Djeca osnovnoškolske dobi i društvene mreže

Brcko, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:226213

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
UNIVERSITY OF ZAGREB
CENTER FOR CROATIAN STUDIES

Repository / Repozitorij:

Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI

Jelena Brcko

DJECA OSNOVNOŠKOLSKE DOBI I DRUŠTVENE MREŽE

Završni rad

Zagreb, 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

JELENA BRCKO

DJECA OSNOVNOŠKOLESKE DOBI I DRUŠTVENE MREŽE

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Zagreb, 2019.

Sažetak

Ovaj rad prikazuje koje društvene mreže najviše koriste djeca osnovnoškolske dobi. Nadalje, u radu su pobliže navedene osnovne karakteristike dviju najpopularnijih društvenim mreža – Facebooka i Instagrama. Facebook je na globalnoj razini najviše korištena društvena mreža,no Instagram ne zaostaje previše. Ove društvene mreže vrlo su interesantne mlađoj populaciji zato što im omogućuju održavanje veza s prijateljima, komuniciraju i međusobno dijeljenje zanimljivih trenutaka iz života. Problem vezan uz odnos društvenih mreža i djece koja ih koriste je taj što djeca ne stječu potrebna znanja o medijskoj pismenosti i samim medijima. Kroz osnovnoškolsko obrazovanje djeca uče vrlo malo o novim medijima koji se svakodnevno razvijaju. Upravo zbog niske razine medijske pismenosti djeca su često u doticaju s neprikladnim sadržajem koji do njih dolazi upravo putem društvenih mreža. Također, zbog nedovoljnog znanja o prijetnjama koje se pojavljuju na društvenim mrežama, djeca su često žrtve elektroničkog nasilja.

Sadržaj

1.Uvod.....5

2. Društvene mreže Facebook i Instagram.....6

3. Medijska pismenost djece osnovnoškolske dobi.....8

4. Sadržaji koja djeca objavljuju i kojima su izložena na društvenim mrežama.....11

5. Elektroničko nasilje na društvenim mrežama.....13

6. Zaključak.....16

7. Popis korištenih izvora.....17

1. Uvod

Društvene mreže postale su dio svakodnevnog života većine ljudi, pa tako i djece. U današnje vrijeme djeca su od malih nogu okružena brojnim elektroničkim uređajima. Na tim uređajima često su instalirane društvene mreže tako da su djeca od vrlo rane dobi u doticaju s njima. Facebook i Instagram djeci osnovnoškolske dobi nisu nikakva nepoznanica. Naprotiv, često smo svjedoci da djeca znaju mnogo više o mrežama nego što odrasli očekuju.

Društvene mreže mogu se definirati kao usluge koje se temelje na internetu i pojedincu omogućuju stvaranje (polu)javnog profila unutar ograničenog sustava, sastavljanja popisa drugih korisnika s kojima se stvara kontakt i pregledavanje popisa kontakata drugih korisnika unutar istog sustava (Boyd, Ellison, 2008: 211). Društvene mreže predstavljaju komunikacijski fenomen novijeg doba. To i nije toliko čudno ako uzmemo u obzir da je čovjek društveno biće i komunikacija je sastavni dio njegovog života (Boyd, Ellison, 2008: 211).

Jedna od najpopularnijih društvenih mreža već je godinama Facebook koji ima oko 2,3 milijarde aktivnih korisnika. Slijedeća mreža koja svakim danom postaje sve popularnija je Instagram, a trenutno ima preko milijarde mjesečno aktivnih korisnika (https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/).

Cilj je ovog završnog rada prikazati kako djeca osnovnoškolske dobi koriste društvene medije, koja je razina njihove medijske pismenosti i razumijevanje virtualnog svijeta te kakve sadržaje koriste i kakve se prijetnje kriju iza profila na društvenim mrežama.

U prvom ćemo dijelu rada navesti nekoliko karakteristika društvenih mreža Facebook i Instagram koje su trenutno najpopularnije među djecom osnovnoškolske dobi. Zatim ćemo prikazati razinu medijske pismenosti koju djeca stječu tijekom osnovnoškolskog obrazovanja. U trećem ćemo dijelu rada pobliže opisati i analizirati što djeca objavljuju na društvenim mrežama, kakve sadržaje gledaju te ćemo pobliže objasniti fenomen tzv. *influencera*. U posljednjem ćemo dijelu rada objasniti što je elektroničko nasilje i koji se oblici nasilja najčešće događaju na društvenim mrežama.

