

Analiza ponašanja studenata u globalnoj mreži

VESNA V. BUHA, Fakultet za projektni i inovacioni menadžment, Beograd

Stru ni rad

RADMILA R. JANI I , Univerzitet u Beogradu, UDC: 316.775-057.875:004.738.5(497.11:497.16)

Fakultet organizacionih nauka, Beograd

316.3:004

DANICA M. LE I –CVETKOVI , Univerzitet u Beogradu,

DOI: 10.5937/tehnika1604613B

Fakultet organizacionih nauka, Beograd

RADA B. LE I , Fakultet za projektni i inovacioni menadžment, Beograd

Predmet istraživanja rada je analiza na ina na koji studenti koriste sadržaje na Internetu. Akcenat je na edukativnim i informativnim potrebama studenata na izabranom statističkom uzorku. Internet stranice su strukturirane prema afinitetima studenata. U tom smislu, eksplicitno su u analizu uključeni obrazovni sadržaji, informativni i sadržaji zabavnog karaktera. Nakon terenskog istraživanja na uzorku od 238 studenata sprovedena je kvantitativna analiza i izvedeni kvalitativna ocena. Podaci su obrađeni u softveru SPSS. Rezultati su pokazali na koji način studenti procenjuju ukupnu količinu vremena koje provode na Internetu. Izvedeni zaključci odnose se i na procenu tog istog vremena, kao eventualno ograničavajućeg faktora u pogledu kontakata, koji imaju sa realnom socijalnom sredinom. Data ocena zasniva se na potrebi za sagledavanjem navika i ponašanja studenata na Internetu kao i za njihovom organizacijom vremena u odnosu na Work-life balans.

Ključne reči: *upravljanje vremenom, ponašanje studenata, Internet korisnici, Internet sadržaj, Internet zavisnost*

1. UVOD

Praćenje uzlaznog trenda korišćenja savremenih tehnologija upućuje na činjenicu da savremeno poslovanje zapravo postaje sve više elektronsko. Proces učenja, studiranja se u velikoj meri oslanja na upotrebu, posredovanje, pa i celokupnu realizaciju nastave na daljinu.

U svetlu tih promena, nastale su i promene u organizaciji vremena pojedinca, ponašanja, profilisanja sadržaja koje koristi na Internetu i dr. Organizacije formiraju baze znanja, dele znanje i komuniciraju u velikom delu posredstvom računara.

Postavljaju se mnoga pitanja, u kontekstu promena u radu i učenju koje se dešavaju pod uticajem savremenih tehnologija, koja traže odgovore. Šta ta promena znači za pojedinca? Da li u težnji za obavljanjem aktivnosti na Internetu pojedinac zanemaruje realne socijalne kontakte?

U kojoj meri su razmatranja nekih autora, o preko-

mernoj upotrebi Interneta i validna u nekim segmentima populacije. Kako, kada i koliko studenti koriste Internet budući da ta populacija ima eksplicitno izraženu potrebu za učenjem, radom i realnim socijalnim kontaktima. Da bi se dobio kvalitetan odgovor, sprovedeno je istraživanje na Fakultetu organizacionih nauka.

2. TEORIJSKI KONTEKST

Brza i jeftina elektronska komunikacija širom sveta pruža lak pristup informacijama i pretvara ih u aktivna znanja, ali i omogućava efikasno obavljanje poslovnih transakcija, kao što je pružanje raznih usluga, bez obzira na geografska rastojanja [2].

Sa aspekta organizacije računara podržan grupni rad, (CSCV - Computer supported cooperative work) i kompjuterski posredovana komunikacija (CMC - Computer-Mediated-Communication) su najbitniji u aktivnostima današnjih organizacija.

Komunikacija je u velikoj meri oblik računarske saradnje i kompjuterske aplikacije opisuju se kao Groupware (sistemi grupne podrške koja uključuju zajedničko okruženje, bele table, elektronske grupne kalendare, Chat rooms i drugo) unapređuju komunikaciju i koordinaciju. Opšti uspeh

Adresa autora: Vesna Buha, Fakultet za projektni i inovacioni menadžment, Beograd, Bože Jankovića 14

Rad primljen: 06.06.2016.

Rad prihvaćen: 24.06.2016.

organizacija svakako zavisi od CMC koji treba da bude osmišljen tako da postigne visok nivo međusobnog razumevanja (MU - Mutual Understanding) i minimalnim komunikacionim kvarovima.“[5].

