

NEPRESTANA POVEZANOST I STRAH OD PROPUŠTANJA U SVAKODNEVNIM INTERAKCIJAMA MLADIH LICEM U LICE¹

Sebastijan Ivasović :: Ivan Burić

IZVORNI ZNANSTVENI RAD / DOI: <https://doi.org/10.20901/ms.10.20.2> / PRIMLJENO: 14.05.2019.

SAŽETAK U ovom eksplorativnom istraživanju provedenom u Zagrebu putem promatranja bez sudjelovanja i dubinskih intervjua nastojali su se otkriti učestalost, obrasci i motivi uporabe pametnih telefona za vrijeme druženja mladih pripadnika generacije Z (osobe rođene u periodu kasnih 90-ih godina 20. stoljeća i u prvom desetljeću 21. stoljeća) licem u lice, kako bi se istražila potreba za neprestanom povezanošću mladih i s time povezan strah od propuštanja. Rezultati istraživanja pokazuju da mladi za vrijeme druženja licem u lice pametne telefone koriste kako bi premostili pad intenziteta razgovora i generirali nove teme, s varijacijama u dinamici uporabe koja ovisi o veličini grupe i kvaliteti poznanstva članova. Dodatno, istraživanjem je otkriveno da su mladi neprestano povezani po navici – naročito oni koji se nalaze u ljubavnoj vezi. Neprestana je povezanost, u načelu, rezultat dosade i želje za zabavom, a takva povezanost može dovesti do stresa i straha od propuštanja. Taj se strah manifestira u situacijama kada mladi ostaju bez pametnog telefona zbog čega se osjećaju „odsječenima od svijeta“. Također, zbog visokih očekivanja neprestane komunikacijske prisutnosti mladi osjećaju pritisak za brzom komunikacijom, što generira stresne situacije.

KLJUČNE RIJEČI

NEPRESTANA POVEZANOST, STRAH OD PROPUŠTANJA, PAMETNI TELEFON, GENERACIJA Z

Bilješka o autorima

Sebastijan Ivasović :: Madison Consulting, Zagreb, Hrvatska :: sebastijan.ivasovic@madison.hr

Ivan Burić :: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska :: iburic@hrstud.hr

¹ Ovaj je rad nastao na temelju diplomskog rada Sebastijana Ivasovića pod naslovom „Navike korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama mladih“, obranjenog 12. rujna 2017. godine na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu.

UVOD: PAMETNI TELEFON KAO SASTAVNI DIO DRUŠTVENE SVAKODNEVNICE MLADIH

Posjedovanje pametnih telefona među mladima danas je gotovo pa postalo pravilo. U travnju 2018. godine 95 % adolescenata iz Sjedinjenih Američkih Država izjavilo je kako posjeduje ili pak ima pristup pametnom telefonu, a glavnina vremena koje provode koristeći ga odnosi se na *online* aktivnosti (Anderson i Jiang, 2018: 2). Mladi Europljani ne kaskaju za mladim američkim susjedima pa tako 94 % mladih u Europskoj uniji (od 16 godina do 24 godine) pristupa internetu putem pametnog telefona (Eurostat, 2016: 1). Štoviše, prosječan mladić (od 18 godina do 24 godine) u Velikoj Britaniji dnevno „surfa“ putem pametnog telefona 3 sata i 40 minuta, a djevojke 50 minuta manje (Ofcom, 2018: 67). Stanje u Hrvatskoj vjerno reprezentira stanje u Europi. Pametni telefon kao uređaj za pristupanje internetu s 53,7 % definitivno prednjači nad ostalim uređajima, pa tako 91,6 % Hrvata više puta dnevno koristi internet, a mladi u Hrvatskoj (od 18 do 29 godina) koriste internet češće od svih drugih dobnih skupina (Ipsos Connect, 2019: 5, 15).

Učestala upotreba pametnih telefona među mladima uvelike se svodi na *online* komunikaciju. Od različitih komunikacijskih sadržaja koji su dostupni putem pametnih telefona mladi u Europi najviše razmjenjuju instantne poruke, zovu nekoga ili pristupaju društvenim mrežama (Vorderer i sur., 2016: 699; TNS Political & Social, 2016: 11). Isto vrijedi i u Hrvatskoj, jer prema posljednjim podacima 91 % mladih (od 18 do 29 godina) koristi internet za odgovaranje na e-poruke, 87 % za komunikaciju putem *chat*-aplikacija, a 84 % za posjećivanje društvenih mreža (Ipsos Connect, 2019: 16). Da je „online svijet snažno utkan u socijalni život mladih“ pokazali su Sally Quinn i Julian Oldmeadow (2013: 137) svojim istraživanjem prema kojem dječaci i adolescenti značajno profitiraju od korištenja društvenih mreža s obzirom na to da umreženost koreliraju s osjećajem društvene pripadnosti, tj. pripadnosti grupi.

Prema Deborah Chambers društvene su mreže za adolescente „temelj za formiranje identiteta i društvenih skupina. Putem tračanja, očijukanja, zezanja i druženja one su postale dio svakodnevice života adolescenata“ (2013: 100). Ovome u prilog govore i podatci o tome da se 59 % američkih adolescenata zbog društvenih mreža osjeća znatno povezanije sa svojim ljubavnim partnerom, dok njih 44 % tvrdi da im društvene mreže pomažu osjećati se emocionalno bliskima (Lenhart i sur., 2015: 5).

Rezultati istraživanja na osnovnoškolskoj i srednjoškolskoj djeci te studentima iz Hrvatske također snažno sugeriraju da mladi koriste društvene mreže i pametne telefone prvenstveno kako bi se povezivali i komunicirali s prijateljima (Kunić i sur., 2017: 158; Relja i Božić, 2012: 147; Rattinger, 2018: 55). Pametni telefoni igraju važnu ulogu u procesu socijalizacije i održavanja vršnjačkih odnosa zbog svoje mobilnosti i dostupnosti, ističu Renata Relja i Tina Božić, „što je vidljivo u činjenici da mladi ne izlaze bez mobitela, a u slučaju da se to i dogodi, osjećaju njegov nedostatak“ (2012: 146-147). Upravo komunikacija koja uvelike uključuje korištenje pametnih telefona obilježava novu kulturu komuniciranja (Relja i Božić, 2012: 147).

STALNI PROVJERAVATELJI, STRAH OD PROPUŠTANJA I POVEĆANJE STRESA

Može se kazati da mladi danas žive u „multimedijalnim čahurama“ vršnjačke intimnosti posredovane pametnim telefonima. Zbog brzine i gotovo neprekidne prisutnosti društvene mreže i ostale *online* komunikacijske aplikacije podrazumijevaju uvlačenje u digitalni prostor koji pak podrazumijeva odvlačenje od ulica, parkova, igrališta i sl. Štoviše, da bi se sudjelovalo u vršnjačkom društvu, osoba mora biti upućena u medijske mogućnosti određene društvene mreže ili, doslovno, kako bi mogli participirati u društvenoj stvarnosti, mladi moraju znati na koji način proizvesti adekvatan sadržaj (Chambers, 2013: 87-88). U posljednjih nekoliko godina želja ljudi da budu u toku s digitalnom društvenom zbiljom manifestirala se u fenomenu permanentne ili prestane umreženosti na komunikacijskim aplikacijama ili društvenim mrežama (engl. *permanently connected*). Gotovo polovina punoljetnog stanovništva SAD-a ne može zamisliti svoj život bez pametnog telefona, a 86 % njih gotovo neprekidno ili vrlo često provjerava pristigle poruke, elektroničku poštu i svoje profile na društvenim mrežama. (American Psychological Association, 2017: 1-2). Peter Vorderer i sur. (2016: 699) istraživanjem su ustanovili da dvije trećine studenata „preferira imati upaljen pametni telefon tijekom noći u njihovoj neposrednoj blizini“, što indicira u kojoj je mjeri sposobnost komuniciranja ili mogućnost praćenja novosti važna. Doduše, prema istom istraživanju (2016: 699) neprestana umreženost studentima je važnija od permanentnog dotoka općih informacija, poput vijesti s portala i sl. (engl. *permanently online*).

