

# OBILJEŽJA KORIŠTENJA SNAPCHATA KOD ZAGREBAČKIH SREDNJOŠKOLACA

## SAŽETAK

*Društvene mreže u današnje vrijeme predstavljaju jedan od važnijih »tehnoloških alata« u životima ljudi diljem svijeta, a u najvećoj mjeri koriste ih adolescenti (pogotovo djevojke), pri čemu su najčešće korištene Snapchat, Instagram, TikTok i Facebook. Glavni cilj ovoga rada je istražiti obilježja korištenja Snapchata među srednjoškolcima Grada Zagreba, prije svega zbog iznimne popularnosti, količine provedenog vremena na ovoj društvenoj mreži, potencijalnih psihosocijalnih rizika te nedostatka domaće literature u ovom području. U istraživanju je sudjelovalo 825 učenika (NM = 404; ND = 418; 3 učenika nije označilo spol), a raspon dobi kreće se od 14 do 20 godina (Mdob = 16,65; SDdob = 1,208). Rezultati pokazuju da preko 80% srednjoškolaca koristi Snapchat, te su utvrđene razlike u učestalosti korištenja s obzirom na spol, dob/razred te vrstu škole. Instagram, Snapchat i TikTok najpopularnije su društvene mreže među zagrebačkim srednjoškolcima, a korištenje jedne umjereno je povezano s korištenjem ostalih, stoga rezultati govore u prilog postojanju preferirane i dominantne društvene mreže koja se koristi češće u odnosu na druge. Zaključno, nisu utvrđene razlike u izraženosti ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata. Dobivenim rezultatima*

Prethodno priopćenje  
Primljeno: srpanj, 2022.  
Prihvaćeno: studeni, 2022.  
UDK: 004.738.5-371.8  
DOI 10.3935/ljsr.v29i3.498

Sabina Mandić<sup>1</sup>  
orcid.org/0000-0002-7646-6283

Odsjek za poremećaje u ponašanju  
Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet  
Sveučilište u Zagrebu

### Ključne riječi:

Snapchat; društvene mreže; adolescenti;  
srednjoškolci; ovisnost o internetu.

1 dr.sc.Sabina Mandić, socijalna pedagoginja, e-mail: sabina.mandic@erf.unizg.hr

*omogućeno je bolje razumijevanje obilježja korištenja Snapchata među srednjoškolicima, a isti su interpretirani u kontekstu aktualnih znanstvenoistraživačkih spoznaja i izazova, te mogućnosti razvoja psihosocijalnih intervencija.*

## UVOD

Društvene mreže koje se koriste za interakciju i komunikaciju s drugima (eng. *Social Networking Services*) u posljednjih su desetak godina postale jedan od važnijih »tehnoloških alata« u životima ljudi diljem svijeta, a njihova se uporaba dodatno povećala uslijed pandemije koronavirusa koja je rezultirala radom od kuće, online nastavom za učenike, te obveznim socijalnim distanciranjem (Feng i Tong, 2022.). Prema recentnim istraživanjima, skupina koja u najvećoj mjeri koristi društvene mreže su adolescenti (pogotovo djevojke), a najzanimljivije su im one na kojima se usporedno mogu objavljivati medijski sadržaji i komunicirati s drugima, kao što su Instagram, Facebook, TikTok i Snapchat (Ohannessian i Vannucci, 2021.). Ta skupina je i u posebnom riziku za razvoj različitih problema uslijed prekomjernog korištenja društvenih mreža, a među najizraženijima su određeni problemi mentalnog zdravlja (primjerice, anksioznost vezana uz »strah od propuštanja«; eng. *fear of missing out*), veća vjerojatnost uključivanja u rizična i nasilna ponašanja u virtualnom okruženju te razvoj ovisnosti o internetu (Athanasίου i sur., 2018.; Cataldo i sur., 2021.; Tandon i sur., 2021.).

Analizom inozemne i domaće znanstvene literature u ovom području, primjetno je kako postoje brojna istraživanja koja se bave obilježjima, trendovima i rizicima korištenja društvenih mreža općenito, dok su ona koja u središtu interesa imaju jednu specifičnu društvenu mrežu vrlo rijetka. Pristup istraživanju pojedine društvene mreže moguće je usporediti s principima istraživanja kockanja, gdje su, polazeći od pretpostavke da postoji korelacija između dominantne igre s ostalima, provedena brojna istraživanja kojima je cilj bio istražiti obilježja kockanja iz perspektive jedne aktivnosti (Dodig, Ricijaš i Rajić-Stojanović, 2014.). Sličan je obrazac zamjetan i u korištenju društvenih mreža, zbog čega je ovaj rad usmjeren na jednu od adolescentima najatraktivniju društvenu mrežu, a koja upravo u toj populaciji bilježi i ekspanzivan porast popularnosti – Snapchat (Ohannessian i Vannucci, 2021.).

Snapchat je osnovan 2011. godine, a danas bilježi gotovo 400 milijuna dnevno aktivnih korisnika diljem svijeta (Snap Inc., 2021.), pri čemu većinu čine osobe ženskoga spola (oko 70%) (Kasahara, Houlihan i Estrada, 2019.; Al-Shamaileh i sur., 2022.). Ova društvena mreža omogućava razmjenu i dijeljenje video i foto poruka (tzv. *snapova*) među korisnicima, a jedno od glavnih obilježja je opcija »samouništenja poruka«, odnosno postavljanje određenog trajanja gledanja podijeljenog sadržaja, nakon čega oni nestaju. Važno je naglasiti kako je Snapchat prvi uveo tu mogućnost te je upravo tom, tada inovativnom opcijom, postigao inicijalnu popu-

larnost koja i danas privlači i zadržava pozornost korisnika na podijeljenom sadržaju zbog raznih dodatnih mogućnosti, kao što su korištenje »filtera« s kojima se može mijenjati izgled lica i tijela, okruženje u pozadini i slično (Amponsah i Youn, 2020.). Slike i videozapisi dijele se samo s odabranom grupom »prijatelja« (eng. *friends*)<sup>2</sup> ili »pratitelja« (eng. *followers*)<sup>3</sup> (Xu i sur., 2016.), a nedavno je uvedena nova značajka »Priča« (eng. *Story*) putem koje se fotografije i videozapisi dijele sa širom publikom tijekom 24 sata (Abbas i Dodeen, 2022.), što je opcija i drugih društvenih mreža kao što je, primjerice, Instagram. S druge pak strane, i Instagram danas nudi brojne opcije filtera, kao i mogućnost samouništenja poruka, čime vidimo i da se razlike između društvenih mreža sve više smanjuju, odnosno da društvene mreže neprestano osmišljavaju inovacije kojima nastoje privući nove i zadržati postojeće korisnike.

Podaci o prevalenciji i učestalosti korištenja Snapchata ukazuju na to da adolescenti i mladi (do otprilike 20 godina života) čine oko 90% svih njegovih korisnika, dok ga odrasla populacija gotovo pa uopće ne koristi te su vrlo malo upoznati o načinu funkcioniranja ove društvene mreže, a time i rizicima koji se uz nju vežu (Al-Shamaileh i sur., 2022.). Otprilike jednak postotak mladih navodi kako ga koriste svakodnevno (Massey, Brockenberry i Harrell., 2021.), na njemu kroz dan provedu otprilike dva do tri sata (Alhabach i Ma, 2017.), a prosječno ga dnevno posjete i do 40 puta (Forbes, 2021.), što ga čini i najposjećenijom društvenom mrežom u ovoj populaciji. Najčešća motivacija za korištenje je kontaktiranje s vršnjacima, mogućnost drukčijeg, odnosno kreativnijeg načina komunikacije (Kamble, Desai i Mehendale, 2021.), zabava, jednostavnost korištenja, osjećaj bržeg protoka vremena, te jednostavniji način samoprezentacije i prikaza vlastitog života (Alhabash i Ma, 2017.). Sadržaji koje mladi najčešće dijele i o kojima »snapaju« su vlastite fotografije, tzv. *selfiji* (eng. *selfies*), te fotografije i video uradci s ugrađenim tekstualnim sadržajem ili anketama (Jarman i sur., 2021.). Istraživanja o korištenju društvenih mreža među adolescentima u Hrvatskoj uglavnom su usmjerena na istraživanje utjecaja korištenja na različite aspekte mentalnog zdravlja ili u odnosu na rizična ponašanja i sigurnost mladih na internetu (npr. Ciboci i sur., 2020.; Vodinelić, 2021.), dok su ona koja su usmjerena na specifičnu društvenu mrežu (najčešće Facebook i Instagram) provedena na manjim, prigodnim uzorcima (npr. Ćudina, 2019.; Buder, 2020.). Jedino (autoru dostupno, op.a.) istraživanje u kojem se (između ostaloga) ispituju obilježja korištenja Snapchata na uzorku srednjoškolaca ukazuju na slične trendove kao i u inozemnoj literaturi, a dodatno se kao ključne aktivnosti navode i praćenje influencera, te uključivanje u raznovrsne igre i izazove (Buljan Flander i sur., 2020.).