Rastu a potreba za aktivnostima i vremenom provedenim na Internetu vodi ka otvaranju mnogih mogućnosti u pogledu informisanja, obrazovanja, poslovne upotrebe, ali i ka potencijalnoj opasnosti od prevelikog posvećivanja vremena računaru i Internetu na uštrb socijalnih kontakata. Jedan broj autora početkom XXI veka, razmatrao je upotrebu Interneta, sa aspekta prijema vesti, ali i analizirao istu pojavu i kao moguću i oblik zavisnosti. Wittel ukazuje da je Internet privlačan, jer omogućava igranje sa identitetom. U virtuelnom svetu se stalno razvijaju novi načini uspostavljanja i skrivanja identiteta [3]. Virtuelni svet ljudima omogućava ostvarivanje različitih vidova komunikacije putem Internet servisa koji pružaju mogućnost po ev od uspostavljanja realnog profila preko “doteranog” pa sve do potpuno izmenjenog ili čak “pozajmljenog” identiteta.

Autor Lažeti [6] ukazuje da se veruje da Internet zavisnost ima slične pokrete kao i ostali tipovi zavisnosti – emocionalno olakšanje, beg od realnosti, mentalni odmor i slično. Zavisnik se vraća svojoj „slabosti“ zato što mu ona pruža nešto zauzvrat, koliko god te beneficije bile iluzorne. Stižu i upozorenja vezano za prekomernu upotrebu Interneta.

Oni koji ne mogu kontrolisati svoju zavisnost, pate od poremećaja ‘discomgoogolation’.», kaže psiholog David Lewis. Drugi autori za pojavu Internet zavisnosti koriste termin Internet Addiction Disorder [IAD] ili govore o patološkoj upotrebi Interneta – Pathological Internet Use [PIU].

Istraživa i tragaju za odgovorom gde je “prava mera” korišćenja Interneta, ostati informisan, pratiti savremenu metodologiju sticanja znanja i veština, vršiti poslovnu i privatnu razmenu informacija. Sprovedeno je istraživanje na studentima koje bi trebalo da ukaže na navike studenata u pogledu korišćenja Interneta sa jedne strane, njihove organizacije vremena i u stalosti komunikacije sa okruženjem.

3. KORISNICI INTERNETA

3.1. Analiza stanja na tržištu globalne mreže

Ekspanzija razvoja Interneta uticala je na modifikovanje načina poslovanja, ali i obrazovanja. Elektronska komunikacija, plaćanje, trgovina, elektronska proizvodnja, distribucija, svakako su elementi bez kojih se ne može zamisliti poslovanje XXI veka, elektronsko poslovanje.

Obrazovne institucije su koristile i mogu nositi savremenih tehnologija razvijale nove pristupe učenja koje se danas u potpunosti može realizovati na daljinu

uz pomoć LMS (Learning management system). Razmatranje relevantnih statističkih podataka od kojih značajna je za sagledavanje povećanja broja korisnika Interneta, Facebook kao jedne od popularnijih socijalnih mreža i svakako osnov prilikom sagledavanja rasta i upotrebe Interneta u Srbiji, posebno u delu studentske populacije.

Republika Srbija tokom 2015. godine sproveo je istraživanje o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija na nivou Republike Srbije [10]. Istraživanje je sprovedeno po metodologiji Evrostat. Internet je koristilo preko 3.550.000 lica od kojih je 87,8% sa višim ili visokim obrazovanjem, 78,2% sa srednjim obrazovanjem, 38,2% sa obrazovanjem nižim od srednjeg obrazovanja. Prema radnom statusu korisnici Interneta su: 99,5% studenata, 91,0% zaposlenih lica, 65,3% nezaposlenih, 32,0% ostalih.

Internet se koristi za učestvovanje u društvenim mrežama (Facebook, Twitter, blog) 75,6%; traženje informacija o roblju i uslugama 67,7%; slanje i primanje mail-a 66,0%; čitanje On-line novina/ časopisa 62,3%; telefoniranje preko interneta/video razgovori 52,7%; postavljanje na sajtove i deljenje privatnog sadržaja preko Interneta sa drugim osobama 38,1%; prodaju robe ili usluga putem Interneta 32,1%; korišćenje usluga koje se odnose na putovanje i smeštaj 30,4%; Internet bankarstvo 12,9%.

Na osnovu analize podataka [4] prikazanih u tabeli 1. može se zaključiti da je raspon broja korisnika, u zavisnosti od područja, od minimalnih 56,3% (Rumunija) do maksimalnih 96,0% (Danska).

Najviše Facebook korisnika imaju Velika Britanija, Francuska, Nemačka, Italija. Podaci o broju korisnika Interneta u Evropskoj uniji upućuju na činjenicu da od celokupne populacije EU od 507.970.816 ukupno je 402.937.674 Internet korisnika, što čini 79,3%. Facebook koristi 236.230.000 Internet korisnika (tabela 1) [4].

