

# DRUŠTVENE MREŽE I VJEŠTINE UPRAVLJANJA VREMENOM.

---

Suvaljko, Nives

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:361824>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-02**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



EKONOMSKI FAKULTET  
SVEUČILIŠTE U SPLITU

ZAVRŠNI RAD

**DRUŠTVENE MREŽE I VJEŠTINE UPRAVLJANJA  
VREMENOM**

**Mentor: prof.dr.sc. Ivana Bulog**

**Student: Nives Suvaljko**

**Split, kolovoz 2023.**

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Definicija problema.....	1
1.2. Svrha i cilj rada.....	1
1.3. Metode rada.....	1
1.4. Struktura rada.....	2
2. DRUŠTVENE MREŽE I UPRAVLJANJE VREMENOM .....	3
2.1. Povijest društvenih mreža .....	3
2.2. Uloga društvenih mreža u svakodnevnom životu mladih .....	6
2.3. Upravljanje vremenom kao ključna vještina kod mladih .....	7
2.4. Utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom kod mladih.....	9
3. ISTRAŽIVANJE – DRUŠTVENE MREŽE I VJEŠTINE UPRAVLJANJA VREMENOM .....	12
3.1. Uzorak istraživanja .....	12
3.2. Instrumenti za prikupljanje podataka .....	12
3.3. Analiza podataka.....	13
3.4. Rezultati istraživanja .....	13
3.4.1. Opis i interpretacija prikupljenih podataka .....	13
3.4.2. Povezanost korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom .....	21
ZAKLJUČAK .....	24
LITERATURA.....	25
SAŽETAK .....	28
SUMMARY .....	29
POPIS SLIKA, GRAFOVA I TABLICA.....	30

## **1. UVOD**

Današnji životni stilovi sve više uključuju korištenje društvenih mreža, koje su postale neizostavan segment suvremenih oblika komunikacije i povezivanja ljudi. Međutim, uz njihovu neospornu popularnost, dolazi i izazov uspješnog upravljanja vremenom, budući da su korisnici često skloni gubljenju dragocjenog vremena na aktivnosti koje ne doprinose njihovim ciljevima. Slijedom navedenoga, fokus ovog završnog rada usmjeren je na analizu teme društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom.

### **1.1. Definicija problema**

Predmet istraživanja ovog rada je utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom. Korištenje društvenih mreža često dovodi do gubitka vremena na aktivnostima koje nisu produktivne, odnosno ne doprinose ostvarivanju postavljenih ciljeva, što može dovesti do osjećaja frustracije i neuspjeha. S druge strane, postoje i istraživanja koja ukazuju na to da korištenje društvenih mreža može biti korisno u upravljanju vremenom, posebno u pogledu organizacije vlastitog rasporeda te upravljanju informacijama.

### **1.2. Svrha i cilj rada**

Svrha ovog istraživanja je, stoga, proučiti kako korištenje društvenih mreža utječe na upravljanje vremenom i pružiti preporuke za poboljšanje vještina upravljanja vremenom u kontekstu korištenja društvenih mreža. Cilj istraživanja je ispitati navike korištenja društvenih mreža u svakodnevnom životu, utvrditi koliko vremena ljudi troše na različite aktivnosti na društvenim mrežama te analizirati kako ove aktivnosti utječu na njihove vještine upravljanja vremenom. Također, cilj je utvrditi jesu li neke društvene mreže ili aktivnosti na društvenim mrežama više povezane s negativnim utjecajem na vještine upravljanja vremenom te predložiti načine kako izbjeći te negativne učinke.

### **1.3. Metode rada**

Uzimajući u obzir da će se za potrebe ovog rada koristiti stručna i znanstvena literatura u različitim oblicima i izvorima koja obrađuje temu kojom se bavi ovaj rad, u ovom seminarskom radu primijenit će se, u odgovarajućim kombinacijama, sljedeće metode istraživanja:

- Metoda analize, s ciljem traženja veza, uzroka i posljedica, ali i donošenja zaključaka pomoću razlaganja kompleksnih cjelina na sastavne dijelove.

- Metoda sinteze primijenit će se za potrebe rada kako bi, suprotno analizi, od jednostavnih dijelova postepeno doveli do složenije misaone tvorevine - povezali u cjelinu.
- Metoda indukcije koristit će se u radu kako bi se na temelju pojedinačnih događaja i informacija i situacija došlo do nekih općih zaključaka.
- Metoda dedukcije koristit će se sa svrhom rastavljanja općih zaključaka na pojedinačne, primjena općih zaključaka i stavova, kako bi se putem njih došlo do posebnih spoznaja.
- Metoda deskripcije primijenit će se u radu kako bi se opisala određene pojave, specifičnosti, odnosi i slično.
- Metoda komparacije primijenit će se sa svrhom uočavanja sličnosti i povezanosti ili različitosti između određenih situacija, pojava, odnosa i sl.
- Metoda kompilacije – kombinirat će se postojeća istraživanja iz različitih izvora i oblika hrvatske i strane literature, te će se sažimati i sumirati, opisivati i potvrđivati hipoteze rada kao metoda kompilacije za potrebe rada.

Osim toga, za potrebe rada provest će se istraživanje putem anketnog upitnika među korisnicima društvenih mreža kako bi se ispitali njihovi stavovi o njihovoj sposobnosti upravljanja vremenom i koliko im vrijeme provedeno na društvenim mrežama utječe na svakodnevne obaveze i planiranje aktivnosti.

#### **1.4. Struktura rada**

Rad je podijeljen na četiri temeljna poglavlja. U prvom poglavlju ovog rada, tj. u uvodnom dijelu, opisuje se općenito predmet istraživanja, njegova važnost i svrha, a navode se i ciljevi istraživanja. Kao dio uvoda opisane su i korištene metode u radu te se navodi strukturu rada. Drugo poglavlje naslova „Društvene mreže i vještine upravljanja vremenom“, sastoji se od nekoliko potpoglavlja. U prvom potpoglavlju prikazuje se povijest društvenih mreža, zatim uloga društvenih mreža u svakodnevnom životu te važnost upravljanja vremenom kao ključne vještine. Također, u ovom poglavlju bit će opisan utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom. Treće poglavlje odnosi se na provedeno istraživanje - društvene mreže i vještine upravljanja vremenom, a detaljno se opisuje uzorak, instrumenti za prikupljanje podataka, analiza podataka te rezultati istraživanja. U završnom poglavlju bit će iznesen zaključak i sumirani glavni rezultati istraživanja.

## 2. DRUŠTVENE MREŽE I UPRAVLJANJE VREMENOM

Društvene mreže su postale neizostavan dio svakodnevnog života i komunikacije. Međutim, njihova sveprisutnost može dovesti do gubitka vremena i smanjene produktivnosti. Upravljanje vremenom postaje sve izazovnije s obzirom na veliki broj informacija koji se nalaze na društvenim mrežama. Kako pravilno koristiti društvene mreže i upravljati vremenom postaje važno pitanje za mnoge ljude. Osim što mogu utjecati na produktivnost, društvene mreže mogu imati i negativne posljedice na mentalno zdravlje, kao što su anksioznost i depresija. Stoga, važno je razumjeti kako društvene mreže utječu na vještine upravljanja vremenom i kako ih koristiti na optimalan način.

### 2.1. Povijest društvenih mreža

Dvadeseto stoljeće obilježilo je revolucionarne promjene u tehnologiji. Super računala pojavila su se 1940-ih i nakon toga su se počele razvijati mreže između računala što je kasnije dovelo do razvoja interneta (Hendricks, 2013). U kasnim 1970-ima, *Bulletin Board Systems* (BBS) predstavlja tip društvenog mrežnog mjesta koje je dopuštalo svojim korisnicima da se prijave i komuniciraju jedni s drugima, slično načinu na koji se to danas radi, iako sada mnogo brže. Korisnici su bili smješteni na osobnim računalima i dobivali su poziv preko modema glavnog računala (Emerson, 1983). Računalni sustavi poruka, posebno računalni sustavi pošte koji podržavaju neki oblik BBS-a, pokazali su se vrlo korisnima. Sustav računalne pošte pokriva raznolika područja. Brojke prikupljene s različitih računala u interakciji putem *UseNet*<sup>1</sup> pokazuju da 25% korisnika koristi sustav oglasne ploče čija je učestalost korištenja jednaka popularnim računalnim softverskim paketima (Edighoffer, 1986). Schroeder i sur. (1984) izvijestili su da je *Grapevine*, koji predstavlja računalni sustav pošte, opsluživao više od 4400 korisnika 1983. godine, pri čemu je svaki korisnik u prosjeku poslao dvije poruke i pročitao osam poruka na dnevnoj bazi. Oglasne ploče također su nudile jedinstvenu značajku da je svatko mogao svjedočiti interakciji zajednice bez da se zapravo registrirao na njoj. Ovaj razgovor u zajednici također se može sačuvati na neodređeno vrijeme, omogućavajući potencijalnim članovima pristup interakciji prije pridruživanja. Iako, kako bi se izbjeglo zagušenje, u *sobi za čavljanje*, samo nekoliko ljudi može komunicirati u isto vrijeme, dok se veliki broj ljudi može uključiti u različite aspekte zajednice oglasne ploče u određenom trenutku (Ridings & Gefen, 2004).

---

<sup>1</sup> Pojašnjeno u nastavku rada.

*UseNet*, jedan od najstarijih komunikacijskih sustava računalnih mreža pokrenut je 1979. godine gotovo desetljeće prije razvoja *World Wide Weba*. Te su *news grupe* razvijene kao forumi za raspravu koji su korisnicima omogućili razmjenu korisnički generiranih sadržaja i bili su istaknuti izvor potrošačkih informacija (Bickart & Schindler, 2001). *UseNet* je svojim korisnicima omogućio međusobnu komunikaciju uz pomoć virtualnog biltena (Hendricks, 2013). *UseNet* nije imao administratora ili centralizirani poslužitelj što ih je razlikovalo od *Bulletin Board Systems*. Grupne stranice kao što su Google grupe i Yahoo! grupe prakticiraju niz konvencija koje daje sustav *UseNet* (Emerson, 1983).

Online usluge poput *Prodigy* i *CompuServe*, smatraju se prvim pravim *korporacijskim* pokušajem pristupa Internetu. *CompuServe*, razvijen 1969. godine i bio je najraniji oblik interneta, dakle, pionir koji je svojim korisnicima ponudio uslugu chata. Njegov konkurent, *Prodigy*, ponudio je sličnu uslugu po pristupačnoj cijeni (Hendricks, 2013). Slijedio ih je *Genie* (General Electric Network for Information Exchange) koji je *General Electric* pokrenuo 1985. godine, a koja je bila tekstualna usluga. Također je nudio značajke poput igara, kupovine, pošte i foruma poznatog kao *Okrugli stolovi* (Emerson, 1983) i smatran je konkurentom *CompuServea*. Godine 1986. pokrenut je *Listserv* koji se smatrao prvom softverskom aplikacijom za elektroničku listu e-pošte, a ranije se popisima e-pošte upravljalo ručno. *Listserv* je dopustio pošiljatelju da pošalje e-poštu koja može stići do nekoliko primatelja u isto vrijeme. Uz *Genie*, 1980-ih, pokrenuti su *WELL* (Whole Earth Lectronic Link), *Listserv* i *IRC* (Internet Relay Chat). *WELL* je bila jedna od najstarijih virtualnih zajednica koju su stvorili Stewart Brand i Larry Brilliant u Sausalitu u Kaliforniji (Ritholz, 2010).

*Internet Relay Chat*, izumljen 1988. godine, nudio je značajke poput dijeljenja datoteka, poveznica i održavanja kontakta. Brzo se pojavio kao program za razmjenu trenutnih poruka za osobna računala (Emerson, 1983). *Internet Relay Chat*, vrsta chata u stvarnom vremenu, koji se naziva i *internetska razmjena tekstualnih poruka ili sinkrona konferencija* stvoren je za grupnu komunikaciju (Ritholz, 2010). Do 1980-ih, kada su kućna računala postala popularna, društveni mediji također su postali sofisticiraniji, a internetski relejni<sup>2</sup> razgovori i dalje su bili prilično popularni tijekom 1990-ih (Hendricks, 2013).

Od 2000. godine nadalje došlo je do raznih izvanrednih razvoja u području društvenih medija. Lansiranje *Ryze.com*-a 2001. godine označilo je novi val društvenih mreža jer je bio usmjereniji prema poslovnom sektoru i pomogao korisnicima da iskoriste svoje poslovne mreže (Festa, 2003).

---

<sup>2</sup> Relej - skupina ljudi uključenih u zadatak ili aktivnost neko vrijeme, a zatim zamijenjena sličnom skupinom

Tehnologija je počela sustizati 2002. godine kada je lansiran *Friendster*, što je promijenilo situaciju omogućujući svojim korisnicima kontrolu nad povezivanjem s drugima, umjesto da time upravlja računalo (Winder, 2007). Osnivači popularnih stranica poput *Ryze*, *Tribe.net*, *LinkedIn*-a i *Friendster*-a bili su međusobno blisko povezani, vjerovali su da nikada neće postati konkurenti i da će se međusobno podržavati (Festa, 2003). *Ryze* je nestao, jer nikada nije uspio postići masovnu popularnost. *Tribe.net* se usredotočio na specifičnu nišu, dok *Friendster* predstavlja najpopularniju stranicu među tim suvremeniciima, te je pokrenuta 2002. godine kako bi konkurirala *dating*<sup>3</sup> stranici *Match.com*. (Cohen, 2003). Winder (2007) je izvijestio da je *Friendster* proširio svoje usluge pružajući korisnicima više mogućnosti kontrole nad svojim interakcijama umjesto da im samo pruži računalom upravljano okruženje. Prema Mewu (2006), samo su se oni koji su bili pozvani od strane trenutnog korisnika *Friendster*-a mogli i pridružiti toj stranici. Popularnost *Friendster*-a pala je, te ga je više od 300.000 korisnika napustilo zbog tehničkih i društvenih problema. Od četiri popularne mreže, *LinkedIn* je uspješno opstao kao pružatelj poslovnih usluga i pomoću kojeg ljudi mogu koristiti svoje društvene mreže za posao (Boyd, 2004). Od 2003. godine pojavio se novi priljev društvenih mreža. Shirky (2003), analitičar društvenih softvera, skovao je izraz *YASNS* (još jedna društvena mreža) za sve takve stranice. *Facebook* je nastao 2004. godine i bio je orijentiran samo na studente Harvarda, što se kasnije proširilo na srednjoškolce, a zatim i na one starije od 13 godina (Boyd, 2007). *Facebook* i *Twitter* su postali široko dostupni korisnicima širom svijeta do 2006. godine i nastavili su biti među najpopularnijim društvenim mrežama. Neki društveni mediji poput *Pinterest*-a, *Foursquare*-a, *Tumblr*-a i *Spotify*-a usmjereni su na specifične niše (Hendricks, 2013).

Kao što je vidljivo iz razvoja društvenih medija u proteklim godinama, može se reći da će se trend ovog razvoja vjerojatno nastaviti eksponencijalnom brzinom i u budućnosti. Noviji tipovi društvenih mreža povezuju različite vrste ljudi u različite svrhe. Upotreba društvenih medija doživjela je ogroman rast u pogledu broja korisnika diljem svijeta, uključujući razvijene i nerazvijene zemlje. Oko 70% odraslih u Americi koristilo je minimalno jednu društvenu mrežu u 2017. godini (Pew Research Center, 2017). Procijenjeno je da prosječna osoba u svom životu provodi pet godina i četiri mjeseca pristupajući društvenim mrežama (Campbell, 2017). Smith (2017) je primijetio da se s porastom broja ljudi koji koriste internet, povećava i broj korisnika *Facebook*-a. Stopa korištenja značajno raste u zemljama poput Indije i Indonezije, s velikim populacijama i brzo rastućim stopama penetracije interneta, ove zemlje pružaju platformu za nove korisnike *Facebook*-a u budućnosti. Livemint (2018) također izvještava da je Indija postala zemlja s najvećom publikom na *Facebook*-u, i premašila brojku od 241 milijuna u odnosu na SAD gdje broj aktivnih korisnika *Facebook*-a iznosi 240 milijuna. Stoga,

---

<sup>3</sup> *Dating* stranica ili stranica za pronalaženje partnera.



cijeli svijet sada koristi neki oblik društvenih medija. Poslovni svijet ovisi o društvenim medijima za promociju svojih proizvoda. Potrošači traže informacije iz društvenih medija, a različite vrste društvenih medija zadovoljavaju specifične potrebe različitih pojedinaca i grupa. Kako se sve više ljudi oslanja na društvene medije u različite svrhe, u budućnosti postoji mogućnost pojave još sofisticiranijih oblika društvenih medija koji će obuhvatiti mase diljem svijeta. Može se zaključiti da će budućnost donijeti još više razvoja u području društvenih medija koji će tehnologiju komunikacije odvesti naprijed. Proučavanje povijesti društvenih medija može doprinijeti boljem shvaćanju kako i koliko brzo se svijet mijenja.

## **2.2. Uloga društvenih mreža u svakodnevnom životu mladih**

Svakodnevni život je vrlo *fluidan* koncept, često se koristi samo kao očigledni kontekst za upotrebu medija. U medijskim i komunikacijskim studijama, svakodnevni život je dugo vremena bio izjednačen s vremenom provedenim kod kuće s obitelji, uglavnom tijekom večeri (npr. Morley, 1986). Digitalni mediji, mobilni i prenosivi, dostupni u bilo koje vrijeme i na bilo kojem mjestu, takve su pristupe učinili zastarjelim. S obzirom da svakodnevni život ne može biti definiran određenim vremenom i mjestom, korisnije je razumjeti ga kao okruženje za upotrebu medija i oblikovan od medijskih praksi, tehnologija i tekstova (Humphreys, 2018; Sheringham, 2006).

Društvene mreže igraju značajnu ulogu u svakodnevnom životu mnogih ljudi. One su postale sastavni dio načina na koji ljudi komuniciraju, povezuju se i informiraju. Na društvenim mrežama ljudi mogu dijeliti fotografije i videozapise, razmjenjivati poruke i komentirati objave drugih korisnika. Osim toga, mnogi koriste društvene mreže za praćenje vijesti i trendova te za pronalaženje posla, stanova i drugih usluga. Društvene mreže također igraju važnu ulogu u marketingu i promociji. Tvrtke koriste društvene mreže za promociju svojih proizvoda i usluga, stvaranje zajednice oko svojih brendova i poboljšanje interakcije sa svojim klijentima. Osim toga, društvene mreže su postale i izvor informacija za istraživanje tržišta, jer tvrtke mogu pratiti i analizirati ponašanje korisnika društvenih mreža i prilagoditi svoje marketinške strategije prema tome.

Od svog pojavljivanja početkom 2000-ih, društvene mreže nastavile su rasti u popularnosti, posebno među adolescentima i mladima. Iako su proučavane u vezi s raznim temama, uključujući njihovu ulogu u politici, društvenim odnosima, aktivizmu, konstrukciji identiteta i kulturi mladih, porast društvenih mreža također je povezan s nizom manje dramatičnih, ali sveprisutnih promjena koje se odnose na njihovo integriranje u svakodnevne prakse svakodnevnog života.

Kulturni aspekti društvenih mreža su bili predmet brojnih istraživanja koja su se odnosila na nove oblike društvenosti, konstrukciju identiteta, društvene norme i samo-predstavljanje (Ellison i Boyd, 2013; Ellison i sur., 2009). Slično, znanstvenici su pokazali interes za to kako društvene mreže omogućuju umrežavanje na daljinu u geografskim i vremenskim razlikama, stvarajući velike društvene *supermreže* (Donath, 2007), koje su osobito kapitalizirale slavne i utjecajne osobe (Jerslev i Mortensen, 2018). Drugi su ukazali na manje povoljne dimenzije korištenja društvenih mreža, poput toga kako održavanje veza može dobiti na važnosti na štetu dijaloga (Miller, 2017; Turkle, 2017).

Na više individualnoj razini, pitanja o tome kako i zašto ljudi koriste društvene mreže su fokus u istraživanjima korištenja i zadovoljstva (Alhabash i Ma, 2017; Jung i Sundar, 2016). Međutim, ova istraživačka tradicija ima ograničenu pomoć za razumijevanje kako se društvene mreže dublje doživljavaju u svakodnevnim kontekstima, gdje kvalitativna i etnografska istraživanja mogu pružiti daljnje smjernice. Kao primjer posljednjeg, opsežna istraživanja "umrežene društvenosti" američkih tinejdžera, koja je provela Boyd (2014), pokazuju kako adolescenti koriste razne društvene mreže za konstrukciju svojih identiteta, upravljanje svojim društvenim životima i sudjelovanje u javnim prostorima, istovremeno osvjetljujući važnost društvenih konteksta kao što su škola i obiteljski život za oblikovanje njihovog korištenja.

U etnografskom istraživanju utjecaja *Facebook*-a na živote običnih ljudi u Trinidadu, Miller (2011) ističe geo-kulturni kontekst kao ključan za razumijevanje korištenja društvenih medija. *Facebook* je također privukao posebnu pozornost među stručnjacima, gdje su, primjerice, istraživane njegove vremenske dimenzije za određene skupine (Bucher, 2020; Costa, 2018), kao i korištenje vijesti na društvenim medijima (Dimmick et al., 2011). Ipak, empirijska istraživanja o društvenim medijima u svakodnevnom životu relativno su rijetka, posebno kada je riječ o manje izričitom angažmanu ili političkim oblicima korištenja društvenih medija. Boczkowski et al. (2018) u svom istraživanju intervjua i ankete studenata sveučilišta u Argentini, naglašavaju kako se svakodnevna značenja društvenih medijskih platformi stvaraju društveno i uspoređujući ih međusobno, kao i u odnosu na korisničke predodžbe o svakoj platformi.

### **2.3. Upravljanje vremenom kao ključna vještina kod mladih**

Vrijeme je konačno i teško ga je povratiti kada se izgubi, što je prema Kaku (2018) jedna od vitalnih značajki koje razlikuju ljudski mozak od životinjskog. Ljudska bića cijene koncept budućnosti i sada te planiraju svoje aktivnosti s tim u pozadini svog uma. Upravljanje vremenom je vještina neophodna za

postignuće u obrazovanju, kako tvrde Mohamed, Hamal i Mohamed (2018), jer omogućuje učeniku raspodjelu vremena na različite ciljeve usmjerene zadatke potrebne za akademsku prilagodbu. (Mercanlioglu, 2010). Nasrullah i Khan (2015) naglašavaju implikacije upravljanja vremenom definirajući vrijeme kao neograničeno djeljivu i upotrebljivu robu te uspoređujući upravljanje vremenom sa situacijom u kojoj pojedinac pokušava upravljati svojim oskudnim resursima u potrazi za višim ciljevima. Ova je definicija prikladna s obzirom na potrebu za upravljanjem vremenom na institucijama obrazovanja. Upravljanje vremenom važno je na svim razinama obrazovanja. Međutim, Nasrullah i Khan (2015) istaknuli su da su vještine upravljanja vremenom važnije za prilagodbu tijekom godina visokog obrazovanja. To je zato što je akademsko opterećenje studenata na visokoškolskim ustanovama intenzivnije od onoga koje se postiže u pretposljednijim fazama učenja. Vještine upravljanja vremenom stječu se na različite načine. Alghaswyneh i Basri (2015) identificirali su planiranje i postavljanje prioriteta kao neke od strategija koje učenik može koristiti u upravljanju vremenom. Kroz korištenje rasporeda programa, učenik osigurava da se ograničeno vrijeme koristi razumno. Postavljanje ciljeva, smanjenje odgađanja i motivacija za postignuće također su važne osobine koje se očekuju od učenika koji ima sposobnost upravljanja vremenom (Mohamed et al., 2018; Tracy, 2014). Tracy (2014) istaknuo je četiri "d" učinkovitosti u upravljanju vremenom. To su želja, odlučnost, odlučnost i disciplina. Ove su osobine bitne ako učenik želi biti imun na smetnje koje obiluju u školskom okruženju. Školsko okruženje predstavlja mikro zajednicu, a učenici suočavaju s brojnim aktivnostima koje uključuju školski rad, ali i sociokulturne i druge aktivnosti. Svaki pojedinačni učenik također se suočava s različitim vrstama smetnji, kao što su obiteljski problemi, problemi u odnosima s prijateljima i drugim osobama i, sve češće, ometanje digitalnim i tehnološkim uređajima (Mboga, Mboga i Nyaanga, 2016). S porastom tržišta tehnologije, mladi si sada mogu priuštiti sofisticirane telefone koji dolaze s aplikacijama koje oduševljavaju korisnike.

Iz osobnog iskustva učiteljice u srednjoj školi, nastao je blog naslova "Aktivnosti upravljanja vremenom kod srednjoškolaca", u kojem su istaknute aktivnosti koje učenicima mogu pomoći da razviju organizacijske vještine. Sljedeće aktivnosti su navedene (Your Therapy Source - blog, nd):

- koristiti planer,
- postaviti raspored,
- koristiti alate za praćenje vremena,
- poticanje učenika da sebi postavljaju ciljeve,
- raščlaniti velike zadatke,
- naučiti procjenu vremena,

- blokiranje vremena,
- mapiranje vremena,
- upravljanje prekidima,
- vrijeme fokusiranja,
- vrijeme za odmor,
- vježbanje strategije upravljanja vremenom,
- pauza za opuštanje,
- vrijeme za razmišljanje,
- stvaranje planova upravljanja vremenom, i
- rad na socijalnim vještinama.

Navedeni set prijedloga koji je sastavila učiteljica u srednjoj školi u velikoj se mjeri naslanja i na stručne radove koji se bave ovom temom. Naime, kako je već istaknuto i Alghaswyneh i Basri (2015) ističu planiranje i postavljanje prioriteta kao ključne aspekte u upravljanju vremenom koje može koristiti učenik. Zatim Cyril (2015), u svom istraživanju o upravljanju vremenom i povezanosti s akademskim uspjehom učenika viših razreda srednjih škola, je istaknula da učitelji trebaju naučiti učenike kako pripremiti popis zadataka za svaki dan te planirati i izvršiti maksimalan broj zadataka u minimalno dostupnom vremenskom razdoblju, ali i detaljno uputiti učenike u sljedeće kategorije: prioritizacija, raspored, izazovi upravljanja vremenom, postavljanje ciljeva, samomotivacija, koncentracija i fokus.

Dakle, upravljanje vremenom je ključna vještina potrebna za postignuća bilo kojeg tipa, a posebno za učenike koji se suočavaju s brojnim izazovima i smetnjama. Postavljanje ciljeva, planiranje, postavljanje prioriteta, motivacija i disciplina su neke od strategija koje učenici mogu koristiti za uspješno upravljanje vremenom. S tehnološkim napretkom, učenici moraju biti oprezni da se ne izgube u digitalnim distrakcijama koje mogu utjecati na njihovu akademsku prilagodbu. U konačnici, sposobnost učinkovitog upravljanja vremenom ne samo da će pomoći u postizanju školskih ciljeva, već će također imati pozitivan učinak na druge aspekte života.

#### **2.4. Utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom kod mladih**

Društvene mreže imaju i pozitivan i negativan utjecaj na mlade, ali to ovisi o načinu na koji oni koriste te mreže. Ključno je zapravo razumjeti kako koristiti ove mreže na najbolji mogući način. Kao i kod

svake tehnologije, postoji pravi i pogrešan način korištenja. Mladi koji uspiju pronaći ravnotežu između korištenja društvenih mreža i obrazovnih aktivnosti mogu dobiti mnoge prednosti od tih mreža.

Pozitivni aspekti društvenih mreža podrazumijevaju sljedeće (Ozor, Aroh i Chukwu, 2022):

- olakšavanje online učenja - omogućuje pristup online platformama za učenje;
- suradničko učenje - putem društvenih mreža razvijaju se online studijske grupe u kojima učenici sudjeluju na platformama i surađuju na područjima koja se odnose na njihovu struku;
- pristup informacijama - uporaba online platformi poput WhatsAppa, Twittera, Facebooka i YouTubea omogućuje učenicima pristup kvalitetnim informacijama kada im je potrebno;
- poboljšanje školskih rezultata - kroz suradničko učenje, prikupljanje podataka i informacija, učenici stječu širi opseg znanja u svojoj struci što posljedično poboljšava njihove rezultate;
- izgradnja odnosa - putem društvenih mreža učenici se okupljaju, upoznaju se i zajedno rješavaju probleme;
- razvoj vještina - učenici razvijaju interpersonalne i tehnološke vještine korištenjem računala, interneta i web stranica.

S druge strane, ako se mladi previše udubljuju u društvene mreže, to može uzrokovati značajne probleme. Negativni aspekti društvenih medija obuhvaćaju sljedeće aspekte (Ozor, Aroh i Chukwu, 2022):

- gubljenje vremena - ponekad učenici provode previše vremena *chatajući* s prijateljima, čitajući priče i gledajući filmove online umjesto da uče;
- uzrokuje ometanje - neki učenici razgovaraju i gledaju filmove s telefonom čak i kada traje predavanje, bez koncentracije na svoje studije;
- stvara društvene probleme - mnogi učenici preferiraju online komunikaciju putem WhatsAppa, Instagrama, Twittera i drugih umjesto da se angažiraju u stvarnim razgovorima;
- problemi sa zdravljem - često i dugotrajno korištenje računala, telefona i drugih uređaja za pristup online platformama od strane učenika može izazvati umor očiju, mentalni stres, oštećenje sluha i loš položaj;
- loši akademski rezultati – kada učenici istovremeno provjeravaju društvene mreže tijekom učenja, smanjuje se njihova sposobnost za koncentraciju i vrijeme koje će posvetiti učenju, što dovodi do loših rezultata.

Dakle, korištenje društvenih mreža ima i pozitivne i negativne aspekte, no svakako je ključno razumjeti kako ih koristiti na najefikasniji način. Mladi bi trebali pronaći ravnotežu između korištenja društvenih mreža i obrazovnih aktivnosti kako bi dobili maksimalne prednosti od ovih platformi. Pozitivni aspekti društvenih mreža, poput olakšavanja online učenja, suradničkog učenja, pristupa kvalitetnim informacijama i razvoja vještina, mogu imati pozitivan utjecaj na rezultate i opće obrazovanje učenika. S druge strane, previše vremena provedenog na društvenim mrežama može uzrokovati probleme poput gubljenja vremena, ometanja, stvaranja društvenih problema, problema sa zdravljem i loših postignuća u školi. Stoga je važno da se mladi educiraju o pravilnom korištenju društvenih mreža kako bi maksimizirali njihove prednosti, dok istovremeno izbjegavaju negativne učinke.

### **3. ISTRAŽIVANJE – DRUŠTVENE MREŽE I VJEŠTINE UPRAVLJANJA VREMENOM**

Za potrebe rada provedeno je anketno istraživanje s ciljem analize korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom. Dakle, cilj istraživanja je bio prikupiti podatke o načinu i učestalosti korištenja društvenih mreža te istražiti kako ta upotreba utječe na vještine upravljanja vremenom kod korisnika. Anketni upitnik je izrađen kako bi se dobili relevantni podaci o navikama i percepcijama sudionika u vezi s društvenim mrežama i vremenom koje provode na njima. Analiza ovih rezultata omogućit će bolje razumijevanje veze između korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom.

#### **3.1. Uzorak istraživanja**

Istraživanje je provedeno nad ukupno 39 ispitanika i ispitanica, od čega 29 učenica i 10 učenika. Svi predstavljaju učenike i učenice srednjih škola u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Anketirani učenici i učenice završit će ovu godinu s vrlo dobrim (54%) ili odličnim uspjehom (41%), dok će 5% učenika godinu završiti s dobrim uspjehom. Najveći broj ispitanika/ca u uzorku pohađa zadnji, odnosno četvrti razred srednje škole, njih 64%. Slijede prvi razredi sa zastupljenošću od 21%. Potom 2. razredi srednje škole sa zastupljenošću od 10%. Konačno, 5% ispitanika učenici su i učenice 3. razreda srednje škole.

#### **3.2. Instrumenti za prikupljanje podataka**

Kao što je već istaknuto, za potrebe ovog istraživanja provedeno je anketno istraživanje nad 39 učenika i učenica srednjih škola u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, odnosno na otoku Korčuli. Anketa se izradila uz pomoć *google* obrasca te je poslana putem elektroničke pošte potencijalnim ispitanicima. Ukupno je zaprimljeno 39 ispravno popunjenih odgovora. Anketni upitnik je dobar alat za ovakvu vrstu istraživanja jer je efikasan, odnosno omogućuje brzo prikupljanje podataka istovremeno, što ga svakako čini efikasnim i praktičnim alatom za istraživanje. Osim toga, anketni upitnici omogućuju standardizaciju postavljenih pitanja, u smislu da svi sudionici dobivaju isti upitnik, što osigurava dosljednost u prikupljenim odgovorima, što opet olakšava analizu i usporedbu podataka. Također, sudionici imaju mogućnost ostati anonimni prilikom ispunjavanja ankete. To može pomoći u stvaranju povjerenja i otvorenosti u odgovorima, posebno kada se ispituju osjetljive teme.

Važno je napomenuti da anketni upitnici imaju i neke ograničenja, kao što su mogućnost pristranosti odgovora, ovisnost o iskrenosti sudionika i ovisnost o sposobnosti sudionika da se sjećaju informacija. Međutim, kada se koriste ispravno i pažljivo dizajniraju, anketni upitnici mogu pružiti vrijedne i korisne podatke za istraživanje.

### **3.3. Analiza podataka**

Podaci dobiveni putem anketnog upitnika, analizirani su na sljedeći način:

- Prikupljanje podataka – prikupljeni upitnici prebacuju se u format *microsoft excela* kako bi se kategorizirali rezultati
- Prethodna obrada podataka - ova faza uključuje provjeru podataka kako bi se identificirale eventualne greške, propušteni odgovori ili nedosljednosti.
- Deskriptivna analiza - u ovoj fazi provodi se opisna statistika kako bi se dobila osnovna saznanja o skupu podataka.
- Interpretacija rezultata - nakon analize, rezultati se tumače. Važno je donijeti zaključke na temelju statističkih nalaza i izvući relevantne implikacije za istraživanje.

### **3.4. Rezultati istraživanja**

U nastavku su prikazani rezultati provedenog istraživanja.

