

Online navike generacije od 55 i više godina

Franjić, Daniela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:258536>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-01**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Daniela Franjić

Online navike generacije od 55 i više godina

Diplomski rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Online navike generacije od 55 i više godina

Diplomski rad

Daniel Franjić

JMBAG: 0303081230, redovan student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija – smjer Marketinško upravljanje

Kolegij: Izravni marketing

Mentor: izv.prof.dr.sc. Erik Ružić

Pula, rujan 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Daniela Franjić, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Daniela Franjić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Online navike generacije od 55 i više godina“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Student

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet istraživanja	1
1.2. Cilj istraživanja	4
1.3. Metoda istraživanja	4
2. PREGLED LITERATURE	6
2.1. Online aktivnosti osoba starijih od 55 godina	6
2.2. Izazovi i prepreke u korištenju interneta	11
2.3. Prednosti i koristi online aktivnosti	16
2.4. Tehnička pismenost i podrška za osobe starije od 55 godina	20
3. ISTRAŽIVANJE ONLINE NAVIKA OSOBA 55 I VIŠE GODINA	23
3.1. Ciljna populacija i uzorak	23
3.2. Prikupljanje podataka	24
3.3. Instrument istraživanja	25
3.4. Analiza podataka	25
4. IMPLIKACIJE I KRITIČKI OSVRT NA REZULTATE PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA	36
4.1. Demografski podaci ispitanika	36
4.2. Online aktivnosti i njihova učestalost	38
4.3. Izazovi i prepreke u korištenju interneta	42
4.4. Prednosti i koristi online aktivnosti	47
4.5. Tehnička pismenost i podrška	51
4.6. Društvene mreže i komunikacija putem interneta	53
4.7. Ograničenja istraživanja	56
5. ZAKLJUČAK	59
LITERATURA	61
POPIS SLIKA	66
POPIS GRAFOVA	66

1. UVOD

1.1. Predmet istraživanja

Ovaj pregled sumira ključne nalaze nedavnih istraživanja koja istražuju online potrošačke navike generacije od 55 i više godina. Analizirana su različita istraživanja koja pružaju uvid u učestalost korištenja interneta, preferirane uređaje za pristup internetu, sigurnosne brige i tehničku pismenost ove demografske skupine. Također, istraživanja osvjetljavaju kako internet utječe na njihov svakodnevni život, društvene veze i percepciju online kupovine, te kako ti faktori doprinose njihovoj lojalnosti prema određenim brendovima i online uslugama.

Web je promijenio trend prema kojem potrošači kupuju proizvode i usluge na mreži. Pojava informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ICT) pridonijela je ovom fenomenu. Kupci kupuju robu, usluge, događaje i iskustva putem interneta. Oni opsežno traže informacije na internetu, uspoređuju i procjenjuju alternative prije nego što donesu odluku o kupnji. Psihologija kupaca utječe na njihov stav i na kraju na kupnju putem interneta¹. Činjenica je da se online trgovci na malo koriste informacijama pretraživanja potencijalnih kupaca, a zauzvrat online trgovci na malo selektivno reklamiraju proizvode kupcima. Kupac je osjetljiv na selektivne preporuke trgovca i u tom kontekstu vrijedno je ispitati kako potrošači obrađuju informacije. Općenito se vjeruje da se mlađa generacija između dobne skupine od 18 do 35 godina bolje prilagođava korištenju ovih tehnologija jer je vjerojatnije da će se koristiti internetom vjerojatnije nego starije osobe. Uz obilje informacija na internetu, potrošač je u opasnosti da donese kvalitetnu prosudbu o već obavljenim online pretraživanjima². Navedeno je da su kupci koji su bili učlanjeni u program vjernosti više kupovali u smislu košarica, kategorije kupnje i učestalosti kupnje³.

Kupnje putem interneta među različitim dobnim skupinama razlikuju se u mnogim parametrima kao što su transakcije obavljene tijekom godine, vrsta proizvoda i usluga kupljenih putem interneta, preferencije za online kupnju u usporedbi s kupnjom izvan mreže, važnost povjerenja trgovca, sklonost robnim markama i tvrtki pri kupnji putem

¹ Li, N. i Zhang, P. (2002). Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior: An Assessment of Research

² Nakayama, M., Sutcliffe, N., i Wan, Y. (2010). Has the web transformed experience goods into search goods? *Electronic Markets*, 20(3-4), 251–262. <https://doi.org/10.1007/s12525-010-0041-z>

³ Meyer-Waarden, L. (2008). The influence of loyalty programme membership on customer purchase behaviour. *European Journal of Marketing*, 42(1-2), 87–114. <https://doi.org/10.1108/03090560810840925>

interneta, utjecaj preporuka blogera i online recenzija na odluke o kupnji, o tome kako potrošači procjenjuju privatnost podataka i njezin utjecaj na povjerenje u tvrtku, regionalne i kulturološke razlike u odnosu na kupnju putem interneta⁴. Ranije studije razmatrale su izravan utjecaj demografskih čimbenika poput dobi na odluke o online kupnji. Većina studija utvrđuje značajan odnos između demografskih čimbenika i odluka o online kupnji⁵. Rečeno je da demografski čimbenici na različite načine utječu na odluke o online kupnji. Model Jedinствене teorije prihvaćanja i korištenja tehnologije pretpostavlja čimbenike poput dobi, spola, iskustva i dobrovoljnosti kao umjerene čimbenike. UTAUT model objašnjava kako svaki od ovih moderatora utječe na čimbenike koji će vjerojatno utjecati na online kupnju⁶.

Fang i sur. (2016.) u svojoj su studiji otkrili da devet čimbenika, naime cijena, praktičnost, aukcijske web stranice, povrat novca, robna marka, online trgovački centri, tražilice, sigurnost i promocija, imaju veliki pozitivan značaj na stav potrošača o online kupnji⁷. Moshrefjavadi i dr. (2012.) proučavali su čimbenike koji će vjerojatno utjecati na ponašanje potrošača pri kupnji na mreži. Autori su istaknuli da bi kupnja putem interneta mogla negativno utjecati zbog financijskih rizika i rizika neisporuke. Pozitivni utjecaji na online kupnju bili su inovativnost specifične za domenu, subjektivne norme i stav potrošača⁸.

Iz dosadašnjih istraživanja može se zaključiti da su informacijske i komunikacijske tehnologije značajno promijenile način na koji potrošači kupuju proizvode i usluge na mreži. Potrošači koriste internet za opsežno istraživanje, usporedbu i procjenu alternativa prije donošenja odluka o kupnji, pri čemu psihologija potrošača igra ključnu ulogu u njihovom konačnom izboru. Razlike u ponašanju pri online kupovini među različitim dobnim skupinama su značajne, pri čemu mlađe generacije pokazuju veću prilagodljivost i učestalost korištenja interneta u usporedbi sa starijima. Demografski čimbenici, uključujući dob, spol i iskustvo, imaju značajan utjecaj na online kupovne

⁴ Kuan, H-H., i Bock, G-W. (2007). Trust transference in brick and click retailers: an investigation of the before-online-visit phase. *Information and Management*, 44(2), 175–187. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.12.00>

⁵ Wu, S. (2003). The relationship between consumer characteristics and attitude toward online shopping. *Marketing Intelligence and Planning*, 21(1), 37–44. <https://doi.org/10.1108/02634500310458135>

⁶ Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., i Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478

⁷ Fang, J., Wen, C., George, B., i Prybutok, V.R. (2016). Consumer heterogeneity, perceived value, and repurchase decision-making in online shopping: the role of gender, age, and shopping motives. *Journal of Electronic Commerce Research*, 17(2), 116

⁸ Moshrefjavadi, M.H., RezaieDolatabadi, H., Nourbakhsh, M., Poursaeedi, A., i Asadollahi, A. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5), 81. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n5p.81>

odluke, dok čimbenici poput cijene, praktičnosti i sigurnosti oblikuju stavove potrošača prema online kupnji.

U posljednja dva desetljeća, tehnološki napredak i rast interneta značajno su promijenili način na koji potrošači kupuju proizvode i usluge. Dok mlađe generacije već duže vrijeme aktivno koriste internet za kupovinu, istraživanja pokazuju da generacija od 55 i više godina također sve više koristi digitalne platforme za različite aktivnosti, uključujući online kupovinu. Iako postoje brojna istraživanja koja se bave online ponašanjem mlađih potrošača, relativno malo pažnje posvećeno je starijoj populaciji. Ovo istraživanje ima za cilj popuniti tu prazninu analizom online potrošačkih navika generacije od 55 i više godina.

Postojeća literatura uglavnom se fokusira na mlađe potrošače, jer se smatra da su oni digitalno pismeniji i skloniji korištenju novih tehnologija. Međutim, istraživanja poput onih Li i Zhang (2002.) te Nakayama i sur. (2010.) ukazuju na to da i stariji potrošači sve više traže informacije online, uspoređuju proizvode i donose odluke o kupnji na temelju informacija dostupnih na internetu. Ipak, nedostaju detaljne studije koje bi istražile specifične navike, preferencije i izazove s kojima se suočava starija populacija u online okruženju.

Jedan od percipiranih nedostataka u postojećoj literaturi je nedostatak dubinskog razumijevanja kako stariji potrošači percipiraju sigurnost na internetu, kako procjenjuju pouzdanost online trgovina i koji su točno faktori koji oblikuju njihovu lojalnost prema određenim brendovima. Također, pitanje tehničke pismenosti i pristupa tehnologiji kod starije generacije nije dovoljno istraženo.

Ovo istraživanje ima za cilj ispitati navedene nedostatke u literaturi kroz sveobuhvatnu analizu online potrošačkih navika generacije od 55 i više godina. Fokus će biti na učestalosti korištenja interneta, preferiranim uređajima, osjećaju sigurnosti, tehničkoj pismenosti, te utjecaju interneta na njihov svakodnevni život i društvene veze. Posebna pažnja bit će posvećena istraživanju kako regionalne i kulturološke razlike utječu na online ponašanje starijih potrošača.

Pružanjem novih uvida u online potrošačke navike starije generacije, ovo istraživanje će doprinijeti teorijskom i praktičnom razumijevanju digitalnog ponašanja ove demografske skupine. Rezultati istraživanja mogu biti korisni marketinškim stručnjacima, pružateljima online usluga i donositeljima politika, pomažući im da razviju

bolje prilagođene strategije koje će zadovoljiti potrebe starijih potrošača i potaknuti njihovu digitalnu uključenost i lojalnost.

1.2.Cilj istraživanja

Predmet istraživanja je analiza online potrošačkih navika generacije od 55 i više godina, s posebnim fokusom na učestalost korištenja interneta, preferencije u uređajima i aktivnostima, sigurnosne brige te utjecaj interneta na njihov svakodnevni život i društvene veze. Cilj istraživanja je dublje razumijevanje online potrošačkih navika generacije od 55 i više godina kroz analizu njihovih preferencija, učestalosti korištenja interneta, osjećaja sigurnosti i tehničke pismenosti te utjecaja interneta na svakodnevni život i društvene veze. Svrha istraživanja je pridonijeti teorijskom i praktičnom razumijevanju online ponašanja starije generacije kako bi se omogućile informirane strategije digitalnog marketinga i razvoja usluga koje zadovoljavaju potrebe ove demografske skupine te potiču njihovu digitalnu uključenost i dugoročnu lojalnost.

1.3.Metoda istraživanja

U skladu s definiranim predmetom istraživanja, a u svrhu postizanja definiranih ciljeva rada, kreiran je anketni upitnik koji se sastoji od 16 pitanja za prikupljanje podataka. Osnovni statistički skup su ispitanici stariji od 55 godina koji žive na području grada Republike Hrvatske. Anketa će biti izrađena u obliku Google forme i bit će distribuirana online putem. Ispunjavanje ankete planirano je za razdoblje od 01.05.2024. do 30.06.2024. godine.

Istraživanje će se fokusirati na detaljno razumijevanje online potrošačkih navika generacije od 55 i više godina. Anketni pristup će omogućiti prikupljanje kvantitativnih podataka, koji će se koristiti za analizu stavova, preferencija i ponašanja potrošača u vezi s online kupovinom. Anketni upitnik sastojat će se od 16 pitanja podijeljenih u nekoliko kategorija.

Prva kategorija istražuje učestalost korištenja interneta i preferirane uređaje za pristup internetu. Druga kategorija analizira aktivnosti koje sudionici obavljaju online,

uključujući čitanje vijesti, korištenje društvenih mreža i online kupovinu. Treća kategorija istražuje percepciju sigurnosti na internetu i tehničku pismenost sudionika. Četvrta kategorija ispituje demografske karakteristike sudionika, uključujući spol, dob i obrazovanje.

Pitanja će također ispitivati prepreke s kojima se sudionici suočavaju pri korištenju interneta, poput nedostatka znanja o tehnologiji ili brige o sigurnosti. Dodatna pitanja će istraživati koliko često sudionici koriste društvene mreže, sudjeluju u online tečajevima ili koriste online bankarstvo, te kako ocjenjuju svoje iskustvo s online kupovinom.

Ovaj kvantitativni pristup omogućit će prikupljanje brojčanih podataka o stavovima i ponašanjima starijih potrošača, pružajući dublji uvid u njihove online navike i preferencije. Analiza rezultata pomoći će identificirati ključne čimbenike koji utječu na online potrošačke navike starijih generacija te pružiti relevantne smjernice za razvoj prilagođenih marketinških strategija i usluga koje odgovaraju potrebama ove demografske skupine.

2.PREGLED LITERATURE

2.1.Online aktivnosti osoba starijih od 55 godina

Osobe u dobi od 60 do 75 godina smatraju se starijima ili starijim odraslim osobama, prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO). Čovječanstvo stari različitim brzinama i u različitim stupnjevima u svakoj zajednici, kulturi i povijesnom razdoblju. Prema knjizi Vida Pečjaka "Psihologija treće životne dobi", u razvijenom svijetu postotak starijih od 65 godina bio je samo 2% sredinom 18. stoljeća, 4% sredinom 19. stoljeća, a 8% u sredinom 20. stoljeća. Trenutno 12% ljudi ima 65 ili više godina, a taj broj stalno raste. Predviđa se da će porasti na 15% u sljedećih deset godina, a na 18% u sljedećih dvadeset⁹. Društveni događaji i društvo usko su povezani sa starenjem. Znatan dio stanovništva prilagođava se ulogama i navikama koje je društvo odavno propisalo. Proces donošenja odluka u konačnici ostaje na društvu o tome kada će "stari" pojedinac otići u mirovinu, ući u ustanovu za njegu i imati pravo na besplatan javni prijevoz. Starost također izlazi na površinu dok se govori o starijim građanima. Među mnogim drugim zabludama, to uključuje ideju da su starije osobe slabije mentalno i fizički, da su ovisne o drugima, da imaju loš vid i pamćenje, da su tvrdoglave i sklone svađama i mnoge druge.

Nove tehnologije i digitalizacija bitne su za sadašnja europska društva i imaju veću važnost nakon Covid-19. Španjolska je rangirana na sedmo mjesto u Indeksu digitalne ekonomije i društva, pokazujući rastući napredak od godina prije pandemije i ističući se u smislu digitalne povezanosti i javnih usluga. Međutim, mora se poboljšati u poslovanju i ljudskom kapitalu. Potonje bi trebalo uključivati stanovništvo s barem osnovnim razinama digitalnih vještina¹⁰.

Prema Nacionalnom institutu za statistiku u Španjolskoj, 95% populacije između 16 i 74 godine su korisnici interneta, ali samo 38% populacije ima više od osnovnih digitalnih vještina¹¹. Anketa iz koje su izvučeni ovi podaci slijedi smjernice Europskog

⁹ Pečjak, Vid. (2001). „Psihologija treće životne dobi“. Zagreb: Naklada Prosvjeta.

¹⁰ European Commission. (2019). Digital economy and society index, 2019 country report Spain. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59911

¹¹ European Commission. (2022). Digital economy and society index 2022, country report Spain. <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88720>

statističkog ureda (Eurostat), tako da ova razlika ukazuje na postojanje digitalne podjele, kao pojma koji se odnosi na „razliku između oni koji imaju pristup internetu i mogu koristiti nove usluge ponuđene na svjetskoj mreži te oni koji su isključeni iz tih usluga“. Ova je definicija dopunjena drugim komentarima, među kojima se prepoznaju doprinosi znanstvenika druge razine digitalnog jaza kada navode da pojam „izričito uključuje pristup ICT-u, kao i s njim povezane vještine koje su potrebne za sudjelovanje u informacijskom društvu.“¹². Stoga, od početka ovog stoljeća, specijalizirana literatura pruža ključeve za razumijevanje procesa kojima se stvaraju digitalne podjele, identificirajući tri razine podjele koje odgovaraju pristupu, korištenju i korisnosti¹³.

Među knjižnicama koje se "bore" protiv zablude o starijim osobama su i Knjižnice grada Zagreba. Kako bi se starijim osobama omogućilo aktivno sudjelovanje u svim aspektima društvene interakcije, nastoje se pridržavati Smjernica za knjižnične usluge bolničkim pacijentima, starijim osobama i osobama s posebnim potrebama u ustanovama za dugotrajnu njegu i smještaj, koje glase: ". .. knjižnične usluge za starije ne samo da podupiru cjeloživotno kontinuirano obrazovanje, već imaju za cilj omogućiti pristup potrebnim društvenim, kulturnim, zdravstvenim i drugim informacijama"¹⁴. Nadalje, starije osobe često se predstavljaju kao osobe koje ne žele koristiti ili se ne osjećaju ugodno koristiti novorazvijenu tehnologiju u ovoj eri digitalnih tehnologija. Ali starije osobe mogu koristiti digitalnu tehnologiju, kao što je Menchin (1989) otkrio u svojim studijama, ako imaju vremena i brzine da nauče kako se njima koristiti. Razumno je predvidjeti da će stariji ljudi postati vještiji u korištenju digitalnih tehnologija u bliskoj budućnosti. Prema istraživanju Szmingina i Carrigana (2000.), dobne predrasude prema starijim osobama prevladavaju više od bilo kojeg stvarnog objašnjenja za uvjerenje da starije osobe ne mogu prihvatiti postojeće tehnologije. Iako starije osobe možda nisu zainteresirane za neke stvari, one se općenito ne protive novim tehnologijama¹⁵. Stereotipi o dobi, kao što je prethodno navedeno, predstavljaju ozbiljan problem kada govorimo o starijim osobama i tehnologiji. Međutim, smisleniji

¹² Eurostat. (2019). Glossary: Digital divide. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Digital_divide

¹³ Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4). *Media and Communication*, 2023, Volume 11, Issue 3, Pages X–X 9

¹⁴ Bunić, Sanja. (2010). „Projekt 65 plus Knjižnica grada Zagreba aktivno uključivanje osoba treće životne dobi u kulturna i društvena zbivanja“. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 53(2): 15 - 25.

¹⁵ Vuori, Satu, Holmlund-Rytkönen, Maria. (2005). "55+ people as internet users". *Marketing Intelligence & Planning* 23, br. 1: 58 – 76. URL: <https://doi.org/10.1108/02634500510577474>

razgovor o tome je li starijim odraslim osobama doista teško koristiti nove tehnologije može se održati tek kada društvo riješi "problem" dobnih stereotipa o starijim ljudima.

Digitalni jaz prve razine nastaje nedostatkom odgovarajućih objekata, ali također i nejednakostima u pristupu tehnologiji i internetu uzrokovanim poteškoćama u posjedovanju potrebnih i ažuriranih uređaja i programa. Zapravo, u zemljama s praktički univerzalnim stopama povezivanja i dalje se otkrivaju nedostaci prve razine uzrokovani onim što Van-Deursen i Van-Dijk (2019) nazivaju "materijalni pristup", što "uključuje sredstva potrebna za održavanje upotrebe interneta tijekom vremena, kao što su računalni uređaji (npr. stolna računala, tableti, pametni televizori), softver (pretplate) i periferna oprema (npr. pisači, dodatni tvrdi diskovi)"¹⁶.

Trenutačno neke zemlje imaju poteškoća s pristupom zbog prihoda, dobi, spola i geografskog položaja¹⁷.