3.2. Šta karakteriše odnos globalna mreža – korisnik?

Sagledavanje Interneta na različite načine upućuje da „Internet kao tehnologija predstavlja integrisanu mrežu servera, rutera, telekomunikacione opreme i linija i kompjutera individualnih korisnika.

Različiti tipovi specijalizovanog softvera su neophodni da bi omogućili da Internet funkcioniše i da bi se uspešno odvijalo elektronsko poslovanje. Internet kao „mreža svih mreža“ predstavlja metaforu novog digitalnog doba. Pored toga što je Internet mreža, on je i softver i novi interaktivni masovni medij, i u krajnjim instancijama implicira nov način razmišljanja i novu kulturu.

Tabela 1. Korisnici Interneta u EU 2015. 14n

Internet Users in the European Union - 2015					
EUROPEAN UNION	Population (2015 Est.)	Internet Users, 30-Nov-2015	Penetration (% Population)	Users % Table	FACEBOOK 15-Nov-2015
Austria	8,584,926	7,135,168	83.1 %	1.8 %	3,500,000
Belgium	11,258,434	9,569,669	85.0 %	2.4 %	5,900,000
Bulgaria	7,202,198	4,083,950	56.7 %	1.0 %	3,200,000
Croatia	4,225,316	3,167,838	75.0 %	0.8 %	1,800,000
Cyprus	847,008	804,306	95.0 %	0.2 %	590,000
Czech Republic	10,538,275	8,400,059	79.7 %	2.1 %	4,500,000
Denmark	5,659,715	5,432,760	96.0 %	1.3 %	3,500,000
Estonia	1,313,271	1,106,299	84.2 %	0.3 %	590,000
Finland	5,471,753	5,117,660	93.5 %	1.3 %	2,600,000
France	66,132,169	55,429,382	83.8 %	13.8 %	32,000,000
Germany	81,174,000	71,727,551	88.4 %	17.8 %	29,000,000
Greece	10,812,467	6,834,560	63.2 %	1.7 %	4,800,000
Hungary	9,849,000	7,498,044	76.1 %	1.9 %	5,100,000
Ireland	4,625,885	3,817,491	82.5 %	0.9 %	2,600,000
Italy	60,795,612	37,668,961	62.0 %	9.3 %	28,000,000
Latvia	1,986,096	1,628,854	82.0 %	0.4 %	650,000
Lithuania	2,921,262	2,399,678	82.1 %	0.6 %	1,400,000
Luxembourg	562,958	532,952	94.7 %	0.1 %	280,000
Malta	429,344	314,151	73.2 %	0.1 %	270,000
Netherlands	16,900,726	16,143,879	95.5 %	4.0 %	9,500,000
Poland	38,005,614	25,666,238	67.5 %	6.4 %	14,000,000
Portugal	10,374,822	7,015,519	67.6 %	1.7 %	5,600,000
Romania	19,861,408	11,178,477	56.3 %	2.8 %	8,100,000
Slovakia	5,421,349	4,507,849	83.1 %	1.1 %	2,300,000
Slovenia	2,062,874	1,501,039	72.8 %	0.4 %	850,000
Spain	46,439,864	35,705,960	76.9 %	8.9 %	22,000,000
Sweden	9,747,355	9,216,226	94.6 %	2.3 %	5,600,000
United Kingdom	64,767,115	59,333,154	91.6 %	14.7 %	38,000,000
Total European Union	507,970,816	402,937,674	79.3 %	100.0 %	236,230,000

Sa ekonomskog aspekta je značajno da je Internet najbrže rastu i prodajni i marketinški kanal u istoriji i najefikasnije komunikaciono sredstvo na svetu.“ [8].

Poslovanje koje se obavlja na elektronski na in i savremeno obrazovanje koje podrazumeva korišćenje Interneta, usmerava korisnika ka više asovnom radu za ra unarom. U tom smislu, postavlja se pitanje dokle je više asovni rad za ra unarom neophodnost, a odakle zapravo postoji odre ena opasnost od prekomerne upotrebe. Neki autori po etkom XXI veka upu uju na simptome koje smatraju važnim za dijagnostikovanje Internet zavisnosti. Sagledavanje tih teorijskih koncepata i realne upotrebe Interneta i procene korisnika, vodi e ka sagledavanju realne situacije i zaklju ivanju. Kimberly Young [13] smatra da se o simptomima Internet zavisnosti može govoriti ukoliko je korisnik:

- Preokupiran Internetom – razmišlja o svojim prethodnim aktinostima na mreži i planira naredne.
- Ima potrebu da pove a vreme koriš enja Interneta u cilju postizanja zadovoljstva.
- Nema uspeha u pokušajima da smanji ili prestane da koristi Internet.
- Ose a neku vrstu uznemirenosti kada pokušava da smanji ili prestane da koristi Internet.
- Ostane na Internetu duže nego što je prethodno planirao.
- Rizikuje ak gubitak zna ajne veze, posla, obrazovanja ili karijere zbog koriš enja Interneta.
- Pred svojim bliskim osobama smanjuje broj sati govore i o vremenu koje je proveo na Internetu.
- Koristi Internet u svrhu “bežanja” od drugih li nih problema (ose anja bespomo nosti, krivice, anksioznosti, depresije).