2. Društvene mreže Facebook i Instagram

Društvene mreže su *online* zajednice pojedinaca koji dijele zajedničke interese ili aktivnosti, te na taj način društvene mreže korisnicima pružaju nov koncept umrežavanja i ojačavanja međusobnih veza. Putem elektroničkih uređaja, koji su sve dostupniji, ovi koncepti djeci omogućuju formiranje *online* prijatelja i poznanika unutar *online* okruženja. Upotreba društvenim mreža omogućuje razmjenu digitalnog sadržaja i interakciji te se danas na internetu može pronaći nekoliko desetaka društvenih mreža preko kojih korisnici mogu komunicirati.

Najpopularnije su društvene mreže među mladima danas Facebook i Instagram.

Facebook je jedna od najpopularnijih društvenih mreža. Osnovao ju je Mark Zuckerberg, bivši student Harvarda, 2004. godine. Facebook je društvena mreža na kojoj korisnici mogu otvoriti profil i dijeliti svoje sadržaje i interese s drugim korisnicima. Ova društvena mreža je popularna od samog početka i svakim danom povećava se broj njenih korisnika. O popularnosti Facebooka govori i podatak o broju korisnika. Iz analiza koje su provedene u travnju 2019. godine, Facebook dnevno ima 1,56 milijardi aktivnih korisnika (https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/).

Profil na Facebooku je prilično lako otvoriti. Postoji preporučena dobna granica od 13 godina. Ta granica je osmišljena kako bi se djeca zaštitila od zlouporabe profila i izloženosti neprimjerenim sadržajima. Također, granica je postavljena jer se smatra da djeca te dobi nisu u mogućnosti zaštititi se od opasnosti koje vrebaju u virtualnom svijetu (Žic, 2017: 33). Međutim, mnoga djeca mlađa od 13 godina imaju svoj profil na Facebooku. Dokaz tome je istraživanje autorica Kodžoman, Velki i Cakić (2013: 118) provedeno u Osijeku. Istraživanje je pokazalo da čak 88% djece u dobi od 10 do 11 godina imaju otvoreni Facebook profil. Slično istraživanje provedeno je među učenicima viših razreda osnovne škole (od 5. do 8. razreda) u Rijeci. Rezultati tog istraživanja pokazali su da od 92 ispitana učenika, Facebook profil ima čak 89,1% (Kušić, 2010: 108).

Kušić (2010: 105) navodi što sve društvene mreže poput Facebooka pružaju mladim korisnicima:

> *Servisi za online društvene mreže omogućuju pojedincu samoprezentaciju, stvaranje, gledanje i korištenje liste prijatelja, pisanje komentara na profilima svojih prijatelja, slanje privatnih poruka, dijeljenje slika, videa, kreiranje grupa i drugih multimedijalnih sadržaja te tako omogućuju da svaki korisnik aktivno sudjeluje u stvaranju sadržaja. Upravo sudjelovanje u online društvenim mrežama i društvenim umrežavanjem djeca i mladi*

> *„izgrađuju“ identitet (hibridni identitet) i započinju socijalizaciju koja uključuje čitanje profila drugih članova zajednice i komuniciranje s njima. Djeci i mladima postaje rutina svakodnevno više puta provjeravati novosti svojih prijatelja, [...], odnosno ažurirati Facebook profil. Online društvene mreže djeci i mladima ujedno omogućuju i eksperimentiranje s novim identitetima.*

Instagram je slijedeća popularna društvena mreža. Ona omogućuje stvaranje, uređivanje fotografija te dijeljenje tog sadržaja. Na taj način korisnici dijele trenutke svog života preko fotografije. Instagram se razlikuje od Facebooka po tome što se sadržaj dijeli među pratiteljima (*followers*). Isto tako, korisnici mogu pratiti poznate osobe, pjevače, glumce ili brendove pa je zbog toga Instagram odlična platforma za promidžbu (Žic, 2017: 34).

Kevin Systrom i Mike Krieger osmislili su Instagram 2010. godine. Prvobitno je bila riječ o projektu nazvanom Burbn. No, Burbn nije stekao neku popularnost, pa su stoga osnivači odlučili prilagoditi projekt tako da su fotografije stavili u fokus i time privukli željenu publiku (Gosarić, 2018: 33).

Instagram je u lipnju 2018. godine dosegao veliku brojku od jedne milijarde mjesečno aktivnih korisnika, dok je dnevno aktivnih korisnika oko 500 milijuna (https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/).

U analizi marketinške agencije Arbone o strukturi prosječnog korisnika Instagrama pokazalo se da je početkom 2019. godine tu društvenu mrežu koristilo 1,1 milijun Hrvata. Nadalje, prema dobnim skupinama, Instagram najviše koriste osobe u dobi od 18 do 24 godine i tih korisnika ima oko 340 000. Korisnika u dobi od 13 do 17 godina ima oko 58 000. Na Instagramu brojčano dominiraju pripadnice ženskog spola (https://www.vecernji.hr/techsci/na-facebooku-1-9-milijuna-hrvata-na-instagramu-1-1-milijun-1295127).