2 Prijatelji (eng. *friends*) – trebaju imati instaliranu aplikaciju na svojem mobilnom uređaju, biti registrirani korisnici Snapchata, te međusobno poslati i prihvatiti »zahtjev za prijateljstvo« s drugom osobom.

3 Pratitelji (eng. *followers*) – korisnici koji ne trebaju drugoj osobi slati »zahtjev za prijateljstvo«, već samo trebaju odabrati opciju »Prati« (eng. *Follow*) čime im se omogućava pristup sadržajima koje korisnici odluče podijeliti sa svojim pratiteljima.

Iako je Snapchat zbog svojih obilježja mladima vrlo privlačan (Ohannessian i Vannucci, 2021.), postoje i određeni rizici te nepoželjne posljedice kojih mladi često nisu svjesni. Prije svega, to se odnosi na mogućnost zloupotrebe objavljenog sadržaja koja se pokušala umanjiti na način da se korisnik obavijesti ako druga osoba napravi snimku zaslona (eng. *screenshot*), međutim usporedno se razvila aplikacija Snapsaved, koja omogućava skriveno snimanje zaslona bez slanja obavijesti autoru o tome, što značajno povećava vjerojatnost zloupotrebe društvenih mreža, odnosno viktimizacije u *cyber* prostoru (Charteris i Gregory, 2021.). Sama činjenica da postoji komercijalni interes da se takav tip aplikacija razvija ukazuje nam na to da one imaju i svoje korisnike, odnosno da postoji tendencija da se zadržava sadržaj koji ne bi trebao biti javno dostupan ili koji bi, pak, trebao biti samo privremen. Osim navedenog, kao daljnje nepoželjne posljedice Snapchata mladi navode vršnjačko nasilje u virtualnom okruženju (eng. *cyberbullying*) (Green, 2020.), seksualnu ucjenu (eng. *sextortion*) (van Ouytsel i sur., 2017.) te osvetničku pornografiju (eng. *revenge porn*) (Mandau, 2021.). Zabilježen je i porast depresivnih simptoma i anksioznosti, kao i ostalih problema mentalnog zdravlja (Vannucci i Ohannessian, 2019.), no o prirodi povezanosti problema mentalnog zdravlja i korištenja društvenih mreža još se uvijek vode rasprave unutar znanstvene i stručne javnosti (Zhou i sur., 2020.).

Zbog iznimno velike aktualne popularnosti među adolescentima, količine provedenog vremena na ovoj društvenoj mreži i potencijalnih rizika koji mogu utjecati na mentalno zdravlje mladih, ovaj rad usmjeren je na istraživanje obilježja korištenja Snapchata u srednjoškolskoj populaciji.

## CILJ ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj ovog istraživanja je istražiti obilježja korištenja Snapchata među srednjoškolcima s područja Grada Zagreba. Vodeći se navedenim ciljem, definirana su sljedeća istraživačka pitanja: (1) Koriste li zagrebački srednjoškolci Snapchat te, ako da, postoje li razlike u učestalosti korištenja s obzirom na spol, razred i vrstu škole?; (2) U kojoj mjeri zagrebački srednjoškolci koriste Snapchat u odnosu na druge društvene mreže?; (3) Postoji li razlika u izraženosti simptoma ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata?

## METODOLOGIJA

### Uzorak sudionika

Istraživanje je provedeno na uzorku od ukupno 825 učenika (49,0% mladića; 50,7% djevojaka; 0,3% nije zaokružilo spol) iz 20 srednjih škola s područja Grada Zagreba. Istraživanjem su ukupno obuhvaćena 42 razredna odjeljenja, pri čemu se raspon dobi sudionika kreće se od 14 do 20 godina ( $M_{dob}=16,65$ ;  $SD_{dob}=1,208$ ). Detaljnije informacije o strukturi uzorka prikazane su u Tablici 1.

**Tablica 1.** Struktura uzorka s obzirom na spol i vrstu škole (N=825)

3G STRUKOVNA N = 88 (10,7%)		4G STRUKOVNA N = 372 (45,1%)		GIMNAZIJA N = 365 (44,2%)	
MLADIĆI	DJEVOJKE	MLADIĆI	DJEVOJKE	MLADIĆI	DJEVOJKE
n = 58	n = 30	n = 207	n = 164	n = 139	n = 224
65,9%	34,1%	55,8%	44,2%	38,3%	61,7%
$M_{dob} = 16,38$ $SD_{dob} = 0,986$		$M_{dob} = 16,72$ $SD_{dob} = 1,290$		$M_{dob} = 16,64$ $SD_{dob} = 1,162$	
1. razred = 27 (30,7%)		1. razred = 98 (26,3%)		1. razred = 92 (25,2%)	
2. razred = 25 (28,4%)		2. razred = 84 (22,6%)		2. razred = 94 (25,8%)	
3. razred = 36 (40,9%)		3. razred = 91 (24,5%)		3. razred = 92 (25,2%)	
		4. razred = 99 (26,6%)		4. razred = 87 (23,8%)	

Uzorak je probabilistički (slučajni stratificirani) pri čemu su se stratumi definirali vodeći se popisom Ministarstva znanosti i obrazovanja koji sadrži sve relevantne informacije o školama te spolnoj i dobnoj distribuciji učenika u pojedinoj školi i razredu u Gradu Zagrebu u školskoj godini 2020./2021. U odnosu na broj učenika u svakom srednjoškolskom programu i njihove omjere, prvo je odabrana veličina uzorka, a potom su u prvom koraku slučajnim odabirom izabrane škole, a u drugom razredni odjeli u kojima se provelo istraživanje.

### Instrumentarij

S ciljem odgovora na postavljene istraživačke probleme, korišteni su Upitnik o osnovnim obilježjima sudionika, Upitnik o učestalosti korištenja društvenih mreža (kreiran za potrebe ovog istraživanja) te Test ovisnosti o Internetu (Young, 1998.).

**Upitnikom o učestalosti korištenja društvenih mreža** sudionike se ispituje o

učestalosti korištenja različitih društvenih mreža, a lista obuhvaćenih formirana je prema definiciji koja opisuje kako društvene mreže dozvoljavaju pojedincima da kreiraju vlastiti profil u sustavu, odrede popis ostalih korisnika s kojima dijele svoj profil te da pregledavaju profile drugih osoba i komuniciraju s njima (Boyd i Ellison, 2007.). Na ljestvici odgovora od pet stupnjeva (0-nikada; 4-svakodnevno) sudionici daju odgovore koliko često koriste pojedinu društvenu mrežu: (1) Facebook, (2) TikTok, (3) Snapchat, (4) Instagram, (5) Pinterest te (6) Twitter. U ovo istraživanje, iako se svrstava u društvene mreže, nije uključen Youtube koji se primarno koristi za pregledavanje snimki strategija na video igricama, praćenje influencera i slično (Buljan Flander i sur., 2020.), a u manjoj mjeri za direktnu razmjenu medijskih sadržaja i svakodnevnu komunikaciju. S ciljem odgovora na posljednje istraživačko pitanje, varijabla učestalosti korištenja Snapchata kategorizirana je na sljedeći način: 1 – nikada, 2 – povremeno (1 – 2x mjesečno; otprilike jednom tjedno), te 3 – redovito (nekoliko puta tjedno i svakodnevno).