Autor Mihailovi upu uje na ekonomiju dnevnog vremena, tj. na prose no vreme koje ljudi potroše na odre ene li ne aktivnosti tokom dana. Ekonomija dnevnog vremena 24 asa:[7].

- 8 sati - san, odmor...
- 8 sati - radne ili školske obaveze
- 1 sat - ishrana i fizioloske potrebe
- 1 sat - higijenske potrebe...
- 6 sati - porodica, druženje, sport, informisanje, kultura, hobi, emotivne veze, putovanja..

Ova ilustracija upu uje na pitanje, koliko zaista vreme treba upotrebiti za koriš enje Interneta, a da se pri tom ne može govoriti o prekomernoj upotrebi Interneta. Treba svakako ukazati i na „relativnost vremena provedenog za ra unarom“. Naime, neke grupe korisnika su profesionalno vezane za ra unar i Internet (administrator, web dizajner, programer...), drugi su opet u fazi intenzivnog sticanja znanja i edukacije što

ih opet upu uje na „najsvežije“ informacije koje opet mogu dobiti putem Interneta (studenti, u enici). Ipak, postoji i odre eni broj ljudi koji Internet koristi i kao bekstvo od odgovornosti ili kao rezultat ranije uslovljenosti.

Izvori [9] ukazuju na neka od mogu ih objašnjenja zavisnosti od Interneta:

- Bihejvioristi ko – u vrš uje se ono ponašanje koje dovodi do nagrade (zabava, informacije, komunikacija sa zanimljivim ljudima, uzbu enja...).
- Biomedicinsko – objašnjenje sa aspekta specifi nih naslednih i kongenitalnih faktora, hromozoma, hormona i poreme ene hemijske ravnoteže koja reguliše aktivnosti mozga i nervnog sistema.
- Sociološko gledište – Internet je adiktivan jer ljudi na Internetu traže i nalaze ljude sli ne sebi i sa njima komuniciraju gotovo kad god požele (dr Grohol) [11].
- ACE teorija - koja objašnjava zavisnost od Interneta sa aspekta slede ih karakteristike Interneta/ Internet_addiction_disorder.

Accessibility (pristupa nost) – Jednostavna dostupnost Interneta i njegova 24^h raspoloživost i injenica da je „nad dohvat ruke“.

Control (kontrola) – za ra unarom (Internetom) sti e se utisak da osoba ima potpunu kontrolu nad svojim aktivnostima – može ulaziti u razne finansijske transakcije u estvovati na aukcijama i dr.

Excitement (uzbu enje) – na Internetu se dožive razli ita uzbu enja koja neki porede sa posebnim dobitkom prilikom kockanja (dobitak/gubitak), berzom (gde se prate izveštaji sa berze gotovo celodnevno), aukcijama (mogu nost nadglasavanja ostalih).

Kompanije nude FB limiter [1] program za blokiranje (ograni avanje) pristupa Facebook i YouTube, Timelook koji odre uje kojim danima se može blokirati Facebook, Duration look kojim se može ograni avati broj sati koje dnevno korisnici mogu provesti na Facebook ili YouTube, Total look koji u odre enom vremenskom periodu može blokirati pristup mrežama.

4. OPIS TOKA I ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

4.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja prikazanog u ovom radu je bio da se utvrditi na in na koji studenti u Srbiji (studenti FON-a, Beograd) i studenti i Crnoj Gori (Poslovna škola, Podgorica) koriste sadržaje na Internetu. Ciljevi sprovedenog istraživanja bili su da se utvrditi:

- Koliko vremena studenti posve uju koriš enju Interneta.
- Koliko se esto vi aju sa prijateljima i da li su zadovoljni svojim socijalnim životom.

- Utvrditi da li postoji određena opasnost od Internet zavisnosti i u kojoj meri je ona izražena.
- Utvrditi da li postoji potreba za informisanjem za potrebe prevencije Internet zavisnosti.

Realizacija ciljeva vodi se ka analizi, zaključivanju i generalnim tendencijama.