Nadalje, digitalni jaz druge razine odnosi se na upotrebe i vještine¹⁸. Podaci o populaciji korisnika nude prvi pristup pristupu i korištenju, iako je na ovoj razini potrebno promatranje aktivnosti. Kao početnu točku, glavni modeli izvedeni iz modela Technology Acceptance uvode prethodno iskustvo kao olakšavajući faktor za korištenje i učinke sociodemografskih karakteristika¹⁹. To bi bilo u skladu s drugim studijama o digitalnom jazu. Što se tiče digitalnog jaza druge razine, teorija prisvajanja predstavlja model koji uključuje prethodne mehanizme koji djeluju na integraciju tehnologija u svakodnevnom životu, kao što su resursi (ekonomski, društveni i kulturni kapital), motivacija, i vještine²⁰. Van-Dijk (2012) predlaže nekoliko tipova digitalnih vještina (operativne, formalne, informacijske, komunikacijske, kreiranje sadržaja i strateške vještine) čije je promatranje također uključivalo nekoliko vrsta mjerenja.

¹⁶ Van-Deursen, A. J. A. M., & Van-Dijk, J. A. G. M. (2015). Toward a multifaceted model of internet access for understanding digital divides: An empirical investigation. *The Information Society*, 31(5), 379–391. <https://doi.org/10.1080/01972243.2015.1069770>

¹⁷ Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). Bridging digital divides in G20 countries. <https://www.oecd.org/g20/summits/rome/bridging-digital-divides-in-g20-countries-35c1d850-en.htm>

¹⁸ Dijk, J. A. G. M. (2015). Toward a multifaceted model of internet access for understanding digital divides: An empirical investigation. *The Information Society*, 31(5), 379–391. <https://doi.org/10.1080/01972243.2015.1069770>

¹⁹ Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Science*, 39(2), 273–312. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>

²⁰ Van-Dijk, J. A. G. M. (2012). The evolution of the digital divide. The digital divide turns to inequality of skills and usage. In J. Bus, M. Crompton, M. Hildebrandt, & G. Metakides (Eds.), *Digital enlightenment yearbook 2012* (pp. 57–75). IOS Press.

Proces prisvajanja kulminira uporabom tehnologije. U tom procesu promatra se i učinak socioekonomskih karakteristika. Kao i dob, autori se bave socioekonomskim položajem, situacijom zaposlenja i završenim obrazovanjem. Rod djeluje na ambivalentan način, sa slabom ili neizravnom povezanosti u nekim istraživanjima usmjerenim na upotrebu ili vještine i značajnom u drugima koja pokušavaju objasniti korištenje interneta²¹.

Digitalni jaz treće razine povezan je s upotrebljivošću i shvaćen je kao sposobnost stanovništva da ostvare dobrobit u svojim životima korištenjem ICT-a. Njegovo razmatranje pomaže u razumijevanju reprodukcije društvenih nejednakosti u digitalnom društvu²². U operativnom smislu, nizozemska studija koju su proveli Van-Deursen i Helsper (2015b) pristupa ovoj podjeli treće razine identificirajući skup internetskih ishoda povezanih s pet kategorija korištenja, koje odražavaju različite vrste koristi²³.

Dob je relevantna varijabla na različitim razinama digitalnog jaza, posebno kada se uspoređuju sredovječni i stariji odrasli s drugim skupinama²⁴. Brendovi razvijaju svoje jedinstvene ponude i taktike ulaska na tržište kao odgovor na različite zahtjeve i želje koje različite generacije donose za stol. Budući da je nemoguće pristupiti svakoj generaciji na isti način, važno je pratiti i procijeniti što pojedina dob želi, treba i koji su trenutno trendovi. Na slici 1 vidljivo je da mladi radije troše novac na prolazne stvari kao što su jeftini namještaj, zabava, vozila i odjeća. Kako vrijeme prolazi i ljudi ulaze u bračni život bez djece, postaje očito da im druge stvari - poput skupljeg namještaja, vozila i odjeće - postaju važnije. Druge bitne stvari za bračne parove s djecom uključuju osiguranje, hranu, igračke, lijekove, velike kuće, odmore i odmore. Kako bi smanjili troškove, samohrani roditelji biraju jeftinije domove, namirnice i odjeću. Bračni parovi

²¹ Garín-Muñoz, T., Pérez-Amaral, T., & Valarezo, A. (2022). Evolution of the internet gender gaps in Spain and effects of the Covid-19 pandemic. *Telecommunications Policy*, 46(8), Article 102371.

<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2022.102371> Generalitat

²² Ragnedda, M. (2016). *The third digital divide: A webberian approach to digital inequalities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315606002>

²³ Van-Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2015b). The third-level digital divide: Who benefits most from being online. In L. Robinson, S. R. Cotten, J. Schulz, T. M. Hale, & A. Williams (Eds.), *Communication and information technologies annual* (Vol. 10, pp. 29–52).

²⁴ Fang, M. L., Canham, S. L., Battersby, L., Sixsmith, J., Wada, M., & Sixsmith, A. (2019). Exploring privilege in the digital divide: Implications for theory, policy, and practice. *The Gerontologist*, 59(1), 1–15. <https://doi.org/10.1093/geront/gny037>

koji se razvode i imaju djecu traže klubove, usluge, stanove i gotova jela. U mirovini, starije obitelji razbacuju se na nakit, kozmetiku i medicinsku njegu.

Slika 1 Tipična potrošnja u pojedinim fazama života

Faza u životnom ciklusu	Tipični proizvodi koji se troše
Mladi, samci, odrasli	Odjeća, zabava, automobili
Neoženjeni parovi	Niskovrijedno pokućstvo, putovanja
Tek oženjeni, bez djece	Pokućstvo, oprema, zabava
Oženjeni bez djece	Stilski namještaj, zabava, sportski automobili, skupa odjeća, manje kuće
Obitelji s malom djecom	Osiguranje, izdaci za medicinu, odjeća, igračke, velike kuće
Obitelji sa starijom djecom	Osobna elektronika, hrana, veće kuće
Samohrani roditelji	Kuće niske cijene, jeftinija hrana, jeftina odjeća
Razvedeni s djecom	Apartmani, polugotova hrana, usluge, klubovi
Starije obitelji, bez djece u kući	Putovanja, hobiji, popravci stanova ili kuća
Starije obitelji u mirovini	Izdaci za medicinske usluge i proizvode, nakit, kozmetika
Pojedinci (udovice, udovci)	Izdaci za medicinske usluge, izlasci u restorane, apartmai

Izvor: Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača. Zagreb. Naklada Opinio

Ponavljajuće opažanje postojanja takvih udaljenosti prema dobi podupire konstrukcija koncepta "sive digitalne podjele" koja se odnosi na ono što se događa kod starijih ljudi u usporedbi s mladima²⁵. Dob se, s druge strane, pokazuje kao determinanta za pristup i korištenje tehnologija, ali ne na linearan način, što bi dovelo do toga da se uzme u obzir kao prvi pristup generacijskoj perspektivi primijenjenoj na procese tehnološkog poremećaja, čiju genezu treba tražiti u konceptu "generacije" Mannheimove sociologije.

Studije usmjerene na posljednje generacije otkrivajuči druge čimbenike koji objašnjavaju različitu izloženost tehnologiji, kao što su: završeno obrazovanje, prihod ili društveni resursi, pokazuju postojanje heterogenosti među starijim odraslim

²⁵ Friemel, T. N. (2016). The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. *NewMedia & Society*, 18(2), 313–331. <https://doi.org/10.1177/1461444814538648>

osobama²⁶. Među njima se ističe obrazovanje koje je glavna sociodemografska varijabla koja predviđa pristup i korištenje interneta. Međutim, važno je napomenuti da je ova varijabla povezana s drugima, kao što je prihod, te da je u interakciji s dobi i spolom. Nasuprot tome, mnoge studije ne pronalaze razlike prema spolu u pristupu internetu, iako se pronađene razlike nalaze u distribuciji aktivnosti prema rodnoj analizi. Druge studije su naglasile utjecaj društvenog ili obiteljskog konteksta (potonji je zbog prisutnosti drugih generacija) koji može pogodovati pristupu internetu i korištenju²⁷.

Ovo prethodno istraživanje potvrđuje multifaktorski karakter generacijskog digitalnog jaza. U tom smislu, zajedno s proučavanjem sociodemografskih karakteristika i drugih psihosocijalnih ili zdravstvenih čimbenika posljednjih su se godina pojavile analize koje istražuju kombinirani učinak različitih varijabli kako bi se identificirali populacijski profili. Iz ovih prijedloga se, primjerice, vidi da je velika skupina ljudi starijih od 60 godina u Europi konzumenti tradicionalnih medija, iako ima i inovativnih korisnika²⁸. U drugoj studiji razlikuju do pet kategorija medija. korisnika starijih od 65 godina prema, između ostalih varijabli, njihovom stavu o privatnosti.

2.2 Izazovi i prepreke u korištenju interneta

Neosporno je da su napredne tehnologije pružile alate za rekonstrukciju obrazovanja dok prolazimo kroz dramatičnu tehnološku revoluciju i ulazimo u novo tisućljeće. Multimedijske tehnologije poput mobitela, Interneta i World Wide Weba (WWW) stvaraju nebrojene nove resurse i materijale za širenje obrazovanja. Informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) koja se danas razvila igra duboke uloge u globalizaciji u kojoj se nacionalne granice zamagljuje trenutačnim interakcijama, komunikacijama i čak dijeljenjem informacija.

²⁶ Fang, M. L., Canham, S. L., Battersby, L., Sixsmith, J., Wada, M., & Sixsmith, A. (2019). Exploring privilege in the digital divide: Implications for theory, policy, and practice. *The Gerontologist*, 59(1), 1–15. <https://doi.org/10.1093/geront/gny037>

²⁷ Abad-Alcalá, L. (2014). Media literacy for older people facing the digital divide: The e-inclusion programmes design. *Comunicar*, 42, 173–180. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-17>

²⁸ Nimrod, G. (2017). Older audiences in the digital media environment. *Information, Communication & Society*, 20(2), 233–249. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1164740>

Brzi razvoj interneta promijenio je mnoge aspekte svakodnevnog života, uključujući trgovinu, obrazovanje, zabavu i komunikaciju. Međutim, kako bi se zajamčio pravičan pristup i korištenje, još uvijek postoje važne prepreke za učinkovito korištenje interneta koje se moraju prevladati unatoč golemim prednostima. Na temelju relevantne literature i znanstvenih istraživanja, ovo poglavlje zadire u složena pitanja i prepreke s kojima se susreću različite demografske skupine, s naglaskom posebno na starije osobe. Cilj je predstaviti temeljito razumijevanje ovih pitanja.

Tehnička kompetencija i digitalna pismenost dvije su glavne prepreke korištenju interneta. Sposobnost korištenja različitih digitalnih uređaja za učinkovit i kritičan pristup, procjenu i proizvodnju informacija poznata je kao digitalna pismenost (Eshet-Alkalai, 2004.). Zbog potencijalne nedostatne izloženosti digitalnim tehnologijama, starije osobe pokazuju znatno viši stupanj digitalne pismenosti od mlađih generacija. Istraživanja su pokazala da se starije osobe zbog nedostatka iskustva i udobnosti s digitalnim tehnologijama često susreću s velikim preprekama kada ih pokušavaju nabaviti i koristiti (Gonzales, 2016.). Prema anketi Hunsakera i Hargittaija (2018.), starije osobe navode da su manje digitalno pismene i osjećaju se više tjeskobno kada koriste internet od mlađih korisnika. Daljnji faktor odvratanja starijih osoba od upotrebe digitalnih tehnologija je osjećaj iritacije i nemoći koji ovaj digitalni jaz može proizvesti. Sve su dobne skupine pogođene problemima sigurnosti i privatnosti pri korištenju interneta, no ti problemi najviše pogađaju starije osobe. Ljudi se mogu obeshrabriti u korištenju interneta za aktivnosti koje zahtijevaju dijeljenje osobnih podataka, uključujući internetsko bankarstvo ili kupnju, zbog straha od krađe identiteta, prijevare i kršenja osobnih podataka²⁹.

Prema istraživanju Leista (2013.), starije osobe imaju tendenciju da budu opreznije kada daju osobne podatke na internetu jer su svjesnije sigurnosnih opasnosti. Iako je po prirodi zaštitna, ova opreznost također može spriječiti punu upotrebu mrežnih usluga. Ranjivost starijih osoba dodatno je povećana mogućnošću da im nedostaje tehnološko znanje za postavljanje jakih lozinki, antivirusni softver i znanje o pokušajima krađe identiteta (Mitzner et al., 2010.).

²⁹ Czaja, S. J., Charness, N., Fisk, A. D., Hertzog, C., Nair, S. N., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2006). "Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE)." *Psychology and Aging*, 21(2), 333-352.

Pitanja pristupačnosti i upotrebljivosti također predstavljaju značajne prepreke korištenju interneta. Pristupačnost se odnosi na dizajn proizvoda, uređaja, usluga ili okruženja za osobe s invaliditetom, dok se upotrebljivost odnosi na jednostavnost korištenja i mogućnost učenja predmeta koje je napravio čovjek (Nielsen, 1993.).

Starije odrasle osobe mogu se suočiti s fizičkim izazovima kao što su slabljenje vida, sluha i motoričkih sposobnosti, što može otežati korištenje standardnih računalnih sučelja. Dizajn web stranica i digitalnih alata često ne uzima u obzir specifične potrebe starijih korisnika, što dovodi do frustracija i smanjene upotrebe. Na primjer, mali font, slab kontrast i složene navigacijske strukture mogu otežati starijim odraslim osobama učinkovito korištenje web stranica³⁰.

Socioekonomski čimbenici igraju ključnu ulogu u određivanju pristupa i korištenja interneta. Pojedinci nižeg socioekonomskog statusa možda nemaju financijskih sredstava da si priušte računala, pametne telefone ili pretplatu na internet, što stvara značajnu prepreku digitalnoj uključenosti.

"Digitalni jaz" izraz je koji se često koristi za opisivanje jaza između onih koji imaju pristup modernoj informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji i onih koji nemaju. Ova podjela nije očita samo među zemljama nego i unutar zemalja, gdje razlike u prihodima dovode do nejednakog pristupa digitalnim alatima i uslugama. Rješavanje ovih socioekonomskih prepreka zahtijeva ciljane politike i programe koji pružaju pristupačan pristup tehnologiji i internetskim uslugama, kao i obuku i podršku za one koji su digitalno isključeni.

Kognitivne prepreke, poput problema s pamćenjem, fokusom i rješavanjem problema, također mogu otežati učinkovito korištenje interneta. Ljudi mogu iskusiti kognitivni pad kako stare, što može utjecati na njihovu sposobnost da steknu nove vještine i prilagode se novim tehnologijama. Zbog toga starijim osobama može biti teško zapamtiti komplicirane upute, riješiti tehničke probleme ili zapamtiti lozinke. Za neke starije osobe korištenje digitalnih naprava i navigacija internetom može predstavljati preveliki kognitivni napor, što može uzrokovati nezadovoljstvo i odvajanje. Istraživanje je

³⁰ Czaja, S. J., Charness, N., Fisk, A. D., Hertzog, C., Nair, S. N., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2006). "Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE)." *Psychology and Aging*, 21(2), 333-352.

pokazalo da upute korak po korak, nekomplikirana sučelja i jasne upute mogu pomoći u smanjenju nekih od ovih kognitivnih prepreka i koristiti starijim osobama u boljem korištenju digitalne tehnologije³¹.

Na korištenje interneta također utječu društvene i kulturološke varijable. Određene kulturne norme i očekivanja mogu spriječiti starije osobe da koriste digitalne uređaje. Na primjer, starije osobe mogu se smatrati manje tehnički potkovanima ili sposobnima, što bi moglo dovesti do samoispunjavajućeg proročanstva u kojem izbjegavaju korištenje interneta jer misle da je neprikladno za njihovu dobnu skupinu (Haddon & Silverstone, 1996.).

Štoviše, mreže socijalne podrške ključne su za poticanje starijih osoba na korištenje interneta. Prema istraživanjima, starije osobe sklonije su korištenju digitalne tehnologije kada dobiju podršku i ohrabrenje od prijatelja i obitelji. S druge strane, osjećaji usamljenosti i antipatije prema tehnologiji mogu biti pojačani nedostatkom društvene podrške.

Korištenje interneta može biti ozbiljno ometeno psihološkim preprekama kao što su nedostatak samopouzdanja, strah od neuspjeha i tjeskoba zbog pogrešaka. Brza brzina tehnološkog napretka mogla bi užasniti starije ljude, koji bi mogli misliti da neće moći držati korak ili da bi im se njihovo neznanje zamjerilo. Kako bi se starije osobe osjećale ugodno eksperimentirajući i učeći svojom brzinom, mora se uspostaviti poticajno okruženje za učenje bez osuđivanja kako bi se riješile te psihološke prepreke. Izgradnja samopouzdanja i smanjenje anksioznosti može se postići nuđenjem prilika za međuvršnjačko učenje, individualiziranih programa obuke i pozitivnog potkrepljenja³².

Prepreke povezane s infrastrukturom i politikom također utječu na korištenje interneta. Sposobnost ljudi da se u potpunosti uključe u digitalni svijet može biti ometena neadekvatnom infrastrukturom, kao što je slaba širokopojasna pokrivenost u ruralnim područjima, što može ograničiti pristup brzom internetu (Selwyn, 2004.). Nadalje,

³¹ Czaja, S. J., Charness, N., Fisk, A. D., Hertzog, C., Nair, S. N., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2006). "Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE)." *Psychology and Aging*, 21(2), 333-352.

³² Czaja, S. J., Charness, N., Fisk, A. D., Hertzog, C., Nair, S. N., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2006). "Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE)." *Psychology and Aging*, 21(2), 333-352.

zakoni koji digitalnoj uključenosti starijih osoba ne daju visok prioritet riskiraju pogoršanje već postojećih prepreka. Imperativ je da vlade i organizacije donesu propise koji jamče jednak pristup digitalnim tehnologijama, alociraju sredstva za inicijative digitalnog opismenjavanja i potiču napredak tehnologije primjerene dobi³³.

Kako bi se prevladali izazovi i prepreke korištenju interneta, potreban je višestrani pristup. To uključuje poboljšanje digitalne pismenosti, poboljšanje pristupačnosti i upotrebljivosti, rješavanje socioekonomskih razlika i poticanje poticajnih društvenih okruženja.

- Poboljšanje digitalne pismenosti: Pružanje sveobuhvatnih programa digitalne pismenosti prilagođenih starijim odraslim osobama je ključno. Ti bi programi trebali pokrivati osnovne vještine, online sigurnost i praktičnu primjenu digitalnih tehnologija. Društveni centri, knjižnice i starije organizacije mogu poslužiti kao središta za obuku digitalne pismenosti.
- Poboljšanje pristupačnosti i upotrebljivosti: Dizajniranje sučelja prilagođenih starijima i osiguravanje usklađenosti web stranica i aplikacija sa standardima pristupačnosti može učiniti digitalne alate upotrebljivijima za starije osobe. To uključuje veće veličine teksta, boje visokog kontrasta i pojednostavljenu navigaciju.
- Rješavanje socioekonomskih razlika: kreatori politika trebali bi se usredotočiti na pružanje pristupačnog pristupa digitalnim tehnologijama i internetskim uslugama. Subvencije, javne pristupne točke i programi donacija za digitalne uređaje mogu pomoći u premošćivanju digitalnog jaza.
- Poticanje podržavajućeg društvenog okruženja: Poticanje članova obitelji i prijatelja da podrže starije odrasle osobe u korištenju digitalnih tehnologija može povećati njihovo samopouzdanje i angažman. Međugeneracijski programi koji spajaju starije odrasle osobe s mlađim mentorima mogu biti posebno učinkoviti.
- Provedba uključivih politika: Vlade i organizacije trebale bi razviti i provoditi politike koje promiču digitalnu uključenost starijih osoba. To uključuje financiranje istraživanja digitalnih prepreka povezanih sa starenjem, potporu

³³ Czaja, S. J., Boot, W. R., Charness, N., & Rogers, W. A. (2013). "Designing for older adults: Principles and creative human factors approaches." CRC Press

inicijativama digitalnog opismenjavanja i poticaje za razvoj pristupačnih tehnologija.

- Stvaranje pozitivnog okruženja za učenje: Uspostavljanje atmosfere bez osuđivanja i podrške za učenje digitalnih vještina može pomoći u smanjenju tjeskobe i izgradnji povjerenja među starijim odraslim osobama. Pružanje prilika za praktičnu praksu i pozitivno potkrepljenje može potaknuti kontinuirano učenje i istraživanje.