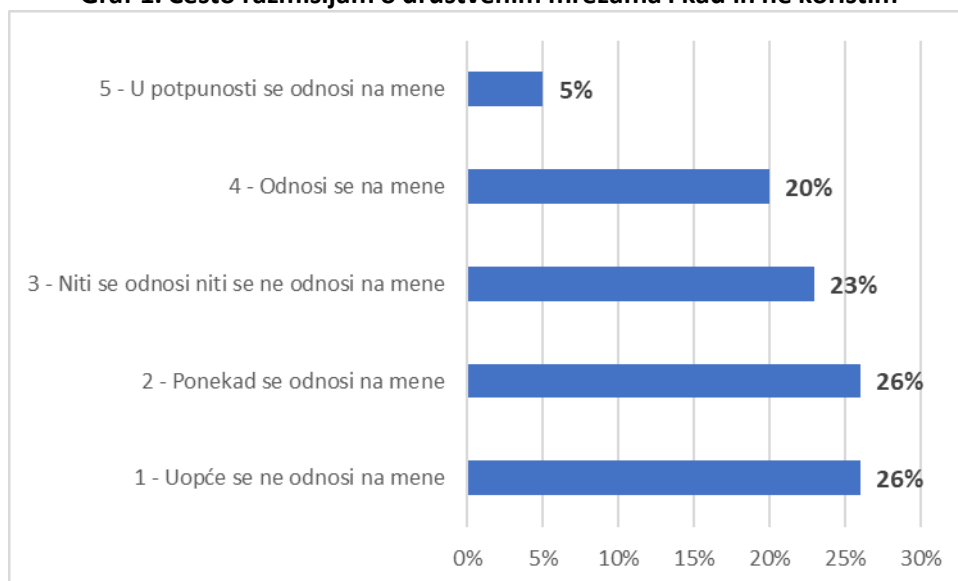
#### ***3.4.1. Opis i interpretacija prikupljenih podataka***

Nakon pitanja povezanih s demografskim podacima, koji su prikazani iznad, uslijedila su tematska pitanja vezana za korištenje društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom.

Sljedeći grafovi prikazuju ocjenu korištenja društvenih mreža, poput Facebooka, Tik Tok-a i Instagrama, na skali od 1 do 5, gdje 1 podrazumijeva da se uopće ne odnosi na ispitanika, dok 5 predstavlja da se u potpunosti odnosi na ispitanika.



**Graf 1. Često razmišljam o društvenim mrežama i kad ih ne koristim**

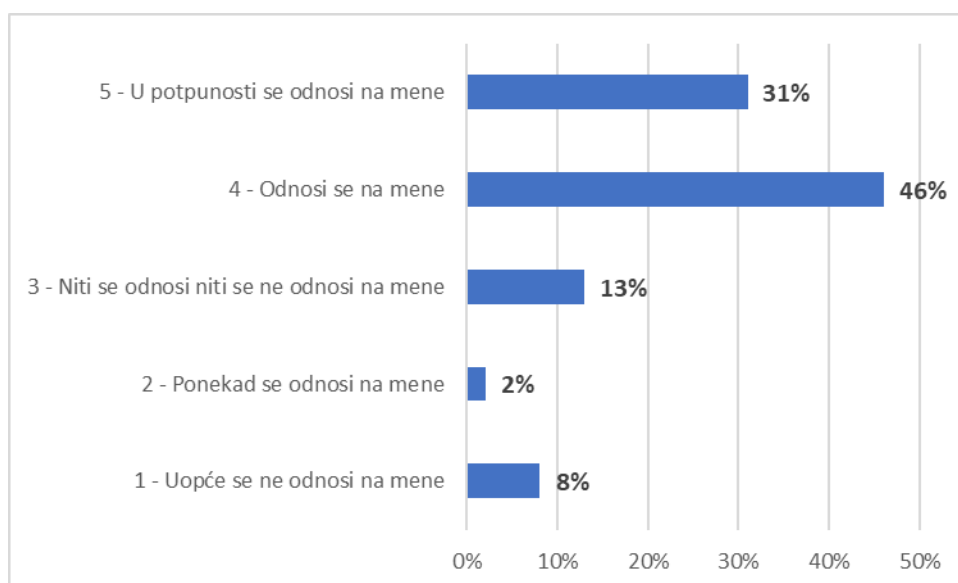


Izvor: Primarno istraživanje

Odgovori na ovo pitanje su prilično „šaroliki“. Naime, po 26% ispitanika smatra da se navedeno ili uopće ne odnosi na njih ili da se ponekad odnosi na njih. Da se niti odnosi niti ne odnosi ova tvrdnja na njih smatra 23% ispitanika, dok njih 20% smatra da se tvrdnja odnosi na njih. Konačno, 5% ispitanika smatra da se navedena tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.

Odgovori za tvrdnju – „Često koristim društvene mreže bez nekog posebnog razloga“ prikazani su na Grafu 2.

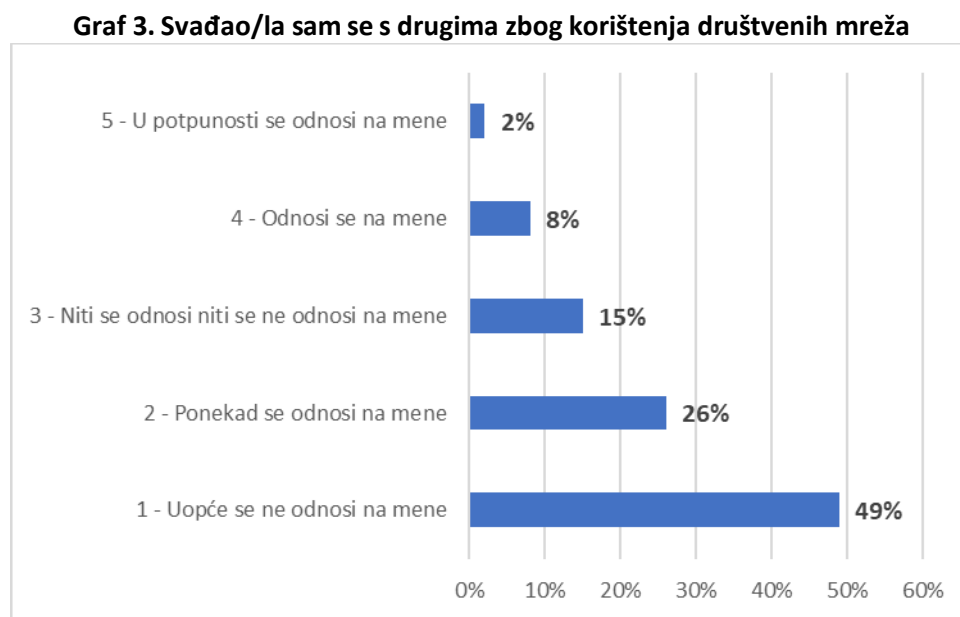
**Graf 2. Često koristim društvene mreže bez nekog posebnog razloga**



Izvor: Primarno istraživanje

Kao što se može vidjeti iz Grafa 2, čak 46% ispitanika smatra da se navedena tvrdnja odnosi na njih, dok njih 31% smatra da se navedena tvrdnja u potpunosti odnosi na njih. Nadalje, 13% ispitanika smatra da se tvrdnja niti odnosi niti ne odnosi na njih, dok njih 8% smatra da se navedena tvrdnja uopće ne odnosi na njih. Da se tvrdnja ponekad odnosi na njih smatra tek 2% ispitanika.

Odgovori na tvrdnju – „Svađao/la sam se s drugima zbog korištenja društvenih mreža“ prikazani su na Grafu 3.

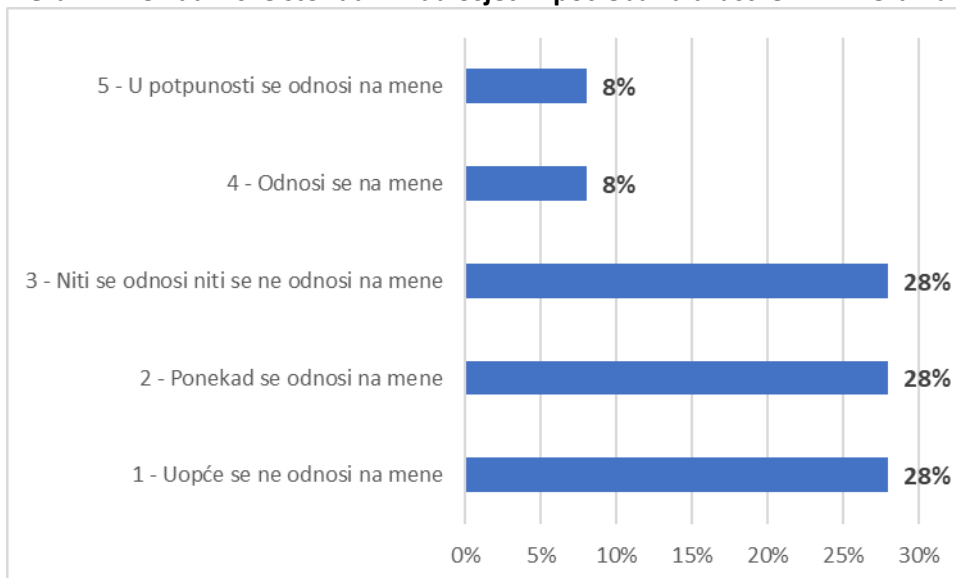


Izvor: Primarno istraživanje

Prema Grafu 3 čak 49% ispitanika smatra da se tvrdnja da se svađaju s drugima zbog korištenja društvenih mreža uopće ne odnosi na njih. Njih 26% smatra da se navedena tvrdnja ponekad odnosi na njih, dok njih 15% smatra da se niti odnosi niti ne odnosi na njih. Čak 8% ispitanika smatra da se navedena tvrdnja odnosi na njih, dok 2% ispitanika smatra da se tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.

Sljedeći graf prikazuje rezultate za tvrdnju – „Prekidam sve što radim kad osjetim potrebu za društvenim mrežama“.

**Graf 4. Prekidam sve što radim kad osjetim potrebu za društvenim mrežama**

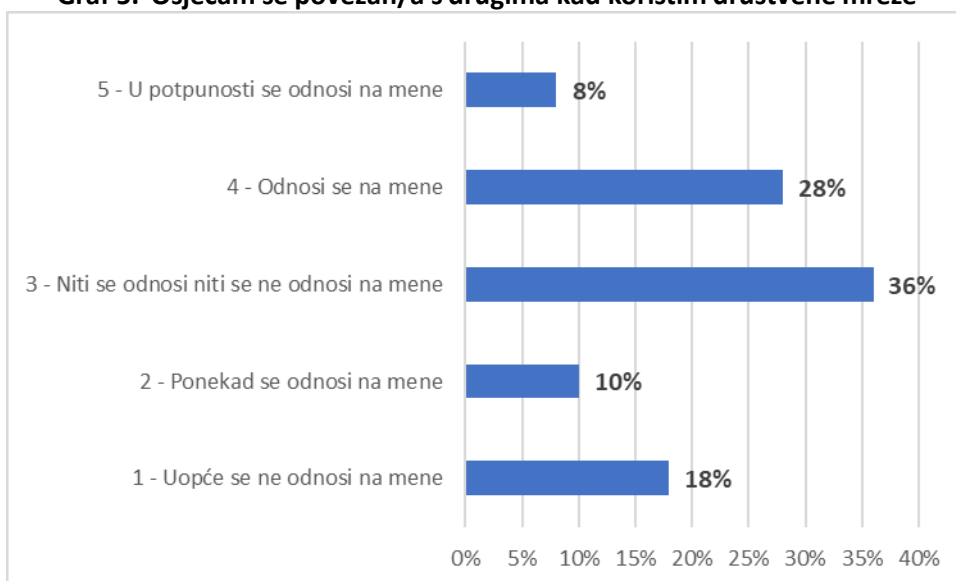


Izvor: Primarno istraživanje

Odgovori su također prilično „šaroliki“ i za ovu tvrdnju. Naime, po 28% ispitanika smatra da se navedena tvrdnja uopće ne odnosi na njih, kao i da se ponekad odnosi na njih, ali i da se niti odnosi niti ne odnosi na njih. PO 8% ispitanika smatra da se tvrdnja odnosi na njih ili pak da se u potpunosti odnosi na njih.

Sljedeći graf prikazuje rezultate za tvrdnju – „Osjećam se povezan/a s drugima kad koristim društvene mreže“.

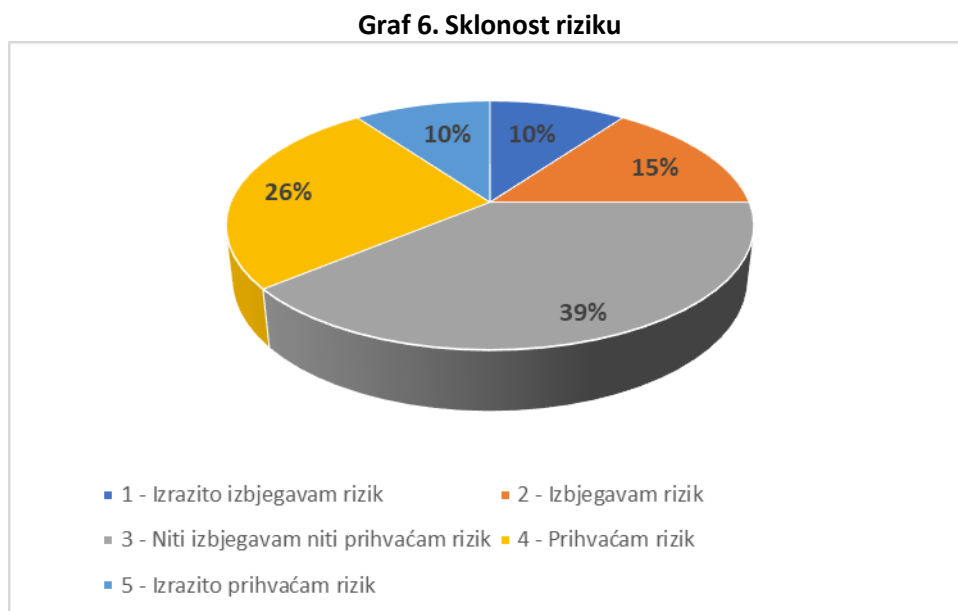
**Graf 5. Osjećam se povezan/a s drugima kad koristim društvene mreže**



Izvor: Primarno istraživanje

Kao što se može primijetiti na Grafu 5, 36% ispitanika niti smatra niti ne smatra da se osjeća povezano s drugima kad koristi društvene mreže. Nadalje, 28% ispitanika smatra da se navedena tvrdnja odnosi na njih. Njih 18%, s druge strane, smatra da se tvrdnja uopće ne odnosi na njih. Da se tvrdnja ponekad odnosi na njih smatra 10% ispitanika, a njih 8% smatra da se navedena tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.

Sljedeće pitanje se odnosi na sklonost riziku ispitanika, a odgovori su prikazani na grafu koji slijedi.



Izvor: Primarno istraživanje

Prema Grafu 7 se može vidjeti da najveći broj ispitanika, njih 39% niti izbjegava niti prihvaća rizik, dok njih 36% ili prihvaćaju ili izrazito prihvaćaju rizik. Rizik izbjegava ili pak izrazito izbjegava 25% ispitanika. Kad je riječ o odnosu prema virtualnim igrama, rezultati su prikazani u Tablici 3.

**Tablica 4. Odnos prema virtualnim igrama**

	<b>1 – Uopće se ne odnosi na mene</b>	<b>2 – Ponekad se odnosi na mene</b>	<b>3 – Niti se odnosi niti se ne odnosi na mene</b>	<b>4 – Odnosi se na mene</b>	<b>5 – U potpunosti se odnosi na mene</b>
Igranje igara postaje najvažnija	64%	10%	13%	10%	3%

aktivnost					
Netko počinje igrati sve više i više	51%	18%	21%	8%	2%
Osjećaj „nabrijanosti“ tijekom igranja	46%	15%	18%	13%	8%
Neugodna emocija kad se ne igra	62%	10%	18%	8%	2%
Sklonost povratka pretjeranom igranju nakon apstinencije	56%	15%	18%	3%	8%

Izvor: Primarno istraživanje

Kad je riječ o odnosu prema virtualnim igrama, rezultati pokazuju da većina ispitanika ne smatra da igranje virtualnih igara postaje njihova najvažnija aktivnost, ne doživljava "nabrijanost" tijekom igranja i nema neugodne emocije kad se ne igra. Također, većina ispitanika nije sklonija povratku pretjeranom igranju nakon razdoblja apstinencije.

Konačno, u kontekstu vještina upravljanja vremenom, ispitanici su morali ocijeniti svoje vještine upravljanja vremenom, a rezultati su prikazani u tablici 5.

**Tablica 1. Vještine upravljanja vremenom**

	1 – Uvijek	2 – Često	3 - Ponekad	4 – Rijetko	5 - Nikad
Pravite li popis stvari koje morate raditi svaki dan?	8%	23%	33%	23%	13%
Planirate li dan prije nego što ga započnete?	8%	31%	46%	13%	2%
Pravite li raspored aktivnosti koje morate obaviti radnim danom u tjednu?	8%	25%	41%	18%	8%
Izrađujete li listu ciljeva za svaki pojedini dan?	2%	23%	23%	31%	21%
Provodite li svaki dan	10%	21%	36%	23%	10%

vrijeme planirajući?					
Imate li jasnu ideju o tome što želite postići idući tjedan?	8%	33%	38%	16%	5%
Postavljate li prioritete i poštujete li ih?	5%	41%	46%	5%	3%
Zateknete li se često kako radite stvari koje vas ometaju u školskim obavezama jednostavno zato što ne volite ljudima kazati „ne“?	10%	43%	31%	8%	8%
Osjećate li da sami upravljate svojim vremenom	15%	49%	31%	5%	0%
Provodite li prosječnim nastavnim danom više vremena brinući se o sebi (tjelovježba, dotjerivanje i sl.)nego o školskim obavezama?	21%	21%	38%	15%	5%
Vjerujete li da ima mjesta za napredak u načinu na koji upravljate svojim vremenom?	49%	36%	11%	2%	2%
Koristite li svoje vrijeme konstruktivno?	10%	36%	46%	5%	3%
Nastavljate li provoditi					

aktivnosti za koje shvatite da nisu isplative?	13%	31%	36%	10%	10%
Održavate li obično svoj radni stol čistim od svega onoga na čemu trenutno radite?	31%	31%	23%	10%	5%
Imate li postavljene ciljeve za cijelo tromjesečje?	8%	23%	21%	23%	26%
Da li obično večer prije radite na važnom zadatku kojem je rok idući dan?	10%	51%	26%	13%	0%
Kada imate nekoliko stvari za obaviti, mislite li da je najbolje po malo raditi na svakoj od njih?	18%	36%	23%	18%	5%
Pregledavate li redovito svoje bilješke s nastave, čak i kada test nije ubrzo?	10%	31%	26%	20%	13%
Koliko često se osjećate nervoznom/-im i pod stresom?	13%	41%	33%	8%	5%

Izvor: Primarno istraživanje

Istraživanje o navikama upravljanja vremenom pokazuje da postoji značajan postotak ispitanika koji ne provode određene prakse kao što su popis stvari koje moraju raditi svaki dan (36%), planiranje dana unaprijed (15%), izrada rasporeda aktivnosti za radni tjedan (26%) i postavljanje ciljeva za svaki pojedini dan (52%). Ovi rezultati ukazuju na potrebu za poboljšanjem organizacijskih vještina i upravljanjem vremenom kod većeg dijela ispitanika.

### 3.4.2. Povezanost korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom

Kako bi se ispitala povezanost korištenja društvenih mreža i vještine upravljanja vremenom, pitanja koja ispituju sklonost korištenju društvenih mreža generalizirana su pod latentnu varijablu *korištenja društvenih mreža*, a ranije navedena pitanja koja mjere vještinu upravljanja vremenom u novu varijablu *vještine upravljanja vremenom*. Obje varijable formirane su po istom principu, rezultati odgovora na svako pitanje zbrojeni su, stoga nova varijable predstavlja indeks generaliziranih. Kako bi se opravdala ovakva generalizacija u latentnu varijablu izračunat je Cronbachov Alpha koeficijent<sup>4</sup>, te je za to kao i za sve druge daljnje izračune korišten statistički program Jasp. U slučaju opravdanosti generalizacije osam varijabli za korištenje društvenih mreža u jedan indeks korištenja društvenih mreža  $\alpha = .879$ , a za slučaj indeksa upravljanja vremenom koji se sastoji od 19 varijabli  $\alpha = .904$ , čime su u oba slučaja zadovoljeni standardi testa.<sup>5</sup>

Hipoteza koja se u ovom dijelu rada želi testirati je:

1. Postoji povezanost iskaza o sklonosti korištenju društvenih mreža i iskaza o vještini upravljanja vremenom na prikupljenom uzorku.

Da bi se ponudio odgovor potrebno je pregledati korelaciju između indeksa sklonosti korištenju društvenih mreža i indeksa vještine upravljanja vremenom. Prema informacijama koje su proračunate i dostupne u korelacijskoj tablici, izračun Pearsonove korelacije<sup>6</sup>  $r(df) = .108$ ,  $n = 39$ ,  $p = .513$ , utvrđuje da odbacujemo nultu hipotezu značajnosti korelacije jer  $p > 0.05$ , a samim time i hipotezu o povezanosti dvije proučavane varijable. Usporedno su prikazani i izračuni Spearmanove korelacije, te Kendall Tau računice čija bi primjena dovela do iste situacije. Zaključak na temelju raspoloživih podataka je da nema značajne povezanosti između iskaza sklonosti korištenja društvenih mreža i iskaza o vještini upravljanja osobnim vremenom.

#### Korelacijska tablica

Variable		KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA	UPRAVLJANJE VREMENOM
1. KORISHTENJE DRUŠTVENIH MREŽA	Pearson's r	—	0.108
	p-value	—	0.513

<sup>4</sup> Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.

<sup>5</sup> Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill

<sup>6</sup> Freedman, D., Pisani, R., & Purves, R. (2007). *Statistics (international student edition)*. Pisani, R. Purves, 4th Edn. WW Norton & Company, New York.



## Korelacijska tablica

Variable	KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA	UPRAVLJANJE VREMENOM
	Spearman's rho	— 0.039
	p-value	— 0.813
	Kendall's Tau B	— 0.024
	p-value	— 0.836
2. INDEX - UPRAVLJANJE VREMENOM	Pearson's r	0.108 —
	p-value	0.513 —
	Spearman's rho	0.039 —
	p-value	0.813 —
	Kendall's Tau B	0.024 —
	p-value	0.836 —

Rezultati provedenog istraživanja ukazuju na sljedeće ključne rezultate:

- 26% ispitanika smatra da korištenje društvenih mreža niti se odnosi niti se ne odnosi na njih, dok 20% smatra da se tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.
- 46% ispitanika često koristi društvene mreže bez nekog posebnog razloga, dok 31% smatra da se ta tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.
- 49% ispitanika se ne svađa s drugima zbog korištenja društvenih mreža, dok 8% smatra da se ta tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.
- 28% ispitanika smatra da se prekidaju sa svime što rade kad osjete potrebu za društvenim mrežama, dok 28% smatra da se ta tvrdnja niti odnosi niti ne odnosi na njih.
- 36% ispitanika ne osjeća povezanost s drugima prilikom korištenja društvenih mreža, dok 8% smatra da se ta tvrdnja u potpunosti odnosi na njih.

Na temelju ovih rezultata može se zaključiti da postoji raznolikost u stavovima i ponašanju u vezi s korištenjem društvenih mreža i upravljanjem vremenom. Iz ovog istraživanja može se vidjeti da postoji veza između korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom kod ispitanika. Grafovi prikazuju različite aspekte korištenja društvenih mreža i njihov utjecaj na ispitanike.

Na temelju provedenog istraživanja, moguće je zaključiti da korištenje društvenih mreža može imati utjecaj na vještine upravljanja vremenom kod ispitanika. Veliki broj ispitanika često koristi društvene mreže bez posebnog razloga, što može ukazivati na gubitak produktivnosti i teškoće u upravljanju vremenom. S druge strane, većina ispitanika ne doživljava značajne konflikte s drugima zbog korištenja društvenih mreža, što sugerira da ta aktivnost ne nužno šteti njihovim interpersonalnim odnosima. Svakako je važno svjesno koristiti društvene mreže kako bi se izbjegli negativni učinci na produktivnost i osiguralo održavanje kvalitetnih socijalnih veza.

#### 4. ZAKLJUČAK

Istraživanje u sklopu ovog završnog rada imalo je za cilj ispitati navike korištenja društvenih mreža u svakodnevnom životu mladih, utvrditi koliko vremena mladi troše na različite aktivnosti na društvenim mrežama te analizirati kako ove aktivnosti utječu na njihove vještine upravljanja vremenom.

U današnjem društvu, društvene mreže su postale neizostavan dio svakodnevnog života i komunikacije. Iako imaju brojne prednosti, njihova sveprisutnost može dovesti do gubitka vremena i smanjene produktivnosti. Upravljanje vremenom postaje sve izazovnije zbog velikog broja informacija koje se nalaze na društvenim mrežama. Kako pravilno koristiti društvene mreže i upravljati vremenom postaje važno pitanje za mnoge ljude, osobito za mlade.

U ovom istraživanju analizirao se utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom i provelo se anketno istraživanje kako bi se prikupili podaci o navikama i percepcijama korisnika društvenih mreža. Rezultati su pokazali da postoji raznolikost u stavovima i ponašanju u vezi s korištenjem društvenih mreža i upravljanjem vremenom. Ispitanici često koriste društvene mreže bez posebnog razloga, što može ukazivati na potencijalni gubitak vremena i ometanje produktivnosti. Međutim, većina ispitanika ne vodi svađe s drugima zbog korištenja društvenih mreža, što može ukazivati na to da korištenje ovih platformi ne dovodi do značajnih konflikata u odnosima. Također, određeni broj ispitanika prekida sve što rade kad osjete potrebu za društvenim mrežama, što može negativno utjecati na njihovu produktivnost i fokus. Osim toga, ispitanici imaju različite osjećaje povezanosti s drugima prilikom korištenja društvenih mreža, što ukazuje na različite učinke ovih platformi na socijalnu povezanost.

Iz ovih rezultata može se zaključiti da postoji veza između korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom. Važno je razumjeti kako pravilno koristiti društvene mreže kako bi se maksimizirale njihove prednosti, poput olakšavanja online učenja, suradničkog učenja, pristupa kvalitetnim informacijama i razvoja vještina. Istovremeno, trebamo biti svjesni negativnih aspekata, poput gubitka vremena, ometanja, socijalnih problema, problema sa zdravljem i loših akademskih rezultata.

## LITERATURA

1. Alhabash S., Ma M. 2017. A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media + Society*, 3(1), 1–12.
2. Alghaswyneh, O. F. M., & Basri, W. S. 2015. The role of time management and its impact on students' academic achievement. A case study of Northern Borders University students. *International Research Journal of Finance and Economics*, 3(136), 117 – 126.
3. Bickart, B., & Schindler, R. M. 2001. Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of Interactive Marketing*, 15 (3), 31-40.
4. Boczkowski P., Matassi M., Michelstein E. 2018. How young users deal with multiple platforms: The role of meaning-making in social media repertoires. *Journal of Computer-mediated Communication*, 23(5), 245–259.
5. Boyd, D. 2004. Friendster and publicly articulated social networks. Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1279–1282). New York: ACM Press.
6. Bucher T. 2020. The right-time web: Theorizing the kairologic of algorithmic media. *New Media & Society*, 22(9), 1699–1714.
7. Cohen, R. 2003. Livewire: Web sites try to make internet dating less creepy. Reuters. Dostupno na: <http://asia.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=internetNews&storyID=3041934> (03.05.2023.).
8. Costa E. 2018. Affordances-in-practice: An ethnographic critique of social media logic and context collapse. *New Media & Society*, 20(10), 3641–3656.
9. Cyril, A.V. 2015. Time management and academic achievement of higher secondary students. *i-manager's Journal on School Educational Technology*. 10 (3): 38-43.
10. Dimmick J., Feaster J. C., Hoplamazian G. J. 2011. News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, 13(1), 23–39.
11. Donath J. 2007. Signals in social supernets. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), 231–251.
12. Edighoffer, J. L. 1986. Distributed, Replicated Computer Bulletin Board Service. Dietrich College of Humanities and Social Sciences at Research Showcase @ Carnegie Mellon University. Dostupno na: <http://repository.cmu.edu/philosophy/index.7.html> (02.05.2023.).
13. Emerson, S. L. 1983. Usenet: A bulletin board for Unix users. *Byte Magazine*, 8 (10), 219-240. Encyclopedia of virtual communities and technologies. Hershey, PA: Idea Group Inc.

14. Festa, P. 2003. Investors snub Friendster in patent grab. CNet News. Dostupno na: [http://news.com.com/2100-1032\\_3-5106136.html](http://news.com.com/2100-1032_3-5106136.html) (02.05.2023.).
15. Hendricks, D. (2013). Complete history of social media: Then and now. Small Business Trends. Dostupno na: <https://smallbiztrends.com/2013/05/the-complete-history-of-social-media-infographic.html> (02.05.2023.).
16. Humphreys L. 2018. The qualified self: Social media and the accounting of everyday life. MIT Press.
17. India now has highest number of Facebook users, beats US: Report. Dostupno na: <https://www.livemint.com/Consumer/CyEKdaltF64YycZsU72oEK/Indians-largest-audience-country-for-Facebook-Report.html> (04.05.2023.).
18. Jerslev A., Mortensen M. 2018. Celebrity in the social media age: Re-negotiating the public and the private. In Elliot A. (Ed.), Routledge handbook of celebrity studies (pp. 157–174). Routledge.
19. Jung E. H., Sundar S. S. 2016. Senior citizens on Facebook: How do they interact and why? *Computers in Human Behaviour*, 61, 27–35.
20. Kaku, M. 2018. Reimagine tomorrow. Dostupno na: <https://fb.watch/5th5yv026L> (04.05.2023.).
21. Mboga, J., Mboga, M., & Nyaanga, S. 2016. Distractions in learning institutions: An explorative case analysis of mobile device usage in Kenyan academia. *International Journal of Education and Research*, 4(3), 115-126.
22. Mercanlioglu, C. 2010. The relationship of time management to academic performance of master level students. *International Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 25-36.
23. Mew, L. 2006. Online Social Networking for New Research Opportunities.
24. Miller D. 2011. Tales from Facebook. Polity Press.
25. Mohamed, O., Hamal, R. B., & Mohamed, K. 2018. A study on time management: Case of Northeast normal university international students. *European Journal of Alternative Education Studies*, 3(1), 17 – 30.
26. Morley D. 1986. Family television: Cultural power and domestic leisure. Routledge.
27. Nasrullah, S., & Khan, M. S. 2015. The impact of time management on students' academic achievements. *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, 11(1), 65 – 72.
28. Ozor, T.O.; Chukwu, C.L., Aroh, P. 2022. Influence of social media usage on time management of social science education students in Nigerian tertiary institutions. *Webology*. 19 (3): 1077-1095.

29. Ridings, C. M., & Gefen, D. 2004. Virtual community attraction: why people hang out online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1), 1-10.
30. Ritholz, B. L. 2010. History of social media. Dostupno na: <http://www.ritholtz.com/blog/2010/12/history-of-social-media/> (02.05.2023.).
31. Schroeder, M.D. Birrell, A.D.i Needham, R.M. 1984. Experience with Grapevine: the growth of a distributed system. *ACM Trans on Computer Systems*, 2(1):3-23.
32. Sheringham M. 2006. *Everyday life: Theories and practices from surrealism to the present.* Oxford University Press.
33. Shirky, C. 2003. People on page: YASNS... Corante's Many-to-Many. Dostupno na: [http://many.corante.com/archives/2003/05/12/people\\_on\\_page\\_yasns.php](http://many.corante.com/archives/2003/05/12/people_on_page_yasns.php) (03.05.2023.).
34. Tracy, B. 2014. *Time management.* New York: American Management Association.
35. Turkle S. (2017). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other.* Basic Books.
36. Winder, D. 2007. Back to Basics: Social Networking. *Information World Review*. (238): 23.
37. Your Therapy Source. Time management activities for high school students. Dostupno na: <https://www.yourtherapysource.com/blog1/2022/12/04/time-management-activities-for-high-school-students-2/> (02.06.2023.).

## **SAŽETAK**

Ovaj završni rad istražuje utjecaj društvenih mreža na vještine upravljanja vremenom. Dok su društvene mreže postale neizostavan dio suvremenih oblika komunikacije i povezivanja, njihova popularnost izaziva izazove u efikasnom upravljanju vremenom. Cilj ovog rada je proučiti utjecaj korištenja društvenih mreža na upravljanje vremenom među učenicima srednjih škola na otoku Korčuli. U sklopu rada provelo se istraživanje putem anketnog upitnika među korisnicima društvenih mreža, odnosno među učenicima srednjih škola na otoku Korčuli. Rad je strukturiran u četiri poglavlja, uključujući uvod, poglavlje o društvenim mrežama i vještinama upravljanja vremenom, poglavlje o provedenom istraživanju, rezultati istraživanja te zaključak rada. Rezultati su pokazali da postoji raznolikost u stavovima i ponašanju u vezi s korištenjem društvenih mreža i upravljanjem vremenom. Ispitanici često koriste društvene mreže bez posebnog razloga, što može ukazivati na potencijalni gubitak vremena i ometanje produktivnosti. Iz rezultata istraživanja se može zaključiti da postoji veza između korištenja društvenih mreža i vještina upravljanja vremenom.

**Ključne riječi:** društvene mreže, upravljanje vremenom, Facebook, Instagram

## **SUMMARY**

This paper explores the impact of social media on time management skills. While social media has become an integral part of modern forms of communication and connectivity, its popularity presents challenges in efficient time management. The aim of this study is to examine the influence of social media usage on time management among high school students on the island of Korcula. The research was conducted through a questionnaire survey among social media users, specifically high school students on the island of Korcula. The paper is structured into four chapters, including an introduction, a chapter on social media and time management skills, a chapter on the conducted research and its results, and a conclusion. The results have shown that there is diversity in attitudes and behaviors regarding the use of social media and time management. Respondents often use social media without a specific purpose, which may indicate potential time loss and interference with productivity. From the research findings, it can be concluded that there is a connection between social media usage and time management skills.

**Keywords:** social media, time management, Facebook, Instagram



## POPIS SLIKA, GRAFOVA I TABLICA

### GRAFOVI

Graf 1. Često razmišljam o društvenim mrežama i kad ih ne koristim.....	14
Graf 2. Često koristim društvene mreže bez nekog posebnog razloga.....	14
Graf 3. Svađao/la sam se s drugima zbog korištenja društvenih mreža .....	15
Graf 4. Prekidam sve što radim kad osjetim potrebu za društvenim mrežama .....	16
Graf 5. Osjećam se povezan/a s drugima kad koristim društvene mreže .....	16
Graf 6. Sklonost riziku .....	17

### TABLICE

Tablica 1. Vještine upravljanja vremenom .....	18
--	----