4.2. Organizacija i tok istraživanja

Kako bi se realizovali definisani ciljevi pristupilo se konstruisanju upitnika, planiranju, organizaciji i sprovođenju rada na terenu. Istraživanje se odvijalo u periodu od 2011-2015. god. U tom periodu proučena je populacija studenata koji čine uzorak. Aktivnosti su sprovedene fazno. Uzorak ispitanika koji su učestvovali u istraživanju je bio 238 studenata. Ukupan broj pitanja (ajtema) je 23. Sprovedeno je terensko istraživanje i ispitanici su imali prilike da anonimno odgovore na postavljena pitanja. Podaci su obrađeni u SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). U pogledu starosne strukture ispitanika, najviše je ispitanika od 21 do 23 godine (56,7%), 18 do 20 godina (24,4%), 24 do 26 godina (16,0%). Najmanje je starijih studenata, u grupi od 27 do 29 godina ukupno je bilo 2,5%, dok je u grupi od 30 do 32 godine njih 0,4%. Najviše je studenata koji su na IV godini studija (46,6%), slede ispitanici koji su na prvoj godini (19,5%), drugoj (17,8%) i na kraju treće godine (15,3%). U istraživanju je učestvovalo 0,8% ispitanika koji su studenti posle diplomskih studija.

Tabela 2. Smer studija ispitanika

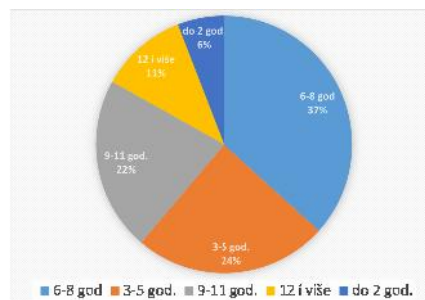
Smer	f	%
Menadžment	105	44,1
Zajedničke osnove	44	18,5
Upravljanje kvalitetom	40	16,8
IS i IT	29	12,2
Ostalo	20	8,2
Total	238	100

Najveći broj studenata je sa studija menadžmenta (f 105; 44,1%), zajedničkih osnova (18,5%), upravljanja kvalitetom (16,8%) i informacionih tehnologija (12,2%) i drugi (tabela 2).

4.3. Pregled rezultata

Nakon obrade prikupljenih podataka došlo se do zanimljivih zaključaka, koji su prikazani na sledećim tabelama. Na pitanje o broju godina korišćenja računara najveći broj ispitanika koristi računar od 6-8 godina, slede ispitanici koji koriste računar od 3 do 5 godina, 9-11 godina i 12 godina i više (slika 1).

Na pitanje koje se odnosilo na učestalost korišćenja Interneta, veliki broj ispitanika (79,6%) koristi Internet svakodnevno, dok više puta nedeljno koristi Internet 16,2% (tabela 3).



Slika 1 - Broj godina korišćenja računara unara

Tabela 3. Učestalost korišćenja Interneta

Učestalost	%
svakodnevno	79,6
više puta nedeljno	16,2
jednom nedeljno	0,9
nekoliko puta mesečno	2,6
jednom mesečno	0,9
Ukupno	100,2

Odgovori na pitanje o broju sati koji korisnici provode na Internetu u toku jednog dana, govore o tome da čak približno 60% provode najviše do 2 sata, 32,5% provodi 3 do 5 sati, a veoma mali procenat (1%) provodi 9 i više sati na Internetu (tabela 4).

Tabela 4. Vreme koje korisnici (tokom 24h) provedu na Internetu

Vreme	%
do 2h	59,9
3-5h	32,5
6-8h	6,6
9-11h	0,5
više od 11h	0,5
Ukupno	100

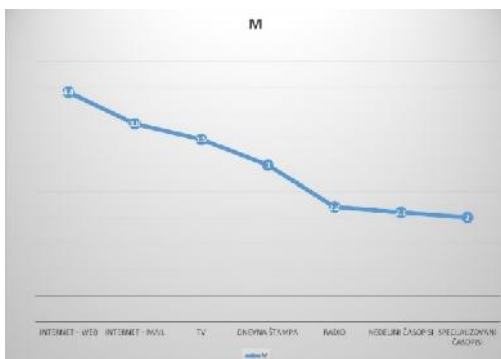
Koeficijent korelacije, koji je prikazan u tabeli 5, jasno ukazuje da postoji linearna veza između broja godina korišćenja računara i vremena koje su u stanju dnevno da posvete Internetu. Stiče se utisak da su u stanju da duže dnevno vreme koriste računara sebi "obežbede tokom dana" od onih koji manji broj godina koriste računar.