U ovom smo dijelu rada pobliže pojasnili dvije najpopularnije društvene mreže – Facebook i Instagram te smo naveli njihove glavne karakteristike. Nadalje, naveli smo rezultate nekoliko istraživanja prema kojima si možemo predočiti tko su korisnici tih mreža i koliko ih zapravo ima na globalnoj, ali i nacionalnoj razini.

3. Medijska pismenost djece osnovnoškolske dobi

U ovom ćemo dijelu rada prikazati koliko su djeca osnovnoškolske dobi upoznata s medijima.

Definicija medijske pismenosti mijenja se svakodnevno, no u najširem smislu može se definirati kao spoj „sposobnosti pristupa, analize, vrednovanja i stvaranja medijske poruke u različitim oblicima“ (Zgrabljić Rotar, 2005: 10). Prema riječima autorice, ova definicija odnosi se na medije kao pozitivne izvore informacije i zabave.

U sedamdesetim godinama prošlog stoljeća UNESCO je pokrenuo raspravu vezanu uz medijsku pismenost. Zgrabljić Rotar (2008: 48) navodi kako je UNESCO već tada primijetio potrebu za neprestanim radom na odnosu medija i djece. „UNESCO [...] inicira okupljanje stručnjaka iz različitih zemalja i različitih znanstvenih disciplina kako bi na temelju relevantnih istraživanja o utjecajima medija na djecu i odrasle postavili osnovne koncepte medijskog odgoja u cilju zaštite prava djece na zdravo odrastanje, koja su zajamčena UN-ovom Konvencijom o pravim djeteta, [...]“ (Zgrabljić Rotar, 2008: 48).

Problem odnosa između djece i medija potaknuo je mnoge organizacije da se pozabave opismenjavanjem djece, ali i odraslih. Tako je u Njemačkoj 1982. godine 19 europskih zemalja potpisalo Deklaraciju o medijskom odgoju (Zgrabljić Rotar, 2008: 48). Deklaracija navodi potrebu da medijski odgoj mora objasniti jezik i simboliku svih javnih medija. Također, medijski odgoj mora težiti učenju o medijima i njihovoj prirodi. Nadalje, Deklaracija potiče na međunarodnu suradnju i na uključivanje svih medija u sve razine obrazovanja, od predškolskog do školovanja odraslih (Zgrabljić Rotar, 2008: 48).

Nedvojbeno je da je medijska pismenost bila potrebna čim su se pojavili prvi mediji. Kada je bila riječ o tiskanim medijima, ljudi su morali početi razlikovati istinito od neistinitog, bitno od nebitnog. Zatim su se pojavili radio i televizija te je medijski sadržaj postao pristupačniji i brži. Pojavom interneta korisnici su ostvarili pravo na kreiranje informacija. S tim u vezi, potreba za medijskom pismenosti postaje velika i zapravo postaje posebni dio komunikacijskih znanosti (Zgrabljić Rotar, 2008: 43).

Kad je riječ o djeci, važan je izbor primjerenih medijskih sadržaja i zaštita djece od neželjenih medijskih poruka. Medijska pismenost zapravo osposobljava djecu za kritičko promišljanje i postavljanje pravih pitanja o onome što gledaju, čitaju ili slušaju i daje im sposobnost samostalnog razmišljanja. Tako će moći bolje razumjeti složene poruke koje

primaju putem televizije, radija, interneta, novina, magazina, knjiga, plakata, videoigara, glazbe, ali i preko društvenih mreža (https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/). Kako bi mediji pozitivno utjecali na njihove živote, djeca i mladi trebaju poznavati sve pozitivne, ali još više i one negativne strane koje donose masovni mediji. Stoga je važan medijski odgoj koji pomaže u stjecanju određenih znanja i vještina koje su nužne za njihovo korištenje kako bi se djeca i mladi naučili ophoditi s medijima (https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/).

Vrtić i škola su prve institucije gdje se djeca susreću s medijskim odgojem. U hrvatskim školama je medijski odgoj tek dio nastave hrvatskog jezika (Ciboci, Osmančević, 2015: 121). Problem je u tome što je medijski odgoj još uvijek na razini gledanja filmova i odlaska u kazalište, dok se novi mediji mijenjaju iz dana u dan, a iznimno malo se spominju.

Ciboci i Osmančević (2015: 123) navode da je gradivo vezano uz medijski odgoj uključeno u nastavu viših razreda osnovne škole. U petom razredu obrađuju se nastavne jedinice o medijima, tisku, kazalištu, filmskim rodovima i animiranom filmu. U šestom razredu naglasak je na filmu, a spominje se i internet. Zatim se u sedmom razredu uči o televiziji, radiju, knjižnicama i opet se spominje film. U zadnjem, osmom, razredu osnovne škole djeca uče o dokumentarnom filmu i Zagrebačkoj školi crtanja.

