim i slavnim osobama te prijateljima, koji također mogu provoditi sate uređujući fotografije prije objave. Problem kulminira kada pojedinci s tim poremećajem počinju dogovarati plastične operacije, a takve operacije ne potiskuju tjelesni dismorfni poremećaj već ga pojačavaju. Primamljivo je koristiti filtere na Instagramu i Snapchatu kako bi vidjeli idealiziranu sliku sebe samoga, ali problemi nastaju kada to postane opsesija koja utječe na

društveni, poslovni i ljubavni život. Čak i ako netko nema taj poremećaj, želja da uklonite svoje nedostatke pomoću filtera ostaje štetna.

Taj trend nastao je pojavom društvenih mreža te svakim danom postaje sve popularniji. Nikad se prije čovjek nije susreo sa *like* i *follow* tipkama koje mogu utjecati na njihovu percepciju sebe i drugih. Istraživanje u rujnu 2018. godine objavljenom u časopisu *Body* pokazalo je da će mlade žene studentice koje pridaju više pažnje Instagram lajkovima vjerojatnije uspoređivati svoj izgled s drugima i biti nezadovoljne crtama svoga lica. Snapchat i Instagram povezani su s fokusiranjem na nečiji izgled i način života.

5.3.3. Krajnji kompleksi uzrokovani društvenim mrežama

Čak i prije nego što su Snapchat filteri bili popularni, plastični kirurzi bili su svjesni potreba da prouče pate li njihovi pacijenti od tjelesnog dismorfnog poremećaja. Kao što smo ranije napomenuli, plastična kirurgija nije rješenje za taj poremećaj već ga može pogoršati. Migala navodi kako osobe koje traže plastičnog kirurga koriste slike s Instagram kao referentnu točku. Dobar plastični kirurg trebao bi pružiti realnu sliku o ostvarivim rezultatima nakon operacije. Također plastični kirurzi trebaju biti dijelom kirurzi a dijelom terapeuti. Jessica Migala napominje da bi kirurške konzultacije trebale trajati najmanje sat vremena kako bi se pacijentu predložili realni ciljevi. Kirurg treba, ako smatra da zahtjevi nisu realni, upozoriti pacijenta unaprijed. Kirurgija je ozbiljan posao koji sa sobom nosi određene rizike, jer nikad ne postoji jamstvo za uspjeh. To nije nešto što bi trebalo olako zanemariti.

Ako pacijent pokazuje znakove tjelesnog dismorfnog poremećaja, kirurg ih ne bi trebao operirati već ih treba uputiti na terapiju. Stručnjaci kažu da želja da osobe izgledaju kao na Instagram fotografijama nije realna. Novinarka Jessica Migala s portala *Everyday Health* daje nam nekoliko savjeta kako da prestanemo biti ovisni o svom izgledu.

Ovo je njenih pet smjernica kako da promijenimo navike na društvenim mrežama koje će nam popraviti sliku o sebi i ostalima:

- 1) Budite realni. Vjerojatno se nećete odreći svojih računa na društvenim mrežama, te bi umjesto toga trebali razmišljati koliko dnevno vremena provodite ispred svog pametnog telefona. Umjesto da iz dosade pregledavate sadržaj na svom pametnom

telefonu, zapitajte se zašto otvarate upravo u aplikaciju i koji je vaš krajnji cilj, što pokušavate postići.

- 2) Budite zadovoljni sobom. Pogledajte glavna područja vašeg života, ona koja čine vas same. Podsjetite sami sebe da su slike koje pronalazite na društvenim mrežama nestvarne, poboljšane i uređene.
- 3) Opustite se. Pokušajte vježbati fokusiranost na druge bitne stvari. Usredotočite se na izvrnute misli u glavi koje osuđuju vaš izgled, primijetite ih ali nemojte sebe osuđivati ili kritizirati.
- 4) Nemojte ni počinjati. Ako nikad niste koristili filtere ili aplikacije za uljepšavanje izgleda nemojte niti počinjati.
- 5) Razmislite o kontroli svojeg *news feeda*. Nije moguće pobjeći od objava koje idealiziraju ljepotu, ali ih ne bi trebali niti izbjegavati. Krajnji je cilj vidjeti te poruke i ne uspoređivati se s njima. Ako profili koje slijedite imaju utjecaja na vaše samopoštovanje, razmislite o tome da promijenite profile koje slijedite. Možete razmisliti o slijeđenju drugih računa koji pojačavaju pozitivne slike i nisu opterećeni lažnim ljepotama.

5.3.4. Smanjena uporaba društvenih mreža

Smanjena upotreba ili napuštanje društvenih mreža u potpunosti nije samo trend ili nešto što će osobu učiniti važnom. Istraživanja su pokazala da postoje valjani razlozi zašto bi ljudi trebali smanjiti uporabu ili napustiti društvene mreže. Phoebe Avison i Mia Mercado sa portala *Bustle* pišu da je jedna od primarnih stvari koje bi trebali napraviti je isključiti što više notifikacija. Kada bi pojedinci spriječili da obavijesti remete njihovu dnevnu rutinu, vjerojatno bi se lakše mogli fokusirati na svakodnevne zadatke s puno većom razinom koncentracije. Notifikacije su konstantan podsjetnik da se nešto događa u internetskom svijetu pa će osobe imati osjećaj kao da nešto propuštaju. Prednost u isključivanju notifikacija je ta da se tada poruke mogu akumulirati te ih korisnici mogu pogledati odjednom, što iskustvo čini boljim.

Također, pomoću analitike društvenih mreža i stavljanjem tajmera na mobitel možemo ograničiti uporabu istog. Avison i Marcedo preporučuju pronalazak hobija koji bi upotpunio vrijeme koje osobe inače troše na društvene mreže. Učenje nove vještine ili sporta odličan su izbor da osobe iskoriste to slobodno vrijeme. Pojedinci će vjerojatno biti iznenađeni koliko imaju slobodnog vremena kada prestanu bezumno listati novosti na Facebooku. Česti savjet stručnjaka u dokumentarnom filmu *The social dilemma* bio je deinstalirati aplikacije koje rijetko koristite. Ako neke aplikacija nije otvorena mjesecima, trebate je obrisati. Brisanje aplikacije će ukloniti obavijesti i neće vas dovesti u napast da otvarate tu aplikaciju zbog dosade. Ako pojedinci provode više vremena na društvenim mrežama nego što komuniciraju s ljudima u stvarnom životu, savjetuje im se da uzmu predah od društvenih mreža. Poželjno je da sami odluče koliko će to trajati i da obavijeste svoje najmilije na koji način će ih jedino moći dobiti. Ipak, prestati koristiti društvene mreže svakodnevno je vrlo izazovno, jer su one i napravljene s ciljem da zadrže pozornost korisnika. Prije nego sve obrišete, poželjno je preuzeti uspomene u obliku fotografija i videozapisa s društvenih mreža, kako kasnije ne biste žalili.

6. Uloga medija u doba interneta

Današnje društvo, kako smo saznali iz istraživanja, koristi većinom internet i medijske portale kako bi se informiralo o svakodnevnom životu. „Živimo u digitaliziranom svijetu i informatičkom društvu u kojemu su pristup i korištenje interneta postali nezaobilazni u svakodnevici suvremenoga čovjeka. Stvoren da olakša život, omogući komunikaciju i učini dostupnim razne sadržaje, internet je čovjeku otvorio brojne mogućnosti, nove načine izražavanja, poslovanja, druženja, zabavljanja i informiranja, ali je zadao nove brige i etičke dileme“ (Vuletić, Jeličić, Karačić 2014: 526). Digitalni svijet nije zaobišao ni medije koji su se najviše promijenili u posljednjih dvadeset godina. Stamenković i Milenković (2014) govore kako je medijski sadržaj sve više prožet utjecajem vlasnika koji svoja mišljenja projiciraju na svoje medije. U Hrvatskoj postoje dva portala koji imaju drugačiju političku orijentaciju. Jutarnji list je više lijevo-liberalno orijentiran portal/list, a Večernji list je više desno-konzervativno usmjeren portal/list. Na tim primjerima možemo vidjeti utjecaj vlasnika na sadržaj koji se objavljuje u tim glasilima.

Također, nemaju svi novinari adekvatnu naobrazbu. Novinari moraju biti profesionalci i pridržavati se normi struke, dok kod novinara građana to nije slučaj. Oni se javljaju redakcijama o *live* događajima za određenu kompenzaciju. Na taj način mediji ranije dođu do informacija. Internet je upravo omogućio pojavu građana novinara. „Novinarstvo je posljednjih dvadeset godina pretrpjelo velike promjene, koje se ogledaju ne samo u većem broju dostupnih medija ili u novim medijskim kanalima nego je prije svega riječ o ozbiljnim strukturnim promjenama unutar profesije, koje su dijelom inicirane procesima unutar novinarskih redakcija i promjenama na tržištu koje imaju direktan utjecaj na medije zbog snažne oslonjenosti na oglašivačku industriju. Opstajući u državama u tranziciji, novinari su dočekali snažan razvoj komunikacijskih tehnologija, uz direktnu izloženost zapadnim medijskim trendovima i utjecajima. U međuvremenu su pokrenuta mnogobrojna nova medijska izdanja: novine, televizijski i radijski programi i brojni internetski portali. Medijska regulativa nije uspijevala pružiti adekvatan medijski okvir, te i danas (u Srbiji) radi između sto i dvije stotine piratskih medija“ (Stamenković, Milenković 2014: 630).

Hrvatska, za razliku od Srbije nema veliki broj piratskih medija. Anketa je pokazala da korisnici često ne vjeruju ni medijima ni političarima. Smatraju da su medij samo glasila vlasti, što je u demokratskim državama nedopustivo. Problemi počinju s očekivanjima da

novinari rade puno više poslova nego prije. Stamenković i Milenković pišu kako danas novinari rade više poslova za manju plaću, što izrazito utječe na finalni proizvod. Upravo taj finalni proizvod dolazi do najvećeg broja ljudi i ima utjecaj na njihovo poimanje događaja. Zato je iznimno važno da su mediji nepristrani i objektivni.

Zbog interneta linearni televizijski program počeo je izumirati. „Trivijalni senzacionalizam, banalizacija sadržaja i reklamni inženjering, naglašavajući profit po svaku cijenu, poništavaju kulturu dijaloga i edukativno-demokratsku ulogu medija. Nikada nisu i ne moraju svi programi u TV ponudi biti umni, obogaćivati intelekt i obrazovati, ali najveći problem je što se mediji nalaze u totalnoj financijskoj ovisnosti od dvije ili tri velike reklamne agencije koje, kao neka vrsta kartela, kontroliraju sudbinu svih domaćih medija i svakako televiziju. Ta kontrola je nemilosrdna, do te mjere da su neke domaće televizije potpale u pravo dužničko ropstvo i pod nevidljivo, ali vrlo prisutno, vlasništvo reklamnih agencija. To je tužna realnost televizija“ (Stamenković, Milenković 2014: 630).

Tkalec i Krušelj (2019) također govore o budućnosti novinarskog posla. Smatraju da je profit najveći problem današnjeg novinarstva, jer dolazi do tabloidizacije medija odnosno zanemarivanja poštenog i objektivnog informiranja javnosti. Govore kako se pravi novinari sve više udaljavaju od njihove originalne profesije te da im više nije cilj informirati čitatelje već stvoriti potrošače. Vidljivo je da digitalne tehnologije ubrzavaju nastanak vijesti jer se danas informacije putem interneta šire brže nego ikada prije. Prema Stamenković i Milenković (2014) danas novinari preuzimaju poslove specijalista koji traže vijesti. Na taj način redakcije mogu puno uštedjeti jer dobivaju informacije direktno od novinara, a taj sadržaj je uglavnom u digitalnom obliku te se u istom formatu dostavlja publici. Sami smo svjedoci posljedica interneta na novinarstvo. Zbog puno lakšeg prikupljanja i dobivanja informacija gubi se na preciznosti i točnosti upravo tih istih informacija.

Zato danas imamo mnogo *fake newsa* u vezi COVID-19, ali i problema vezanih uz cenzuru. Primjerice, internetski portal/blog Reddit ne dopušta rasprave o COVID-19 koje mogu naštetiti pojedincima, odnosno ako nisu smjernice WHO-a. Zanimljivo je da se ide s takvim agresivnim pristupom cenzure na internetu u suglasnosti s WHO-om, organizacijom koja je ima jedan zadatak: pratiti razvoj svjetskih bolesti i ne dozvoliti da se razvije – pandemija. „Kolateralna šteta digitalne revolucije u medijima je – pažnja novinara. Multimedijalni posao nagovještava uništavanje vremena za razmišljanje, što se promatra kao kritična tačka kvalitetnog novinarstva. Ključni izazov koji donosi integracija multimedijalnih

redakcija je kako najbolje podijeliti izvore i istovremeno sačuvati posebnost proizvoda vijesti. Ali, pritisci, niske plaće i ukupni ambijent za novinarstvo stimuliraju privlačnost srodnih novinarskih profesija i time ubrzavaju odlazak najsposobnijih u druge poslove“ (Stamenković, Milenković 2014: 643).

Tehnološke kompanije kao što su Google, Facebook i Apple imaju puno veći kapital od bilo koje medijske kuće na svijetu. Zato će se novinarstvo sve više odvijati preko društvenih mreža. U istraživanju možemo zamijetiti da većina ispitanika ne čita portale izravno, već dolazi do njih putem društvene mreže Facebook. Problem opet počinje i vraća se na čovjeka, pojedinca. Facebook je privatna društvena mreža, većinski u vlasništvu jednog čovjeka – Marka Zuckerberga, a on ima pravo, kao što smo i vidjeli s objavama američkog predsjednika Donalda Trumpa, cenzurirati statute s kojima se ne slaže ili smatra da su neprikladne za tu mrežu. To su prepreke s kojima će se novinarstvo susretati u godinama koje dolaze.

7. Zaključak

Ovim diplomskim radom dokazao sam koliko su današnji pojedinci ovisni o informacija dostupnima na internetu te koliko su im te informacije bitne. Pomoću internetske ankete istražio sam jesu li pojedinci stvarno ovisni o internetu, odnosno koliko je ova generacija naučena na prisustvo interneta koji nije postojao prije dvadesetak godina. Istraživanje je pokazalo da su ljudi različite dobi uključeni u život na internetu. Svi ispitanici koriste društvene mreže. Iako ih je bilo mlađih od 18 i starijih od 60, bio je to poprilično očekivan podatak.

Prvo sam želio istražiti određene negativne strane interneta. U anketi sam postavio pitanja kao što su: *Mislite li da internet pomaže širenju ili pomaže sprječavanju lažnih vijesti o korona krizi?* i *Koliko vremena tjedno provodite na društvenim mrežama samo zbog "dosade"?* s kojima sam htio istražiti postoje li uopće problemi internetskih korisnika. Isto tako, bavio sam se tematikom video igrice i društvenih mreža te pomoću ankete i dokumentarnog filma proučio njihov utjecaj na mlade. Zaključio sam da mladi često zanemaruju svoje prijatelje, obitelj i obaveze kako bi provodili više vremena na društvenim mrežama ili igrajući video igrice. Njihova potreba za novim digitalnim sadržajima raste iz dana u dan, istom brzinom kojom tehnologija napreduje.

Istraživanje je odgovorilo na moja brojna pitanja. Kao što smo i pretpostavili, pokazalo se da je internet najpopularniji medij te da ima podjednak broj prednosti i mana. Moja prva hipoteza da medijska publika, pogotovo mlada, vjeruje više internetu bila je potvrđena. Testirao sam povjerenje u medije na temelju rješavanja korona krize u Republici Hrvatskoj. Moglo se iščitati iz mnogobrojnih odgovora koje sam dobio da ljude najviše smeta povezanost politike s medijima. Ispitanici žele nove nepristrane i objektivne medije. Ne vole svaki dan slušati i čitati negativne i senzacionalističke naslove s malo informacija. Smatram da je to glavni razlog zašto se okreću internetu kao izvoru informacija. Nuspojava toga je da imamo općenito porast u broju lažnih vijesti i teorija zavjera. Istraživanje je pokazalo da postoji potreba za renomiranim portalima koji će kvalitetno izvještavati, različito od ustaljene prakse koja je karakteristična za online medije. Publika traži kritičko novinarstvo i analitičke tekstove jer toga danas ima jako malo. Postoji prostor za otvaranje novog tipa online medijskog sadržaja upravo zato jer postoji potražnja.

Druga postavljena hipoteza je da su ljudi ovisni o internetu. Dokumentarni film *The social dilemma* potvrdio je moju hipotezu. Tristan Harris kaže da „samo krijumčari droge i tehnološke kompanije zovu svoje kupce *users*“. Taj citat odlično opisuje kako društveni mediji izrađuju svoje platforme s namjerom da korisnici postanu ovisni te da se svakodnevno na njih vraćaju, što su i uspjeli. Naravno, ne možemo zanemariti blagodati interneta i društvenih medija, ali ovaj film jasno pokazuje lošu stranu stvarnosti u kojoj se nalazimo. Dokumentarac je postao popularan ne zato što ima nešto novo i pomalo neočekivano za reći, već zbog uspješnog načina na koji opisuje prijetnju društvenih medija i tehnologije. Iako u filmu postoje uobičajeni problemi interneta, od nadzora, prikupljanja podataka i lažnih vijesti pa do mijenjanja svijeta pomoću medija, spomenuti film proširuje spoznaje u mjeri u kojoj se ljudska psihologija iskorištava kroz algoritme i umjetnu inteligenciju. AI već upravlja našim životima te predlaže filmove i proizvode na načine koji su toliko suptilni da su nam izbjegli pažnju. Ljudska bića dovedena u poziciju laboratorijskih štakora koje se svakodnevno oblikuje. Njima se manipulira i indoktrinira na načine koje ni sami ne shvaćamo, dramatično upozorava taj film.

Danas vidimo da jedino tehnološka industrija nije osjetila velike udare krize. Internet je spasio veliki broj poduzeća od propasti. Danas internetske mega kompanije i velike medijske kuće imaju veliku odgovornost o tome što objavljuju i kako objavljuju sadržaj, jer to psihički utječe na svakog pojedinca. Činjenica je da živimo u digitalnom svijetu te smo stalno bombardirani novim informacijama. Zato moramo žurno naučiti kako se nositi s novim izazovima koje nam donosi ova tehnološka revolucija.

Budućnost je sigurno neizvjesna. Društvene mreže odlično su povezale osobe koje žive kilometrima daleko ali su također udaljile pojedince jer većinu društvenih radnji sada obavljaju upravo preko tih društvenih mreža. Vidimo da su društvene mreže sada orijentirane uglavnom na mobilne uređaje jer omogućava korisnicima da ih češće posjećuju. Podaci o korisnicima su postali neizmjerljivo vrijedni.

Događaji poput skandala *Cambridge Analytica* natjerali su nas da shvatimo snagu društvenih medija i podataka kao i ograničenja trenutnih propisa o društvenim mrežama. Korisnici postaju svjesni da su podaci snaga. Jedan od znakova je da se pretraživanja "Moja aktivnost" na Googleu povećavaju iz godine u godinu. Korisnici već mijenjaju postavke privatnosti kako bi uključili minimalne podatke na društvenim mrežama, a neki čak i brišu

svoje račune. Zabrinutost za privatnost podataka će rasti kako svijet postaje sve digitalniji. Demografski gledano, mlađa publika sve je više svjesna privatnosti i sigurnosti podataka,

Zbog COVID-19, vrijeme upotrebe društvenih mreža povećat će se kako pojedinci ponovno preuzimaju aplikacije da bi ostali povezani s prijateljima, obitelji i kako bi se zabavljali. Neke će platforme izaći iz ovog mračnog vremena s većom, raznovrsnijom i angažiranijom korisničkom bazom nego ikad prije. Možda će društveni mediji povratiti poštovanje ponovnim uvrštavanjem svog izvornog šarma kao načina da svi ostanemo povezani. Predviđanje budućnosti društvenih medija može biti izazovno jer se radi o okruženju koje se brzo mijenja, ali nadam se da će oni ponovno postati sigurni, pristupačni i zabavni.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Alan Mitin (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/~~ica~~ ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Digitalna sadašnjost (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Alan Mitin

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Alan Mitin (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/~~ica~~ s javnom objavom ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Digitalna sadašnjost (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Alan Mitin

(vlastoručni potpis)

8. Literatura

Znanstveni radovi i časopisi:

1. Akrap, Gordan. 2019. *Suvremeni sigurnosni izazovi i zaštita kritičnih infrastruktura*. Strategos.
2. Bajić, Gorana. Hedrih, Vladimir. 2012. *Prekomjerna upotreba interneta, zadovoljstvo životom i osobine ličnosti*. Suvremena psihologija.
3. Basrak, Bojan. 2009. *Internet kao prostor slobodne društvene komunikacije*. Čemu: časopis studenata filozofije.
4. Ferencak, Iva. 2015. *Prednosti i nedostaci video igara (Završni rad)*. Sveučilište Jurja Dobrile. Pula.
5. Bilić, Vesna. Gjukić, Damjan. Kirinić, Giovanna. 2010. *Mogući učinci igranja računalnih igrica i videoigara na djecu i adolescente*. Napredak : Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju.
6. Brlek, Sašo Slaček. Zajec, Jožica. 2015. *Connections Between Trust in Journalism and Patterns of Media Use*. Medijska Istraživanja.
7. Jurman, Joško. Maršanić, Vlatka. Paradžik, Ljubica. Bolfan, Ljiljana. Javornik, Svebor. 2017. *Internet and Video Games Addiction*. Socijalna psihijatrija, Vol. 45.
8. Jeriček, Helena. 2002. *Internet i ovisnost o internetu u Sloveniji*. Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije.
9. Krištofić, Branimir. 2007. *Digitalna nejednakost*. Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja.
10. Maleš, Lada. Mladenović, Monika. Mladenović, Saša. 2016. *Znaju li studenti prve godine što je Internet?*. Školski vjesnik : časopis za pedagojsku teoriju i praksu.
11. Mihajlov, Martin. Vejmeka, Lucija. 2017. *Internet addiction: a review of the first twenty years*. Psychiatria Danubina.
12. Rivoltella, Pier Cesare. 2002. *Internet i odgoj. Analiza pedagoških modela i smjernice za razmišljanje*. Kateheza: časopis za vjeronauk u školi, katehezu i pastoral mladih.
13. Ricchiardi, Sherry. 2012. *Može li kvalitetno novinarstvo preživjeti digitalno doba*. Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje.
14. Ružić, Nataša. 2011. *Zaštita djece na internetu*. Nova prisutnost : časopis za intelektualna i duhovna pitanja.
15. Stamenković, Slađana. Milenković, Vesna. 2014. *Novinarstvo između služenja javnosti i povlađivanja ukusu publike*. In Medias Res.

16. Vuletić, Suzana. Jeličić, Ana. Karačić, Silvana. 2014. *Bioetičke konotacije interneta*. Diacovensia.

Knjige:

17. Tkalec, Gordana. Krušelj, Željko. 2019. *Uredništvo - koncepti uređivanja u preddigitalno i digitalno doba*. Sveučilište Sjever. Koprivnica.

Mrežni i elektronični izvori:

18. (<http://www.oblakznanja.com/2011/07/sto-je-internet/>) pristupljeno 23. 8. 2020.
19. (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653>) pristupljeno 23. 8. 2020.
20. (<https://www.nytimes.com/2020/09/09/movies/the-social-dilemma-review.html>) pristupljeno 20. 9. 2020.
21. (<https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/sep/19/the-social-dilemma-a-wake-up-call-for-a-world-drunk-on-dopamine>) pristupljeno 20. 9. 2020.
22. (<https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/social-dilemma-netflix-film-media-facebook-twitter-algorithm-addiction-conspiracy-b454736.html>) pristupljeno 20. 9. 2020.
23. (<https://www.everydayhealth.com/wellness/united-states-of-stress/what-snapchat-dysmorphia-detailed-look-trend/>) pristupljeno 20. 9. 2020.
24. (<https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/k/konvergencija-medija/>) 20. 9. 2020.
25. (<https://www.bustle.com/style/how-rahel-brhane-confidently-makes-her-mark-in-her-favorite-denim-looks>) pristupljeno 20. 9. 2020.

9. Popis slika

1. Slika 2.1 Ovisnost o internetu, izvor: (<https://www.in-portal.hr/in-portal-news/in-posao/7899/kako-lijeciti-ovisnost-o-internetu>)
2. Slika 2.2 Djeca na internetu, izvor: (<https://sites.google.com/site/sigurnostnainternetu55/djeca-na-internetu>)
3. Slika 3.1 Gamer, izvor: (<https://pcchip.hr/ostalo/press-release/koje-su-pozitivne-strane-igranja-igrice/>)
4. Slika 5.1. Isla (<https://www.cnn.com/2020/09/18/netflixs-the-social-dilemma-results-in-people-deleting-facebook-instagram.html>)
5. Slika 5.2. Snapchat (<https://gadgets.ndtv.com/apps/news/snap-partner-summit-2020-snapchat-new-features-ar-lenses-developer-tools-2244787>)

10. Popis grafikona i tablica

1. Grafikon 1 Spol anketiranih sudionika
2. Grafikon 2 Dob anketiranih sudionika
3. Grafikon 3 Stupanj obrazovanja anketiranih sudionika
4. Grafikon 4 Učestalost korištenja interneta
5. Grafikon 5 Internet kao primarni izvor informacija
6. Grafikon 6 Najpouzdaniji mediji
7. Grafikon 7 Društvene mreže i informacije
8. Grafikon 8 Društvene mreže i zabavni sadržaj
9. Grafikon 9 Dosada na društvenim mrežama
10. Grafikon 10 Gledanje zabavnog sadržaja na društvenim mrežama
11. Grafikon 11 Društvene mreže kao izvor informacija
12. Grafikon 12 Terms and Conditions ugovor
13. Grafikon 13 Dostupnost podataka internetskim kompanijama
14. Grafikon 14 Sigurnost na internetu
15. Grafikon 15 COVID-19
16. Grafikon 16 Povjerenje u Vladu RH
17. Grafikon 17 Odluke Stožera Republike Hrvatske
18. Grafikon 18 Press konferencije Stožera
19. Grafikon 19 Politika i koronakriza
20. Grafikon 20 Povjerenje u medije
21. Grafikon 21 Portali u Republici Hrvatskoj
22. Tablica 1 Dezinformacije na internetu
23. Tablica 2 Širenje informacija prije društvenih mreža
24. Tablica 3 Komentari