Tabela 5. Korelacija dužine aktivnog korišćenja računara i dnevnog vremena koje ispitanici provode za računarom

		P18	PC
P18	Pearson Correlation	1,000	,276
	Sig. (2-tailed)	,	,000
	N	197	196
PC	Pearson Correlation	,276	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,
	N	196	237

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

Prilikom informisanja o obrazovanju studenti najčešće koriste Internet – Web, zatim mail, a tek potom TV, dnevnu štampu, radio, nedeljne ili specijalizovane časopise (tabela 6).



Slika 2 - Mera korišćenja servisa/medija prilikom informisanja o obrazovanju

U funkciji koje vrste informacija, servisa, zabave, studenti koriste Internet je bilo jedno od pitanja. Zapravo, ovim pitanjem želelo se utvrditi koju vrstu usluge studenti dobijaju korišćenjem Interneta. S obzirom da su sve navedene kategorije u upotrebi, studenti su imali mogućnost da daju ocenu u kojoj meri koriste svaku od ponuđenih mogućnosti Interneta (skala 1-5). Informacija o ispitima, predavanjima je prva na listi, takođe veoma visoko je i preuzimanje nastavnog materijala. Sledi provera mail-a, informisanje u širem smislu, kontakt sa prijateljima, informisanje o zbivanjima iz oblasti kulture. Studenti Internet koriste i u svrhu zabave, pregledanja foto albuma,

forumu, za sklapanje novih poznanstava, igrice itd. (tabela 6).

Tabela 6. Funkcija u kojoj studenti najčešće koriste Internet

	M*
Informacije o ispitima, predavanjima	4,6
Preuzimanje nastavnog materijala	4,4
Provera mail-a	4,1
Razne informacije	4,0
Kontakt sa prijateljima	3,6
Informacije o kulturnim zbivanjima	3,2
Zabava	3,1
Pregledanje foto albuma	2,9
Diskusije na forumima	2,4
Sklapanje novih poznanstava	2,3
Igre na mreži	2,0
Partnerski odnosi	1,5
Erotski sadržaji	1,5
Berze na mreži	1,5
Kupovina na mreži	1,3

*M predstavlja aritmetičku sredinu na skali od 1 do 5

Analizom razlika u korišćenju Interneta između polova, ukazuje da studenti muškog pola najčešće koriste Internet u svrhu upoznavanja novih ljudi, uspostavljanja partnerskih odnosa, razmena informacija erotskog sadržaja, zabave na Internetu, berze na mreži i provere novopristiglih odgovora na forumima. (tabela 7).

Tabela 7. Polne razlike između studenata u odnosu na sadržaje Interneta koje koriste

Procena u kojoj meri se Internet koristi u funkciji	Muškarci	Žene	F	df1; df2	Nivo značajnosti
Upoznavanja novih ljudi	2,59	2,09	6,38	1; 145	Značajno
Uspostavljanja partnerskih odnosa	1,71	1,30	6,99	1; 145	Značajno
Razmene informacija erotskog sadržaja	2,23	1,16	34,79	1; 145	Značajno
Igara na mreži	2,35	1,80	6,72	1; 145	Značajno
Zabave	3,42	2,98	5,01	1; 145	Značajno
Berze na mreži	1,91	1,38	8,57	1; 143	Značajno
Provere novopristiglih odgovora na forumu	2,88	2,33	5,47	1; 145	Značajno

Tabela 8. Aktivnosti ispitanika na Internetu

	M
Koriste mail	4,6
Vrše Download	4,0
Koriste Facebook ili slično	4,0
Posmatraju Web sadržaje	3,8
Pretražuju	2,9
Učestvuju u forumima	2,4
Nešto drugo*	4,0

* MSN, YouTube, Twitter, Skype, MMO Games, Blog, Kladiionica, erotski filmovi

Analiziraju i strukturu aktivnosti na Internetu (tabela 8), studenti najčešće koriste mail, vrše preuzimanje materijala različitog sadržaja, komuniciraju preko Facebook-a ili sajtova sličnog karaktera.

Posmatranje sadržaja na Web-u, traženje ili učestvovanje u forumima su u manjoj meri zastupljeni. Pored navedenog, ispitanici su istakli da koriste MSN, YouTube, Twitter, Skype, MMO Games, Blog, Kladiionicu, erotske filmove.

Podaci sa tabele broj 9 ukazuju da studenti muškog pola najčešće učestvuju u različitim forumima, diskusijama u odnosu na studente ženskog pola.

U pogledu ostalih sadržaja, kao što je korišćenje mail-a, Download-a, korišćenje socijalnih mreža, itanja Web sadržaja, iskanja nije utvrđena rodna razlika.