Prema ovim saznanjima, jasno je vidljivo da djeca u odgojno-obrazovnim ustanovama ne uče gotovo ništa o novim medijima, a pogotovo o društvenim mrežama. Djeca koriste elektroničke uređaje i društvene mreže već u toj dobi, no kroz nastavu im nije omogućeno potrebno znanje o njima. Također, prepreku često stvara i neopremljenost škola i kompetencije i afiniteti nastavnika hrvatskog jezika.

Autorice (2015: 135) su prema rezultatima zaključile kako je u škole potrebno uvesti zaseban predmet u osnovne škole, ujednačiti nastavne programe na kojima se obrazuju nastavnici hrvatskog jezika i omogućiti kvalitetniji sadržaj u čitankama hrvatskog jezika.

Medijska kultura već dugi niz godina sastavni dio nastave, a prvo istraživanje o medijskoj pismenosti učenika osnovnih škola u Hrvatskoj provedeno je 2018. godine (Ciboci, 2018: 23). Autorica je željela istražiti „koliko navedeni program zaista medijski opismenjuje djecu tijekom osam godina školovanja“ (2018: 39). Istraživanje je provedeno na području grada Zagreba te je obuhvatilo 1000 učenika osmih razreda. Rezultati su pokazali da učenici posjeduju srednju razinu medijske pismenosti. Najslabiji rezultati su zabilježeni u kategorijama analiziranja, kritičkog vrednovanja i stvaranja medijskog sadržaja (2018: 39).

Prema prethodno navedenim istraživanjima primjećujemo kako je razina medijske pismenosti djece po završetku osnovnoškolskog obrazovanja prilično niska. S time se slaže čak 57,3% ravnatelja osnovnih škola diljem Hrvatsk, a oni smatraju da učenici po završetku osnovne škole nisu medijski pismene osobe (Ciboci, Kanižaj, Gazdić-Alerić, 2016: 74).

S obzirom da je medijski odgoj slabo zastupljen u osnovnoškolskom programu, neke organizacije provode razne projekte i radionice o medijskoj pismenosti.

Tako je projekt „Djeca medija“ nastao s ciljem educiranja o medijima te poticanja razvoja korisnika koji s razumijevanjem i kritičkim odmakom koriste medijske sadržaje koje sami odabiru.

Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK), udruga je koja je u zadnjih osam godina uz potporu svih važnih nacionalnih i međunarodnih dionika u odgojno-obrazovnom sustavu održala više od 1000 radionica u više od 130 javnih institucija i više od 60 hrvatskih gradova za više od 20.000 korisnika. Interaktivna predavanja provode se u osnovnim i srednjim školama, knjižnicama, ostalim javnim prostorima i drugdje. Predavanja uključuju prezentacije s brojnim, prije svega edukativnim, ali i zanimljivim pozitivnim i negativnim primjerima medijskog izvještavanja i medijske uporabe koji su bitni za razumijevanje nužnosti medijskog odgoja (http://www.djecamedija.org/opis-projekta/).

Još jedna hvalevrijedna inicijativa pokrenuta je od strane Agencije za elektroničke medije i UNICEF-a, a riječ je o portalu medijskapismenost.hr. Sadržajem koji nastaje kroz djelovanje svih partnera želi se podržati prvenstveno roditelje, skrbnike te učitelje u podizanju razine vlastite medijske pismenosti, vještina i znanja djece. Također, jedan od krucijalnih ciljeva je postati središnje mjesto za informacije o medijskom obrazovanju, medijskoj pismenosti, politikama i trendovima u medijskoj industriji. Osim toga, cilj je portala potaknuti razgovore o medijima te sigurnom korištenju tehnologija bez kojih se ne može napredovati u 21. stoljeću (https://www.medijskapismenost.hr/o-nama/).

U ovom smo dijelu rada naveli kakvo medijsko obrazovanje usvajaju djeca u osnovnoj školi. Navedeno istraživanje pokazalo je kako je medijski odgoj zanemaren u hrvatskim školama. Na sreću, postoje organizacije koje su svjesne potrebe za obrazovanjem djece o medijima i kroz svoj rad uče djecu o pozitivnim i negativnim aspektima medija.

4. Sadržaji koje djeca objavljuju i kojima su izložena na društvenim mrežama

U prethodna smo dva odjeljka naveli karakteristike dviju društvenih mreža (Facebook i Instagram) i zabrinjavajuće nisku razinu medijskog obrazovanja koje djeca stječu u osnovnoj školi. U ovom ćemo odjeljku pojasniti kakve sadržaje djeca objavljuju, ali i kakvim su sve sadržajima izloženi. Također, pobliže ćemo objasniti pojam *influencera.*

Društvene mreže predstavljaju jednostavan koncept održavanja i/ili ojačavanja postojećeg kruga prijatelja ili ostvarivanje novih veza. Upravo zato je popularnost društvenih mreža sve veća među mlađom populacijom (Kušić, 2010: 103).