**Test ovisnosti o Internetu** (Young, 1998.) je prvi validirani instrument za procjenu razine ovisnosti o internetu kod svih dobnih skupina (Chin i Leung, 2018.) te je do danas najčešće korišten u ovom području. Upitnik se sastoji od ukupno 20 čestica na koje se odgovara na ljestvici odgovora od 0 (nikada) do 5 (uvijek), a ukupni rezultat kreće se od 0 do 100 bodova (0 do 19 bodova – nepostojanje znakova ovisnosti; od 20 do 39 bodova – blaga razina izraženosti problema; od 40 do 69 bodova – umjeren razina ovisnosti; od 70 do 100 bodova – visoka razina ovisnosti o internetu) (Faraci i sur., 2013.). Istraživanja govore o njenoj dobroj pouzdanosti pa se tako Cronbachov koeficijent pouzdanosti ( $\alpha$ ) na uzorku mladih u različitim istraživanjima kreće od 0,82 do 0,93 (Jelenchick, Becker i Moreno, 2012.; Keser i sur., 2013.). Za potrebe ovog istraživanja korištena je validirana hrvatska verzija Testa ovisnosti o internetu (Černja, Rajter i Vejmelka, 2017.; Černja Rajter, Vejmelka i Rajter, 2019.), a Cronbachova  $\alpha$  na ovom uzorku iznosi 0,89 (odvojeno prema spolu iznosi 0,90 za djevojke, te 0,88 za mladiće), što ukazuje na dobru pouzdanost i unutarnju konzistenciju ovog instrumenta.

Kako bi se dobile informacije **o osnovnim obilježjima sudionika**, kreirana su pojedinačna pitanja o spolu, dobi, razredu koji trenutno pohađaju te vrsti škole.

## Postupak provedbe istraživanja i poštovanje etičkih načela

Za provedbu ovog istraživanja dobivena je suglasnost Etičkog povjerenstva Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te suglasnost Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske (uz pozitivno mišljenje Agencije za odgoj i obrazovanje). Prije početka istraživanja, tražilo se odobrenje ravnatelja odabranih škola, a potom se tražilo i davanje pisane suglasnosti roditelja maloljet-

nih učenika iz odabranih razreda. Po dobivanju navedenih suglasnosti, započelo je istraživanje u školama. Istraživanje je provedeno tijekom drugog polugodišta školske godine 2020./2021., grupno u razredima koje učenici pohađaju, a korištena je metoda samoiskaza (po principu »papir-olovka«). Ispunjavanje upitnika trajalo je jedan školski sat. Učenici su prije početka istraživanja bili informirani o osnovnom cilju istraživanja, načinu ispunjavanja upitnika, anonimnosti i dobrovoljnosti sudjelovanja te mogućnosti odustajanja od ispunjavanja upitnika u bilo kojem trenutku.

## Način obrade podataka

Testiranje normalnosti distribucije rezultata provedeno je koristeći se indeksima asimetrije (skewness i kurtosis) za zavisne varijable uključene u ovo istraživanje (učestalost korištenja Snapchata te ukupni rezultat na Testu ovisnosti o internetu), u odnosu na cijeli uzorak te s obzirom na spol, razred te vrstu škole (Tablica 2.).

**Tablica 2.** Prikaz deskriptivnih pokazatelja uz provjeru normalnosti distribucije rezultata – indeksi asimetrije (skewness i kurtosis)

		UČEST. KORIŠT. SNAPCHATA							
		min	max	M	SD	SKEW	Zs	KURT	Zk
Cijeli uzorak (N=825)		0	4	2,94	1,635	-1,077	-	0,0669	-
Spol	M (n=404)	0	4	2,77	1,722	-0,863	-	-1,118	-
	Ž (n=418)	0	4	3,12	1,518	-1,352	-	0,053	-
Vrsta škole	GIM (n=365)	0	4	2,67	1,767	-0,721	-	-1,363	-
	4G STRUK (n=372)	0	4	3,11	1,528	-1,358	-	0,061	-
	3G STRUK (n=88)	0	4	3,32	1,309	-1,810	7,04	1,833	3,61
Razred	1. raz (n=217)	0	4	3,27	1,447	-1,687	10,22	1,062	3,23
	2. raz (n=203)	0	4	2,92	1,661	-1,043	6,09	-0,765	2,25
	3. raz (n=219)	0	4	3,03	1,565	-1,220	7,44	-0,291	0,89
	4. raz (n=186)	0	4	2,47	1,789	-0,496	2,78	-1,613	4,54
		UKUPNI IAT							
		min	max	M	SD	SKEW	Zs	KURT	Zk
Kategorije učest. korišt. Snapchata (n=825)	Nikada (n=168)	0	72	25,83	16,501	0,804	4,30	-0,60	-1,61
	Povremeno (n=56)	0	64	28,54	15,683	0,233	0,73	-0,736	-1,71
	Redovito (n=601)	0	92	27,38	15,212	0,810	-	0,626	-
Kategorije učest. korišt. Snapchata (M; n=404)	Nikada (n=101)	0	72	23,60	15,507	0,964	4,02	0,478	1,00
	Povremeno (n=24)	0	59	26,17	15,586	0,185	0,39	-0,684	0,75
	Redovito (n=279)	0	68	22,57	12,943	0,768	5,26	0,299	1,03
Kategorije učest. korišt. Snapchata (Ž; n=418)	Nikada (n=65)	2	72	28,89	17,374	0,603	2,03	-0,451	-0,77
	Povremeno (n=31)	4	64	29,81	15,759	0,357	0,85	-0,701	-0,85
	Redovito (n=322)	1	92	31,54	15,810	0,732	-	0,466	-

*Legenda: SKEW – Skewness; Zs – z vrijednost za skewness; KURT – Kurtosis; Zs – z vrijednost za kurtosis*  
 Napomena: za uzorke manje od 50, z-vrijednost oba indeksa asimetrije mora biti između -1,96 i +1,96 kako bismo mogli govoriti o normalnoj distribuciji rezultata. Za uzorke veće od 50, a manje od 300, z-vrijednost - između -3,29 i +3,29 = normalna distribucija rezultata. Za uzorke veće od 300, promatraju se apsolutne vrijednosti SKEW i KURT, pri čemu rezultati za SKEW moraju biti između -2,00 i +2,00, a za KURT između -7,00 i +7,00 (Kim, 2013.).

Rezultati prikazani u tablici ukazuju na primjerenost korištenja parametrijske statistike za provjeru razlika u učestalosti korištenja Snapchata s obzirom na spol (t-test za nezavisne uzorke) te na ukupnom rezultatu na Testu ovisnosti o internetu kod djevojaka (analiza varijance), dok su za preostale varijable korištene metode ne-parametrijske statistike. S obzirom na veći broj statističkih usporedbi (ukupno 18), a kako bi se smanjila vjerojatnost pogreške u zaključivanju (Petz, Kolesarić i Ivanec,



2012.; Armstrong, 2014.), izračunata je Bonferroni korekcija s ciljem postavljanja strožeg kriterija statističke značajnosti. Slijedom navedenog, u ovom slučaju Bonferroni korekcija postavlja granicu statističke značajnosti na  $p < 0,002$ .

## REZULTATI I RASPRAVA

Prvi cilj ovoga rada je stjecanje uvida u neka osnovna obilježja korištenja Snapchata među zagrebačkim srednjoškolicima. Prije svega, potrebno je utvrditi u kojoj mjeri, odnosno koliko često uopće koriste ovu društvenu mrežu. Rezultati ukazuju da oko 20% sudionika istraživanja nije nikada koristilo Snapchat (20,4%). Manji udio njih (manje od 7%) koristi ga povremeno, pri čemu ga 3,9% koristi 1 – 2 puta mjesečno te njih 2,9% otprilike jednom tjedno. Najveći udio mladih, njih preko 70% koristi Snapchat redovito, odnosno nekoliko puta tjedno (7,3%) ili pak svakodnevno (65,6%). Drugim riječima, petina mladih uopće ne koristi Snapchat, a oni koji ga koriste, u pravilu je to svakodnevno i vrlo intenzivno, što je u skladu s inozemnim istraživanjima koja navode kako ga najveći udio korisnika koristi svakodnevno, dok ga tek manji dio njih koristi na tjednoj ili pak mjesečnoj razini (Green, 2020.; Massey i sur., 2021.).

Usmjerimo li se na spolne razlike u distribuciji odgovora (Tablica 3.), jasno je kako oko 25% mladića nije nikada koristilo Snapchat, dok je kod djevojaka taj udio nešto niži od 16%. S druge pak strane, gotovo 80% učenica redovito koristi ovu društvenu mrežu, naspram manje od 70% učenika. Ovakav rezultat sam po sebi implicira postojanje razlika s obzirom na spol, koje su i potvrđene t-testom za nezavisne uzorke ( $t = -3,049$ ;  $df = 820$ ;  $p < 0,01$ ).