2.3. Prednosti i koristi online aktivnosti

Tijekom prošlog desetljeća korištenje računala i interneta među starijim odraslim osobama dramatično je poraslo u Sjedinjenim Državama. Na primjer, Pew Internet i American Life Project otkrili su da je samo 22% odraslih u dobi od 65 ili više godina koristilo internet 2004. godine, no od 2011. taj se udio povećao na 53%³⁴. Starije odrasle osobe, kao i njihovi mlađi kolege, koriste internet za komunikaciju s obiteljima i prijateljima putem e-maila i programa za video komunikaciju, kupnju na internetu, osobno bankarstvo, bloganje, igranje igrica ili druge aktivnosti. Oni također koriste internet za pristup zdravstvenim informacijama ili uslugama, dobivanje odgovora na zdravstvena pitanja, punjenje i ponovno punjenje lijekova i komunikaciju s pružateljima zdravstvenih usluga³⁵.

Brojna su istraživanja pokazala korisne učinke korištenja interneta na starije osobe. Sum, Mathews, Hughes i Campbell (2008.) otkrili su da starije osobe koje koriste internet kao komunikacijski alat imaju manje osjećaja usamljenosti. Sum, Mathews i Hughes (2009.) također su izvijestili da korištenje interneta značajno predviđa osjećaj dobrobiti i osjećaj zajednice kod starijih osoba³⁶. Slično tome starije odrasle osobe mogu iskusiti osjećaj povezanosti i zadovoljstva odlaskom na internet u svrhu komunikacije i zabave. Također, povezanost između korištenja interneta i samoučinkovitosti. Veliki reprezentativni uzorak iz Ankete o zdravlju i umirovljenju iz

³⁴ Zickuhr, K., & Madden, M. (2012). Older adults and Internet use. The Pew Internet Project and American Life. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Older-adults-and-internet-use.aspx>

³⁵ Echt, K. V., & Burrige, A. B. (2011). Predictors of reported internet use in older adults with high and low health literacy: The role of socio-demographics and visual and cognitive function. *Physical & Occupational Therapy in Geriatrics*, 29, 23–43.

³⁶ Sum, S., Mathews, R., & Hughes, I. (2009). Internet use as a predictor of sense of community in older people. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 235–239

2004. pokazao je da je korištenje interneta povezano s povećanim kontaktima s obitelji, prijateljima i sudjelovanjem u društvenim organizacijama³⁷.

Starije odrasle osobe koje koriste internet vjerojatno će biti zadovoljne svojim aktivnostima u slobodno vrijeme i da će imati znatno više ocjene od onih koji ga ne koriste za psihološke prednosti, obrazovnu stimulaciju, društvene odnose i opuštanje. Korisnici računala imaju bolje zdravlje i manji broj bolničkih dana u usporedbi s onima koji ih nisu koristili. Također su naznačili da je vjerojatnije da će korisnici računala koristiti knjižnicu, čitati i uživati u učenju novih stvari u usporedbi s onima koji to nisu. Obuka također može pomoći starijim odraslim osobama u pristupu točnim, ažurnim zdravstvenim informacijama³⁸.

Druga istraživanja ukazuju na potencijal da nema koristi ili stvarnih nedostataka za starije odrasle osobe koje koriste Internet. Na primjer, Dickinson i Gregor (2006.) pregledali su literaturu koja je izvještavala o koristima za dobrobit povezane s korištenjem interneta. Njihovo tumačenje bilo je da su dotične studije pronašle koristi za dobrobit povezane s podučavanjem i interakcijom licem u lice, a ne koristi povezane s korištenjem interneta³⁹. Starije odrasle osobe također mogu doživjeti povećani rizik od iskorištavanja interneta, osobito u dobivanju dezinformacija iz internetskih izvora ili dolasku do kršenja sigurnosti, na temelju njihovog ograničenog razumijevanja i obrazovanja o internetu. Naposljetku, iako se općenito ne čini da korištenje interneta smanjuje odnose licem u lice kod starijih odraslih osoba, jedna studija koja je općenito pronašla koristi od korištenja interneta otkrila je da je ona povezana sa smanjenom interakcijom s proširenom obitelji⁴⁰.

Unatoč prednostima korištenja interneta za starije odrasle osobe i njegovom golemom potencijalu za poboljšanje kvalitete života starijih osoba, još uvijek postoje prepreke za korištenje interneta od strane nekih starijih osoba. U nekim skupinama starijih osoba

³⁷ Hogeboom, D. L., McDermott, R. J., Perrin, K. M., Osman, H., & Bell-Ellison, B. A. (2010). Internet use and social networking among middle aged and older adults. *Educational Gerontology*, 36, 93–111.

³⁸ Xie, B., & Bugg, J.M. (2009). Public library computer training for older adults to access high-quality Internet health information. *Library & Information Science Research*, 31, 155–162

³⁹ Dickinson, A., & Gregor, P. (2006). Computer use has no demonstrated impact on the well-being of older adults. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64, 744–753

⁴⁰ Hogeboom, D. L., McDermott, R. J., Perrin, K. M., Osman, H., & Bell-Ellison, B. A. (2010). Internet use and social networking among middle aged and older adults. *Educational Gerontology*, 36, 93–111

većina uopće ne ide na internet. Ove starije odrasle osobe mogu izgubiti priliku za dobivanje zdravstvenih ili socijalnih informacija ili korištenje alata za upravljanje zdravljem koji postoje na internetu. Na primjer, Cresci et al. (2010.) naznačili su da bi se internet mogao koristiti kao intervencijski alat povezan sa zdravljem gdje starije odrasle osobe imaju pristup zdravstvenim informacijama i alatima za donošenje odluka za upravljanje svojim kroničnim zdravstvenim stanjima. Stoga je važno razumjeti kritične varijable koje su trenutno povezane s korištenjem interneta među starijim odraslim osobama; posebice saznati tko ne koristi internet i zašto ga ne koristi⁴¹.

Studije dosljedno pokazuju da je dob negativno povezana s korištenjem interneta; kako dob raste, uporaba i stavovi prema računalima i Internetu postaju sve negativniji. To može biti povezano s promjenama u kogniciji, fizičkim i perceptivnim sposobnostima povezanim sa starošću, uključujući promjene u brzini kognitivne obrade, smanjenje sposobnosti učinkovite alokacije pažnje, smanjenje prostornih sposobnosti, smanjenje vidne oštine, smanjenje oštine sluha i smanjenje motoričkih vještina⁴². Ove mentalne i fizičke promjene nisu uzete u obzir u većini dizajna hardvera i softvera, ostavljajući starije odrasle osobe u potencijalno nepovoljnom položaju pri korištenju ovih tehnologija. Odnos između dobi i korištenja interneta može biti djelomično posljedica promjena generacijskih problema povezanih s tehnologijom. Utvrđeno je da odrasli u svojim 60-ima, posebno baby boomers (oni rođeni od 1946. nadalje), pokazuju stope korištenja računala i interneta te aktivnosti usporedive s njihovim mlađim kolegama. To može biti zbog činjenice da mnogi ljudi koji žive u boomu trenutno koriste računala i internet na poslu ili nastavljaju koristiti računalne i internetske vještine koje su naučili na poslu do umirovljenja i starosti.

Utvrđeno je da je obrazovanje povezano s korištenjem interneta kod starijih osoba. Starije osobe s višim stupnjem obrazovanja vjerojatnije su koristile internet od onih s nižim stupnjem obrazovanja. Također je utvrđeno da je prihod povezan s korištenjem interneta među starijim osobama. Prema Pew Internet Projectu, odrasli koji su zarađivali 30.000 dolara ili manje imali su manju vjerojatnost da će koristiti internet od

⁴¹ Cresci, M. K., Yarandi, H. N., & Morrell, R. W. (2010). Pro-nets versus no-nets: Differences in urban older adults' predilection for Internet use. *Educational Gerontology*, 36, 500–520

⁴² Charness, N., & Boot, W. R. (2009). Aging and information technology use: Potential and barriers. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 253–258

onih koji su zarađivali više od 30.000 dolara⁴³. Cresci et al., (2010.) također su otkrili u svom reprezentativnom uzorku stanovnika Detroita da korisnici koji ne koriste internet imaju tendenciju da imaju niže razine prihoda i obrazovanja, da su stariji, u mirovini i manje aktivni od korisnika računala i interneta. U nekim studijama koje su koristile regresijske modele, međutim, dohodak nije bio značajan kada se kontrolira obrazovanje, iako su druge studije utvrdile da ostaje neovisan čimbenik.

Istraživanje o korištenju interneta pokazalo je da se digitalni jaz temeljen na rasnoj/etničkoj pripadnosti općenito smanjuje. Međutim, razlike temeljene na rasi/etničkoj pripadnosti među starijom odraslom populacijom još uvijek su zabilježene. U nizu studija, starije odrasle osobe Afroamerikanaca i Hispanjolaca/Latinoamerikanaca izvijestile su o manjoj upotrebi interneta. Utvrđeno je da je znanje engleskog jezika jače povezano s korištenjem interneta nego s etničkom pripadnosti. Na primjer, korištenje španjolskog kao primarnog jezika dovodi do značajnog smanjenja korištenja interneta u svim dobnim skupinama, a najviše u starijim odraslim skupinama⁴⁴.

Utvrđeno je da su bračni status i način života povezani s korištenjem interneta kod starijih osoba; starije odrasle osobe koje su u braku i one koje žive s nekim drugim imale su veću vjerojatnost da će koristiti internet od samih starijih odraslih osoba, udovica ili onih koji žive sami. Supružnik ili član obitelji koji koristi internet vjerojatno će poticati ili poučavati starije osobe u kućanstvu da ga koriste. Odrasla djeca također mogu naučiti svoje roditelje kako se koristiti internetom. Poseban čimbenik koji je ispitan u nekoliko studija je pristup Internetu. Cutler i suradnici (2003.) otkrili su da pristup računalu smanjuje utjecaj drugih demografskih podataka povezanih s neupotrebom interneta. Mnoga ruralna područja nude samo spore dial-up veze s internetom, što utječe na pristup. Još jedna prepreka korištenju interneta među starijim odraslim osobama bio je nedostatak mogućnosti obuke za učenje korištenja računala i interneta na radnom mjestu. Osobe na rukovodećim pozicijama često ne vide starije radnike kao sposobne za učenje novih tehnologija poput računala i interneta. Nakon

⁴³ Werner, J. M., Carlson, M., Jordan-Marsh, M., & Clark, F. (2011). Predictors of computer use in community-dwelling, ethnically diverse older adults. *Human Factors*, 53, 431–447

⁴⁴ Lopez, M. H., Gonzalez-Barrera, A., & Patten, E. (2013). Closing the digital divide: Latinos and Technology Adoption. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewhispanic.org/2013/03/07/closing-the-digital-divide-latinos-and-technology-adoption/>

umirovljenja, takvim radnicima može nedostajati afiniteta i motivacije za učenje korištenja računala. Također, negativne percepcije i stereotipi pružatelja ljudskih usluga o korištenju tehnologije od strane starijih osoba mogu biti prepreka njihovoj upotrebi interneta jer možda neće poticati starije odrasle osobe da nauče te vještine⁴⁵.

Kada su starije odrasle osobe koje su odlučile ne koristiti internet upitane o toj odluci, primarni razlog koji je prijavljen je da ne vide korist od korištenja ili nisu zainteresirani za korištenje. Melenhorst, Rogers i Bouwhuis (2006) vodili su fokusne grupe sa starijim odraslim osobama koje su koristile i nisu koristile Internet. Korisnici koji nisu korisnici interneta naveli su nedostatak potencijalnih koristi od korištenja interneta i potencijalne izazove korištenja. Carpenter i Boday (2007) otkrili su da većina ne-korisnika interneta nije zainteresirana za korištenje. Pregled literature o korištenju interneta kod starijih osoba Wagnera i suradnika (2010.) utvrdio je da je nedostatak percipirane dobrobiti glavni čimbenik. Utvrđeno je da je frustracija starijih osoba kada uče kako koristiti računala i internet prepreka korištenju interneta. Jung i sur. (2010.) su u svojoj studiji o starijim imigrantima pripadnicima manjina u Los Angelesu otkrili da su anksioznost računala i anksioznost starenja jaki prediktori odluke da se ne ide na tečaj informatičke obuke u centrima za starije osobe. Gatto i Tak (2008.) otkrili su da su starije odrasle osobe prijavile prepreke poput frustracije zbog vremena potrebnog za učenje računalnih vještina i vježbanje lekcija kod kuće kako bi naučili kako se koristiti računalima i internetom⁴⁶.

2.4. Tehnička pismenost i podrška za osobe starije od 55 godina

Digitalna tehnologija ima potencijal osnaživanja za starije osobe jer omogućava prevladavanje fizičkih barijera i, time, olakšava kontakt s geografski udaljenom obitelji i prijateljima te omogućava kulturno sudjelovanje, pristup informacijama, kupovinu, bankarstvo i zdravstvene usluge iz kuće. Posjedovanje potrebne digitalne pismenosti može povećati neovisnost, promicati fizičku i mentalnu dobrobit starijih osoba, spriječiti kognitivno propadanje te je korisno za održavanje identiteta⁴⁷. Stoga, povećana

⁴⁵ Githens, R. (2007). Older adults and e-learning: Opportunities and barriers. *Quarterly Review of Distance Education*, 8, 329–338

⁴⁶ Gatto, S. L., & Tak, S. H. (2008). Computer, Internet, e-mail use among older adults: Benefits and barriers. *Educational Gerontology*, 34, 800–811.

⁴⁷ Choi, N., and Dinitto, D. (2013). Internet use among older adults: association with health needs, psychological capital, and social capital. *J. Med. Internet Res.* 15:e2333. doi: 10.2196/jmir.2333

digitalizacija ima prednosti za one starije osobe koje su dovoljno vješte. Rastuća uporaba digitalnih usluga postupno istiskuje nedigitalne alternative i prisiljava pojedince da integriraju digitalne tehnologije kao bitnu komponentu u svoje svakodnevne živote. To je vidljivo u prijelazu na online bankarstvo i e-usluge, popraćeno zatvaranjem šaltera i smanjenjem radnog vremena, a osobni kontakt zamjenjuju video pozivi, tekstualne poruke ili chatboti. Čak se i karte za javni prijevoz ili muzeje prodaju putem aplikacija. Stoga digitalne vještine postaju sve više nužnost za socijalnu uključenost i sudjelovanje.

Unutar starije populacije, "mlađi-stari" (65–74 u usporedbi s 75–84 i 85+) imaju veću vjerojatnost da imaju višu razinu obrazovanja i bolje internetske vještine. Stoga je potrebno uzeti u obzir i generacijske i dobne faktore. Generacijski faktori su tipični za određenu eru socio-kulturne evolucije. Što se tiče usvajanja tehnologije, razlika je u tome je li netko odrastao u nedigitalnim 1950-ima, 1980-ima kada su kućna računala postala popularna ili danas kada su mobilni internet, pametni telefoni i društveni mediji sveprisutni⁴⁸. Ljudi starijih generacija imali su manje prilika za interakciju s digitalnim tehnologijama i često se osjećaju kao autsajderi digitalne kulture⁴⁹. Dobni faktori također imaju tendenciju da utječu na ljude određene dobi bez obzira na specifičnu eru i odnose se na promjene u kognitivnim i perceptivnim sposobnostima, na primjer, u učenju, pamćenju, pažnji, sluhu i vidu, ali i fizičke, motoričke i osjetilne promjene. Sve ove promjene utječu na autonomiju i, kao posljedica toga, mogu dovesti do psihosocijalnih promjena kao što su gubitak samopoštovanja ili krize identiteta. U vremenima kada se snažno potiče starenje na mjestu (tj. kod kuće), takve prepreke treba uzeti u obzir.

S napretkom digitalizacije svakodnevnog života, moramo razmotriti što zapravo znači "postati digitalno pismen" i koji su to ključni elementi koje starije osobe trebaju savladati. Kao što neki autori napominju, akademska literatura koristi pojmove kao što su digitalna pismenost, digitalne vještine, digitalne kompetencije, internetske vještine, ICT pismenost ili vještine 21. stoljeća naizmjenično, unatoč nekim razlikama u opsegu i specifičnostima. Izvorno skovan od strane Gilster-a (1997, str. 1) 1990-ih, pojam digitalne pismenosti odnosio se na "sposobnost razumijevanja i korištenja informacija

⁴⁸ Schirmer, W., Geerts, N., Vercruyssen, A., and Glorieux, I. (2022). Digital skills training for older people: The importance of the 'lifeworld'. *Arch. Gerontol Geriatr.* 101 doi: 10.1016/j.archger.2022.104695

⁴⁹ Blažič, B., and Blažič, A. (2020). Overcoming the digital divide with a modern approach to learning digital skills for the elderly adults. *Educ. Inf. Technol.* 25, 259–279. doi: 10.1007/s10639-019-09961-9

u više formata iz različitih izvora kada se predstavljaju putem računala.” Danas ne postoji konačan konsenzus o definiciji digitalne pismenosti. Čini se da je ona višeznačna s različitim interpretacijama koje odgovaraju interesima i opsegu različitih disciplina. Nedavni pregled literature od strane van Laar-a et al. (2017) otkriva da digitalne vještine usko prikazuju tehničke sposobnosti korištenja digitalnih uređaja i usluga, dok se digitalna pismenost obično definira kao širi skup kompetencija koji nadilazi tehničke vještine, ali uključuje kognitivne i socio-emocionalne vještine. Pored upravljanja uređajima, pismenost također uključuje pristup, evaluaciju i upravljanje informacijama, što digitalnu pismenost približava kritičkoj medijskoj pismenosti. Eshet (2012) čak dodaje socio-emocionalnu pismenost kao element digitalne pismenosti, što se odnosi na razumijevanje i praćenje ponašajnih pravila koja prevladavaju u internetskim prostorima⁵⁰.

Unatoč nekim nesuglasticama na razini detalja, čini se da postoji konsenzus da digitalna pismenost mora značiti mnogo više od samih tehničkih vještina upravljanja uređajima (van Laar et al., 2017). Gilster (1997, str. 1-2) već je rekao da “digitalna pismenost znači ovladavanje idejama, a ne tipkama.”

Problem koji obrađujemo u ovom članku je taj što su očekivanja o tome što digitalna pismenost podrazumijeva previše visoka za mnoge digitalno isključene starije osobe bez prethodnog digitalnog iskustva. Kako bi se ovladalo netehničkim aspektima, tj. kognitivnim i socio-emocionalnim aspektima digitalne pismenosti, potrebno je prvo imati osnovne tehničke vještine. Kritička evaluacija informacija je vještina koja se primjenjuje pri čitanju tiskane novine ili pamfleta s upitnom reputacijom, ali ako ne znate kako upravljati web preglednikom, a kamoli računalom koje pokreće preglednik, te vještine nisu od velike pomoći. Stoga, "tipke" bi se mogle odnositi na pisanje koda, ali kada se primijene na digitalno nepismene starije osobe bez prethodnog ICT znanja, to bi moglo značiti sposobnost korištenja tipkovnice kao osnovne vještine.

⁵⁰ Eshet, Y. (2012). Thinking in the digital era: a revised model for digital literacy. *Issues Inform. Sci. Inf. Technol.* 9, 267–276

3. ISTRAŽIVANJE ONLINE NAVIKA OSOBA 55 I VIŠE GODINA

3.1. Ciljna populacija i uzorak

Odrasle osobe starije od 55 godina ciljna su populacija za istraživanje ovog rada. Istraživanje njihovog online ponašanja, stupnja tehničke pismenosti, poteškoća s kojima se susreću pri korištenju interneta te nagrada i prednosti koje doživljavaju od sudjelovanja u online aktivnostima bili su glavni ciljevi istraživanja. Stvaranje politika i inicijativa koje će poduprijeti digitalnu uključenost i poboljšati kvalitetu života za ovu populaciju zahtijevat će razumijevanje načina na koji stariji pojedinci koriste internet i nose se s digitalnim preprekama.