Ciboci navodi da su „društvene mreže omogućile djeci i mladima da svoje misli, ali i mržnju i netrpeljivost prema drugima javno pokazuju“ (2014: 17).

Prema rezultatima istraživanja (Kušić, 2010: 108) koje je provedeno u riječkoj osnovnoj školi možemo vidjeti kakve sadržaje objavljuju na svojim profilima. Najviše učenika, njih 80%, samo mijenja statuse, 54% ih stavlja privatne fotografije, 14% stavlja razne priče i životna iskustva, dok čak 13% djece na svom profilu objavljuje sve što radi. Zanimljiv je podatak da 6% učenika na svom profilu objavljuje intimne podatke za koje ni njihovi roditelji ne znaju. Naime, problem oko zadnjeg podatka je u tome što je internet virtualni prostor u kojem sadržaji zauvijek ostaju, tj. ono što je jednom objavljeno, zauvijek ima svoj trag.

S druge strane, u zadnjih nekoliko godina pojavio se fenomen tzv. *influencera*. Oni su osobe koje su iznimno popularne na društvenim mrežama, pa broj njihovih pratitelja nerijetko prelazi šest znamenaka. *Influenceri* su, za razliku od slavnih osoba, često obični ljudi. Popularnost postižu kreiranjem određenog sadržaja s kojim se „obični“ puk poistovjećuje. Također, upravo zbog sadržaja koji dijele sa svojim pratiteljima, a koji je često vrlo intiman, *influenceri* nam se čine bližima i dostupnijima. Može ih se „lajkati“, njihove fotografije se mogu komentirati, a često se od njih dobije i odgovor čime postižu taj bliski odnos s pratiteljima (https://direktno.hr/zivot/zabava/tko-su-influencerig-kako-zive-od-drustvenih-mrezag-132360/).

S obzirom kakav odnos *influenceri* imaju sa svojom publikom, koju u velikom broju čine i djeca osnovnoškolske dobi, često ih se gleda kao uzor. Sadržaj koji *influenceri* objavljuju gotovo je uvijek savršen, što može stvoriti nerealnu sliku svijeta kod djece.

Poznati modni hrvatski *influenceri* su Jelena Perić s 1,1 milijunom pratitelja, Amadea Muse sa 1,2 milijuna pratitelja. Slijedi Maša Zibar s 99 tisuća pratitelja. Iz tzv. Instagram mama kategorije najpraćenija je Ella Dvornik, a iza nje je Lana Klingor. Sljedeća kategorija *influencera* je iz sfere putovanja i životnog stila, a najviše pratitelja ima Hana Hadžiavdagić Tabaković, a u stopu je prati Sonja Kovač. Ovo su samo neki od hrvatskih najpoznatijih *influencera* na Instagramu (https://www.index.hr/mobile/clanak.aspx?category=magazin&id=2018278).

No, nije sve tako pozitivno. Često smo svjedoci priča u kojima su djeca u doticaju s neprimjerenim sadržajem. Upravo zbog te spoznaje, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu je provelo istraživanje čiji su prvi rezultati predstavljeni u studenom 2017. godine. Istraživanje je provedeno ispitujući medijske navike djece i prakse i stavove njihovih roditelja, te se bavilo i iskustvima i sigurnošću djece na internetu. Opći cilj istraživanja bio je steći bolji uvid u navike djece pri korištenju interneta, ispitati učestalost i oblike izloženosti djece uznemirujućim sadržajima i nasilju. U istraživanju koje je provedeno u kućanstvima sudjelovalo je 1.017 djece u dobi od 9 do 17 godina, te onaj roditelj koji ima više uvida u prakse djeteta na internetu. Istraživanje obuhvaća veliko područje, no naveden je i rezultat povezan s društvenim mrežama. Tako je naveden podatak da je svako dvanaesto dijete u dobi od 9 do 17 godina u proteklih godinu dana primilo poruku sa seksualnim sadržajem (poruka može uključivati riječi, slike ili video). Takve poruke su češće primala starija djeca. Zabrinjavajuće je da je čak 75% djece koja su primila seksualne poruke dobila ih je putem društvenih mreža, ponajviše preko Instagrama (http://hrkids.online/post/fourth-press/).

U ovom smo dijelu rada naveli rezultate istraživanja prema kojima vidimo što djeca objavljuju na svojim profilima. Zatim smo pobliže opisali kako djeca prate *influencere* na Instagramu. No, društvene mreže imaju i negativnu stranu, a to potvrđuje i prethodno navedeno istraživanje prema kojem spoznajemo da su djeca često u doticaju s neprimjerenim sadržajem.