Neprestana umreženost manifestira se u učestalom dopisivanju s prijateljima. U prosjeku studenti na poruke prijatelja i partnera odgovaraju u roku od 15 minuta, dok odgovaranje na poruke roditelja, nadređenih i sl. slijedi unutar 30 minuta. Nadalje, prema istraživanju, odgovaranje na poruke i *online* komunikacija stvaraju određeni psihološki pritisak. Većina sudionika potvrdila je da brže odgovaraju na poruke ukoliko je pošiljalatelj vidio da je poruka pročitana. Stoga neki od sudionika ne otvaraju poruke u aplikaciji (što znači da pošiljalatelj ne zna jesu li vidjeli poruku ili ne) do trenutka kada požele odgovoriti (Vorderer i sur., 2016: 701). Prema drugim istraživanjima 85 % adolescenata koji se nalaze u ljubavnoj vezi očekuje barem jednom u danu stupiti u kontakt s partnerom, dok 35 % njih očekuje kontakt svakih nekoliko sati – bilo da se oni jave partneru/partnerici ili da se njihov partner, odnosno partnerica njima javi (Lenhart i sur., 2015: 6-7). Na pitanje što se događa kada studenti nemaju pristup internetu, odnosno kada ne mogu biti neprestano umreženi, Vorderer i sur. pišu:

Specifičan fokus u velikom broju odgovora [na to pitanje] bio je na osjećaju nepovezanosti, osjećaju da nešto važno nedostaje („golo“, „prazno“, „necivilizirano“, staromodno“, „kao da nedostaje organ“), osjećaju propuštanja i samoće [...] Za neke sudionike gubitak pristupa internetu izazvao je visoku razinu stresa i iritacije, a čak je spomenuta i panika. (2016: 699)

Taj osjećaj propuštanja u posljednjih je nekoliko godina dobio ime – FOMO (engl. *fear of missing out*), ili strah od propuštanja, a definiran je kao „intenzivan strah da drugi imaju iskustvo (društvene) nagrade koje subjekt nema s obzirom na to da je odsutan, pa se FOMO karakterizira kao želja da se kontinuirano bude u toku s onime što drugi rade“

(Przybylski i sur., 2013: 1841). Prema recentnim istraživanjima FOMO je značajno povezan s čestom upotrebom društvenih mreža putem pametnog telefona i napose njegovom problematičnom upotrebom (Elhai i sur., 2018a: 296). Štoviše, potreba za osjećajem pripadnosti i razina autentične samoprezentacije na društvenim mrežama pozitivno je korelirana sa strahom od propuštanja. Osobe koje imaju snažnu potrebu za društvenim vezama osjećaju veći stupanj FOMO-a. Također, korelacija između FOMO-a i osjećaja društvene potpore veća je što osobe osjećaju manju društvenu potporu (Wang i sur., 2018: 137). Andrew Przybylski i sur. (2013) istraživali su povezanost FOMO-a s emocionalnim, motivacijskim i ponašajnim dispozicijama i stanjem korisnika. Prema njihovim otkrićima, što je bazična psihološka potreba za kompetencijom, autonomijom i društvenom povezanošću manje zadovoljena, to je FOMO prisutniji. Kada je riječ o mladima, njihovo istraživanje (Przybylski i sur., 2013: 1846) pokazalo je da su studenti s većom razinom FOMO-a ujedno i skloniji provjeravanju e-poruka tijekom predavanja.

Osim što pametni telefoni pod stanovitim uvjetima podupiru FOMO i generiraju stres, učestala upotreba pametnih telefona i *online* komunikacije u stresnim životnim fazama utječe na mentalno zdravlje korisnika. Studenti koji koriste SMS-ove ili aplikacije za dopisivanje kada su pod pojačanim stresom značajno umanjuju vlastitu emocionalnu stabilnost, socijalno stabilno ponašanje i zdrav san. Točnije, broj poruka u jednom danu direktno utječe na zdrav san, dok učestalo slanje poruka moderira vezu između interpersonalnog stresa i osjećaja „izgaranja“ te emocionalnog blagostanja (Murdock, 2013: 214-215).

Prema prikazanim podacima može se zaključiti da su mladi prikovani uz svoje pametne telefone uglavnom kako bi komunicirali s vršnjacima. Neprestana povezanost pak dovodi do straha od propuštanja, i to naročito kod mladih koji imaju izrazitu potrebu za povezanošću i društvenom potporom. S obzirom na tako izraženu ulogu pametnih telefona u socijalizaciji mladih, može se pretpostaviti da će njihov osjećaj straha od propuštanja i potreba za stalnim provjeravanjem novih poruka na pametnom telefonu biti manji prilikom druženja licem u lice. Opravdanje toj pretpostavci daje činjenica da su takva druženja *par excellence* primjer komunikacije adolescenata kojima je ona vrlo bitna, s obzirom na to da služi kao sredstvo i cilj socijalne interakcije (Matsumoto, 2009: 405).

PREDMET I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Predmet ovog istraživanja jest korištenje pametnih telefona prilikom druženja mladih licem u lice. Generalni je cilj istražiti tipične obrasce korištenja pametnih telefona od strane mladih ljudi u interakcijama licem u lice, kao i moguću povezanost između fenomena „neprestane prisutnosti“ i „straha od propuštanja“ (FOMO).

Polazeći od tako definiranog predmeta i generalnog istraživačkog cilja, definirani su sljedeći specifični ciljevi istraživanja:

1. otkriti učestalost pojedinačne upotrebe pametnih telefona za vrijeme druženja mladih licem u lice;

2. detektirati i opisati tipične obrasce korištenja pametnih telefona za vrijeme druženja mladih licem u lice;
3. opisati pojedine navike i motive uporabe pametnih telefona za vrijeme druženja licem u lice;
4. istražiti postoji li potreba za stalnom umreženošću mladih putem pametnih telefona i kako se ona manifestira;
5. istražiti strah od propuštanja i osjećaje mladih u donosu na učestalo korištenje pametnih telefona.

METODA I UZORAK

Metoda

Sukladno eksplorativnoj naravi postavljenih ciljeva istraživanje je provedeno korištenjem kvalitativnih metoda istraživanja: posredstvom metode promatranja i metode dubinskog intervjua. Metoda promatranja korištena je zato što je u okviru društvenih znanosti ona pogodna kao metoda eksplanatornog istraživanja, tj. korisna je za prikupljanje neposrednih uvida koji mogu poslužiti kao prvi korak u pokušaju objašnjenja i razumijevanja ljudskog ponašanja. Shodno tome, glavni razlog izbora te metode istraživanja navika i motiva korištenja pametnih telefona pri druženju mladih licem u lice jest taj što promatranje omogućava izravan pristup situacijama u kojima se društvene interakcije odvijaju. Njegova osnovna prednost jest mogućnost ulaska istraživača u situaciju koja je predmet istraživanja, izvornost, neposrednost, tj. izravni doticaj sa sudionicima istraživanja. Promatranjem se omogućuje stvaranje slike o ponašanju kakvo ono uistinu jest, tj. istraživač se ne mora oslanjati na iskaze kojima sudionici rekonstruiraju situaciju u kojoj su se nalazili ili motive svojeg djelovanja (Daymon i Holloway, 2005: 203).

Promatranje je provedeno u formi prikrivenog strukturiranog promatranja (bez sudjelovanja). To znači da je, shodno ciljevima istraživanja, konstruiran protokol, odnosno matrica za promatranje u koju su tijekom promatranja unošeni sljedeći podatci: vrijeme i mjesto promatranja, broj sudionika promatrane skupine i spolna struktura skupine te broj pojedinačnih rukovanja pametnim telefonom za vrijeme perioda promatranja za svakog člana skupine. Također, bilježeni su i ovi podatci: aktivnosti kojima se bave sudionici skupine, način na koji komuniciraju, mjesto gdje se nalazi pametni telefon te vrijeme utrošeno na korištenje pametnog telefona po članu grupe.

Budući da je jedna od osnovnih manjkavosti promatranja bez sudjelovanja nemogućnost istraživača da objasni ili interpretira motive koji potiču pojedine vrste promatranog ponašanja ili nemogućnost da se interpretiraju značenja koja akteri pridaju svojem ponašanju, ovo je istraživanje nadopunjeno i metodom polustrukturiranog dubinskog intervjua. Za razliku od promatranja koje je istraživačku pažnju fokusiralo na eksploraciju modaliteta korištenja pametnih telefona u društvenim interakcijama mladih, metodom dubinskih intervjua prikupljene su spoznaje o navikama mladih u korištenju pametnih telefona tijekom njihovih druženja licem u lice. Dakle, osnovna svrha dubinskih intervjua bila

je da se od samih korisnika pametnih telefona prikupe interpretacije motiva i razloga zbog kojih koriste pametne telefone u situacijama društvenih interakcija licem u lice. Shodno tome, izrađen je vodič za intervju strukturiran sukladno postavljenim ciljevima istraživanja, istraživačkim pitanjima i podacima koje je generiralo samo promatranje. Konkretnije, vodič je sadržavao pitanja čija je svrha bila istraživanje sljedećih tema: 1. frekventnost i namjena uporabe pametnog telefona, 2. sveprisutnost, 3. stres i pametni telefon.

Uzorak

Ovim istraživanjem nastojalo se obuhvatiti tzv. „generaciju Z“ koja se odnosi na osobe rođene krajem 90-ih godina 20. stoljeća i početkom prvog desetljeća 21. stoljeća (Merriam-Webster, 2019). Razlog tome jest činjenica da su pripadnici te generacije, pogotovo oni rođeni od 2000. naovamo, odrasli s računalom u rukama. U prosjeku oni pripadnici generacije Z koji su 2016. imali između 13 i 17 navršениh godina života su s 12 godina dobili svoj prvi pametni telefon. Oni između 18 i 24 navršene godine su, u prosjeku, dobili pametni telefon sa 16 godina, a oni u dobi između 25 godina i 34 godine s 20 godina (Google/Ipsos, 2016). Iz te perspektive pripadnici generacije Z referentna su skupina za istraživanja fenomena FOMO i neprestane povezanosti.

Metodom promatranja promatralo se deset skupina mladih za vrijeme druženja na javnim mjestima, poput trgova i kafića kao tipičnih mjesta za druženja mladih. Kako metoda strukturiranog promatranja bez sudjelovanja ne omogućuje egzaktno detektiranje dobi subjekata koji se promatraju, fokusiranje promatranja na pripadnike generacije Z pokušalo se postići odabirom mjesta promatranja. Zbog toga su se promatranja odvijala krajem lipnja 2017. godine u kafiću u neposrednoj blizini Studentskog centra u Zagrebu te na Glavnom kolodvoru u Zagrebu jer su to poznata mjesta na kojima se učenici srednjih škola i studenti okupljaju. Osim odabira mjesta promatranja fokusiranje promatranja na pripadnike generacije Z dodatno se pokušalo precizirati procjenom izgleda subjekata (mladolik izgled, posjedovanje ruksaka, skripti i knjiga i sl.) te odabirom tema o kojima su subjekti razgovarali, a koje je bilo moguće prepoznati (razgovor o ispitima, putovanjima, studentskim poslovima, noćnim izlascima i sl.). Maksimalno vrijeme promatranja pojedine skupine bilo je 30 minuta, a minimalno 15 minuta. Prosječna promatrana skupina sastojala se od 3,4 sudionika, s tim da je najmanju promotrenu skupinu činilo dvoje sudionika, a najveću šest. Prosječno vrijeme promatranja bilo je 24 minute i 30 sekundi. Sveukupno je promotreno 34 mladih, od kojih je 16 žena i 18 muškaraca. Dvije grupe sastojale su se samo od muških ili ženskih osoba, dok je ostalih osam grupa bilo miješane spolne strukture.

Nakon istraživanja realiziranog metodom promatranja provedeno je istraživanje posredstvom dubinskih intervjua. Intervjuirano je 10 osoba iz Zagreba i okolice u dobi između 17 godina i 21 godine. Ispitana su četiri muškarca i šest žena krajem lipnja i početkom srpnja 2017. godine. Logika uzorkovanja u ovom slučaju predstavljala je kombinaciju prigodnog uzorka i uzorka tipičnih slučajeva. To znači da su istraživanjem bili obuhvaćeni istraživačima dostupni pojedinci za koje je bilo moguće utvrditi da su im svojstvena obilježja koja ih svrstavaju u generaciju Z te koja ih čine relevantnim s obzirom na postavljene ciljeve istraživanja. Drugim riječima, uzorak su činile osobe za koje je bilo moguće konstatirati da: a) pripadaju generaciji Z, b) da se koriste pametnim telefonom i c) da sudjeluju u

vršnjačkim druženjima, što ih čini pogodnima za davanje uvida u motive, osjećaje i navike korištenja pametnih telefona za vrijeme društvenih interakcija licem u lice.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Korištenje pametnih telefona tijekom društvenih interakcija mladih

U svih deset promatranih skupina sveukupno su zabilježene 124 pojedinačne upotrebe pametnog telefona. Prosječna zabilježena uporaba pametnog telefona po pojedinačnom sudioniku jest 3,6 puta u 24 minute i 30 sekundi. Maksimalna zabilježena uporaba pametnog telefona bila 10 puta od strane jedne osobe u grupi koju se promatralo 30 minuta. S druge strane, u dvije različite grupe zamijećeno je da tri člana nisu ni jednom uporabila pametni telefon u promatranom vremenu. Osobe oba spola u prosjeku su jednako koristile pametni telefon za vrijeme druženja – dakle, u prosjeku 3,6 puta. Dominantna vrijednost uporabe telefona po članu promatranih skupina je četiri.

Ukupno najviše pojedinačnih uporaba pametnog telefona u jednoj grupi bilo je dvadeset jedan u maksimalnih trideset minuta promatranja. Najmanje pojedinačnih uporaba mobilnih telefona u jednoj grupi je tri.

Tablica 1. Uporaba pametnih telefona u promatranim grupama

| | |
|---|---------------|
| Zbroj promatranih osoba u svim skupinama | 34 |
| Zbroj pojedinačnih uporaba pametnog telefona u svim skupinama | 124 |
| Prosječno vrijeme promatranja skupina | 24 min i 30 s |
| Prosječan broj upotrebe pametnog telefona po članu skupine | 3,6 |
| Najčešća vrijednost uporabe pametnog telefona po članu skupine | 4 |
| Najveća zabilježena vrijednost uporabe pametnog telefona od strane člana skupine | 10 |
| Najmanja zabilježena vrijednost uporabe pametnog telefona od strane člana skupine | 0 |
| Najviše pojedinačnih uporaba pametnog telefona na grupnoj razini | 21 |
| Najmanje pojedinačnih uporaba pametnog telefona na grupnoj razini | 3 |

U fokusu kvalitativnih metoda istraživanja, pogotovo ukoliko se koriste u svrhu početne eksploracije određenog fenomena, nije generaliziranje nalaza istraživanja. Međutim, one mogu poslužiti kao korisno sredstvo za konstrukciju pretpostavki o tome kako se određene pojave odvijaju, koje su moguće karakteristike pojedinih fenomena i/ili koje su vjerojatne inačice njihove manifestacije. Shodno tome, i rezultati provedenog promatranja naznačuju neke od mogućih obrazaca korištenja mobilnih telefona u svakodnevnim interakcijama mladih. Rezultati sugeriraju da se u interakcijama licem u lice, s manjim ili većim intenzitetom, pojavljuju tri relativno jasno strukturirana obrasca korištenja pametnih telefona.

Pametni telefon kao multimedijско pojačalo

U grupama koje su činile tri osobe, a takvih je bila polovica od ukupnog broja promotrenih, opaženo je da prilikom opadanja intenziteta konverzacije ili rasprave, zbog neke kraće aktivnosti, najčešće barem jedna osoba u grupi poseže za pametnim telefonom. U takvim slučajevima uočen je svojevrsni domino-efekt: nakon što prva osoba posegne za telefonom i preostala dva člana također posežu za telefonom. Nakon toga obično slijedi kratka zaokupljenost (otprilike minutu ili dvije), svih članova ili barem dva člana, nekim od sadržaja koje nude pametni telefoni, a koja traje do pronalaženja neke nove teme za razgovor. Također, u grupama od troje sedam je puta zamijećeno da jedan član ostalima pokazuje neki sadržaj na pametnom telefonu. Navedeni nalaz upućuje na mogućnost da se pametni telefon u interakcijama unutar grupe mladih koristi kao sredstvo osnaživanja ili „multimedijско pojačavanje“ već postojeće teme dijaloga. Također su opažene i razlike između članova grupe s obzirom na način korištenja pametnih telefona. Neki članovi promatranih grupa od početka do kraja promatrane interakcije koristili su pametni telefon u relativno kratkim intervalima. U takvim slučajevima primijećeno je učestalo simultano verbalno komuniciranje s ostalim članovima i uporaba pametnog telefona. To je najčešće izgledalo tako da promatrani član grupe pogledom prati sadržaje na pametnom telefonu, a verbalno i mimički se referira na dijalog ostalih članova društva.

Korištenje pametnog telefona „u paru“

Korištenje pametnog telefona u paru drugi je uočeni obrazac korištenja pametnih telefona, a uočen je u grupama od dva člana.² Primjerice, u promatranoj situaciji s dvije ženske osobe obje su istovremeno koristile pametne telefone. Karakteristika te interakcije bio je visok intenzitet dijaloga. Svaka od promatranih osoba koristila je pametne telefone četiri puta tijekom promatranja. Sam početak druženja obilježila je konverzacija manjeg intenziteta tijekom koje su osobe koristile pametne telefone, s time da je povremeno jedna djevojka drugoj pokazivala određeni sadržaj. U trenutcima dok su sudionice obje dovale, ni jedna od njih nije koristila pametni telefon, a dijalog je bio vrlo dinamičan i intenzivan. Po padu intenziteta dijaloga uslijedila je obostrana uporaba pametnih telefona koja je trajala nekoliko minuta. Nakon toga je i predmet konverzacije postao sadržaj koji se konzumirao na mobilnim uređajima, što je potrajalo do kraja promatranja. U drugom slučaju u promatranoj grupi uočene su 3 pojedinačne uporabe pametnog telefona, i to od strane muške osobe, dok ga ženska osoba nije imala istaknutim na vidljivom mjestu. Ta je interakcija trajala dvadeset i tri minute, a njezina dinamika i intenzitet bili su poprilično niski. U tom slučaju jedino je muškarac koristio pametni telefon: prvi put kada je pokazivao određeni sadržaj djevojci, a u ostala dva slučaja bilo je moguće utvrditi da je samo kratko pogledao na sat i provjerio prispjele poruke, s tim da ga je sudionica upozorila na to da ne koristi pametni telefon za vrijeme njihova druženja. Moguće je pretpostaviti da je dotična djevojka svjesno izbjegavala uporabu pametnog telefona tijekom interakcije, što je ujedno izvršilo pritisak na sudionika da i on, usprkos komunikaciji slabijeg intenziteta, izbjegava njegovu uporabu. Dakle, ovaj primjer pokazuje da korištenje pametnog telefona „u paru“ podrazumijeva i obostrano sustezanje od korištenja telefona. Drugim riječima, rezultati promatranja sugeriraju ili istovremeno korištenje pametnih telefona od strane oba člana ili apstinenciju od korištenja.

² Ukupno su promotrene dvije takve grupe.

Dijeljenje sadržaja „u manjim grupama“

Rezultati našeg promatranja sugeriraju da bi taj obrazac korištenja pametnih telefona mogao biti svojstveni većim grupama (od 4 člana do 6 članova). Promotrene su tri takve grupe – jedna od četiri člana, jedna od pet članova i jedna od šest članova.³ U većim grupama zamijećeno je kako uglavnom svi članovi grupe ne ulažu jednak napor u komunikaciju te da često postoji i više tema oko kojih se komunicira „u manjim grupama“. Također, u takvim grupama pojedini članovi cijelo vrijeme koriste pametni telefon te ne sudjeluju aktivno u konverzaciji. Primjerice, često se događalo da određeni broj članova većih grupa (najčešće dvoje) između sebe dijeli određene sadržaje na pametnim telefonima. Također su uočene i situacije u kojima svi članovi međusobno dijele neke sadržaje koji postaju ili već jesu tema dijaloga. Ipak, i kod većih grupa opaženo je kako i konverzacijski aktivniji članovi grupe u situaciji opadanja intenziteta konverzacije obično „otključavaju“ mobilni uređaj kako bi kratko konzumirali nove obavijesti ili poruke.

Motivi korištenja pametnih telefona tijekom druženja mladih licem u lice

Kako bi se promatranjem prikupljeni uvidi u načine korištenja pametnih telefona tijekom društvenih interakcija mladih dodatno razjasnili, provedeno je deset polustrukturiranih dubinskih intervjua. Iskazi sudionika intervjua upućuju na tri tipična motiva mladenačke upotrebe pametnog telefona tijekom društvenih interakcija:

- 1) bijeg od dosade i podizanje intenziteta razgovora;
- 2) uzvraćanje na nepristojno ponašanje drugih članova grupe;
- 3) sredstvo za generiranje novih tema.

Bijeg od dosade i podizanje intenziteta razgovora

Gotovo svi sudionici intervjua potvrdili su rezultate promatranja koji sugeriraju da u slučaju opadanja intenziteta interakcija ili razgovora broj pojedinačnih uporaba pametnog telefona raste. Primjerice, iskaz sudionika 4A blizak je tipičnom odgovoru većine sudionika istraživanja, a to je da pad intenziteta dijaloga ili iscrpljivanje tema vodi u dosadu koja „otvara vrata“ uporabi pametnog telefona:

Najčešće za vrijeme cuge dižemo mobitel kad više nemamo o čemu pričati. Ili kad si s više ljudi pa onda neki uđu u neku dublju temu u kojoj ti baš nisi nešto pa odlutaš na mobitel. Sigurno neću gledati na smartphone kad mi je baš nešto zanimljivo ili kada raspravljamo. Kada je pad intenziteta, onda i vadim mob. Kad netko drugi koristi mobitel, onda su već svi isključeni pa je najlakše i tebi isključit' se.

U takvim slučajevima korištenje pametnih telefona uglavnom se svodi na provjeravanje pristiglih poruka ili kratak odlazak na društvene mreže kako bi se provjerile nove objave korisnika. Sudionica 1J to ovako opisuje: „Makar, ako je super društvo, nitko neće gledati na mobitel. Ali ako je neugodno ili dosadno – pijemo kavu i malo šutimo – onda će svatko htjeti malo prelistati što ima na pametnom telefonu na Facebooku ili Instagramu.“

Dakle, pametni se telefon u socijalnim interakcijama mladih koje se odvijaju licem u lice često koristi kad opadne dinamika razgovora te kada postaje „dosadnjikavo“.

³ Sve grupe bile su spolno mješovite strukture, s najmanje dvije te najviše tri ženske osobe.

Uzvratanje na nepristojno ponašanje drugih članova grupe

Iako rezultati istraživanja upućuju da je korištenje pametnih telefona uobičajeno sredstvo podizanja intenziteta grupne interakcije, sudionici istraživanja kažu kako se u pojedinim situacijama „druženja na kavi“ ono može smatrati nepristojnim ponašanjem. Ističu kako ponekad postoji nelagoda vezana uz posezanje za pametnim telefonom, tj. kako postoje situacije u kojima je jedino prihvatljivo družiti se razgovarajući. Primjerice, sudionica 3A na pitanje o tome koristi li pametni telefon za „vrijeme kave“ kaže:

Kad i svi drugi, a to je kad nam je dosadno i nemamo neke posebne teme. Onda sam na Faceu ili Instagramu, ali većinom na brzinu odgovaram na poruke jer se ne osjećam ugodno kad u društvu odgovaram na poruke jer to nekome možda smeta.

Prema tome, posezanje za mobilnim uređajem u određenim situacijama može se tumačiti kao čin nepristojnosti, a glavni razlog jest taj što taj čin indirektno ukazuje na dosadu. Sudionici istraživanja naglašavaju da je u takvim slučajevima legitimno pravilo „reciprociteta“. Kada uporabom mobilnog telefona osoba pokaže da joj je društvo dosadno, tada druge osobe više nemaju obavezu poštivanja sugovornika. Tako sudionica 6A objašnjava da ukoliko koristi pametni telefon tijekom druženja koje se može opisati „kao dosadno“, to čini potajno i vrlo kratko, a na pitanje o tome ponaša li se isto kada netko u društvu prvi posegne za mobitelom, kaže: „Pa da. J*#@ se... ti si prva uzela, baš me briga. Ti si kriva. Ti si prva pokazala da ti je dosadno. Tako da ja se neću ljuti, samo ti daj – tako bih se osjećala.“

Sredstvo za generiranje novih tema

Posljednji tipičan motiv korištenja mobilnih telefona istaknut u iskazima sudionika istraživanja jest taj da mladi koriste pametne telefone za vrijeme druženja licem u lice kako bi generirali nove teme. Preciznije, sudionici su nerijetko isticali da sadržaj na pametnom telefonu može biti dobra nadopuna postojećoj temi. Tako sudionica 7A objašnjava:

Ja ne koristim toliko mob – jedino ako je neko zatišje i vidim da frendica tipka, onda ću i ja. Makar, da ona ne koristi, ne bi' ni ja iz pristojnosti. Malo proskrolam i pokažem joj nešto. Neke nove teme ispadnu – netko nešto objavi i tako se to nastavi.

U tom kontekstu, čimbenik koji vjerojatno utječe na razinu upotrebe pametnog telefona u društvu jest broj sudionika i narav prijateljstva. Sudionica 7A ovako odgovara na pitanje kada se pametni telefon više koristi, kada je društvo veće ili manje:

Kad je veće. Jer je puno ljudi i ljudi se grupiraju i onda ćeš pričat s nekim tko je do tebe. Tipa ako vas je malo, kad istrošite teme, onda netko hvata mobitel i onda nešto nadovežeš na nešto što vidiš i čuješ. Ali kad je manja ekipa, brže se razgovori nastavljaju. Više se hvataš za mob kad vas je više.

Premda se ovakva interpretacija čini kompatibilnom s tezom da s padom intenziteta razgovora raste količina posezanja za pametnim telefonom, s obzirom na to da su manje skupine intenzivnije zbog manjeg broja članova, postoje iznimke. Naime, iako je sudionica 7A objasnila da joj se čini da više koristi pametni telefon u većem društvu, ona ističe da i tada razina njezine uporabe ovisi o tome tko priča: „Ako priča netko nov u društvu ili tvoj

frend ili frendica, onda ćeš slušat' jer je red, a ako nije, onda ti je manje bitno". Čini se da ne postoji uniformni obrazac za predviđanje količine uporabe pametnih telefona za vrijeme druženja licem u lice. Dotična kvantiteta ovisi o intenzitetu razgovora, veličini društva i naravi poznanstva osoba koje sudjeluju u druženju.

Biti bez mobitela znači biti odsječen od svijeta

Osim detektiranja tipičnih motiva upotrebe pametnih telefona za vrijeme druženja mladih licem u lice, intervjuima se pokušalo utvrditi i postoji li potreba za stalnom umreženošću te manifestira li se ona u obliku straha od propuštanja. Također, nastojalo se istražiti koji osjećaji i iskustva dominiraju u životima mladih zbog učestale upotrebe pametnih telefona.

Shodno iskazima sudionika dubinskih intervjua, pametni telefon služi prvenstveno i dominantno kao sredstvo komuniciranja s prijateljima, prijateljicama ili bližnjima, a zatim kao sredstvo razonode ili zabave. Budući da se spomenuta komunikacija odvija tijekom cijelog dana, bez ikakva prethodno utvrđenog rasporeda ili posebno predviđenog vremena, pametni telefoni uvijek su u blizini mladih korisnika.

Stalno, svaki dan, svakih pola sata, sat provjeravam što ima na mobitelu. I sada je na stolu. Navečer ga koristim obavezno, ali ne postoji vrijeme kad ga ne koristim – uvijek je sa mnom. Ako se dopisujem, onda zuj svako malo pa ga pogledam. Ili čisto odem na Instagram da vidim tko šta objavljuje. (sudionica 7A)

Iako se obično posredstvom pametnih telefona ne komunicira o nekim važnim temama, već je obično riječ o „trivijalnim“ aspektima svakodnevnice, sudionici istraživanja smatraju kako je vrlo bitno odgovoriti na upućene pozive ili poruke koje su ujedno i daleko najčešći način komuniciranja. Primjerice, sudionica 3A kaže da iz navike otvara i čita poruke čim prispiju na mobilni telefon, čak iako one ne zahtijevaju promptan odgovor. Na pitanje o tome kako bi se osjećala kada na takve poruke ne bi odmah odgovorila, ističe sljedeće:

Pa i dalje bi me zanimalo. Bilo bi mi žao. Većinom se dopisujem non-stop. Od jutra s curama kad ih pozdravim. Svakih 15 minuta šaljem poruke, osim u školi kada smo zajedno. Navečer, prije spavanja obavezno.

Dodatno, većina sudionika ističe da su svi njihovi prijatelji uglavnom prisutni na društvenim mrežama, a to upućuje na to da društvene mreže pomažu sudionicima da ostanu u toku s društvenim zbivanjima. Primjerice, sudionik 9J kaže: „Mobitel je društveno važan. Pomaže ti da budeš u toku s društvom. Dosta ljudi objavljuje što radi preko dana pa tako si u toku.“

Budući da je pametni telefon uređaj koji mladima pomaže ostati u kontaktu s društvom te u toku s društvenim zbivanjima koje drže važnima, prirodno slijedi pretpostavka da će učestalo koristiti pametni telefon kako bi održali društvenu povezanost i jačali svoju društvenu uključenost. Međutim, učestalo korištenje pametnih telefona generira i specifičan odnos spram njih, tj. generira različita emotivna stanja koja su povezana s njihovom upotrebom. Provedeni dubinski intervjui sugeriraju sljedeća tri zaključka o tome kako se mladi osjećaju u odnosu na učestalu upotrebu pametnih telefona:

- 1) život bez pametnog telefona je poput života u špilji;
- 2) pametni telefon je izvor moguće ljubomore za osobe u ljubavnoj vezi;
- 3) stalna umreženost ponekad je frustrirajuća.

Iskazi sudionika dubinskih intervjua sugeriraju na postojanje fenomena FOMO. Na pitanje o tome što bi se dogodilo kada bi se pametni telefon sudionika pokvario na nekoliko dana ili pak kada bi ga zaboravili ponijeti na školski izlet, sudionici su uglavnom negativno opisivali takav scenarij. Većina je rekla da bi to kod njih izazvalo osjećaj panike, izoliranosti, odsječenosti, pa čak i straha. Sudionica 10R vrlo je sažeto to iskazala: „Osjećala bih se odsječeno od svijeta. Jer se ne mogu čuti i biti na društvenim mrežama.“ Glavni problem koji sudionici u tom scenariju navode jest nemogućnost ispunjavanja svojih komunikacijskih navika, poput dopisivanja s prijateljima i sudjelovanja u interakciji na društvenim mrežama, što bi vjerojatno moglo generirati određene socijalne gubitke.

Ipak uočene su i određene razlike između korisnika pametnih telefona. Oni korisnici koji za sebe kažu da imaju vrlo bogat društveni život – kako *online*, tako i *offline* – te uz to i ljubavnog partnera, iskazuju negativne osjećaje vezane uz hipotetsku situaciju u kojoj ostaju bez pametnog telefona. Primjerice, sudionik 5T na pitanje o tome kako bi se osjećao da sa školom ode na dvodnevni izlet bez mobilnog uređaja kaže: „Osjećat ću se golo. Stalno bih tragao za njim. Vjerojatno bi svi bili na njima [pametnim telefonima] i ja bih se tako osjećao prazno“ (uglate zagrade dodane). Na daljnja potpitanja o osjećajima koji bi se pojavljivali, 5T je nastavio: „(...) osjećao bih se isključeno. Kao da živim u pećini. Osjećao bih se kao da nešto propuštam. Pa čak možda strah, izoliranost, anksioznost – što se događa, a ja ne znam“. S druge strane, sudionici koji su relativno više vezani uz grupno dopisivanje, manje društvene interakcije i funkcionalnu uporabu pametnog telefona, iako priznaju da bi gubitak pametnog telefona u njima izazvao negativne emocije, ipak smatraju kako ne bi u velikoj mjeri bili pogođeni nedostatkom komunikacije. Na primjer, sudionik 3F ističe: „Pa svejedno, a možda čak i draže. Mog'o bi se totalno opustiti da me ništa ne smeta. Nekad je taj smartphone neka smetnja.“ Međutim, čak i kod „jakih“⁴ korisnika postoji slučaj kad odlazak na izlet bez pametnog telefona ne djeluje toliko problematično, a to je situacija izleta u društvu najboljih prijatelja s kojima se inače odvija pretežito sva komunikacija putem pametnog telefona:

Znamo otić' na vikendicu, ali nema signala i onda nit' imam internet nit' signala za zvat' ili sms... jedino se s mamom hvatam po brdu kad se hoćemo čut'. I onda je stalno zafrkancija s curama; s njima sam pa se nit' nemam potrebu čut' mobom. (sudionik 6A)

Strah od propuštanja (tzv. FOMO) samo je jedna od snažnih emocija povezanih s učestalom upotrebom pametnih telefona. Naime, dubinski intervjui otkrivaju da učestala upotreba pametnih telefona dovodi do još jedne snažne emocije, osobito kod osoba koje su u ljubavnoj vezi. Generalno, neprestana umreženost i društvene mreže izvor su *ljubomore*. Doduše, ljubomora je među sudionicima zabilježena samo kod djevojaka, dok se

⁴ „Slabi“ korisnici pametnih telefona i komunikacijskih mreža jesu oni koji koriste pametni telefon svakih nekoliko sati, a komunikacijske mreže koriste najčešće iz pragmatičnih razloga (npr. kako bi se dogovorili kada će se naći s društvom licem u lice, zato što su materijali i novosti vezane uz školovanje dostupne na društvenim mrežama i sl.). „Jaki“ korisnici su oni koji pametni telefon i komunikacijske mreže koriste barem svakih 30 minuta, i to kako bi s prijateljima komunicirali o gotovo svemu što sačinjava njihov dan – od najtrivijalnijih događaja do najvažnijih.

mladići nisu referirali na tu emociju. Izvori ljubomore uglavnom su dopisivanje s drugim djevojkama, „lajkanje“ slika drugih djevojaka ili prijateljstvo s drugim djevojkama na Facebooku. Sudionica 7A zahtijeva opravdanje od partnera kada ostvaruje nova Facebook prijateljstva s djevojkama ili kada „lajka“ fotografije drugih djevojaka na Instagramu:

Tipa, živcira me lajkanje drugih – ljubomorna sam. Jednom sam provjeravala poruke kad sam sumnjala. Neću prigovoriti ako followa nove cure, ali ako lajka, ću ga pitati zašto to radi... ja drugim dečkima to ne radim.

Treći i posljednji zaključak izveden iz dubinskih intervjuja koji se odnosi na osjećaje koje učestala upotreba pametnih telefona proizvodi kod mladih jest taj da je neprestana umreženost u stanovitim okolnostima frustrirajuća. Frustraciju u mladima, a naročito onih u ljubavnim vezama, povezanu s uporabom pametnog telefona uzrokuje neprestana povezanost i razina dostupnosti na koju su mladi naviknuli. Preciznije govoreći, u ljubavnim su vezama partneri naviknuli na relativno neprestanu međusobnu dostupnost. Stoga ukoliko si partneri ne odgovore na pročitano poruku u roku od 10 do 15 minuta, javlja se frustracija i osjećaj zapostavljenosti. Sudionici intervjuja to nazivaju „sinanjem“ (od engl. *seen*) jer se po primitku i otvaranju poruke pošiljatelju na sučelju kraj poruke pojavljuje par plavih kvadrata s natpisom „seen“ ili „viđeno“. Drugim riječima, smatra se teškim prijestupom i činom zanemarivanja ukoliko je primatelj poruku primio i pročitao, a da na nju nije odmah i odgovorio. Sudionica 3A tumači:

Živcira me kad ignorira poruke. Ja ne znam je li on čorav ili kaj. Pošaljem mu dvije poruke i on mi iskomentira samo drugu poruku. Pa reko: kaj ne vidiš poruku prvu? Još me živcira kad, na primjer, on gleda TV i odgovara mi svakih 10 minuta i onda ću ja odgovarati svakih 10 minuta da ne ispadnem naporna. Jer ja znam šiknut mob kad gledam TV, a on voli pogledati film do kraja.

S druge strane, ovako sudionik 5T opisuje koliko promptno odgovara na poruke djevojci:

U roku od 2 minute ili manje. Jedino ako gledam film ili igram igricu – onda kažem: „čekaj malo“. Ako znam da je doma, ona isto mora odgovoriti u 2 minute, ali ako je na praksi, onda u roku od pola sata. Ako bi djevojka vidjela da sam vidio i nisam odgovorio, to bi bio ogroman bed. To se dogodilo jednom slučajno. Bio sam malo pijan i otvorio sam njenu poruku i skroz to zanemario i spremio mob u džep. Iduće jutro je bila rapsodija – „šta sam ti napravila, zašto?!“ Morao sam se iskupiti skroz.

Osim stalne dostupnosti, prema kazivanju sudionika intervjuja, bez obzira jesu li ili nisu u ljubavnoj vezi, neprestana umreženost za mlade osobe može biti vrlo frustrirajuća s obzirom na to da iziskuje puno vremena. „Slabi“ korisnici *prima facie* nemaju problema s kvantitetom, međutim ponekad zamjećuju da im neke digitalne radnje uzimaju puno vremena. Zato sami sebe ograničavaju pokušavajući kontrolirati korištenje pametnog telefona, kao što to čini 3A: „Zapravo želim maknuti mob od sebe da se odmorim jer sam previše ovisna. Sad, ako se svađam s dečkom, onda ga stalno koristim, ali ako je sve u redu, onda ga koristim ujutro i navečer. Ovisno o situaciji.“ Ipak, i za „jake“ korisnike, poput onih u ljubavnim vezama, stalna povezanost također zna biti izvor nervoze ili stresa, i to uglavnom kod muških sudionika. Djevojke, poput sudionice 8H, izjavljuju rečenice tipa: „Volim ga slušati dok priča o sebi. To mi je uvijek zabavno“. Sudionica 6A kaže da je posebno

voljela s bivšim dečkom „(...) to kaj sam u svakom trenu znala di je. Kaj god ga trebam, tu je i mogu računati na njega“. S druge strane, sudionik 9J priznaje: „Tipa, znalo me naživcirati da mi stvarno smeta kad mi šalje šest-sedam poruka odjednom. Stalno zvoni mobitel i vibrira i to me živcira – zbreca me i to me smeta.“ Zbog visoke razine upotrebe pametnih telefona, naročito u društvene svrhe, sudionici ponekad osjećaju zamor, stoga ostavljaju važne teme ili događaje proživljene tijekom dana koje žele ispričati za susret uživo. Razlog tome je, kako kazuje sudionica 9J, ovaj: „A ljepše je licem u lice. Uživo je to lijepo. Možeš se nasmijati, emocije su drugačije, možeš zagrliti osobu i ne tipkaš u sobi 'hahahaha' – kao smiješno je. Bolje se osjećaš jednostavno.“

RASPRAVA

Budući da je sama komunikacija glavni motiv uporabe pametnih telefona među mladim osobama (Vorderer i sur., 2016), pretpostavljeno je da mladi za vrijeme druženja licem u lice neće imati izraženu potrebu koristiti pametni telefon. Ipak, rezultati provedenih istraživanja upućuju da mladići i djevojke za vrijeme druženja licem u lice posežu za pametnim telefonima u prosjeku gotovo svakih sedam minuta. Pomoću pametnog telefona podižu intenzitet razgovora, pronalaze nove teme ili signaliziraju ostalim članovima grupe da im je dosadno. Signalizacija dosade pametnim telefonom najčešće je nenamjerna, a članovi grupe nerijetko je smatraju uvredljivom. Rezultati istraživanja indiciraju da u određenim okolnostima postoji nepisano pravilo prema kojem je uporaba pametnog telefona za vrijeme druženja licem u lice nepoželjna. To pravilo najsnažnije dolazi do izražaja pri druženju dvoje mladih jer ne postoji treći član grupe s kojim će se nastaviti interakcija u slučaju da jedan član grupe posegne za pametnim telefonom. Stoga se u grupama koje čine dva člana mobilni uređaji obično koriste „u paru“, i to u sljedećim varijacijama: a) oba se člana pridržavaju pravila i ne koriste pametne telefone i b) za oba člana pravilo ne vrijedi jer su vrlo bliski i uporabom mobitela generiraju nove teme. Alternativno, u slučaju da jedan od članova prekrši to nepisano pravilo, drugi će član iz protesta također posegnuti za pametnim telefonom. U velikim grupama sadržaj na pametnim telefonima pomaže podijeliti društvo na manje grupe, unutar kojih se zatim komunicira o zasebnim temama. Također, neki članovi velikih grupa ponekad izolirano koriste pametni telefon, bez obzira na ostale članove.

Prema iskazima sudionika dubinskih intervjua učestala upotreba pametnih telefona može se povezati s osjećajem dosade ili navike, što potvrđuju i neka istraživanja prema kojima upravo dosada služi kao prediktor razine problematične upotrebe pametnih telefona (Elhai i sur., 2018b). S obzirom na važnu ulogu vršnjačke komunikacije među mladima koja se odvija na *chat*-aplikacijama i društvenim mrežama, sudionici ovog istraživanja potvrdili su da bi gubitak pametnog telefona u njima izazvao stres, tjeskobu te osjećaj „da im nešto nedostaje, kao da su goli“. Takvi rezultati govore u prilog postojećim znanstvenim nalazima da osobe koje imaju izraženu potrebu za izgrađivanjem društvenih veza snažnije osjećaju FOMO (Wang i sur., 2018; Przybylski i sur., 2013). Međutim, treba još jednom istaknuti kako rezultati dubinskih intervjua upućuju na to da se FOMO, kao strah povezan s vršnjačkim aktivnostima, ne nalazi među glavnim uzrocima korištenja pametnog telefona

za vrijeme društvenih interakcija licem u lice. Ipak, prema iskazima sudionika intervjuja, pametni telefon predstavlja iznimno važan uređaj u životima mladih kada je riječ o održavanju odnosa s prijateljima i stoga se posezanje za pametnim telefonom u svakodnevicu mladih može povezati sa željom da se izbjegnu osjećaji izoliranosti i straha od propuštanja. Nadalje, neprekidna umreženost stresna je za mlade zato što im ponekad oduzima osjećaj kontrole nad vlastitim vremenom. Također, istraživanje je pokazalo da razina pristupačnosti uvjetuje osjećaj obaveze kad je riječ o brzini odgovaranja, kao što sugeriraju Lisa Mai i sur. (2015). Neovisno o tome radi li se o ljubavnoj vezi ili prijateljstvu, pripadnici generacije Z zbog naviknutosti na stalnu dostupnost – kako sebe, tako i drugih – očekuju brzo i promptno odgovaranje unutar perioda od nekoliko desetaka minuta. Naročito je važno je li poruka viđena ili nije. Rezultati istraživanja idu u prilog tvrdnji da „digitalni bonton“ podrazumijeva momentalan odgovor na viđenu poruku (Mai i sur., 2015), u suprotnom je neodgovaranje moguće shvatiti kao uvredu. Hua Su (2015) ističe da djevojke u vezama smatraju kako mladići imaju obavezu odgovoriti na njihove poruke u kraćem roku nego u suprotnom slučaju. Ipak, prema ovom istraživanju, kada su direktno upitane o tome, djevojke ističu da imaju ista očekivanja od sebe i od svoji partnera, dok se iz anegdota i drugih izvještaja može zaključiti suprotno. U svakom slučaju, djevojke se pokazuju osjetljivijima na vrijeme odgovora na poruke od strane njihovih partnera. Zakašnjela ili odgođena reakcija partnera može se protumačiti kao izbjegavanje, nepoštovanje ili kao davanje prioriteta nečem drugom. Uz to, pametni telefon može poticati ljubomoru u vezama.

OGRANIČENJA STUDIJE

Nalaze koji su prikazani u ovom radu valja sagledati u kontekstu činjenice da je riječ o eksplorativnoj studiji provedenoj posredstvom kvalitativnih metoda istraživanja na ograničenom broju sudionika istraživanja. Kao takva ona je ograničena, kako s obzirom na postavljene ciljeve istraživanja tako i s obzirom na njezin spoznajni doseg. Naime, različiti socijalni, psihološki, kulturni i ekonomski fenomeni koji se mogu povezati s korištenjem suvremenih informacijsko-komunikacijskih uređaja među mladima znatno su brojniji od onih na koje se fokusiralo provedeno istraživanje. I drugo, kvalitativne metode istraživanja ne omogućuju ustanovljivanje kauzalnih ili korelacijskih veza, kao ni generaliziranje nalaza istraživanja. Stoga podatci koje smo prikupili posredstvom metoda promatranja i dubinskih intervjuja prije svega naznačuju moguće smjerove u izgradnji okvira interpretacije istraživnog fenomena. Smatramo da oni predstavljaju moguću polaznu točku za razumijevanje nekih od značajnih motiva koji potiču mlade na upotrebu mobilnih telefona u interakcijama licem u lice, pri čemu istovremeno ostavljaju i prostor za dodatne interpretacije, ali i za alternativne istraživačke smjerove. Shodno tome, predočene nalaze držimo prikladnom građom za postavljanje radnih hipoteza koje bi mogle poslužiti kao polazište za provođenje kvantitativnih empirijskih studija šireg opsega, a s ciljem njihove egzaktnije empirijske provjere, ali i proširenja istraživačkog fokusa na one aspekte istraživnog fenomena koji su u ovoj studiji izostavljeni.

ZAKLJUČAK

Na temelju promatranja socijalnih interakcija mladih licem u lice i provedenih dubinskih intervjuva moguće je zaključiti da mladi imaju naviku koristiti pametne telefone za vrijeme druženja kako bi „premostili“ pad intenziteta komunikacije ili generirali neku novu temu. Dakle, bilo da su sami ili u grupi mladi koriste pametni telefon kako bi pobjegli od dosade. Također, mladi – naročito u manjim grupama – često nastoje ne posezati za pametnim telefonom kako ostali članovi grupe ne bi pomislili da im je dosadno, s obzirom na to da bi se to moglo protumačiti uvredljivim. Iznimke su vrlo povezane osobe i „jaki“ korisnici pametnih telefona. Na temelju odgovora sudionika intervjuva o konstantnoj povezanosti zaključujemo da su njezine posljedice, u najmanju ruku, dvojake. S jedne strane, ona po definiciji vodi u osjećaj povezanosti ili kohezije među mladima, s obzirom na to da – zbog iznimno velike pristupačnosti – oni više puta dnevno razmjenjuju poruke o velikom broju tema koje variraju po važnosti, što je, u konačnici, kohezivno i zabavno. S druge strane, zaključeno je da mladi zbog neprestane umreženosti osjećaju FOMO, tj. strah od propuštanja. Osobe koje pokazuju izraženu sklonost druženju sklonije su tome strahu, ali ih ne opterećuje što im učestala upotreba pametnog telefona oduzima puno vremena. Drugim riječima, mladi komunikacijom putem pametnog telefona postižu koheziju unutar grupe, osjećaj pripadnosti i zabave, a gubitak pametnog telefona uzrokovao bi gubitak onih socijalnih dobitaka koji se stječu umreženošću. Stoga možemo zaključiti da se FOMO javlja kao posljedica važnosti pametnog telefona za društveni život mladih, ovisno o naravi komunikacijskih navika. Ono što je zajedničko svim mladima jest da neprestana umreženost ponekad stvara psihološki pritisak zbog visokog očekivanja da će promptno odgovarati na poruke na *chat*-aplikacijama, što mladi nastoje ispuniti kako bi održali dobre odnose. Za mlade u vezi neprestana povezanost može biti osobito stresna, s tim da djevojke izraženije pokazuju manju toleranciju na „zakašnjenje“ odgovaranje na poruke te ljubomoru povezanu s aktivnostima svojeg partnera na društvenim mrežama u odnosu na druge djevojke.

Uočene i opisane obrasce korištenja pametnih telefona u socijalnim interakcijama pripadnika generacije Z, prema našem mišljenju, moguće je tematizirati i iz perspektive kontinuiranog povećanja interakcijskih kapaciteta suvremenih informacijsko-komunikacijskih aplikacija. Ujedno, time se otvara mogućnost da se i o generaciji Z, koja je za potrebe ovog rada primarno određena kao dobna kohorta, govori kao o medijskoj generaciji. Tu mogućnost temeljimo na Bolinovoj konstataciji prema kojoj „specifična generacijska medijska kultura predstavlja odgovor na objektivni medijski krajolik dostupan u formativnim godinama osobe“ (Bolin, 2014, prema Čuvalo i Peruško, 2017). Iz toga proizlazi i to da je u promišljanju uočenih obrazaca korištenja mobilnih telefona potrebno u obzir uzeti i pretpostavku o utjecaju medijskog krajolika unutar kojeg se odvijao proces učenja o mogućnostima koje pružaju pojedine interakcijske performanse pametnih telefona u socijalnim interakcijama licem u lice. Riječ je o medijskom krajoliku u smislu društveno prisutnog spleta objektivnih komunikacijsko-tehnoloških mogućnosti, dostupnih medijskih i komunikacijskih sredstava, neformalnih komunikacijskih praksi i komunikacijskih normi, a koje jačaju interakcijske kapacitete suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija i stvaraju pretpostavke za njihovo korištenje u svakodnevnim socijalnim interakci-

jama. Drukčije rečeno, detektirane i opisane obrasce korištenja mobilnih telefona u socijalnim interakcijama pripadnika generacije Z vjerojatno je teško odvojiti od specifičnosti medijskog, tehnološkog i kulturnog konteksta koji promiče njihovo korištenje kao specifičnih „interakcijskih alata“. Shodno tome, smatramo da je teorijski opravdano generaciju Z razmatrati i sukladno konceptu medijske generacije. Konačna empirijska verifikacija ove tvrdnje ostaje kao zadatak za neko buduće istraživanje.

Literatura

- >American Psychological Association (2017) *Stress in America: Coping with Change, Part 2, Technology and Social Media*. <https://doi.org/10.1037/e500872017-001>.
- >Anderson, Monica i Jiang, Jingjing (2018) *Teens, Social Media & Technology 2018*. PEW Research Center. <https://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (30.04.2019.).
- >Chambers, Deborah (2013) *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendships*. London: Palgrave Macmillan UK.
- >Čuvalo, Antonija i Peruško, Zrinjka (2017) Ritmovi medijskih generacija u Hrvatskoj: istraživanje repertoara medijskih generacija iz sociološke perspektive. *Revija za sociologiju* 47 (3): 271-302. <https://doi.org/10.5613/rzs.47.3.2>.
- >Daymon, Christine i Holloway, Immy (2005) *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203996409>.
- >Elhai, Jon D.; Levine, Jason C.; Alghraibeh, Ahmad M.; Alafnan, Ali A.; Aldraiweesh, Ahmad A. i Hall, Brian J. (2018a) Fear of Missing Out: Testing Relationships with Negative Affectivity, Online Social Engagement, and Problematic Smartphone Use. *Computers in Human Behaviour* 89: 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>.
- >Elhai, Jon D.; Vasquez, Juanita K.; Lustgarten, Samuel D.; Levine, Jason C. i Hall, Brian J. (2018b) Proneness to Boredom Mediates Relationships between Problematic Smartphone Use with Depression and Anxiety Severity. *Social Science Computer Review* 36 (6): 707-720. <https://doi.org/10.1177/0894439317741087>.
- >Eurostat (2016) *Internet Use by Individuals: Almost 8 out of 10 Internet Users in the EU Surfed via a Mobile Phone in 2016... Different Patterns across Member States in Managing Personal Information*. Eurostat news release, Eurostat Press Office. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf> (30.04.2019.).
- >Google/Ipsos, U.S. (2016) *The Mobile-First Mindset of Gen Z*. <https://www.thinkwithgoogle.com/interactive-report/gen-z-a-look-inside-its-mobile-first-mindset/> (03.05.2017.).
- >Ipsos Connect (2019) *Medijske navike u Republici Hrvatskoj: ožujak 2019*. Istraživanje provedeno za 24sata d.o.o. https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf (30.04.2019.).
- >Kunić, Ivana; Vučković Matić, Marina i Sindik, Joško (2017) Korištenje društvenih mreža kod učenika osnovne škole. *Sestrinski glasnik* 22 (2): 152-158. <https://doi.org/10.11608/sgnj.2017.22.032>.
- >Lenhart, Amanda; Smith, Aaron i Anderson, Monica (2015) *Teens, Technology and Romantic Relationships: From Flirting to Breaking Up, Social Media and Mobile Phones are Woven into Teen's Romantic Lives*. Pew Research Center. <https://www.pewinternet.org/2015/10/01/teens-technology-and-romantic-relationships/> (30.04.2019.).
- >Mai, Lisa M.; Freudenthaler, Rainer; Schneider, Frank M. i Vorderer, Peter (2015) „I Know You've Seen It!“ Individual and Social Factors for Users' Chatting Behavior on Facebook. *Computers in Human Behaviour* 49: 296-302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.074>.
- >Matsumoto, David (2009) *The Cambridge Dictionary of Psychology*. New York: Cambridge University Press.
- >Merriam-Webster (2019) *Generations Z*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Generation%20Z> (27.03.2019.).

- >Murdock, Karla K. (2013) Texting While Stressed: Implications for Students' Burnout, Sleep, and Well-Being. *Psychology of Popular Media Culture* 2 (4): 207-221. <https://doi.org/10.1037/ppm0000012>.
- >Ofcom (2018) *Communications Market Report*. <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/cmr/cmr-2018/interactive> (30.04.2019.).
- >Przybylski, Andrew K.; Murayama, Kou; DeHaan, Cody R. i Gladwell, Valerie (2013) Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- >Rattinger, Marija (2018) Odnos slobodnog vremena i kvalitete života srednjoškolaca. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja* 64 (1): 43-57. <https://doi.org/10.32903/zs.64.1.4>.
- >Relja, Renata i Božić, Tina (2012) Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima. *Media, Culture and Public Relations* 3 (2): 138-149.
- >Quinn, Sally i Oldmeadow, Julian A. (2013) Is the igeneration a „we“ generation?: Social networking use among 9- to 13-year-olds and belonging. *British Journal of Developmental Psychology* 31 (1): 136-142. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12007>.
- >Su, Hua (2015) Constant Connection as the Media Condition of Love: Where Bonds Become Bondage. *Media, Culture & Society* 38 (2): 232-247. <https://doi.org/10.1177/0163443715594037>.
- >TNS Political & Social (2016) *Special Eurobarometer 438 – October 2015, E-Communications and the Digital Single Market. Summary*. European Commission. https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2062_84_2_438_ENG (30.04.2019.).
- >Vorderer, Peter; Krömer, Nicola i Schneider, Frank M. (2016) Permanently Online – Permanently Connected: Explorations into University Students' Use of Social Media and Mobile Smart Devices. *Computers in Human Behavior* 63: 694-703. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.085>.
- >Wang, Pengcheng; Xie, Xiaochun; Wang, Xingchao; Wang, Xinyue; Zhao, Fengqing; Chu, Xiaoyuan; Nie, Jia i Lei, Li (2018) The Need to Belong and Adolescent Authentic Self-Presentation on SNSs: A Moderated Mediation Model Involving FoMO and Percieved Social Support. *Personality and Individual Differences* 128: 133-138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>.

CONSTANT CONNECTION AND FEAR OF MISSING OUT IN YOUTH'S EVERYDAY FACE-TO-FACE INTERACTION

Sebastijan Ivasović :: Ivan Burić

SUMMARY *The main aim of this explorative research paper was to discover frequency, patterns, and motives of smartphone usage by Generation Z (people born in the late 1990s or the early 2000s) during their face-to-face interaction with a view to exploring the need for constant connection and correlated fear of missing out. For this purpose, the authors of the paper conducted in-depth interviews and an observation in Zagreb. As the results indicate, young people use smartphones during their face-to-face interactions in order to bridge the fall of dialogue intensity and generate new topics, while usage dynamics varies in correlation with the size of the group and the quality of friendship. Additionally, it is discovered that youth's constant connection is a habit – especially for the ones in a love relationship. Constant connection is, in general, the result of boredom and desire for fun, which can lead to stress and a fear of missing out. Such a fear manifests itself in situations when young people lose their smartphones, which makes them feel "cut off from the world". Also, due to high communication expectations generated by constant connectedness, young people feel the pressure of quick communication, which leads to stress.*

KEYWORDS

CONSTANT CONNECTION, FEAR OF MISSING OUT, SMARTPHONE, GENERATION Z

Authors note

Sebastijan Ivasović :: Madison Consulting, Zagreb, Croatia :: sebastijan.ivasovic@madison.hr

Ivan Burić :: Faculty of Croatian Studies, University of Zagreb, Zagreb, Croatia :: iburic@hrstud.hr