Osobe starije od 55 godina, koje čine znatan i rastući dio ukupne populacije, uključene su u ciljnu skupinu istraživanja. U kontekstu društvenog, gospodarskog i tehničkog napretka, starije osobe postaju sve značajnija populacija zbog sve dužeg životnog vijeka i demografskih promjena. Stoga su istraživači, kreatori politika i pružatelji usluga vrlo zainteresirani za njihovo ponašanje na internetu, tehničku pismenost i digitalne zahtjeve. Zbog smanjene tehničke pismenosti, zabrinutosti za privatnost i sigurnost te ograničenog pristupa tehnološkim resursima, starije osobe se suočavaju s posebnim poteškoćama i preprekama pri korištenju interneta. Međutim, internet pojedincima pruža mnoštvo prednosti, uključujući mogućnost da ostanu u kontaktu s prijateljima i obitelji, pristup informacijama, kupnju putem interneta, dobivanje zdravstvenih usluga i iskorištavanje prilika za obrazovanje i napredovanje u karijeri.

U istraživanju je sudjelovao uzorak od 100 ispitanika, od kojih su svi bili stariji od 55 godina. Nalazi istraživanja, s obzirom na veličinu uzorka, rasvjetljavaju online ponašanja i prepreke s kojima se susreću starije osobe; ipak, treba priznati da rezultati možda neće biti tako široko primjenjivi na veću populaciju zbog male veličine uzorka. Najpopularnije online aktivnosti, tehnička pismenost, percepcija internetske sigurnosti te prednosti i nedostaci korištenja digitalnih tehnologija bile su među temama obuhvaćenim upitnikom korištenim za prikupljanje podataka za ovo istraživanje. Upitnik je osmišljen kako bi se prikupili mjerljivi podaci koji bi omogućili analizu navika korištenja interneta među starijim osobama.

3.2.Prikupljanje podataka

Svrha prikupljanja podataka u ovoj studiji bila je dobiti temeljito razumijevanje online ponašanja, tehnološke pismenosti, prepreka i prednosti koje starije odrasle osobe – osobe od 55 godina i više – imaju pri korištenju interneta. Ova je demografija odabrana zbog njihovih jedinstvenih zahtjeva i poteškoća u digitalnom svijetu, koji se često razlikuju od onih mlađih generacija.

Za prikupljanje podataka korišten je anketni upitnik koji je trebao obuhvatiti nekoliko aspekata korištenja interneta od strane starijih osoba. Strukturirani upitnik uključivao je i zatvorene i otvorene stavke. Dok su pitanja otvorenog tipa nudila kvalitativnije uvide u uvjerenja i iskustva ispitanika, pitanja zatvorenog tipa omogućila su kvantitativnu analizu. U skladu s definiranim predmetom istraživanja, a u svrhu postizanja definiranih ciljeva rada, za prikupljanje podataka kreiran je anketni upitnik koji se sastojao od 16 pitanja. Osnovni statistički skup su ispitanici koji su stariji od 55 godina i žive na području Republike Hrvatske. Ispitanici su dali odgovore na konkretna pitanja procjenjujući svoje stavove kroz ljestvicu Likertovog tipa. Prikupljanje podataka se provodilo od 01.05.2024. do 15.06.2024. godine primjenom Google online obrasca. U anketi je prikupljeno 100 odgovora.

U upitnik su uključene sljedeće tematske cjeline:

- Podaci o dobi, spolu, stupnju obrazovanja i društvenom položaju ispitanika uključeni su u socio-demografski dio. Svrha ovih podataka bila je dublje razumijevanje konteksta korištenja interneta kod ispitanika.
- Učestalost korištenja interneta: upitnici o učestalosti korištenja interneta (dnevno, tjedno, mjesečno ili nikad). Pomoću ovih podataka utvrđen je stupanj interakcije s digitalnim tehnologijama.
- Najpopularnije online aktivnosti: Ovaj odjeljak uključuje pitanja o vrstama online aktivnosti koje ispitanici najčešće rade, kao što su korištenje društvenih mreža, čitanje vijesti, kupnja na mreži i gledanje videa, između ostalog.
- Tehnička pismenost: Ispitanikova samoprocjena njihove tehničke osposobljenosti, uključujući razinu udobnosti i sposobnosti za korištenje računala i interneta.

- Zabrinutost oko osjećaja sigurnosti na internetu i glavni problemi vezani uz sigurnost na internetu obrađeni su u ovom odjeljku o sigurnosti na internetu.
- Podrška za korištenje interneta: Upiti o učestalosti i postojanju podrške koju ispitanici dobivaju od prijatelja, obitelji ili organizacija za korištenje interneta.
- Prednosti i nedostaci korištenja interneta: Upiti o percepciji ispitanika o prednostima interneta, poput mogućnosti dobivanja informacija i održavanja društvenih veza, kao i primarnim nedostacima.

3.3. Instrument istraživanja

Ispitanici su upitniku mogli pristupiti online putem linka, jer se anketa provodila digitalno. Ova strategija olakšala je distribuciju ankete i povećala doseg ispitanika. Kako bi se zajamčilo uključivanje ispitanika koji su manje digitalno vješti, korištene su i različite metode distribucije, budući da se ciljna demografija sastoji od starijih osoba. Kako bi se to postiglo, tiskani primjerak ankete distribuiran je umirovljeničkim domovima, lokalnim zajednicama i drugim skupinama koje njeguju zajednicu među starijim osobama.

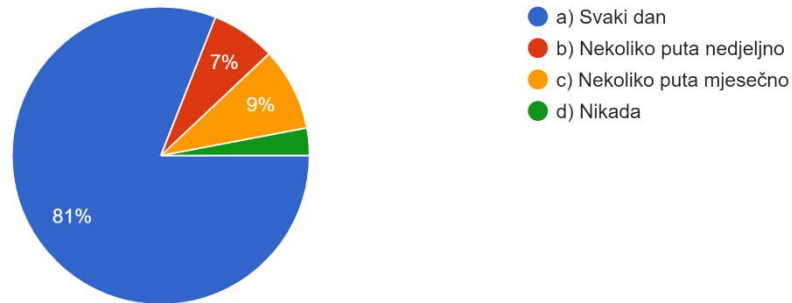
3.4. Analiza podataka

Učestalost korištenja interneta među 100 ispitanika prikazana je u kružnom grafikonu. 81% ljudi svakodnevno koristi internet, što je ogromna većina i sugerira da se ljudi uvelike oslanjaju na njega za različite zadatke poput posla, komunikacije i uživanja. S druge strane, 7% sudionika koristi internet više puta tjedno, što ukazuje na umjerenu ovisnost o njemu uglavnom za određene ciljeve. Nadalje, 9% ljudi koristi internet više puta mjesečno, što može značiti da preferiraju offline aktivnosti ili imaju ograničen pristup internetu. Samo 3% ispitanika reklo je da nikada ne koristi internet, što se može pripisati problemima s pristupom ili osobnim preferencijama. Općenito, grafikon pokazuje da je svakodnevna upotreba interneta velika, naglašavajući ključnu ulogu interneta u modernom životu, a istovremeno prikazuje različite razine pristupa i ovisnosti među ispitanicima.

Grafikon 1 Učestalost korištenja interneta

1. Koliko često koristite internet?

100 odgovora



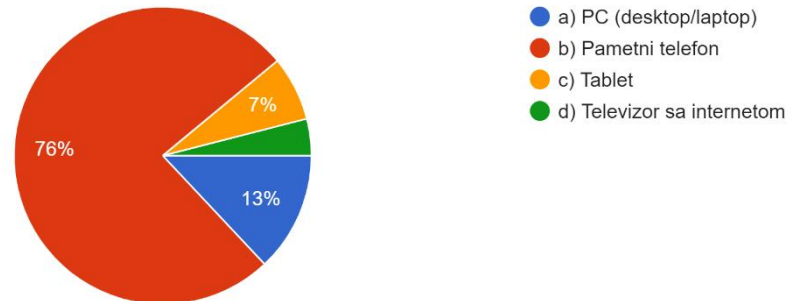
Izvor: Izrada autora

Sedamdeset i šest posto (76%) ispitanika uglavnom koristi svoje pametne telefone za pristup internetu. Ova preferencija naglašava kako su pametni telefoni najpopularniji uređaj za internetske aktivnosti zbog svoje prenosivosti i jednostavnosti. Usporedno, 13% ispitanika reklo je da radije koriste računala, što uključuje stolna i prijenosna računala. To ukazuje da manji postotak ispitanika smatra da su tradicionalna računala neophodna za aktivnosti koje bi mogle zahtijevati snažniju tehnologiju ili veće zaslone. 7% ispitanika koristi tablete, što ukazuje na blagu sklonost ovim uređajima zbog njihove prenosivosti i većeg zaslona u usporedbi s pametnim telefonima. 4% ispitanika reklo je da koristi televizore s omogućenim internetom, što ukazuje na nišu korištenja uglavnom za zabavu. Općenito, grafikon ističe istaknutost pametnih telefona u svakodnevnoj upotrebi interneta, s drugim uređajima koji imaju posebne uloge na temelju potreba i preferencija korisnika.

Grafikon 2 Uređaji kojima se ispitanici služe

2. Koji uređaj najčešće koristite za pristup internetu?

100 odgovora



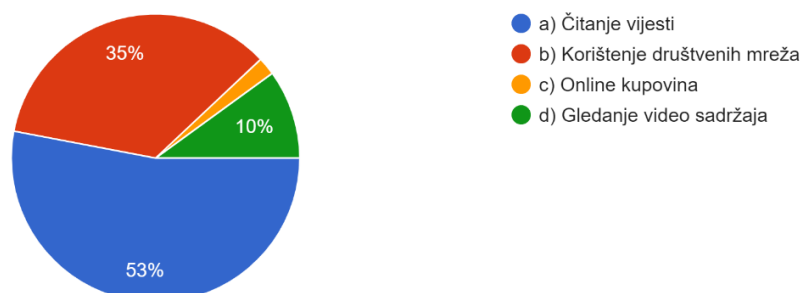
Izvor: Izrada autora

Internetske aktivnosti kojima se najčešće bavi 100 ispitanika prikazane su na grafikonu 3. Čitanje vijesti ima važnu ulogu u suvremenom digitalnom životu za informiranje o aktualnim događajima, što se vidi iz činjenice da najveći dio ispitanika, 53%, koristi internet prvenstveno u te svrhe. Korištenje društvenih mreža također je značajna aktivnost, s 35% ispitanika koji ga svrstavaju kao svoju glavnu online aktivnost, naglašavajući ulogu interneta u komunikaciji, zabavi i razmjeni informacija. U usporedbi s konzumacijom vijesti i korištenjem društvenih mreža, manji postotak, 10%, koristi internet za gledanje video sadržaja. Posljednje, ali ne i najmanje važno, 2% ispitanika reklo je da je njihova glavna aktivnost online kupovina.

Grafikon 3 Aktivnosti ispitanika na internetu

3. Koje aktivnosti obično obavljate na internetu?

100 odgovora

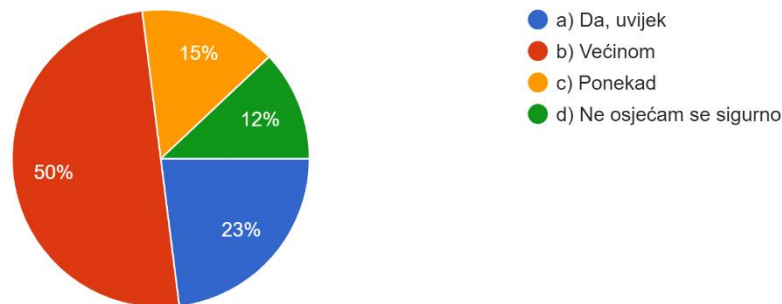


Izvor: Izrada autora

Grafikon 4 Sigurnost ispitanika na internetu

4. Osjećate li se sigurno kada koristite internet

100 odgovora



Izvor: Izrada autora

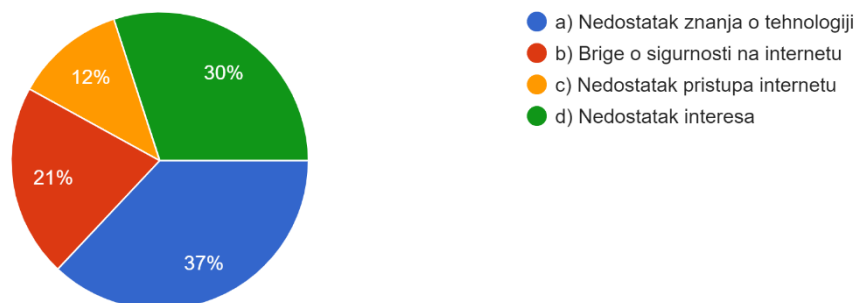
Percepcije ispitanika o njihovoj razini online sigurnosti prikazane su na četvrtom grafikonu. Većina, 50%, osjeća se uglavnom sigurno kada se koristi internetom, što sugerira da, iako postoji opće povjerenje, povremeno može biti zabrinutosti ili neizvjesnosti. Nakon toga, znatan udio ispitanika, 23% rekao je da se uvijek osjeća sigurno kada koristi internet. Za usporedbu, 15% ljudi osjeća se ugodno samo povremeno, što može ukazivati na sporadičnu neizvjesnost ili određene situacije u kojima se ljudi osjećaju nesigurno. Konačno, 12% ispitanika reklo je da se nikad ne osjećaju sigurno na internetu, navodeći ozbiljne brige o sigurnosti na internetu ili loša iskustva u prošlosti. Iako se većina ispitanika osjeća primarno ili stalno sigurno kada koristi internet, značajna manjina se povremeno ili stalno osjeća nesigurno koristeći internet.

Glavne prepreke koje sprječavaju ispitanike u korištenju interneta prikazane su na petom grafikonu. 37% ispitanika, znatna većina, svoju glavnu prepreku navodi kao nedostatak tehnoloških vještina. Time se naglašava koliko je važno poboljšati obrazovanje i digitalnu pismenost. Značajna dodatna prepreka je nedostatak interesa za internet, koji pogađa 30% ispitanika. 21% ispitanika navelo je zabrinutost oko internetske sigurnosti kao glavnu prepreku, što sugerira da su zabrinutosti oko privatnosti i sigurnosti i dalje glavni čimbenici u ograničavanju upotrebe interneta. Naposljetku, 12% ispitanika izjavilo je da ima problema s pristupom internetu, što pokazuje stalnu važnost infrastrukturnih izazova.

Grafikon 5 Prepreke koje ispitanike sprečavaju pri korištenju interneta

5. Koje su najveće prepreke koje vas sprečavaju da koristite internet?

100 odgovora



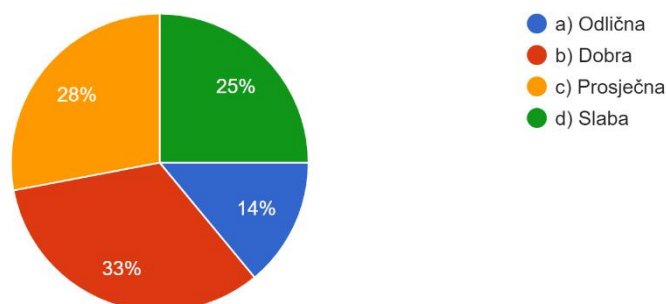
Izvor: Izrada autora

Kako ispitanici ocjenjuju svoju tehničku pismenost u vezi s korištenjem interneta prikazano je na šestom kružnom grafikonu. Značajno je da 25% ljudi smatra da ima nisku tehničku pismenost, što ukazuje na nedostatak povjerenja u njihove digitalne sposobnosti. S druge strane, 33% ljudi smatra da je njihova pismenost dobra, pokazujući dobro razumijevanje i vještinu s digitalnim okruženjem. Od njih, 28% misli da čitaju na prosječnoj razini, što ukazuje da bi mogli bolje. Samo 14% ljudi smatra da je njihova pismenost izvanredna, što ističe malenu, ali vrlo stručnu bazu korisnika interneta.

Grafikon 6 Ocjena tehničke pismenosti ispitanika

6. Kako biste ocijenili svoju tehničku pismenost u vezi s internetom?

100 odgovora

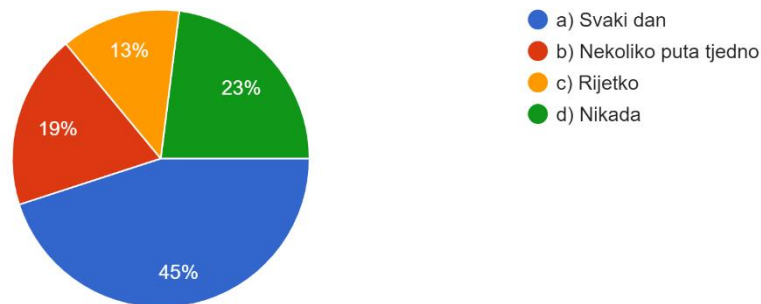


Izvor: Izrada autora

Učestalost korištenja društvenih medija među ispitanicima ispitana je u sedmom kružnom grafikonu. Većina, 45%, koristi društvene medije svakodnevno, pokazujući koliko su važni za njihovu rutinu dijeljenja informacija i komunikacije. 19% ljudi koristi društvene mreže više puta tjedno, što sugerira čest, ali manje dosljedan angažman. Manji postotak, 13%, koristi društvene medije sporadično, što ukazuje na minimalno ili selektivno korištenje. Konačno, 23% ispitanika reklo je da nikada ne koristi društvene mreže, što pokazuje da postoji značajan dio populacije koji nije uključen u ove platforme.

Grafikon 7 Učestalost korištenja društvenih mreža

7. Koliko često koristite društvene mreže?
100 odgovora



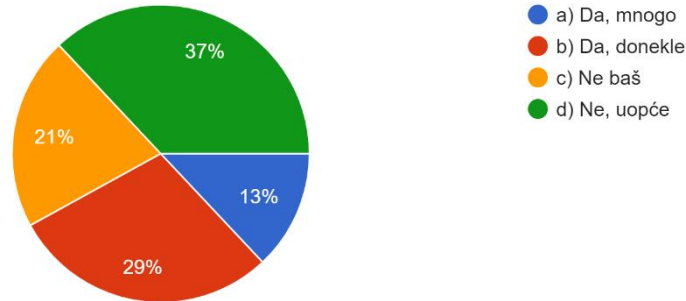
Izvor: Izrada autora

Mišljenja ispitanika o tome kako online kupnja utječe na njihov svakodnevni život ispitana su u osmom kružnom grafikonu. Značajnih 37% ispitanika smatra da im kupnja putem interneta uopće ne olakšava svakodnevnu rutinu, pokazujući visok stupanj nezadovoljstva ili neefikasnosti. Dodatnih 29% vjeruje da donekle pomaže, što ukazuje na umjeren, ali blagotvoran učinak. Ipak, 21% ispitanika smatra da kupnja putem interneta ne pomaže puno, a samo 13% da mnogo pomaže. Ovi rezultati upućuju na to da neki ispitanici ne smatraju da je online kupnja relevantna ili korisna kao što bi mogla biti.

Grafikon 8 Olakšava li online kupovina svakodnevni život ispitanika

8. Da li vam online kupovina olakšava svakodnevni život?

100 odgovora



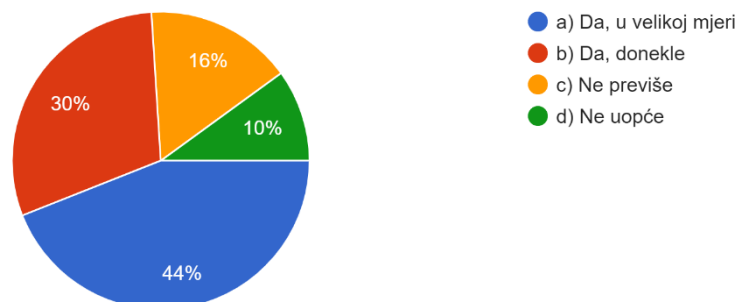
Izvor: Izrada autora

Na devetom grafikonu su prikazani rezultati vjeruju li ispitanici da im internet pomaže da ostanu u kontaktu s obitelji i prijateljima. Internet ima presudnu ulogu u međuljudskoj komunikaciji, što dokazuje većina (44%) uvjerenja da uvelike pomaže u očuvanju tih veza. Iako pomaže, to možda nije jedino sredstvo komunikacije, kao što pokazuje dodatnih 30% ispitanika koji smatraju da donekle pomaže. S druge strane, 16% smatra da to baš i ne pomaže, što sugerira želju za alternativnim komunikacijskim kanalima ili osjećaj ograničenosti digitalnih kontakata. Vrlo malo ljudi se ne oslanja na internet za očuvanje osobnih interakcija; samo 10% smatra da uopće ne pomaže.

Grafikon 9 Smatrate li da internet pomaže da ostanu u kontaktu sa obitelji i prijateljima

9. Da li smatrate da vam internet pomaže da ostanete u kontaktu sa obitelji i prijateljima?

100 odgovora



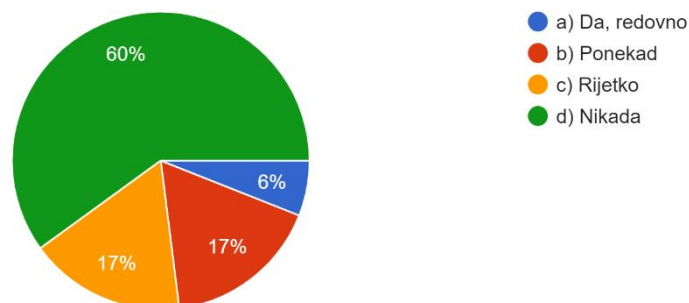
Izvor: Izrada autora

Sudjelovanje ispitanika u online tečajevima i obrazovnim programima prikazano je u 10. kružnom grafikonu. Znatna većina, 60%, nikad ne sudjeluje u tim inicijativama, što ukazuje na nedostatak svijesti, potrebe ili želje. Njih 17% sudjeluje povremeno i rijetko, što ukazuje na blagi, ali primjetan interes. Samo 6% ispitanika dosljedno sudjeluje, što ukazuje na manji udio koji je predan virtualnom obrazovanju i ukazuje na mogući put za povećanje angažmana u digitalnom obrazovanju.

Grafikon 10 Uključuju li se ispitanici u online tečajeve ili obrazovne programe

10. Da li se uključujete u online tečajeve ili obrazovne programe?

100 odgovora



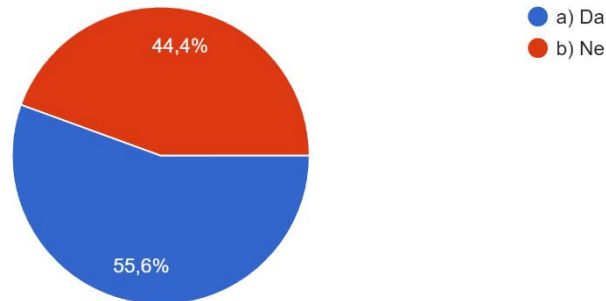
Izvor: Izrada autora

Na jedanaestom grafikonu su prikazani rezultati kako se ispitanici koriste internetskim bankarstvom. Većina, 55,6%, koristi internetsko bankarstvo, što ukazuje na značajan dio stanovništva koji vjeruje i koristi digitalne financijske usluge radi jednostavnosti i učinkovitosti. S druge strane, 44,4% ispitanika ne koristi internetsko bankarstvo, što sugerira da možda postoje prepreke poput sigurnosnih briga, neznanja ili sklonosti konvencionalnijim tehnikama bankarstva.

Grafikon 11 Koriste li ispitanici internet bankarstvo

11. Koristite li internet bankarstvo?

99 odgovora

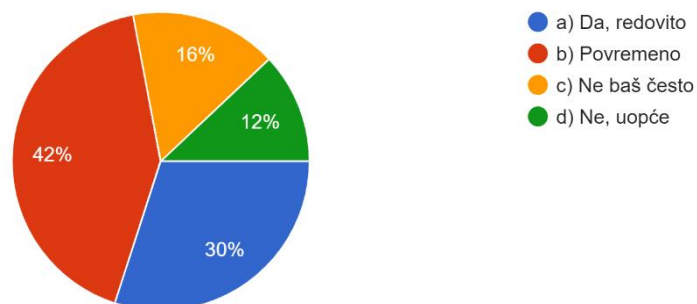


Izvor: Izrada autora

Grafikon 12 Podrška pri korištenju interneta od strane obitelji, prijatelja ili organizacija

12. Imate li podršku ili obuku za korištenje interneta od strane obitelji, prijatelja ili organizacija?

100 odgovora



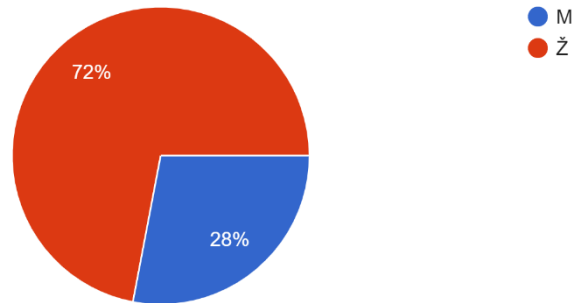
Izvor: Izrada autora

Dvanaesti grafikon prikazuje dostupnost pomoći ili obuke za korištenje interneta. Važnih 42% navodi da pomoć dobiva povremeno, što ukazuje da je pomoć prisutna, ali sporadična. 30% ljudi dobiva podršku redovito, što ukazuje na snažnu mrežu za cjeloživotno učenje. S druge strane, 12% ispitanika ne dobiva nikakvu podršku, a 16% dobiva podršku rijetko, što sugerira da bi nekim ispitanicima moglo biti teško unaprijediti svoje digitalne sposobnosti zbog nedostatka pomoći.

Podjela ispitanika po spolu prikazana je u trinaestom kružnom grafikonu. Od toga je 72% žena i 28% muškaraca.

Grafikon 13 Spol ispitanika

13. Spol ispitanika
100 odgovora

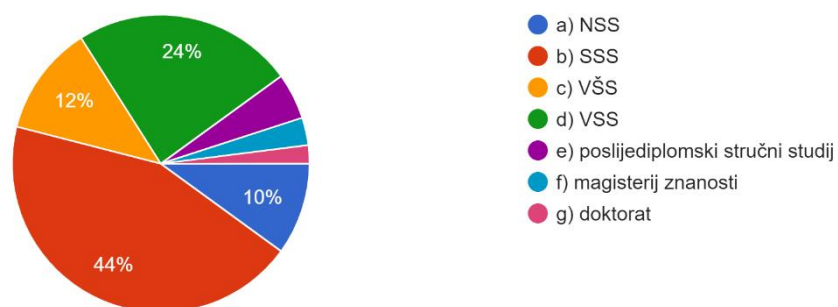


Izvor: Izrada autora

Stupanj obrazovanja ispitanika prikazan je u kružnom grafikonu broj 14. Većina, 44%, ima završenu srednju školu (SSS), što ukazuje na to da značajan dio ispitanika ima srednjoškolsko obrazovanje. Slijede osobe s visokom stručnom spremom (VSS) s 24%, te višom stručnom spremom (VŠS) s 12%, što pokazuje da znatan dio ispitanika ima visoko obrazovanje. Magisterij znanosti ima 3% ispitanika, poslijediplomski stručni studij 5%, a doktorat 2%, što ukazuje na manju, ali prisutnu visokoobrazovanu skupinu.

Grafikon 14 Stupanj obrazovanja ispitanika

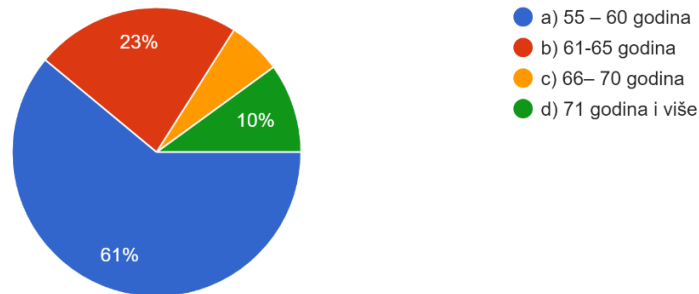
14. Najviši stupanj obrazovanja
100 odgovora



Izvor: Izrada autora

Grafikon 15 Dob ispitanika

15. Dob ispitanika
100 odgovora

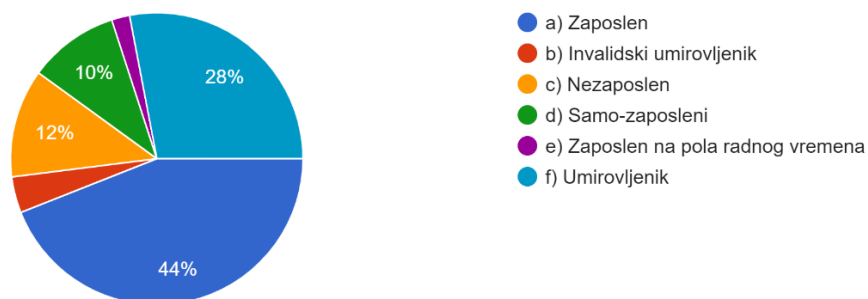


Izvor: Izrada autora

Petnaesti grafikon prikazuje dob ispitanika koji su pristupili istraživanju. Najveća skupina, 61%, je u dobi od 55 do 60 godina, a zatim 23% u dobi od 61 do 65 godina. To pokazuje dominantnu zastupljenost starijih osoba. Manji dio, 6%, ima 66-70 godina, a preostalih 10% ima 71 ili više godina, što ukazuje na širok raspon godina, ali s fokusom na dobnu skupinu od 55-60 godina.

Grafikon 16 Društveni status

16. Društveni status ispitanika
100 odgovora



Izvor: Izrada autora

Zadnji grafikon istražuje društveni status ispitanika. Najveća skupina, 44%, su zaposleni, što ukazuje na aktivno sudjelovanje u radnoj snazi. Umirovljenici čine 28% ispitanika, što odražava značajan dio stanovništva koje više nije zaposleno. Nezaposleni čine 12%, dok samozaposleni pojedinci čine 10%, pokazujući različite statuse zaposlenja. Invalidski umirovljenici i oni koji rade na nepuno radno vrijeme čine manji udio, s 3% i 2% ispitanika, ističući različite stupnjeve ekonomske angažiranosti i ovisnosti o socijalnoj potpori.

4. IMPLIKACIJE I KRITIČKI OSVRT NA REZULTATE PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA

4.1. Demografski podaci ispitanika

Demografski podaci ispitanika pružaju kritičnu osnovu za razumijevanje njihovih obrazaca korištenja interneta, ponašanja i percepcija. Udubljujući se u detalje o spolu, dobi, razini obrazovanja i društvenom statusu, možemo dobiti dragocjene uvide u to kako ti čimbenici utječu i oblikuju interakcije ispitanika s digitalnim svijetom.

Postoji primjetno odstupanje u spolnoj distribuciji ispitanika ankete, s 28% ispitanika muškog spola i 72% ženskog spola. Ova značajna razlika ukazuje na višu razinu dostupnosti ili uključenosti među sudionicama ankete. S obzirom na to da su prethodna istraživanja često naglašavala varijacije u obrascima korištenja interneta i digitalnoj kompetenciji između spolova, takva spolna neravnoteža može utjecati na rezultate. Statistika će pokazati da se žene mogu ponašati drugačije na internetu od muškaraca u pogledu prioriteta, briga i navika na internetu. Razumijevanje ovog demografskog elementa ključno je za pravilno tumačenje rezultata ankete i razmatranje posljedica za rodno specifične digitalne inicijative ili sustave podrške.

Dodatni važan demografski aspekt koji odgovore na anketu stavlja u kontekst je dobna distribucija. Najveću dobnu skupinu među ispitanicima čine osobe od 55 do 60 godina (61% uzorka). Dobna skupina od 61 do 65 godina je na drugom mjestu s 23%, a slijede je 71 godinu i više s 10%, te 66-70 s 6%. Rezultati ove ankete općenito predstavljaju mišljenja i iskustva građana srednje i starije dobi, što se vidi iz prevage starijih osoba u anketi. Ova dobna distribucija može se koristiti za ilustraciju digitalnog jaza između mlađih i starijih generacija, što je čini vrlo značajnom. Zbog čimbenika koji uključuju fizičke nedostatke, smanjenu digitalnu pismenost i povećanu tjeskobu oko tehnologije, starije osobe često imaju posebne poteškoće pri implementaciji i korištenju internetskih tehnologija.

Na stavove i korištenje interneta ispitanika značajno utječe njihov stupanj obrazovanja. 44% ispitanika u studiji izjavilo je da ima završenu srednju školu, što upućuje na osnovni stupanj formalnog obrazovanja. Visoku stručnu spremu ima 24%, a višu

stručnu spremu manji postotak, 12%. Poslijediplomske studije, poput magisterija ili doktorata, ima 5%, odnosno 3% stanovništva. Iako je u ovoj distribuciji zastupljen širok raspon obrazovnih profila, većina ima završenu barem srednju školu. Digitalna pismenost i obrazovna postignuća često se povezuju, pri čemu su više razine obrazovanja obično povezane s jačim digitalnim sposobnostima i samouvjerenijim korištenjem interneta. Kao rezultat toga, obrazovna pozadina ispitanika vjerojatno će utjecati na njihovo ponašanje na mreži, složenost zadataka koje obavljaju na mreži i njihovu ukupnu udobnost i sigurnost u kretanju digitalnim krajolikom.

Društveni status ispitanika daje daljnji kontekst za razumijevanje njihovih obrazaca korištenja interneta. Istraživanje otkriva da je 44% sudionika zaposleno, što ukazuje na aktivnu uključenost u radnu snagu. Umirovljenici čine 28%, odražavajući veliki segment stanovništva koje više nije formalno zaposleno. Samozaposleni čine 10% ispitanika, dok nezaposleni čine 12%. Manji udio, 3% ispitanika prima invalidsku mirovinu, a 2% ih radi na nepuno radno vrijeme. Ovaj raznolik niz društvenih statusa naglašava različite stupnjeve ekonomske angažiranosti i ovisnosti o sustavima socijalne podrške. Radni status može uvelike utjecati na korištenje interneta, budući da zaposleni pojedinci mogu koristiti internet za radne zadatke, profesionalni razvoj i umrežavanje, dok ga umirovljenici i oni koji nisu u radnoj snazi mogu koristiti prvenstveno u osobne, društvene i rekreativne svrhe. Razumijevanje ovih razlika ključno je za prilagođavanje programa digitalnog opismenjavanja i inicijativa za sigurnost na internetu kako bi se zadovoljile specifične potrebe različitih društvenih skupina.

Analizom presjeka ovih demografskih čimbenika dobiva se sveobuhvatno razumijevanje digitalnog ponašanja ispitanika. Na primjer, prevladavanje starijih odraslih osoba, zajedno s većim udjelom žena i različitim obrazovnim pozadinama, sugerira da će rezultati istraživanja vjerojatno istaknuti pitanja vezana uz digitalnu pismenost, zabrinutost za sigurnost na internetu i specifične izazove s kojima se suočavaju stariji korisnici interneta. Također naglašava važnost rješavanja ovih izazova kroz ciljane intervencije, kao što je pružanje obuke o digitalnom opismenjavanju prilagođenoj starijim odraslim osobama, osiguravanje pristupačnih internetskih platformi prilagođenih korisniku i podizanje svijesti o online sigurnosti i privatnosti.

Demografski podaci ispitanika postavljaju ključnu osnovu za tumačenje njihovih obrazaca korištenja interneta i percepcija. Značajna rodna razlika prema sudionicama, prevladavanje starijih odraslih osoba, različita obrazovna pozadina i različiti društveni statusi doprinose nijansiranom razumijevanju digitalnog krajolika kako ga doživljava ova specifična populacija. Ti su uvidi ključni za informiranje o političkim odlukama, osmišljavanje učinkovitih programa digitalnog opismenjavanja i osiguravanje da su prednosti korištenja interneta dostupne svim segmentima stanovništva, posebno onima koji se mogu suočiti s većim preprekama digitalnom uključivanju. Nalazi naglašavaju potrebu za ciljanim strategijama za premošćivanje digitalnog jaza, poboljšanje digitalne pismenosti i promicanje sigurne i učinkovite upotrebe interneta među različitim demografskim skupinama.

4.2. Online aktivnosti i njihova učestalost

Ispitivanje online radnji ispitanika i učestalosti kojom se one događaju daje uvid u informacije o digitalnim navikama, sklonostima i obrascima uzorka. Razumijevanje ovih radnji olakšava proces ocrtavanja terena korištenja interneta i identificira domene u kojima se mogu implementirati izmjene i poboljšanja kako bi se povećala digitalna uključenost. Većina ispitanika jasno je uključila korištenje interneta u svoj svakodnevni život, pokazuju rezultati istraživanja. Rezultati pokazuju da znatan postotak ispitanika (81%) koristi internet svaki dan, pokazujući snažno oslanjanje na digitalne tehnologije za niz potreba. Ova opsežna svakodnevna uporaba naglašava koliko je internet važan za promicanje komunikacije, pristupa informacijama i užitka. Opseg i priroda online aktivnosti značajno se razlikuju među različitim demografskim skupinama, na što utječu čimbenici kao što su dob, spol, obrazovanje i društveni status.

Korištenje društvenih medija jedna je od najčešćih online aktivnosti među sudionicima. Prema podacima, 45% ispitanika redovito koristi stranice društvenih mreža svakodnevno. S obzirom na to koliko često ispitanici koriste društvene medije, vjerojatno je da su te platforme ključne za njihove društvene veze, konzumaciju informacija i zabavu. Društveni mediji korisnicima pružaju mjesto za dijeljenje ažuriranja, interakciju s prijateljima i obitelji te pristup raznim sadržajima, uključujući zabavu i vijesti. Činjenica da ljudi redovito koriste društvene medije pokazuje koliko

dobro održavaju angažman korisnika i zadovoljavaju njihove informativne i društvene zahtjeve.

Još jedna važna aktivnost za ispitanike je čitanje vijesti na internetu. Značajan dio sudionika (53%) koristi internet kako bi bili u toku s vijestima i aktualnim događajima. Ovakva redovita konzumacija vijesti naglašava kako je internet za mnoge ljude glavni izvor informacija. Za ljude koji žele biti informirani, online izvori vijesti predstavljaju privlačnu alternativu tradicionalnijim oblicima medija poput novina i televizije zbog svoje praktičnosti i trenutnosti. Štoviše, privlačnost online konzumiranja vijesti pojačana je dostupnošću različitih gledišta i sveobuhvatnih procjena niza tema. Zbog potrebe korisnika za pristupom širokom rasponu izvora i razlikovanjem vjerodostojnih od nepouzdanih informacija, ovaj trend naglašava i važnost digitalne pismenosti.

Iako nije tako uobičajena kao korištenje društvenih medija ili čitanje vijesti, kupnju putem interneta ipak koristi 2 % ispitanika. Velik broj ispitanika ne kupuje robu i usluge putem interneta, što sugerira da potrošači nisu dovoljno opušteni i sigurni u e-trgovinu. Na ovu razliku utječu brojni čimbenici, kao što su individualne potrebe i preferencije ispitanika, njihova razina udobnosti s platformama za online kupnju i njihova razina povjerenja u internetske transakcije.

Još jedna uobičajena aktivnost među ispitanicima je gledanje videa na internetu. Prema rezultatima ankete, 10% sudionika redovito gleda filmove online. Mnogi se ljudi okreću online videozapisima za lekcije, dokumentarne filmove i druge obrazovne informacije, koje služe i zabavnim i informativnim ciljevima. Porast potrošnje videosadržaja također je pokazatelj sve većih trendova u medijskoj potrošnji, gdje internetski streaming servisi postupno zamjenjuju ili nadopunjuju tradicionalnu televiziju.

Podaci daju mješovitu sliku percepcije ispitanika o njihovoj razini sigurnosti pri korištenju interneta. Značajan postotak ispitanika (50%) rekao je da se općenito osjeća sigurno kada se koristi internetom, pokazujući široki stupanj povjerenja u njihovu sposobnost sigurnog korištenja interneta, dok se 23% ispitanika uvijek osjeća sigurno. Ponekad se osjeća sigurno 15 % ispitanika, dok se nesigurno se osjeća 12% ispitanika, što ukazuje na postojanje značajnih briga o sigurnosti online transakcija. Te su brige

često uzrokovane problemima poput kibernetičkih prijetnji, kršenja privatnosti i mogućnosti nailaska na netočan ili opasan materijal. Kako bi se promicalo sigurnije internetsko okruženje te samopouzdanije i šire korištenje interneta, neophodno je riješiti ove probleme.

Anketa također otkriva glavne prepreke s kojima se susreću ispitanici kada pokušavaju produktivnije ili redovitije koristiti internet. Nedostatak tehnološkog razumijevanja jedna je od glavnih prepreka koje su pronađene (37%). Brojni sudionici smatraju da nedostatan razumijevanje digitalnih alata i platformi onemogućava njihovu sposobnost da u potpunosti iskoriste prednosti interneta. Korisnici možda neće moći sudjelovati u sofisticiranijim mrežnim aktivnostima zbog ove praznine u digitalnoj pismenosti, kao što je online financijsko upravljanje, digitalno učenje ili ispitivanje sofisticiranijih društvenih medija i drugih mogućnosti platforme. Ciljane inicijative za obrazovanje i osposobljavanje usmjerene na poboljšanje digitalne pismenosti mogu pomoći u uklanjanju ovog jaza i omogućiti većem broju ljudi da koriste internet sigurno i učinkovito.

Ispitanici su kao prepreku naveli i zabrinutost za internetsku sigurnost (21%). Mnogi su korisnici oprezni u pogledu mogućih rizika koji dolaze s korištenjem interneta, uključujući financijske prijevare, krađu identiteta i zadiranja u privatnost. Ove brige mogu odvratiti korisnike od sudjelovanja u aktivnostima koje zahtijevaju otkrivanje osobnih podataka ili obavljanje financijskih transakcija putem interneta. Te se brige mogu smanjiti, a internetske tvrtke mogu steći više povjerenja jačanjem sigurnosnih mjera, edukacijom korisnika o sigurnim internetskim aktivnostima i davanjem alata za zaštitu njihove privatnosti.

Za neke ispitanike još jedna značajna prepreka je nedostatak pristupa internetu (12%). To je posebno važno kada se radi o zajednicama slabijeg socioekonomskog položaja ili mjestima s neadekvatnom infrastrukturom. Od ključne je važnosti jamčiti da su jeftine, pouzdane internetske usluge dostupne svima.

Dodatno, podaci ankete pokazuju da je prepreka za pojedine ispitanike nezainteresiranost za korištenje interneta (30%). Ovaj nedostatak interesa mogao bi biti uzrokovan nizom stvari, kao što su sklonost konvencionalnijim oblicima

komunikacije i potrošnje informacija, uvjerenje da digitalne tehnologije nisu relevantne za njihov svakodnevni život ili nepovoljni internetski susreti u prošlosti. Kako bi se riješio ovaj problem, ključno je naglasiti prednosti i mogućnosti koje internet nudi, kao i pokazati kako digitalne tehnologije mogu poboljšati različite elemente života, kao što je pristup resursima za profesionalni i obrazovni rast i održavanje odnosa s voljenima.

Anketa također ističe sudjelovanje u online tečajevima i obrazovnim aktivnostima kao još jedno područje interesa. Iako većina ispitanika (60%) ne sudjeluje redovito u online učenju, znatan postotak (17%) to čini povremeno. Ovaj obrazac ukazuje na mogućnost širenja u području digitalnog obrazovanja, osobito ako se uklone prepreke poput niske digitalne pismenosti i zabrinutosti oko internetske sigurnosti. Mrežna okruženja za učenje pružaju pristupačne i prilagodljive prilike za obrazovanje i razvoj vještina, što može biti posebno korisno za ljude koji žele napredovati u karijeri, istražiti nove hobije ili se prilagoditi potrebama promjenjivog tržišta rada.

Još jedna aktivnost koju ispitanici prihvaćaju u različitom opsegu je internet bankarstvo. Iako 55,6% ispitanika koristi internetsko bankarstvo, još uvijek značajan postotak (44,4%) koristi konvencionalne bankarske tehnike. Čimbenici poput poznavanja platformi za internetsko bankarstvo, povjerenje u digitalne financijske usluge i percepcija sigurnosti u online transakcijama mogu pridonijeti ovoj razlici. Moguće je uvjeriti više ljudi da prihvate digitalne financijske navike isticanjem prednosti internetskog bankarstva, poput njegove učinkovitosti, jednostavnosti i pristupa širokom rasponu financijskih usluga, kao i poboljšanjem sigurnosnih mjera.

Kako bi pomogli ispitanicima da pređu digitalni teren, obitelj, prijatelji ili organizacije također moraju pružiti podršku i obuku za korištenje interneta. Podaci istraživanja pokazuju da značajan dio ispitanika (42%) dobiva povremenu podršku, dok 30% njih dobiva redovitu podršku koja im pomaže u prevladavanju izazova i izgradnji povjerenja u korištenju digitalnih tehnologija. Međutim, postoje i ispitanici koji rijetko (16%) ili nikad (12%) ne dobivaju takvu podršku, ističući potrebu za strukturiranim i pristupačnijim programima obuke. Pružanje resursa i prilika za obuku putem društvenih centara, knjižnica i internetskih platformi može pomoći pojedincima da razviju potrebne vještine za učinkovito i sigurno korištenje interneta.

Što se tiče demografskih karakteristika, anketa pokazuje da niz čimbenika, uključujući dob, spol, razinu obrazovanja i društveni položaj, ima utjecaj na obrasce i preferencije korištenja interneta. Na primjer, zbog tjelesnih nedostataka i manje digitalne pismenosti, stariji ljudi mogu teže prihvatiti nove tehnologije, dok će mlađima biti lakše koristiti se digitalnim alatima i istraživati nove internetske platforme. Također je moguće vidjeti rodne razlike u korištenju interneta, pri čemu muškarci i žene možda imaju različite prioritete i brige kada je u pitanju online aktivnost. Na digitalnu pismenost uvelike utječe obrazovna pozadina, pri čemu su više razine obrazovanja obično povezane s jačim digitalnim sposobnostima i samouvjerenijim korištenjem interneta. Količina i vrsta interneta ovisi o društvenom položaju, što uključuje posao i financijska pitanja.

Analizom online aktivnosti i njihove učestalosti među ispitanicima moguće je dobiti temeljit uvid u digitalna ponašanja i preferencije anketirane populacije. Informacije naglašavaju koliko je internet važan za svakodnevne aktivnosti, posebice kada je riječ o korištenju društvenih medija, konzumaciji vijesti, kupnji na mreži i streamingu videa. Kako bi se potaknula veća digitalna uključenost i osnaživanje, također se naglašava koliko je važno ukloniti prepreke korištenju interneta, kao što su nedostatak digitalne pismenosti, brige oko sigurnosti i ograničeni pristup. Dionici mogu kreirati usmjerene intervencije i propise kako bi poboljšali online iskustvo i jamčili da svatko, bez obzira na demografsko podrijetlo, može imati koristi od interneta identificiranjem ovih trendova i problema.

4.3. Izazovi i prepreke u korištenju interneta

Nalazi istraživanja ističu brojne značajne poteškoće i prepreke s kojima se sudionici susreću pri korištenju interneta. Te prepreke mogu biti bilo što, od tehničkih problema i sigurnosnih briga do problema s pristupom i nedostatkom volje ili želje. Kako bi se povećala digitalna pismenost i uključenost te omogućilo većem broju ljudi da iskoriste obilje mogućnosti i resursa dostupnih na internetu, imperativ je shvatiti te prepreke i u skladu s tim izgraditi taktike i intervencije.

Nedostatak tehnološkog razumijevanja jedan je od najvećih izazova identificiranih u anketi. 37% ispitanika navelo je to kao glavnu prepreku za pristup internetu, prema

nalazima. Ovo otkriće pokazuje važnost digitalne pismenosti kao temeljne sposobnosti u današnjem digitalnom svijetu. Mnogi ljudi imaju problema s korištenjem digitalnih naprava, upravljanjem računima na mreži i navigacijom internetom, osobito starije osobe. Tjeskoba, nezadovoljstvo i nevoljkost korištenja digitalne tehnologije mogu proizaći iz ovog neznanja.

Provedba temeljitih programa digitalnog opismenjavanja koji zadovoljavaju potrebe različitih demografskih skupina ključna je za rješavanje ove situacije. Izgradnja temeljnih digitalnih vještina, poput korištenja računala, pregledavanja interneta i svijesti o sigurnosnim mjerama na internetu, trebao bi biti glavni cilj ovih programa. Dodatno usavršavanje također bi trebalo biti dostupno svima koji žele unaprijediti svoje digitalne kompetencije. Dostupni i korisniku prilagođeni resursi, kao što su seminari zajednice, online poduke i podučavanje jedan na jedan, mogu pomoći ljudima da prevladaju svoje početne rezerve i steknu povjerenje u svoju sposobnost učinkovite upotrebe digitalne tehnologije.

Daljnja značajna prepreka za korisnike interneta su brige o sigurnosti. 21% ispitanika u studiji reklo je da su zabrinuti za internetsku sigurnost, zbog čega je manje vjerojatno da će sudjelovati u mrežnim aktivnostima. Kada su u pitanju aktivnosti koje uključuju razmjenu osobnih podataka ili obavljanje financijskih transakcija, ova briga posebno dolazi do izražaja. Oni koji se boje krađe identiteta, financijskih prijevara i narušavanja privatnosti mogu se suzdržati od korištenja društvenih medija, online kupnje ili internetskog bankarstva.

Za rješavanje ovih sigurnosnih problema potrebna je višestruka strategija. Prije unošenja osjetljivih podataka na web mjesto, potrošače treba upoznati sa sigurnim internetskim postupcima, koji uključuju stvaranje jakih lozinki, uočavanje pokušaja krađe identiteta i provjeru sigurnosti web mjesta. Kampanje za podizanje svijesti o pitanjima kibernetičke sigurnosti mogu pomoći korisnicima u razumijevanju opasnosti i učenju kako ostati sigurni na internetu. Drugo, poboljšanje sigurnosnih mjera mrežnih platformi i usluga može povećati povjerenje korisnika. Korištenje višestruke provjere autentičnosti, sofisticirane tehnike šifriranja i česte sigurnosne procjene dio su toga. U konačnici, pomaganje onima koji su pogođeni kršenjem sigurnosti i nuđenje alata

pomoći će umanjiti učinke tih događaja i ponovno izgraditi povjerenje u online aktivnosti.

Za neke osobe koje su odgovorile na pitanja, pristup internetu još uvijek predstavlja ozbiljnu prepreku. 12% ispitanika u anketi izjavilo je da imaju ograničenu internetsku vezu, što bi moglo spriječiti njihovu sposobnost da se potpuno uključe u digitalni svijet. Mnogi socioekonomski čimbenici, uključujući prihod, obrazovanje i zemljopis, povezani su s ovim problemom. Ljudi slabijeg imovinskog stanja mogu si teško priuštiti digitalne gadžete i internetske usluge, a oni koji žive u slabo opskrbljenim ili ruralnim područjima mogu imati samo povremeni pristup brzom internetu. Ključno je ulagati u infrastrukturu koja svima pruža pouzdanu internetsku vezu po razumnoj cijeni kako bi se odgovorilo na izazove pristupa. Širenje širokopojasne mreže u nedovoljno opskrbljena i ruralna područja može se olakšati javno-privatnim partnerstvima i vladinim inicijativama. Osim toga, internetske usluge i digitalni gadgeti mogu se učiniti jeftinijima nuđenjem financijske pomoći ili subvencija kućanstvima s niskim primanjima. Besplatna internetska veza i digitalni materijali mogu biti dostupni svima kojima je potrebno putem pristupnih točaka zajednice kao što su javne knjižnice i društveni centri.

Još jedna prepreka koju je anketa otkrila je nezainteresiranost za korištenje interneta, što je 30% ispitanika navelo kao razlog za slabo korištenje interneta. Ovaj nedostatak interesa mogao bi biti uzrokovan nizom stvari, kao što su sklonost konvencionalnijim oblicima komunikacije i potrošnje informacija, uvjerenje da digitalne tehnologije nisu relevantne za njihov svakodnevni život ili nepovoljni internetski susreti u prošlosti. Trebat će raditi kako bi se ljudi uvjerali u prednosti i vrijednost korištenja interneta.

Naglašavanje sposobnosti interneta da poboljša život općenito jedna je od tehnika da se ljudi zainteresiraju za njega. Na primjer, internet može ponuditi prilike za društvenu interakciju, zabavu, cjeloživotno učenje i pristup potrebnim uslugama. Ljude je moguće potaknuti da istražuju aktivnosti na internetu promjenom svojih uvjerenja i davanjem korisnih primjera kako digitalna tehnologija može koristiti svakodnevnom životu, kao i prikazivanjem priča o uspjehu. Učiniti internet relevantnijim i primamljivijim također može uključivati razvoj usluga i sadržaja koji se posebno bave zahtjevima i interesima različitih demografskih skupina.

Detaljnije ispitivanje podataka istraživanja ukazuje na posebne poteškoće s kojima se suočavaju određene demografske skupine. Na primjer, starije osobe sklonije su poteškoćama s računalnom pismenošću i opreznije su prema tehnologiji. Njihovi zahtjevi i stilovi učenja mogu zahtijevati specijaliziraniju pomoć, takve programe obuke osmišljene samo za njihovu dob. Mlađi ispitanici, s druge strane, možda će se i dalje boriti s problemima sigurnosti i privatnosti na internetu iako su obično više upućeni u tehnologiju. Poboljšanje njihovih digitalnih iskustava može se postići ponudom alata i usmjerenih uputa za rješavanje ovih problema.

Podaci istraživanja također otkrivaju razlike među spolovima u pogledu korištenja interneta i poteškoća. Moguće je da ispitanice—koje čine 72% uzorka—imaju različite prioritete i brige od muških ispitanika. Na primjer, žene mogu biti suzdržanije u otkrivanju osobnih podataka na internetu zbog zabrinutosti za sigurnost i privatnost. Na stvaranje tretmana koji zadovoljavaju posebne potrebe i brige različitih skupina može utjecati razumijevanje ovih rodno specifičnih izazova. Drugi važan čimbenik koji određuje korištenje interneta i probleme je razina obrazovanja. Više obrazovani ispitanici obično su sigurniji u svoje digitalne sposobnosti i skloniji sudjelovanju u raznim online aktivnostima. Niže obrazovani ljudi, međutim, mogli bi trebati više pomoći da poboljšaju svoju digitalnu pismenost i prevladaju prepreke u korištenju interneta. Nudeći usmjerene materijale s uputama i tečajeve, možemo ukloniti ovaj nesrazmjer i omogućiti većem broju ljudi da dobro koriste internet.

Na probleme i obrasce korištenja interneta također utječu društveni sloj i posao. Dok umirovljenici i oni koji nisu u radnoj snazi mogu dati prednost svojim osobnim, društvenim i rekreacijskim interesima, zaposleni ljudi mogu koristiti internet za radne dužnosti, profesionalni razvoj i umrežavanje. Razumijevanje ovih razlika može pomoći u prilagođavanju kampanja za sigurnost na mreži i programa digitalnog opismenjavanja jedinstvenim zahtjevima različitih društvenih skupina.

Rezultati ankete također naglašavaju koliko su pomoć i upute ključni u pomaganju sudionicima da prođu kroz digitalni svijet. Značajan postotak ispitanika rekao je da povremeno (42%) ili često (30%) dobiva podršku od prijatelja, obitelji ili organizacija, što im omogućuje da prevladaju prepreke i steknu samopouzdanje pri korištenju digitalne tehnologije. Postoje i pojedinci koji navode da ovu vrstu pomoći dobivaju

rijetko (16%) ili nikako (12%), što naglašava potrebu za bolje organiziranim i lako dostupnim programima obuke. Davanje ljudima pristupa alatima i programima obuke putem mrežnih izvora, knjižnica i društvenih centara može im pomoći u stjecanju znanja i sposobnosti potrebnih za odgovorno korištenje interneta.

Budući da se radi o mrežnoj aktivnosti, internetsko bankarstvo ima svoj niz poteškoća i prepreka. Iako 55,6% ispitanika koristi internetsko bankarstvo, značajan postotak (44,4%) koristi konvencionalne bankarske tehnike. Čimbenici poput poznavanja platformi za internetsko bankarstvo, povjerenje u digitalne financijske usluge i percepcija sigurnosti u online transakcijama mogu pridonijeti ovoj razlici. Moguće je uvjeriti više ljudi da prihvate digitalne financijske navike isticanjem prednosti internetskog bankarstva, poput njegove učinkovitosti, jednostavnosti i pristupa širokom rasponu financijskih usluga, kao i poboljšanjem sigurnosnih mjera.

Anketa također ističe sudjelovanje u online tečajevima i obrazovnim aktivnostima kao još jedno područje interesa. Iako većina ispitanika (60%) ne sudjeluje redovito u online učenju, znatan postotak (17%) to čini povremeno. Ovaj obrazac ukazuje na mogućnost širenja u području digitalnog obrazovanja, osobito ako se uklone prepreke poput niske digitalne pismenosti i zabrinutosti oko internetske sigurnosti. Mrežna okruženja za učenje pružaju pristupačne i prilagodljive prilike za obrazovanje i razvoj vještina, što može biti posebno korisno za ljude koji žele napredovati u karijeri, istražiti nove hobije ili se prilagoditi potrebama promjenjivog tržišta rada.

Analizom ovih rezultata može se steći temeljito razumijevanje poteškoća i prepreka s kojima se ispitana populacija suočava u korištenju interneta. Informacije jasno ukazuju na potrebu usmjerenih intervencija za uklanjanje jaza u digitalnoj pismenosti, jačanje sigurnosti na internetu, proširenje dostupnosti interneta i poticanje interesa za digitalnu tehnologiju. Dionici mogu kreirati strategije i politike koje učinkovito potiču veću digitalnu uključenost i osnaživanje prepoznavanjem ovih tendencija i poteškoća.

Na primjer, rješavanje nedostatka tehnološke pismenosti putem opsežnih programa digitalne pismenosti može omogućiti ljudima da s pouzdanjem putuju digitalnim svijetom. Ovi programi trebaju biti posebno osmišljeni kako bi zadovoljili zahtjeve različitih demografskih skupina, kao što su žene, stariji ljudi i oni s nižim obrazovanjem.

Pristupačni i korisniku prilagođeni alati mogu pomoći ljudima da prevaziđu svoje rane strahove i razviju vještine potrebne za učinkovito korištenje digitalne tehnologije. Primjeri ovih resursa uključuju lekcije na mreži, seminare zajednice i podučavanje jedan na jedan. Problemi vezani uz internetsku sigurnost mogu se riješiti i online platforme mogu steći više povjerenja poboljšanjem sigurnosnih mjera i podučavanjem korisnika o sigurnim internetskim aktivnostima. Korisnici se mogu zaštititi, a učinci sigurnosnih proboja mogu se umanjiti korištenjem višestruke provjere autentičnosti, sofisticiranih tehnika šifriranja, programa za podizanje svijesti o kibernetičkoj sigurnosti i čestih sigurnosnih revizija. Vraćanje povjerenja u internetske aktivnosti također se može postići nuđenjem pomoći i resursa ljudima koji se susreću sa sigurnosnim problemima.

Osiguravanje da svatko ima pristup internetu putem financijske pomoći i infrastrukturnih poboljšanja može jamčiti da svatko može sudjelovati u digitalnom gospodarstvu. Javno-privatna partnerstva, pristupne točke zajednice i vladini naponi mogu pomoći u širenju širokopojsnih mreža u nedovoljno opskrbljena i ruralna područja. Dok društveni centri i knjižnice mogu ponuditi besplatan pristup internetu i digitalne materijale, subvencije ili financijska pomoć za kućanstva s niskim primanjima mogu smanjiti troškove digitalnih naprava i internetskih usluga. Više ljudi moglo bi se potaknuti da istražuju online aktivnosti poticanjem interesa za internet i prikazivanjem njegovih mogućih prednosti i prilika. Moguće je promijeniti stavove i promicati korištenje interneta izlaganjem uspješnih priča, nuđenjem korisnih primjera i produkcijom sadržaja koji govori o određenim potrebama i interesima. Ilustracija kako digitalne tehnologije mogu poboljšati niz aspekata života, od profesionalnog i obrazovnog razvoja do društvenih veza, može povećati privlačnost i relevantnost interneta za različite demografske skupine.

4.4.Prednosti i koristi online aktivnosti

Brojne prednosti i dobrobiti istaknute su ispitivanjem online aktivnosti i učestalosti sudjelovanja ispitanika u njima, a koje utječu na različite aspekte svakodnevnog života. Komunikacija, pristup informacijama, kupovina, zabava, učenje, profesionalni razvoj, zdravlje i upravljanje novcem neka su od područja u kojima su te prednosti najuočljivije. Na temelju podataka ankete, ovo će poglavlje detaljno istražiti ove teme i ponuditi

temeljitu analizu načina na koji se životi ispitanika poboljšavaju njihovim online aktivnostima.

Poboljšana komunikacija i društvena povezanost koja dolazi s internetskim aktivnostima jedna je od njihovih najvećih prednosti. Većina ispitanika u anketi—44%—smatra da internet uvelike pomaže u održavanju kontakta s prijateljima i obitelji. Onima koji su razdvojeni velikim udaljenostima ovo će biti posebno korisno jer olakšava komunikaciju u stvarnom vremenu putem e-pošte, društvenih mreža i alata za videokonferencije. Digitalne komunikacijske tehnologije omogućuju dijeljenje ažuriranja, slavljenje životnih događaja i pružanje podrške voljenima, bez obzira na geografska ograničenja. Ova značajka poboljšava emocionalnu dobrobit i potiče osjećaj zajedništva među korisnicima.

Pristup informacijama još je jedna važna prednost internetske aktivnosti. Prema anketi, 53% sudionika redovito čita vijesti na internetu, naglašavajući važnost interneta kao ključnog izvora informacija. Online izvori vijesti praktičniji su i neposredniji od tradicionalnih, poput novina i televizije, što ih čini poželjnim izborom za one koji žele biti informirani. Konzumaciju online vijesti čini privlačnijom dostupnost širokog spektra mišljenja i dubinskih studija o različitim temama, što promiče obrazovano građanstvo. Osim što služe formalnom obrazovanju i samostalnom učenju, obrazovne web stranice, online knjižnice i forumi nude neprocjenjive alate za učenje i intelektualni razvoj.

Još jedna aktivnost koja je potpuno promijenila ponašanje potrošača je kupnja putem interneta. 2% ispitanika u anketi reklo je da kupuju online više puta mjesečno. Platforme za e-trgovinu potrošačima pružaju pristup većem rasponu proizvoda od onih koji se mogu naći na lokalnoj razini, mogućnost istraživanja i kupnje proizvoda iz udobnosti svojih domova te mogućnost usporedbe proizvoda i cijena kako bi napravili dobro informirani odabir. Oni koji imaju zauzet raspored, žive na udaljenim lokacijama ili imaju ograničenu pokretljivost smatrat će ovu pogodnost posebno korisnom. Iskustvo kupnje je još učinkovitije i jednostavnije za korištenje sa značajkama kao što su jednostavni povrati i dostava na kućnu adresu.

Jedna od glavnih prednosti obavljanja stvari online je zabava. Prema izvješću, društveni mediji odgovorni su za 35% korištenja interneta ispitanika, što često uključuje gledanje videa, slušanje glazbe i igranje igrice. Brojne mogućnosti zabave koje odgovaraju širokom rasponu ukusa i preferencija dostupne su na platformama kao što su YouTube, Netflix i drugim servisima za strujanje. Online zabava je lako dostupna i poboljšava kvalitetu života promicanjem slobodnog vremena i opuštanja, što zauzvrat promiče mentalno zdravlje i opću dobrobit.

Transformativne prednosti digitalne uključenosti mogu se pripisati online učenju i obrazovanju. Iako je 60% ispitanika u studiji reklo da nikad ne pohađa online tečajeve, postoji puno prostora za rast u ovom području. Mrežna okruženja za učenje pružaju brz i lak pristup prilikama za obrazovanje i razvoj vještina, omogućujući ljudima da steknu diplome, steknu nove sposobnosti ili samo istraže interese svojom brzinom. Za ljude čije obveze prema obitelji ili poslu otežavaju tradicionalno učenje u učionici, ova je fleksibilnost posebno korisna. Nadalje, posebno za one koji žive u ruralnim ili siromašnim područjima, online obrazovanje može popuniti praznine u pristupu visokokvalitetnom obrazovanju.

Napredovanje u karijeri i profesionalni razvoj također olakšava internet. Prema anketi, zaposleni koriste internet za umrežavanje, profesionalni razvoj i dužnosti vezane uz posao. Profesionalne mreže, web stranice za razvoj karijere i internetski portali za posao izvrsni su izvori informacija za stručnjake i tražitelje posla koji žele rasti u karijeri. Ove stranice pružaju pristup profesionalnom usmjeravanju, mogućnostima umrežavanja, tečajevima za razvoj vještina i popisima poslova. Internet nudi alate za rad na daljinu, timski rad i trajno obrazovanje zaposlenima, što povećava rezultate i napreduje u karijeri. Ova profesionalna mreža i dostupnost resursa mogu uvelike utjecati na karijeru i financijske izgledе.

Još jedno područje u kojem bavljenje online aktivnostima ima značajne prednosti jesu zdravlje i dobrobit. Pogodnost mogućnosti dobivanja wellness programa, zdravstvenih informacija i medicinskih savjeta putem interneta ispitanici cijene, pokazuje anketa. Medicinska skrb i upravljanje zdravljem lako su dostupni putem telemedicine, internetskih zdravstvenih izvora i aplikacija za fitness. Oni koji žive u ruralnim mjestima, imaju zauzete rasporede ili imaju poteškoća u kretanju smatrat će ovu pristupačnost

posebno korisnom. Online zdravstvene platforme imaju potencijal za poboljšanje ukupnih zdravstvenih ishoda olakšavanjem rane dijagnoze, upravljanja kroničnim bolestima i pružanjem preventivne skrbi. Nadalje, ljudi koji se bore s problemima mentalnog zdravlja mogu dobiti ključnu podršku od internetskih usluga i grupa za podršku.

Druga područja u kojima je internet vrlo koristan su internetsko bankarstvo i financijsko upravljanje. Prema izvješću, 55,6% sudionika koristi internetsko bankarstvo jer cijene njegovu učinkovitost i jednostavnost. Korisnici internetskog bankarstva mogu upravljati svojim novcem s bilo kojeg mjesta u bilo koje vrijeme, plaćati račune, prenositi novac i pratiti aktivnosti na računu. Vrijeme i trud štede se jednostavnošću financijskog upravljanja i eliminacijom potrebe za osobnim posjetima banci. Online financijski alati i informacije također mogu poboljšati financijsku pismenost i stabilnost pomažući ljudima u proračunu, ulaganju i budućem planiranju.

Osim toga, internet je ključan za poticanje građanske uključenosti i angažmana. Društveni mediji i internetske platforme daju ljudima načine da podrže ciljeve, uključe se u lokalne razgovore i stupe u interakciju s političkim procesima. Pomažući ljudima da ostanu informirani o političkim problemima, komuniciraju s ljudima istomišljenicima i mobiliziraju se za društvene promjene, digitalni angažman može poboljšati demokratsko sudjelovanje. Upravljanje koje je osjetljivije i inkluzivnije može proizaći iz sposobnosti interneta da poveća glasove i potakne grupno djelovanje.

Dobrobiti i prednosti uključenja u online aktivnosti su goleme i raznolike, te uvelike poboljšavaju brojne aspekte svakodnevnog života ispitanika. Internet nudi bezbroj mogućnosti za profesionalni i osobni razvoj, od lakšeg pristupa informacijama i bolje komunikacije do pogodnosti online kupovine i slobodnog vremena. Digitalna uključenost ima sposobnost utjecati na živote na načine koji se dodatno pokazuju online učenjem i profesionalnim razvojem, alatima za financijsko upravljanje, zdravstvenim i wellness uslugama te platformama za građanski angažman. Budući da su svjesni ovih prednosti i da ih koriste, ljudi mogu najbolje iskoristiti internet i doprinijeti društvu koje je bolje informirano, povezano i osnaženo. Dionici mogu jamčiti da su dobrobiti online aktivnosti dostupne svima rješavanjem prepreka i poteškoća navedenih u studiji.

4.5. Tehnička pismenost i podrška

Korisnici mogu u potpunosti iskoristiti prednosti digitalnog svijeta i učinkovito se koristiti internetom uz pomoć tehničke pismenosti i podrške. Temeljito razumijevanje razine tehničke pismenosti ispitanika, zahtjeva za podrškom i načina na koji ti čimbenici utječu na njihovu upotrebu interneta moguće je putem analize podataka ankete. Ovo će poglavlje ispitati ta pitanja i naglasiti vrijednost digitalne pismenosti i podrške u modernoj kulturi korištenjem podataka iz posebnih istraživanja.

Prema nalazima istraživanja, razine tehničke pismenosti ispitanika variraju; 25% ispitanika reklo je da imaju nisku razinu tehničke pismenosti, te 28% da imaju prosječnu razinu. S druge strane 14% reklo da su vrlo vješti te 33 % da je njihova razina dobra. Razlika u tehničkim vještinama prema samoprocjeni naglašava potrebu za fokusiranim podučavanjem i obukom kako bi se premostio digitalni jaz i unaprijedile digitalne vještine. 37% ispitanika navelo je nedostatak tehnološkog znanja kao prepreku korištenju interneta, što ga čini jednom od glavnih prepreka stjecanju tehničke pismenosti. Ovo otkriće ukazuje na to da je mnogim sudionicima potrebna dodatna obuka kako bi se mogli koristiti digitalnim alatima i platformama na autonoman i siguran način. Među digitalnim vještinama koje se mogu pokriti ovom vrstom obuke su korištenje računala, navigacija internetom i osnovna svijest o sigurnosti.

Digitalna pismenost u ovom smislu ne obuhvaća samo tehnološku stručnost, već i znanje o sigurnosnim implikacijama online aktivnosti. 21% ispitanika navelo je zabrinutost oko internetske sigurnosti kao glavnu prepreku, ističući nužnost obrazovanja o kibernetičkoj sigurnosti. Povjerenje korisnika u online aktivnosti može se podići educiranjem korisnika o sigurnosnim problemima uključujući napade krađe identiteta, krađu identiteta i sigurnost lozinki te pružanjem zaštitnih mjera poput antivirusnog softvera i dvofaktorske autentifikacije.

Dostupna podrška ključna je za podizanje tehničke pismenosti. Nalazi istraživanja pokazuju da dok 44% ispitanika rutinski prima pomoć od prijatelja, obitelji ili organizacija pri korištenju interneta, 30% ispitanika ovu podršku prima samo povremeno. Ovi nalazi naglašavaju koliko su institucionalna i društvena potpora ključne za proces učenja i razvoja digitalnih vještina. Povremena pomoć može doći od

tehnološki potkovanijih prijatelja ili članova obitelji, ali redovita podrška može doći od službenih obrazovnih programa, radionica i online tečajeva.

Međutim, 10% ispitanika ne dobiva nikakvu podršku, a 16% ispitanika vrlo rijetko dobiva podršku pri korištenju interneta, što ukazuje na popriličan udio ljudi koji su prisiljeni sami se brinuti za sebe kada svladavaju digitalne prepreke. Ova skupina će imati koristi od proširenog pristupa resursima i mogućnostima obrazovanja, kao i od stvaranja programa koji potiču razmjenu znanja među generacijama, pri čemu mlađi članovi zajednice pomažu starijima u stjecanju digitalnih vještina.

Razlike u tehničkoj pismenosti vidljive su i na temelju obrazovnog postignuća ispitanika. Prema anketi, sudionici koji su završili više obrazovanja obično posjeduju veću digitalnu pismenost i samopouzdanje pri korištenju interneta. 44% ispitanika ima završenu srednju školu, 12% ima višu stručnu spremu, a 24% visoku stručnu spremu. Ovi nalazi pružaju podršku za uključivanje digitalne pismenosti u kurikulum na svim razinama obrazovanja, ukazujući na to da je obrazovanje ključni čimbenik u razvoju tehničkih sposobnosti.

Što se tiče socijalnog statusa, nalazi istraživanja pokazuju da je 28% ispitanika u mirovini, a 44% ispitanika je zaposleno. Dok umirovljenici i nezaposleni ispitanici možda više koriste internet iz osobnih i rekreacijskih razloga, zaposleni ga ljudi često koriste za radne obveze, profesionalni razvoj i umrežavanje. Ovi nalazi naglašavaju koliko je ključno modificirati obrazovne programe kako bi odgovarali jedinstvenim zahtjevima različitih društvenih skupina i kako bi se svima pružila prilika za stjecanje digitalnih vještina koje su im potrebne za osobni i profesionalni život. Nadalje, anketu je ispunio veći postotak žena (72%) nego muškaraca, što bi moglo sugerirati da su žene više zainteresirane za tehničku podršku ili da im je ona potrebija. Ključno je da programi osposobljavanja i pomoći budu uključivi uzimajući u obzir društvene i kulturne razlike koje mogu pridonijeti razlikama u korištenju interneta i tehničkim vještinama između spolova.

Sposobnost pristupa internetskim resursima u profesionalne i obrazovne svrhe jedna je od glavnih prednosti stjecanja tehničke pismenosti. Iako je 60% ispitanika reklo da nikad ne sudjeluje u online tečajevima ili obrazovnim programima, postoji dobra šansa

da bi se stope sudjelovanja mogle povećati povećanjem tehnološke stručnosti i činjenjem ovih resursa pristupačnijima. Za pojedince koji žongliraju s poslovnim i obiteljskim obvezama ili koji imaju ograničen pristup tradicionalnim obrazovnim ustanovama, online učenje pruža fleksibilne prilike po razumnoj cijeni za stjecanje novih vještina i certifikata.

Nadalje, tehnološka pismenost potrošačima omogućuje upravljanje vlastitim financijama i obavljanje financijskih transakcija na internetu na siguran i učinkovit način. 55,6% ispitanika u anketi reklo je da koristi internetsko bankarstvo, što ukazuje na to da znatan dio javnosti vjeruje digitalnim financijskim uslugama. Stjecanje tehničkih znanja može potaknuti korištenje ovih usluga, dajući korisnicima više lakoće i učinkovitosti kada je u pitanju praćenje financijskih transakcija, plaćanje računa i upravljanje njihovim računima. Sposobnost ispravnog snalaženja u digitalnom svijetu i izbjegavanja potencijalnih sigurnosnih problema uvelike je poboljšana tehnološkom pismenošću. Smanjivanjem vjerojatnosti krađe identiteta, online prijave i drugih kibernetičkih zločina, obrazovanje o kibernetičkoj sigurnosti pomaže povećati povjerenje ljudi u korištenje interneta za rutinske zadatke.

4.6. Društvene mreže i komunikacija putem interneta

U današnjem svijetu društvene mreže i online komunikacija bitne su jer nude kanale za društveni angažman, povezivanje i razmjenu informacija. Nalazi ankete nude pronicljive informacije o tome kako ispitanici koriste društvene medije, što žele raditi i kako internet utječe na njihove komunikacijske navike. Rezultati istraživanja pokazuju da je jedna od najpopularnijih internetskih aktivnosti među sudionicima korištenje društvenih mreža. 45% sudionika izjavilo je da se svakodnevno koristi društvenim mrežama, pokazujući njihovu visoku razinu angažmana i važnost ovih platformi u njihovom svakodnevnom životu. 13% ljudi rijetko koristi platforme društvenih medija, u usporedbi s dodatnih 19% koji ih često koriste. Ove statistike nedvosmisleno pokazuju da su društvene mreže sada bitna komponenta značajnog dijela digitalnih života javnosti.

Društvene mreže omogućuju korisnicima sudjelovanje u raznim zajednicama i interesnim grupama, dijeljenje značajnih životnih događaja i održavanje odnosa s

prijateljima i obitelji. Prema nalazima istraživanja, 44% sudionika reklo je da im internet zaista pomaže da ostanu u kontaktu s prijateljima i obitelji, dok je 30% reklo da samo donekle pomaže. Ovi rezultati naglašavaju vrijednost društvenih mreža kao sredstva za očuvanje društvenih veza, posebno u svjetlu izazova koje nameću užurbani životi i geografske granice koje mogu otežati osobne interakcije.

Društvene mreže samo su jedna vrsta online komunikacije. E-pošta, servisi za razmjenu poruka poput Vibera i WhatsAppa te platforme za videokonferencije poput Zooma i Skypea također se često koriste od strane osoba koje odgovaraju. Ove platforme omogućuju niz komunikacijskih metoda, uključujući glasovne razgovore, tekstualne poruke i video chatove, omogućujući korisnicima odabir načina kontakta koji im najviše odgovara.

Mogućnost trenutnog i kontinuiranog povezivanja jedna je od glavnih prednosti komuniciranja putem interneta. Digitalne platforme omogućuju trenutni prijenos informacija i dostupnost gotovo u bilo koje vrijeme, ali tradicionalni oblici komunikacije - poput pisama i telefonskih poziva - često su ograničeni vremenom i zemljopisom. Brzo reagiranje i koordinacija omogućena je ovom kontinuiranom vezom, a može biti od velike pomoći ne samo u profesionalne svrhe već i u privatne, poput planiranja obiteljskih druženja ili pomoći prijateljima u nevolji.

Unatoč tome, postoje nedostaci česte upotrebe društvenih medija i stalne internetske veze. Čuvanje osobnih podataka sigurnim i privatnim jedno je od tih pitanja. 12% ispitanika u studiji izrazilo je zabrinutost za internetsku sigurnost, što sugerira da bi više ljudi trebalo znati i biti educirano o najboljim praksama sigurnosti društvenih mreža. Korisnici moraju razumjeti kako koristiti postavke privatnosti da bi zaštitili svoje podatke i biti svjesni opasnosti davanja previše osobnih podataka.

Na mentalno zdravlje korisnika također mogu utjecati društvene mreže. Istraživanja često pokazuju da pretjerano korištenje društvenih mreža može rezultirati emocijama zabrinutosti, depresije i socijalne izolacije, čak i kada to nije jasno navedeno u anketi. To se posebno odnosi na korisnike koji koriste romantizirane prikaze života na društvenim mrežama za usporedbu s drugim korisnicima. Kako bi se očuvalo mentalno

zdravlje korisnika, ključno je potaknuti ih da ograniče svoje online vrijeme i usvoje odgovarajuće prakse društvenog umrežavanja.

Osim toga, ispitanici koriste društvene mreže za prikupljanje informacija i sudjelovanje u političkim i društvenim raspravama. Internet nudi forum za razmjenu mišljenja, mobilizaciju zajednice i sudjelovanje u društvenim pokretima. Omogućujući ljudima da aktivno sudjeluju u formiranju društva, ovo digitalno sudjelovanje može promicati povećano demokratsko sudjelovanje i angažman građana. Kako bi se spriječilo širenje lažnih informacija i lažnih vijesti, rezultati istraživanja također naglašavaju nužnost opreznog pristupa materijalima objavljenim na društvenim mrežama.

Društvene mreže također igraju značajnu ulogu u razvoju karijere i profesionalnom umrežavanju. Korisnici mogu kreirati profesionalne profile, komunicirati sa suradnicima i mogućim poslodavcima te pristupiti resursima za profesionalni razvoj na platformama kao što je LinkedIn. Internet umrežavanje ima potencijal proširiti poslovne izgleda i olakšati traženje posla, a oboje je ključno na visoko konkurentnom i međunarodnom tržištu rada danas. Osim toga, podaci istraživanja pokazuju da različite demografske skupine koriste društvene medije na različite načine. Zbog niže razine tehnološke osposobljenosti ili smanjene potražnje za digitalnom komunikacijom, stariji ispitanici mogu manje od mlađih ispitanika koristiti društvene mreže. Stariji korisnici mogu ostati u kontaktu s prijateljima i obitelji i sudjelovati u internetskim zajednicama korištenjem ovih platformi s većom lakoćom i samopouzdanjem zahvaljujući programima obuke i podrške.

Što se tiče rodnog jaza, anketa otkriva da su većina sudionika žene, što bi moglo ukazati na razlike u tome kako muškarci i žene koriste društvene mreže i internet. Za razliku od muškaraca, žene mogu koristiti društvene medije za sudjelovanje u internetskim zajednicama, održavanje kontakta s prijateljima i traženje pomoći. Razumijevanje ovih razlika može pomoći u izradi prilagođenih pristupa za pomoć različitim skupinama korisnika.

4.7. Ograničenja istraživanja

Uzorak ispitanika jedno je od primarnih ograničenja istraživanja. U anketi je sudjelovalo 100 osoba, od čega je 72% žena i 28% muškaraca. Budući da muškarci i žene mogu imati različite navike korištenja interneta, razine tehničke pismenosti i poglede na sigurnost, rodni jaz može utjecati na ishode. Kao takvi, nalazi možda neće pravedno predstavljati iskustva i stajališta muške populacije, a buduća studija trebala bi osigurati da uzorak bude rodno uravnoteženiji. Daljnje ograničenje vrijedno pažnje je dobna distribucija sudionika. Dobna skupina od 55 do 60 godina ima najveći udio ispitanika (61%), a manje su zastupljene sljedeće dobne kategorije: 23% ispitanika je u dobi od 61 do 65 godina, 10% ispitanika ima 71 godinu i više, dok su skupine od 66 do 70 godina u najmanjem postotku (6 %). Na rezultate može utjecati prevladavanje starijih ispitanika, osobito u područjima tehničke pismenosti i korištenja društvenih medija, budući da su mlađe generacije obično tehnološki potkovanije i češći korisnici digitalnih platformi. Kao rezultat toga, nalazi možda nisu indikativni za mlađu demografiju, koja bi mogla imati drugačije navike korištenja interneta i stavove prema online sigurnosti.

Drugi nedostatak je obrazovna pozadina ispitanika. Podaci pokazuju da manji dio ispitanika ima završeno visoko obrazovanje, dok 44% ispitanika ima završenu srednju školu, 12% višu stručnu spremu, a 24% visoku stručnu spremu. Na digitalnu pismenost i korištenje interneta uvelike utječu postignuća u obrazovanju. Rezultati bi mogli biti iskrivljeni jer bi ispitanici s višom razinom obrazovanja mogli biti tehnološki pismeniji i ugodnije koristiti internet. Da bi se dobila cjelovitija slika, u buduća istraživanja trebalo bi uključiti širi raspon obrazovnih razina.

Društveni položaj ispitanika također nije ravnomjerno podijeljen; u mirovini je 28% ispitanika, dok je zaposleno 44%. Na stil i učestalost korištenja interneta može utjecati nečiji društveni položaj; na primjer, dok se umirovljenici mogu više koristiti internetom iz osobnih i rekreacijskih razloga, zaposleni ga mogu koristiti za radne dužnosti. Ti se obrasci upotrebe mogu jako razlikovati jedan od drugoga i ključno je uzeti u obzir te varijacije pri tumačenju nalaza.

Metodološko ograničenje ankete je njezin karakter prema samoprocjeni. Subjektivne predrasude mogle su proizaći iz samovrednovanja ispitanika o njihovom tehničkom

znanju, učestalosti korištenja interneta i percepciji sigurnosti. Na primjer, neki pojedinci mogu preuveličati ili podcijeniti svoju razinu online sigurnosti ili digitalnih vještina. Buduća bi studija trebala razmotriti uključivanje objektivnih mjera tehničke pismenosti i sigurnosne ekspertize, jer te subjektivne procjene mogu utjecati na istinitost nalaza.

Dodatno ograničenje odnosi se na određene teme kojima se anketa bavi. Unatoč tome što su ispitani ključni čimbenici poput učestalosti korištenja interneta, tehnološke pismenosti, sigurnosti i prednosti online aktivnosti, moguće je da su neke ključne komponente zanemarene. Dublji uvidi u obrasce korištenja interneta, na primjer, mogu doći iz temeljitijeg ispitivanja određenih mrežnih aktivnosti, kao što su e-trgovina, e-učenje i uključenost zajednice. Nadalje, u anketu nisu uključeni svi demografski čimbenici koji bi mogli utjecati na ishode, uključujući socioekonomski položaj, pristup tehnologiji i osobne preferencije.

Trajanje istraživanja još je jedan presudan čimbenik. Rezultati ankete, koja je provedena u određenom vremenskom razdoblju, predstavljaju mišljenja i postupke ispitanika u tom određenom trenutku. Brzi napredak tehnologije može dovesti do promjena u stavovima i ponašanju pri korištenju interneta. Kao rezultat toga, rezultati istraživanja možda neće biti dugoročno primjenjivi. Za praćenje obrazaca i promjena u korištenju interneta tijekom vremena, longitudinalno istraživanje moglo bi biti od pomoći.

Na rezultate istraživanja mogu utjecati i geografska ograničenja. Nalazi istraživanja možda ne bi bili tipični za širu javnost da je ograničeno na jedno područje ili susjedstvo. među urbanim i ruralnim lokacijama, kao i među različitim kulturnim i socioekonomskim skupinama, mogu postojati značajne razlike u korištenju interneta i digitalnoj pismenosti. Veće i raznolikije uzorke trebalo bi koristiti u budućim studijama kako bi se povećala reprezentativnost i mogućnost generalizacije nalaza. Raspoloživi resursi za provođenje istraživanja također mogu biti ograničenje. Ograničenja u financiranju, stručnosti i osoblju mogu utjecati na širinu i dubinu studija. Na točnost i kvalitetu rezultata mogla bi utjecati, na primjer, smanjena veličina uzorka ispitanika ili ograničeni pristup sofisticiranim tehnikama analize. Dobivanje dostatnih sredstava za istraživanje ključno je za provođenje temeljitih istraživanja koja daju pouzdane i praktične uvide.

Bez obzira na ove nedostatke, rezultati istraživanja nude pronicljive podatke o korištenju interneta od strane ispitanika, tehničkoj pismenosti, sigurnosnim brigama i prednostima uključenja u online aktivnosti. Ove rezultate treba promatrati s oprezom u svjetlu navedenih ograničenja. Oni također mogu poslužiti kao temelj za daljnje proučavanje i stvaranje smjernica i inicijativa usmjerenih na poboljšanje digitalne uključenosti i pismenosti. Kako bi se zajamčilo da su rezultati istraživanja primjenjivi, relevantni i vrijedni u širem kontekstu, imperativ je identificirati i prevladati ograničenja istraživanja.

5. ZAKLJUČAK

Ispitivanje online ponašanja pojedinaca od 55 godina i starijih daje važne informacije o tome kako stariji ljudi koriste digitalnu tehnologiju i internet. Nalazi istraživanja ukazuju na brojne važne trendove, prednosti i nedostatke koji utječu na online navike ove dobne skupine. Prvo, većina ispitanika izjavila je da koristi internet svaki dan, što ukazuje da ga starije osobe široko koriste. Društvene mreže značajno utječu na njihove živote jer im omogućuju održavanje odnosa s prijateljima i obitelji čak i kada žive daleko. Ove platforme omogućuju brzu i jednostavnu komunikaciju, dijeljenje značajnih događaja i angažman u virtualnim grupama, a sve to podržava emocionalnu podršku i osjećaj socijalne uključenosti.

Osim toga, stariji ljudi koriste internet za dobivanje informacija, osobito dok čitaju online vijesti. Oni mogu biti u tijeku s aktualnim događajima, zdravljem, financijama i drugim relevantnim temama koristeći Internet kao glavni izvor informacija. Njihova sposobnost stjecanja širokog spektra znanja čini ih informiranima i uključenima u događaje koji utječu na njihovu okolinu. Drugi važan dio digitalnog života starijih osoba je kupnja putem interneta. Internetska kupnja je zgodna iako nije toliko popularna kao druge razonode, posebno za ljude koji žive u udaljenim mjestima ili su ograničene pokretljivosti. Kroz ovu aktivnost mogu pristupiti većem izboru roba i usluga, često po pristupačnijim cijenama, a također dolazi s dodatnom pogodnošću dostave na kućnu adresu.

Studija, međutim, ukazuje i na niz poteškoća koje starije osobe imaju pri korištenju interneta. Jedan značajan problem koji su mnogi ispitanici spomenuli kao prepreku je nedostatak tehničke pismenosti i tehnološkog razumijevanja. Njihov potencijal da u potpunosti iskoriste digitalne alate i platforme može biti smanjen ovim ograničenjem. Stoga je bitno ponuditi obrazovne materijale i aktivnosti koje će im pomoći u razvoju potrebnih digitalnih vještina. Stariji korisnici interneta također su vrlo zabrinuti zbog sigurnosnih pitanja. Njihova volja za korištenjem digitalnih usluga, posebno onih kojima su potrebni osobni ili financijski podaci, može biti ograničena njihovim strahom od krađe identiteta, online prijave i narušavanja privatnosti. Podizanje svijesti o problemima kibernetičke sigurnosti i ponuda zaštitne opreme može pomoći u otklanjanju ovih briga i podići samopouzdanje pri korištenju interneta.

Dokazano je da je podrška i pomoć prijatelja, obitelji ili organizacija pri korištenju interneta presudna za poticanje starijih osoba da se digitalno bave. Ljudi koji primaju stalne smjernice vjerojatnije će steći sposobnosti i samopouzdanje potrebne za korištenje interneta. Stoga je ključno podržati međugeneracijske projekte i ponuditi alate koji olakšavaju pružanje ove vrste pomoći. Čak i uz ove poteškoće, stariji ljudi mogu imati velike koristi od interneta. Internet ima značajan utjecaj na kvalitetu života ove dobne skupine, od očuvanja društvenih veza i pristupa informacijama do jednostavnosti online kupnje i angažmana u virtualnim zajednicama.

Internet bi mogao biti vrlo koristan, kao što se vidi po visokom stupnju angažmana i obrascima korištenja stanovništva starijeg od 55 godina. Istodobno, postoje značajne prepreke koje se moraju prevladati kako bi se zajamčilo da sve starije osobe mogu koristiti digitalnu tehnologiju na siguran i učinkovit način. Važne mjere za postizanje ovog cilja uključuju stavljanje pomoći na raspolaganje, podizanje svijesti o problemima kibernetičke sigurnosti i ponudu usmjerenih obrazovnih programa. Starije osobe na ovaj način mogu u potpunosti iskoristiti mogućnost interneta da poboljšaju kvalitetu svog života.

LITERATURA

1. Abad-Alcalá, L. (2014). Media literacy for older people facing the digital divide: The e-inclusion programmes design. *Comunicar*, 42, 173–180. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-17>
2. Blažič, B., & Blažič, A. (2020). Overcoming the digital divide with a modern approach to learning digital skills for the elderly adults. *Educational Information Technology*, 25, 259–279. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09961-9>
3. Bunić, Sanja. (2010). „Projekt 65 plus Knjižnica grada Zagreba aktivno uključivanje osoba treće životne dobi u kulturna i društvena zbivanja“. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 53(2), 15-25.
4. Charness, N., & Boot, W. R. (2009). Aging and information technology use: Potential and barriers. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 253–258.
5. Chisnell, D., Redish, J., & Lee, A. (2006). Older adults and web usability: Jakob Nielsen's alertbox. Nielsen Norman Group.
6. Choi, N., & Dinitto, D. (2013). Internet use among older adults: association with health needs, psychological capital, and social capital. *Journal of Medical Internet Research*, 15, e2333. <https://doi.org/10.2196/jmir.2333>
7. Cresci, M. K., Yarandi, H. N., & Morrell, R. W. (2010). Pro-nets versus no-nets: Differences in urban older adults' predilection for Internet use. *Educational Gerontology*, 36, 500–520.
8. Czaja, S. J., Boot, W. R., Charness, N., & Rogers, W. A. (2013). *Designing for older adults: Principles and creative human factors approaches*. CRC Press.
9. Czaja, S. J., Charness, N., Fisk, A. D., Hertzog, C., Nair, S. N., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2006). Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE). *Psychology and Aging*, 21(2), 333-352.
10. Dijk, J. A. G. M. (2015). Toward a multifaceted model of internet access for understanding digital divides: An empirical investigation. *The Information Society*, 31(5), 379–391. <https://doi.org/10.1080/01972243.2015.1069770>
11. Dickinson, A., & Gregor, P. (2006). Computer use has no demonstrated impact on the well-being of older adults. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64, 744–753.

12. Echt, K. V., & Burrige, A. B. (2011). Predictors of reported internet use in older adults with high and low health literacy: The role of socio-demographics and visual and cognitive function. *Physical & Occupational Therapy in Geriatrics*, 29, 23–43.
13. Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93-106.
14. European Commission. (2019). Digital economy and society index, 2019 country report Spain. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59911
15. European Commission. (2022). Digital economy and society index 2022, country report Spain. <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88720>
16. Eurostat. (2019). Glossary: Digital divide. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Digital_divide
17. Fang, J., Wen, C., George, B., & Prybutok, V. R. (2016). Consumer heterogeneity, perceived value, and repurchase decision-making in online shopping: the role of gender, age, and shopping motives. *Journal of Electronic Commerce Research*, 17(2), 116.
18. Fang, M. L., Canham, S. L., Battersby, L., Sixsmith, J., Wada, M., & Sixsmith, A. (2019). Exploring privilege in the digital divide: Implications for theory, policy, and practice. *The Gerontologist*, 59(1), 1–15. <https://doi.org/10.1093/geront/gny037>
19. Friemel, T. N. (2016). The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. *New Media & Society*, 18(2), 313–331. <https://doi.org/10.1177/1461444814538648>
20. Garín-Muñoz, T., Pérez-Amaral, T., & Valarezo, A. (2022). Evolution of the internet gender gaps in Spain and effects of the Covid-19 pandemic. *Telecommunications Policy*, 46(8), Article 102371. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2022.102371>
21. Gatto, S. L., & Tak, S. H. (2008). Computer, Internet, e-mail use among older adults: Benefits and barriers. *Educational Gerontology*, 34, 800–811.
22. Githens, R. (2007). Older adults and e-learning: Opportunities and barriers. *Quarterly Review of Distance Education*, 8, 329–338.
23. Gonzales, A. L. (2016). The contemporary US digital divide: from initial access to technology maintenance. *Information, Communication & Society*, 19(2), 234-248.
24. Haddon, L., & Silverstone, R. (1996). Information and communication technologies and the young elderly. *Communications and Strategies*, 22, 35-51.

25. Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4).
26. Hogeboom, D. L., McDermott, R. J., Perrin, K. M., Osman, H., & Bell-Ellison, B. A. (2010). Internet use and social networking among middle aged and older adults. *Educational Gerontology*, 36, 93–111.
27. Hope, A., Schwaba, T., & Piper, A. M. (2014). Understanding digital and material social communications for older adults. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 3903-3912.
28. Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of internet use among older adults. *New Media & Society*, 20(10), 3937-3954.
29. Kuan, H-H., & Bock, G-W. (2007). Trust transference in brick and click retailers: an investigation of the before-online-visit phase. *Information and Management*, 44(2), 175–187. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.12.001>
30. Leist, A. K. (2013). Social media use of older adults: A mini-review. *Gerontology*, 59(4), 378-384.
31. Li, N., & Zhang, P. (2002). *Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior: An Assessment of Research*.
32. Lopez, M. H., Gonzalez-Barrera, A., & Patten, E. (2013). *Closing the digital divide: Latinos and Technology Adoption*. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewhispanic.org/2013/03/07/closing-the-digital-divide-latinos-and-technology-adoption/>
33. Meyer-Waarden, L. (2008). The influence of loyalty programme membership on customer purchase behaviour. *European Journal of Marketing*, 42(1-2), 87–114. <https://doi.org/10.1108/03090560810840925>
34. Mitzner, T. L., Boron, J. B., Fausset, C. B., Adams, A. E., Charness, N., Czaja, S. J., & Rogers, W. A. (2010). Older adults talk technology: Technology usage and attitudes. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1710-1721.
35. Moshrefjavadi, M. H., RezaieDolatabadi, H., Nourbakhsh, M., Poursaeedi, A., & Asadollahi, A. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5), 81. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n5p.81>
36. Nakayama, M., Sutcliffe, N., & Wan, Y. (2010). Has the web transformed experience goods into search goods? *Electronic Markets*, 20(3-4), 251–262. <https://doi.org/10.1007/s12525-010-0041-z>

37. Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
38. Nimrod, G. (2017). Older audiences in the digital media environment. *Information, Communication & Society*, 20(2), 233–249. <https://doi.org/10>
39. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). Bridging digital divides in G20 countries. <https://www.oecd.org/g20/summits/rome/bridging-digital-divides-in-g20-countries-35c1d850-en.htm>
40. Pečjak, Vid. (2001). „Psihologija treće životne dobi“. Zagreb: Naklada Prosvjeta.
41. Ragnedda, M. (2016). *The third digital divide: A webberian approach to digital inequalities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315606002>
42. Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., Schulz, J., Hale, T. M., & Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, Communication & Society*, 18(5), 569-582. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1012532>
43. Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, 6(3), 341-362. <https://doi.org/10.1177/1461444804042519>
44. Selwyn, N., Gorard, S., Furlong, J., & Madden, L. (2003). Older adults' use of information and communications technology in everyday life. *Ageing and Society*, 23(5), 561-582. <https://doi.org/10.1017/S0144686X03001302>
45. Sum, S., Mathews, R., & Hughes, I. (2009). Internet use as a predictor of sense of community in older people. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 235–239. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0150>
46. Tsai, H. S., Shillair, R., Cotten, S. R., Winstead, V., & Yost, E. (2015). Getting grandma online: Are tablets the answer for increasing digital inclusion for older adults in the US? *Educational Gerontology*, 41(10), 695-709. <https://doi.org/10.1080/03601277.2015.1048165>
47. Van-Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2015b). The third-level digital divide: Who benefits most from being online. In L. Robinson, S. R. Cotten, J. Schulz, T. M. Hale, & A. Williams (Eds.), *Communication and Information Technologies Annual* (Vol. 10, pp. 29–52).
48. Van-Deursen, A. J. A. M., & Van-Dijk, J. A. G. M. (2015). Toward a multifaceted model of internet access for understanding digital divides: An empirical investigation. *The Information Society*, 31(5), 379–391. <https://doi.org/10.1080/01972243.2015.1069770>

49. Van-Dijk, J. A. G. M. (2012). The evolution of the digital divide. The digital divide turns to inequality of skills and usage. In J. Bus, M. Crompton, M. Hildebrandt, & G. Metakides (Eds.), *Digital Enlightenment Yearbook 2012* (pp. 57–75). IOS Press.
50. Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–312. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
51. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.
52. Vuori, S., & Holmlund-Rytkönen, M. (2005). 55+ people as internet users. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(1), 58–76. <https://doi.org/10.1108/02634500510577474>
53. Werner, J. M., Carlson, M., Jordan-Marsh, M., & Clark, F. (2011). Predictors of computer use in community-dwelling, ethnically diverse older adults. *Human Factors*, 53(5), 431–447.
54. Wu, S. (2003). The relationship between consumer characteristics and attitude toward online shopping. *Marketing Intelligence and Planning*, 21(1), 37–44. <https://doi.org/10.1108/02634500310458135>
55. Xie, B., & Bugg, J. M. (2009). Public library computer training for older adults to access high-quality Internet health information. *Library & Information Science Research*, 31(3), 155–162. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2009.03.004>
56. Zickuhr, K., & Madden, M. (2012). Older adults and Internet use. The Pew Internet Project and American Life. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Older-adults-and-internet-use.aspx>

POPIS SLIKA

Slika 1 Tipična potrošnja u pojedinim fazama života	10
---	----

POPIS GRAFOVA

Grafikon 1 Učestalost korištenja interneta	26
Grafikon 2 Uređaji kojima se ispitanici služe	27
Grafikon 3 Aktivnosti ispitanika na internetu	27
Grafikon 4 Sigurnost ispitanika na internetu	28
Grafikon 5 Prepreke koje ispitanike sprečavaju pri korištenju interneta	29
Grafikon 6 Ocjena tehničke pismenosti ispitanika	29
Grafikon 7 Učestalost korištenja društvenih mreža	30
Grafikon 8 Olakšava li online kupovina svakodnevni život ispitanika	31
Grafikon 9 Smatrate li da internet pomaže da ostanu u kontaktu sa obitelji i prijateljima	31
Grafikon 10 Uključuju li se ispitanici u online tečajeve ili obrazovne programe	32
Grafikon 11 Koriste li ispitanici internet bankarstvo	33
Grafikon 12 Podrška pri korištenju interneta od strane obitelji, prijatelja ili organizacija	33
Grafikon 13 Spol ispitanika	34
Grafikon 14 Stupanj obrazovanja ispitanika	34
Grafikon 15 Dob ispitanika.....	35
Grafikon 16 Društveni status.....	35