5. Elektorničko nasilje na društvenim mrežama

Nastavno na prethodni odjeljak slijedi objašnjenje elektroničkog nasilja. Također, pobliže ćemo objasniti koji su oblici ovog nasilja najčešći na društvenim mrežama i kakav utjecaj imaju na djecu osnovnoškolske dobi.

Korištenje interneta, a posebice društvenih mreža, djeci pruža brojne mogućnosti. Društvene mreže i umrežavanje omoguće im održavanje kontakta s prijateljima i stvaranje novih (Kušić, 2010: 103). No, ako se društvene mreže koriste bez potrebnog znanja, ono može biti opasno. Neki od klasičnih problema koje nastaju zbog neznanja o internetu su: otuđenje od bližnjih, povlačenje u sebe, ovisnost, nerazlikovanje između stvarnog i virtualnog svijeta, pojava agresivnosti zbog neprimjerenih sadržaja. Labaš (2011: 37) navodi kako su problemi vezani uz korištenje interneta izloženost djece nasilju i neprimjerenim sadržajima zbog nemogućnosti zakonske regulacije svih internetskih stranica, ali i otuđenost djece iz zbiljskog svijeta i zatvorenost u «svijet mreže».

Elektroničko nasilje postao je globalan problem, a uključuje poticanje i širenje govora mržnje, uhođenje, uznemiravanje i napadanje privatnosti. Cilj elektroničkog nasilja, poput i svakog drugog oblika nasilja, povrijediti je ili uznemiriti žrtvu (Bilić, Buljan Flander, Hrpka, 2012: 301).

Postoje različiti oblici elektroničkog nasilja; ono obuhvaća „slanje anonimnih poruka mržnje, poticanje grupne mržnje širenje nasilnih i uvredljivih komentara o vršnjaku, kreiranje internetskih stranica (blogova) koje sadrže priče, crteže, slike i šale na račun vršnjaka, slanje tuđih fotografija te traženje ostalih da ih procjenjuju po određenim karakteristikama, otkrivanje osobnih informacija o drugima, „provaljivanje“ u tuđe e-mail adrese, slanje zlobnih i neugodnih sadržaja drugima, seksualno namamljivanje“ (https://www.poliklinika-djeca.hr/za-djecu-i-mlade/nasilje/sto-je-to-elektronicko-nasilje-odnosno-cyberbullying/).

Provedena su brojna istraživanja vezana uz elektroničko nasilje među djecom osnovnoškolske dobi i posljedice koje ono ostavlja na žrtvama.

Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba i udruga Hrabri telefon 2014. godine su proveli nacionalno istraživanje o iskustvima i ponašanjima djece i mladih na društvenoj mreži Facebook i općenito o internetu. Nadalje, istraživali su o povezanosti tih iskustava s njihovim

osobnim i psihološkim karakteristikama, kao i o navikama sigurnog korištenja interneta. Istraživanje je provedeno na uzorku od 1489 djece i mladih u dobi od 11 do 18 godina. Sudionici istraživanja su djeca od petog razreda osnovnih škola do drugog razreda srednjih škola.

Istraživanje je pokazalo da 93% djece i mladih ima otvoren profil na Facebooku, a čak 68% djece je otvorilo svoj profil prije navršenih 13 godina, što je najniža dopuštena dobna granica za stvaranje profila. Također, pokazalo se da djeca koja koriste Facebook više od tri sata dnevno imaju niži uspjeh u školi ako usporedimo uspjeh djece koja Facebook koriste manje od pola sata dnevno. Jednako se tako pokazalo da djeca koja dnevno provedu duže vrijeme za društvenom mreži imaju narušeniju sliku o sebi te iskazuju veći broj emocionalnih poteškoća.

Slijedi nekoliko rezultata poveznih s elektroničkim nasiljem na društvenoj mreži Facebook:

- svako peto dijete (21%) izjavljuje da je nekoliko puta ili često primalo uvredljive poruke ili komentare putem Facebooka, 46% djece je to doživjelo barem jedan put, a 9% djece priznaje da je to više puta činilo i samo;
- među djecom koja su tome bila višekratno izložena, 53% ih je barem jednom doživjelo da su se te poruke nastavile čak i nakon što su pošiljatelja zamolili da prestane s tim;
- 16% djece barem je jednom putem Facebooka primilo neželjene poruke seksualnih sadržaja (poruke, slike, videa …), a 4% djece priznaje da je to činilo;
- svako peto dijete navodi da su drugi putem Facebooka objavljivali stvari koje su štetile njegovom ugledu, dok 9% djece priznaje da je to činilo;
- svako četvrto dijete (26%) priznaje da su drugi putem Facebooka širili laži o njemu, a 7% djece priznaje da je to činilo;
- svako šesto dijete (16%) doživjelo je da su drugi putem Facebooka objavljivali informacije zbog kojih su bili ismijavani, dok 10% djece priznaje da je to samo činilo;
- svako šesto dijete (16%) navodi da im se netko ulogirao u njihov Facebook profil i u njihovo ime objavljivao neugodne informacije o njima, dok takvo ponašanje priznaje 8% djece;
- svako deseto dijete (11%) doživjelo je da ih je netko namjerno blokirao ili ih izbacio iz neke grupe s ciljem da ih izolira, dok je to činilo čak 13% djece;
- 3% djece priznaje da je otvorilo grupu na Facebooku s ciljem ismijavanja ili vrijeđanja druge djece, dok je 4% bilo žrtva takvog ponašanja;