**Tablica 3.** Razlike u učestalosti korištenja Snapchata u odnosu na spol (t-test za nezavisne uzorke) (n=418 djevojaka; n=404 mladića)

	Spol	FREKVENCIJE ODGOVORA (%)					M	SD	t	df	d
		0	1	2	3	4					
Učestalost Snapchat	M	25,0%	3,0%	3,0%	7,9%	61,1%	2,77	1,722	-3,049**	820	0,21
	Ž	15,6%	4,5%	2,9%	6,7%	70,3%	3,12	1,518			

Legenda: 0-nikada; 4-svakodnevno, \*\*  $p < 0,01$ , d – efekt razlike (Cohenov d).

Prikazano je u skladu s inozemnim spoznajama koje gotovo pa jednoznačno potvrđuju da djevojke češće koriste društvene mreže, pogotovo Snapchat i TikTok (Dufour i sur., 2016.; Su i sur., 2020.), dok mladići više vremena provode na Youtubeu (Hootsuite, 2021.; Statista, 2022.a), igrajući online video igre ili pak na internetskim stranicama s pornografskim sadržajima (Štulhofer i sur., 2019.; Columb i sur., 2021.).

Međutim, iznenađuje podatak da, iako postoji razlika u učestalosti korištenja između djevojaka i mladića, te razlike i nisu toliko velike ( $d = 0,21$ ) kao što se očekivalo s obzirom na prethodno navedeni podatak da preko 70% korisnika Snapchata čine pripadnice ženskoga spola (Kasahara i sur., 2019.; Al-Shamaileh i sur., 2022.).

U Tablici 4. prikazani su rezultati testiranja razlika u učestalosti korištenja Snapchata s obzirom na dob/razred. S obzirom na to da su varijable dob i razred u visokoj međusobnoj korelaciji ( $r = 0,943$ ;  $p < 0,001$ ), u daljnje obrade uključena je kategorijalna varijabla razreda. Kruskal-Wallisovim testom utvrđeno je postojanje razlika s obzirom na razred ( $KW = 25,300$ ;  $df = 3$ ;  $p < 0,001$ ), a s ciljem utvrđivanja smjera tih razlika proveden je Mann Whitney U kao post-hoc test.

**Tablica 4.** Razlike u učestalosti korištenja Snapchata u odnosu na razred (Kruskal-Wallisov test uz Mann Whitneyev U post-hoc test) (N=825)

	RAZRED	MR	KW $\chi^2$	MW U (post-hoc)				r				
				GRUPA	N	MR	REZ					
Učestalost Snapchat	1. razred	454,79	25,300*** df = 3	1.r-2.r	1. r	217	220,66	19820,00	-			
					2. r	203	199,64					
	2. razred	412,85		1.r-3.r	1. r	217	227,77	21749,00	-			
					3. r	219	209,31					
					1.r-4.r	1. r	217			224,36	15329,50**	0,24
						4. r	186			175,92		
	3. razred	420,99		2.r-3.r	2. r	203	209,35	21793,00	-			
					3. r	219	213,49					
					2.r-4.r	2. r	203			207,86	16268,50	-
						4. r	186			180,97		
	4. razred	355,00		3.r-4.r	3. r	219	218,19	17040,50**	0,16			
					4. r	186	185,12					

Legenda: MR – srednji rang, KW – Kruskal-Wallis test, MW U (post-hoc) – post hoc Mann Whitney U test, \*\*\*  $p < 0,001$ , \*\*  $p < 0,01$ , r – efekt razlike ( $r=Z/\sqrt{N}$ )

Iako uz niske efekte, razlike postoje na dva testirana para (između prvih i četvrtih, te trećih i četvrtih razreda), a uvidom u rezultate MWU testa i pojedinačne srednje rangove, može se zaključiti kako je riječ o relativno homogenoj navici ponašanja neovisno o dobi učenika, uz manja odstupanja kada je riječ o učenicima prvih i završnih razreda. Slijedom navedenog, najveće razlike u učestalosti korištenja utvrđene su između učenika prvih i četvrtih razreda (MW U = 15329,50;  $p < 0,001$ ), što je u skladu s inozemnim istraživanjima u kojima se navodi kako najveći udio korisnika Snapchata predstavljaju upravo adolescenti u dobnoj skupini od 13 do 17

godina života, te kako s porastom dobi pada popularnost ove aplikacije (Throuvala i sur., 2018.; Hootsuite, 2021.). Također, znanstvene spoznaje jednoznačno ukazuju na to da mlađi učenici u većoj mjeri borave i aktivni su na svim društvenim mrežama, te su u većem riziku za razvoj nepoželjnih posljedica uslijed prekomjerne uporabe interneta, kao i za razvoj ovisnosti o internetu (Vigna-Taglianti i sur., 2017.; Dodig Hundrić, Ricijaš i Vlček, 2018.).

S ciljem provjere postojanja razlika u učestalosti korištenja Snapchata s obzirom na vrstu škole, ponovno je proveden Kruskal-Wallisov test uz Mann-Whitneyev U test kao post-hoc test (Tablica 5.). Rezultati provedenih analiza ukazuju na postojanje određenih razlika i to na način da gimnazijalci rjeđe koriste Snapchat u odnosu na četverogodišnje strukovne škole.

**Tablica 5.** Razlike u učestalosti korištenja Snapchata u odnosu na vrstu škole (Kruskal-Wallisov test uz Mann Whitneyev U post-hoc test) (N=825)

	VRSTA ŠKOLE	MR	KW $\chi^2$	MW U (post-hoc)				r	
				GRUPA	N	MR	REZ		
Učestalost Snapchat	3G strukovna	451,68		GIM-4G	GIM	365	346,60	59713,50**	0,12
					4G	372	390,98		
	4G strukovna	433,08	15,035** df=2	GIM-3G	GIM	365	219,62	13364,50	-
					3G	88	257,63		
	gimnazija	383,21		3G-4G	3G	88	238,55	15659,50	-
					4G	372	228,60		

Legenda: MR – srednji rang, KW – Kruskal-Wallis test, MW U (post-hoc) – post hoc Mann Whitney U test,  $p < 0,01$ ,  $r$  – efekt razlike ( $r=Z/\sqrt{N}$ )

Navedene rezultate nije moguće neposredno usporediti s već provedenim istraživanjima jer je njih izuzetno malo i zapravo se ne usmjeravaju na konkretnu društvenu mrežu, već na njihovo općenito korištenje. Ipak, pojedini rezultati ukazuju na to da učenici gimnazija u većoj mjeri koriste društvene mreže u odnosu na strukovne škole, a kao objašnjenje takvog trenda navode kako su gimnazijalci više usmjereni na bolji akademski uspjeh, a društvene mreže uglavnom koriste za pretraživanje literature, razmjenu informacija s kolegama i učenje, te naglašavaju kako gimnazije većinom pohađaju djevojke koje češće i koriste društvene mreže (Vigna-Taglianti i sur., 2017.). Iako gimnazijalci u većoj mjeri koriste društvene mreže, kada je riječ o Snapchatu, pojedina inozemna i domaća istraživanja potvrđuju da se on uglavnom koristi za komunikaciju i zabavu (Kamble i sur., 2021.), dok se za edukativne svrhe češće koriste Facebook i Youtube (Diklić, Nakić i Šošić, 2019.; Ansari i Khan, 2020.), što može u određenoj mjeri objasniti rezultat da učenici gimnazija u manjoj mjeri koriste Snapchat od učenika strukovnih škola.

Učestalost korištenja Snapchata u odnosu na učestalost korištenja drugih društvenih mreža provjerena je Friedmanovim testom koji je značajan (Friedman = 2038,841; df = 5;  $p < 0,001$ ), što govori u prilog postojanju razlika te Wilcoxonovim testom ranga kao post-hoc testom (Tablica 6.). Rezultati pokazuju da su tri društvene mreže koje zagrebački srednjoškolci najčešće koriste Instagram, Snapchat i TikTok, a ovakav trend u skladu je s brojnim inozemnim istraživanjima koja potvrđuju njihovu najveću popularnost među adolescentima (Statista, 2021.; Pew Research Center, 2021.).

**Tablica 6.** Razlike u učestalosti korištenja Snapchata u odnosu na učestalost korištenja drugih društvenih mreža kod zagrebačkih srednjoškolaca (Wilcoxonov test ranga kao post-hoc test) (N=825)

	OSTALE DM	M	SD	Mdn	Z	r
<b>Snapchat</b> (M = 2,94; SD = 1,635; Mdn = 4,00)	< Instagram	3,60	1,031	4,00	-10,859***	0,38
	=					
	TikTok	2,18	1,825	3,00	-10,480***	0,36
	> Facebook	0,91	1,348	0,00	-19,348***	0,67
	Pinterest	0,86	1,272	0,00	-19,969***	0,70
	Twitter	0,43	0,960	0,00	-22,005***	0,77

Legenda: Mdn – medijan, Z – Z vrijednost Wilcoxonovog testa ranga, \*\*\*  $p < 0,001$ , r – efekt razlike ( $r = Z/\sqrt{N}$ )

Podatak da je Instagram zauzeo »prvo mjesto«, iako uz umjerene efekte razlika, u skladu je s domaćim istraživanjem koje su proveli Buljan Flander i suradnici (2020.) na uzorku srednjoškolaca, ali i inozemnim istraživanjima koji ukazuju na to da je u Europi Instagram još uvijek vodeća društvena mreža među mladima (Statista, 2020.), iako popularnost Snapchata i na ovom području sve više raste (Forbes, 2021.). Zanimljiv je i podatak da se na američkom području Snapchat u posljednje dvije do tri godine smatra najatraktivnijom društvenom mrežom među adolescentima (Pew Research Center, 2021.; Statista, 2021.), dok Instagram u većoj mjeri koriste studenti i mlade odrasle osobe (Statista, 2022.c). S druge pak strane, TikTok se koristi nešto rjeđe u odnosu na Snapchat, a istraživanja ukazuju na to da je ova društvena mreža još uvijek nešto popularnija među mlađom populacijom (u dobnim skupinama od 10 do 15 godina) (Pew Research Center, 2021.; Statista, 2022.b), što djelomično može objasniti zašto je na ovom uzorku zauzeo »treće mjesto«.

Dobiveni rezultati također pokazuju da zagrebački srednjoškolci vrlo rijetko (gotovo nikad) koriste Facebook, Pinterest i Twitter, što potvrđuju aritmetičke sredine učestalosti između 0 i 1, kao i veliki efekti razlika ( $r > 0,50$ ) u odnosu na tri najučestalije korištene društvene mreže. Navedeno je očekivano s obzirom da u posljednjih nekoliko godina inozemna i domaća istraživanja kontinuirano i bez iznimke

potvrđuju da je Facebook društvena mreža koja je, iako se još uvijek koristi, sve manje popularna među adolescentima (Pew Research Center, 2021.), Pinterest u većoj mjeri koriste starije osobe i većinom ženskoga spola (Ottoni i sur., 2021.), dok je Twitter gotovo pa u potpunosti »rezerviran« za odraslu populaciju te uglavnom služi za praćenje političkih kampanja, raznih kongresa i aktualnih zbivanja u svijetu, prijenos znanja i slično (Liu, Singh i Mneimneh, 2021.).

U odnosu na dobivene rezultate, potvrđena su očekivanja kako će Instagram, Snapchat i TikTok biti najčešće korištene društvene mreže među zagrebačkim srednjoškolcima. S obzirom da mladi rijetko koriste samo jednu društvenu mrežu i uglavnom su aktivni na više njih istovremeno, za pretpostaviti je kako je intenzivnije, odnosno učestalije korištenje jedne povezano s učestalijim korištenjem drugih društvenih mreža (Buljan Flander i sur., 2020.; Ohannessian i Vannucci, 2021.). S obzirom na to da gotovo uopće ne koriste Facebook, Pinterest i Twitter, u daljnju analizu uključene su samo ranije navedene tri najčešće korištene društvene mreže.

**Tablica 7.** Povezanost učestalosti korištenja Snapchata s učestalosti korištenja drugih društvenih mreža (Spearmanov koeficijent korelacije)

UČESTALOST	CIJELI UZORAK (N=825)			DJEVOJKE (n=418)			MLADIĆI (n=404)		
	SNAP	INSTA	TIKTOK	SNAP	INSTA	TIKTOK	SNAP	INSTA	TIKTOK
Snapchat	-			-			-		
Instagram	0,32**	-		0,26**	-		0,35**	-	
TikTok	0,38**	0,26**	-	0,40**	0,24**	-	0,33**	0,23**	-

Legenda: \*\*  $p < 0,01$

Rezultati Spearmanovog koeficijenta korelacije potvrđuju kako je kod srednjoškolaca (neovisno o tome promatra li se cijeli uzorak ili odvojeno po spolu) učestalije korištenje Snapchata povezano s učestalijim korištenjem Instagrama i TikToka, no te korelacije su niske do umjerene. Navedeni podaci zapravo su očekivani s obzirom na to da je riječ o društvenim mrežama koje imaju slične značajke, no iznenađuju niske do umjerene međusobne korelacije. Ovakvi rezultati stoga upućuju kako je korištenje jedne društvene mreže zasigurno povezano s korištenjem drugih, a iz vrijednosti korelacija može se zaključiti u prilog postojanju jedne preferirane, dominantne društvene mreže koja se koristi češće u odnosu na druge.

S obzirom da se u istraživanjima razvoj ovisnosti često povezuje s učestalijim korištenjem pojedine društvene mreže (Baggio i sur., 2017.; Zenebe i sur., 2021.), posljednjim istraživačkim problemom nastojalo se utvrditi postoje li razlike u izraženosti simptoma ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata. Rezultati prikazani u Tablici 8. i Tablici 9. govore u prilog nepostojanju prethodno navedenih razlika, s obzirom da Kruskal-Wallisov test nije značajan niti na jednom testiranom uzorku, kao niti provedena ANOVA za uzorak djevojaka.

**Tablica 8.** Razlike u ukupnom rezultatu na Testu ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata (Kruskal-Wallisov test) (cijeli uzorak i mladići)

	UZORAK	UČESTALOST SNAPCHAT	MR	KW $\chi^2$
Ukupni IAT	Cijeli uzorak (N = 825)	Nikada	383,76	3,601
		Povremeno	440,29	df = 2
		Redovito	418,63	p > 0,002
	Mladići (n = 404)	Nikada	201,54	1,306
		Povremeno	228,85	df = 2
		Redovito	200,58	p > 0,002

**Tablica 9.** Razlike u ukupnom rezultatu na Testu ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata (Analiza varijance) (djevojke)

	UZORAK	UČESTALOST SNAPCHAT	M	SD	ANOVA
Ukupni IAT	Djevojke (n = 418)	Nikada	28,89	17,374	0,830
		Povremeno	29,81	15,759	df = 2,415
		Redovito	31,54	15,810	p > 0,002

Kao dodatni deskriptivni doprinos, u Tablici 10. prikazan je udio mladih prema kategorijama izraženosti ovisnosti o internetu s obzirom na učestalost korištenja Snapchata, gdje je ponovno jasno vidljivo kako se temeljem učestalosti korištenja samo jedne društvene mreže ne može zaključivati o razlikama u simptomatologiji ovisnosti o internetu. Tako, primjerice, vidimo da u kategorijama mladih koji nikada nisu koristili Snapchat, postoji određeni udio njih koji zadovoljavaju kriterije za umjerenu i visoku razinu ovisnosti o internetu. Navedeno potvrđuje prethodno navedeni podatak da mladi često istovremeno koriste nekoliko društvenih mreža, ali su i aktivni na drugim online aktivnostima uslijed čega mogu razviti probleme.