Tabela 9. Rodne razlike između studenata u odnosu na sadržaje /servise Interneta koje koriste

Procena u kojoj meri se Internet koristi u odnosu na specifičan sadržaj	Muškarci	Žene	F	df1; df2	Nivo značajnosti
U eš i e u diskusijama (Forum)	2,55	2,16	3,99	1; 144	značajno

Ispitanici i dalje radije itaju knjige, dnevne novine, nedeljne asopise i propagandne poruke „sa papira“, dakle realno, a ne virtuelno (tabela 10).

Tabela 10. Procena na inu na koji ispitanici radije itaju materijale - virtuelno/realno

Sadržaj	Izbor	%	Prioritet
Knjiga	Virtuelno	6,9	
	Realno	93,1	✓
Dnevne novine	Virtuelno	19,5	
	Realno	80,5	✓
Nedeljni asopisi	Virtuelno	13,0	
	Realno	87,0	✓
Propagandne poruke	Virtuelno	38,0	
	Realno	62,0	✓

Studenti smatraju da se esto (47,9%) ili veoma esto (39,9%) viđaju sa prijateljima. Neodlučno je 6,3%, a 5,9% smatra da se retko viđaju sa prijateljima. Kada se govori o rođacima u stalost kontakta sa njima je drugačije raspoređena. Više od trećine ispitanika smatra da se retko viđaju sa rođacima (38,2%), neodlučno je 20,6%, dok 10,5% navodi da se veoma retko viđaju sa rođacima. Studenti koji esto održavaju kontakte sa rođacima ine 28,6% dok veoma esto to inu samo 2,1% ispitanika. Veoma mnogo vremena sa partnerom provodi 11,6% ispitanika, mnogo 35,6%. Ipak veliki broj ispitanika navodi da su neodlučni po tom pitanju 36,1% ili da provode malo (12,0%) ili veoma malo vremena (4,7%).

Generalna procena ispitanika o tome da li provode dovoljno vremena sa ljudima koji su im bliski ukazuje da 79,3% smatra da provodi, a 7,2% da ne provodi (tabela 11).

Tabela 11. Procena vremena koje su ispitanici proveli na Internetu i njihova interpretacija korišćenog vremena

Generalna procena da li ispitanici dovoljno vremena posvećuju bliskim ljudima	Ispitanici kažu da su proveli manje vremena na Internetu nego što realno jesu	
	%	%
da	79,3	14,1
neodlučan	13,5	14,6
ne	7,2	71,2
Ukupno	100	99,9

Ukupno 14,1% ispitanika svojim bliskim osobama saopštava da na Internetu provodi manje vremena nego što su realno proveli na Internetu. Neodlučno je 14,6% dok ostali obično to ne ine.

Odgovor da esto „gube pojam o vremenu“ kada su na Internetu daje 29,3%, a vrlo esto 8,2%, dok ostali ispitanici retko ili vrlo retko imaju utisak da se na taj način odnose prema Internetu (tabela 12).

Tabela 12. Da li ispitanici procenjuju da kada su na Internetu „gube pojam o vremenu“ ili „zaborave“ na svoj dnevni ritam, obrok, spavanje

Da li ispitanici procenjuju da esto „gube pojam o vremenu“ kada su na Internetu	Kada su na Internetu „zaborave“ na svoj dnevni ritam, obrok, spavanje	
	%	%
Vrlo esto	8,2	5,6
esto	29,3	10,3
Retko	40,9	40,3
Vrlo retko	21,6	43,8
Ukupno	100	100

Hijerarhija potreba (Maslov) upućuje da prioritet obično pripada egzistencijalnim potrebama i u tom smislu, obrok i spavanje ne bi trebalo da izgube na važnosti. Istraživanje pokazuje da oko 84% ispitanika smatra da retko ili vrlo retko zaborave na svoj dnevni ritam neki obrok, spavanje i sl. dok su na Internetu. Ipak 10,3% isti e da im se to esto dogodi, a vrlo esto 5,6% ispitanika

Tabela 13. Procena postojanja nelagodnosti ukoliko se Internet ne koristi

Procena postojanja određene nelagodnosti ukoliko se Internet ne koristi jedan dan	Procena da li bi studentima bilo teško da ne koriste Internet jedan dan	Procena ispitanika da li zaista koriste Internet više nego što treba	
	%	%	%
Da	12,9	18,7	37,4
Neodlučan	12,4	16,3	10,8
Ne	74,6	65,0	51,7
Ukupno	99,9	100	99,9

Ukupno 12,9% izjavljuje da osećaju izvesnu nelagodnost ukoliko ne koriste Internet jedan dan, neodlučno je po tom pitanju 12,4%, dok ostali nemaju tu vrstu nelagodnosti (tabela 13).

Odre eni procenat studenata (18,7%) smatra da bi im bilo teško da ne koriste Internet jedan dan, neodlu no je 16,3%. Najve i broj ispitanika smatra da ne bi imali nikakvih problema ukoliko ne koriste Internet jedan dan (tabela 13).

Više od polovine ispitanika smatra da ne koriste Internet više nego što im je potrebno, a ak 37,4% ispitanika smatra da koristi Internet zaista više nego što je potrebno.

5. ZAKLJU AK

Izvršena istraživanja upu uju na odre ene zaključke. Informacije koje su studentima potrebne za proces obrazovanja, uglavnom dobijaju putem Web-a, mail-a, a tek potom putem TV-a, dnevne štampe, radija, nedeljnih ili specijalizovanih asopisa. Studenti naj eš e prate ispite, predavanja, preuzimaju nastavni materijal, koriste mail-a, informišu se u širem smislu, kontaktiraju sa prijateljima, prate doga aja iz oblasti kulture. Za zabavu na Internetu koriste foto albume, forume, sklapaju prijateljstva, igrice. U pogledu Internet servisa naj eš e koriste mail, vrše preuzimanje materijala razli itog sadržaja, komuniciraju preko Facebook-a ili sajtova sli nog karaktera. Koriste i MSN, You Tube, Twitter, Skype, MMO Games, Blog. „Stariji“ (više godišnji) korisnici ra unara su skloni da sebi „obezbede“ više vremena za Internet znaju i za svoju potrebu za Internetom i potrebu da je „uklope“ u dnevni ritam svojih ostalih obaveza.

Veliki broj ispitanika posve uje optimalno vreme socijalnim kontaktima. Ipak, nešto više od jedne desetine njih nalazi se u grupi kojoj bi poja ano informisanje o prekomernoj upotrebi Interneta bilo od koristi. Koriš enje socijalnih mreža tako e može biti uzrok prologniranog boravka na Internetu. Postoji potreba za kontinuiranim pra enjem ponašanja korisnika Interneta u težnji ka uspostavljanju Work-life balansa.

SUMMARY

ANALYSIS OF THE BEHAVIOR OF STUDENTS IN THE GLOBAL NETWORK

The subject of this research is to analyze the way in which students use content on the Internet. The emphasis is on the educational and informational needs of students in the selected statistical sample. Internet sites are structured according to the preferences of students. In this sense, have been explicitly included in the analysis of educational content, information, and entertainment. After a field study on a sample of 238 students conducted a quantitative analysis and qualitative assessment derived. Data were processed in SPSS software. The results showed how students estimate the total amount of time you spend on the Internet. Conclusions also apply to the assessment of the same time, as a possible limiting factors in terms of contacts, which have to do with real social environment. Data evaluation is based on the need to analyze the habits and behavior of students on the Internet as well as their organization of time in relation to the Work-life balance.

Key words: *Time management, Student's Behaviour, Internet Users, Internet Content, Internet addiction*

LITERATURA

- [1] Axiomcoders, www.axiomcoders.com (datum pristupa, maj 2015.)
- [2] Bilen-Kati B, Radovanovi N, *The Role of Intellectual Property in Developing a Knowledge-Based Society*, Management, 2014/70
- [3] Donath J. S, *Identitet i prevara u virtuelnoj zajednici: Etnografije internet*, Institut za etnologiju i folklorostiku, Zagreb, 2004.
- [4] Internet World Stats, www.internetworldstats.com/stats9.htm
- [5] Katz A, Enhancing Computer Mediated Communication by Applying Contextualization to Email Design: a Case Study, *Management*, 2012/64
- [6] Lažeti G, *Internet – Gospodar ili pod injeni*, Beograd. 2006.
- [7] Mihailovi D, *Psihologija na Internetu**sajber psihologija, FON, 2006.
- [8] Mili evi V, *Internet ekonomija*, FON, Beograd 2002.
- [9] Netaddiction, <http://netaddiction.com/>, (datum pristupa, maj 2015.)
- [10] Upotreba informaciono komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, Republi ki zavod za statistiku, Beograd, 2013.
- [11] Psycentral, <http://psychcentral.com/netaddiction/>
- [12] Turban E, Mclean E, Wetherbe J, *Informaciona tehnologija za menadžment, Transformisanje poslovanja u digitalnu ekonomiju*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 2003.
- [13] Young Kimberly S, Internet Addiction Symptoms, Evaluation and Treatment, *Innovations ih Clinical Practice*, Volume 17, Professional Resource Exchange, 1999.