- svakom šestom djetetu (15%) putem Facebooka su upućene prijetnje, dok takvo ponašanje priznaje 7% djece (https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/).

Ovo istraživanje pokazuje da je velik broj djece osnovnoškolske dobi izloženo različitim oblicima elektroničkog nasilja na društvenoj mreži Facebook. Posljedice ovog nasilja su tjeskoba, usamljenost, anksioznost, strah i slično.

Instagram je također mreža preko koje zlostavljači vrše nasilje nad svojim žrtvama. Tako je u veljači 2019. godine na portalu index.hr objavljen članak u kojem je opisan slučaj elektroničkog nasilja u jednoj zagrebačkoj osnovnoj školi. Učenice osmog razreda rekle su da je netko anonimno otvorio Instagram profil na kojem je „tračao" ostale školarce. Profil je ugašen, na posljedice su još uvijek vidljive. Na tom profilu, korisnik je objavljivao privatne stvari o drugima, što je dovelo do toga da jedna od žrtava nije pohađala nastavu tjedan dan.

Osim širenja glasina i govora mržnje, Instagram se pokazao kao najgora društvena mreža za mentalno zdravlje. Dokaz tome je istraživanje provedeno u Velikoj Britaniji 2017. godine. Ispostavilo se da Instagram prednjači u lošem utjecaju, pogotovo na mlade djevojke. Tjeskoba, depresija i neispunjenost samo su neki od osjećaja koje djevojke proživljavaju, a uzrok tome je to što Instagram nudi „filtriranje" svih nesavršenosti. Nadalje, djevojke su često opterećene da „uvijek nešto propuštaju" (http://ordinacija.vecernji.hr/budi-sretan/lifestyle/instagram-je-definitivno-najgora-drustvena-mreza-za-mentalno-zdravlje/).

Slične rezultate pokazalo je istaživanje (2019.) koje su provele Mariska Kleemans, Serena Daalmans, Ilana Carbaat i Doeschka Anschütz. Zaključak istraživanje je da mlade djevojke imaju „lošije mišljenje o svom tijelu kada su izložene manipuliranim fotografijama na Instagramu" (https://www.medijskapismenost.hr/utjecaj-instagrama-zadovoljstvo-vlastitim-tijelom-kod-tinejdzerica/).

U ovom smo dijelu rada pojasnili što je elektroničko nasilje, što sve obuhvaća, tj. kroz kakve sve oblike žrtve trpe nasilje i kakve su njegove posljedice.

6. Zaključak

Društvene mreže poput Facebooka i Instagrama su online platforme koje djeca koriste svakodnevno. One im omogućuju komunikaciju s prijateljima i dijeljenje zanimljivih trenutaka.

No, kako bi bila sigurna dok koriste društvene mreže, djeca moraju savladati neke vještine. Smatramo da je razina medijske pismenosti djece u Hrvatskoj prilično niska. Djeca u osnovnoj školi kroz nastavu nedovoljno upoznaju nove medije, pa tako i prijetnje koje dolaze s njima. To je Ciboci potvrdila 2018. godine istraživanjem koje je obuhvatilo 1000 učenika osmih razreda. Pokazalo se da ti učenici imaju nizak stupanj medijske pismenosti, a najizraženije se vidi u analiziranju, vrednovanju i kreiranju medijskog sadržaja.

Po našem je mišljenju potrebno osmisliti zaseban predmet o medijskom odgoju. Taj predmet trebalo bi uvesti već u nižim razredima zato što su djeca u doticaju s društvenim mrežama od malih nogu. Važno je na vrijeme djecu upoznati s pozitivnim, ali i negativnim aspektima novih medija i društvenih mreža. Stoga važnu ulogu prije svega imaju roditelji koji moraju postaviti granice prilikom korištenja društvenih mreža. Osim roditelja, odgojno-obrazovne ustanove druga su karika u prenošenju znanja. Na učiteljima je da zajedno s djecom uče i upoznaju društvene mreže, sve njihove prednosti i mane. Također, smatramo da je dužnost pedagoške službe da prepozna kada se djeca susreću s problemom i da im pruže potrebnu pomoć. Jedino pravilnom edukacijom djeca mogu biti sigurna prilikom korištenja društvenih mreža. Internet je mjesto gdje se nasilnici skrivaju iza ekrana i nakon počinjenog nasilja, djeci ostaju teške posljedice.