**Tablica 10.** Zastupljenost znakova ovisnosti prema Testu ovisnosti o internetu među srednjoškolcima s obzirom na učestalost korištenja Snapchata (N=825)

UZORAK	Učestalost korištenja Snapchata	IAT KATEGORIJE				
			Nepostojanje znakova ovisnosti	Blaga razina izraženosti problema	Umjerena razina ovisnosti	Visoka razina ovisnosti
Cijeli uzorak (N = 825)	Nikada (n=168)	N	70	63	33	2
		%	41,7%	37,5%	19,6%	1,2%
	Povremeno (n=56)	N	16	25	15	0
		%	28,6%	44,6%	26,8%	0,0%
	Redovito (n=601)	N	206	272	118	5
		%	34,3%	45,3%	19,6%	0,8%
Djevojke (n = 418)	Nikada (n=65)	N	21	26	17	1
		%	32,3%	40,0%	26,2%	1,5%
	Povremeno (n=31)	N	8	15	8	0
		%	25,8%	48,4%	25,8%	0,0%
	Redovito (n=322)	N	73	159	85	5
		%	22,7%	49,4%	26,4%	1,6%
Mladići (n = 404)	Nikada (n=101)	N	49	36	15	1
		%	48,5%	35,6%	14,9%	1,0%
	Povremeno (n=24)	N	8	10	6	0
		%	33,3%	41,7%	25,0%	0,0%
	Redovito (n=279)	N	133	113	33	0
		%	47,7%	40,5%	11,8%	0,0%

Ovakvi rezultati ne predstavljaju iznenađenje i u skladu su sa znanstvenim spoznajama u ovom području. Prije svega, učestalost korištenja društvenih mreža sama po sebi nije prediktor razvoja ovisnosti o internetu (Gamito i sur., 2016.), već predstavlja nužan preduvjet za razvoj problema. Naime, iako značajan udio populacije koristi društvene mreže (i druge specifične aktivnosti na internetu), samo manji dio razvija štetne psihosocijalne posljedice ili ovisnost o internetu. Stoga se učestalost mora promatrati u odnosu na druge čimbenike kao što su spol, vrsta srednjoškolskog programa, osobine ličnosti, predisponirajući problemi mentalnog zdravlja, motivacija u podlozi korištenja, okolinski čimbenici, te brojni drugi (Brand i sur., 2016.; Vigna-Taglianti i sur., 2017.; Bisen i Deshpande, 2020.; Bu, Chi i Qu, 2021.). Osim navedenog, istraživanja potvrđuju da su mladi često aktivni na nekoliko društvenih mreža istovremeno, a mladići su dodatno često uključeni i u igranje online video igrara, od kojih pojedine imaju visoki adiktivni potencijal (Lemmens i Hendriks, 2016.; Rosenkranz i sur., 2017.), stoga eventualnu prisutnost znakova ovisnosti i razlike u njihovoj izraženosti ne možemo pripisati isključivo učestalosti korištenja određene društvene mreže.

## OGRAIČENJA ISTRAŽIVANJA

Ovo istraživanje ima i određena ograničenja koja je također potrebno uzeti u obzir. Prije svega, podaci su prikupljeni metodom samoiskaza koja kao takva ima određene prednosti kao što su mogućnost obuhvata većeg broja sudionika u određenom vremenskom razdoblju, te ispitivanje šire lepeze navika korištenja Snapchata, ali su prisutna i određena ograničenja koja se odnose na iskrenost sudionika prilikom ispunjavanja anketnog upitnika, efekt dosjećanja, nemogućnost kontrole ispunjavanja upitnika, pitanje razumijevanja određenih pitanja i slično. Nadalje, istraživanje je provedeno tijekom pandemije koronavirusa koja je, zbog nemogućnosti neposrednih kontakata s vršnjacima, utjecala na učestalije korištenje svih društvenih mreža, pa možemo očekivati i Snapchata. Slijedom toga, navedeni rezultati nužno ne predstavljaju realnost u intenzitetu korištenja društvenih mreža u okolnostima prije pandemije. Osim toga, u ovom istraživanju korišten je Test ovisnosti o Internetu (Young, 1998.) zbog mogućnosti usporedbe rezultata s inozemnim istraživanjima koja u najvećoj mjeri koriste upravo taj instrument. No, njime se ispituje prisutnost problema povezanih s korištenjem Interneta općenito, neovisno je li riječ o korištenju društvenih mreža, igranju online video igara ili pak provođenju vremena na nekim drugim online aktivnostima.

## ZAKLJUČAK

Ovim radom istražena su neka obilježja korištenja Snapchata zagrebačkih srednjoškolaca. Rezultati pokazuju da oko 20% njih nije nikada u životu koristilo ovu društvenu mrežu, oko 15% koristi je nekoliko puta na mjesečnoj ili tjednoj razini, dok je oko 65% koristi svakodnevno. Nadalje, utvrđene su razlike u učestalosti korištenja s obzirom na spol, na način da djevojke češće nego mladići koriste Snapchat. Iako spolne razlike u učestalosti korištenja postoje, na ovom uzorku one nisu tako velike, kao što je to bilo očekivano temeljem rezultata prikazanih inozemnih istraživanja koja ukazuju na to da su korisnici ove društvene mreže dominantno ženskoga spola (preko 70%). Također, utvrđene su i razlike u učestalosti korištenja s obzirom na dob te vrstu škole, na način da učenici nižih razreda učestalije koriste Snapchat kao i učenici strukovnih škola. Podatak da su Instagram, Snapchat i TikTok najpopularniji među srednjoškolcima u skladu je s očekivanjima, no iznenađuje relativno niska međusobna korelacija koja upućuje na zaključak o povezanosti korištenja jedne društvene mreže s korištenjem ostalih, ali i o postojanju jedne preferirane i dominantne mreže koja se koristi češće u odnosu na druge. Zaključno, utvrđeno je da se razlike u izraženosti ovisnosti o internetu ne mogu promatrati samo iz perspektive korištenja jedne društvene mreže, već se u obzir moraju uzeti i drugi čimbenici.



Sve ove spoznaje, a posebno uzevši u obzir da se radi o reprezentativnom uzorku zagrebačkih srednjoškolaca, mogu poslužiti kao temelj za širenje znanstvenih spoznaja te za kreiranje znanstveno-utemeljenih intervencija, kako specifično u području korištenja ove društvene mreže tako i u području korištenja interneta i ovisnosti o internetu mladih generalno. Konkretno, ovi rezultati doprinose širenju spoznaja o specifičnoj društvenoj mreži koja bilježi sve veću popularnost među mladima, a o kojoj odrasli vrlo malo znaju, te o obilježjima njezina korištenja među srednjoškolcima na ovim prostorima. Slijedom navedenih ograničenja istraživanja, kao i prikazanih rezultata, preporuka je da se u budućim istraživanjima, uz Test ovisnosti o internetu (Young, 1998.), koriste i instrumenti koji su kreirani specifično za mjerenje problema povezanih s korištenjem društvenih mreža (npr. *Social Media Disorder Scale*; van den Eijnden i sur., 2016.) kojima bi se potencijalno mogli bolje diferencirati problemi povezani uz pojedinu specifičnu aktivnost na internetu. Nadalje, iako brojna istraživanja ukazuju na to da je tijekom pandemije porasla učestalost korištenja interneta, bilo bi zanimljivo vidjeti je li se, nakon popuštanja epidemioloških mjera, trend porasta učestalosti korištenja promijenio. Također, s obzirom da se upravo uz ovu društvenu mrežu veže i veća učestalost neprihvatljivih ponašanja i, posljedično viktimizacije dijela korisnika, bilo bi zanimljivo detaljnije istražiti i taj aspekt. U obzir treba uzeti i spoznaju ovog istraživanja o postojanju dominantne, odnosno preferirane društvene mreže među mladima. Ta nam je informacija, osim u kontekstu daljnjih istraživanja, bitna i kod kreiranja sadržaja intervencija, posebno onih preventivnih (upozoravanje na specifične rizike, unaprjeđenje odgovornog korištenja određenih aspekata društvene mreže i sl.), posebice uzmemo li u obzir mladu dob onih koji ju najučestalije koriste.

Kada je riječ o korištenju interneta općenito i potencijalnim rizicima koji se vežu uz tu izuzetno zastupljenu aktivnost, i ovo istraživanje potvrđuje da je ono u velikoj mjeri zastupljeno i da nezanemariv udio mladih razvija štetne psihosocijalne posljedice. Stoga je neophodno istraživačke napore usmjeriti na utvrđivanje prediktora razvoja ovisnosti o internetu među mladima koji bi u većoj mjeri objasnili varijancu kriterija, a sve s ciljem dodatnog širenja korpusa znanja o ovom, još uvijek nedovoljno istraženom području, te kreiranja znanstveno-utemeljenih psihosocijalnih intervencija usmjerenih mladima.

## LITERATURA

1. Abbas, L. & Dodeen, H. (2022). Body dysmorphic features among Snapchat users of »Beauty-Retouching of Selfies« and its relationship with quality of life. *Media Asia*, 49 (3), 196–212. <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.2013065>
2. 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). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
3. Al-Shamaileh, O., Aloudat A., Alrayes A. & Hacid H. (2022). Some socio-demographic usage patterns in ephemeral content sharing social networks: The case of snapchat. In: Arai, K. (ed.), *Intelligent Computing. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 283. Cham: Springer, 563-579. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80119-9\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80119-9_35)
4. Amponsah Doodoo, N. & Youn, S. (2020). Snapping and chatting away: Consumer motivations for and outcomes of interacting with Snapchat AR Ad Lens. *Telematics and Informatics*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101514>
5. Ansari, J. A. N. & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7 (9). <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
6. Armstrong, R. A. (2014). When to use the Bonferroni correction. *Ophthalmic & physiological optics: The Journal of the British College of Ophthalmic Opticians*, 34 (5), 502–508. <https://doi.org/10.1111/opo.12131>
7. Athanasiou, K., Melegkovits, E., Andrie, E. K., Magoulas, C., Tzavara, C. K., Richardson, C., Greydanus, D., Tsolia, M. & Tsitsika, A. K. (2018). Cross-national aspects of cyberbullying victimization among 14–17-year-old adolescents across seven European countries. *BMC Public Health*, 18, 800. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5682-4>
8. Baggio, S., Iglesias, K., Berchtold, A. & Suris, J.-C. (2017). Measuring internet use: comparisons of different assessments and with internet addiction. *Addiction Research & Theory*, 25 (2), 114–120. <https://doi.org/10.1080/16066359.2016.1206083>
9. Bisen, S. S. & Deshpande, Y. M. (2020). Prevalence, predictors, psychological correlates of internet addiction among college students in India: A comprehensive study. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 21 (2), 117–123. <https://doi.org/10.5455/apd.47328>
10. Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

11. Brand, M., Young, K., Laier, C., Wölfling, K. & Potenza, M. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 71, 252-266. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>
12. Bu, H., Chi, X. & Qu, D. (2021). Prevalence and predictors of the persistence and incidence of adolescent internet addiction in Mainland China: A two-year longitudinal study. *Addictive Behaviors*, 122, 107039. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107039>
13. Buder, T. (2020). *Neki aspekti korištenja Facebook-a i samopoštovanje adolescenata*. Završni rad. Sveučilište u Zadru: Odjel za psihologiju.
14. Buljan Flander, G., Selak Bagarić, E., Prijatelj, K. & Čagalj Farkas, M. (2020). Ispitivanje aktualnih trendova u korištenju društvenim mrežama kod učenika prvog i trećeg razreda srednjih škola u Hrvatskoj. *Kriminologija & socijalna integracija*, 28 (2), 277–294. <https://doi.org/10.31299/ksi.28.2.6>
15. Cataldo, I., Lepri, B., Neoh, M. J. Y. & Esposito, G. (2021). Social media usage and development of psychiatric disorders in childhood and adolescence: A review. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 508595. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2020.508595>
16. Černja Rajter, I., Vejmelka, L. & Rajter, M. (2019). Internet addiction test: Croatian preliminary study. *BMC psychiatry*, 19, 388. <https://doi.org/10.1186/s12888-019-2366-2>
17. Černja, I., Rajter, M. & Vejmelka, L. (2017). Validacija Testa ovisnosti o internetu na hrvatskom uzorku. U: Husremović, Dž. i Koso-Drljević, M. (ur.), *Zbornik sažetaka: Peti kongres psihologa Bosne i Hercegovine sa međunarodnim učesćem*. Sarajevo: Udruženje Društvo psihologa u Federaciji Bosne i Hercegovine, 20–20.
18. Charteris, J. & Gregory, S. (2021). Snapchat and affective inequalities: Affective flows in a schooling assemblage. *International Journal of Qualitative Studies in Education*. <https://doi.org/10.1080/09518398.2021.2003886>
19. Chin, F. & Leung, C. H. (2018). The concurrent validity of the Internet Addiction Test (IAT) and the Mobile Phone Dependence Questionnaire (MPDQ). *PLoS ONE*, 13 (6), e0197562. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197562>
20. Ciarrochi, J., Parker, P., Sahdra, B., Marshall, S., Jackson, C., Gloster, A. T. & Heaven, P. (2016). The development of compulsive internet use and mental health: A four-year study of adolescence. *Developmental psychology*, 52 (2), 272–283. <https://doi.org/10.1037/dev0000070>
21. Ciboci, L., Ćosić Pregrad, I., Kanižaj, I., Potočnik, D. & Vinković D. (2020). *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu HR Kids Online*. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Preuzeto s: <http://hrkids.online/prez/EU-KidsOnlineHRfinal.pdf> (10.2.2022.)

22. Columb, D., Keegan, E., Griffiths, M. D. & O’Gara, C. (2021). A descriptive pilot survey of behavioural addictions in an adolescent secondary school population in Ireland. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 1–13. Advance online publication. <https://doi.org/10.1017/ipm.2021.40>
23. Ćudina, M. (2019). *Korištenje Instagrama i simptomi depresije kod adolescenta*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu: Filozofski fakultet.
24. Diklić, J., Nakić, M. & Šošić, D. (2019). Edukativna uloga društvenih mreža u medijskom odgoju djeteta. *Communication Management Review*, 4 (1), 178–195. <https://doi.org/10.22522/cmr20190146>
25. Dodig Hundrić, D., Ricijaš, N. & Vlček, M. (2018). Mladi i ovisnost o internetu – pregled suvremenih spoznaja. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 54 (1), 123–137. <https://doi.org/10.31299/hrri.54.1.9>
26. Dodig, D., Ricijaš, N. & Rajić-Stojanović, A. (2014). Sportsko klađenje studenata u Zagrebu – doprinos uvjerenja o kockanju, motivacije i iskustva u igrama na sreću. *Ljetopis socijalnog rada*, 21 (2), 215–242. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v21i2.19>
27. Dufour, M., Brunelle, N., Tremblay, J., Leclerc, D., Cousineau, M. M., Kha-zaal, Y., Légaré, A. A., Rousseau, M. & Berbiche, D. (2016). Gender difference in internet use and internet problems among Quebec High School Students. *Canadian Journal of Psychiatry*, 61 (10), 663–668. <https://doi.org/10.1177/0706743716640755>
28. Faraci, P., Craparo, G., Messina, R. & Severino, S. (2013). Internet Addiction Test (IAT): Which is the best factorial solution? *Journal of Medical Internet Research*, 15 (10), e225. <https://doi.org/10.2196/jmir.2935>
29. Feng, Y. & Tong, Q. (2022). Staying online, staying connected: Exploring the effect of online chatting on adolescents’ psychological well-being during COVID-19 quarantine. *Youth & Society*. <https://doi.org/10.1177/0044118X211067553>
30. Forbes (2021). More than 1 in 3 teens say Snapchat is their favorite social media app, only 2% cite Facebook, survey finds (by Tommy Beer). Preuzeto s: <https://www.forbes.com/sites/tommybeer/2021/10/14/more-than-1-in-3-teens-say-snapchat-is-their-favorite-social-media-app-only-2-cite-facebook-survey-finds/?sh=3352502458a9> (3.2.2022.)
31. Gamito, P. S., Morais, D. G., Oliveira, J. G., Brito, R., Rosa, P. J. & de Matos, M. G. (2016). Frequency is not enough: Patterns of use associated with risk of Internet addiction in Portuguese adolescents. *Computers in Human Behavior*, 58, 471–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.013>
32. Green, B. (2020). *Streaks, stories, and social capital: A bourdieusian approach to teenagers’ use of Snapchat*. Master Thesis. Ontario: University of Guelph.
33. Hootsuite (2021). *Snapchat stats and trends*. Preuzeto s: <https://datareportal.com/essential-snapchat-stats> (20.1.2022.)

34. Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A. & Paxton, S. J. (2021). Motivations for social media use: Associations with social media engagement and body satisfaction and well-being among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 50, 2279–2293. <https://doi.org/10.1007/s10964-020-01390-z>
35. Jelenchick, L. A., Becker, T. & Moreno, M. A. (2012). Assessing the psychometric properties of the Internet Addiction Test (IAT) in US college students. *Psychiatry research*, 196 (2-3), 296–301. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2011.09.007>
36. Kamble, A., Desai, S. & Mehendale, S. (2021). What makes them snap? Grati-fications of using Snapchat by generation Z. *Asian Academy of Management Journal*, 26 (1), 1–23. <https://doi.org/10.21315/aamj2021.26.1.1>
37. Kasahara, G. M., Houlihan, D. & Estrada, C. (2019). Gender differences in so-cial media use and cyberbullying in Belize: A preliminary report. *International Journal of Psychological Studies*, 11 (2), 32–41. <https://doi.org/10.5539/ijps.v11n2p32>
38. Keser, H., Eşgi, N., Kocadağ, T. & Bulu, Ş. (2013). Validity and reliability study of the nternet Addiction Test. *Mevlana International Journal of Education*, 3 (4), 207–222. <https://doi.org/10.13054/mije.13.51.3.4>
39. Kim H. Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: Assessing normal dis-tribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38 (1), 52–54. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
40. Lemmens, J. S. & Hendriks, S. J. F. (2016). Addictive online games: Examining the relationship between game genres and internet gaming disorder. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19 (4), 270–276. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0415>
41. Liu, Y., Singh, L. & Mneimneh, Z. (2021). A comparative analysis of cla-ssic and deep learning models for inferring gender and age of Twi-ter users. *Proceedings of the International Conference on Deep Learning Theory and Applications*, 48-58. Preuzeto s: [https://pdfs.semanticscholar.org/607a/442fdb22cb515085bd4354585f3a16081cdc.pdf?\\_ga=2.242614530.1640714465.1649598143-1954057308.1649598143\(1.4.2022.\)](https://pdfs.semanticscholar.org/607a/442fdb22cb515085bd4354585f3a16081cdc.pdf?_ga=2.242614530.1640714465.1649598143-1954057308.1649598143(1.4.2022.))
42. Mandau, M. B. H. (2021). »Snaps«, »screenshots«, and self-blame: A qualitati-ve study of image-based sexual abuse victimization among adolescent Danish girls. *Journal of Children and Media*, 15 (3), 431–447. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1848892>
43. Massey, Z. B., Brockenberry, L. O. & Harrell, P. T. (2021). Vaping, smartphones, and social media use among young adults: Snapchat is the platform of choi-ce for young adult vapers. *Addictive Behaviors*, 112, 106576. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106576>

44. Ohannessian, C. M. & Vannucci, A. (2021). Social media use and externalizing behaviors during early adolescence. *Youth & Society*, 53 (6), 871–893. <https://doi.org/10.1177/0044118X20901737>
45. Ottoni, R., Pesce, J. P., Las Casas, D., Franciscani Jr., G., Meira Jr., W., Kumaraguru, P. & Almeida, V. (2021). Ladies first: Analyzing gender roles and behaviors in Pinterest. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 7 (1), 457–465. Preuzeto s: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14438> (10.2.2022.)
46. Petz, B., Kolesarić, V. & Ivanec, D. (2012). *Petzova statistika. Osnovne statističke metode za nematematičare*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
47. Pew Research Center (2021). *Social media use in 2021: Report*. Preuzeto s: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/> (10.2.2022.)
48. Rosenkranz, T., Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E. & Wölfling, K. (2017). Addictive potential of internet applications and differential correlates of problematic use in internet gamers versus generalized internet users in a representative sample of adolescents. *European Addiction Research*, 23 (3), 148–156. <https://doi.org/10.1159/000475984>
49. Snap Inc. (2021). *Snap Inc. Q3 2021 Earnings*. Preuzeto s: <https://investor.snap.com/events-and-presentations/events/event-details/2021/Snap-Inc-Q3-2021-Earnings/default.aspx> (21.1.2022.)
50. Statista (2020). *Reach of leading social networking sites used by 15 to 25-year-olds in Germany as of 3rd quarter 2020*. Preuzeto s: <https://www.statista.com/statistics/1060015/social-media-usage-germany-age-most-popular-15-25/> (31.3.2022.)
51. Statista (2021). *Most popular social networks of teenagers in the United States from fall 2012 to fall 2021*. Preuzeto s: <https://www.statista.com/statistics/250172/social-network-usage-of-us-teens-and-young-adults/> (31.3.2022.)
52. Statista (2022a). *Distribution of YouTube users in the United Kingdom in 2021, by gender*. Preuzeto s: <https://www.statista.com/statistics/590987/distribution-of-youtube-users-in-the-united-kingdom-uk-by-gender/> (10.2.2022.)
53. Statista (2022b). *Distribution of TikTok users in the United States as of September 2021, by age group*. Preuzeto s: <https://www.statista.com/statistics/1095186/tiktok-us-users-age/> (10.2.2022.)
54. Statista (2022c). *Distribution of Instagram users worldwide as of January 2022, by age and gender*. Preuzeto s: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/> (31.3.2022.)
55. Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y. & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>

56. Štulhofer, A., Tafro, A. & Kohut, T. (2019). The dynamics of adolescents' pornography use and psychological well-being: A six-wave latent growth and latent class modeling approach. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 28, 1567–1579. <https://doi.org/10.1007/s00787-019-01318-4>
57. Tandon, A., Dhir, A., Almgren, I., AlNemer, G. N. & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31 (3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
58. Throuvala, M. A., Griffiths, M. D., Rennoldson, M. & Kuss, D. J. (2018). Motivational processes and dysfunctional mechanisms of social media use among adolescents: A qualitative focus group study. *Computers in Human Behavior*, 93, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.012>
59. van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S. & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.
60. van Ouytsel, J., van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K. & Peeters, E. (2017). Sexting: adolescents' perceptions of the applications used for, motives for, and consequences of sexting. *Journal of Youth Studies*, 20 (4), 446–470. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1241865>
61. Vannucci, A. & Ohannessian, C. M. (2019). Social media use subgroups differentially predict psychosocial well-being during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 48, 1469–1493. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01060-9>
62. Vigna-Taglianti, F., Brambilla, R., Priotto, B., Angelino, R., Cuomo, G. & Diecidue, R. (2017). Problematic internet use among high school students: Prevalence, associated factors and gender differences. *Psychiatry Research*, 257, 163–171, <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.07.039>
63. Vodinelić, P. (2021). *Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje adolescenata*. Završni rad. Sveučilište u Zagrebu: Fakultet hrvatskih studija.
64. Xu, B., Chang, P., Welker, C. L., Bazarova, N. N. & Cosley, D. (2016). Automatic archiving versus default deletion: What Snapchat tells us about ephemerality in design. *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW '16)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 1662–1675. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819948>
65. Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 237–244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
66. Zenebe, Y., Kunno, K., Mekonnen, M., Bewuket, A., Birkie, M., Necho, M., Seid, M., Tsegaw, M. & Akele, B. (2021). Prevalence and associated factors of internet addiction among undergraduate university students in Ethiopia: A community university-based cross-sectional study. *BMC Psychology*, 9 (4), 10. <https://doi.org/10.1186/s40359-020-00508-z>

67. Zhou, N., Cao, H., Liu, F., Wu, L., Liang, Y., Xu, J., Meng, H., Zang, N., Hao, R., An, Y., Ma, S., Fang, X. i Zhang, J. (2020). A four-wave, cross-lagged model of problematic internet use and mental health among Chinese college students: Disaggregation of within-person and between-person effects. *Developmental Psychology*, 56 (5), 1009–1021. <https://doi.org/10.1037/dev0000907>



Sabina Mandić

## CHARACTERISTICS OF »SNAPCHAT« USE AMONG ZAGREB HIGH SCHOOL STUDENTS

### ABSTRACT

*In the last decade, social networks have become one of the most important »technological tools« in the lives of people around the world, used mainly by adolescents (especially girls). Currently, the most widely used ones are Snapchat, Instagram, TikTok and Facebook. This paper aims to explore the characteristics of Snapchat use among high school students in the City of Zagreb, mainly due to its great popularity, the amount of time spent on this social network, and possible psychosocial risks, mainly due to its great popularity, but also due to the lack of domestic literature in this field. A total of 825 students participated in the study (NB=404; NG=418; 3 students did not provide gender information), and the age range was from 14 to 20 years (Mage=16.65; SDage=1.208). The results show that over 80% of high school students use Snapchat, and the differences in frequency of use were found in terms of gender, age, i.e., grade, and type of school. Instagram, Snapchat and TikTok are the most popular social networks among Zagreb high school students, and the use of one of these networks is moderately related to the use of the others, so the results speak offor a preferred and dominant social network that is used more often than others. In conclusion, no differences in the severity of Internet addiction were found in relation to the frequency of Snapchat use. The results obtained allow a better understanding of the characteristics of the use of this social network among high school students and are interpreted in the context of the current challenges of scientific research and the possibility of developing psychosocial interventions.*

**Key words:** Snapchat; social networks; adolescents; high school students; Internet addiction.



Međunarodna licenca / International License:

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0.