

Digitalno nasilje na društvenoj mreži Snapchat među generacijom Z

Zavacki Ključar, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:666641>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD

ELEKTRONIČKO NASILJE NA DRUŠTVENOJ MREŽI
***SNAPCHAT* MEĐU GENERACIJOM Z**

Marija Zavacki Ključar

Varaždin, srpanj 2023.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD br.269/OJ/2023

ELEKTRONIČKO NASILJE NA DRUŠTVENOJ MREŽI
***SNAPCHAT* MEĐU GENERACIJOM Z**

Studentica:
Marija Zavacki Ključar

Mentorica:
doc.dr.sc. Dijana Vuković

Varaždin, srpanj 2023.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za odnose s javnostima		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima		
PRISTUPNIK	Marija Zavački Kjučar	MATIČNI BROJ	0257003925
DATUM	10.06.2023.	KOLEGIJI	
NASLOV RADA	Digitalno nasilje na društvenoj mreži Snapcaht među generacijom Z		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Digital aggression on social network app Snapchat among Generation Z

MENTOR	dr.sc. Dijana Vuković	ZVANJE	Docentica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Gordana Lesinger - predsjednica		
	2. doc.dr.sc. Ivana Stanić - članica		
	3. prof. dr. sc. Dijana Vuković - mentorica		
	4. izv.prof.dr.sc. Darijo Čerepinko - zamjenski član		
	5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	269/OJ/2023
OPIS	U današnje je vrijeme normalno da se djeca od malih nogu znaju služiti tehnologijom, a samim time i medijima. Djeca se rađaju okružena medijima, internetom, a na društvenim mrežama su često i prije nego navrše trinaest godina, kolika je dobna granica za pristupanje društvenim mrežama. U 21. stoljeću odrasta se uz internet, a život bez njega je gotovo pa nezamisliv. Više nisu roditelji ti koji djecu uče kako se koristiti internetom, već je situacija obrnuta. Sukladno iznesenom u radu je potrebno: * pojasniti elemente komunikacije na Internetu i društvenim mrežama; * definirati način funkcioniranja društvene mreže Snapchat; * pojasniti oblike i vrste nasilničkog ponašanja među generacijom Z; * provesti istraživanje kako bi se utvrdilo u koliko mjeri roditelji prepoznaju način funkcioniranja društvene mreže Snapchat, te oblike nasilnog ponašanja; * definirati zaključak rada.

ZADATAK URUČEN 26.06.2023.



PODPIS MENTORA

[Handwritten signature]

SAŽETAK

Nasilje među djecom postoji oduvijek, a danas se klasično nasilje među djecom i mladima smatra starim oblikom nasilja. Novi oblici nasilja sve više se povezuju s medijima, koji su glavni razlog takve promjene. Djeca i mladi sve su više izloženi medijskom sadržaju, koji je pun nasilničkog ponašanje, a što ima jak utjecaj na njih i njihovo ponašanje. Mladi i djeca postali su neizostavna medijska publika svakodnevnice. Najveći utjecaj u oblikovanju novih vrsta nasilja među djecom i mladima ima razvoj Interneta i društvenih mreža. Nove generacije kao i generacija Z od samog rođenja su u kontaktu s Internetom i društvenim mrežama. Oni ne poznaju svijet komunikacije bez društvenih mreža i tehnologije. Razvoj digitalnih medija i tehnologije oblikovalo je njihov način komunikacije. Korištenje društvenih mreža u komunikaciji među mladima i djecom danas je uobičajeno. Pomoću društvenih mreža i tehničkih uređaja stvaraju svoj svijet i svoja pravila u komunikaciji, a nasilje koje je nekad bilo pretvara se u elektroničko nasilje. Prema mnogim istraživanjima i praćenjima globalnog tržišta u korištenju društvenih mreža, *Snapchat* postaje najbrže rastuća mreža, a njezin najveći broj korisnika pripada generaciji Z. *Snapchat* kao jedna od najpopularnijih društvenih mreža, po svojim karakteristikama i specifičnostima, razlikuje se od drugih društvenih mreža, a to privlači djecu i mlade. Iako *Snapchat* ima propisana pravila i uvjete korištenja, nije imuna da ju generacija Z koristi kao alat za širenje nasilja. Nasilje koje se širi društvenom mrežom može izazvati velike posljedice za mlade ljude. Kako bi se spriječilo elektroničko nasilje na *Snapchatu*, kao i na drugim društvenim mrežama, potrebna je prevencija. Prevencija je ključna u sprječavanju elektroničkog nasilja na *Snapchatu* i drugim društvenim mrežama. Djeca, mladi i roditelji trebaju biti educirani o različitim oblicima nasilja kako bi ih mogli prepoznati i spriječiti.

Ključne riječi: mediji, medijska publika, društvene mreže, *Snapchat*, generacija Z, nasilje, elektroničko nasilje i prevencija.

Abstract

Violence among children has always existed. What used to be violence among children and young people is now considered classic violence. Today, classic violence takes on new forms, and the main reason for this is the media. Children and young people are increasingly exposed to media content that is full of violent behavior, which has a strong influence on them and their behavior. Young people and children have become an indispensable media audience of everyday life. The biggest influence in shaping new types of violence among children and young people is the development of the Internet and social networks. New generations, as well as generation Z, have been in contact with the Internet and social networks since birth, they do not know the world of communication without social networks and technology. The development of digital media and technology has shaped their way of communication. The use of social networks in communication among young people and children is common today. With the help of social networks and technical devices, they create their own world and their own rules in communication, and the violence that once existed turns into electronic violence. According to many researches and monitoring of the global market in the use of social networks, Snapchat is becoming the fastest growing network, and its largest number of users belongs to generation Z. Snapchat, as one of the most popular social networks, differs from other social networks in terms of its characteristics and specifics, which attracts children and young. Although Snapchat has prescribed rules and terms of use, it is not immune to being used by Generation Z as a tool to spread violence. Violence spread through a social network can have major consequences for young people. In order to prevent electronic violence on Snapchat as well as on other social networks, prevention is necessary. With the help of prevention, we can act on children and young people as well as on parents to familiarize themselves with the forms of violence in order to be able to recognize them and thereby prevent them.

Keywords: media, media audience, social networks, Snapchat, generation Z, violence, electronic violence and prevention.

1. UVOD.....	1
1.1. Problem i predmet istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi i hipoteze rada	2
1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka.....	2
1.4. Struktura rada	3
2. MEDIJSKA PUBLIKA.....	4
2.1. Digitalna medijska publika – nova očekivanja, nove navike	5
2.2. Djeca i mladi kao primatelji medijskih sadržaja	5
2.3. Osobnosti i karakteristike djece i mladih kao konzumenata novih medijskih sadržaja.....	6
3. NOVI MEDIJI I DRUŠTVENE MREŽE	8
3.1. Definicija i povijesni razvoj društvenih mreža.....	8
3.2. Što su društvene mreže?	10
3.3. Karakteristike društvenih mreža.....	11
4. VAŽNOST I POTENCIJAL <i>SNAPCHAT-a</i>	12
4.1. Primarno sredstvo komunikacije generacije Z	12
4.2. Povijesni razvoj <i>Snapchat-a</i>	15
4.3. Specifičnosti <i>Snapchat-a</i> , <i>Snap</i> , <i>Chat</i> , <i>Story</i> , <i>Face Swap</i>	16
5. NASILJE NA <i>SNAPCHAT-u</i>	19
5.1. Nasilje među vršnjacima	21
5.2. Specifične značajke elektroničkog nasilja.....	22
5.3. <i>Shapchat</i> kao platforma širenja nasilja među mladima.....	24
5.4. Specifične uloge mladih unutar nasilja među mladima na društvenim mrežama	25
5.5. Posljedice elektroničkog nasilja	27
5.6. Prevencija protiv nasilja na <i>Snapchat-u</i>	28
6. EMPRIJSKI DIO RADA.....	30
6.1. Metodologija istraživanja	30
6.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja	30
6.3. Diskusija rezultata istraživanja.....	31
6.3.1. <i>Socio-demografska analiza ispitanika</i>	32
6.3.2. <i>Dokazivanje pouzdanosti mjerne ljestvice</i>	35
6.3.3. <i>Dokazivanje hipoteze H1</i>	36
6.3.4. <i>Dokazivanje hipoteze H2</i>	43
6.3.5. <i>Dokazivanje hipoteze H3</i>	49
6.4. Zaključak istraživanja	53
6.5. Ograničenja istraživanja	54
7. Zaključak	55
Literatura	57
Prilog	61

1. UVOD

Čovjek kao društveno i socijalno biće teži komunikaciji s drugim ljudima. Osnovni oblik komunikacije je licem u lice. Povijesno gledano komunikacija i razmjena informacija među ljudima razvijala se postepeno razvojem tehnologije. Komunikacija svoj najveći napredak doživljava razvojem Interneta, a koja je proizvela medijsku publiku.

U samim počecima medijska publika mogla je samo primati informacije putem Interneta, a to je značilo da su bili pasivni promatrači. Kako je društvo prepoznalo mogućnosti koje Internet pruža u komunikaciji, njegova upotreba postajala je sve prisutnija među ljudima u dijeljenju informacija što je potaknulo razvitak društvenih mreža. Jedna od karakteristika društvenih mreža bila je pronalaženje i dijeljenje različitih informacija među ljudima.

U svijetu postoje mnogobrojne društvene mreže, a neke od njih su bile temelj za današnje društvene mreže. Različite generacije ljudi došle su u doticaj s društvenim mrežama te svaka generacija ima različitu percepciju društvenih mreža, a i samim time i način njihovog korištenja, kao i način komuniciranja preko društvenih mreža. Danas su društvene mreže neizostavan element u komunikaciji generacije Z i među djecom. Pristup društvenim mrežama imaju kroz razne tehničke uređaje, mobitele, tablete, računala i laptope.

Generacija Z prednjači nad drugim generacijama u korištenju društvenih mreža. Pomoću njih stvaraju svoj identitet u virtualnom svijetu, a kojeg poistovjećuju sa stvarnim svijetom. Kako je to mlada generacija koja nema u potpunosti izgrađen stav ponašanja, kulture i kvalitete komunikacije, korištenjem društvenih mreža dolaze u različite neshvaćane probleme. Mladi i djeca korištenje društvenih mreža smatraju zabavom te ne shvaćaju posljedice svojega ponašanja i komuniciranja na društvenim mrežama. Jedan od vodećih problema na društvenim mrežama među mladima je virtualno nasilje. Mladi su sve više izloženi nasilju na društvenim mrežama, a koje može prouzročiti lakše i teže posljedice pa sve do katastrofalnih posljedica po živote mladih ljudi.

Kako bi se spriječilo nasilje među mladima na društvenim mrežama, potrebni su različiti programi prevencija kojom bi se djecu i mlade naučilo i potaknulo na razmišljanje o posljedicama nasilja u komunikaciji na društvenim mrežama. Glavni cilj treba biti sprječavanje nasilja i zaštita mladih ljudi.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Iako su u prošlosti djeca i mladi odrastali u prirodnijem okruženju, i tada je bilo prisutno vršnjačko nasilje. Danas u svijetu globalizacije, utjecaja Interneta i različitih vrsta elektroničkih

uređaja, mladi odrastaju u novom svijetu te se njihova socijalizacija, odgoj i komunikacija uvelike razlikuju od prijašnjih generacija. Samim time i nasilje među mladima poprima nove oblike pa se bilježi sve veći porast nasilja među mladima na društvenim mrežama.

Predmet istraživanja koje će se provoditi u diplomskog radu je nasilje među generacijom Z u komunikaciji na društvenoj mreži *Snapchata*. Također, istražiti će se zašto je *Snapchat* primarno sredstvo komunikacije mladih, kao i specifičnost elektroničkog nasilja, posljedice koje nasilje ostavlja te utjecaj prevencije nasilja na *Snapchatu*.

1.2. Ciljevi i hipoteze rada

Glavni ciljevi rada bili su utvrđivanje je li društvena mreža *Snapchat* pogodan alat koji generacija Z koristi kao kanal za širenje nasilja među mladima te utvrđivanje jesu li karakteristike *Snapchata* unaprijeđene u sprečavanju širenja nasilja, koji omogućuje kvalitetan roditeljski nadzor.

S obzirom na navedene ciljeve, u radu su postavljene hipoteze koje će kroz detaljno istraživanje biti dokazane ili opovrgnute, a pomoću dobivenih rezultata bit će dani odgovori glavnih ciljeva rada.

Hipoteza H1: *Snapchat* kao društvena mreža važan je komunikacijski kanal generacije Z, pogodan alat za širenje nasilja među mladima.

Hipoteza H2: *Snapchat* svojim karakteristikama i specifičnostima omogućuje mladima prikrivanje širenja nasilja među mladima.

Hipoteza H3: *Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor.

1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka

Diplomski rad podijeljen je na teorijski i empirijski dio rada. Teorijski dio rada predstavlja i objašnjava temu rada, a koja je potkrijepljena literaturom domaćih i inozemnih autora, dostupnim znanstvenim i stručnim tekstovima u časopisima te drugim stručnim izvorima dostupnima na internetskim stranicama. Empirijski dio rada utemeljen je na izviđanoj (eksplorativna) vrsti istraživanja, a koja je provedena metodom ankete pomoću instrumenta *on-line* anketnog anonimnog upitnika. U prvom dijelu upitnika istraživana su demografska pitanja, koja su se odnosila na same ispitanike, dok je u drugom dijelu anketnog upitnika istraživana društvena mreža *Snapchat-a* kao primarno sredstvo komunikacije Z i specifičnost *Snapchat-a* kao platforme za širenje nasilja među mladima. Istraživanjem su prikupljeni primarni podaci, a koji su statistički

obrađeni u sustavu IBM SPSS *Statistics* verzija 25 gdje su se inferencijalnom statistikom odredile varijable prema kojima se vršila analiza i dokazivanje hipoteza pomoću deskriptivne metode, Cronbach alpha testom, t-test i Pearsnovim koeficijentom. Dobiveni rezultati istraživanja u diplomskom radu opisani su deskriptivnom metodom.

1.4. Struktura rada

Struktura diplomskog rada napravljena je podjelom je na sedam međusobno povezanih poglavlja, a koja imaju podpoglavlja u kojima se analiziraju zadani naslovi i pojmovi te se izrađuje tematika.

Prvo poglavlje odnosi se na uvodni dio u kojem se uvodi u temu diplomskog rada *Elektroničko nasilje na društvenoj mreži Snapchat među generacijom Z*. Izneseni su problem i predmet istraživanja. Određeni su ciljevi i hipoteze rada. Opisani su izvori i metode prikupljanja podataka te je opisana struktura diplomskog rada.

U drugom dijelu rada obrađena je tema *Medijska publika* te analizirane i opisane osobnosti i karakteristike mladih kao primatelja i konzumenta medijskih sadržaja. Treće poglavlje odnosi se na temu *Novi mediji i društvene mreže* te su u navedenom poglavlju dane definicije društvenih mreža, opisan je povijesni razvoj i karakteristike društvenih mreža.

U četvrtom poglavlju obrađena je tema pod naslovom *Važnost i potencijal Snapchata* u kojoj je opisan povijesni razvoj i specifičnosti koje *Snapchat* nudi kao jedna od društvenih mreža.

Peto poglavlje se odnosi na temu *Nasilje na Snapchatu* te je unutar nje analizirano nasilje među vršnjacima i specifičnosti uloga mladih na društvenim mrežama te koje posljedice proizlaze iz elektroničkog nasilja. Unutar navedenog poglavlja opisana je prevencija mladih na društvenoj mreži *Snapchata*.

Šesta cjelina odnosi se na *Empirijski dio rada* u kojem su prikazani analizirani podatci dobiveni iz provedenog anketnog upitnika. Svrha istraživanja, koje je provedeno anketnim upitnikom na ispitanicima, bila je postavljanje hipoteze potvrde ili negacije.

Zadnja, sedma cjelina, odnosi se na sam *Zaključak* diplomskog rada u kojem je iznesen sveobuhvatan rezime cijeloga rada.

2. MEDIJSKA PUBLIKA

Ljudska potreba za komunikacijom, razmjenom znanja i širenjem informacija dovela je do toga da je čovjek izumio razne izume kako bi olakšao razmjenu informacija s drugim ljudima. Širenje informacija prema većem broju ljudi dovelo je do stvaranja pojma publike, a koji proizlazi iz većih ili manjih skupina ljudi koji prate i na određen način konzumiraju sadržaj nekog događaja, dok pojam medijska publika nastaje razvojem medija.

Za pojam medij dane su brojne definicije. U knjizi autorice Majdenić, mediji se „*definiraju kao sredstvo za prenošenje informacija koje označava sustave javnog informiranja za širenje vijesti i audiovizualnih sadržaja u svrhu informiranja, obrazovanja i zabave svih društvenih slojeva*“ (Majdenić, 2019:15). Zakon o medijima iz 2023. godine, navodi da su mediji „*novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike.*“ (https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_163_2338.html; datum pristupa 01.06.2023).

Razvojem tehnologije i Interneta nastaju novi oblici medija, a publika postaje medijska publika. Mediji su prošli kroz razne oblike transformacije, a samim time i medijska publika.

Medijska publika predstavlja sve ljude koji na neki način konzumiraju medijski sadržaj, neovisno radi li se o tradicionalnim medijima poput novina, radija, televizije ili digitalnih medija kao što su internetske stranice, društvene mreže i druge digitalne platforme.

„*Medijska publika je doživjela velike promjene jer je prošla dugi put od pasivnog promatrača koji bez ikakve mogućnosti djelovanja „konzumira“ ponuđene sadržaje do aktivnog sudionika komunikacijskog procesa. Te su promjene moguće zahvaljujući velikim mogućnostima koje nude nove tehnologije. Gotovo se može reći da je nestala „klasična“ podjela između pošiljatelja i primatelja jer svaki sudionik može gotovo istovremeno primati i slati medijske poruke. Sve te promjene utjecale su na oblikovanje same publike, na drugačije načine povezanosti između njezinih članova i novu ulogu unutar društva.*“ (<https://www.bib.irb.hr/559839>; datum pristupa 02.06.2023).

Medijska publika nije jednolika, ona se zbog svojih demografskih karakteristika, socioekonomskog statusa, kulturnih i vjerskih obilježja, interesa i navika razlikuje u načinu odabira i konzumiranja medijskog sadržaja, kao i u načinu kojim kanalima će pratiti medijski sadržaj. Digitalizacijom medija, navike i očekivanja medijske publike se mijenjaju.

2.1. Digitalna medijska publika – nova očekivanja, nove navike

Suvremena digitalizacija medija predstavlja proces prelaska klasičnih medija poput novina, radija i televizije, na digitalne platforme i nove tehnologije. Takav proces transformacije medija utjecao je na koji način će se medijski sadržaj oblikovati, distribuirati i konzumirati. Osim što je digitalizacija medija promijenila način produkcije i distribucije medijskog sadržaja, utjecala je i na razvoj digitalne medijske publike. Razlika između klasične publike i digitalne medijske publike je u tome što je digitalnoj medijskoj publici primarni izvor informacija i zabava digitalni medijski sadržaj koji konzumiraju kanalima Interneta, društvenih mreža, raznih mobilnih aplikacija, *streaming* platformi i drugih digitalnih kanala, a koji su dostupni 24/7h dana u tjednu. „*Digitalna publika je ne samo moćnija od nekadašnje, tradicionalne, već je i mnogo kompleksnija, njene potrebe su sofisticiranije, kao i navike i očekivanja*“ (Martineli, 2016: 1280). Zbog toga pojam publike polako nestaje te se stvaraju novi termini koji karakteriziraju digitalnu medijsku publiku. Prema Martineli (2016.) publika su fanovi, sljedbenici (*followers*), pretplatnici (*subscribers*), korisnici (*users*), obožavatelji (*likers*), proizvođači (*producers* ili *prosumers*), distributeri sadržaja (*share*).

2.2. Djeca i mladi kao primatelji medijskih sadržaja

Danas digitalnoj generaciji pripadaju djeca i mladi, a predstavljaju važnu publiku koja svakodnevno konzumira različite medijske sadržaje zbog školskih obveza, osobnog interesa ili zabave. Dostupne su im različite vrste medijskih sadržaja kroz internetske stranice, društvene mreže, filmove, video igre, razne *streaming* platforme, mobilne aplikacije i televiziju. Iako su mnogi sadržaji prilagođeni djeci i mladima te su edukativni, obrazovni i korisni za njih, dosta drugih sadržaja, koji su im također dostupni, nisu pogodni za njih upravo zbog svog sadržaja. Mediji su danas postali puno više od prenositelja informacija, oni diktiraju trendove, društvene potrebe. Pomoću medija se nameću i stvaraju mišljenja koja se smatraju društveno poželjnim. „*Mediji su danas kreatori, a ne samo prenositelji informacija što izrazito pogubno može biti za djecu i mlade čiji se stavovi i mišljenja o svijetu tek stvaraju*“ (Majdenić, 2019:15). Upravo zbog toga djecu i mlade treba zaštititi od neprimjerenog medijskog sadržaja jer su oni najranjivija publika. Bezopasna komunikacija u digitalnom svijetu predstavlja pozitivan aspekt suvremenih tehnologija koja omogućuje brzu i učinkovitu razmjenu informacija, povezivanje ljudi i dijeljenje ideja. Generacija Z, koja je odrasla uz tehnologiju, pokazuje visoku razinu tehnološke snalažljivosti i oslanja se na web-pretraživače kako bi pronašla relevantne informacije. Bezopasna komunikacija

u digitalnom svijetu ovisi o odgovornom korištenju tehnologije. „*Pozitivne strane novih tehnologija su već navedena mogućnost brze komunikacije, brzog informiranja, učenja i osobnog razvoja*“ (Zadravec 2019: 9). Moderna tehnologija, poput mobilnih telefona i Interneta, omogućava širenje relacijskog nasilja na virtualni prostor, nasilje na Internetu može se manifestirati kao izravan napad ili napad preko posrednika (Maričević, 2019). Moderna tehnologija omogućuje brzu i efikasnu komunikaciju te pruža brojne prednosti, važno je osviještenje mladih o odgovornom korištenju tehnologije i promicati sigurno i poticajno *online* okruženje jer od bezopasne komunikacije do nasilja na internetu kratak je put, a ta vrsta nasilja prenosi u digitalno okruženje, mogu se pojaviti nove i kompleksnije situacije koje zahtijevaju pažnju i reakciju (Maričević 2019). Prema Polletu (2010) komunikacija preko društvenih mreža često je usmjerena prema osobama koje su već poznate, što može rezultirati obogaćivanjem kvalitetnih prijateljstava i pozitivnim utjecajem na psihičko stanje pojedinaca (Valenti, 2021). Ova vrsta komunikacije nadopunjuje, ali ne zamjenjuje, komunikaciju u stvarnom svijetu, te može unaprijediti društvene veze i stvarni život mladih (Valenti, 2021). Komunikacija putem društvenih mreža može imati pozitivne i negativne učinke, što se može promatrati u kontekstu bezopasne komunikacije kao pozitivne i nasilja kao jedne od najvećih negativnih učinaka. Pozitivni učinci obuhvaćaju smanjenje anksioznosti kod mladih, budući da im omogućuje komunikaciju iz udobnosti vlastitog doma, izbjegavajući direktnu interakciju s drugima (Valenti, 2021). „*Mladi svoje profile koriste za komunikaciju s prijateljima iz stvarnog života, poznanicima, ali i nepoznatim ljudima sličnih interesa. Cilj komunikacije s prijateljima iz stvarnog života jest osnaživanje prijateljstva te dogovor za druženje u pravom životu, ili za održavanje kontakta sa prijateljima koje ne vide često*“ (Valenti, 2021: 15).

2.3. Osobnosti i karakteristike djece i mladih kao konzumenata novih medijskih sadržaja

Djeca i mladi kao konzumenti novih medijskih sadržaja imaju neke specifične osobnosti i karakteristike koje ih razlikuje od ostalih skupina publike. Oni pripadaju X, Y, Z i alfa generaciji koje ne poznaju svijet bez računala. Njihovo odrastanje i njihov svijet je izravno povezan s Internetom. Tehnologija i Internet su imali veliku ulogu u oblikovanju njihovih osobnosti i karakteristika. Neke od njih su tehnološka pismenost, visoka interakcija, potreba za autentičnosti, brza konzumacija i kratka pažnja, kreativnost i participacija.

U knjizi Bilić (2020) navodi kako djeca i mladi kao konzumenti novih medijskih sadržaja stvaraju pozitivna i negativna obilježja:

„Pozitivne osobine su:

- *Brzina i fleksibilnost*
- *Uživanje u trenutačnom zadovoljstvu*
- *Samopouzdanje i optimizam*
- *Otvorenost*
- *Lako komuniciranje*
- *Pragmatičnost i ambicioznost*
- *Sklonost prilagođavanju, suradnji i povezivanju*
- *Sloboda izražavanja ideja i mišljenja*
- *Spремnost za prihvatanje novih znanja i tehnologija*

Negativne osobine su:

- *Sebičnost*
- *Nestrpljivost*
- *Sklonost stvaranju lažnih identiteta*
- *Nespremnost za pomaganje drugima*
- *Fokusiranost na materijalne vrijednosti i osobini uspjeh*
- *Zaljubljenost u sebe“ (Bilić, 2020:20).*

Neosporivo je da je tehnologija utjecala na njih razvoj u komunikaciji kao i na oblikovanje njihovih osobina i karakteristika.

3. NOVI MEDIJI I DRUŠTVENE MREŽE

„Novi mediji su dakle razni oblici medija koji podliježu računalnoj obradi za redistribuciju. Primjeri novih medija su; telefoni, računala, virtualni svjetovi, pojedinačni mediji, web igrice, čovjek-računalo sučelja, računalne animacije i interaktivne računalne instalacije“ (Sebastijan Đukić prema Leinonen 2010). Novi mediji utjecali su na stvaranje društvenih mreža koje su postale neizostavna svakodnevnicu ljudi. U daljnjem tekstu bazirat ćemo se na društvene mreže.

3.1. Definicija i povijesni razvoj društvenih mreža

Iako su društvene mreže postale neizostavan dio poslovnog i privatnog života čovjeka u komunikaciji, a njihova upotreba svakim danom sve više raste. Koliko god pojam „društvena mreža“ možda bio jednostavan, baš zbog naglog razvoja i mnogobrojnih društvenih mreža koje nude različite usluge i opcije, nije lako definirati jedinstvenu ili opće prihvaćenu definiciju društvenih mreža. Ipak mnogi autori i znanstvenici daju svoje definicije kojima pokušavaju objasniti pojam „društvenih mreža“.

„Društveni su mediji prema Kietzmannu, Mccarthyu, Herkmensku i Silvestreu (2011) mediji za društvene interakcije te predstavljaju svojevrsan nadskup alata koji nadilaze same sfere društvene komunikacije. Također, lako su dostupni i prilagodljivi te su promijenili način na koji organizacije, društva i individualci komuniciraju“ (Šošić, 2021:20).

„Društveno umrežavanje (engl. social networking) međusobno je povezivanje skupine ljudi putem interneta, bilo da su istomišljenici, prijatelji ili zaposlenici neke ustanove i sl. Mrežne stranice (servisi) za društveno umrežavanje, tzv. društvene mreže, omogućuju korisnicima samostalno stvaranje korisničkih profila, nude raznovrsne sadržaje, od sklapanja prijateljstava i međusobne komunikacije, pregledavanja videa i fotografija, do mrežnoga trgovanja“(<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=66413>; datum pristupa 28.04.2023).

„Društvene mreže su najpopularniji globalni komunikacijski fenomen jer je čovjek društveno biće i jer ga društvena komunikacija zanima i privlači. Na društvene mreže dolazimo kako bismo se zbližili, povezali i sprijateljili s novim ljudima, kako bismo podijelili odnosno primili ili razmijenili razne informacije, jednostavno kako bismo komunicirali s ljudima na svaki mogući način“ (Grbavac i Grbavac, 2014: 207).

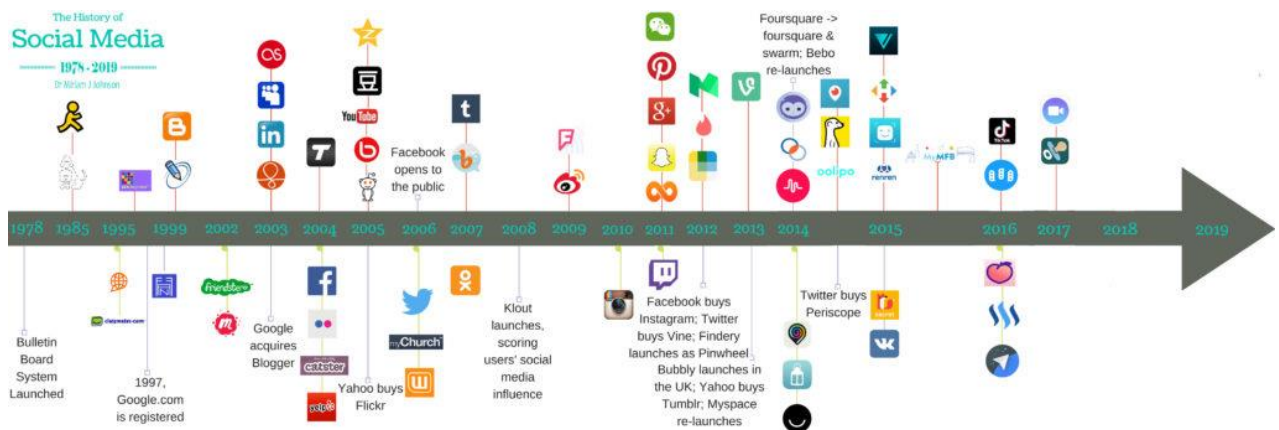
„Stranice društvenih mreža definiramo kao usluge temeljene na webu koje pojedincima omogućuju (1) stvaranje javnog ili polujavnog profila unutar ograničenog sustava, (2) artikuliranje popisa drugih korisnika s kojima dijele vezu i (3) pregledavati i prelaziti njihov popis

veza i onih koje su napravili drugi unutar sustava. Priroda i nomenklatura ovih veza može se razlikovati od mjesta do mjesta“. (Ellison 2007:211).

Povijesnim razvojem Interneta i njegovih usluga, kao što su *web* pretraživač i *e-mail*, postavljene su osnovne inačice nastanka društvenih mreža. Jedan od glavnih uzroka pojave društvenih mreža bilo je omogućiti i olakšati komunikaciju ljudi putem računala, mobitela i drugih uređaja. Prva društvena mreža započela je s radom 1997. godine pod nazivom *SixDegrees*, a omogućavala je izradu profila i spajanje s drugim profilima. Međutim, 2000. godine je ugašena. Slika 3.1 prikazuje povijesni razvoj društvenih mreža do 2006. godine.

Nakon pojave prve društvene mreže i njezinog gašenja do 2007. godine, pojavile su se mnoge druge društvene mreže. Neke od njih su bile zapaženije i imale su veliki broj korisnika. Jedna od njih je *Friendstar* koja se pojavila 2002. godine te je slovila kao društvena mreža za pronalaženje partnera, a nakon čega je prešla u *gejming sajt*. 2003. godine na tržište izlazi *LinkedIn* te ista slovi i dan danas kao jedna od kvalitetnijih poslovnih mreža. Izdvojit ćemo i pokretanje društvene mreže *MySpace*, koja je par godina za redom držala veliku popularnost. Pojavom *Facebooka*, 2004. godine, započinje novo doba društvenih mreža, a *Facebook* još i dan danas slovi kao jedna od vodećih društvenih mreža. Danas najveću popularnost drže društvene mreže *Facebook*, *You Tube*, *Pinterest*, *Instagram*, *Tik Tok*, *Whatsapp*, *Snapchet*, *Vimeo*, *Quora*.

„Web je danas mjesto gdje se korisnici povezuju i komuniciraju jedni s drugima razmjenjujući informacije, stavove i mišljenje, a kao takav prešao je granice e-maila i postao sredstvo komunikacijskog povezivanja ljudi, bez obzira na udaljenost i vrijeme, omogućujući tako socijalizaciju i stvaranje nove kulture koja prije nije viđena u razvoju ljudskih zajednica. Povezivanje putem društvenih mreža (web-stranica) logična je posljedica ljudske težnje za zajedništvom i tehnološkim napretkom“ (Grbavac i Grbavac, 2014: 2018).



Slika 3.1 vremenska crta koja prikazuje razvoj društvenih mreža, a na kojoj se također vidi kada je pokrenuta aplikacija Snapchat

Izvor: <https://www.booksaresocial.com/social-media-timeline-2019/> 28.04.2023.g

3.2. Što su društvene mreže?

Na pitanje „Što su društvene mreže?“, najjednostavniji odgovor jest da su društvene mreže online platforme, a predstavljaju virtualni svijet. U tom svijetu korisnicima društvenih mreža omogućeno je povezivanje s prijateljima, obitelji, kolegama i s drugim nepoznatim korisnicima s bilo kojeg dijela svijeta. Društvene mreže, osim povezivanja, omogućavaju različite načine komunikacije bilo slanjem poruka, dijeljenjem poruka, komentiranjem i lajkanjem, sve na brz i jednostavan način, što uvelike olakšava komunikaciju na daljinu. Nadalje, omogućuje svojim korisnicima kreiranje i dijeljenje kreativnih sadržaja kao što su videozapisi, fotografije, tekstualni statusi i poveznice. Pruža im veliki izvor raznolikih informacija o aktualnostima, događajima i temama koje ih zanimaju. Osim pružanja različitih usluga korisnicima, društvene mreže imaju značajan utjecaj na javno mnijenje. Baš zbog brzine širenja informacija na društvenim mrežama, ljudi mogu sudjelovati u raspravama, iznositi svoje stavove i mišljenja te poticati promjene u društvu. Danas su društvene mreže postale popularne kao marketinški alat za razne tvrtke koje su pomoću njih izgradili svoju prisutnost na tržištu. Društvene mreže pružaju mnoge pozitivne stvari, ali u isto vrijeme treba biti svjestan negativnih aspekata društvenih mreža. Ono što društvene mreže čini različitim su njihove karakteristike. U daljnjem tekstu bavit ćemo se karakteristikama društvenih mreža.

3.3. Karakteristike društvenih mreža

Pojam „karakteristika“ grčkog je porijekla: „(prema grč. *χαρακτηριστικός*: osebujan, osobit, svojstven, poseban), značajka, obilježje, svojstvo; znak, odlika, crta koja označava neko biće, osobu, skupinu, pojavu, predmet, događaj, pojam i sl. – Karakterističan, koji nekoga obilježuje, koji sadrži nečije osobine, svojstva; značajan“ (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=30388> 28.04.2023).

Ono što je za društvene mreže karakteristično su profil, naslovnica, pretraživač i komunikacijski alati.

„**Profil** – svaki korisnik društvene mreže kreira svoj profil koji sadrži podatke o njemu: ime i prezime, fotografiju korisnika, datum rođenja, broj mobitela, mjesto rođenja, mjesto trenutnog prebivališta, e-mail adresu itd. Podatci koji se nalaze na profilu korisnika mogu varirati ovisno o društvenoj stranici o kojoj je riječ. Korisnik sam bira koje će od podataka učiniti vidljivima, a koje ne.

Naslovnica (news feed)- naslovnica ili naslovna stranica je stranica na kojoj se nalaze objave drugih korisnika, možemo reći glavna stranica društvene mreže, ona koja se pojavljuje čim se mreži pristupi.

Pretraživač (search engine) – služi za pronalazak korisnika, najčešće po imenu. Upisom imena određene osobe ili stranice, moguće je posjetiti profil iste te ju dodati za prijatelja/vezu. **Komunikacijski alat** – najpoznatiji kao chat, no može biti komunikacija putem videa, objave statusa, komentiranja i sl. Komunikacijski alat služi kako bi korisnici međusobno komunicirali, a to je čemu društvene mreže najviše i služe“ (Kaniža, 2015:12).