Popis korištene literature

1. Bilić, V., Buljan-Flander, G., Hrpka, H. (2012.) *Nasilje nad djecom i među djecom,* 1. izdanje, Jastrebarsko: Naklada Slap.
2. Boyd, D. M., Ellison N. B. (2008.) „Social netwok sites: definition, history and scholarship“, *Journal of business and managment,* vol . 7 (1), 69-74.
3. Ciboci, L (2014.) „Grupe mržnje na društvenim mrežama – novi oblici nasilja među djecom i mladima“, u :Majdak, Vejmelka, Radat, Vuga (ur.) *Nasilje na Internetu među i nad djecom i mladima*, Zagreb: Društvo za socijalnu podršku, 17.
4. Ciboci, L., Osmančević, L. (2015.) „Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama“, u: Car, Turčilo, Matović (ur.) *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, zbornik radova sa 5. regionalne znanstvene konferencija Vjerodostojnost medija; Sarajevo, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 121-138.
5. Ciboci L. (2018.) „Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu“, *Medijske studije,* vol. 9(17), 23-39.
6. Ciboci L, Kanižaj I., Gazdić-Alerić T. (2019) „Percepcija ravnatelja osnovnih škola važnosti medijske pismenosti u primarnome obrazovanju“, *Communication Managment Review,* vol 4(1), 74.
7. Gosarić, S. (2018.) „Povezanost školske klime i nasilnog ponašanja učenika na društvenim mrežama“, diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb.
8. Hodak Kodžoman, I., Velki, T., Cakić, L. (2013.) „Izloženost djece starije školske dobi elektroničkom nasilju“, *Život i škola*, vol. 30 (2), 110-128.
9. „Instagram: distribution of global audiences 2019, by age and gender“ (2019.) *Statista,* https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/, stranica posjećena 6. srpnja 2019.
10. „Izlaganje djece seksualnom sadržaju i noviji oblici rizičnog ponašanja u virtualnom svijetu“ (2018.) *HR Kids Online,* http://hrkids.online/post/fourth-press/, stranica posjećena 7. srpnja 2019.

11. „Na Facebooku 1,9 milijuna Hrvata, na Instagramu 1,1 milijun?“ (2018.) *Večernji list*, https://www.vecernji.hr/techsci/na-facebooku-1-9-milijuna-hrvata-na-instagramu-1-1-milijun-1295127, stranica posjećena 2. rujna 2019.
12. Kušić, S. (2010.) „Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije“, *Život i škola*, vol. 24 (2), 103-125.
13. Labaš, D. (2011.) „Djeca u svijetu interneta: zatočenici virtualnog svijeta“, u: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.) *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije*, Zagreb, Matica Hrvatska, 35-64.
14. Medijska pismenost – abeceda za 21. stoljeće (2019.) *Agencija za elektoničke medije*, https://www.medijskapismenost.hr/utjecaj-instagrama-zadovoljstvo-vlastitim-tijelom-kod-tinejdzerica/, stranica posjećena 7. srpnja 2019.
15. Number of daily active Facebook users worldwide (2019.) *Statista*, https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/, stranica posjećena 6. srpnja 2019.
16. „Ovo su najveći influenceri u Hrvatskoj“ (2018.) *Index.hr*, *https://www.index.hr/mobile/clanak.aspx?category=magazin&id=2018278*, stranica posjećena 2. rujna 2019.
17. „Tko su influenceri? Kako žive od društvenih mreža?“ (2018.) *Direktno.hr*, https://direktno.hr/zivot/zabava/tko-su-influencerig-kako-zive-od-drustvenih-mrezag-132360/, stranica posjećena 8. srpnja 2019.
18. „Učenici o nasilju u školi: Netko je otvorio Instagram profil za vrijeđanje djece“ (2019.) *Index.hr*, https://www.index.hr/vijesti/clanak/ucenici-o-nasilju-u-skoli-netko-je-otvorio-instagram-profil-za-vrijedjanje-djece/2067195.aspx, stranica posjećena 7. srpnja 2019.
19. Zgrabljić Rotar, N. (2005.) „Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji“ u: Zgrabljić Rotar, N. (ur.) Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo: Mediacentar, 9-44.
20. Zgrabljić Rotar, N (2008.) „Medijska pismenost i medijska etika u civilnom društvu“ u: Peruško, Z (ur.) *Mediji, kultura i civilno društvo,* Zagreb, Naklada Jasenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, 43- 48.
21. Žic, D. (2017.) „Medijska pismenost roditelja i njihova percepcija društvenih mreža“, diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb.