Utjecaj društvenih mreža na odgoj i obrazovanje

Đulabić, Marina

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:308312

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

MARINA ĐULABIĆ

UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA ODGOJ I OBRAZOVANJE

Diplomski rad

Pula, lipanj 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

MARINA ĐULABIĆ

UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA ODGOJ I OBRAZOVANJE

Diplomski rad

JMBAG: 0112053840, redoviti student

Studijski smjer: Učiteljski studij (s pojačanom informatikom)

Predmet: Uporaba računala u razrednoj nastavi

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: informacijske i komunikacijske znanosti

Znanstvena grana: informacijski sustavi i informatologija

Mentor: izv. prof. dr. sc. Maja Ružić-Baf

Pula, lipanj 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Marina Đulabić, kandidat za magistra primarnog obrazovanja ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega 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, Marina Đulabić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Utjecaj društvenih mreža na odgoj i obrazovanje 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, _____

Potpis

_____

SADRŽAJ

SAŽETAK ---------- 1

SUMMARY ---------- 2

1. UVOD ---------- 3

2. DRUŠTVENE MREŽE ---------- 4

2.1. Statistika ---------- 6

2.2. Facebook ---------- 7

2.3. Instagram ---------- 8

2.4. YouTube ---------- 9

2.5. Linkedin ---------- 9

2.6. Weibo ---------- 10

2.7. Reddit ---------- 10

2.8. Musical.ly ---------- 11

2.9. Twitter ---------- 11

3. APLIKACIJE DRUŠTVENIH MREŽA ZA MOBILNE UREĐAJE ---------- 12

3.1. Viber ---------- 12

3.2. WhatsApp ---------- 13

3.3. Snapchat ---------- 13

3.4. Messenger ---------- 13

3.5. Tinder ---------- 14

4. PREDNOSTI I NEDOSTACI DRUŠTVENIH MREŽA ---------- 15

4.1. Prednosti društvenih mreža ---------- 15

4.2. Nedostaci društvenih mreža ---------- 15

5. ZAŠTITA I SIGURNOST DJECE NA INTERNETU ---------- 18

5.1. Edukacija roditelja i djece ---------- 18

5.2. Sigurnost i privatnost djece na internetu ---------- 20

5.3. Dobna granica ---------- 22

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA ---------- 23

6.1. Cilj istraživanja ---------- 23

6.2. Metode rada ---------- 23

6.3. Rezultati istraživanja ---------- 25

7. ZAKLJUČAK ---------- 41

8. LITERATURA ---------- 44

9. PRILOZI ---------- 48

SAŽETAK

Tema (predmet) diplomskog rada je Utjecaj društvenih mreža na odgoj i obrazovanje. Društvene mreže su postale imperativ današnjeg društva. Sve mlađe generacije djece koriste društvene mreže, iako većina ima manje od trinaest godina života. Diplomski rad je podijeljen u dva dijela: teorijski i istraživački. U teorijskom dijelu rada daje se prikaz društvenih mreža: *Facebook*, I*nstragram*, *YouTube*, *Linkedin*, *Weibo*, *Reddit, Musical.ly* i *Twitter* te aplikacije društvenih mreža za mobilne uređaje: *Viber*, *WhatsApp*, *Snapchat*, *Messenger* i *Tinder*. Dok se drugi dio rada odnosi na metodologiju istraživanja i prikaz rezultata istraživanja provedenog na uzorku od 104 djece na području Višnjana, Poreča i ponekih lokalnih škola, što je ujedno i cilj rada. Istraživanje je pokazalo da većina učenika, od 3. do 7. razreda osnovne škole, posjeduje pametni telefon, da utječe na njihov odgoj jer koriste razne društvene mreže i video igre koje nisu edukativne, da se pametni telefon vrlo malo koristi za potrebe nastave i da ima pojedinaca koji ne mogu zamisliti dan bez pametnog telefona.

Ključne riječi: društvene mreže, pametni telefon, odgoj i obrazovanje

SUMMARY

The theme (subject) of graduate thesis is The impact of social networks on education. Social networks have become an imperative in today's society. All the younger generation of children use social networks, although most have less than thirteen years of life. The thesis is divided into two parts: theoretical and research. In the theoretical part of the paper, social networks are shown: *Facebook, Instagram, YouTube, Linkedin, Weibo, Reddit, Musical.ly* and *Twitter.* And social networking applications: *Viber, WhatsApp, Snapchat, Messenger* and*Tinder.* While the second part of the paper deals with the research methodology and the results of research on a sample of 104 children in the Višnjan, Poreč and some other schools, which is also the goal of the work. Research has shown that most of the children, from the 3rd to the 7th grade of primary school, have a smarthpone to influence their education because they use various social networks and video games that are not educational, that the smartphone is very little used for education and that there are individuals who can not imagine the day without a smartphone.

Key words: social network, smartphone,children, education

1. UVOD

O utjecaju društvenih mreža na odgoj i obrazovanje mnogi vode rasprave; učitelji, odgajatelji, psiholozi, pedagozi, neuro znanstvenici te stručnjaci iz ostalih područja znanosti. Utjecaj informacijske i komunikacijske tehnologije svakim je danom sve veći i jači. Učenici se upravo zbog neznanja i edukacije često navedu na krivi izbor sadržaja što često dovodi do mogućih negativnih posljedica. Roditelji, a i neki učitelji nisu dovoljno educirani. Većina današnjih učenika osnovnih škola ne može socijalno funkcionirati ako nemaju pristup internetu i društvenim mrežama. Također većina koristi društvene mreže za socijalnu interakciju s vršnjacima, često i ne shvaćajući koje se opasnosti kriju iza toga. Slobodno vrijeme s primjerenim aktivnostima za njihovu dob, kao što su druženje, igra i učenje; mijenjaju s provođenjem vremena na nekoj društvenoj mreži i različitim sadržajima na internetu. S obzirom da danas sve više djece od vrtićke dobi koristi pametni telefon, a većina djeca u prvom razredu posjeduje svoj pametni telefon, postavlja se pitanje koliko ga često koriste i u koje svrhe? U provedenom istraživanju prikazan je odnos ispitanika prema društvenim mrežama. Bitno je napomenuti da, kao i svaka druga tehnologija, mediji, društvene mreže i društveno umrežavanje pa tako i društvena mreža *Facebook*, ako se koristi pravilno i svrsishodno može imati i mnoge prednosti u različitim društvenim sferama. Uz društvenu mrežu *Facebook*, obradit će se i ostale kao što su: I*nstragram*, *YouTube*, *Linkedin*, *Weibo*, *Reddit* i *Twitter* te aplikacije društvenih mreža za mobilne uređaje kao što su: *Viber*, *WhatsApp*, *Snapchat* , *Messenger* i *Tinder*.

2. DRUŠTVENE MREŽE

Kosić (2010.) navodi kako društvene mreže i društveno umrežavanje nisu novi koncepti, već postoje u različitim oblicima oduvijek. Društvene mreže i društveno umrežavanje predstavljaju jednostavan čin održavanja i/ili ojačavanja postojećeg kruga prijatelja i/ili poznanika te širenje njihova kruga. Na taj se način upoznaje nova mreža prijatelja i poznanika preko već postojećih, što potiče formiranje mreže pojedinaca i stvaranje zajednica. Nadalje Kosić tvrdi da online društvene mreže i društveno umrežavanje postaju vrlo popularno među djecom i mladima. *Facebook* tako postaje novi način komuniciranja i nova forma društvenosti te na taj način uvodi nove obrasce ponašanja i društvenog povezivanja.

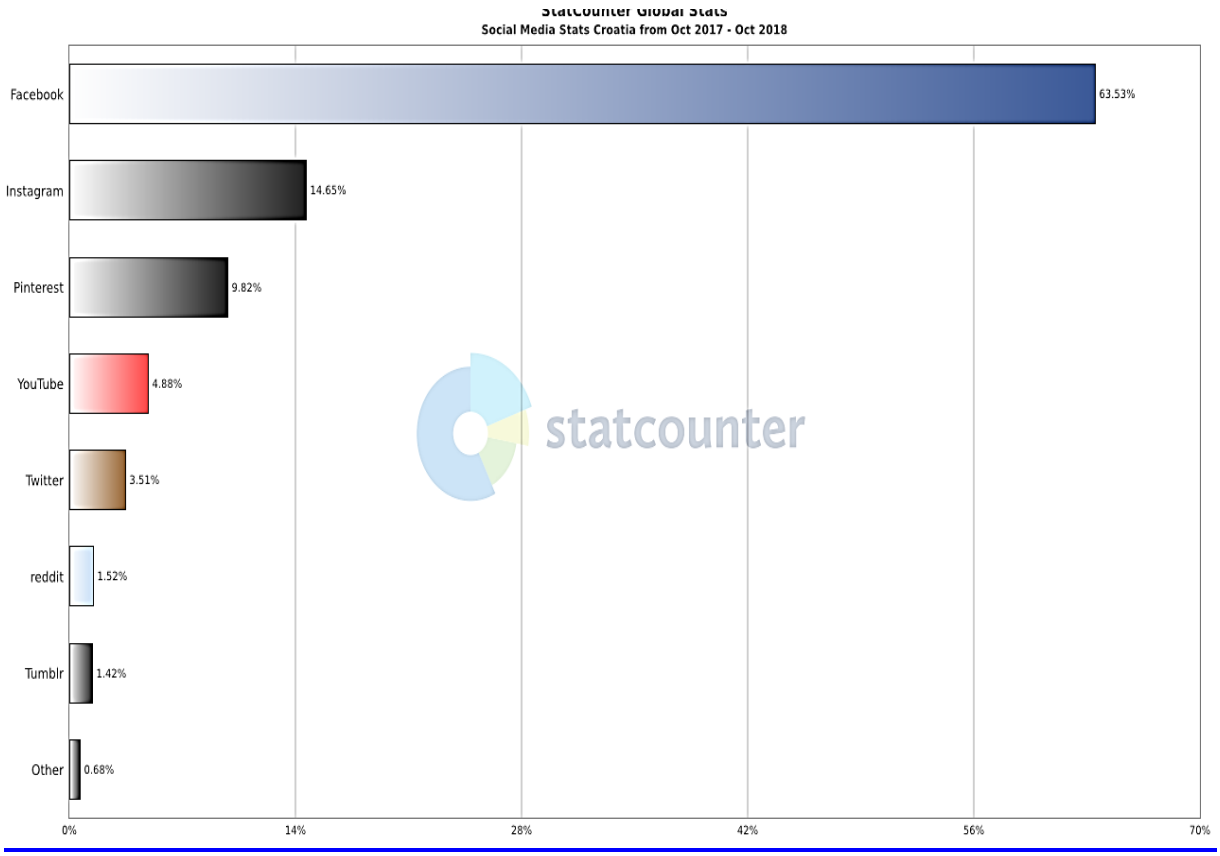
Neke od najpoznatijih društvenih mreža, koje će biti obrađene u radu su: *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Linked*, *Weibo*, *Reddit* i*Twitter*. Od aplikacije društvenih mreža za mobilne uređaje najpoznatije su: *Viber*, *WhatsApp*, *Snapchat, Messenger* i *Tinder.* Navedene društvene mreže imaju mnogo sličnosti kao što su: povezivanje odnosno građenje veza, dijeljenje znanja i edukacije, pretraživanje i istraživanje te kontakti s novim poznanicima ili starim prijateljima.



Slika 1. Logo društvenih mreža (*YouTube, WhatsApp, Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter i Musically*) https://picsart.com/i/image-was-ist-eure-lieblingsapp-instagram-snapchat-facebook-229427753009202?hl=es

2.1. Statistika o društvenim mrežama

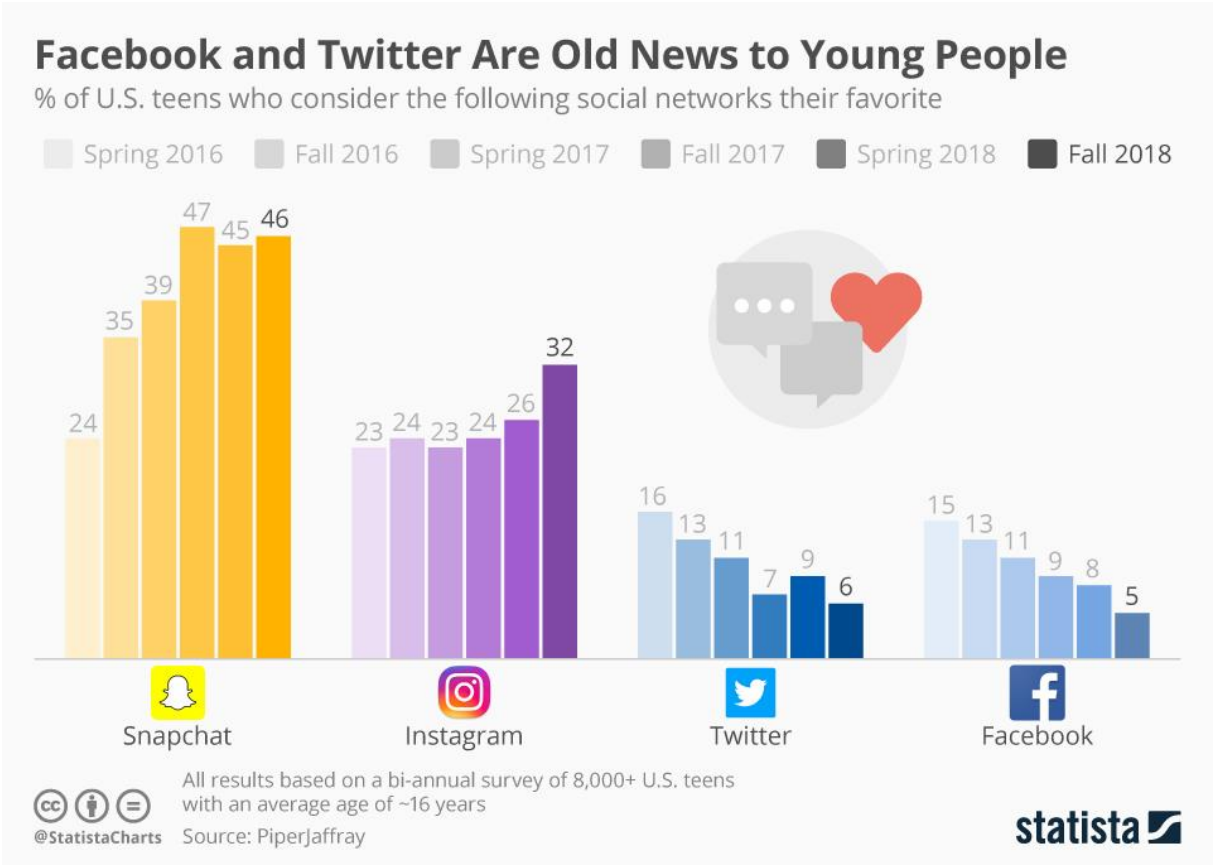
Sljedeći grafikoni i istraživanja o društvenim mrežama prikazuju najnoviju statistiku.



Grafikon 1. Korištenje društvenih mreža u Hrvatskoj **http://gs.statcounter.com/social-media-stats**

Na grafikonu 1 prikazano je prema navođenju stranice *Statcounter*, korištenje društvenih mreža u Hrvatskoj, od listopada 2017. godine do listopada 2018. godine. Društvena mreža *Facebook* ima najviše korisnika 63.53 %, slijedi društvena mreža *Instagram* 14.65 %, *Pinterest* s 9.2 %, *Youtube* 4.88 %, *Reddit* koristi 1.52 % korisnika, *Tumblr* 1.42 % te ostale društvene mreže 0.68 % korisnika.

I ostale stranice koje se bave statistikom kao što je *Smart Insights*, *Statista* i *We are social*, bilježe najveći broj korisnika društvene mreže *Facebook*.



Grafikon 2. Razlika u korištenju društvenih mreža https://www.statista.com/chart/4823/teenagers-favorite-social-networks/

The Statistics Portal, mrežna stranica, u grafikonu 2 prikazuje da se kod mlađih ljudi, odnosno tinejdžera, uočava razlika u korištenju društvenih mreža. U SAD-u djeca od 16 godina najviše koriste *Snapchat*, zatim *Instragram*, *Twitter* pa *Facebook.*

2.2. Facebook

Facebook je *online* društvena mreža koja je postala novi način komuniciranja. Ona je u sociološkom smislu nova forma društvenosti koja nameće nove obrasce ponašanja i nove načine društvenog povezivanja. Većina ljudi na svijetu već dugo godina unazad koristi *Facebook* ili bar zna za njega. Pomoću ove društvene mreže sklapaju se prijateljstva diljem svijeta, uče se nove kulture, jezik itd. Te karakteristike

su samo neke od dobrih strana sudjelovanja u *Facebooku*. Također postoje i brojni nedostatci koji se očituju u kulturi druženja, odnosima, govoru, ponašanju i zaštiti privatnosti o čemu će riječ biti dalje u tekstu. *Facebook* je izrađen 2004. godine, ali je postao dostupan 2006. godine. Bitno je napomenuti da je dostupan svima starijima od 13 godina i svima onima koji imaju pristup internetu, kako navodi mrežna stranica PC CHIP. Uz *Facebook* se svaki dan razvija i napreduje i *Messenger*.

Digitalni list „Mi“ navodi da je *Facebook* problem djece i njihovih roditelja jer se žale da 'vise' na njemu. Upravo su roditelji ti koji su djeci kupili računala i pametne mobitele, priključili internet te im dopustili otvoriti račun na društvenoj mreži *Facebook* umjesto odabira drugih zanimljivih aktivnosti za djecu. Ističu se prednosti, a nažalost zaboravlja se na nedostatke koje dovode do ovisnosti i još većih problema o kojima će biti riječ u nastavku rada. Na mrežnoj stranici „Marker“ piše kako u zadnje vrijeme *Facebook* služi za marketing i *online* prodaju. Ta društvena mreža je velika i utjecajna stoga se korisnici vole isticati, povezati s ostalim korisnicima/publikom i na taj način povećati prodaju. Savjetuju da treba objavljivati u vrijeme koje se ne poklapa s najvećom prisutnosti korisnika i aktivnosti na *Facebooku* jer nema konkurentskih objava. Objave mogu biti u obliku pitanja, slika, videa, poveznica, poklona i kupona/popusta. Dužina članka nije ograničena, ali ne treba pretjerivati već pružiti informativan i relevantan sadržaj. Vikendom ljudi imaju više vremena i tada je na *Facebooku* veći angažman, što će se pokazati i među učenicima u istraživanju.

2.3. Instagram

Mrežna stranica PC CHIP navodi da je *Instagram* jedna od najvećih društvenih mreža. Tvorci *Instagrama* su Kevin Systrom i Mike Krieger koji su 2010. godine spazili da svoj projekt mogu prilagoditi na način da ključni medij komunikacije bude fotografija. *Instagram* stoji iza izraza ‘instant camera’ i ‘telegram’. Fokus je na brzoj izradi fotografija (i snimanju video uradaka) putem mobilnih telefona i na lakom dijeljenju sa sljedbenicima/korisnicima. Pojava *hashtagova* omogućila je korisnicima lakši pronalazak fotografija ovisno o tematici koja ih zanima. Također se pojavljuju razni filtri, čime je uređivanje fotografija znatno dobilo na značaju. Uz navedeno, *Instagram* se svaki dan sve više razvija i napreduje s puno opcija i mogućnosti.

Mrežna stranica „Učionica.net“ navodi da osim fotografija i videa može se komunicirati i direktnim porukama koje su vidljive samo direktnom primatelju. Fotografiju ili video može se objaviti na dva načina, kao 'priču' i kao objavu. 'Priča' traje dvadeset i četiri sata i može se vidjeti tko je pogledao od korisnika/pratitelja, a objava stoji na profilu koliko dugo korisnik želi. Također postoji i tražilica gdje se upisom naziva, imena ili *hashtagova* može pronaći željeni profil ljudi, pojam i sl.

2.4. YouTube

Vajdić (2016.) piše da u digitalnoj današnjici rijetko je koja internetska stranica toliko nezaobilazna kao *YouTube*. Servis namijenjen objavljivanju i gledanju video sadržaja već godinama čini jednu od najpopularnijih stranica interneta. *YouTube* su početkom 2005. pokrenula trojica kolega koji su prije toga zajedno radili u *PayPalu*, kompaniji koja je popularizirala internetsko plaćanje. Korištenje internetskih stranica je besplatno, a video sadržaj na *YouTubeu* može objaviti tko god hoće. Osnovni poslovni model za financiranje stranice je objava reklama uz video isječke. Munjevito brz rast broja korisnika je dobrim dijelom posljedica mehanizma lake razmjene popularnih videospotova**,** filmova i serija. Međutim, konkurencija *YouTubeu* su i servisi poput Netflixa koji je posvećen samo objavi serija i filmova koji nastaju u produkciji profesionalnih proizvođača.

2.5. LinkedIn

Na mrežnoj stranici *Arbona* navodi se da se *LinkedIn* profil pojavljuje među prvim *Googleovim* rezultatima. On predstavlja poduzeće gdje se stvara zanimljiv sadržaj. LinkedInovi temelji su izgrađeni na individualnim osobnim profilima na kojima se prikazuju vještine i znanje vlasnika profila, a ne od poduzeća u kojem korisnik radi. Korisnici *LinkedIna* koriste ovu društvenu mrežu iz brojnih razloga kao što je praćenje i povezivanje s drugim stručnjacima iz njihovog područja rada i s drugim poduzećima kako bi bili u toku s najsvježijim novostima i događajima iz određene branše. Kada se podijeli objava, automatski je vidljiva na f*eedovima* sljedbenika, koji lajkaju, podijele ili komentiraju sadržaj pa tada postaje vidljiva i njihovim

sljedbenicima. Što je zanimljiviji sadržaj to će objava ostvariti veći doseg. Učenici nemaju poduzeća, ali u svom profilu, opisu i postovima dodaju poveznice na svoju mrežnu stranicu ili na blog.

2.6. Weibo

Weibo je kineska socijalna medijska platforma, *Twitter-Facebook hibrid*, koji je pokrenut u kolovozu 2009. Može se naći mnogo *WeiBo* usluga kao što su *Sohu, Weibo* i *Tencent Weibo*. Weibo radi slično kao i druge društvene mreže odnosno medijska platforma, posebno *Twitter*. Dijeljenje je ključna riječ pod kojima *Weibo* djeluje. On integrira slike, videa i tekstove koji se mogu dijeliti s prijateljima i komentirati, ali i strukturirane teme koje čine pretragu lakšom. Ovdje se mogu pratiti i slijediti ljudi, pisati postovi do 140 znakova, koristiti @spominanje, #*hashtagovi*, skratiti URL pomoću t.cn, umetati emotikoni na svoj sadržaj. Nadalje se mogu postavljati fotografije, videi i glazba iz računala ili sa svojih pametnih telefona. Važno je napomenuti da samo registrirani korisnici mogu komentirati postove i svi će komentari biti prikazani ispod početnog posta. Treba uzeti u obzir da kineska vlada ima vrlo stroge internetske propise i koristi cenzuru, navodeći da ta zemlja ima pravo upravljati internetom u skladu s nacionalnim propisima. Treba biti svjestan da su prvi komentari provjereni od strane *Weibo,* ali se mogu slati privatne poruke prijateljima i pratiteljima.

2.7. Reddit

Na mrežnoj stranici *Reddita* navodi se da je to aktivna zajednica na kojoj se može smijati, misliti, razgovarati, objavljivati, dijeliti. Može se podijeliti strast prema svojim omiljenim knjigama, filmovima, videoigrama, sportu, TV emisijama, glazbi i tehnologijama s milijunima ljudi koji dijele interese. Nadalje se nudi GIF i video, noćni način rada i brzo učitavanje sučelja. Službeni *Reddit* aplikacija ima pristup ekskluzivnim novim značajkama kao što su *Chat*, društvena zajednica *Chat* i još mnogo toga. Može se dobiti socijalno obrađena snimka, stalna ažuriranja oko aktualnih vijesti, zabavne priče, sport, igre, slike i videa koje korisnika zanima. Ljubitelji igara i sporta mogu otkriti najbolje Xbox i PS4 ponude, razgovarati

o PUBG ili o *Fortnite* strategiji, a raspravljati o najnovijim NFL, NBA, MLB i nogometnim igrama. *Chat* je besplatan, siguran i brz. Može se koristiti svugdje, a sinkronizira se na svim svojim mobilnim uređajima i računalima. Zatim se korisnici mogu pridružiti *chat* sobi u zajednici kao *Fortnite* ili imaju jedan na jedan razgovor o znanosti, filmu, šminki, sportu ili o ostalim omiljenim stvarima. Zajednice su usmjerene na zabavu, vijesti, sport, crtane filmove itd.

2.8. Musical.ly

Musical.ly je aplikacija, odnosno platforma koja postaje društvena mreža. Pruža mogućnost snimanja spota dok korisnik otvara usta na *playback*. Princip je vrlo jednostavan, snima se kratki video u trajanju petnaestak sekundi i dodaje se glazba ili pjesma iz vlastite datoteke uz koju se korisnik snima dok otvara usta. Nakon napravljenog snimka, može ga se obraditi i dodati mu efekte po želji uz jednostavne naredbe te podijeliti s ostalim korisnicima.

2.9. Twitter

Twitter je *microblogging* servis i društvena mreža. Bazira se na razmjenjivanju kratkih poruka, do 140 slova. *Tweet* znači cvrkut ptice odnosno poruka koja se pojavljuje na profilu. Korisnici se međusobno prate, a to mogu preko mreže, desktop aplikacija i mobilnih telefona. Važno je napomenuti da se poruke mogu i privatno izmjenjivati. Korištenje je besplatno. Kod *Twittera* je, razliku od *Facebooka* i drugih društvenih mreža, sve jednostavnije, nema drugih mogućnosti osim dopisivanja i praćenja. Osnovali su ga Jack Dorsey, Bizz Stone i Evan Williams.

3. APLIKACIJE DRUŠTVENIH MREŽA ZA MOBILNE UREĐAJE

3.1. Viber

Google Play navodi da je *Viber* besplatna komunikacijska platforma koja putem interneta (Wi-Fi ili mobilnog podatkovnog prometa) povezuje korisnika s bilo kim u svijetu. Korisnici mogu slati poruke prijateljima i obitelji, izražavati se super naljepnicama i emotikonima, dijeliti fotografije i videe. Mogu se povezati s prijateljima i obitelji preko poruka, glasovnih poziva ili *videochata*. Besplatna platforma omogućuje besplatne pozive u inozemstvo, kao i vidjeti svoje prijatelje u *videochatu*. S *Viberom* se može otvoriti grupni *chat* do 250 ljudi odjednom. Tako često učiteljice naprave grupe za roditelje svojih učenika ili sami roditelji stvore svoju grupu. Uz to *Viber Messenger* je prava aplikacija za besplatne međunarodne pozive. Nije potrebno imati ni korisničko ime, niti se logirati, dovoljno je upisati broj telefona druge osobe i poziv se može uspostaviti. Uz to se ističu *Instant* videoporuke, sigurna komunikacija, provjereni pouzdani kontakti, osobna platforma s 'kontrolom štete' i funkcionalnost 'skriveni *chat*'.

3.2. WhatsApp

Na internetskoj stranici *WhatsAppa* piše da je započeo kao alternativa SMS-u. Podržava slanje i primanje raznih medija: teksta, fotografija, videozapisa, dokumenata, lokacija i glasovnih poziva. Mogućnost da ljudi komuniciraju bilo gdje u svijetu bez ikakvih zapreka je osigurana i *end-to-end* metodom šifriranja, što znači da nijedna treća strana uključujući *WhatsApp*, nisu u mogućnosti čitati ih ili slušati. *WhatsApp* su osnovali Jan Koum i Brian Acton. Pridružio se *Facebooku* u 2014. godini, ali nastavlja funkcionirati kao posebna aplikacija s laserskim fokusom na izgradnji servisa za dopisivanje koji radi brzo i pouzdano bilo gdje u svijetu.

3.3. Snapchat

Internetska stranica „Radionica.hr“ o društvenim mrežama na internetu navodi da je *Snapchat* mobilna aplikacija, društvena mreža i vrlo popularna platforma za dijeljenje vizualnog sadržaja kao što su fotografija, video, tekst i crtež. Komunikacija i razmjena podataka odvija se brzo, prateći tempo, sažetost, konciznost i vizualnu kreativnost današnjih generacija. Mlađi korisnici vole koristiti zanimljive i šaljive filtere. Novost je da će se povezati s *Facebookom* na način da će biti moguće oglašavanje na S*napchatu* putem *Facebooka*. Oglašavanje je dobro za sve one koji svoje proizvode ili usluge žele prezentirati i mlađim korisnicima. Internetska stranica „Radionica.hr“ također ističe da je *Snapchat* najpopularnija društvena mreža za mlade u dobnoj skupini između 13 i 18 godina, međutim sve je popularniji i u dobnoj skupini između 19 i 24 godine (gdje dijeli prvo mjesto s *Instagramom*).

3.4. Messenger

Google Play objašnjava da je *Messenger* aplikacija za slanje SMS-a, ali se ne plaća svaka poruka. Povezan je s *Facebookom*, ali mogu ga koristiti i osobe koje ga nemaju. Ukoliko korisnik ima *Facebook* može slati poruke osobama koje mu nisu na popisu prijatelja i/ili unijeti telefonski broj kako bi dodao novi kontakt. I ova aplikacija ima mogućnost pravljenja grupe za osobe kojima se najčešće šalju poruke. Bitne karakteristike su snimanje videozapisa, slikanje 'selfija', slanje fotografija izravno iz drugih aplikacija, besplatni pozivi (preko Wi-Fi-a ili u suprotnom vrijedi standardna tarifa telefonskog operatora), ukrašavanje razgovora naljepnicama itd. Dok se koriste druge aplikacije/razgovori, glavu za čavrljanje ne treba prekidati, također se bez napuštanja razgovora mogu pregledavati fotografije i videozapisi iz galerije telefona. Oni se mogu odmah i poslati. Također bitna karakteristika je snimanje i slanje glasovnih poruka.

3.5. Tinder

Prema vodiču sa stranice „Učionica.net“ *Tinder* je mobilna društvena aplikacija za *online dating* tj. za upoznavanje ljudi s ciljem pronalaska partnera za spojeve. Smisao je pregledavati fotografije ljudi, označiti koje se korisniku sviđaju i onda razgovarati, tj. dopisivati se s odabranom osobom. Međutim, bitan je 'match' (par) jer se dvije osobe međusobno moraju odabrati kako bi mogli međusobno komunicirati. Može se urediti profil prema svojim željama i obrisati profil u bilo kojem trenutku.

4. PREDNOSTI I NEDOSTATCI DRUŠTVENIH MREŽA

4.1. Prednosti društvenih mreža

Pomoću brošure „Internet, ovisnost i mladi“ i Centra za edukaciju i savjetovanje može se zaključiti da pozitivne strane koje nudi internet su dostupnost informacija potrebnih za školu i učenje, dopisivanje s vršnjacima i ljudima iz različitih dijelova svijeta ili zemlje (što pak pogoduje njihovom razvijanju i učenju stranog jezika, komunikacijskim vještinama i slično), uključenost u međuvršnjačku skupinu itd. Slobodno vrijeme je razdoblje tijekom dana, vikenda ili praznika koje dijete, kad izvrši sve svoje dnevne obveze provodi uz internet. Djetetu ovo vrijeme može poslužiti za obrazovno napredovanje, zabavu, odmor itd. Zahvaljujući *Facebooku* može se ostati u kontaktu s osobama koje nisu više u blizini, koje se ne susreće često, npr. s rodbinom u inozemstvu ili s prijateljima iz škole. Osim dopisivanja s njima, može se saznati gdje rade, što studiraju, pregledavati njihove fotografije i brojne druge mogućnosti. Nadalje, dobar je izvor informacija. Tu se može saznati o događajima u gradu i zemlji, a ukoliko je netko član određene grupe može dobivati obavijesti o novostima vezanim za studiranje, posao i sl. Postoji i mogućnost upoznavanja novih osoba, stjecanja novih virtualnih prijatelja, koji možda postanu i pravi prijatelji. Veliki broj korisnika privukao je kako poznate ličnosti tako i kompanije zbog mogućnosti reklamiranja. Gotovo sve javne osobe imaju profile gdje obavještavaju fanove o nastupima, premijerama i sl. Isto tako, mnoge velike i male kompanije reklamiraju svoje proizvode na društvenim mrežama.

4.2. Nedostatci društvenih mreža

U prijašnjim generacijama kultura druženja bila je mnogo razvijenija. Roditelji su se mnogo više družili, djeca su se družila s vršnjacima, s roditeljima, s rodbinom, s obiteljskim prijateljima. U današnje vrijeme učenici osnovne škole provode mnogo vremena sami kod kuće bez kvalitetno 'poželjnih' i 'nezaobilaznih' opcija za provođenje slobodnog vremena. Činjenica da su druženje i razgovor s prijateljima u stvarnom svijetu zamijenjeni sjedenjem, tipkanjem i *online* dopisivanjem, a da su se prijateljstva i odnosi sveli na jedan klik u virtualnom svijetu, pokazuje da *Facebook* i

ostale društvene mreže umanjuju kulturu druženja. U komunikaciji na *online* društvenim mrežama, a što se potom prenosi na svakodnevnu komunikaciju u stvarnom svijetu, počinju se upotrebljavati nove riječi (npr. 'lajkanje', 'bockanje'...), osmišljavaju se kratice za često korištene riječi kako bi se ubrzalo pisanje i komuniciranje te se sve više koriste riječi iz engleskoga jezika. Gramatička i pravopisna vrijednost izražavanja zanemarena je od strane djece i mladih. Može doći do nazadovanja, otuđenja od obitelji, okruženja i stvarnosti te pretvaranja u beskonačnu igru 'u imaginarnom svijetu' pri čemu dijete ne prepoznaje granicu do koje je uputno biti u tom svijetu. Roditelji imaju glavnu ulogu sprečavanja i otklanjanja ovog rizičnog čimbenika, razvijajući kod djeteta osjećaj za stvaran i odgovaran odnos prema internetu. Statusi koji se objavljuju, slike, komentari, grupe i sl., svi ti podatci su dostupni 'prijateljima', no i kada se obrišu podatci, oni ipak negdje ostaju. Konkretno *Facebook* saznaje sve o korisniku; informacije o našim interesima, mjestu življenja, što se pretražuje, kada se spava, što se jede i pije, kupuje, što se događa u životu i gomilu drugih stvari koje sami (svjesno ili nesvjesno) pružamo. Na osnovu svih tih informacija oni točno znaju koju reklamu da postave na početnoj stranici. Često se događa da je reklama vezana za neki status. Neprimjerene fotografije, statusi u kojima se govori loše o firmi, boravak na društvenim mrežama za vrijeme radnog vremena ili nešto drugo mogu biti razlog da se dobije otkaz, a u školi za vrijeme nastave, opomena učiteljice. Nadalje, društvene mreže oduzimaju mnogo slobodnog vremena. Pri priključivanju društvenim mrežama sve se čini zanimljivim; postavljanje statusa, komentiranje, stavljanje lajkova itd., a kad se '*baci pogled*' na sat vidi se je prošlo mnogo vremena koje se moglo pametnije iskoristiti. Što se tiče 'gubitka slobodnog vremena', umjesto da učenik uči ili spava, boravi na društvenim mrežama pa zato sutradan spava u školi ili ostali stariji korisnici na poslu. Sve to vodi ili ka gubitku posla jer se više vremena provodi u čitanju statusa nego u obavljanju radnih zadataka ili ka lošim ocjenama u školi. Osim toga, internet je idealno mjesto za prevarante, lopove i ostale negativce. Oni koriste lakovjerne članove uzimajući im, nekad i velike količine novca. Česti su i primjeri uznemiravanja pojedinih korisnika, kao i lažna predstavljanja. Više je puta dolazilo i do silovanja maloljetnih osoba, kao i do mnogih drugih kaznenih djela. Lopovi također koriste društvene mreže, gdje iz statusa mogu dobiti informacije da netko nije kod kuće ili da na osnovu slika stana vide potencijalni plijen. Kad je riječ o igricama, većina igrica

nisu edukativne već neprimjerene i dosadne, ali su pritom i veoma zarazne pa ih većina korisnika igra i trudi se oboriti rekord koji drži prijatelj.

Analizirajući prednosti i nedostatke društvenih mreža, s naglaskom na *Facebook*, može se zaključiti da one mogu biti korisne ako se koriste na pravi način, u doziranoj mjeri i u prave svrhe. Dakle, treba obratiti pažnju što se postavlja, što se piše, u koje se grupe prijavljuje, koga se prihvaća za prijatelja, koje igrice igrati, što sve prihvaćati, a pored toga mora se voditi računa i o tome da se dobro podesi privatnost, tako da samo prijatelji (ili grupa prijatelja) imaju pristup osobnim informacijama.

5. ZAŠTITA I SIGURNOST DJECE NA INTERNETU

5.1. Edukacija roditelja i djece

Nažalost, većina roditelja ne zna što im djeca rade na internetu, s kim se dopisuju, koje mrežne stranice i društvene mreže posjećuju. Djecu se od malih nogu najčešće upozorava da ne razgovaraju sa strancima, da budu oprezna kada im prilaze nepoznate osobe, a nastaje problem kako im objasniti da se tako trebaju ponašati i u svijetu interneta. Kad dijete zakorači u virtualni svijet (u današnje vrijeme sve ranije), treba znati kako ga zaštititi; jer uz tolike brojne prednosti, globalna računalna mreža krije i mnoge opasnosti za najmlađe. Djecu i maloljetnike treba zaštititi od nasilnih i pornografskih sadržaja, neprimjerenih poruka, od osoba koje pod zaštitom anonimnosti mogu zloporabiti dječje povjerenje; pokušati ih nagovoriti da odaju privatne podatke, razmjenjuju slike, čak i da sami, bez pratnje roditelja, dođu upoznati *online* 'prijatelja'. Treba ih naučiti kako da sigurno i primjereno koriste internet. Roditelji, učitelji, institucije, stručnjaci trebaju poduzeti preventivne mjere zaštite djece od nasilja i zlostavljanja putem interneta. Također je poželjno omogućiti i ponuditi djetetu slobodne aktivnosti u skladu s njegovim sposobnostima i željama što znači da se većina djece želi družiti s prijateljima (uživo) ili baviti se slobodnim aktivnostima, no vrlo malo ih to u stvarnosti i čini. Treba ponuditi djetetu da pozove prijatelje kući, organizirati tematska druženja, zajedno s djetetom osmisliti što bi mogli raditi. Ako dijete pokazuje interes za neku aktivnost, svakako ga uključiti u nju kako u školi tako i izvan nje. Internet i društvene mreže nisu isključivo slobodan dječji izbor, već je to nekoj djeci jedini način druženja s prijateljima i bavljenja nekom aktivnošću, stoga im treba ponuditi kvalitetnu alternativu.

Povodom Međunarodnog dana obitelji, Ministarstvo obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti objavilo je priručnik „Sigurnost djece na internetu“ u kojem se nalaze jednostavni savjeti za djecu i roditelje (također primjenjivo i učiteljima), gdje se može naučiti kako zaštiti dijete od *online* opasnosti te učiniti surfanje zabavnim i sigurnim. Navode pravila o djeci i internetu, koja osim za roditelje su lako primjenjiva i za učitelje (plan i program OŠ Tujevica).

Dijete se ne smije plašiti opasnostima s interneta, nego je potrebno poučiti ga kako da ih svlada. Mladima je potrebna poduka što je internet i kako ga koristiti, koje su korisne, a koje rizične stranice i treba im dati do znanja da se za razna pitanja uvijek mogu obratiti roditeljima, učiteljima ili bilo kojoj starijoj osobi. Ako se dijete povlači u sebe, izbjegava odrasle osobe, mijenja svoje ponašanje, postaje tajnovito; treba razgovarati s njim, imati strpljenja i vremena, reći što koga muči, čega se tko plaši i potaknuti ga na povjeravanje.

- Žrtve interneta postaju djeca koja su zaplašena, nesigurna, neupućena i koja nemaju povjerenje svojih roditelja.
- Edukacija i povjerenje razvija kod djece osjećaj odgovornosti i spremnost za sučeljavanje s opasnostima na koje eventualno može naići pri surfanju. Preporučljivo je dijete objektivno informirati i poučiti o prednostima interneta, ali i o njegovim opasnostima. Ako se ipak dogodi da je dijete postalo žrtva osobe s neprijateljskim namjerama, svakako treba potražiti pomoć. I nasilje preko interneta jest zlostavljanje i njegove posljedice ne treba umanjivati jer posljedice neće same nestati te je važno pružiti djetetu i stručnu podršku.
- Preporučljivo je da dijete prođe odgovarajuće osposobljavanje u školi ili u nekoj od ovlaštenih institucija za svladavanje računalnih programa. Najbolje je savjetovati djecu da na internetu ne smiju ostavljati osobne informacije poput adrese, broja mobitela, punog imena i prezimena te sličnih osobnih informacija.
- Zabrana pristupa internetu nije rješenje za roditeljske strahove. S djetetom treba dogovoriti način i uvjete korištenja interneta. Zabrana služenja internetom, vikanje i tjelesno kažnjavanje djeteta koje odluta na loše stranice ili sklapa loša internet 'prijateljstva' nije rješenje.
- Treba zamoliti dijete da pronalazi neke od informativnih ili poučnih stranica, pridružiti se djetetu u tom istraživanju i pomoći mu u surfanju (kao što se sudjeluje u svim ostalim dječjim aktivnostima). Podrazumijeva se da se roditelj zna koristiti računalom kako bi mogao provjeriti stranice koje posjećuje njegovo dijete. Međutim, to nije uvijek slučaj pa roditelj može zamoliti dijete da ga nauči kako se koristiti računalom (na učitelje se to ne odnosi jer bi oni trebali znati), a isto tako može reći da ga zanima koje stranice posjećuje

budući da je odgovornost i obveza odraslog da vodi računa o tome koliko vremena i kako njegovo dijete provodi na internetu.

- Računalu je mjesto u zajedničkoj radnoj sobi ili u dnevnom boravku kako bi ga roditelj mogao nadzirati. Poželjno je djetetu odrediti i ograničiti vrijeme za korištenje interneta – prioritet su zadaća, učenje, sudjelovanje u kućnim aktivnostima, slobodne aktivnosti, igra itd. Treba pustiti dijete da samo istražuje, neupadljivo i vrlo diskretno nadzirati i povremeno provjeriti koje je adrese posjetilo dijete i tko je sve posjetio dijete, poštuje li dogovore s roditeljima (ako je potrebno i blokirati za sigurnost). Također je dobro upoznati njegove *online* 'prijatelje' i pogledati o čemu raspravljaju. Također je poželjno upozoriti dijete na moguće opasnosti na koje može naići u *chatu* i poučiti ga kako se ponašati i komunicirati s neznancima.
- Naučiti dijete da su pravila lijepog ponašanja na internetu jednaka ili slična onima u stvarnom životu te poticati ga da razmišlja vlastitom glavom u virtualnom svijetu onako kako to čini u stvarnom životu.

Neke od stranica koje mogu pomoći su: *Salfeld.com*, *Cyber patrol* i *Sentry pc*. Također na kraju priručnika može se naći i popis obiteljskih centara.

5.2. Sigurnost i privatnost djece na internetu

Zadatak roditelja i učitelja je pozitivnim pristupom internetu dijete uvesti u svijet znanja, učiti ih kako biti komunikativan, dobro informiran, prepoznati ponuđeni sadržaj kao i njegovu vrijednost, učiti djecu na primjerene reakcije na neprihvatljiv sadržaj, zatim kako izbjeći virtualna poznanstva i neprilične ponude. Naravno, pod pojmom internet podrazumijevaju se i društvene mreže. Otkrivanje osobnih informacija na stranicama društvenih mreža korisnicima omogućuje upoznavanje novih pojedinaca i zbližavanje ljudi jednakih interesa. Usprkos tome važno je primijeniti određene korake kako sigurnost podataka, ali i sigurnost korisnika, ne bi bila ugrožena. Putem društvenih mreža moguće je na korisnički profil preuzeti određene programe i alate koji služe za zabavu, komunikaciju s drugim korisnicima i ostalo. Velik broj ovakvih programa i alata izradili su nepoznati autori, a djeca su nedovoljno svjesna opasnosti, preuzimaju takve programe i alate i postavljaju ih na

svoj profil. Napadači mogu na više načina ugroziti privatnost korisnika- djece. Većina korisnika društvenih mreža nepažnjom otkriva velik broj informacija napadačima. Kako bi se započela nova prijateljstva s nepoznatim ljudima, korisnici otkrivaju osobne i ponekad povjerljive informacije kako bi putem društvene mreže lakše pronašli istomišljenike, a što u nekim slučajevima može predstavljati veliki sigurnosni rizik. Nesvjesni opasnosti ovakvih programa, korisnici ih prosljeđuju korisnicima na listi prijatelja, koji ponovno nakon popunjavanja, programe šalju korisnicima sa liste svojih prijatelja, itd.

Sigurnosne prijetnje društvenih mreža moguće je podijeliti u četiri skupine:

1. prijetnje privatnosti,

2. prijetnje mrežama i podacima,

3. prijetnje identitetu i

4. društvene prijetnje.

Vezano uz sigurno pretraživanje i različite oblike *online* zlostavljanja, dijete se može zaštititi i korištenjem odgovarajućih specijaliziranih programa koji blokiraju pristup neželjenim stranicama. Na taj način sprječava se odlazak na mrežne stranice u vrijeme kada roditelj ne može neposredno nadgledati djetetove aktivnosti na internetu, a ipak se mogu pouzdati da za računalom nije izloženo uznemirujućim sadržajima i porukama. Programi za zaštitu najčešće nisu besplatni. Osnovna im je namjena da filtriraju mrežne stranice, pojedini softveri omogućuju i da se vremenski ograniči pristup internetu, vrstama datoteka te igrica koje dijete smije koristiti.

Smatram da je već od najranije dobi bitno da se odnos s djetetom gradi kroz povjerenje, međusobnu toleranciju i razumijevanje. Dijete koje ima povjerenja u roditelja i učitelja, koje se ne boji njihove reakcije, vjerojatnije će se lakše povjeriti u slučaju neugodnog iskustva na internetu. Razgovor o tome što se sve na internetu i društvenim mrežama može dogoditi, svakako će koristiti i pomoći djetetu da uvidi da nije ono krivo, da zna kako u toj situaciji postupiti i kome se obratiti.

5.3. Dobna granica

Zabrane i prijetnje kojima se onemogućava djeci da otvore profil na društvenoj mreži nisu efikasne iz razloga što uvijek postoji način kako da ih dijete zaobiđe. S obzirom da postoji dobna granica prema kojoj je dozvoljeno pristupanje određenoj društvenoj mreži- 13 godina, roditelji bi trebali o tome razgovarati s djetetom i dogovoriti se s njim da će mu omogućiti pristup društvenoj mreži tek kada ispuni tu dobnu granicu. Mogu objasniti djetetu da se oni kao roditelji pravila moraju pridržavati i da razlog zbog kojega je ta granica upravo ta dob jest taj što starije dijete ima više mehanizama kako da se suočava sa svim onim negativnim stranama koje mu se na internetu mogu dogoditi (izrugivanje, ružni komentari, zloupotreba podataka i ostalo već navedeno). Na taj način ujedno mogu djetetu prenijeti poruku da dobro razmisli što stavlja na svoj profil na društvenu mrežu (slike, izjave, itd.) s obzirom da su svi ti podatci javno dostupni i da ih bilo tko može iskoristiti u vlastite svrhe. S 13 godina većina djece su učenici 7. razreda osnovne škole, a koriste li i koje društvene mreže učenici nižih razreda bit će prikazano u istraživanju.

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

6.1. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja bio je ispitati koliko vremena ispitanici provode na pametnim telefonima i za što ih koriste. U istraživanju je ispitivan odnos ispitanika prema društvenim mrežama kao prema skupini društvenih mreža koje se danas smatraju najrizičnijom skupinom u stvaranju ovisnosti o društvenim mrežama.

6.2. Metode rada

U svrhu ovoga rada provedeno je istraživanje u osnovnim školama; OŠ Jože Šurana (Višnjan), OŠ Poreč, OŠ Bernardo Parentin (talijanska osnovna škola), OŠ Joakima Rakovca (Sv. Lovreč), OŠ Tar – Vabriga, OŠ Kanfanar, OŠ Vladimira Nazora (PS Karojba), OŠ Brajda (Rijeka) i OŠ Kopar (Slovenija) na uzorku od 104 ispitanika, učenika 3., 4., 5., 6. i 7. razreda. Ispitanici su bili podijeljeni u 3 grupe, tri nezavisne varijable i to prema razredu (3., 4., 5., 6. i 7.), spolu (muško, žensko) i školi (OŠ Jože Šurana (Višnjan), OŠ Poreč, OŠ Bernardo Parentin (talijanska), OŠ Joakima Rakovca (Sv. Lovreč), OŠ Tar – Vabriga, OŠ Kanfanar, OŠ Vladimira Nazora (PS Karojba), OŠ Brajda (Rijeka) i OŠ Kopar (Slovenija)), a ispitivanje je provedeno metodom anketiranja. Anketa je bila anonimna i u svakom je trenutku ispitanik mogao odustati od anketiranja što nitko nije učinio. Za potrebe ovog istraživanja prikazati će se 15 varijabli:

1. Posjedovanje pametnog telefona
2. Nošenje pametnog telefona u školu
3. Korištenje pametnog telefona tijekom odmora
4. Korištenje pametnog telefona tijekom nastave bez znanja učitelja
5. Razlozi korištenje mobilnog telefona
6. Prosječno dnevno vrijeme korištenja pametnog telefona
7. Najčešće korištenje pametnog telefona

8. Pregledavanje društvenih mreža na pametnom telefonu

9. Dosada i korištenje mobilnog telefona

10. Najdraže aplikacije na pametnom telefonu

11. Igranje igara na pametnom telefonu

12. Isključivanje pametnog telefona tijekom noći

13. Korištenje pametnog telefona vikendom u odnosu na radni dan

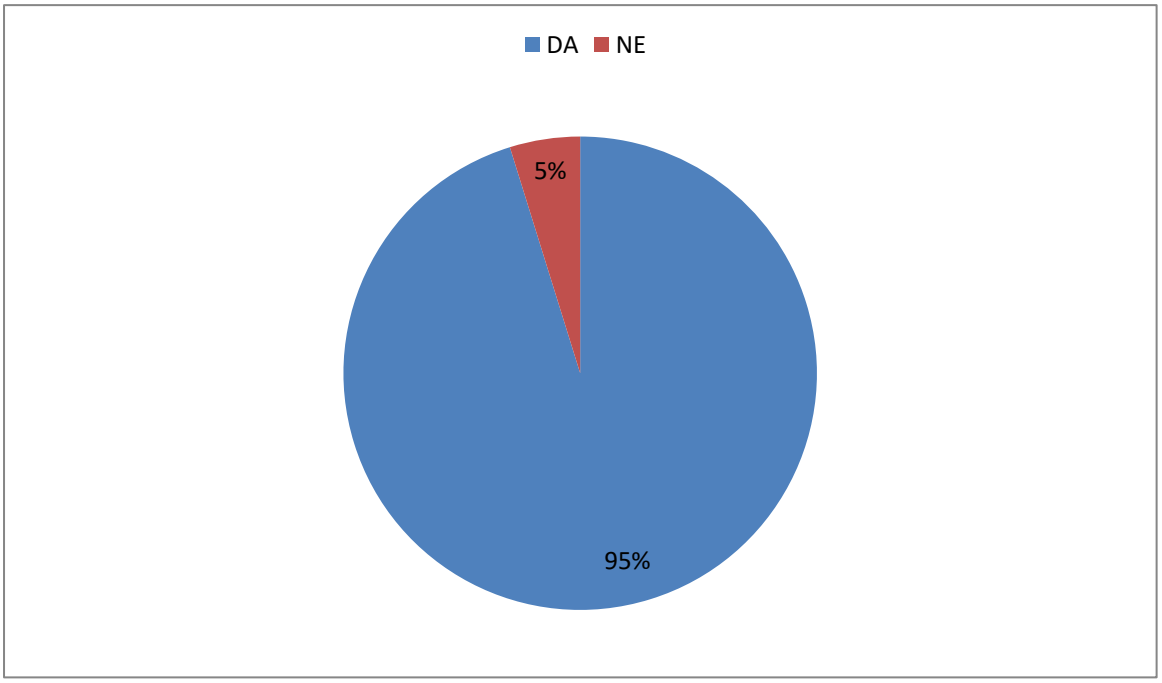
14. Korištenje pametnog telefona vikendom

15. Dan bez mobilnog telefona

6.3. Rezultati istraživanja

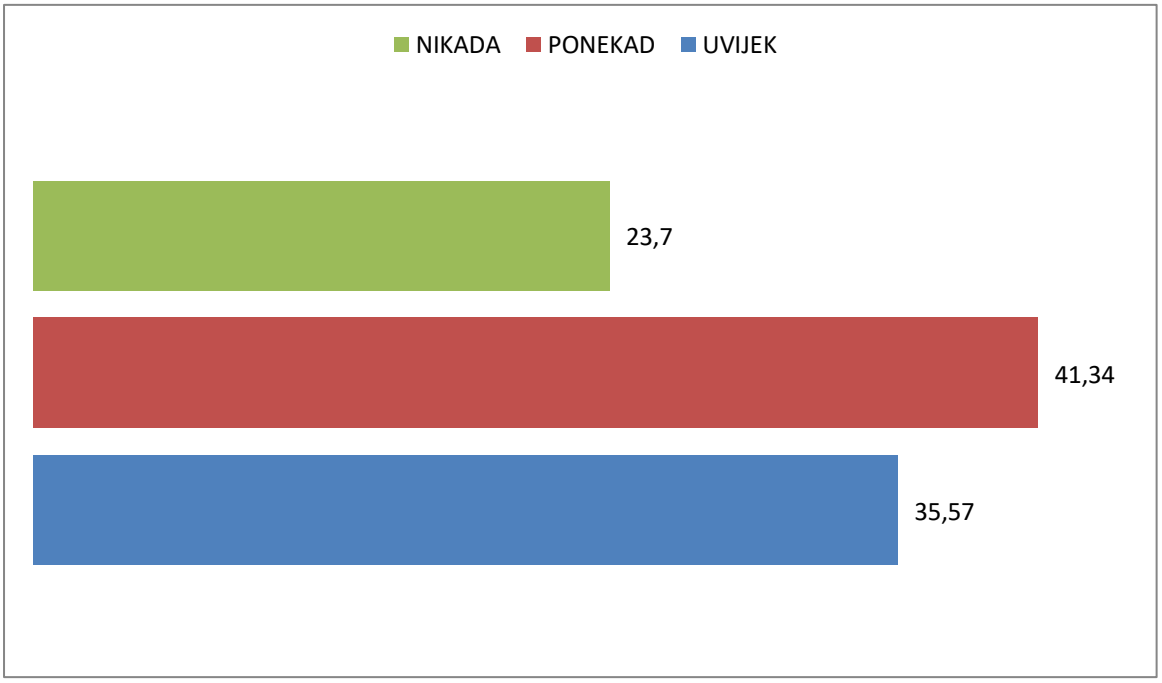
Sljedeći grafovi prikazuju rezultate istraživanja provedenim u pojedinim osnovnim školama.

Na grafu 1 prikazano je koliko učenika posjeduje vlastiti pametni telefon. Iz rezultata istraživanja može se vidjeti da 99 (95,19 %) učenika posjeduje pametni telefon i 5 (4,80 %) učenika ne posjeduje pametni telefon. S obzirom na to da je dob učenika koja je ispitana, od 3. razreda do 7. razreda, postotak posjedovanja nije iznenađujući, već je rezultat očekivani.



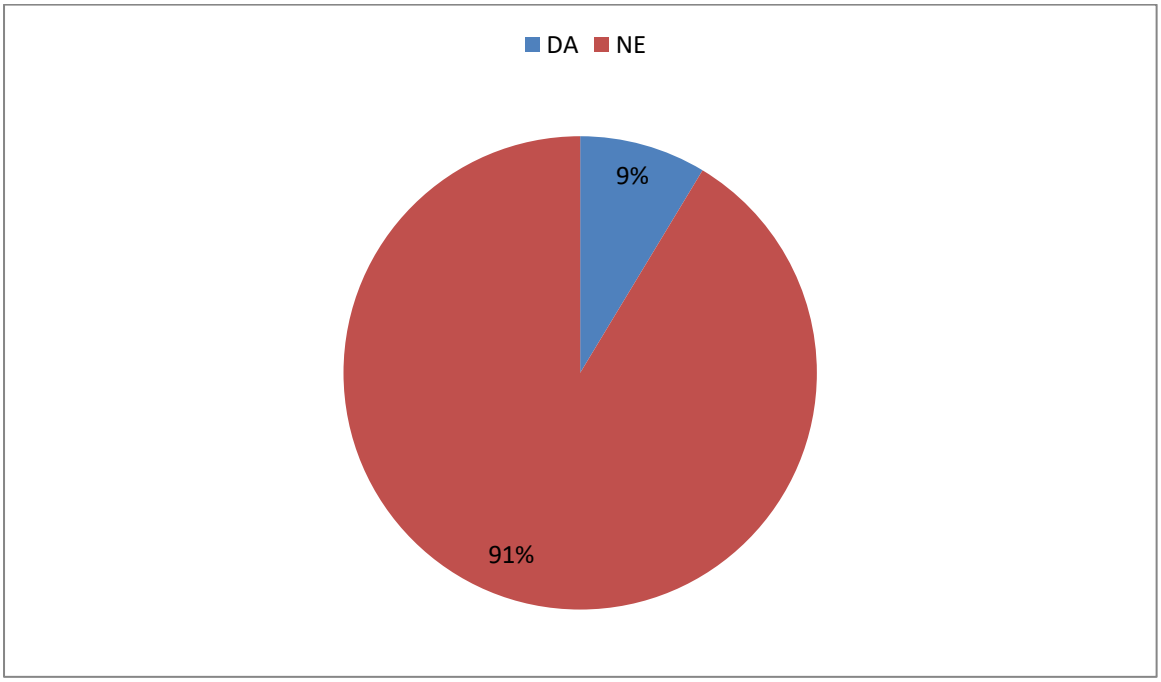
Graf 1. *Posjedovanje pametnog telefona*

Rezultati u grafu 2 prikazuju koliko učenici nose pametne telefone u školu, u slučaju da ih imaju. Odgovorili su da ih uvijek nose 37 (35, 57 %) učenika, ponekad ih nosi 43 (41,34 %), a nikada pametne telefone u školu ne nosi 24 (23,07 %) učenika. Učenici s najmanjim postotkom nikada ne nose pametne telefone u školu, no u taj postotak se ubrajaju i učenici koji ga ne posjeduju. Većina učiteljica u većini škola zabranjuju korištenje pametnog telefona u školi.



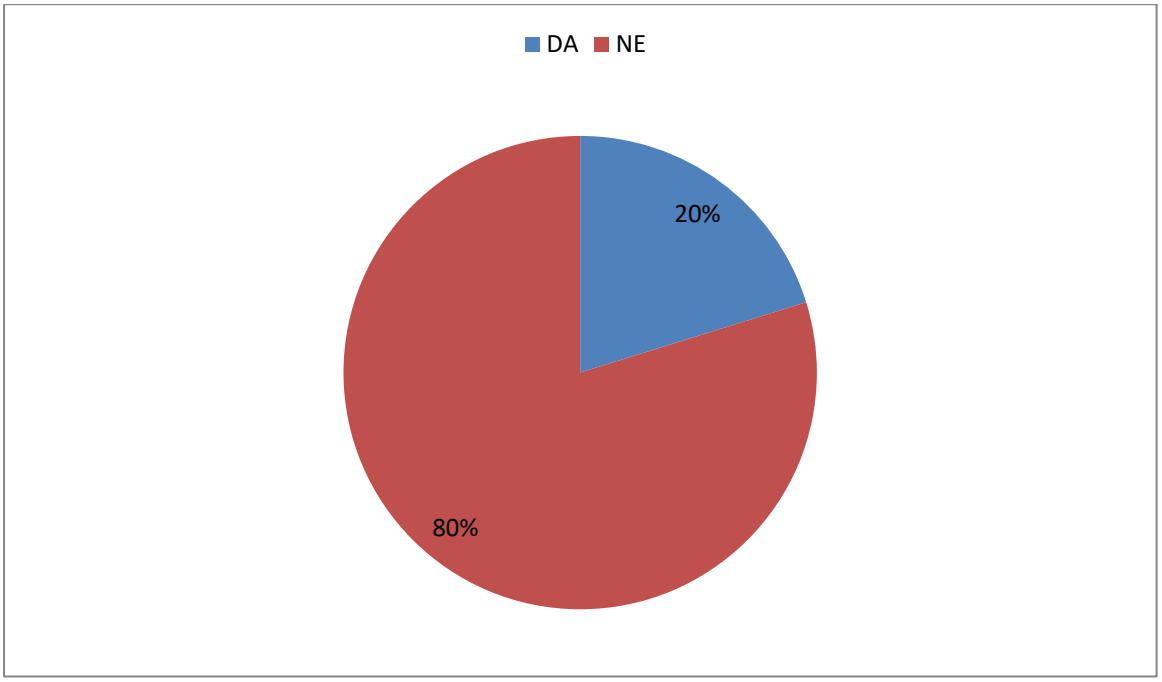
Graf 2. *Nošenje pametnog telefona u školu*

U grafu 3 prikazani su rezultati istraživanja o korištenju mobilnog telefona tijekom odmora. Pametni telefon tijekom odmora koristi 8,65 % učenika, a 91,34 %učenika ne koristi pametni telefon tijekom odmora.



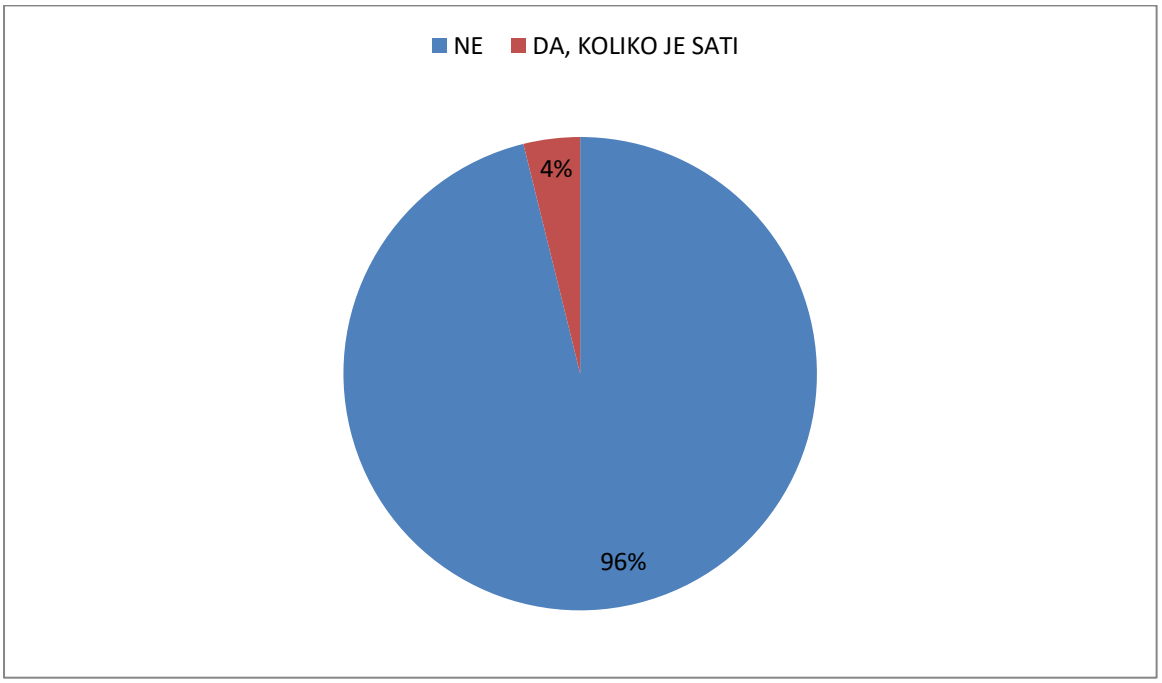
Graf 3. *Korištenje pametnog telefona tijekom odmora*

Na grafu 4 prikazano je korištenje pametnog telefona tijekom nastave. 21 (20,19 %) učenika se izjasnilo da ga koriste, a 83 (79,80 %) da ga ne koriste. Neki učitelji koriste pametne telefone za potrebe nastave što je pozitivno, suvremeno i potrebno jer pametni telefoni se ne mogu u potpunosti zabraniti pa ih treba uvrstiti u nastavni sadržaj i mudro iskoristiti. To se, naravno, odnosi i na tablete.



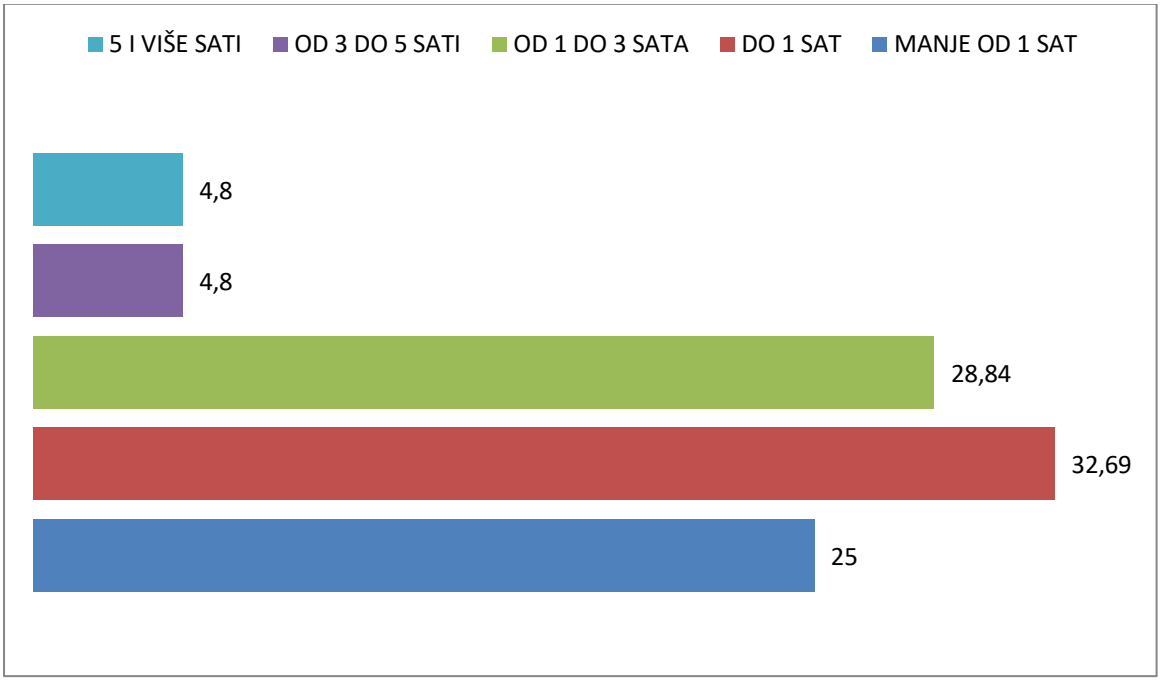
Graf 4. *Korištenje pametnog telefona za potrebe nastave*

Graf 5 prikazuje ako učenici koriste pametni telefon tijekom nastave, bez znanja učitelja, za što ga koriste. 100 (96,15 %) učenika se izjasnilo da ga ne koriste, a 4 (3,86 %) učenika koristi pametni telefon tijekom nastave, bez znanja učitelja, kako bi pogledali koliko je sati. Mali broj učenika je odgovorio kako bez znanja učitelja pogledaju koliko je sati za vrijeme nastave, međutim u većini učionica na zidu stoji sat pa je to bespotrebno.



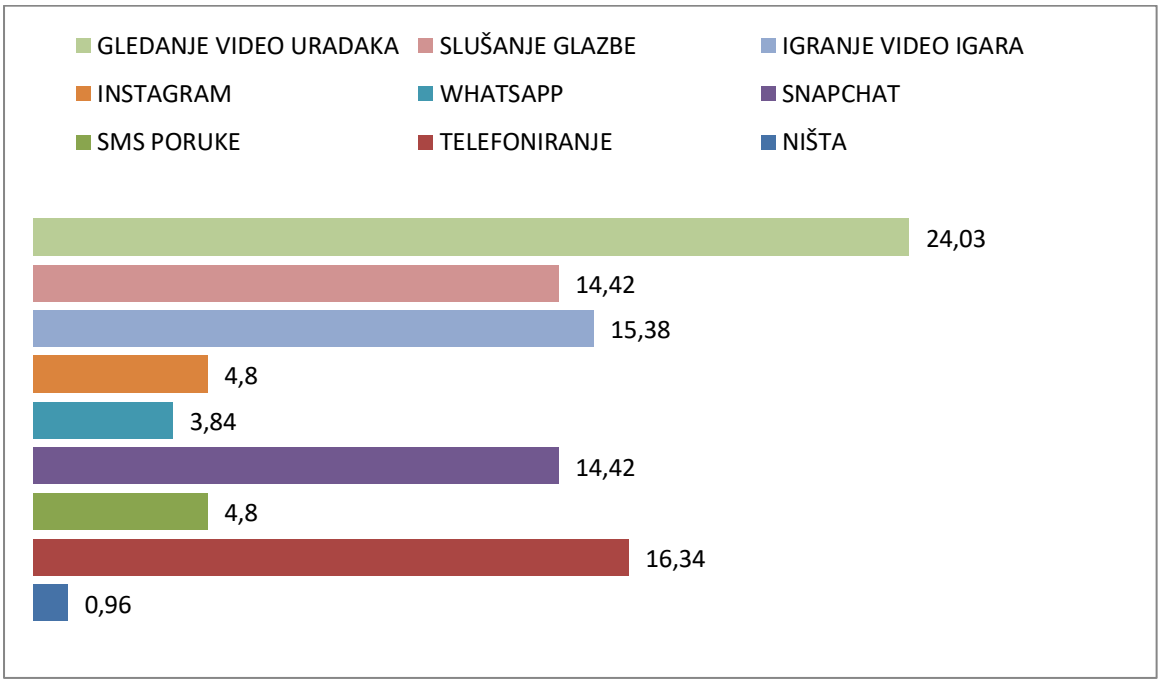
Graf 5. *Korištenje pametnog telefona tijekom nastave bez znanja učitelja, za što ga koriste*

U grafu 6 prikazano je koliko učenici prosječno dnevno koriste pametni telefon. Manje od 1 sata koristi ga 26 (25 %) učenika, do 1 sata 34 (32,69 %) učenika, od 1 do 3 sata 30 (28,84 %) učenika, od 3 do 5 sati 5 (4,80 %) učenika te 5 i više sati 5 (4,80 %) učenika. Najviše ih prosječno koristi do 1 sat što je sasvim u redu i poželjno, zatim manje od 1 sat, što je dobro za tu dob, slijedi od 1 do 3 sata što je već puno i to vrijeme se može kvalitetnije iskoristiti, zatim slijedi od 3 do 5 sati te 5 i više sati što je previše za učenike u dobi od 3. razreda do 7. razreda, iako je najmanji postotak odgovora.



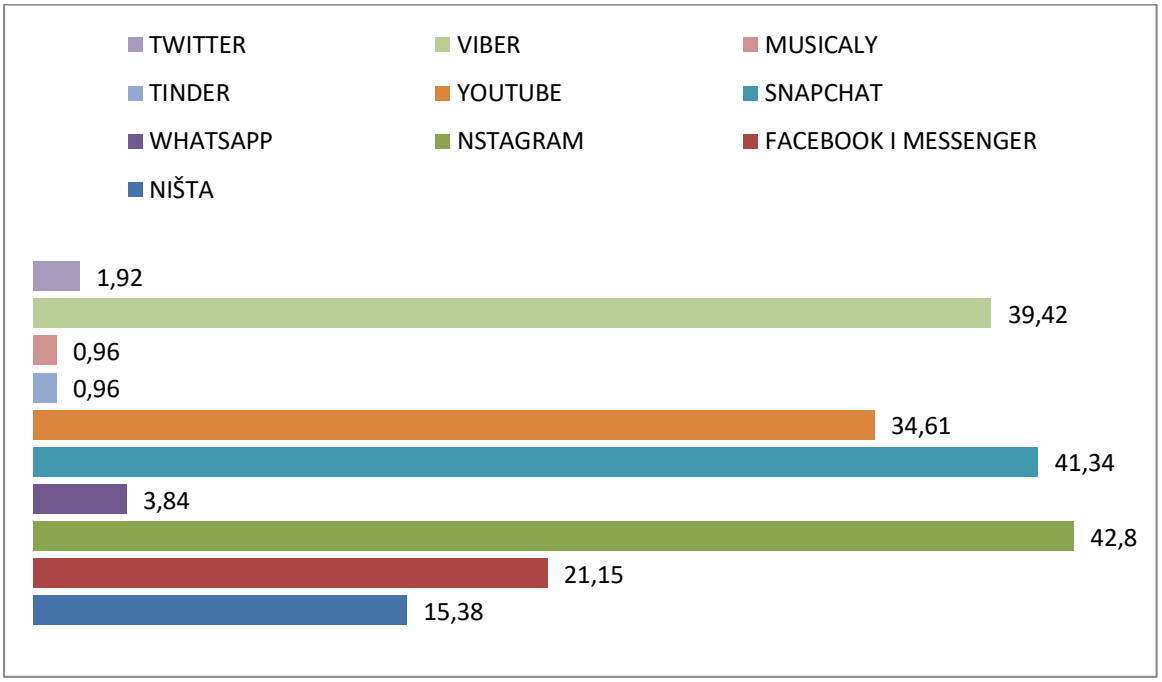
Graf 6. *Prosječno dnevno vrijeme korištenja pametnog telefona*

Graf 7 prikazuje za što učenici najčešće koriste pametni telefon. Ni za što je odgovorilo 1 (00,96 %) učenika, za telefoniranje 17 (16,34 %) učenika, za SMS poruke 5 (4,80 %) učenika, za *Snapchat* 15 (14,42 %) učenika, za *Whatsapp* 4 (3,84 %) učenika, za Instagram 5 (4,80 %) učenika, za igranje video igara 16 (15,38 %) učenika, za slušanje glazbe 15 (14,42 %) učenika i za gledanje video uradaka 25 (24,03 %). *Youtube* i gledanje video uradaka na njemu je najpopularnije kod učenika, slijedi telefoniranje i slušanje glazbe pa igranje video igara i *Snapchat*, zatim *Instagram* i sms poruke, a najmanje *Whatsapp*.



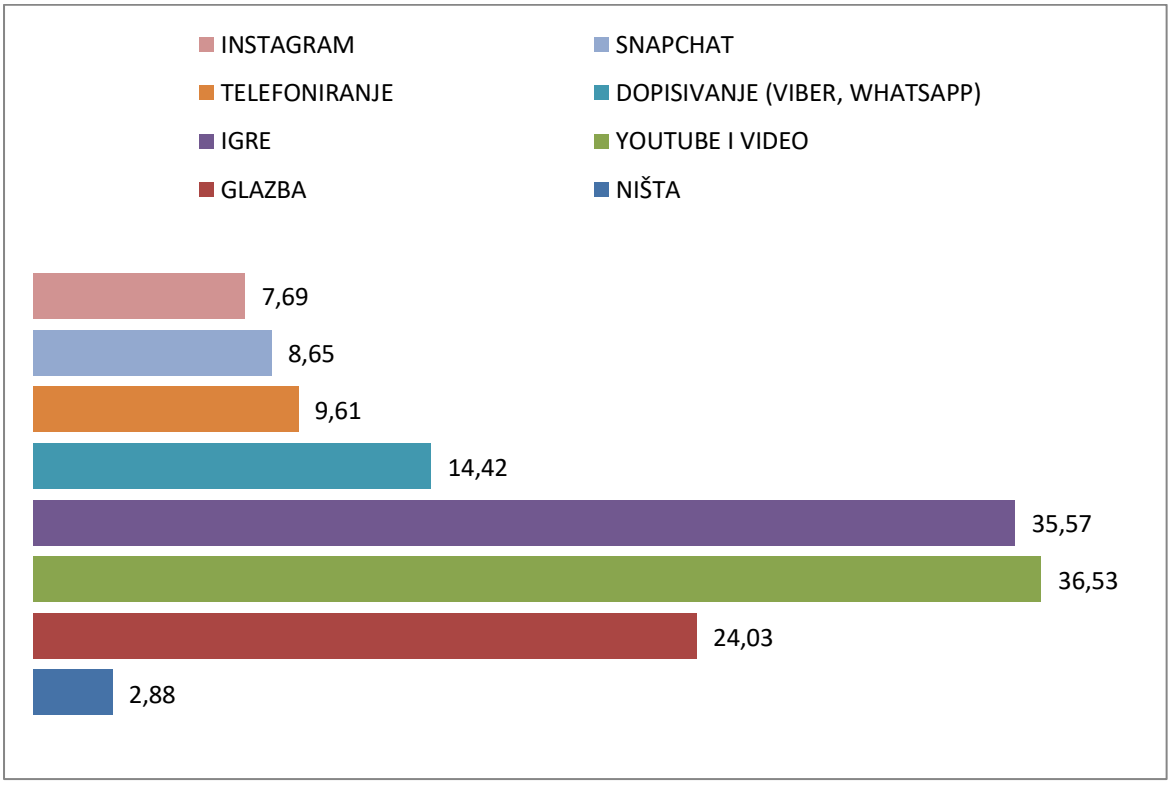
Graf 7. *Najčešće korištenje pametnog telefona*

Na grafu 8 očituje se koje društvene mreže učenici pregledavaju na društvenim mrežama. niti jednu 16 (15,38 %), *Facebook* i *Messenger* 22 (21,15 %) učenika, *Instagram* 44 (42,30 %) učenika, *Whatsapp* 4 (3,84 %) učenika, *Snapchat* 43 (41,34 %) učenika, *Youtube* 36 (34,61 %) učenika, *Tinder* 1 (0,96 %) učenika, *Musicaly* 1 (0,96%) učenika, *Viber* 41 (39,42 %) učenika i *Twitter* 2 (1,92 %) učenika. Najpopularnija društvena mreža među učenicima je *Instagram*, slijedi ga *Snapchat* pa *Viber*, *Youtube*, *Facebook* i *Messenger*, *Twitter*, a najmanje *Musical.ly* i *Tinder*.



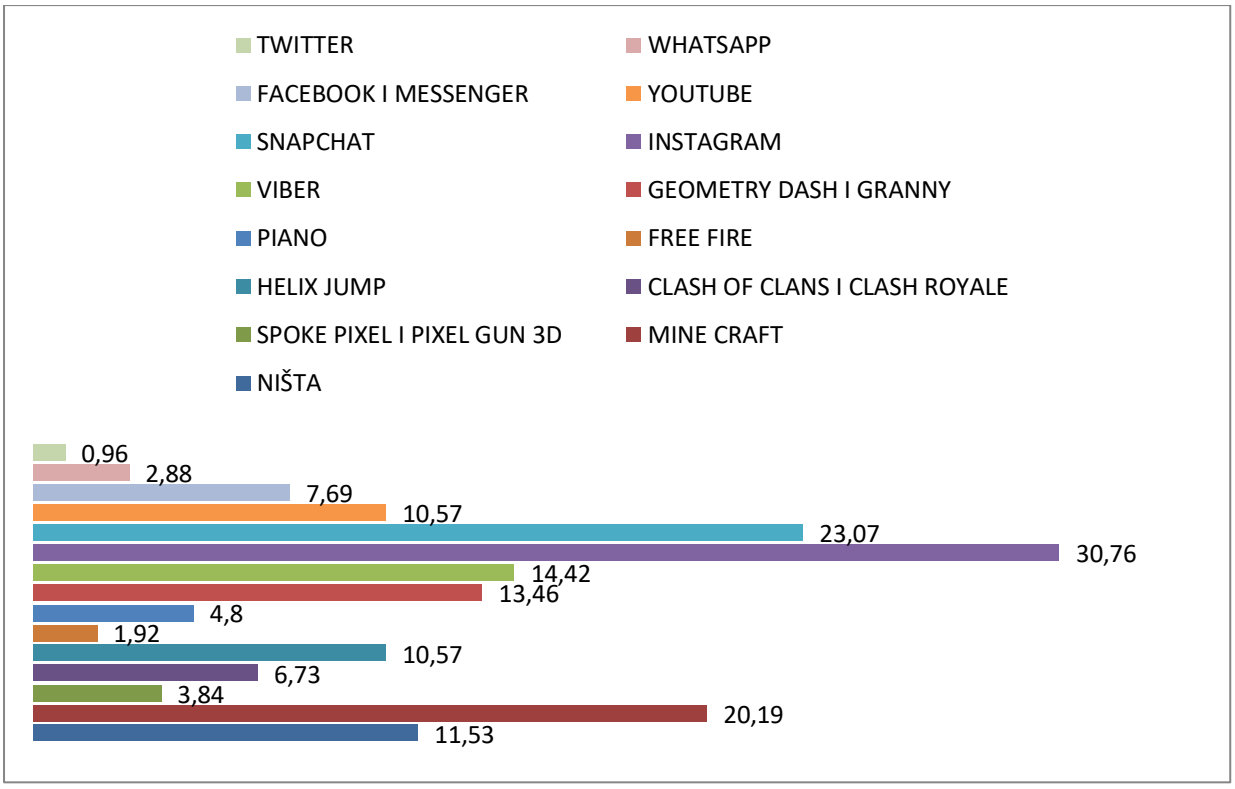
Graf 8. *Pregledavanje društvenih mreža na pametnom telefonu*

Na grafu 9 prikazuje se za što učenici koriste pametne telefone. S najmanjim postotkom, ni za što je odgovorilo 3 (2,88 %) učenika. Najviše ga koriste za pristup *Youtube-u* i gledanje video uradaka- 38 (36,53 %) učenika. Za slušanje glazbu ga koristi 25 (24,03 %) učenika, za igranje igara 37 (35,57 %) učenika, za dopisivanje (*Viber*, *Whatsapp*) 15 (14,42 %) učenika, za telefoniranje 10 (9,61 %) učenika, za *Snapchat* 9 (8,65 %) učenika i za *Instagram* 8 (7,69 %) učenika.



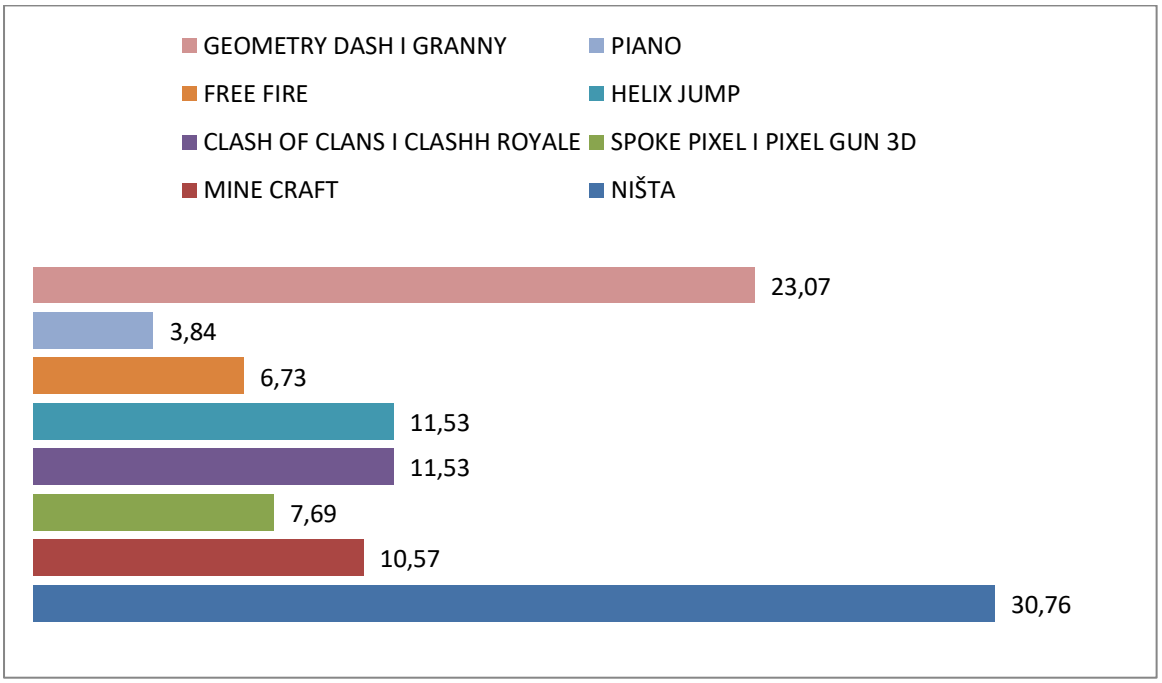
Graf 9. *Korištenje pametnog telefona*

Graf 10 prikazuje najdraže instalirane/preuzete aplikacije na pametnom telefonu. Ništa nije instaliralo 12 (11,53 %) učenika, igru *Mine craft* igra 21 (20,19 %) učenika, *Spoke pixel* i *Pixel gun* 3d igra 4 (3,84 %) učenika, C*lash of clans* i *Clash royale* igra 7 (6,73 %) učenika, *Helix jump igra* 11 (10,57 %) učenika, *Free fire igra* 2 (1,92 %) učenika, *Piano* 5 (4,8 %) učenika*, Geometry dash* i *Granny* 14 (13,46 %) učenika, *Viber* 15 (14,42 %) učenika, *Instagram* 32 (30,76 %) učenika, *Snapchat* 24 (23,07 %) učenika, *Youtube* 11 (10,57 %) učenika, *Facebook* i Messenger 8 (7,69 %) učenika, *Whatsapp* 3 (2,88 %) učenika *Twitter* 1 (0,96 %) učenika. Najmanji postotak je *Twitter*, a najveći *Instagram*.



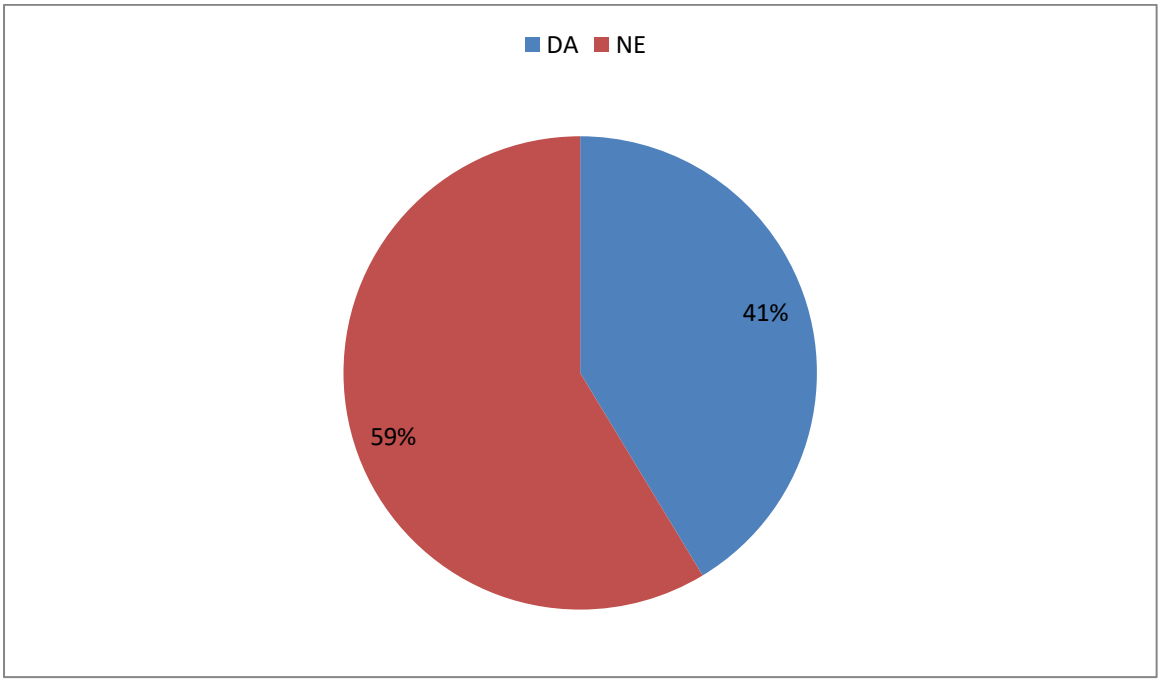
Graf 10. *Najdraže aplikacije na pametnom telefonu*

U grafu 11 prikazano je koje videoigre učenici igraju. Niti jednu videoigru ne igra 32 (30,76 %) učenika, *Mine craft* igra 11 (10,57 %) učenika, *Spoke pixel* i *Pixel gun 3d* 8 (7,69 %) učenika, *Clash of clans* i *Clash royale* 12 (11,53 %), *Helix jump* 12 (11,53 %) učenika, *Free fire* 7 (6,73 %) učenika, Piano 4 (3,84 %) učenika, *Geometry dash* i *Granny 2*4 (23,07 %) učenika. Najviše učenika je odgovorilo da ne igra videoigre dok najviše igraju igre *Geometry dash* i *Granny*, a najmanje igru *Piano*.



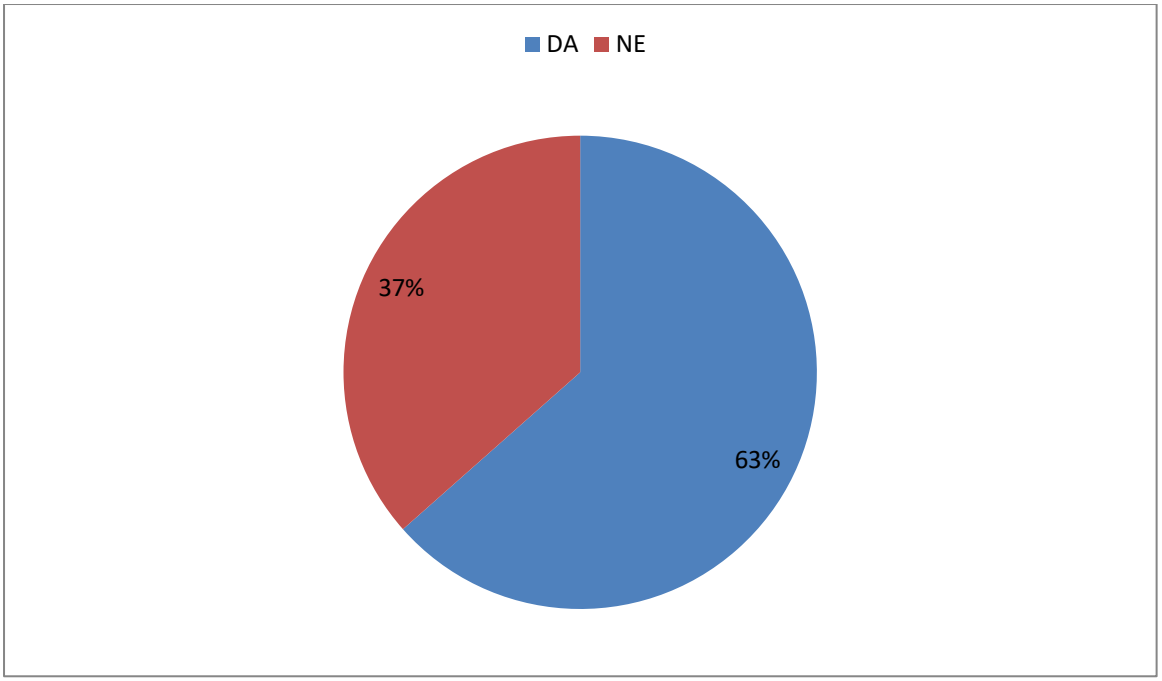
Graf 11. *Igranje igara na pametnom telefonu*

Graf 12 prikazuje isključuju li učenici pametni telefon preko noći. Ukupno 43 (41,34 %) učenika ga isključuje, a ne isključuje ga 61 (58,65 %) učenika. Učenici koji ga ne isključuju ga vjerojatno i koriste pred spavanje.



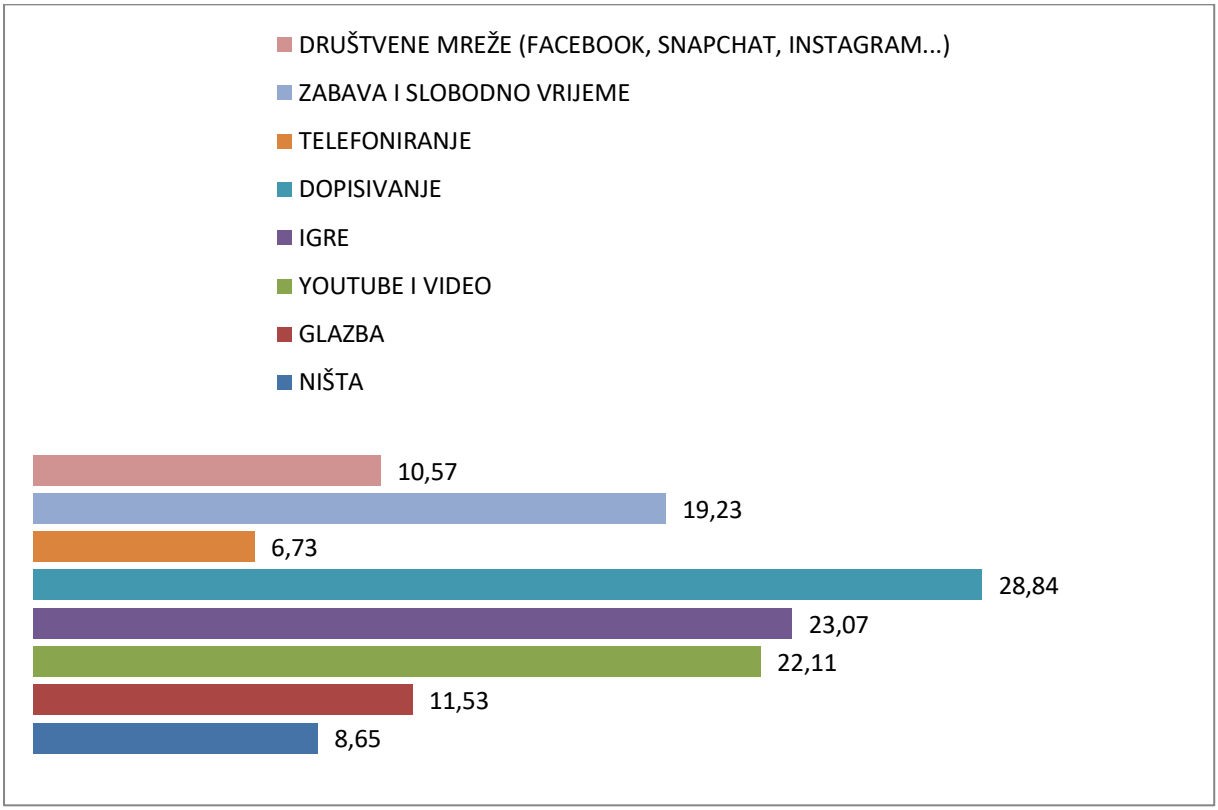
Graf 12. *Isključivanje pametnog telefona preko noći*

Na grafu 13 prikazano je korištenje pametnog telefona vikendom u odnosu na radni dan. Ukupno 66 (63,46 %) učenika odgovorilo je da pametni telefon koriste više vikendom nego preko radnog tjedna, dok se 38 (36,53 %) učenika izjasnilo da nema razlike u korištenju vikendom i radnim tjednom.



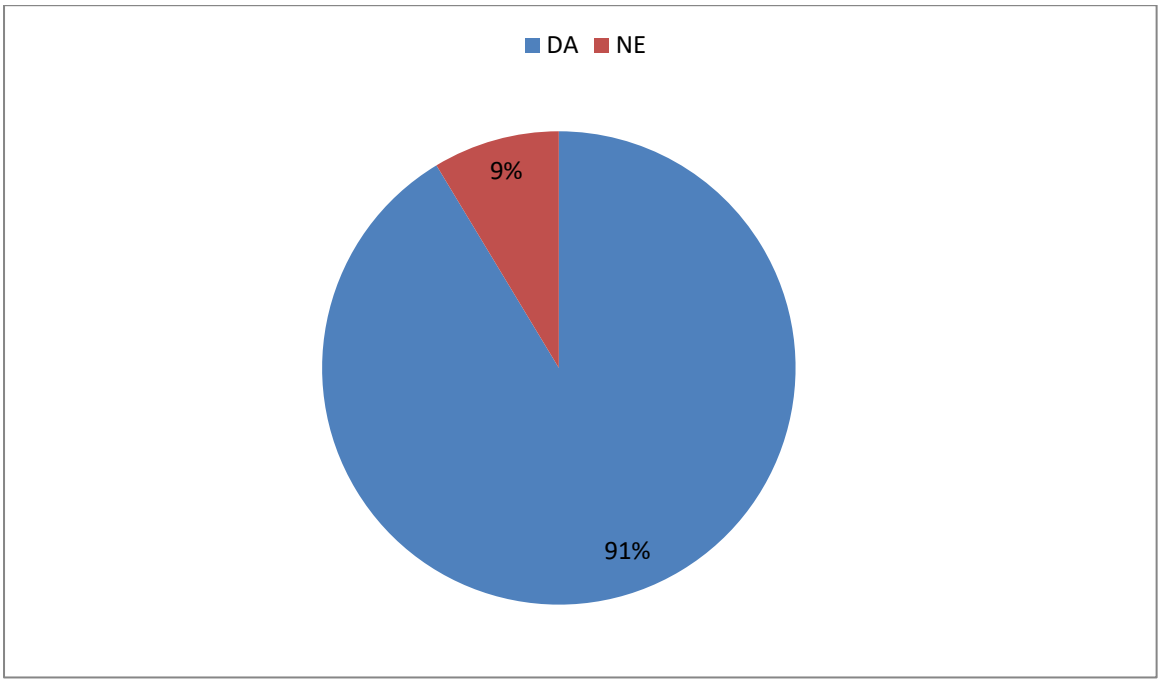
Graf 13. *Korištenje pametnog telefona vikendom u odnosu na radni dan*

U grafu 14 prikazni su dobiveni rezultati za što učenici koriste pametni telefon vikendom. Uočava se da ni za što ga ne koristi 9 (8,65%) učenika, za slušanje glazbe 12 (11,53%) učenika, za youtube i gledanje video uradaka 23 (22,11%) učenika, za igranje video igara 24 (23,07%) učenika, za dopisivanje 30 (28,84) učenika, za telefoniranje 7 (6,73%) učenika, za zabavu i slobodno vrijeme 20 (19,23%) učenika i za društvene mreže (facebook, snapchat, instagram) 11 (10,57%) učenika. U najvećem postotku učenici se dopisuju, a u najmanjem telefoniraju.



Graf 14. *Korištenje pametnog telefona vikendom*

U grafu 15 prikazani su dobiveni podatci o mogućnosti provedbe jednog dana bez korištenja mobilnog telefona. telefona. Ukupno 95 (91,34 %) učenika je odgovorilo da može provesti dan bez korištenja mobilnog telefona, a 9 (8,65 %) učenika da ne može. Očekivan je veći postotak odgovora da učenici ne mogu nijedan dan bez mobilnog telefona, no postavlja se pitanje zbog čega 8,65% učenika ne može.



Graf 15.*Dan bez mobilnog telefona*

7. ZAKLJUČAK

Društvene mreže su u današnjem društvu popularne među svim generacijama, a naročito sve mlađe generacije ih koriste, iako većina ima manje od trinaest godina života. Djeca ih koriste svakodnevno pa se mogu uočiti neki nedostatci kao što je previše provedenog vremena na njima koje bi mogli iskoristiti kvalitetnije. Slobodno vrijeme mogli bi provoditi s primjerenim aktivnostima za njihovu dob kao što je druženje, igra i učenje. Današnji učenici ne mogu socijalno funkcionirati ako nemaju pristup internetu i društvenim mrežama. Kao ni većina roditelja, djeca nisu upoznata s pravilima korištenja društvenih mreža.

Istraživanje koje je provedeno među učenicima od 3. razreda do 7. razreda, među više osnovnih škola, pokazalo je da većina učenika (95%) posjeduje vlastiti pametni telefon. S obzirom na to da je dob učenika koja je ispitana postotak posjedovanja nije iznenađujući, već je rezultat očekivani. U školu 35, 57 % učenika nosi pametne telefone, ponekad ih nosi 41,34% , a nikada 23,07 %. Većina učiteljica u većini škola zabranjuju korištenje pametnog telefona u školi tako da ga nažalost veliki postotak učenika nosi a od njih 8,65 % ga koristi tijekom odmora. Velik broj učenika 91,34 % ga ne koristi što je odlično jer znači da slušaju starije i kvalitetno provode vrijeme. Obzirom da učenici uglavnom ne smiju koristiti pametne telefone (barem u nižim razredima osnovne škole) na njih se može utjecati, nije se ispitalo za što ga koriste tijekom odmora. 20,19 % učenika se izjasnilo da ga koriste, a 79,80 % ga ne koriste u nastavi, ali to ovisi o učiteljima jer neki učitelji koriste pametne telefone za potrebe nastave što je pozitivno, suvremeno i potrebno jer pametni telefoni se ne mogu u potpunosti zabraniti pa ih treba uvrstiti u nastavni sadržaj i mudro iskoristiti. To se, naravno, odnosi i na tablete. Dok bez njihovog znanja 3,86 % učenika koristi pametni telefon tijekom nastave, kako bi pogledali koliko je sati. Kod kuće manje od 1 sata koristi 25 % učenika što je nažalost jako malo, 5 i više sati 4,80 % učenika. Najviše ih prosječno koristi do 1 sat što je sasvim u redu i poželjno, zatim manje od 1 sat, što je idealno za tu dob, slijedi od 1 do 3 sata što je već puno i to vrijeme se može kvalitetnije iskoristiti, zatim slijedi od 3 do 5 sati te 5 i više sati što je previše za učenike u dobi od 3. razreda do 7. razreda, iako je najmanji postotak

odgovora. Najpopularnija društvena mreža među učenicima je *Instagram*, slijedi ga *Snapchat* pa *Viber*, *Youtube*, *Facebook* i *Messenger*, *Twitter*, a najmanje *Musical.ly* i *Tinder*. A pametni telefon najviše koriste za *Youtube* i gledanje video uradaka 36,53 % učenika. Zatim za igre, glazbu, dopisivanje i nešto manje za telefoniranje, *Snapchat* i *Instagram.* Što se tiče video igara najpopularnija je *Mine craft* 20,19 % učenika, zatim *Spoke pixel* i *Pixel gun* 3d, C*lash of clans* i *Clash royale* , *Helix jump Free fire*, *Piano*, *Geometry dash* i *Granny*. Videoigre ne igra čak 30,76 % učenika, a najviše igraju *Geometry dash* i *Granny*. Videoigre također imaju svoje prednosti i nedostatke koje bi učitelji i roditelji trebali znati. Učenici koji ga ne isključuju ga vjerojatno i koriste pred spavanje je 65 % učenika. 63,46 % učenika odgovorilo je da pametni telefon koriste više vikendom nego preko radnog tjedna. Potiče se pitanje bi li učenici, ako već koriste pametne telefone, trebali ga koristiti više vikendom nego radnim tjednom i za koje potrebe. Oni ga koriste za: slušanje glazbe 11,53% učenika, za youtube i gledanje video uradaka 22,11% učenika, za igranje video igara 23,07% učenika, za dopisivanje 28,84 učenika, za telefoniranje 6,73% učenika, za zabavu i slobodno vrijeme 19,23% učenika i za društvene mreže (facebook, snapchat, instagram) 10,57% učenika. U najvećem postotku učenici se dopisuju, a u najmanjem telefoniraju. 91,34 % učenika je odgovorilo da može provesti jedan dan bez pametnog telefona, ali 8,65 % učenika da ne može. Očekivan je veći postotak odgovora da učenici ne mogu nijedan dan bez mobilnog telefona, no postavlja se pitanje zašto ovi učenici ne mogu i kako to ispraviti.

Moje mišljenje je da su društvene mreže neizbježne kod učenika današnje generacije i da ih ne treba izbjegavati/zabranjivati unatoč svim negativnim posljedicama, već se prilagoditi. I u nastavi se sa svim reformama uvode tableti i pametne ploče, edukativni sadržaji i videoigre. Učenike samo treba usmjeravati ka tome i ponuditi im ispravan izbor sadržaja razgovorom, primjerima i/ili radionicama. Prilagodba bi značila koristiti njihove prednosti i educirati kako učenike tako i roditelje. Preporučila bih učiteljima, roditeljima i učenicima da više obraćaju pažnju što se sve odvija na internetu, društvenim mrežama, videoigrama koje igraju, aplikacijama i svemu što koriste na svojim računalima i pametnim telefonima. Jer ako učitelj i roditelj ima ispravne informacije i potrebno znanje, moći će intervenirati kad je to potrebno. Proteklu godinu dana radila sam u produženom boravku i u nastavi kao zamjena kad god je trebalo pa sam iz prve ruke mogla uvidjeti obrasce ponašanja

učenika koji koriste pametni telefon i onih koji ga ne koriste. Ne nužno, ali učenici koji ga ne koriste ili ga koriste ograničeno su bolji učenici, lakše se koncentriraju, imaju razvijeniju maštu, ljubazniji su, poslušniji, samostalniji, vedriji i sl. Dok učenici na pametnim telefonima su grupirani, otuđeni, uspavani, neposlušniji i sl. Osobno ne dopuštam učenicima korištenje pametnog telefona, kao buduća učiteljica, eventualno bih ga dopustila radi potrebe nastave.

8. LITERATURA

Internet, ovisnost i mladi, Međunarodno udruženje policajaca (IPA) – Hrvatska sekcija,besplatna preventivna- edukativna brošura (2015). Zagreb

Ivančić, Đ. Napredak (2010). volumen 151, br. 2, str. 165 – 325, Zagreb

Strugar, V. *Bjelovarski učitelj*, časopis za odgoj i obrazovanje (2007). Bjelovar

Šimović, V. i Ružić- Baf, M. *Suvremeni informacijski sustavi.* (2013). Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Težak, Đ. *Internet- poslije oduševljavanja*. (2010). Zagreb

Internetski izvori

Arbona;

https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/6-razloga-zasto-bi-morali-imati-linkedin-poslovni-profil/2776

Centar za edukaciju i obrazovanje, *Budi svoj*;

https://budi--svoj.tumblr.com/post/125680399659/utjecaj-dru%C5%A1tvenih-mre%C5%BEa-na-djecu-biti-roditelj

Digitalni list „Mi“;

https://sites.google.com/site/midigitalnilist/home/literarni-kutak/nasi-literarni-sadrzaji/volis-facebook/problemski-clanak-o-facebooku, dostupno u svibnju 2019.

Google Play;

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.viber.voip&hl=hr

Marker d.o.o.;

https://marker.hr/blog/drustvene-mreze-facebook-386/, dostupno u svibnju 2019.

Monitive;

https://monitive.com/blog/what-you-need-to-know-before-signing-up-to-weibo-the-chinese-twitter-facebook-hybrid/s://www.cyberpatrol.com/

PC CHIP;

https://pcchip.hr/internet/drustvene-mreze/10-zanimljivih-cinjenica-o-facebooku/

Radionica.hr (2019).;

https://www.radionica.hr/drustvene-mreze/, dostupno u travnju 2019.

Reddit;

https://www.reddit.com/wiki/privacypolicy

Salfeld;

https://salfeld.de/

SentryPC;

https://www.sentrypc.com/

Priručnik: *Sigurnost djece na Internetu*;

http://www.os-tujevica-zg.skole.hr/docs/sigurnost-djece-na-internetu.pdf, dostupno u studenom 2018.

Kosić, S. *Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: Navike Facebook generacije, Život i škola, Život i škola.* : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja, Vol. LVI No. 24, 2010., br. 24 (2/2010.), god. 56., str. 103. – 125.;

https://hrcak.srce.hr/63281

Statconter;

http://gs.statcounter.com/social-media-stats

The Statistics Portal;

https://www.statista.com/chart/4823/teenagers-favorite-social-networks/

Učionica.net;

https://www.ucionica.net/aplikacije/sto-je-i-kako-radi-tinder-6171/, dostupno u svibnju 2019.

https://www.ucionica.net/aplikacije/potpuni-vodic-kroz-instagram-3815/, dostupno u svibnju 2019.

Vajdić Karlo 2016.;

https://www.tportal.hr/biznis/clanak/zasto-je-youtube-postao-kralj-internetskih-videa-20161110

WhatsApp 2019.;

https://www.whatsapp.com/about/?lang=hr

Popis slika i grafikona

Graf 1. *Posjedovanje pametnog telefona*

Graf 2. *Nošenje pametnog telefona u školu*

Graf 3. Grafički prikaz odgovora na tvrdnju:*Korištenje pametnog telefona tijekom odmora*

Graf 4. *Korištenje pametnog telefona za potrebe nastave*

Graf 5. *Korištenje pametnog telefona tijekom nastave bez znanja učitelja, za što ga koriste*

Graf 6. *Prosječno dnevno vrijeme korištenja pametnog telefona*

Graf 7. *Najčešće korištenje pametnog telefona*

Graf 8. *Pregledavanje društvenih mreža na pametnom telefonu*

Graf 9. *Korištenje pametnog telefona*

Graf 10. *Najdraže aplikacije na pametnom telefonu*

Graf 11. *Igranje igara na pametnom telefonu*

Graf 12. *Isključivanje pametnog telefona preko noć*

Graf 13. *Korištenje pametnog telefona vikendom u odnosu na radni dan*

Graf 14. *Korištenje pametnog telefona vikendom*

Graf 15. *Dan bez mobilnog telefona*

Grafikon 1. Korištenje društvenih mreža u Hrvatskoj;

http://gs.statcounter.com/social-media-stats

Grafikon 2. Razlika u korištenju društvenih mreža;

https://www.statista.com/chart/4823/teenagers-favorite-social-networks/

Slika 1. Logo društvenih mreža (*YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook*, *Snapchat*, *Instagram*, *Twitter* i *Musically*);

https://picsart.com/i/image-was-ist-eure-lieblingsapp-instagram-snapchat-facebook-229427753009202?hl=es

9. PRILOZI

1. Upitnik

INFORMIRANI PRISTANAK ZA SUDJELOVANJE U ISTRAŽIVANJU

Tijekom istraživačkog postupka od Vas će se tražiti da ispunite upitnik koji sadrži pitanja o uporabi ICT-a, mobilnih telefona, vremenu korištenja istih, vremenu i aktivnostima provedenim za društvenim mrežama. U upitnik su uključena i neka pitanja o Vašim općim demografskim podacima, međutim podatak o Vašem imenu se u upitniku od Vas nigdje ne traži. Molimo da na pitanja odgovarate što spontanije i što iskrenije možete te da ne izostavite niti jedno pitanje. No, ako odlučite da na neka pitanja ne želite odgovoriti to ne morate učiniti i za to nećete snositi nikakve posljedice. Ako nastavite s ispunjavanjem upitnika, potvrđujete da ste informirani o istraživanju i da pristajete sudjelovati u njemu.

Šifra _____
Naziv škole: _____
Razred:_____
Spol: M Ž

1. Posjeduješ li svoj pametni telefon (mobitel)?
   1. Da 2. Ne

2. Nosiš li u školu pametni telefon?

   1. uvijek
   2. ponekad
   3. nikada

3. Koristiš li pametni telefon (mobitel) tijekom odmora?

   1. Da 2. Ne

4. Koristiš li pametni telefon (mobitel) tijekom nastave za potrebe nastave?

   1. Da 2. Ne

5. Koristiš li pametni telefon (mobitel) tijekom nastave da te učitelji ne vidi?

   1. Da 2. Ne

Ako je odgovor DA, za što ga koristiš_____

6. Koliko vremena dnevno provodiš koristeći pametni telefon (mobitel)?
   - Manje od 1 sat
   - Do 1 sat
   - Od 1 do 3 sata
   - Od 3 do 5 sati
   - 5 i više sati

7. Pametni telefon najviše koristim za (zaokruži samo jedan odgovor):

   1) telefoniranje

2) sms poruke
3) Snapchat
4) Whatsapp
5) Instagram
6) igranje video igara
7) slušanje glazbe
8) gledanje video uradaka

8. Koje društvene mreže pregledavaš na pametnom telefonu (mobitelu)?

_____

9. Za što najčešće koristiš pametni telefon (mobitel) kad ti je dosadno?

_____

_____

10. Koje su ti najdraže aplikacije koje si instalirao/la na svoj pametni telefon (mobitel)?

_____

_____

11. Koje igre igraš na pametnom telefonu (mobitelu)?

_____

12. Isključuješ li tijekom noći pametni telefon (mobitel)?

1. Da 2. Ne

13. Koristiš li pametni telefon (mobitel) vikendom više nego preko radnog tjedna?

1. Da 2. Ne

14. Za što vikendom najčešće koristiš pametni telefon (mobitel)?

---

15. Bi li mogao provesti jedan dan bez pametnog telefona?

1. Da 2. Ne

Zahvaljujem na suradnji

2. Informirani pristanak za sudjelovanje u istraživanju

INFORMIRANI PRISTANAK ZA SUDJELOVANJE U ISTRAŽIVANJU

Poštovani,

Molimo Vas za dopuštenje da Vaše dijete_____ , prisustvuje ispunjavanju anonimnog anketnog upitnika za potrebe izrade diplomskog rada „Društvene mreže“, studentice integriranog diplomskog učiteljskog studija Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli, Marine Đulabić.

Tijekom istraživačkog postupka od Vašeg će se djeteta tražiti da ispuni anoniman anketni upitnik koji sadrži pitanja o uporabi ICT-a, mobilnih telefona, vremenu korištenja istih, vremenu i aktivnostima provedenim za društvenim mrežama. U upitnik su uključena i neka pitanja o općim demografskim podacima, međutim podatak o imenu Vašeg djeteta se u anketnom upitniku nigdje ne traži.

Zahavljujemo na suradnji!

S poštovanjem,

Marina Đulabić

Potpis roditelja: