

Prihvaćeno: 29. studenoga 2019.

Ana Čelik, mag. paed. et philol. lat. et mag. ling.

Srednja škola Ivanec

celik.ana@gmail.com

DIMENZIJE VIRTUALNOG PONAŠANJA ADOLESCENATA

Sažetak: Cilj je rada istražiti kod adolescenata manifestacije korištenja Facebook društvenom mrežom i utvrditi dimenzije ponašanja adolescenata na društvenoj mreži. Uzorak ispitanika ($N = 134$) čine učenici i učenice drugih razreda srednje škole. Rezultati istraživanja pokazuju da postoje tri dimenzije virtualnog djelovanja adolescenata: intrinzična, ekstrinzična i rizična dimenzija. Svaka od dimenzija obuhvaća različite domene aktivnosti koje potencijalno ukazuju na odgojne implikacije virtualnog djelovanja (informacije i komunikacija, socijalizacija, ovisnost i nasilje). Rezultati *t*-testa pokazuju da nema razlike u intrinzičnom i ekstrinzičnom ponašanju s obzirom na spol, ali postoji razlika u implikacijama za rizično ponašanje – adolescentice su sklonije od adolescenata poistovjećivanju virtualnog svijeta sa stvarnim socijalnim mrežama te su izložnije virtualnom nasilju; dok su adolescenti skloniji od adolescentica sudjelovati u virtualnom nasilju te njihovo virtualno djelovanje pogoduje stvaranju virtualne ovisnosti.

Cljučne riječi: društvene mreže, socijalizacija, virtualno prijateljstvo.

UVOD

Internet i društvene mreže javljaju se kao pokretači prijateljskih kontakata i veza među ljudima dok istovremeno sa sobom donose digitalnu podijeljenost jer se smanjuje broj stvarnih i neposrednih susreta među mladima. Prema Cristakis i Fowler (2010: 259), „internet je omogućio nove društvene forme koje predstavljaju radikalne modifikacije postojećih vrsta međudjelovanja unutar društvenih mreža na četiri načina:“ golemost (veliko povećanje razmjera naših mreža i broja osoba do kojih možemo doći kako bismo im se pridružili), osjećaj grupne solidarnosti (proširenje opsega unutar kojeg možemo dijeliti informacije i pridonijeti kolektivnim naporima), specifičnost (impresivan porast posebnosti veza koje možemo stvoriti), virtualnost (sposobnost poprimanja virtualnih identiteta).

U radu se polazi od interneta kao najvažnijeg tehnološkog napretka suvremene generacije i od društvenih mreža koje se kod adolescenata rabe kao najrašireniji masovni medij socijalizacijskog oblika. Empirijski se pristupa razmatranju dimenzija virtualnog ponašanja i prijateljstava na *Facebook* društvenoj mreži. Suvremena tehnologija i brza informatizacija unijela je promjene u društvo, a tomu najviše doprinosi internet za koji se može reći kako je „civilizacijska tekovina izuzetno dinamičkoga i vrlo brzoga razvoja digitalnih informacijsko-komunikacijskih tehnologija koje su promijenile svijet“ (Stanić, 2010: 10).

Empirijski je potvrđeno da su masovni mediji postali gotovo presudni čimbenik socijalizacije mlade generacije koji utječe na mišljenje i ponašanje (Ilišin i sur.,

2001; Košir i sur. 1999; Livazović, 2012; Miliša, 2006). Foucault Welles i sur. (2014) istražili su prirodu prijateljstva na popularnoj društvenoj mreži *Second life* provedši 65 polustrukturiranih intervjua s njezinim korisnicima. Cilj tog istraživanja bio je ispitati razloge stupanja u virtualno prijateljstvo, očekivanja od virtualnog prijateljstva i specifičnosti koje se stvaraju kroz virtualno djelovanje. Rezultati istraživanja pokazuju da su prijateljstva na spomenutoj društvenoj mreži jako česta, a sklapanja prijateljstva ne ovise nužno o zajedničkim temama, aktivnostima i interesima ljudi. Ridings i Gefen (2004) istražili su razloge stupanja ljudi u virtualne zajednice. U istraživanju je sudjelovalo 399 ispitanika, a rezultati istraživanja pokazuju kako ljudi većinom stupaju u virtualne zajednice jer traže prijateljstvo i razmjene informacija, dok niži postotak ljudi stupa u virtualne zajednice jer traži rekreaciju ili socijalnu pomoć. Autori dolaze do podataka kako razlozi stupanja u virtualne zajednice variraju ovisno o vrsti grupe/zajednice kojoj se pristupa pa je tako socijalna podrška među popularnijim razlozima za stupanje u zajednicu sa zdravstvenim temama dok je prijateljstvo bilo među popularnijim razlozima za stupanje u zajednicu koja se bavi osobnim interesima, hobijima, kućnim ljubimcima i sl. Froding i Peterson (2012) raspravljaju, na temelju Aristotelove teorije prijateljstva, kako zapravo virtualno prijateljstvo nije jednako istinskom prijateljstvu. Autori pod pojmom „virtualno prijateljstvo“ podrazumijevaju tip prijateljstva koje postoji na internetu, a koje se rijetko ili gotovo nikada ne odvija u interakciji uživo. Pod pojmom „tradicionalno prijateljstvo“ autori podrazumijevaju tip prijateljstva koje uključuje stvarnu interakciju i pritom ističu kako samo takva vrsta prijateljstva može postati istinsko prijateljstvo i kako se samo takva vrsta prijateljstva može identificirati kao moralno vrijedno. Autori zaključuju kako je virtualno prijateljstvo oblik niže i manje vrijedne socijalne interakcije. Livazović (2012) ispitao je odnos povezanosti medija s rizičnim ponašanjima adolescenata na uzorku od 735 ispitanika, a rezultati pokazuju višestruku korelacijsko-regresijsku povezanost ispitivanih varijabli. Iz rezultata navodi da su kvalitetniji obiteljski, školski i vršnjački odnosi negativni prediktori rizičnih ponašanja, a veća kvaliteta i aktivnost mladih u slobodnom vremenu predviđa i veću prevalenciju eksternaliziranih rizičnih ponašanja te manju ovisnost o medijima. Kušić (2010) je proveo istraživanje koje je imalo za cilj utvrditi način korištenja *Facebookom* kod viših razreda osnovne škole te identificirati različita ponašanja učenika na *Facebooku*. Autor je došao do podataka da od 92 istraživanjem obuhvaćena učenika u višim razredima, *Facebook* profil posjeduje 89,1 % učenika. Identificiranjem ponašanja učenika na *Facebooku* i analizom dobivenih podataka zaključuje da je *Facebook* jedan od najzastupljenijih oblika komunikacije u svakidašnjem životu. Buljubašić Kuzmanović i sur. (2010) bave se vršnjačkim kontekstom razvoja učenika s naglaskom na popularnost i prijateljstvo kao dvije najznačajnije dimenzije vršnjačkih odnosa. Cilj istraživanja bio je ispitati što učenici očekuju od najboljeg prijatelja/prijateljice i koliko se navedena očekivanja ostvaruju u školskom kontekstu, među vršnjacima, te koliko se odrastanjem ta očekivanja mijenjaju, uvažavajući dob i spol djeteta. Ispitivanjem su obuhvatile 278 učenika od trećeg do osmog razreda u gradu Osijeku. Rezultati istraživanja pokazuju da su popularnost i prijateljstvo dvije razli-

čite forme socijalnog iskustva koje su konceptualno i empirijski povezane. Iskrenost i povjerenje pokazuju se kao poveznice prijateljstava i popularnosti (prihvaćenosti) kod starijih učenika, a kod mlađih dobrota, pomoć i iskrenost. Iako, *online* društvene mreže u današnje vrijeme olakšavaju upoznavanje novih osoba, mladi se njima ipak primarno najčešće koriste za održavanje ili ojačavanje njihovih trenutačnih stvarnih socijalnih mreža izvan virtualnog svijeta (Foucault Welles i sur., 2014).

U vrijeme adolescencije mladi su populacija koja je najviše izložena riziku zbog još nedovoljno razvijenih kritičkih sposobnosti (Erikson, 1968; Livazović, 2012; Miliša, 2015). Društvene mreže često su preplavljene neprimjerenim sadržajima kojima su mladi izravno i/ili neizravno izloženi. Tu se javlja problem odgojne uloge takvih medijskih sadržaja jer su djeca i mladi osobito skloni oponašanju i „mladi postaju pasivni obožavatelji tuđih ideja“ (Miliša, 2006: 49). Virtualne aktivnosti i virtualno djelovanje omogućuju lakšu socijalizaciju izoliranim adolescentima, no isto tako mogu omogućiti razvijanje i/ili potvrđivanje delikventnog ponašanja poput različitih oblika nasilja, vandalizma, problema u ponašanju. U virtualnim je svjetovima moguće voditi drugi život i ophoditi se prema ostalima bez ograničenja. Time se javljaju nove društvene forme koje brišu granicu između stvarnog i virtualnog svijeta. Virtualni svjetovi mogu izgledati bolje od stvarnog svijeta zbog načina na koji se ljudi prirodno počinju ponašati u tim novim okruženjima. Društvene su mreže mjesto gdje se dijele informacije, komunicira s ljudima, dijele detalji iz privatnog života, igraju razne igre, a u obilju *online* društvenih mreža *Facebook* je, moglo bi se reći, postao jedna od najpopularnijih za kojom posežu sve dobne generacije. *Facebook* je u sociološkom pogledu postao novi oblik društvenosti i društvenog povezivanja. Zbog činjenice da su druženje i razgovor s prijateljima zamijenjeni virtualnim aktivnostima *online* društvene mreže utječu na kulturu druženja (Kušić, 2010). Sve učestalija vezanost za *online* aktivnosti postaje stil života što može dovesti do pojavnosti problema u ponašanju mladih. Tako se javlja tzv. *cyber*-ovisnost – moderni tip ovisnosti koji karakterizira pomiješanost stvarnog i irealnog te se opisuje kao ovisnost vezana za mnogobrojne mogućnosti koje pruža računalo i kompulzivno ponašanje *online*. Sukladno tomu, izuzev mnogobrojnih svojih prednosti, *online* aktivnosti mogu dovesti do negativnih posljedica za odgoj i socijalizaciju mladih. Prema Christakis i Fowler (2010), društvene su mreže razrađene, složene i široko rasprostranjene i potrebno je istraživati čemu služe, kako funkcioniraju i na koji način utječu na okolinu.

METODOLOGIJA

Cilj istraživanja jest ispitati dimenzije virtualnog ponašanja adolescenata na *Facebook* društvenoj mreži.

Sa svrhom operacionalizacije cilja proizašli su zadatci istraživanja: utvrditi domene korištenja *Facebook* društvenom mrežom istražiti manifestacije virtualnog djelovanja mladih.

U radu se polazi od sljedećih hipoteza:

H1: Korištenje *Facebookom* kod mladih primarno je informacijske i socijalizacijske prirode.

H2: Mogućnosti virtualnih aktivnosti mogu se negativno manifestirati na proces odgoja i socijalizacije mladih.

Istraživanje je provedeno na namjernom uzorku od 134 ispitanika kojeg čine učenici i učenice drugih razreda srednjih škola s gimnazijskim programom u Varaždinskoj županiji (N = 134 u školskoj godini 2016./2017. čini 29 % ukupne istraživa- ne populacije) od čega je 96 ženskih ispitanika i 38 muških ispitanika.²³ Uzorak je odabran iz perspektive mogućnosti istraživača te na temelju spremnosti ispitanika i škola na suradnju. Instrument za provedbu istraživanja jest anonimna anketa izrađe- na za potrebe istraživanja, a sadržavala je pitanja zatvorenog tipa u obliku tvrdnji i sastojala se od tri dijela:²⁴ sociodemografska obilježja ispitanika; dimenzija upotrebe *Facebook* društvene mreže; rizična dimenzija. Sociodemografska obilježja ispita- nika sadrže četiri pitanja – razred, obrazovni program i spol te posjedovanje *Face- book* profila. Dimenzija upotrebe *Facebook* društvene mreže sadrži 15 tvrdnji koje se odnose na intrinzičnu i ekstrinzičnu sklonost prema korištenju *Facebookom* kao društvene mreže. Uz svaku tvrdnju ispitaniku je ponuđena Likertova skala s 4 stup- nja (1 – u potpunosti se ne slažem; 2 – ne slažem se; 3 – slažem se; 4 – u potpunosti se slažem). Rizična dimenzija sadrži 14 tvrdnji koje se odnose na izloženost nega- tivnom virtualnom djelovanju, a obuhvaćaju emocionalnu komponentu te pojavnost rizičnog ponašanja. Isto kao i u prethodnom instrumentu, uz svaku tvrdnju ispitaniku je ponuđena Likertova skala s 4 stupnja (1 – u potpunosti se ne slažem; 2 – ne slažem se; 3 – slažem se; 4 – u potpunosti se slažem), a zadatak ispitanika bio je odabrati od- govor koji se najviše odnosi na njega. Metodod anonimnog anketiranja istraživanje je provedeno u travnju 2017. godine u srednjim školama na području Varaždinske županije. Anketiranje je izvršeno u učionici nakon nastave i trajalo je 20 minuta gdje je pritom svaki ispitanik za sebe odgovarao na ponuđena pitanja i tvrdnje. U obradi podataka primijenjena je deskriptivna statistika i t-test za nezavisne uzorke, a podatci su obrađeni pomoću SPSS računalnog programa za statističku obradu podataka.

REZULTATI I INTERPRETACIJA

Prvo se prikazuju rezultati dobiveni deskriptivnom statistikom koji se odnose na skale upotrebe *Facebook* društvene mreže i implikacija virtualnog djelovanja kod ispitanika, a zatim rezultati na subskalama i razlike među njima s obzirom na spol, uz popratne interpretacije rezultata. Dobiveni se rezultati stavljaju u funkciju odgojno-obrazovne prakse i obogaćuju se dostupnim znanstvenim i publiciranim radovima iz tog i srodnih područja te se na taj način uspoređuju dobiveni rezultati istraživanja s rezultatima stranih i domaćih autora. U nastavku je istaknut prikaz re- zultata obrađenih deskriptivnom statistikom. Za svaku varijablu upitnika istaknut je broj ispitanika koji su odgovorili na tvrdnju, minimalan (Min.) i maksimalan (Max.) raspon odgovora na skali, aritmetička sredina (M), standardna devijacija (SD) te frekvencije pozitivnih (F+) i negativnih (F-) odgovora izražene u postocima.

²³ Brojčana razlika u omjeru muških i ženskih ispitanika nije slučajna – u većini razrednih odjeljenja gimnazijskog obrazovnog programa prevladava ženski spol.

²⁴ Upitnik je dostupan na upit autorici.

Tablica 1. Korištenje *Facebookom* i implikacije virtualnog ponašanja (N = 134; MIN. = 1, MAX. = 4)

Tvrđnja	M	SD	F -	F +
1. Koristim se <i>Facebookom</i> jer mi pomaže u sklapanju prijateljstva.	2,82	0,723	26 %	74 %
2. <i>Facebook</i> prijateljstva sklapam jer tako lakše održavam kontakte.	2,61	0,820	35 %	65 %
3. <i>Facebookom</i> se koristim za dijeljenje informacija.	2,91	0,750	24 %	76 %
4. <i>Facebookom</i> se koristim za zabavu s prijateljima.	2,78	0,708	29 %	71 %
5. <i>Facebookom</i> se koristim za brze i lakše dogovore i brz i jednostavniji pristup informacijama.	3,32	0,620	6 %	94 %
6. <i>Facebookom</i> se koristim za igranje <i>online</i> igara s prijateljima.	2,09	0,956	68 %	32 %
7. Zbog <i>Facebook</i> prijateljavanja bolje upoznajem svoje prijatelje.	2,20	0,890	61 %	39 %
8. Zbog prisutnosti i djelovanja na <i>Facebooku</i> imam više prijatelja.	2,25	0,801	66 %	34 %
9. Osjećam se popularno ako imam što više <i>Facebook</i> prijatelja.	1,51	0,679	94 %	6 %
10. Moji vršnjaci bez <i>Facebook</i> profila nisu „cool“.	1,41	0,674	96 %	4 %
11. Zbog <i>Facebook</i> profila i <i>Facebook</i> prijateljstava više se družim s vršnjacima.	2,29	0,773	59 %	41 %
12. Osjećam se povezanije sa svojim vršnjacima ako smo <i>Facebook</i> prijatelji.	2,56	0,879	43 %	57 %
13. <i>Facebookom</i> se koristim za iskrenije i otvorenije razgovore sa svojim prijateljima.	1,76	0,805	84 %	16 %
14. <i>Facebookom</i> se koristim za uhođenje drugih ljudi – prijatelja, poznanika, bivših ili budućih partnera.	2,62	1,101	41 %	59 %
15. <i>Facebookom</i> se koristim jer preko društvene mreže lakše pristupam suprotnom spolu.	2,30	0,851	55 %	45 %
16. Loše se osjećam ako dodem na svoj <i>Facebook</i> profil i vidim da nemam nikakvih novih obavijesti ili poruka.	1,89	0,843	78 %	22 %
17. Naljutim se na svog prijatelja ili prijateljicu ako mi ne „lajka“ fotografiju ili objavu.	2,30	1,171	51 %	39 %
18. Osobno poznajem sve svoje <i>Facebook</i> prijatelje.	2,10	0,967	66 %	34 %
19. Poželim deaktivirati <i>Facebook</i> profil, ali zbog određenih okolnosti ne mogu.	3,09	0,658	16 %	84 %
20. Ujutro kad se probudim, među prvim radnjama mi je provjera svojeg <i>Facebook</i> profila.	3,20	0,746	15 %	85 %
21. Kad nisam aktivan/na na profilu, razmišljam što mi prijatelji rade na <i>Facebooku</i> i što se događa <i>online</i> .	3,18	0,590	10 %	90 %
22. Osjećam se nemirno ako dugo vremena ne posjetim svoj profil.	2,88	0,418	15 %	85 %
23. Sudjelujem u svađama preko <i>Facebook</i> komentara.	2,39	0,957	55 %	45 %

24. Druge osobe me vrijeđaju i/ili maltretiraju na Facebooku.	3,02	0,822	26 %	74 %
25. Korištenje Facebookom u meni ponekad izaziva nezadovoljstvo.	2,49	0,571	51 %	49 %
26. Često sam izložen/a neprimjerenim sadržajima putem Facebooka.	2,85	0,910	28 %	72 %
27. Javljaju mi se nepoznate osobe putem Facebooka.	2,35	0,959	59 %	41 %
28. Komunicirajući online, mogu govoriti/pisati što želim i kome želim bez ograničavajućeg sadržaja ili vokabulara.	2,25	1,008	64 %	36 %
29. Objave mojih prijatelja ponekad me uznemiruju i/ili izazivaju nelagodu.	2,43	0,929	47 %	53 %

Rezultati deskriptivne statistike pokazuju da se ispitanici koriste *Facebookom* jer smatraju da im ta društvena mreža pomaže u sklapanju prijateljstva i jer tako lakše održavaju kontakte s prijateljima i poznanicima. Većina ispitanika pozitivno je odgovorila na tvrdnje vezane uz osnovnu funkciju društvenih mreža – socijalizacija i komunikacija, a vidljivo je kako ispitanici razlikuju virtualno i stvarno prijateljstvo. Niska frekvencija pozitivnih odgovora pojavljuje se kod tvrdnji koje se tiču osjećaja popularnosti zbog *Facebook* računa te se niži postotak ispitanika osjeća loše ako posjete svoj *Facebook* profil i ukoliko pritom nemaju nikakvih obavijesti ili poruka. Nešto višem postotku ispitanika izrazito je važno da im prijatelji „lajkaju“ fotografije ili objave, tj. važno im je skupljati „lajkove“ jer što neka osoba ima više „lajkova“, to je zanimljivija i popularnija. Navedeni su pokazatelji kontradiktorni ako se promotre frekvencije odgovora koje se tiču prethodno spomenute popularnosti (94 % ispitanika ne osjeća se popularno ako ima što više *Facebook* prijatelja, a veći broj prijatelja ujedno omogućava i veći broj skupljenih „lajkova“ – što je ispitanicima važno jer 39 % ispitanika naljuti se na svoje prijatelje ako im ne „lajkaju“ fotografiju ili objavu). Također, tome u prilog idu i rezultati da svega 34 % ispitanika osobno poznaje svoje *Facebook* prijatelje. Rezultati pokazuju da se vrlo visoki postoci pozitivnih frekvencija javljaju kod tvrdnji koje ukazuju na pojavnost i razvijanje rizičnih ponašanja te izloženost neprimjerenim i indoktrinirajućim sadržajima.

U nastavku rada istaknut je prikaz rezultata na subskalama, podijeljen na tri dimenzije ponašanja na *Facebook* društvenoj mreži: intrinzično i ekstrinzično te rizično ponašanje adolescenata.

INTRINZIČNA I EKSTRINZIČNA DIMENZIJA KORIŠTENJA FACEBOOK DRUŠTVENOM MREŽOM

U nastavku je istaknut prikaz rezultata obrađenih inferencijalnom statistikom. Za svaku varijablu upitnika testirana je statistička značajnost razlike prema spolu s obzirom na korištenje *Facebook* društvenom mrežom.

Tablica 2. T-test prema spolu s obzirom na upotrebu *Facebooka*

Tvrdnja	Spol	M	SD	t	p
1. Koristim se <i>Facebookom</i> jer mi pomaže u sklapanju prijateljstva.	Muško	2,55	0,795	2,765	0,006**
	Žensko	2,92	0,668		
2. <i>Facebook</i> prijateljstva sklapam jer tako lakše održavam kontakte.	Muško	2,36	0,851	2,261	0,025*
	Žensko	2,71	0,790		
3. <i>Facebookom</i> se koristim za dijeljenje informacija.	Muško	2,86	0,811	0,407	0,685
	Žensko	2,92	0,729		
4. <i>Facebookom</i> se koristim za zabavu s prijateljima.	Muško	2,81	0,651	0,330	0,742
	Žensko	2,77	0,732		
5. <i>Facebookom</i> se koristim za brze i lakše dogovore i brz i jednostavniji pristup informacijama.	Muško	3,28	0,653	0,368	0,714
	Žensko	3,33	0,609		
6. <i>Facebookom</i> se koristim za igranje <i>online</i> igara s prijateljima.	Muško	2,63	0,942	4,333	0,000***
	Žensko	1,88	0,881		
7. Zbog <i>Facebook</i> prijateljavanja bolje upoznajem svoje prijatelje.	Muško	1,97	0,884	1,880	0,062
	Žensko	2,29	0,881		
8. Zbog prisutnosti i djelovanja na <i>Facebooku</i> imam više prijatelja.	Muško	2,07	0,712	1,598	0,112
	Žensko	2,32	0,827		
9. Osjećam se popularno ako imam što više <i>Facebook</i> prijatelja.	Muško	1,42	0,642	1,006	0,316
	Žensko	1,55	0,693		
10. Moji vršnjaci bez <i>Facebook</i> profila nisu „cool“.	Muško	1,42	0,758	0,114	0,909
	Žensko	1,40	0,642		
11. Zbog <i>Facebook</i> profila i <i>Facebook</i> prijateljstava više se družim s vršnjacima.	Muško	2,00	0,869	2,809	0,006**
	Žensko	2,40	0,704		
12. Osjećam se povezanije sa svojim vršnjacima ako smo <i>Facebook</i> prijatelji.	Muško	2,21	0,741	3,043	0,003**
	Žensko	2,70	0,893		
13. <i>Facebookom</i> se koristim za iskrenije i otvorenije razgovore sa svojim prijateljima.	Muško	1,73	0,685	0,219	0,827
	Žensko	1,77	0,851		
14. <i>Facebookom</i> se koristim za uhođenje drugih ljudi – prijatelja, poznanika, bivših ili budućih partnera.	Muško	1,94	0,957	4,860	0,000***
	Žensko	2,89	1,041		
15. <i>Facebookom</i> se koristim jer preko društvene mreže lakše pristupam suprotnom spolu.	Muško	2,21	0,874	0,815	0,416
	Žensko	2,34	0,843		

Bilješka: $p < 0,05^*$, $p < 0,01^{**}$, $p < 0,001^{***}$, $df = 132$ ($N = 134$; MUŠKO = 38, ŽENSKO = 96)

Analizom odgovora ispitanika prema spolu s obzirom na korištenje *Facebook* društvenom mrežom t-test je pokazao da se adolescenti i adolescentice razlikuju u nekoliko domena upotrebe *Facebooka*. Vrlo značajna statistička razlika s obzi-

rom na spol javlja se u dvjema svrhama korištenja *Facebook* društvenom mrežom: korištenje u svrhe igranja *online* igara s prijateljima gdje pritom muški ispitanici odnose prevagu ($M = 2,63$; $SD = 0,942$) nad ispitanicama $t(132) = 4,333$, $p < 0,001$, i korištenje u svrhe uhođenja drugih ljudi gdje pritom ispitanice odnose prevagu ($M = 2,89$; $SD = 1,041$) nad muškim ispitanicima $t(132) = 4,860$, $p < 0,001$. Značajna statistička razlika javlja se u svrhe korištenja *Facebookom* kao pomoći pri sklapanju prijateljstava gdje rezultati pokazuju kako ispitanicama ($M = 2,92$; $SD = 0,668$) korištenje *Facebooka* više služi u navedene svrhe nego muškim ispitanicima $t(132) = 2,765$, $p < 0,01$. Također, značajna se statistička razlika s obzirom na spol javlja u pogledu korisnosti korištenja *Facebooka* gdje pritom rezultati ukazuju na to kako ispitanice ($M = 2,40$; $SD = 0,704$) smatraju da se zbog *online* prijateljstava više druže sa svojim prijateljima nego što to smatraju muški ispitanici $t(132) = 2,089$, $p < 0,01$. Rezultati t-testa pokazali su ($p = 0,003$) da se značajna statistička razlika s obzirom na spol javlja u osjećaju povezanosti – ispitanice ($M = 2,70$; $SD = 0,893$) se osjećaju povezanije od ispitanika $t(132) = 3,043$, $p < 0,01$ sa svojim vršnjacima ukoliko su ujedno povezani i *online*. Najslabija razina značajnosti ($p < 0,05$) pojavljuje se kod korištenja *Facebookom* zbog lakšeg održavanja kontakata gdje rezultati ukazuju na to da se ispitanice ($M = 2,71$; $SD = 0,790$) više nego ispitanici $t(132) = 2,261$, $p < 0,05$ koriste *Facebookom* zbog jednostavnosti održavanja kontakata. Preostali rezultati t-testa pokazuju da nema statistički značajne razlike s obzirom na spol kod drugih varijabli koje se odnose na upotrebu *Facebook* društvene mreže.

RIZIČNA DIMENZIJA VIRTUALNOG DJELOVANJA

U nastavku je istaknut prikaz rezultata obrađenih inferencijalnom statistikom. Za svaku varijablu upitnika testirana je statistička značajnost razlike prema spolu s obzirom na emocionalne manifestacije virtualnog djelovanja i implikacije za rizično ponašanje.

Tablica 3. T-test prema spolu s obzirom na manifestacije virtualnog djelovanja

Tvrdnja	Spol	M	SD	t	p
1. Loše se osjećam ako dodem na svoj <i>Facebook</i> profil i vidim da nemam nikakvih novih obavijesti ili poruka.	Muško	1,52	0,725	3,306	0,001**
	Žensko	2,04	0,845		
2. Najlutim se na svog prijatelja ili prijateljicu ako mi ne „lajka“ fotografiju ili objavu.	Muško	1,52	0,861	5,323	0,000***
	Žensko	2,61	1,136		
3. Osobno poznajem sve svoje <i>Facebook</i> prijatelje.	Muško	2,07	1,075	0,191	0,848
	Žensko	2,11	0,927		
4. Poželim deaktivirati <i>Facebook</i> profil, ali zbog određenih okolnosti ne mogu.	Muško	3,02	0,636	0,780	0,437
	Žensko	3,12	0,668		
5. Ujutro kad se probudim, među prvim radnjama mi je provjera svojeg <i>Facebook</i> profila.	Muško	3,34	0,847	1,302	0,195
	Žensko	3,15	0,700		

6. Kad nisam aktivan/a na profilu, razmišljam što mi prijatelji rade na <i>Facebooku</i> i što se događa <i>online</i> .	Muško	3,02	0,677	1,999	0,048*
	Žensko	3,25	0,542		
7. Osjećam se nemirno ako dugo vremena ne posjetim svoj profil.	Muško	2,92	0,358	0,527	0,568
	Žensko	2,87	0,441		
8. Sudjelujem u svađama preko <i>Facebook</i> komentara.	Muško	3,00	0,838	4,992	0,000***
	Žensko	2,15	0,898		
9. Druge osobe me vrijeđaju i/ili maltretiraju na <i>Facebooku</i> .	Muško	2,76	0,942	2,405	0,018*
	Žensko	3,13	0,748		
10. Korištenje <i>Facebookom</i> u meni ponekad izaziva nezadovoljstvo.	Muško	2,44	0,601	0,574	0,567
	Žensko	2,51	0,561		
11. Često sam izložen/a neprimjerenim sadržajima putem <i>Facebooka</i> .	Muško	2,84	1,027	0,128	0,898
	Žensko	2,86	0,865		
12. Javljaju mi se nepoznate osobe putem <i>Facebooka</i> .	Muško	1,73	0,828	5,073	0,000***
	Žensko	2,59	0,901		
13. Komunicirajući <i>online</i> , mogu govoriti/pisati što želim i kome želim bez ograničavajućeg sadržaja ili vokabulara.	Muško	2,78	1,017	4,090	0,000***
	Žensko	2,04	0,928		
14. Objave mojih prijatelja ponekad me uznemiruju i/ili izazivaju nelagodu.	Muško	2,44	0,978	0,499	0,619
	Žensko	2,62	2,103		

Bilješka: $p < 0,05^*$, $p < 0,01^{**}$, $p < 0,001^{***}$, $df = 132$ ($N = 134$; MUSKO = 38, ŽENSKO = 96)

Rezultati analize t-testa pokazuju da se vrlo značajna statistička razlika s obzirom na spol prema pojavnosti negativnih implikacija upotrebe *Facebook* društvene mreže javlja u domeni emocija. Ispitanice ($M = 2,61$; $SD = 1,136$) su sklonije od muških ispitanika $t(132) = 5,323$ ljutnji na svoje prijatelje ukoliko ne pokažu zadovoljavajući oblik reakcije na neku fotografiju i/ili objavu ($p < 0,001$). Na ovoj subskali navedeno ukazuje na problem racionalizacije virtualnog i stvarnog svijeta. Zbog mogućnosti koje društvene mreže u suvremeno doba nude, mladima je omogućeno da izjednačavaju virtualan i stvaran svijet, da poistovjete virtualne odnose sa stvarnim odnosima. Vrlo značajna statistička razlika također se javlja kod veće izloženosti ispitanica ($M = 2,59$; $SD = 0,901$) nego ispitanika $t(132) = 5,073$ prema kontaktiranju od strane nepoznatih osoba ($p < 0,001$). T-test pokazao je da su ispitanici ($M = 3,00$; $SD = 0,838$) skloniji svađama putem društvene mreže od ispitanica $t(132) = 4,992$, $p < 0,001$, dok ujedno ispitanici ($M = 2,78$; $SD = 1,017$) u većoj mjeri od ispitanica $t(132) = 4,090$ smatraju da komunicirajući *online* mogu govoriti i/ili pisati što žele i kome žele ($p < 0,001$). Ti se rezultati mogu povezati s mogućnostima *online* komuniciranja generalno jer ono omogućuje visoku razinu slobode i nekontrolne. Značajna statistička razlika pokazuje se u vezi s izazivanjem osjećaja nelagode ukoliko po pristupanju svom profilu ispitanici nemaju novih obavijesti, poruka ili komentara gdje pritom t-test pokazuje kako se ispitanice ($M = 2,04$; $SD = 0,845$) osjećaju lošije od ispitanika $t(132) = 3,306$, $p < 0,01$. Osim spomenutog, statistička se razlika javlja

kod tvrdnji da su ispitanice ($M = 3,13$; $SD = 0,748$) izloženije od ispitanika ($t(132) = 2,405$ vrijeđanju i maltretiranju putem društvene mreže ($p < 0,05$), a ujedno ispitanice ($M = 3,25$; $SD = 0,542$) iskazuju nešto veću sklonost k razvoju ovisnosti o društvenoj mreži nego ispitanici ($t(132) = 1,999$, $p < 0,05$). Rezultati t-testa kod preostalih varijabli ukazuju na to da nije prisutna statistička razlika prema spolu s obzirom na emocionalne manifestacije virtualnog djelovanja i implikacija za rizično ponašanje.

RASPRAVA

Generalni problem istraživanja bio je doznati odgojne implikacije virtualnog djelovanja mladih. Prema rezultatima istraživanja može se reći da su H1 i H2 potvrđene, tj. rezultati istraživanja ukazuju na to da se mladi *Facebookom* primarno koriste u socijalizacijske i komunikacijske svrhe, što potvrđuju i druga istraživanja (Cristakis i Fowler, 2010; Kušić, 2010; Livazović, 2012; Ridings i Gefen, 2004), no mogućnosti virtualnog djelovanja mogu razviti rizičnu dimenziju ponašanja adolescenata. Korištenje društvenim mrežama s jedne strane omogućuje mladima socijalno zbližavanje, olakšava i učvršćuje međusobnu komunikaciju, a s druge strane može doprinijeti razvoju rizičnog ponašanja. „Pretjerano i kompulzivno korištenje internetom i *online* aktivnosti vode u izolaciju, utječu na stvaranje virtualnih prijateljstava, postupno otuđenje i gubitak stvarnih prijatelja, a može se razviti i ovisnost“ (Stanić, 2010: 220) pa tako osim navedenog, rezultati pokazuju da postoji rizična dimenzija korištenja društvenim mrežama koja pogoduje razvijanju rizičnih oblika ponašanja kod adolescenata – nasilje i ovisnost. Kod mladih se javlja potreba za korištenjem *Facebookom*, ali ta potreba utječe negativno na njihovu socijalizaciju jer su istovremeno izloženi raznim oblicima učestalog virtualnog nasilja (svađe, vrijeđanja, prisutnost nepoznatih osoba).

Online mreže zahtijevaju od korisnika informacije o vezama s ostalima i o njihovim dnevnim aktivnostima i na taj se način razvijaju novi sustavi koji automatski generiraju velike količine pasivno skupljenih *online* podataka koji omogućavaju da se automatski prate prijatelji (Christakis i Fowler 2010). Karakteristika *Facebooka* jest ograničenje osoba koje korisnici vide unutar mreže te se time pokušava smanjiti broj veza među neznancima i pridonosi se osjećaju da je njihov *online* život primjenjiv na njihove društvene mreže iz stvarnog svijeta. *Facebook* je namijenjen spajanju prijatelja, traženju starih poznanstava i praćenju događaja i novosti kod željenih osoba. Danas je mladima na društvenim mrežama postala navika svakodnevno više puta ažurirati profil jer ih to čini povezanijima, a jedna od temeljnih funkcija društvenih mreža jest i osjećaj povezanosti, no vidljivo je kako ispitanici razlikuju virtualno i stvarno prijateljstvo što potvrđuju Froding i Peterson (2012). Mladi često tijekom dana iz navike posjećuju društvene mreže gdje pritom pasivno promatraju komentare i postove na zidovima prijatelja. Facebook se percipira kao društvena mreža kojom se svi koriste. Takva percepcija odgojno nije dobra jer je svaka radnja na *Facebooku* virtualna, a ne stvarna, a mlada osoba kojoj društvena mreža postaje glavni oblik komunikacije i socijalizacije i koja zanemaruje pravu komunikaciju zapravo se udaljava od stvarnosti. Stvaranju virtualnog svijeta pogoduje generalna

frustriranost i društvena nesigurnost jer one stvaraju krizu identiteta kod mladih što dovodi do mogućih oblika nasilja i različitih oblika rizičnog ponašanja.

Zbog prilagodbe društvu u kojem se osoba nalazi ili čak zbog pritiska društva često se razvijaju različite vrste rizičnih ponašanja i razne ovisnosti. U suvremeno doba sve se češće govori o ovisnostima bez droga. Pojavu ovisnosti bez droga Zuckerman Itković i Petranović (2010) povezuju sa strastima koje se „mrijeste“ u ispranom mozgu modernog čovjeka. Koncept istraživanja ovisnosti u prošlosti odnosio se većinom na psihoaktivne supstancije. U novije se vrijeme pažnja znanstvenika usmjerava na ovisnosti bez unošenja psihoaktivnih tvari u organizam. Zabrinutost se javlja zato jer se sve više ukazuje na to da postoje paralele između ovisnosti o drogama i ovisnosti bez droga. Tako Itković (2004) navodi tipove ovisnosti bez droga: ovisnosti o igrama na sreću, ovisnosti o nekontroliranom kupovanju, ovisnosti o sportu i aktivnostima vezanim za vježbanje tijela, ovisnost o seksu, ovisnost o radu, *cyber* ovisnost, a prema Goodmanu (1990), ovisnost bez droga obuhvaća: osjećaj napetosti koji prethodi ovisničkom ponašanju, nemogućnost suzdržavanja na podražaje, olakšanje za vrijeme trajanja aktivnosti, osjećaj gubljenja vremena tijekom te aktivnosti, misaona zaokupljenost ovisničkim aktivnostima, svijest o neprilagodljivom ponašanju ovisne osobe, zapostavljanje svakodnevnih obveza kao i sportskih aktivnosti i javljanje uznemirenosti u slučaju nemogućnosti ostvarivanja ovisničkog ponašanja. Iz rezultata se može istaknuti varijabla koja ukazuje na oblik rizičnog ponašanja – pojava virtualne ovisnosti. Prema Zuckerman (2013), pouzdana statistika o *cyber*-ovisnicima ne postoji, a i problem koji tome doprinosi jest činjenica da se mnogi ovisnici ne prepoznaju kao takvi. Zuckerman Itković i Petranović (2010) u *cyber*-ovisnosti ubrajaju ovisnost o internetu, ovisnost o *chatu*, ovisnost o računalnim igrama, ovisnost o seksualnom samozadovoljavanju te ovisnost o kupovanju putem interneta. U taj se popis može dodati i ovisnost o društvenim mrežama kao novi oblik *cyber*-ovisnosti. Ta vrsta ovisnosti istodobno uključuje i omogućava na jednom mjestu sve navedene *cyber*-ovisnosti (o internetu, ovisnost o *chatu*, ovisnost o računalnim igrama, ovisnost o seksualnom samozadovoljavanju, te ovisnost o kupovanju putem interneta).

ZAKLJUČAK

Sukladno rezultatima, može se reći kako postoje tri dimenzije virtualnog ponašanja adolescenata – intrinzična (informiranost, komunikacija), ekstrinzična (socijalizacija, utilitarnost) i rizična (ovisnost, nasilje). Također, rezultati istraživanja ukazuju na to da je virtualno djelovanje adolescenata samo po sebi vrijednosno neutralno – korištenje društvenim mrežama i prisutnost na društvenim mrežama za mlade nije ni vrijednosno pozitivno orijentirano niti je vrijednosno negativno orijentirano jer su mladi svjesni i pozitivnih i negativnih čimbenika koje dolaze s korištenjem društvenim mrežama. S obzirom na rezultate provedene testiranjem značajnosti razlika s obzirom na spol, može se ustvrditi kako od 29 testiranih varijabli, statistički vrlo značajna razlika pojavljuje se kod šest varijabli ($p < 0,001$), statistički značajna razlika pojavljuje se kod 4 varijable ($p < 0,01$), a slabija statistički značajna razlika

pojavljuje se kod 3 varijable ($p < 0,05$). Rezultati t-testa pokazuju da uglavnom nema razlike u intrinzičnom i ekstrinzičnom ponašanju adolescenata i adolescentica, ali postoji razlika u implikacijama za rizično ponašanje – adolescentice su sklonije od adolescenata poistovjećivanju virtualnog svijeta sa stvarnim socijalnim mrežama te su izloženije virtualnom nasilju, dok su adolescenti skloniji od adolescentica sudjelovati u virtualnom nasilju te njihovo virtualno djelovanje pogoduje stvaranju virtualne ovisnosti. Dobiveni se rezultati mogu primijeniti za unapređenje odgojno-obrazovne funkcije, a buduća istraživanja mogla bi uključivati istraživanja vezana uz percepciju i kvalitetu virtualnih odnosa kod adolescenata. Za pedagoški znanost ovaj problem relevantno ukazuje na situaciju u odgojno-obrazovnoj praksi, a zbog empirijske provjerljivosti moguće je, na temelju rezultata, preventivno djelovati i stvarati smjernice za odgojno-obrazovni rad s adolescentima.

LITERATURA

1. Christakis, N. A., Fowler, J. (2010). *Connected: The Surprising Power of our Social Networks and How they Shape our Lives*. New York: Little Brown and Co.
2. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Co.
3. Foucault Welles, B. et al. (2014), Virtually Friends: An Exploration of Friendship Claims and Expectations in Immersive Virtual Worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, 2(7): 1-15.
4. Froding, B., Peterson, M. (2012). Why virtual friendship is no genuine friendship. *Ethics Inf Technol*, 14(1): 201-207.
5. Goodman, A. (1990). Addiction: definition and implications. *Society for the study of addiction*, 85(11): 1403-1408.
6. Ilišin, V. i sur. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
7. Košir, M. i sur. (1999). *Život s medijima: priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje*. Zagreb: Doron.
8. Kušić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola*, 24(56): 103-125.
9. Leburić, A. i sur. (2003). *Ovisnički identiteti: mišljenja različitih društvenih skupina u Hrvatskoj*. Zagreb: Alineja.
10. Livazović, G. (2012). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 20(1): 1-22.
11. Miliša, Z. (2006). *Manipuliranje potrebama mladih*. Zagreb: MarkoM usluge.
12. Miliša, Z. (2015). *Šok današnjice*. Split: Naklada Bošković.
13. Muraja, D. (2001). *Ljudi, što je to Internet?* Zagreb: Muraja.
14. Ridings, M. K., Gefen, D. (2004). Virtual Community Attraction: Why People Hang Out Online. *JCMC*, 1(10): 1-22.
15. Simel, S., Špoljarić, I., Buljubašić Kuzmanović, V. (2010). Odnos između popularnosti i prijateljstva. *Život i škola*, 23(1): 91-108.
16. Stanić, I. (2010). Ovisnost o internetu, cyber-kockanju – kako ih sprječavati. *Napredak*, 151(2): 214-235.
17. Tomić-Koludrović, I., Leburić, A. (2002). *Sociologija životnog stila: prema novoj metodološkoj strategiji*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.

18. Vučetić, M. (2007). Prijateljstvo u Aristotelovoj filozofiji. *Filozofska istraživanja*, 27(3): 571-579.
19. Zuckerman, Z. (2004). Ovisnost bez droga kod studentske populacije. *Pedagogijska istraživanja*, 1: 231-239.
20. Zuckerman, Z. (2013). *Anatomija roditeljskog odgoja*. Zadar: vlast. nakl.
21. Zuckerman Itković, Z., Petranović, D. (2010). *Ovisnosti suvremenog doba: Strast i muka*. Zagreb: Školska knjiga.