Osim osnovnih karakteristika, društvene mreže mogu se razlikovati na više načina i to prema svrsi. Primjerice neke su umjerene na povezivanje, a neke na dijeljenje sadržaja. Zatim prema ciljanoj skupini pa neke društvene mreže teže više profesionalnom umrežavanju, dok su druge fokusirane na mlade. Također, razliku među njima čini format sadržaja i način interakcije. Privatnost i postavke koje društvene mreže nude svojim korisnicima, a jedna od najvažnijih stavki je popularnost i rasprostranjenost društvene mreže.

4. VAŽNOST I POTENCIJAL *SNAPCHAT-a*

Korisnici *Snapchat-a* prepoznali su važnost i potencijal koji nudi aplikacija za komunikaciju te je zbog toga *Snapchat* postala najbrža rastuća društvena mreža na svijetu, a njezin najveći broj korisnika pripada generaciji Z.

4.1. Primarno sredstvo komunikacije generacije Z

Generaciju Z predstavlja populacija ljudi koji su rođeni u periodu od 1997. do 2012. godine i u vrijeme tehnološkog uspona i digitalizacije. Zbog toga je generacija Z obilježena kao generacija koja ne zna živjeti bez tehnoloških uređaja, a njihova se komunikacija i socijalizacija svodi putem društvenih mreža. Kako je generacija Z digitalna generacija koja prati i koristi društvene mreže u svim sferama života, tako i bira društvenu mrežu koja im je najpogodnija za komunikaciju. Danas prema globalnim istraživanjima generacija Z najviše koristi društvene mreže *Facebook*, *You tube*, *Instagram*, *Tik Tok*, *Snapchat* i druge mreže, ali prema podacima *Snapchat* je postala najbrža rastuća mreža, a najveći broj korisnika pripada generaciji Z. Stoga društvene mreže su primarno sredstvo komunikacije generacije Z, a jedna od njih koja poprima i bilježi sve veću važnost je *Snapchat*.

Generacija Z, koja odrasta u svijetu digitalnih tehnologija, posjeduje određene karakteristike koje oblikuju njihovu komunikaciju. Navedene karakteristike mogu se povezati s elementima komunikacije generacije Z koje su:

- Tehnološka snalažljivost – snalažljivost mladih i djece ogleda se u vještini korištenja svih potencijala tehnologije i Interneta od najranijih faza svog života, brzina pronalaženja informacija i vještina snalažljivosti utječe na element prenošenja medijskih sadržaja i poruka
- Oslanjanje na web pretraživače - oni predstavljaju ključan izvor informacija
- Pobornici tehnologije – generacija Z tehnologiju smatra neophodnom i neizostavnim dijelom svoje komunikacije u primanju i slanju poruka medijskog ili bilo kojeg drugog sadržaja
- Kreiranje vlastitog digitalnog sadržaja“ - u toj karakteristici generacija Z vidi mogućnost iznošenja svojih stajališta i mišljenja o raznim pitanjima
- Brzina radnji – u pronalaženju, interpretaciji i primjeni primljenih medijskih sadržaja
- Multitasking
- Preferiranje tipkanja umjesto pisanja i
- Očekivanje brzog odgovora – zbog kratkotrajnosti pažnje generacije Z očekuje brze odgovore (Kurtalić, 2018: 22,23).

Kada se razmatra o djeci i mladima kao primateljima medijskog sadržaja, potrebno je definirati okvir elementa koji definiraju komunikaciju karakterističnu za generaciju Z. Prema internetskom izvoru generacija Z okarakterizirana je njima normalnom komunikacijom na više kanala istovremeno (<https://kalapresence.hr/blog/kako-komunicirati-generacijom-z/>; datum pristupa 24.06.2023). Na to se nadovezuje multitasking kao jedna od najkvalitetnijih osobina djece i mladih koja im je prirodno urođena za razliku od generacija prije njih (<https://kalapresence.hr/blog/kako-komunicirati-generacijom-z/>; datum pristupa 24.06.2023). Što se tiče sadržaja, generacija Z vizualno je orijentirana, a od načina komunikacije preferiraju poruke umjesto poziva (<https://kalapresence.hr/blog/kako-komunicirati-generacijom-z/>; datum pristupa 24.06.2023). Kao primjer društvenu mrežu Snapchat koriste kao platformu koja im omogućuje da pružaju i imaju uvid u male segmente iz svog svakodnevnog stvarnog života (<https://kalapresence.hr/blog/kako-komunicirati-generacijom-z/>; datum pristupa 24.06.2023).

Nakon navedenih nekih od karakteristika i elemenata komunikacije generacije Z, potrebno je dodatno objasniti i dio spoznaje o utjecaju ovih karakteristika na njihov razvoj i učenje. Za potrebe ovog dijela rada izdvojene su samo neke koje će se u nastavku objasniti. Prva karakteristika koja ima utjecaj na mlade i djecu kao i na sadržaj je činjenica da su pripadnici generacije Z digitalni domoroci (<https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/>; datum pristupa 24.06.2023).

Ova generacija se rodila i odrasta u internetsko doba te njihovo snalaženje u online svijetu dolazi prirodno i lako. Njihova komunikacija temelji se na sadržajima vizualnog usmjerenja (video, slike itd.)

(<https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/>; datum pristupa 24.06.2023).

Druga karakteristika je zainteresiranost i interes oko ekoloških tema

(<https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/>; datum pristupa 24.06.2023).

Treća karakteristika tiče se slabije sposobnosti održavanja pažnje kada npr. obrađuju i analiziraju duže i zahtjevnije tekstove no treba spomenuti da generacija Z ima visoko razvijenu sposobnost skeniranja i brzine skeniranja sadržaja na više od jednog kanala

(<https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/>; datum pristupa 24.06.2023).

Multitasking se ponovo spominje kao jedna od karakteristika povezanih s pozitivnim stranama života na Internetu i visokog stupnja korištenja online kanala i konzumaciji sadržaja na njemu. Još

jedna od karakteristika jest želja za spoznajom naučenog i usvojenog jer u sadržaju traže način kako da primijene svoje znanje u praksi i važna im je svrha naučenog i primijenjenog (<https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/> ; datum pristupa 24.06.2023). S obzirom na nabrojene karakteristike generacije Z, vidljivo je kako su utjecaj na ponašanje i učenje međusobno u interakciji s tehnologijom i društvenim medijima te je izloženost medijskim sadržajima neizbježna.

Medijski sadržaj koji primaju mladi i djeca koji pripadaju generaciji Z, ako ih se usporedi s prethodnom generacijom milenijalaca različit je; postoje značaje promjene u percepciji i interpretaciji. Isti medijski sadržaj može imati dva različita značenja za npr. ove dvije navedene generacije, a primjer može biti jednostavan poput komunikacije putem emojija, gdje generacija Z prima i razumije te dijeli taj sadržaj s novim značenjem. Emoji koji se glasno smije je primjer koji objašnjava ovu razliku u značenju: milenijalci prepoznaju ovaj emoji kao tugu ili frustraciju dok generacija Z shvaća i povezuje ovaj emoji s nečim divnim ili pozitivnim (<https://putnikofer.hr/zivot/kako-komunicira-generacija-z-rjecnik-izraza/> ; datum pristupa 25.06.2023). Ovakav tip promjena pokazuje kako mladi i djeca generacije Z imaju drugačiji pristup i način razumijevanja medijskog sadržaja. U njihovom primanju medijskog sadržaja veliku ulogu igraju vizuali, a interpretacija ovisi o samoj generaciji Z, što ukazuje na otvorenost za nove načine komunikacije i davanje novih perspektiva starom sadržaju.

Prema novim sociološkim istraživanjima, generacija Z se pokazuje konzervativnijom u odnosu na svoje roditelje kada je riječ o vraćanju na stare vrijednosti (<https://infozona.hr/news/generacija-z/8529> ; datum pristupa 25.06.2023). Ova tendencija ukazuje na manju toleranciju i spremnost da prihvate različitosti u društvu (<https://infozona.hr/news/generacija-z/8529> ; datum pristupa 25.06.2023). Također se primjećuje kako se pripadnici ove generacije sve više okreću nacionalizmu i iskazuju manju socijalnu osjetljivost, a važno je napomenuti da se vraćanje na tradicionalne vrijednosti ne smije smatrati opravdanjem za sebičnost ili netoleranciju, niti bi to trebalo dovesti do poticanja nasilja (<https://infozona.hr/news/generacija-z/8529> ; datum pristupa 25.06.2023). Ovi faktori nesigurnosti mogu igrati ulogu u oblikovanju stavova generacije Z, ali je važno da se potiče otvorenost, empatija i razumijevanje kako bi se izbjegla negativna isključivost u društvu, jednako u offline i online svijetu.

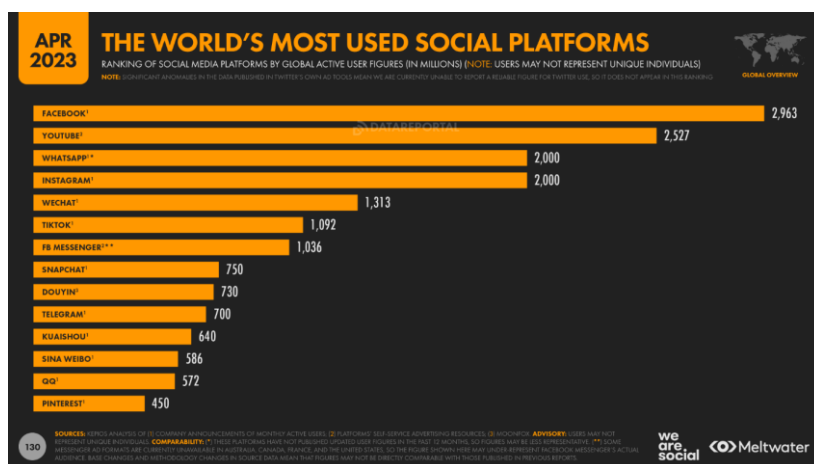
4.2. Povijesni razvoj *Snapchat-a*

Povijesni razvoj *Snapchat-a* započinje 2011. godine kada su stanfordski studenti Evan Spiegel, Bobby Murphy i Reggie Brown kreirali mobilnu aplikaciju pod imenom *Snapchat*. Iza društvene mreže *Snapchat* stoji tvrtka pod nazivom *Snap Inc.*, a koja upravlja aplikacijom i kreira njezine usluge. Tehnološka tvrtka *Snap Inc.* na svojim službenim stranicama navodi: „*Vjerujemo da kamera predstavlja najveću priliku za poboljšanje načina na koji ljudi žive i komuniciraju. Doprinosimo ljudskom napretku osnažujući ljude da se izraze, žive u trenutku, uče o svijetu i zabavljaju se zajedno*“

(https://snap.com/enUS?utm_source=newsroom_snap_com&utm_medium=global_header&utm_campaign=universal_navigation&_ga=2.206430096.2030721421.1682717615-1080335083.1682717615 ; datum pristupa 29.04.2023).

Snapchat svojim korisnicima nudi razne usluge slanja poruka, videa i slika, ali osnovni cilj tvoraca aplikacije je bio korisnicima omogućiti komunikaciju koja je najbližnja komunikaciji „*licem u lice*“. Osim po načinu komunikacije korisnika *Snapchat* se razlikuje od drugih društvenih mreža po tome što dijeljeni sadržaj među korisnicima ostaje kratkotrajno, a što znači da se nakon izvršenog uvida u poslanu poruku njezin sadržaj briše te nema mogućnosti ponovnog uvida u sadržaj poslane poruke.

Snapchat je jedna od najpopularnijih društvenih mreža te se smatra da je najbrže rastuća društvena mreža za komunikaciju, a što potvrđuju statistički globalni podaci o korištenju društvenih mreža.



Slika 4.1 digitalno izvješće o globalnoj statsnimci najnovije digitalne statistike iz cijelog svijeta

Izvor: <https://datareportal.com/global-digital-overview> 29.04.2023.g

Na svojim službenim stranicama *Snapchat* prikazuje statističke podatke o korištenju društvene mreže: „383 milijuna dnevni aktivni korisnici (DAU) koriste *Snapchat* u prosjeku svaki dan, 750 milijuna mjesečno aktivni korisnici (MAU) u prosjeku koriste *Snapchat* svaki mjesec“ (<https://investor.snap.com/overview/default.aspx>; datum pristupa 29.04.2023). Najveću popularnost *Snapchat* ima među generacijama Z i Y.

4.3. Specifičnosti *Snapchat-a*, *Snap*, *Chat*, *Story*, *Face Swap*

Snapchat je popularna mobilna aplikacija za Android i iOS uređaje koju su 2011. godine kreirali Evan Spiegel, Bobby Murphy i Reggie Brown, dok su bili studenti na Stanfordu (<https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/sto-je-snapchat-i-kako-ga-koristiti-20160519> ; datum pristupa 18.06.2023). Od veljače 2018. godine, *Snapchat* broji 187.000.000 aktivnih korisnika. Korisnici mogu uređivati fotografije i videozapise dodavanjem filtera, efekata, tekstualnih opisa i crteža. *Snapove* je moguće slati privatno određenim kontaktima, dodavati ih na polujavni "Story" ili na javni "Our Story". Dodavanje mogućnosti slanja videozapisa u aplikaciju je implementirano u prosincu 2012. godine (<https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/sto-je-snapchat-i-kako-ga-koristiti-20160519> ; datum pristupa 18.06.2023).

Što se korištenja *Snapchata* kao komunikacijske platforme tiče, vrlo je jednostavna za upotrebu. Za snimanje i slanje tkz. *Snapova* na glavnom zaslonu prikazana je ikona kamere (obostrana mogućnost korištenja kamere), gdje postoji srednji gumb za slikanje slika i dužim pritiskom na njega snimanje videa, a nakon kreiranja moguće je dalje ga uređivati pomoću raznih filtera, efekata ili tekstualnih opisa koje omogućuje ova platforma (<https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/sto-je-snapchat-i-kako-ga-koristiti-20160519> ; datum pristupa 18.06.2023).

Slanje *Snapa* je omogućeno već nakon uređivanja, *Snapchat* omogućuje pregled sadržaja prije samog slanja, a slanje *Snapa* može se slati privatnim određenim kontaktima na polujavni "Story" ili na javni "Our Story". Story je *Snap* koji je aktivan 24 sata i može ga pregledati svatko tko prati osobu koju ga je poslala, a svi koji prate tu osobu mogu pregledati Story neograničen broj puta, a ona možete vidjeti tko je to učinio. *Chat* je dostupan potegne li se prstom slijeva na glavnom zaslonu potom se otvoriti lista kontakata, tipkanje po imenu osobe s kojom se želi komunicirati i odabrati ikonu za *chat*, a mogu se razmjenjivati poruke s prijateljima i čak koristiti značajku video

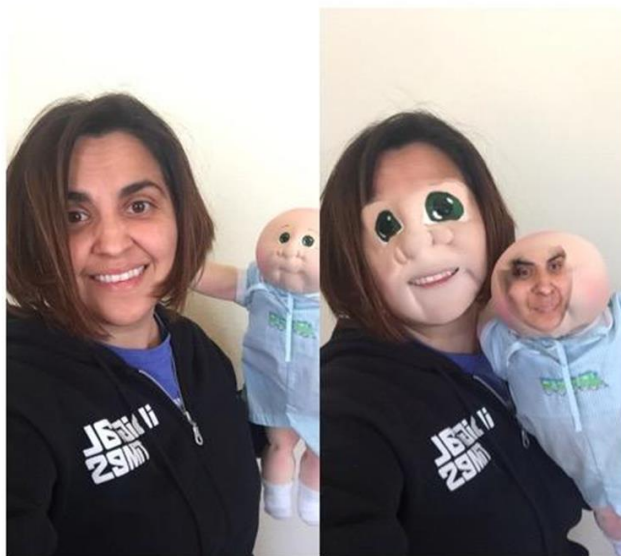
chata putem značajke Here (<https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/sto-je-snapchat-i-kako-ga-koristiti-20160519> 18.06.2023).

„Chat: Ovaj pojam se odnosi na bilo koju online komunikaciju, ali najčešće označava komunikaciju jedan-na-jedan zasnovanu na tekstualnim porukama. Ovu vrstu komunikacije omogućava aplikacija poznata kao instant messaging. Chat se može odnositi i na komunikaciju i interakciju većeg broja korisnika koji sukcesivno postavljaju poruku, na isto mjesto, u skoro istom vremenu. Mjesto gdje se odvija ovakva komunikacija naziva se chat room i razlikuje se od foruma po tome što se konverzacije odvijaju u realnom vremenu, nalik komunikaciji lice-u-lice“ (Crnobrnja, 2014:27).

Iako na *Snapchatu* postoje uvodne upute kako se koristi *Face Swap* brojni portali nude dodatno objašnjene upute za lakše snalaženje. Na blogu Hapblog je to opisano na sljedeći način:

- Karakteristika i specifičnost zamjene lica (*Face Swap*) na *Snapchatu* omogućuje da na drugačiji i zanimljiv način promijenite svoj izgled.
- Nakon toga, potrebno je dodirnuti i držati prst na svom licu kako bi se prikazala mreža koja prepoznaje konture lica, a mogućnosti koje se nude su: zamjena lica s prijateljem, životinjom ili predmetom i sl.
- Za vrijeme korištenja specifičnosti zamjene lica, ima mogućnost smijanja, razgovaranja, ispuštanja jezika ili izražavanja emocija na različite načine.
- Osim toga, dopušteno je i dodavanje dodatnih elementa kao što su naljepnice, tekst ili slike pomoću dostupnih gumba za olovku, naljepnice i tekst.
- Nakon snimanja slike s odabranom zamjenom lica, ova priča bit će vidljiva tijekom 24 sata (<https://www.hapblog.com/how-to-use-snapchats-face-swap-feature-2/> ; datum pristupa 18.06.2023).

Primjer ove specifičnosti prikazan je na Slici.



Slika 4.2 *primjer korištenja opcije Face Swap u aplikaciji Snapchat*

Izvor: <https://www.hapblog.com/how-to-use-snapchats-face-swap-feature-2/> ; datum pristupa
25.06.2023.g

Redovito ažuriranje *Snapchat* aplikacije preporučljivo je radi pristupa najnovijim značajkama i poboljšanjima (<https://www.hapblog.com/how-to-use-snapchats-face-swap-feature-2/> ; datum pristupa 18.06.2023).

5. NASILJE NA SNAPCHAT-u

Nasilje na društvenim mrežama, kao i na *Snapchatu* predstavlja ozbiljan problem koji može prouzročiti negativne posljedice za žrtvu. *Snapchat* kao aplikacija koja je sve popularnija među mladima nije imuna da se preko nje ne vrši vršnjačko nasilje. Usluge koje *Snapchat* nudi mladima mogu poslužiti za *cybebullying*, slanje neprikladnih sadržaja drugim korisnicima te za širenje privatnog sadržaja drugog korisnika drugima. Nasilje među mladima i djecom na *Snapchatu* može imati veliki utjecaj na njihovo mentalno zdravlje. Kako bi se zaustavilo nasilje na *Snapchatu* potrebna je prevencija protiv nasilja.

Nasilničko ponašanje među vršnjacima i maloljetnicima navodi se već početkom novog milenija kao jedan od najopasnijih i najjačih problema unutar školskog sustava, koji obuhvaća brojne škole na globalnoj razini (Bilić, 2018). Bilić (2018) također je istaknuo kako je problem nasilnog ponašanja osobito vrijedan pažnje, prevencije i razmatranja posljedice onaj elektroničkog oblika. O nasilju među maloljetnicima se govori već od 19. stoljeća, ali ga se ne naziva ga tako, „nego ističe da se radi o disfunkcionalnim interakcijama među vršnjacima koji se međusobno poznaju ili o interpersonalnom nasilju u svakodnevnim situacijama, a tretira se kao privatna stvar između pojedinca“ (Bilić, 2018: 25). Ovim činjenicama od strane relevantne autorice želi se istaknuti da problematika elektroničkog nasilja je itekako značajna, prisutnija nego ikada prije te zbog rasta korištenja i uključivanja velikog broja maloljetnika i djece na konkretno društvenoj mreži *Snapchat* predstavlja alarmantnu pozornost prevencije kako i u fizičkom svijetu tako i u digitalnom okruženju. Spoznaja, da se nasilje ne naziva direktno i konkretno nasiljem, nego disfunkcionalnostima u međusobnoj komunikaciji maloljetnika, ukazuje na važnost daljnjih istraživanja na tu temu, a tako i istraživanjem putem ovog rada.

Definicija iz Protokola o postupanju u slučaju nasilja među djecom i mladima glasi: „*Nasiljem među djecom i mladima smatra se svako namjerno fizičko ili psihičko nasilno ponašanje usmjereno prema djeci i mladima od strane njihovih vršnjaka učinjeno s ciljem povrjeđivanja, a koje se, neovisno o mjestu izvršenja, može razlikovati po obliku, težini, intenzitetu i vremenskom trajanju i koje uključuje ponavljanje istog obrasca i održava neravnotežan odnos snaga (jači protiv slabijih ili grupa protiv pojedinca).*“

(<https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Dokumenti-ZakonskiPodzakonski-Akti/Predskolski/Protokol%20o%20postupanju%20u%20slu%C4%8Daju%20nasilja%20me%C4%91u%20djecom%20i%20mladima%20-%20Ministarstvo%20za%20demografiju,%20obitelj,%20mlade%20i%20socijalnu%20politiku.p>

[df](#) ; datum pristupa 20.05.2023). U sličnoj definiciji stručnjaka, također se navodi kako je nasilje bilo koje ponašanje koje uključuje korištenje fizičkog oblika ili moć prijetnje, bilo drugoj osobi ili grupi ljudi, a „*može rezultirati ozljedom, smrću, psihološkim posljedicama ili nerazvijenosti*“ (Žilić, Janković, 2016: 69). Govori li se u kontekstu društvenih mreža, konkretno primarno odnoseći se na društvenu platformu *Snapchat*, nasilje klasičnog oblika poprima novu dimenziju u digitalnom svijetu – elektroničko nasilje. Prema definiciji navedenoj iz Protokola može se povezati kako je nasilje na *Snapchatu* jednako usmjereno na namjerno povrjeđivanje i bez obzira na mjesto jer kontekst nasilja se odvija u virtualnom okruženju i dalje je nasilje koje može biti različitog oblika, težine i intenziteta neovisno o tome što se ono manifestira u digitalnoj okolini.

Prema podacima Pew Research Center (2018) 35% tinejdžera koristi *Snapchat* više od bilo kojih drugih društvenih mreža, a čak 69% tinejdžera kaže kako redovito koristi *Snapchat* (<https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> ; datum pristupa 18.06.2023). Podatak da među mladima od 14 do 22 godine njih 81% svakodnevno koristi, govori o popularnosti i učestalosti korištenja aplikacije *Snapchat*, a ona ju je stekla upravo zbog specifičnosti svojeg načina komunikacije – sistema poruka koje nestaju nakon određenog vremena (<https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> 18.06.2023). Upravo ova značajka nestanka poruka u obliku slika ili videa s druge strane koristi se među mladima kao oružje za početak elektroničkog nasilja. Drugi alarmantan statistički podatak koji je objavila *Anti-Defamation League* (2022) da samo 23% žrtava elektroničkog nasilja, koji su srednjoškolske dobi, prijave to zlostavljanje odrasloj osobi (<https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> 18.06.2023). S ovim podacima i prema ovim značajkama društvena platforma *Snapchat*, za razliku od drugih društvenih komunikacijskih platformi, zauzima visoko mjesto na ljestvici uporabe kao jednog od primarnih komunikacijskih sredstva među maloljetnicima. Dok s jedne strane značajka koja nudi prividno zaštitu, s druge strane predstavlja opasnost za širenje nasilja i nastavak zlostavljanja unatoč značajki nestajanja poruke, upravo zbog mogućnosti uređaja da snimi zaslon. Malen je broj prijava takvog oblika ponašanja odraslim osoba koje bi mogle poduzeti preventivne, a kasnije i mjere podrške mladima.

Nasilje na *Snapchatu* i klasično nasilje prva i osnovna razlika je da se nasilje na *Snapchatu* odvija putem digitalnih kanala kroz oblike slanja i primanja tekstualnih poruka, slika ili video materijala. Iako specifičnost nestanka poruka na analiziranoj platformi ima određene prednosti, kada se govori o nasilju za razliku od klasičnog zbog te postavke puno je teže dokazati i pratiti takvo nasilje. Druga važna razlika nasilja na *Snapchatu* i drugih nedigitalnih oblika nasilja je veća fokusiranost i intenzitet usmjeren na emocionalnu i psihološku stranu. Mentalne i socijalne

vještine maloljetnika puno su osjetljivije i ranjivije, a elektroničko nasilje može ostaviti duboki trag i utjecati na kasniji razvoj i život maloljetnika. Anonimnost i brzina, koje su glavna obilježja navedene društvene platforme, također kada je riječ o nasilju, predstavljaju tešku prepreku za roditelje i ostale stručnjake koji se bave prevencijom i intervencijom u ovakvim slučajevima.

5.1. Nasilje među vršnjacima

U prethodnom poglavlju opisano je nasilje koje je općenito definirano, a vršnjačko nasilje ima vrlo slično objašnjenje. Autori objašnjavaju vršnjačko nasilje „za razliku od sukoba koji se javljaju spontano i povremeno, bez loše namjere, te se opisuju kao kratkotrajne konfliktne epizode“, „definira kao namjerno, neprijateljsko, ponavljano ili trajno djelovanje od strane jednoga ili više učenika, nejednake stvarne ili percipirane fizičke snage, odnosno psihološke ili socijalne moći, zbog čega dijete trpi tjelesnu i/ili emocionalnu štetu, a nemoćno je da se odupre i samo obrani“ (Bilić, 2018: 36).

Putem mobilnih uređaja često sredstvo komunikacije su elektroničke poruke koje se šalju putem SMS-a (Bilić 2020). Prije društvenih mreža, popularne su bile takozvane *chat room* (sobe za razgovor), koje su omogućavale dijaloge između dvoje ili grupe ljudi (Bilić 2020). „*Trenutačno najpopularnije su stranice za društveno umrežavanje među kojima se izdvajaju Facebook, Twitter, MySpace, a svi ti oblici komunikacije koriste za povezivanje, ali i za počinjenje nasilja*“ (Bilić 2020). Noviji podaci i istraživanja ne spominju više *MySpace*, već su na vrh društvenih mreža i sredstva komunikacije zasjele platforme poput *Snapchata*.

Vršnjačko nasilje je ozbiljan društveni problem te sve više privlači pažnju prvenstveno roditelja, potom i istraživača, edukatora koji osmišljavaju razne preventivne mjere protiv njega. Ono obuhvaća različite oblike agresivnog ponašanja među mladima, poput fizičkog nasilja, verbalnog zlostavljanja, isključivanja iz društva i sve češće - elektroničkog nasilja. U kontekstu digitalnog doba u kojem živimo, društvene mreže igraju sve značajniju ulogu u svakodnevnom životu mladih. U današnjem dobu pojavljuje se i ozbiljan izazov - elektroničko nasilje unutar platforma kao što je *Snapchat*.

Može se u kontekstu nasilja među vršnjacima govoriti o više vrste nasilja, no za potrebe ovog rada bitno je razjasniti dvije vrste nasilja, koja su se u današnjem tehnološkom naprednom svijetu spojili i nadovezuju se jedno na drugo. Klasično vršnjačko nasilje, koje se može često čuti i u medijskom prostoru je zlostavljanje ili eng. *bullying* koji je jedan od najraširenijih problem među maloljetnicima ima dugoročne negativne posljedice. O drugoj vrsti nasilja, koje se zbog razvoja

interneta i dostupnosti interneta, zlostavljanje tj. *bullying* prelio preko tih elektroničkih kanala je elektroničko nasilje eng. *Cyberbullying*.

Nasilje među vršnjacima može se razmatrati u više kategorija odnosno stupnjeva ozbiljnosti nasilja, a posebice u digitalnom svijetu. Prema kategorizaciji nasilja, elektroničkog oblika među vršnjacima može se povezati s kategorizacijom autora Hinduja i Patchina (2009) u kojem su naveli tri razine: - manje ozbiljno (vrijeđanje, isključivanje, klevetanje), umjereno (krađa identiteta, razotkrivanje, obmanjivanje) i vrlo ozbiljno (videozapisi, uznemiravanje, uhođenje i prijetnje smrću) (Bilić 2020).

5.2. Specifične značajke elektroničkog nasilja

„Elektroničko nasilje naziva se još i virtualno zlostavljanje, nasilje preko interneta/mobitela, zlostavljanje preko interneta/mobitela, elektronsko nasilje, elektronski bullying ili cyberbullying, a odnosi se na bilo kakav oblik višestruko slanih poruka internetom ili mobitelom čiji je cilj povrijediti, uznemiriti ili na bilo koji drugi način oštetiti dijete, mlade ili odrasle koji se ne mogu zaštititi od takvih postupaka. Može biti u obliku tekstualnih ili videoporuka, fotografija ili poziva, a nasilje se sve češće odnosi na nekoliko oblika komunikacije, uključujući zvuk, slike, animacije i fotografije.“ (<https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/djeca-mladi/435> ;datum pristupa 21.05.2023). U istraživanju Hrabrog telefona 95% djece posjeduje računalo u dobi od 11 do 18 godina, a 91% je aktivno na Internetu (<https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/djeca-mladi/435> ; datum pristupa 21.05.2023). Zbog prijašnjih istraživanja navedenih u prethodnom poglavlju i temeljem istraživanja na hrvatskom području (podatci Hrabrog telefona) zaključuje se kako mladi u visokoj mjeri provode vrijeme u virtualnom druženju. Istovremeno, većina mladih se susrela s negativnom stranom komunikacije i interakcije preko komunikacijske tehnologije koje omogućuju društvene mreže.

Profesorica Škare navodi kako je jedno od tih negativnih strana elektroničko nasilje, oblik nasilja koji preuzima oblik agresije koji zauzima razne oblike provođenja takvog ponašanja, a ostvaruje se preko mobitela, kamera itd. (<https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/djeca-mladi/435> ; datum pristupa 21.05.2023). Unatoč tome što pojašnjeno nasilje, elektroničko i vršnjačko nasilje imaju dodirne točke, bitno je napraviti distinkciju jer elektroničko nasilja ima svoje specifičnosti i posebnosti koje ga izdvaja. „ *Među tim značajkama izdvajaju se sljedeće:*

- *žrtve ne mogu izbjeći nasilje,*
- *ono nije ograničeno vremenom i mjestom,*

- *informacije se brže šire i lako su dostupne,*
- *počinitelj može sakriti identitet,*
- *počinitelj ne vidi reakcije žrtava ni posljedice svog ponašanja,*
- *potencijalna publika je neograničena,*
- *uloge djece u ovoj vrsti nasilja složenije su, a za žrtvu ne postoji sigurno utočište“*
(Bilić, 2018:46,47).

Profesorica Škare ističe kako ovakav tip nasilja ima razne načine manifestacije, no elektroničko nasilje kao i svaka druga vrsta nasilja uključuje elemente karakteristične za to, a najčešće među njima su:

- *Uznemiravanje* – koje se manifestira u formi kontinuiranog slanja neugodnog, nepristojnog i uvredljivog sadržaja u formi poruka ili slika i slično
- *Uhođenja* – manifestira se u obliku javnog ili tajnog kontinuiranog neželjenog praćenja osobe na Internetu koje obuhvaća stalne pokušaje uspostavljanja i nastavka neželjenog kontakta
- *Prijetnje* – obuhvaćaju sve oblike natpisa, objave ili objavljivanja slika i/ili videa koji predstavljaju prijetnje nasilnog ponašanja
- *Vrijeđanje* – forma nasilja u kojem se objavljuje uvredljive i grube poruke
- *Govor mržnje* – oblik nasilja kojem je cilj poticaj mržnje, diskriminacije ili neprijateljstva prema pojedincu ili grupi ljudi gdje čimbenik predstavlja određenu karakteristiku npr. rasa, spol itd.
- *Tračanje* – manifestira se u širenju netočnih ili izmišljenih sadržaja kojem je cilj uništavanje ugleda ili odnosa s prijateljima, obitelji ili poznanicima,
- *Isključivanje* - uključuje svjesno odbacivanje ili ignoriranje pojedinca iz skupine
- *Lažno predstavljanje* – predstavlja izradu lažnog profila ili nedopušteno korištenje tuđih profila te slanje poruka, videa i ostalog sadržaja u ime te osobe
- *Javno razotkrivanje* – „odnosi se na situacije u kojima se javno objavljuju ili dijele s drugima nečiji privatni, osobni ili „sramotni“ podaci bez odobrenja te osobe“
- *Objavljivanje netočnih izjava kao činjenica*
- *Objavljivanje video materijala fizičkog maltretiranja* – „fizički napad (udaranje, šamaranje, šutiranje, ali i nanošenje ozbiljnih fizičkih ozljeda) jedne osobe ili grupe ljudi na drugu osobu snimljen mobitelom ili kamerom i poslan drugima putem mobitela, kompjutera ili Interneta, ili objavljen na internetskim stranicama“

- Manipulacija – uključuje „stavljanje pritiska na nekoga da otkrije osobne podatke, dogovori fizički sastanak sa nekom osobom ili da se ponaša ili govori na neprimjeren način“
- Seksualno uznemiravanje (<https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/djeca-mladi/4359> ; datum pristupa 21.05.2023).

Oblik elektroničkog nasilja – seksualno uznemiravanje bi se posebno izdvojilo iz ovog niza iz više razloga. Mlađi od 18 godina nemaju uvijek na umu da, iako nestaju eksplicitne slike sa *Snapchatu* postoji opcije koje će takav sadržaj zauvijek zadržati na Internetu i širiti se globalno u digitalnom svijetu (<https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> ; datum pristupa 18.06.2023). *"Tinejdžer čiji je kognitivni i emocionalni razvoj još uvijek u relativno ranoj fazi možda neće razumjeti da objava koja je retweetana ili fotografija privremeno objavljena na Snapchatu može 'postati viralna' i trajno ostati na internetu"* (<https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> ; datum pristupa 18.06.2023).

5.3. *Shapchat* kao platforma širenja nasilja među mladima

U prethodnom teorijskom dijelu opisan je *Snapchat* kao popularna digitalna platforma koja omogućuje mladima dijeljenje fotografija i videa. Međutim, jedan od temeljnih problema koji se veže uz *Snapchat* su negativni učinci platforme, a jedan od ključnih problema s kojima se tvrtka suočava je širenje nasilja među maloljetnicima.

Analizom relevantnih autora i literature, ističu se bitni faktori koji doprinose razumijevanju širenja nasilja među mladima putem *Snapchat* platforme. Prvi faktor je anonimnost. Iako anonimnost može biti pozitivna karakteristika, ona također omogućuje korisnicima *Snapchat-a* slanje poruka, slika i video zapisa bez otkrivanja identiteta. To predstavlja problem kako žrtvama nasilja, tako i osobama koje su odgovorne za otkrivanje i sankcioniranje takvog nasilja. Prema istraživanjima, visoki broj adolescenata izvješćuje da su doživjeli neki oblik online maltretiranja od strane anonimnih korisnika.

Drugi faktor koji je prednost, ali istovremeno veliki nedostatak u kontekstu nasilja među mladima, jest brzina i teškoća kontroliranja sadržaja. Sadržaj koji potiče ili je nasilan može se brzo proširiti među velikim brojem korisnika na društvenim mrežama poput *Snapchat-a*. Ta brzina otežava nadzor nad takvim sadržajem i pružanje adekvatnih preventivnih ili sankcionirajućih mjera, što doprinosi rizičnom ponašanju mladih koji su uključeni u nasilje na društvenim mrežama.

Popularnost *Snap scora*, značajke koja služi kao neka vrsta sustava bodovanja, može biti negativno iskorištena stvaranjem pritiska na mlade korisnike da steknu što veći broj bodova kako bi se osjećali prihvaćeni. Mladi se često upuštaju u trku za popularnošću i ne biraju sredstva ni načine komunikacije kako bi postigli tu popularnost.

Širenje nasilja među mladima može poprimiti i najgoru formu gdje vrhunac nasilja rezultira samoubojstvima.

„Od 2007. godine, u doba uspona društvenih medija, samoubojstva mladih u SAD-u u dobi od 10 do 19 godina porasla su za 14 posto, u odnosu na prosječnu godišnju stopu samoubojstava za tu dobnu skupinu tijekom posljednja četiri desetljeća, otkrivaju podaci američkog Centra za kontrolu bolesti gdje je činjenica: internetsko zlostavljanje mladih sada je drugi najveći disciplinski problem u državnim školama danas, više nego udvostručeno tijekom prošlog desetljeća s više od 95 posto od 54 milijuna američke školske djece koja sada posjeduju ili imaju pristup pametnom telefonu - internetski zlostavljači 'oružje po izboru koje Snapchat za njih pretvara u potpuno automatsko oružje“ (<https://bucketsoverbullying.org/an-open-letter-to-snap-inc-founder-ceo-on-putting-profits-above-childrens-safety/> ; datum pristupa 19.06.2023).. „Brojne kliničke studije sugeriraju da adolescenti i tinejdžeri imaju do četiri puta veću vjerojatnost da će se samoozljuditi, pokušati ili počiniti samoubojstvo ako budu izloženi internetskom zlostavljanju. Samoubojstvo je drugi vodeći uzrok smrti mladih između 10 i 19 godina od 2001. kada je digitalna komunikacija putem pametnih telefona postala raširenija među tinejdžerima“ (<https://bucketsoverbullying.org/an-open-letter-to-snap-inc-founder-ceo-on-putting-profits-above-childrens-safety/> ; datum pristupa 19.06.2023).

Uz to jedan od temeljnih negativnih učinaka među mladima na *Snapchatu*, a povezani su s nasiljem su: predatori, ovisnost o vremenu pred ekranom, maltretiranja, pristup nedozvoljenim sadržajima i uništavanje mentalnog zdravlja (<https://smartsocial.com/post/effects-of-snapchat-teens> ; datum pristupa 19.06.2023).

5.4. Specifične uloge mladih unutar nasilja među mladima na društvenim mrežama

Potrebno je razmotriti tri važna problema koji daju okvir uloga mladih unutar nasilja među mladima na društvenim mrežama, a to su utjecaj društvenih mreža, ulogu društvenih mreža među mladima i ključne čimbenike rizika koje doprinose nasilju na društvenim mrežama. „U istraživanju Lenhart (2016) sudjelovalo je 1060 američkih adolescenata, a utvrđeno je da njih 71% upotrebljava *Facebook*, 52% *Instagram*, 41% *Snapchat*, 33% *Twitter* i *Google +*, ti autori navode

da čak 72% ispitanika upotrebljava *Instagram*, 69% *Snapcaht*, a 51% *Facebook*“ (Bilić, 2020: 18). Prema podacima iz prethodno navedenog istraživanja, koje je obuhvatilo velik broj adolescenata, ukazuje se na visoki postotak mladih koji koriste platforme, a posebice *Snapchat* i činjenicu da su društvene mreže postale sveprisutni dio svakodnevnog života mladih koji snažno utječu na njihove društvene veze i međusobnu komunikaciju. Visoke brojke istraživanja ukazuju na to da mladi, odnosno maloljetnici, koriste društvene mreže za održavanje društvenih veza. Stalna i laka dostupnost tih platformi, između ostalog i *Snapchat-a*, omogućuju s jedne strane da budu u kontaktu sa svojim vršnjacima, razmjenjuju iskustva i daju podršku jedni drugima prateći trendove i interes vlastitih, ali i novih interesa, što doprinosi njihovoj osnovnoj potrebi pripadnosti i društvenoj integraciji.

Društvene platforme poput *Snapchat-a* su kao i svako drugo sredstvo komunikacije korištene u pozitivne, ali i negativne svrhe. Negativni aspekti društvenih mreža obuhvaćaju i prostor za širenje nasilja među vršnjacima i mladima u obliku elektronskog nasilja koji će se opisati u daljnjim poglavljima. Mladi često ne shvaćaju svoju ulogu u širenju ili poticanju nasilja jer možda nemaju dovoljno razvijen osjećaj ili znanja o odgovornosti i utjecaj svojih postupaka na društvenim mrežama. Jedan od brojnih razloga za takvim negativnim ponašanjem je da slijede tuđe interesa zbog svojih godina i manjka iskustva. Mladi na društvenim mrežama prilagođavaju svoje norme ponašanja kako bi se uklopili u društvene norme, međutim osjećaj pripadnosti često je važniji od osjećaja uvažavanja drugih. Mladi bi trebali prije svega biti svjesni i biti upućeni od strane drugih stručnjaka, prijatelja, roditelja da razvijaju svoje socijalne vještine u smjeru kritičkog razmišljanja te da znaju prepoznati nasilje, prijaviti ga i riješiti sukob, a ne ga potencirati i nastaviti.

Govori li se o utjecaju društvenih mreža na mlade i među mladima, važno je obratiti aspekt emocija. Anonimnost i udaljenost koji pružaju društvene mreže, kao što je *Snapchat*, daju osjećaj hrabrosti i manjak odgovornosti mladih za svoje postupke. U ovom dijelu trebalo bi se navesti i takozvani fenomen koji je nastao na društvenim mrežama takozvani „cancel kulture“ u kojem mladi javno izoliraju, vrijeđaju ili koriste neki drugi oblik elektroničkog nasilja, stvarajući strah od odbacivanja, a prema Maslovljevoj hijerarhija potreba, osjećaj pripadnosti, je vrlo važan stup za mlade koji se pokušavaju uklopiti i stvoriti neku vrstu samopouzdanja, ovakav fenomen negativno i dugoročno djeluje na psihu djece i mladih.

Čimbenici rizika koji doprinose nasilju na društvenim mrežama prema autorici su:

- „Osobne značajke koja obuhvaćaju:

demografske značajke, fizička obilježja, intelektualne osobine, emocionalne i socijalne osobine, moralne osobine, vrijednosti i stavove, razvojne teškoće

- Obiteljski čimbenici koji obuhvaćaju:

osobine roditelja, obilježja obitelji, dimenzije roditeljstva i stilovi komunikacija, i roditeljsko ponašanje prema djeci, obiteljske interakcije

- školski čimbenici koji obuhvaćaju

strukturne čimbenike i unutarne čimbenike, te posljednje čimbenici na makrorazini koji obuhvaća ju zajednicu kulturu i medije“ (Bilić 2018: 220,221). Na makrorazini, mediji mogu pružiti model ponašanja koji promiče nasilje i agresiju. Mladi mogu biti izloženi nasilnim scenama, sadržaju koji glorificira nasilje ili negativnim obrascima ponašanja na društvenim mrežama. Ovakvi prikazi mogu normalizirati nasilje i utjecati na percepciju mladih o prihvatljivosti takvih postupaka.

5.5. Posljedice elektroničkog nasilja

„Posljedice elektroničkog nasilja na mentalno zdravlje djece i mladih nisu prisutne samo kod žrtava već i kod počinitelja, kod kojih se najčešće manifestiraju u obliku poremećaja u ponašanju (Hinduja i Patchin, 2010). Mladi koji čine ili sudjeluju u počinjenju elektroničkog nasilja, također imaju veću vjerojatnost upuštanja u problematične odnose s vršnjacima te pokazuju manje prosocijalnog ponašanja od vršnjaka koji nisu uključeni u elektroničko nasilje (Campbell i sur., 2013). Već spomenuti počinitelji-žrtve, koji se premještaju iz uloge žrtve u Psihologijske teme, 29 (2020), 2, 459-481464 počinitelja nasilja, skloni su razvoju poremećaja u ponašanju, depresije, suicidalnog razmišljanja i pokušaja suicida (Hinduja i Patchin, 2010; Mirsky i Omar, 2015; Perren, Dooley, Shaw i Cross, 2010; Sourander i sur., 2010). Poznavanje rizičnih čimbenika i posljedica elektroničkog nasilja može biti od velikog značaja prilikom intervencija, ali i osmišljavanja, a u konačnici i uspješnosti preventivnih programa.“

„Žrtve cyberbullyinga mogu se osjećati bespomoćno i odustati od traženja rješenja za situaciju kroz koju prolaze, no važno je znati da se teškoće mogu prevladati i da ljudi mogu ponovno

izgraditi svoje samopouzdanje i zdravlje.“ (<https://www.unicef.org/croatia/price/cyberbullying-kako-ga-sprije%C4%8Diti> ; datum pristupa 18.06.2023).

Kod online nasilja, čovjek se može osjećati kao da nigdje nije siguran, čak ni u vlastitom domu. Posljedice mogu biti dugotrajne i različite:

- mentalne – osoba se može osjećati uzrujano, glupo, čak i ljuto
- emocionalne – osoba se može osjećati osramoćeno i izgubiti interes za ono što voli
- fizičke – umor, nesanica, bol u trbuhu, glavobolje.

„Kako se granice početka korištenja Interneta spušta, tako se povećava broj sati korištenja. Tomu u prilog govore neka novija istraživanja. Kowalski, Giumetti, Scheoeder i Lattanner (2014) utvrdili su da adolescenti (od 12 do 17 godina) za Internet prosječno tjedno odvajaju 17 sati, a veliki broj njih navodi da se Internetom koriste 40 sati. Slična je situacija i u Hrvatskoj“ (Bilić, 2020:17).

5.6. Prevencija protiv nasilja na Snapchat-u

Kada se govori o prevenciji bilo koje vrste nasilja, prvenstveno sve više-manje kreće od edukacije i razvoja svijesti o posljedicama. *„Prevencija elektroničkog zlostavljanja predstavlja važan cilj u sprječavanju negativnih posljedica među djecom i mladima. Gibbs i Bennet (1990) definiraju prevenciju kao suradnički proces koji ima za cilj smanjenje specifičnih rizika povezanih s problemima ponašanja mladih te jačanje zaštitnih čimbenika za njihovo zdravlje i dobrobit (Kurtešić 2017). „Prema autorici Bašić (2009: 94) prevencija je kompleksan proces i strategija koja se temelji na razumijevanju čimbenika koji vode ka problemima u ponašanju, a pretpostavlja stvaranje uvjeta i iskustava koji će ohrabriti i razviti zdrave, autonomne ljude“ (Kurtešić 2017).* Jedan od ključnih koraka u prevenciji elektroničkog zlostavljanja je sustavno razvijanje medijske kompetencije kod djece i mladih. Medijska kompetencija podrazumijeva sposobnost kritičkog, reflektivnog i nezavisnog kretanja po svijetu medija, s osjećajem za odgovornost i korištenje medija kao sredstva za nezavisno i kreativno izražavanje (Kurtešić 2017).

Prevencija nasilja na društvenoj platformi *Snapchat*, također se može se smatrati kako početak prevencije, može krenuti od neke vrste edukacije o sigurnom korištenju *Snapchata* u kojem se nužno ne moraju uključiti samo obrazovne institucije već i roditelji te sama platforma *Snapchat* može dodatno poboljšati promociju digitalnog odgovornog ponašanja. Ustanove kao što su škola i sl., mogu pokrenuti radionice ili projekte koje nude poseban osvrt na naglašavanje osvještavanja

mladih o emocionalnim i psihičkim posljedicama nasilja na društvenim mrežama, posebno *Snapchatu*.

Važna je suradnja škole i roditelja, gdje bi se dvije važne uloge u životu mladih sklopile i aktivno sudjelovale u praćenju aktivnosti djece na društvenim mrežama, bez zadiranja u njihovu privatnost, ali poticanjem na otvorenost, razmjenu iskustva i priča. Također, škole mogu osigurati druga sredstva i sistema podrške gdje imaju već odgovarajuće ljudske resurse (pedagozi i sl.).

Jedan od mehanizama je poticaj mladih da prijave nasilje te predstavlja jednu od ključnih mjera u prevenciji protiv nasilja bilo kojeg tipa, tako i onog elektroničkog na *Snapchatu*. Iako postoji na samoj stranici *Snapchata* objašnjen postupak, postoji potreba roditelja ili dijela djece, kako postupiti nakon prijave nasilja, kako se nositi s time, gdje potražiti pomoć koga nazvati i sl. Na kraju u prevenciju nasilja općenito na društvenim mrežama, ali i *Snapchatu* mogu se sklopiti suradnje i s tehnološkim tvrtkama u formi gdje jedni drugima mogu biti pomoć u unapređivanju sigurnosti i smanjenu incidencije nasilja na njima.

S obzirom na to da su elektronički mediji sastavni dio svakodnevnog života mladih u suvremenom svijetu, važno je zadržati pozitivan pristup prevenciji. Isticanje samo negativnih aspekata elektroničkih medija može izazvati otpor. Stoga je potrebno istaknuti pozitivne strane elektroničkih medija i koristi koje donose, istovremeno upozoravajući na opasnosti i poučavajući mlade kako pristupati tehnologiji s oprezom i inteligencijom (Livazović 2017). Razvoj medijske kompetencije djece i adolescenata odvija se u različitim socijalnim okruženjima, pri čemu obitelj ima ključnu ulogu kao prvo iskustvo s medijima, a roditelji, osim nadzora i usmjeravanja uporabe medija, mogu pružiti podršku djeci u stjecanju tehničkih znanja i razvoju kritičkog razmišljanja u vezi s medijima (Kurtešić 2017). „*Nastojanju sprječavanja nasilničkog ponašanja na Internetu pridružila se i Hrvatska. UNICEF je u suradnji s Hrabrim telefonom 2008. godine pokrenuo javnu kampanju „Prekini lanac!, Kampanja se sastojala od TV-spota, plakata i letaka za djecu, roditelje i učitelje, koji su se zajedno sa svim ostalim materijalima nalazili na web stranici. Studija pokazuje kako više od 2% učitelja smatra da intervencija na agresivno ponašanje učenika na Internetu nije njihov posao. Iako je postotak učitelja koji su izrazili ovaj stav relativno nizak, zabrinjava činjenica da postoje odgojno obrazovni djelatnici za koje je vjerojatno kako neće reagirati na slučaj nasilja*“ (Kurtešić 2017, 21,22).

6. EMPRIJSKI DIO RADA

U empirijskom dijelu rada obrazloženo je cjelokupno istraživanje te je opisana metodologija istraživanja, ciljevi i hipoteze rada. Dobiveni rezultati istraživanja su analizirani, a pomoću dobivenih rezultata nastojalo se potvrditi ili odbaciti postavljene hipoteze rada. Na kraju cjelokupnog istraživanja dan je zaključak i opisana su ograničenja istraživanja.

6.1. Metodologija istraživanja

Za dokazivanje postavljenih hipoteza u diplomskom radu, korištena metoda istraživanja je izviđajna (eksplorativna). Instrument istraživanja je bio anketni upitnik izrađen u Google *formsu* i dijeljen *snowball* metodom kroz društvene mreže *Facebook*, *WhatsApp* i *Massenger*, u vremenu od 6. travnja 2023. godine do 8. svibnja 2023. godine. Anketni upitnik se sastojao od 26 pitanja od kojih su neka bila u obliku zatvorenih pitanja, pitanja s više ponuđenih odgovora s mogućnošću odabira samo jednog odgovora i pitanja sa Lichertovom ljestvicom, gdje su ispitanici imali mogućnost odgovora (1-izrazito se ne slažem, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem, niti se ne slažem, 4- slažem se, 5- izrazito se slažem). Anketa je u potpunosti bila anonimna za sve ispitanike, a prije ispunjavanja anketnog upitnika ispitanici su bili upoznati s temom istraživanja. U navedenom razdoblju anketni upitnik ispunilo je ukupno 209 ispitanika, dok su 4 ispitanika na postavljeno pitanje: „*Broj vlastite djece?*“ odgovorili kako nemaju djecu te su njihovi odgovori izuzeti iz ankete. Ukupan broj obrađenih anketnih obrazaca je 205.

6.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

S obzirom na postavljene ciljeve u radu, istraživanjem će se pokušati utvrditi je li društvena mreža *Snapchat* pogodan alat kojim se generacija Z koristi kao kanal za širenje nasilja među mladima te utvrditi sprečavaju li karakteristike *Snapchata* kvalitetan nadzor nad širenjem nasilja u komunikaciji mladih. Istraživačkim radom prikupljat će se mišljenja i stavovi ispitanih, a analizom dobivenih podataka i rezultata donijet će se zaključak cjelokupnog rada.

U daljnjem dijelu rada obrazložene su hipoteze postavljene u istraživanju.

Hipoteza H1: *Snapchat* kao društvena mreža važan je komunikacijski kanal generacije Z koja je pogodan alat za širenje nasilja među mladima.

Obrazloženje hipoteze H1: *Danas se bilježi sve veći broj nasilja među mladima na društvenim mrežama. Snapchat kao i druge društvene mreže pogodni su alati u širenju nasilja među mladima. Nekada je nasilje među mladima bio fizički obračun ili vrijeđanje pogrđnim*

riječima te je ostajalo u vrlo malim krugovima ljudi, dok je danas uporabom društvenih mreža nasilje poprimilo druge oblike te se brže širi i obuhvaća veći broj ljudi, a što izaziva i ostavlja daleko veće posljedice na osobu nad kojom se vrši nasilje.

Hipoteza H2: *Snapchat svojim karakteristikama i specifičnostima omogućuje mladima u prikriivanju širenja nasilja među mladima.*

Obrazloženje hipoteze H2: *Snapchat kao društvena mreža i komunikacijski alat mladima omogućuje stvaranje javnih ili polu javnih profila u kojima grade i dijele veze s drugim korisnicima. Karakteristike i specifičnosti koje sam Snapchat ima pogodne su u prikriivanju identiteta osoba te im omogućava slanja poruka na različite načine, a koje mladi mogu koristiti kako bi prekrili u korištenju Snapchata kao alata za širenje nasilja među mladima.*

Hipoteza H3: *Snapchat svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor.*

Obrazloženje hipoteze H3: *Koliko su društvene mreže korisne u komunikaciji također su i pogodan alat za širenje nasilja među mladima. Društvene mreže koje koriste mladi trebale bi biti dostupne za roditeljski nadzor, ne samo kako bi se vršio nadzor nad mladom osobe, već kako bi se spriječilo nasilje među mladima i teža kaznena djela na štetu mladih osoba. Snapchat zbog svojih karakteristika i specifičnosti koje nudi kao društvena mreža roditeljima onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor.*

6.3. Diskusija rezultata istraživanja

U ovom dijelu rada prikazani su rezultati analize prikupljenih podataka anketnim upitnikom na uzorku od 205 ispitanika. Obradeni podaci prikazani su pomoću slika, tablica i opisani su deskriptivnom metodom. Prvi dio rezultata istraživanja odnosi se na socio-demografsku strukturu ispitanika, a dok se drugi dio rada odnosi na dokazivanja hipoteza postavljenih u radu pomoću deskriptivne statistike, T-testa i Persenovog koeficijenta korelacije.

6.3.1. Socio-demografska analiza ispitanika

U anketnom upitniku prvi dio pitanja odnosio se na socio-demografsku strukturu ispitanika. Prikupljani su podaci o spolu, dobi, bračnom statusu i broju vlastite djece te su analizirani podaci prikazani u slici br. 6.1.

	N	%
SPOL		
ŽENSKO	173	84,4%
MUŠKO	32	15,6%
DOB		
18-30	1	0,5%
31-43	134	65,4%
44-57	70	34,1%
BRAČNI STATUS		
SAMA/SAMAC	3	1,5%
UDANA/OŽENJEN	180	87,8%
RAZVEDENA/RAZVEDEN	21	10,2%
UDOVICA/UDOVAC	1	0,5%
BROJ DJECE		
1	29	14,1%
2	95	46,3%
3	62	30,2%
4	16	7,8%
5	2	1%
VIŠE	1	0,5%
UKUPAN BROJ ISPITANIKA		
	205	

Slika 6.1 prikaz analize socio-deografske strukture ispitanika

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Prema socio-demografskim podacima prikazanim na slici br. 6.1 vidljivo da je ukupan broj ispitanika 205, a ispitivanju su u većem broju pristupile osobe ženskog spola 173 (84,4%), dok je broj osoba muškog spola tek 32 (15,65). Dobna skupina ispitanika podijeljena je u tri skupine u rasponu od 18-30 godina, 31-43 godine i 44-57 godina. Najveći broj ispitanika 134 (65,4%) su osobe starosne dobi od 31-43 godine. Prema dobivenim rezultatima najveći broj ispitanika naveo je da je udana/oženjen njih 180 (87,8%), a dok su na postavljeno pitanje o vlastitom broju djece ispitanici najviše odgovarali da imaju dvoje djece 95 (46,3%), troje djece 62 (30,2%), a samo 1 (0,5%) ispitanik odgovorio je da ima više od petero djece.

U istraživanju su postavljena i sljedeća pitanja, a su dodatno utvrđeni stavovi i mišljenja ispitanika o temi istraživanja. Ispitanici su na pitanja odgovarali s da ili ne, osim prvog pitanja gdje im je ponuđeno više odgovora.

Tablica 6.1 *Provedeno vrijeme djece na Snapchatu*

Koliko vremena Vaše dijete/djeca u jednom danu provede služeći se društvenom mrežom Snapchat?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pola sata	93	45,4	45,4	45,4
	Jedan sat	51	24,9	24,9	70,2
	Više sati	55	26,8	26,8	97,1
	Pola dana	3	1,5	1,5	98,5
	Cijeli dan	3	1,5	1,5	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br.6.1 prikazano je pitanje „*Koliko vremena Vaše dijete/djeca u jednom danu provede služeći se društvenom mrežom Snapchat?*“ i odgovori ispitanika, a iz čega je vidljivo da je najviše ispitanika 93, (45,4%) odgovorilo da njihova djeca koriste *Snapchat* pola sata, a dok su odgovori jedan sat 51 (24,9%) i više sati 55 (26,8%) podjednaki. Za odgovore „pola dana“ i „cijeli dan“ ispitanici dali jednak broj odgovora 3 (1,5%).

Tablica 6.2 *Posjedovanje tehničkih uređaja*

Posjeduje li Vaše dijete/djeca osobne tehničke uređaje (mobitele, laptope, tablete, kompjutere)?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	197	96,1	96,1	96,1
	Ne	8	3,9	3,9	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Tablica br.6.2 prikazuje odgovore na pitanje „*Posjeduje li Vaše dijete/djeca osobne tehničke uređaje (mobitele, laptope, tablete, kompjutere)?*“. Od 205 ispitanika 197 (96,1%) je odgovorilo s da, dok je njih 8 (3,9%) dalo odgovor ne.

Tablica 6.3 *Korištenje Snapchata – djeca*

Koristi li se Vaše dijete/djeca društvenom mrežom Snapchat?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	180	87,8	87,8	87,8
	Ne	25	12,2	12,2	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS *Statistics*

Sljedeća tablica br.6.3 prikazuje odgovore na pitanje „*Koristi li se Vaše dijete/djeca društvenom mrežom Snapchat?*“ Ukupno 180 (87,8%) ispitanika potvrdilo je da njihovo dijete ili djeca se koriste društvenom mrežom *Snapchat*, a dok je 25 (12,2%) ispitanika odgovorilo ne.

Tablica 6.4 *Korištenje Snapchata – odrasli*

Koristite li Vi društvenu mrežu Snapchat?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	17	8,3	8,3	8,3
	Ne	188	91,7	91,7	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS *Statistics*

U tablici br.6.4 ispitanici na postavljeno pitanje „*Koristite li Vi društvenu mrežu Snapchat?*“ dali su sljedeće odgovore. Njih 17 (8,3%) odgovorilo je da koristi društvenu mrežu *Snapchat*, dok njih 188 (91,7%) dalo je negativan odgovor.

Tablica 6.5 *Žrtva nasilja na društvenim mrežama*

Je li Vaše dijete bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	17	8,3	8,3	8,3
	Ne	188	91,7	91,7	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br.6.5 postavljeno je sljedeće pitanje ispitanicima „*Je li Vaše dijete bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama?*“. Najviše ispitanika, 188 (91,7%), je odgovorilo da njihovo dijete ili djeca nisu bila žrtve nasilja na društvenim mrežama, dok se 17 (8,3%) ispitanika izjasnilo da je njihovo dijete ili djeca bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama.

Tablica 6.6 *Svjedoci nasilja na Snapchatu*

Jeste li ikada bili svjedok nasilju među mladima na društvenoj mreži Snapchat-a?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	49	23,9	23,9	23,9
	Ne	156	76,1	76,1	100,0
	Total	205	100,0	100,0	

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Tablica br.6.6 prikazuje odgovore ispitanika na postavljeno pitanje „*Jeste li ikada bili svjedok nasilju među mladima na društvenoj mreži Snapchat-a?*“. Od ukupno 205 ispitanika, 49 (23,9%) je potvrdilo da je bilo svjedok nasilja među mladima na društvenoj mreži Snapchat. 156 ispitanika (76,1%) odgovorilo da nije bilo svjedok nasilju.

6.3.2. Dokazivanje pouzdanosti mjerne ljestvice

U drugom dijelu anketnog upitnika postavljeno je 16 pitanja s Lichertovom ljestvicom. Za dokazivanje pouzdanosti mjerne ljestvice korišten je Cronbach Alpha koeficijent u rasponu od 0 do 1, a što je vrijednost bliža broju jedan to je pouzdanost mjerne ljestvice veća. Prema Cronbach

Alpha koeficijentu sve što je iznad 0,7 smatra se pouzdanim, dobrim i odličnim. Tablica 6.7 prikazuje Cronbach Alpha koeficijent koji je izračunat na 16 čestica.

Tablica 6.7 *Cronbach Alpha koeficijent*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,854	,865	16

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS *Statistics*

U tablici br.6.7 prikazan je dobiveni rezultat izračuna Cronbach Alpha koeficijenta na 16 čestica, a iznosi 0,854. Prema dobivenom rezultatu pouzdanost mjerne ljestvice je vrlo visoka, čime se može potvrditi da je mjerna ljestvica valjani instrument koji je primijenjen u istraživanju za prikupljanje mišljenja i stavova ispitanika.

6.3.3. *Dokazivanje hipoteze H1*

Ovaj dio istraživačkog rada odnosi se na dokazivanje ili opovrgavanje postavljene hipoteze pomoću deskriptivne statistike, T-testa i Pearsonovog koeficijenta korelacije. Prva postavljena hipoteza H1 u radu glasi: „*Snapchat kao društvena mreža važan je komunikacijski kanal generacije Z koja je pogodan alat za širenje nasilja među mladima.*“

Kako bi se dobili podaci za deskriptivnu statistiku za hipotezu H1 u istraživanju su postavljena sljedeća pitanja:

- Smatrate li da je društvena mreža *Snapchat* važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)? (V1)
- Smatra te li da društvenu mrežu *Snapchat* mladi u komunikaciji koriste više od drugih društvenih mreža? (V2)
- Biste li se složili s tvrdnjom: „ Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“? (V3)
- Slažete li se da je društvena mreža *Snapchat* pogodan alat za širenje nasilja među mladima? (V4)

- Biste li se složili da je društvena mreža *Snapchat* pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže? (V5)
- Smatrate li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže *Snapchat-a*, mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima? (V6)
- Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži *Snapchat-a* nasilnička? (V7)

U tablici br. 6.8 prikazani su rezultati deskriptivne statistike za hipotezu H1 prema postavljenim tvrdnjama u istraživanju.

Tablica 6.8 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H1

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Smatrate li da je društvena mreža <i>Snapchat</i> važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?	205	1	5	2,63	1,317
Smatrate li da društvenu mrežu <i>Snapchat</i> mladi u komunikaciji koriste više od drugih društvenih mreža?	205	1	5	3,48	1,166
Biste li se složili da s tvrdnjom „Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“?	205	1	5	4,12	1,052
Slažete li se da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodan alat za širenje nasilja među mladima?	205	1	5	3,81	1,056
Biste li se složili da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže?	205	1	5	3,30	1,123
Smatrate li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže <i>Snapchat-a</i> , mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?	205	1	5	3,71	,981
Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> nasilnička?	205	1	5	3,02	,975
Valid N (listwise)	205				

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br. 6.8 su prikazani rezultati deskriptivne statistice prema zadanim tvrdnjama za hipotezu H1. Ispitanicima je ponuđena Lichertova ljestvica prema rasponu od 1 do 5. Četvrti stupac *Mean* prikazuje aritmetičku sredinu odgovora ispitanika. Najvišu aritmetičku sredinu ima tvrdnja „*Biste li se složili da s tvrdnjom: „ Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“ ? koja iznosi 4,12 uz standardnu devijaciju 1,052, a najmanju aritmetičku sredinu 2,63 ima tvrdnja „Smatrate li da je društvena mreža Snapchat važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?“ uz standardnu devijaciju 1,317. Dok su za ostale tvrdnje dobivene aritmetičke sredine i standardne devijacije iznosile: 3,48 i devijacija 1,166 „Smatrate li da društvenu mrežu Snapchat mladi u komunikaciji koriste više od drugih društvenih mreža?“, 3,81 i devijacija 1,056 za „Slažete li se da je društvena mreža Snapchat pogodan alat za širenje nasilja među mladima?“, sredina 3,30 i devijacija 1,123 za tvrdnju „Biste li se složili da je društvena mreža Snapchat pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže?“, za tvrdnju „Smatra te li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže Snapchat-a, mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?“ aritmetička sredina iznosi 3,71, dok je devijacija 0,981 i za zadnju tvrdnju „Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži Snapchta nasilnička?“ gdje aritmetička sredina iznosi 3,02, a devijacija 0,975. Prema dobivenim rezultatima može se zaključiti da je postavljena hipoteza H1 potvrđena te da su ispitanici svjesni da generaciji Z društvene mreže predstavljaju komunikacijski alat i da preko društvene mreže mogu širiti nasilje, ali iz prve tvrdnje prema odgovorima ispitanika zaključuje se da Snapchat dovoljno ne poznaju kao društvenu mrežu ili ju svrstavaju među druge društvene mreže.*

Za dodatno dokazivanje hipoteze H1 i postavljenih tvrdnji korišten je T-test, a koji je statistički postupak za testiranje razlika među dva uzorka usporedbom njihovih aritmetičkih sredina. Pomoću T-testa dobivaju se rezultati prema kojima postavljene tvrdnje u istraživanju se odbacuju ili prihvaćaju. Tvrdnje koje imaju veću ocjenu od 3 na Lichertovoj ljestvici prihvaćamo dok tvrdnje koje imaju ocjenu manju od 3 odbacujemo.

Tablica 6.9 *T-test za dokazivanje hipoteze H1*

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Smatrate li da je društvena mreža <i>Snapchat</i> važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?	28,585	204	,000	2,629	2,45	2,81
Smatrate li da društvenu mrežu <i>Snapchat</i> mladi u komunikaciji koriste više od drugih društvenih mreža?	42,781	204	,000	3,483	3,32	3,64
Biste li se složili da s tvrdnjom: „Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“?	56,077	204	,000	4,122	3,98	4,27
Slažete li se da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodan alat za širenje nasilja među mladima?	51,644	204	,000	3,810	3,66	3,96
Biste li se složili da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže?	42,107	204	,000	3,302	3,15	3,46

Smatrate li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže <i>Snapchat-a</i> , mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?	54,093	204	,000	3,707	3,57	3,84
Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> nasilnička?	44,342	204	,000	3,020	2,89	3,15

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br.6.9 su prikazane aritmetičke sredine postavljenih tvrdnji. Većina tvrdnji ima aritmetičku sredinu veću od 3, dok dvije tvrdnje imaju manju aritmetičku sredinu od 3. Stoga iz navedenih rezultata možemo zaključiti da su tvrdnje ispitanicima važne, dok tvrdnje „*Smatra te li da je društvena mreža Snapchat važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?*“ i

„*Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži Snapcht-a nasilnička?*“, ne smatraju nevažnim, ali prema dobivenim rezultatima može se zaključiti da *Snapchat* ne smatraju primarnim kanalom komunikacije generacije Z niti komunikaciju među njima na *Snapchatu* ne smatraju toliko nasilničkom.

Za dokazivanje hipoteza može se koristiti i Pearsonov koeficijent korelacije koji pokazuje linearnu povezanost varijabli te utjecaj neovisne varijable na ovisnu varijablu. Vrijednost Pearsonovog koeficijenta korelacije u rasponu je od +1 do -1, a što predstavlja savršeno pozitivnu korelaciju +1 i savršeno negativnu korelaciju -1. Korelacija nas upućuje na pozitivan ili negativan smjer te koja je njezina snaga.

Tablica 6.10 Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H1

Correlations								
		Smatrate li da društvena mreža Snapchat važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?	Smatrate li da društvenu mrežu mladi koriste više od drugih društvenih mreža?	Biste li se složili da verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“?	Biste li se složili da s „Slazete se da je društvena mreža pogodnija za širenje nasilja među mladima?	Biste li se složili da je društvena mreža nasilja preko Snapchat-a, generacije Z na društvenoj mreži nasilja među mladima?	Biste li se složili da je društvena mreža nasilja preko komunikacije generacije Z na društvenoj mreži nasilja među mladima?	Biste li se složili da je društvena mreža nasilja preko komunikacije generacije Z na društvenoj mreži nasilja među mladima?
Smatra te li da je društvena mreža Snapchat važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?	Pearson Correlation	1	,270**	-,020	-,058	-,020	-,077	-,174*
	Sig. (2-tailed)		,000	,773	,409	,777	,274	,013
	N	205	205	205	205	205	205	205
Smatra te li da društvenu mrežu Snapchat mladi koriste više od drugih društvenih mreža?	Pearson Correlation	,270**	1	,223**	,278**	,229**	,124	-,004
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,001	,076	,954
	N	205	205	205	205	205	205	205
Biste li se složili da s tvrdnjom „Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“?	Pearson Correlation	-,020	,223**	1	,603**	,313**	,353**	,327**
	Sig. (2-tailed)	,773	,001		,000	,000	,000	,000
	N	205	205	205	205	205	205	205

Slažete li se da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodan alat za širenje nasilja među mladima?	Pearson	-,058	,278**	,603**	1	,582**	,466**	,418**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,409	,000	,000		,000	,000	,000
	N	205	205	205	205	205	205	205
Biste li se složili da je društvena mreža <i>Snapchat</i> pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže?	Pearson	-,020	,229**	,313**	,582**	1	,401**	,465**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,777	,001	,000	,000		,000	,000
	N	205	205	205	205	205	205	205
Smatra te li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže <i>Snapchat</i> -a, mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?	Pearson	-,077	,124	,353**	,466**	,401**	1	,518**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,274	,076	,000	,000	,000		,000
	N	205	205	205	205	205	205	205
Biste li se složili da je komunikacija generacije Z društvenoj mreži <i>Snapchat</i> -a nasilnička?	Pearson	-,174*	-,004	,327**	,418**	,465**	,518**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,013	,954	,000	,000	,000	,000	
	N	205	205	205	205	205	205	205
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Prema prikazanim podacima u tablici br. 6.10 može se zaključiti da V1 “*Smatrate li da je društvena mreža Snapchat važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?*” ima slabu pozitivnu korelaciju s V2(,270), a dok s V3(-,020), V4(-,058), V5(-,020), V6 (-,077)i V7(-,174*) negativnu korelacijsku vezu. Prema tome se može zaključiti da svijest roditelja o nasilju je u negativnoj korelaciji te da ne poznaju način funkcioniranja *Snapchata*, a samim time nisu niti

svjesni elektroničkog nasilja. Dok V2 ima slabu pozitivnu korelaciju sa V1, V3, V4, V5, V6 i V7. Varijabla V3 *“ Biste li se složili da s tvrdnjom: „ Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama?“* ima neznačajnu negativnu korelaciju s V1, a što ukazuje da roditelji ne povezuju direktno Snapchat sa nasilje, ali prema testiranim varijablama V2(,223**), V4(,603**), V5(,313**), V6(,353**) i V7(,327**) dobivena je pozitivna korelacija, a što ukazuje da smatraju da Snapchat može biti alat za širenje elektroničkog nasilja. Tvrdnja V4 *„Slažete li se da je društvena mreža Snapchat pogodan alat za širenje nasilja među mladima?“* ima neznačajno negativnu korelaciju s V1, slabu pozitivnu s V2 te jaku pozitivnu korelaciju s V3, V5, V6 i V7. Prema ostalim podacima V5 s V1 ima neznačajnu negativnu korelaciju, slabu pozitivnu s V2, V3 i jaku pozitivnu vezu s V4, V6 i V7. Negativnu korelaciju V6 *„Smatra te li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže Snapchat-a, mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?“* ima s V1(-,077), slabu pozitivnu s V2, V3 i jaku pozitivnu s V4(,466**), V5(,401**) i V7(,518**). Zadnja tvrdnja V7 s V1 i V2 ima neznačajnu negativnu korelaciju, slabu s V3 i jako pozitivnu s V4(,418**), V5(,465**) i V6(,518**). Prema dobivenim i obrađenim podacima došlo se do zaključka da svijest roditelja o nasilju u negativnoj korelaciji da ne poznaju funkcioniranje Snapchata, ali smatraju da se klasično nasilje pretvorilo u elektroničko nasilje te da Snapchat može mladima poslužiti kao alat za širenje nasilja. Hipoteza H1 je potvrđena.

6.3.4. Dokazivanje hipoteze H2

Hipoteza H2 glasi: *„Snapchat svojim karakteristikama i specifičnostima omogućuje mladima u prikrivanju širenja nasilja među mladima“*. Za hipotezu u istraživačkom radu postavljena su sljedeća pitanja:

- Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža Snapchat ima pogodne za širenje nasilja među mladima? (V1)
- Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži Snapchat-a mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje? (V2)
- Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži Snapchat-a, omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja? (V3)
- Smatrate li da animirani crteži unutar Snapchat-a predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti? (V4)

- Biste li se složili da društvena mreža *Snapchat* zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja? (V5)

Dokazivanje hipoteze H2 vršit će se pomoću deskriptivne statistike, T-testa i Pearsonovog koeficijenta korelacije.

Tablica br.6.11 Prikazuje obrađene podatke za hipotezu H2 pomoću deskriptivne statistike.

Tablica 6.11 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H2

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža <i>Snapchat</i> ima pogodne za širenje nasilja među mladima?	205	1	5	3,36	1,027
Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?	205	1	5	3,60	1,162
Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> , omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?	205	1	5	3,96	1,063
Smatra te li da animirani crteži unutar <i>Snapchat-a</i> predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?	205	1	5	3,39	1,054
Biste li se složili da društvena mreža <i>Snapchat</i> zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja?	205	1	5	3,61	1,011
Valid N (listwise)	205				

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Podaci u tablici br.6.11 prikazuju rezultate deskriptivne statistike za hipotezu H2. Prema zadanoj Lichertovoj ljestvici od 1 do 5 ispitanici su najviše odgovarali s brojem 3- niti se slažem, niti se ne slažem, 4- slažem se. Četvrti stupac *Mean* prikazuje aritmetičku sredinu dobivenih rezultata za hipotezu H2. Najniža aritmetička sredina 3,36 s standardnom devijacijom od 1,027 za tvrdnju „Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža Snapchat ima pogodne za širenje nasilja među mladima?“, dok tvrdnja „Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži Snapchat-a, omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?“, ima najveću aritmetičku 3,96 i devijacijom od 1,063. Za preostale tvrdnje aritmetičke sredine i standardne devijacije prikazane su od najniže do najviše: 3,39 i devijacija 1,054 za tvrdnju „Smatrate li da animirani crteži unutar Snapchat-a predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?“, aritmetička sredina 3,60 i devijacija 1,162 za tvrdnju „Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži Snapchat-a mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?“ i za tvrdnju „Biste li se složili da društvena mreža Snapchat zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja?“ aritmetička sredina i standardna devijacija iznose 3,61 i 1,01. S obzirom na dobivene rezultate može se zaključiti da je hipoteza H2 potvrđena od strane ispitanika.

U nastavku istraživačkog rada prikazani su dobiveni rezultati T-testa za dokazivanje ili odbacivanje hipoteze H2. Tablica br.6.12 prikazuje rezultate T-testa za hipotezu H2.

Tablica 6.12 T-test za dokazivanje hipoteze H2

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža Snapchat ima pogodne za širenje nasilja među mladima?	46,843	204	,000	3,361	3,22	3,50

Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami izvršiti nasilje?	44,302	204	,000	3,595	3,44	3,76
Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> , omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?	53,275	204	,000	3,956	3,81	4,10
Smatrate li da animirani crteži unutar <i>Snapchat-a</i> predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?	45,995	204	,000	3,385	3,24	3,53
Biste li se složili da društvena mreža <i>Snapchat</i> zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja?	51,185	204	,000	3,615	3,48	3,75

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br.6.12 prikazan je rezultat T-testa, a čime je dobivena aritmetička sredina svih tvrdnji veća je od 3 što hipotezu H2 potvrđuje. Ispitanici postavljene tvrdnje smatraju važnim te se slažu da karakteristike i specifičnosti *Snapchata* mladima omogućava širenje i prekrivanje elektroničkog nasilja.

U nastavku dokazivanja hipoteze H2 prikazane je Pearsonov koeficijent korelacije zadanih varijabli. Pearsonov koeficijent korelacije može biti pozitivan ili negativan, a što označava mišljenje ispitanika o postavljenoj tvrdnji u istraživanju.

Tablica 6.13 *Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H2*

Correlations						
			Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?	Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> , omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?	Smatrate li da animirani crteži unutar <i>Snapchat-a</i> predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?	Biste li se složili da društvena mreža <i>Snapchat</i> zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja'
Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža <i>Snapchat</i> ima pogodne za širenje nasilja među mladima?	Pearson Correlation	1	,571**	,531**	,518**	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	205	205	205	205	205
Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?	Pearson Correlation	,571**	1	,759**	,644**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	205	205	205	205	205
Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži <i>Snapchat-a</i> , omogućava mladima u	Pearson Correlation	,531**	,759**	1	,698**	,645**

vršenju nasilja i širenju nasilja?	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	205	205	205	205	205
Smatrate li da animirani crteži unutar Snapchat-a predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?	Pearson Correlation	,518**	,644**	,698**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	205	205	205	205	205
Biste li se složili da društvena mreža Snapchat zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja?	Pearson Correlation	,630**	,622**	,645**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	205	205	205	205	205

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Tablica br.6.13 prikazuje rezultat Pearsonov koeficijent korelacije prema zadanim varijablama za dokazivanje hipoteze H2. Iz navedenih rezultata može se zaključiti da tvrdnja V1 *“Smatrate li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža Snapchat ima pogodne za širenje nasilja među mladima?”* ima jaku pozitivnu povezanost s V2(,571**), V3(,531**), V4(,518**) i V5(,630**), a dok V2 s V1, V4 i V5 ima jaku pozitivnu vezu i s V4 izrazito pozitivnu vezu. V3 s V1 i V5 ima jaku vezu, a dok s tvrdnjama *„Smatrate li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži Snapchat-a mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?”* i *„Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži Snapchat-a, omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?”* ima izrazito pozitivnu korelaciju. Korelacija V4 s V1 i V2 je jako pozitivna, a s V3 i V5 ima izrazito jaku pozitivnu vezu. Zadnja tvrdnja V5 s V1 i V2 ima jaku vezu, a dok s tvrdnjama V3(,645**) i V4(,724**) ima izrazito jaku korelacijsku vezu. Testiranjem varijabli i njihovih odnosa dobivena je pozitivna korelacija, a iz čega se može zaključiti da ispitanici smatraju da karakteristike i specifičnosti Snapchata mladima omogućava širenje elektroničkog nasilja. Stoga se može zaključiti da je hipoteza H2 potvrđena.

6.3.5. Dokazivanje hipoteze H3

U istraživačkom radu postavljena je i hipoteza H3 koja glasi: „*Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor“, a za dokazivanje hipoteze postavljene su sljedeće tvrdnje:

- Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže *Snapchat*? (V1)
- Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi *Snapchat-om*, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima *Snapchat-a*? (V2)
- Biste li se složili da *Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor? (v3)
- Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži *Snapcha*?. (V4)

Deskriptivna statistika za tvrdnje hipoteze h3 prikazane su u sljedećoj tablici. Ispitanicima su bile ponuđene četiri tvrdnje na koje su odgovarali prema zadanoj Lichertovoj ljestvici od 1 do 5.

Tablica 6.14 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H3

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže <i>Snapchat</i> ?	205	1	5	2,67	1,157
Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi <i>Snapchat-om</i> , nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima <i>Snapchat-a</i> ?	205	1	5	3,73	1,226
Biste li se složili da <i>Snapchat</i> svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?	205	1	5	3,63	1,204

Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži <i>Snapchat</i> ?	205	1	5	4,26	,973
Valid N (listwise)	205				

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Rezultati deskriptivne statistike za hipotezu H3 prikazani su u tablici br.6.14. Prema prikazanim podacima može se zaključiti da su se ispitanici najviše složili s tvrdnjom „*Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži Snapchat?*“ aritmetička sredina navedene tvrdnje je 4,26 dok standardna devijacija iznosi 0,973. Suprotno tome ispitanici su se najmanje složili s tvrdnjom „*Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže Snapchat?*“, a zbog čega aritmetička sredina iznosi 2,67 i devijacija 1,157 iz toga se može zaključiti da ispitanici ne razumiju postavljenu tvrdnju. Dok je aritmetička sredina i standardna devijacija za tvrdnje „*Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi Snapchat-om, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima Snapchat-a?*“ i „*Biste li se složili da Snapchat svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?*“ neznajno mala, a iznose 3,73 i 3,63 što ukazuje da su ispitanici imali podjednake stavove i mišljenja.

Pomoću T-testa izvršeno je dokazivanje hipoteze H3, a koje je prikazano pomoću tablice i deskriptivno opisano.

Tablica 6.15 T-test za dokazivanje hipoteze H3

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže Snapchat?	3,079	204	,000	2,673	2,51	2,83

Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi Snapchat-om, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima Snapchat-a?	3,518	204	,000	3,727	3,56	3,90
Biste li se složili da Snapchat svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor.	3,151	204	,000	3,629	3,46	3,80
Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži Snapchat?	2,638	204	,000	4,259	4,12	4,39

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

Prema analiziranim podacima T-testa u tablici br.6.15 vidljivo je da ispitanici tvrdnju „Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži Snapchat?“ smatraju izrazito važnom, a što potvrđuje aritmetička sredina od 4,259, a dok se sa tvrdnjom „Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže Snapchat?“ ne slažu zbog čega rezultat iznosi 2,673. Ostale dvije tvrdnje ispitanici također smatraju važnim pa njihova aritmetička sredina iznosi 3,727 i 3,629. Iako se s prvom tvrdnjom ispitanici nisu u potpunosti složili iz čega možemo zaključiti da ispitanici nisu razumjeli postavljenu tvrdnju, hipoteza H3 je potvrđena.

Kako bi se dodatno potvrdila hipoteza H3 u radu su pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije uspoređene zadane varijable koje prikazuju pozitivan ili negativan utjecaj jedne varijable na drugu varijablu.

Tablica 6.16 *Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H3*

Correlations					
		Smatra te li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže <i>Snapchat</i> ?	Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi <i>Snapchat</i> -om, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima <i>Snapchat</i> -a?	Biste li se složili da <i>Snapchat</i> svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?	Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži <i>Snapchat</i> ?
Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže <i>Snapchat</i> ?	Pearson Correlation	1	-,005	,004	-,051
	Sig. (2-tailed)		,949	,954	,469
	N	205	205	205	205
Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi <i>Snapchat</i> -om, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima <i>Snapchat</i> -a?	Pearson Correlation	-,005	1	,509**	,372**
	Sig. (2-tailed)	,949		,000	,000
	N	205	205	205	205
Biste li se složili da <i>Snapchat</i> svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?	Pearson Correlation	,004	,509**	1	,421**
	Sig. (2-tailed)	,954	,000		,000
	N	205	205	205	205
Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži <i>Snapchat</i> ?	Pearson Correlation	-,051	,372**	,421**	1
	Sig. (2-tailed)	,469	,000	,000	
	N	205	205	205	205
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Izvor: Vlastita izrada autorice pomoću IBM SPSS Statistics

U tablici br.6.16 prikazani su rezultati analize podataka pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije. Iz prikazanog se može zaključiti da varijabla V1 „Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže *Snapchat*?“ s V2(-,005) i V4(-,051) ima slabu negativnu korelacijsku povezanost, a sa V3(,004) slabu pozitivnu vezu. Nadalje tvrdnja V2 s varijablom V1(-,005) ima slabu negativnu vezu, jaku vezu s V3(,509**) i slabu pozitivnu s V4. Tvrdnja V3 „Biste li se složili da *Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?“ s V1 ima slabu pozitivnu, a s V2(,509**) i V4(,421**) jaku pozitivnu

korelacijsku vezu. I zadnja tvrdnja V4 „*Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži Snapchat?*“ s V1(-,051) ima slabu negativnu vezu, pozitivnu vezu s V2(,372**) i jaku pozitivnu korelacijsku vezu s V3(,421**). Iz dobivenih rezultata može se zaključiti da roditelji ne poznaju dovoljno društvenu mrežu *Snapchat*, ali smatraju da im karakteristike *Snapchata* onemogućava kvaliteta roditeljski nadzor te smatraju da bi kao roditelji trebali imati veću mogućnost nadzora korištenja *Snapchata* među djecom i mladima. Prema navedenim podacima hipoteza H3 je potvrđena.

6.4. Zaključak istraživanja

Zaključak istraživanja utemeljen je na odgovorima anonimnih ispitanika koji su sudjelovali u popunjavanju anketnog upitnika. Ukupan broj ispitanika koji je sudjelovao u istraživanju je 205, od čega je najviše osoba ženskog spola 173, 84,4%, dok su 32, 15,65% bile osobe muškog spola. Dobna granica ispitanika koja je prevladavala u istraživanju bila je u rasponu od 31-43, 134 ispitanika 65,4%. Također, najveći broj ispitanika, čak njih 180, 87,8% , izjasnilo se da su u braku. Na pitanje o broju vlastite djece ispitanici su najviše odgovarali da imaju 2 djece, 46,3% i 3 djece 30,2%, a samo troje ispitanika izjasnilo se da imaju 5 i više djece. Osim socio-demografskih pitanja ispitanicima su postavljena i dodatna pitanja te smo na temelju njih mogli doći do potrebnih podataka za istraživanje. Na sva postavljena pitanja odgovaralo je svih 205 ispitanika. Prvo pitanje glasilo je: „Koliko vremena Vaše dijete/djeca u jednom danu provede služeći se društvenom mrežom *Snapchat*?“, a najviše ispitanika 93, (45,4%) odgovorilo da njihova djeca koriste *Snapchat* pola sata. Drugo pitanje bilo je „Posjeduje li Vaše dijete/djeca osobne tehničke uređaje (mobitele, laptope, tablete, kompjutere)?“, 197ispitanika (96,1%) je odgovorilo s Da, dok je 8 (3,9%) dalo odgovor Ne. Treće pitanje odnosilo se na „Koristi li se Vaše dijete/djeca društvenom mrežom *Snapchat*?“ Ukupno 180 (87,8%) ispitanika potvrdilo je da se njihovo dijete ili djeca koriste društvenom mrežom *Snapchat*, dok je 25 (12,2%) ispitanika odgovorilo Ne. Četvrto pitanje glasilo je: „Koristite li Vi društvenu mrežu *Snapchat*?“ , samo 17 ispitanika (8,3%) potvrdilo je da koristi društvenu mrežu *Snapchat*. Peto pitanje glasilo je „Je li Vaše dijete bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama?“ , a na njega je 188 (91,7%) ispitanika odgovorilo Ne, dok se 17 (8,3%) ispitanika izjasnilo da je njihovo dijete ili djeca bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama. Šesto pitanje koje je postavljeno prije tvrdnji za dokazivanje hipoteza glasi „Jeste li ikada bili svjedok nasilju među mladima na društvenoj mreži *Snapchat*-a? Od ukupno 205 ispitanika 49 (23,9%) je potvrdilo da je

bilo svjedok nasilja među mladima na društvenoj mreži *Snapchat*, dok je 156 (76,1%) ispitanika odgovorilo da nije bio svjedok nasilju.

Kako je glavni cilj istraživanja bilo je utvrđivanje je li društvena mreža *Snapchat* pogodan alat generacije Z u širenju elektroničkog nasilja i jesu li njezine karakteristike onemogućavale kvalitetan roditeljski nadzor u komunikaciji mladih. Za dokazivanje glavnog cilja istraživanja u radu su postavljene tri hipoteze. Prva hipoteza H1 glasi: „*Snapchat* kao društvena mreža važan je komunikacijski kanal generacije Z koja je pogodan alat za širenje nasilja među mladima.“, druga hipoteza H2 je „*Snapchat* svojim karakteristikama i specifičnostima omogućuje mladima u prikriivanju širenja nasilja među mladima“ te je treća hipoteza H3 „*Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor“. Prema dobivenim rezultatima iz anketnog upitnika i analizom podataka u SPSS-u sve tri hipoteze su potvrđene, a čime je potvrđen i glavni cilj istraživanja.

6.5. Ograničenja istraživanja

Ograničenja istraživanja su nezaobilazan problem koji se javlja prilikom svakog istraživanja, pa tako i ovog. Neka od ograničenja istraživanja su prekratak vremenski period istraživanja, a koji je trajao u vremenu od 6. travnja 2023. godine do 8. svibnja 2023. godine. Istraživanju je pristupio mali broj ispitanika. Pristup anketi nisu imali svi, već samo ispitanici koji se koriste društvenim mrežama *Facebook-om*, *WhatsApp-om* i *Messenger-om*. Anketni upitnik su popunjavali ispitanici koji su osobni kontakti ispitivača ili kontakti ispitanika. Također, neka od daljnjih ograničenja u istraživanju su nepoznavanje društvene mreže *Snapchat*, kao i pojma „*generacije Z*“. Osim navedenih ograničenja u radu treba napomenuti da se istraživanje isključivo provodilo za izradu diplomskog rada. Prilikom izrade novih istraživanja na sličnu temu potrebno je u obzir uzeti navedena ograničenja.

7. Zaključak

Komunikacija djece i mladih danas uvelike se razlikuje od komunikacije među djecom i mladima u prošlim generacijama. Nažalost, i nasilje koje se javljalo među djecom i mladima poprimilo je sasvim nove oblike i prelilo se iz stvarnoga svijeta i mutiralo u virtualnoj stvarnosti. U samim počecima razvoja medija, mladima i djeci medijski sadržaj koji je bio dostupan, nije imao nasilničkog sadržaja te ga se kontroliralo od strane pružatelja medijskih usluga. Nagla globalizacija svijeta i široka dostupnost Interneta i elektroničkih uređaja utjecala je na razvoj nasilja među mladima u virtualnom svijetu. Razvoj društvenih mreža omogućio je nove načine komuniciranja mladih. Osim što su im društvene mreže omogućile nove načine komuniciranja, uvelike su utjecale na njihovu percepciju svijeta. Virtualni svijet na društvenim mrežama poistovjećuju sa stvarnim svijetom i okruženjem oko sebe. Unutar toga svijeta stvaraju svoj svijet i donose svoja pravila ponašanja. Korištenjem društvenih mreža susreću se s novim oblicima nasilja, uključujući i elektroničko nasilje na društvenim mrežama. Elektroničko nasilje među mladima predstavlja veliki svjetski problem.

Jedna od najbrže rastućih društvenih mreža u svijetu je *Snapchat*. Prema mnogim istraživanjima koja su provedena na svjetskoj razini, *Snapchat* kao društvenu mrežu za komunikaciju najviše koristi generacija Z. Zbog toga je *Snapchat* postao jedno od primarnih sredstava komunikacije za generaciju Z, a istraživanje je potvrdilo da se putem ove društvene mreže širi nasilje među mladima. *Snapchat* pruža mogućnosti za slanje neprimjerenog sadržaja, *cyberbullying*, kao i širenje privatnih sadržaja drugih korisnika bez njihovog pristanka. Ove aktivnosti mogu imati ozbiljan utjecaj na mentalno zdravlje mladih, a koje mogu dovesti do katastrofalnih posljedica. Roditeljski nadzor je vrlo bitan u sprečavanju elektroničkog nasilja. Karakteristike *Snapchata*, poput anonimnosti, brzine širenja sadržaja i popularnosti značajke *Snapskora*, dodatno otežavaju nadzor i sprječavanje nasilja na ovoj platformi. Roditelji se suočavaju s izazovom u praćenju i kontroliranju komunikacije svoje djece na *Snapchatu*, što može rezultirati smanjenim roditeljskim nadzorom. U dobivenim rezultatima istraživanja roditelji se slažu da bi *Snapchat* trebao omogućiti njima uvid u sadržaj koji mladi dijele međusobno, a kako bi mogli uočiti, spriječiti ili zaustaviti elektroničko nasilje.

Rezultatima istraživanja također je potvrđeno da je *Snapchat* pogodan alat za širenje nasilja među mladima generacije Z. Stoga je nužno poduzeti mjere prevencije protiv nasilja na ovoj društvenoj mreži. Osim što bi i sama društvena mreža *Snapchat* trebala uvesti dodatne mjere za nadzor sadržaja, potrebna je edukacija mladih o sigurnoj uporabi digitalnih platformi, osnaživanje

roditelja u praćenju dječje komunikacije te suradnja svih relevantnih dionika, uključujući škole. Društvene mreže i organizacije koje se bave zaštitom djece, ključni su za stvaranje sigurnog online okruženja za mlade. Zaključno, elektroničko nasilje na društvenoj mreži *Snapchat* među generacijom Z predstavlja ozbiljan problem s negativnim posljedicama.

Važno je kontinuirano istraživati i pratiti razvoj nasilja na ovoj platformi kako bi se pravovremeno reagiralo i poduzelo mjere prevencije. Potrebno je izdvojiti dovoljno vremena da se mlade i djecu nauči toleranciji i prihvaćaju različitosti u društvu, naučiti ih da bilo kakav oblik nasilja prijave te ih naučiti kome i kada se mogu nekome obratiti za pomoć. Također, odrasli trebaju biti primjer mladima kako se komunicira i ponaša na društvenim mrežama. Samo zajedničkim naporima može se stvoriti okruženje u kojem mladi mogu komunicirati sigurno i bez nasilja.

Literatura

1. *An Open Letter to Snap, Inc. Founder & CEO on Putting Profits Above Children's Safety*, <https://bucketsoverbullying.org/an-open-letter-to-snap-inc-founder-ceo-on-putting-profits-above-childrens-safety/> preuzeto 19.06.2023
2. Bilić V. (2020) *Odgajanje i odrastanje u digitalnom vremenu*, Obrazovni izazovi, Zagreb
3. Bilić, V. (2018) *Nove perspektive, izazovi i pristupi nasilju među vršnjacima*, Obrazovni izazovi i učiteljski fakultet, Zagreb
4. Crnobrnja S. (2014) *Novi mediji i društvene mreže: pojmovnik*, Art print, Novi sad
5. *Cyberbullying: Kako ga spriječiti 10 stvari koje mladi žele znati o cyberbullyingu*, Unicef Hrvatska, <https://www.unicef.org/croatia/price/cyberbullying-kako-ga-sprije%C4%8Diti> preuzeto 18.06.2023
6. Đukić Sebastijan (2018) *Društveni mediji-najjači mediji sadašnjice*, diplomski rad file:///C:/Users/38591/Downloads/sdukic_diplomski.pdf preuzeto 03.06.2023.g.
7. Ellison B. Nicole (2007) *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Wiley Online Libery, ISSN1083-6101, str, 210 – 230 <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> pruzeto 01.05.2023
8. Grbavac Jacinta , Grbavac Vitomir (2014) *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*, *Hrvatsko komunikološko društvo, Media, culture and public relations*, UDK: 654.0:681.3:316.3, str, 206-219 <https://hrcak.srce.hr/file/188969> preuzeto 28.04.2023.g.
9. Hrvatska enciklopedija, leksikografski zavod Miroslav Krležea, karakteristike, mrežna stranica <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=30388> preuzeto 28.04.2023.g.
10. Hrvatska enciklopedija, leksikografski zavod Miroslav Krležea, WWW, mrežna stranica <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=66413> preuzeto 28.04.2023.g.
11. Investor Relations (2023) službena stranica *Snapa* <https://investor.snap.com/overview/default.aspx> preuzeto 29.04.2023
12. Joanna (2022) *How to use Snapchat's face swap feature*, Hapblog, <https://www.hapblog.com/how-to-use-snapchats-face-swap-feature-2/> preuzeto 18.06.2023
13. Kaniža Katica (2015) *Društvene mreže u slobodno vrijeme*, diplomski rad <https://zir.nsk.hr/islandora/object/kultos:44/datastream/PDF/view> preuzeto

14. Kozić Kristina (2023) Ide gas!, Bussin', Drip, POV... – ako vam ovo zvuči kao kineski, vjerojatno ste rođeni prije 1996. Kako komunicira Generacija Z?, *puni kofer*, <https://putnikofer.hr/zivot/kako-komunicira-generacija-z-rjecnik-izraza/> preuzeto 25.06.2023
15. Kurtalić Irma (2018) Kako pripadnici generacije Z koriste društvene mreže, diplomski rad, file:///C:/Users/38591/Downloads/diplomski-rad-generacija_z.pdf preuzeto 21.06.2023
16. Kurtešić Suzana (2017) Prevencija elektronskog zlostavljanja adolescenata, diplomski rad, <https://repozitorij.ffos.hr/islandora/object/ffos%3A2566/datastream/PDF/view> preuzeto 22.06.2023
17. Lipnjak Tamara (2019) Poučavanje generacije Z: 5 karakteristika učenika 21. stoljeća i kako im pristupiti u nastavi, blog <https://www.outwardboundcroatia.com/blog/poucavanje-generacije-z/> preuzeto 24.06.2023
18. Majdenić V. (2019) *Mediji Tekst Kultura*, Ljevak d.o.o., Zagreb
19. Maričević Crljenko Kristina (2019) Obilježja i oblici nasilja među djecom i mladima, diplomski rad <https://repository.ffri.uniri.hr/islandora/object/ffri%3A2211/datastream/PDF/view> preuzeto 21.06.2023
20. Martinoli A. (2016) Digitalna medijska publika – nova očekivanja, nove navike, *In medias Res*, časopis filozofije medija, Vol .5, br. 8, str. 1269-1284 <https://hrcak.srce.hr/file/251517> preuzeto 02.06.2023.g.
21. Negative Effects of Snapchat for Teens, Smart Social Learn How to Shine Online, <https://smartsocial.com/post/effects-of-snapchat-teens> preuzeto 19.06.2023
22. Presence Kala (2022) Kako komunicirati s generacijom Z?, blog <https://kalapresence.hr/blog/kako-komunicirati-generacijom-z/> preuzeto 24.06.2023
23. Protokol o postupanju u slučaju nasilja među djecom i mladima, Ministarstvo obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti, <https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Dokumenti-ZakonskiPodzakonski-Akti/Predskolski/Protokol%20o%20postupanju%20u%20slu%C4%8Daju%20nasilja%20me%C4%91u%20djecom%20i%20mladima%20-%20Ministarstvo%20za%20demografiju,%20obitelj,%20mlade%20i%20socijalnu%20politiku.pdf> preuzeto 20.05.2016

24. Reić Ada (2015) Generacija Z, *Info zona*, <https://infozona.hr/news/generacija-z/8529>
preuzeto 25.06.2023
25. Snap Inc. (2023) službena stranica *Snapchata*, https://snap.com/en-US?utm_source=newsroom_snap_com&utm_medium=global_header&utm_campaign=universal_navigation&_ga=2.206430096.2030721421.1682717615-1080335083.1682717615 preuzeto 29.04.2023.g.
26. Šare Ana (2019) Elektroničko nasilje, Zavod za javno zdravstvo Zadra, <https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/djeca-mladi/435> preuzeto 21.05.2023
27. Šošić D. (2021) *Društvene mreže i televizija : kako su društvene mreže mijenjale televiziju?*, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb
28. Thayne Allyson (2022) *Cyberbullying on Snapchat*, gabb blog, <https://gabb.com/blog/cyberbullying-on-snapchat/> preuzeto 18.06.2023
29. Valenti Luciana (2021) Utjecaj društvenih mreža na komunikaciju među mladima: sociološko istraživanje, završni rad
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/ffst:3431/datastream/PDF/view> preuzeto 21.06.2023
30. Valković Jerko (2010) *Medijska publika*, CROSBİ, Zagreb, 327-338
<https://www.bib.irb.hr/559839> preuzeto 02.06.2023.g.
31. Wranka Miroslav (2016) Što je *Snapchat* i kako ga koristiti?, tportal, <https://www.tportal.hr/tehnoclanak/sto-je-snapchat-i-kako-ga-koristiti-20160519>
preuzeto 18.06.2023
32. Zadravec Martina (2019) Percepcija otuđenosti i načini komuniciranja mladih u novim medijima, završni rad
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/hrstud%3A2004/datastream/PDF/view> preuzeto 21.06.2023
33. Zakon o medijima NN 163/2003, 2. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_163_2338.html preuzeto 01.06.2023
34. Žilić Marija, Janković Josip (2016) *Nasilje*, Pregledni znanstveni rad
<https://hrcak.srce.hr/file/260936> preuzeto 01.06.2023.

Slike

Slika 3.1 vremenska crta koja prikazuje razvoj društvenih mreža, a na kojoj se također vidi kada je pokrenuta aplikacija Snapchat	10
Slika 4.1 digitalno izvješće o globalnoj statsnimci najnovije digitalne statistike iz cijelog svijeta	15
Slika 4.2 primjer korištenja opcije Face Swap u aplikaciji Snapchat	18
Slika 6.1 prikaz analize socio-deografske strukture ispitanika	32

Tablice

Tablica 6.1 Provedeno vrijeme djece na <i>Snapchatu</i>	33
Tablica 6.2 Posjedovanje tehničkih uređaja	33
Tablica 6.3 Korištenje <i>Snapchata</i> – djeca	34
Tablica 6.4 Korištenje <i>Snapchata</i> – odrasli	34
Tablica 6.5 Žrtva nasilja na društvenim mržama.....	35
Tablica 6.6 Svjedoci nasilja na <i>Snapchatu</i>	35
Tablica 6.7 Cronbach Alpha koeficijent	36
Tablica 6.8 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H1	37
Tablica 6.9 T-test za dokazivanje hipoteze H1.....	39
Tablica 6.10 Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H1.....	41
Tablica 6.11 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H2	44
Tablica 6.12 T-test za dokazivanje hipoteze H2.....	45
Tablica 6.13 Pearsonov oeficijent korelacije za hipotezu H2.....	47
Tablica 6.14 Deskriptivna statistika za dokazivanje hipoteze H3	49
Tablica 6.15 T-test za dokazivanje hipoteze H3.....	50
Tablica 6.16 Pearsonov koeficijent korelacije za hipotezu H3.....	52

Prilog

ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Istraživanje se provodi za izradu diplomskog rada na temu „Elektroničko nasilje na društvenoj mreži Snapchat među generacijom Z“.

Pred Vama se nalazi anketni upitnik, koji je namijenjen roditeljima djece koja se koriste društvenom mrežom Snapchat. Vaše sudjelovanje kao i Vaši odgovori u anketnom upitniku u potpunosti su anonimni. Dobiveni rezultati isključivo će se koristiti za izradu diplomskog rada na odjelu Odnosa s javnosti na Sveučilišta Sjever u Varaždinu.

Molim Vas da odvojite nekoliko minuta za ispunjavanje anketnog upitnika te da pažljivo pročitate pitanja i na njih iskreno odgovorite.

Unaprijed hvala.

S poštovanjem,

Marija Zavacki Ključar

1. Spol:

- Žensko
- Muško

2. Dobna skupina:

- 18 – 30
- 31 – 43
- 44 – 57
- Više od 58

3. Bračni status:

- Sama/Samac
- Udana/Oženjen
- Razvedena/Razveden
- Udovica/Udovac

4. Broj vlastite djece:

- nemam djecu

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Više

5. Koliko vremena Vaše dijete/djeca u jednom danu provede služeći se društvenom mrežom *Snapchat*?

- Pola sata
- Jedan sat
- Više sati
- Pola dana
- Cijeli dan

6. Posjeduju li Vaše dijete/djeca osobne tehničke uređaje (mobitele, laptope, tablete, kompjutere)?

- Da
- Ne

7. Koristi li se Vaše dijete/djeca društvenom mrežom *Snapchat*?

- Da
- Ne

8. Koristite li Vi društvenu mrežu *Snapchat*?

- Da
- Ne

9. Je li Vaše dijete bilo žrtva nasilja na društvenim mrežama?

- Da
- Ne

10. Jeste li ikada bili svjedok nasilju među mladima na društvenoj mreži *Snapchat-a*?

- Da
- Ne

Istraživačka pitanja

–su u formi slaganja i neslaganja po rangiranju na skali od 1-5 :

(1- izrazito se ne slažem, 2- ne slažem se, 3- niti se ne slažem, niti se slažem, 4- slažem se, 5- izrazito se slažem)

Hipoteza H1: *Snapchat kao društvena mreža važan je komunikacijski kanal generacije Z koja je pogodan alat za širenje nasilja među mladima.*

- Smatra te li da je društvena mreža *Snapchat* važan komunikacijski kanal generacije Z (mladih)?
- Smatrate li da društvenu mrežu *Snapchat* mladi u komunikaciji koriste više od drugih društvenih mreža?
- Biste li se složili da s tvrdnjom: „ Verbalno i fizičko nasilje među mladima kao što je nekada bilo, danas se pretvorilo u elektroničko nasilje na društvenim mrežama“?
- Slažete li se da je društvena mreža *Snapchat* pogodan alat za širenje nasilja među mladima?
- Biste li se složili da je društvena mreža *Snapchat* pogodnija za širenje nasilja među mladima u odnosu na druge društvene mreže?
- Smatra te li da mladi širenjem nasilja preko društvene mreže *Snapchat-a*, mogu prouzročiti veće posljedice od klasičnog nasilja među mladima?
- Biste li se složili da je komunikacija generacije Z na društvenoj mreži *Snapchat-a* nasilnička?

Hipoteza H2: *Snapchat svojim karakteristikama i specifičnostima omogućuje mladima u prikrivanju širenja nasilja među mladima.*

- Smatra te li da su karakteristike i specifičnosti koje društvena mreža *Snapchat* ima pogodne za širenje nasilja među mladima?
- Smatra te li da animirani profili „bitmoji“ na društvenoj mreži *Snapchat-a* mladima služe u prikrivanju stvarnog identiteta, a pomoću kojih mogu lakše širiti nasilje ili sami vršiti nasilje?
- Smatrate li da lažna imena profila mladih na društvenoj mreži *Snapchat-a*, omogućava mladima u vršenju nasilja i širenju nasilja?
- Smatrate li da animirani crteži unutar *Snapchat-a* predstavljaju neki prikrivani oblik elektroničkog nasilja kojima se mladi mogu služiti?
- Biste li se složili da društvena mreža *Snapchat* zbog svojih karakteristika i specifičnostima mladima omogućuje prikrivanje elektroničkog nasilja?

Hipoteza H3: *Snapchat svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor.*

- Smatrate li da ste dovoljno kao roditelji upućeni u sve karakteristike društvene mreže *Snapchat*?
- Biste li se složili da Vama kao roditelju djeteta koji se služi *Snapchat-om*, nije omogućen kvalitetan nadzor sadržaja koje dijete dijeli sa drugim korisnicima *Snapchat-a*?
- Biste li se složili da *Snapchat* svojim karakteristikama onemogućava kvalitetan roditeljski nadzor?
- Smatrate li da bi roditelji trebali imati veću mogućnost roditeljskog nadzora na društvenoj mreži *Snapchat*?



IZJAVA O AUTORSTVU

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

Ja, MARIJA ZAVACKI KLUČAR (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ELEKTRONIKO RAZGO NA DAVSTVENOJ MREŽI SNAŽNJA I MREŽI GENERALNOJ E (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)


(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem snažniji na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.