

Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa

Gerbus, Terezija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:495192>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA PEDAGOGIJU

**UTJECAJ MEDIJA NA PROVOĐENJE SLOBODNOG
VREMENA GENERACIJE ALFA**

Diplomski rad

Terezija Gerbus

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za pedagogiju

**UTJECAJ MEDIJA NA PROVOĐENJE SLOBODNOG
VREMENA GENERACIJE ALFA**

Diplomski rad

Terezija Gerbus

Mentor: izv. prof., dr. sc. Goran Livazović

Zagreb, 2021.

Sadržaj

I. UVOD	1
II. TEORIJSKA ANALIZA.....	3
2.1. Pojmovno određenje slobodnog vremena.....	3
2.1.1. Uloga i važnost slobodnog vremena	4
2.1.2. Aktivnosti u slobodnom vremenu djece i mladih	6
2.1.3. Slobodno vrijeme djece i mladih kroz prikaz istraživanja	7
2.2. Što su mediji?.....	10
2.2.1. Uloga medija u svijetu djece i mladih	11
2.2.2. Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena kroz prikaz istraživanja	13
2.3. Pojmovno određenje generacije.....	16
2.3.1. Od Veterana do Generacije Z	17
2.3.2. Generacija Alfa	19
III. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	22
3.1. Cilj i problem istraživanja	22
3.2. Hipoteze	22
3.3. Ispitanici	23
3.4. Instrument	23
3.5. Postupak.....	26
IV. REZULTATI.....	28
4.1. Deskriptivna statistika odabranih varijabli	28
4.1.1. Analiza dnevne prosječne količine slobodnog vremena, posjedovanja računala i mobitela s obzirom na broj ispitanika	28
4.1.2. Analiza pohađanja izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti.....	29
4.1.3. Analiza uporabe društvenih mreža.....	31
4.1.4. Analiza stavova o idealnim budućim zanimanjima	33
4.1.5. Analiza odabranih aktivnosti u slobodnom vremenu	34
4.2. Rezultati t-testa i jednosmjerne analize varijance (ANOVA) za nezavisne uzorke	36
4.2.1. Rezultati t-testa s obzirom na spol ispitanika.....	36
4.2.2. Rezultati t-testa s obzirom na dob ispitanika	36
4.2.3. Rezultati t-testa s obzirom na mjesto stanovanja	37
4.2.4. Rezultati t-testa s obzirom na školski uspjeh	38

4.2.5.	Rezultati jednosmjerne analize varijance (ANOVA) s obzirom na broj braće i sestara	38
4.2.6.	Rezultati t-testa s obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena	39
4.2.7.	Rezultati t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog računala.....	39
4.2.8.	Rezultati t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog mobitela	40
4.2.9.	Rezultati t-testa s obzirom na status zaposlenosti roditelja.....	41
4.2.10.	Rezultati t-testa s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti ...	41
4.3.	Rezultati korelacijskih analiza	42
V.	RASPRAVA.....	44
VI.	ZAKLJUČAK.....	49
VII.	LITERATURA	51
VIII.	PRILOZI	56

Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa

Sažetak

Generacija Alfa predstavlja generaciju koja će odrastati u svijetu digitalizacije i medija te oblikovati naredne godine odgojno-obrazovnih izazova. Osim što mediji omogućuju komunikaciju i socijalizaciju, novija istraživanja svjedoče o njihovom rastućem utjecaju na provođenje slobodnog vremena i na druge aspekte razvoja djece i mladih. Cilj istraživanja bio je ispitati utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa. Problem istraživanja usmjeren je na utjecaj izloženosti medijima, uporabe medija u slobodnom vremenu te interesa za društvene mreže na provođenje slobodnog vremena s obzirom na sociodemografske varijable i izvannastavne i izvanškolske aktivnosti, druženje *online*, zadovoljstvo provođenjem slobodnog vremena, broj korištenih društvenih mreža te tjelesnu neaktivnost. Istraživanje je provedeno u svibnju 2021. pomoću anketnog upitnika na uzorku od 281 učenika osnovnih škola u dobi 9 – 11 godina. Utvrđene su statistički značajne razlike u izloženosti medijima s obzirom na broj braće, mjesto stanovanja, količinu slobodnog vremena, posjedovanje mobitela, izvannastavne i izvanškolske aktivnosti te druženje *online*. Korelacijskom analizom utvrđene su povezanosti između tjelesne neaktivnosti i uporabe medija u slobodnom vremenu, zadovoljstva provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija kao i povezanost zadovoljstva i broja korištenih društvenih mreža. Izloženost medijima izrazito utječe na oblikovanje i način provođenja slobodnog vremena Generacije Alfa, stoga je važno da se osiguraju organizirane te vođene slobodnovremenske aktivnosti, dok obitelj i institucije djecu usmjeravaju na kritičko procjenjivanje informacija te odgovorno korištenje medija.

Ključne riječi: slobodno vrijeme, mediji, Generacija Alfa

The influence of media on the leisure time of Generation Alpha

Abstract

Generation Alpha represents a generation that will grow up in a world of digitalization and media. They will shape the coming years of educational challenges. In addition to enabling communication and socialization, recent research testifies to the growing impact of media on leisure time and other aspects of child and youth development. This study aims to investigate the impact of media on the leisure time of the Generation Alpha. The research problem focuses on the effect of media exposure, media usage in leisure time, as well as the interest in social networks, on spending of leisure time with regard to sociodemographic variables and extracurricular and out-of-school activities, socializing online, satisfaction with spending leisure time, number of used social networks and physical inactivity. The survey was conducted in May 2021 using a survey questionnaire on a sample of 281 primary school students (age 9 – 11). Statistically significant differences in media exposure were found regarding the number of siblings, place of residence, amount of leisure time, mobile phone ownership, extracurricular and out-of-school activities, and online socialization. Correlation analysis determined the relations between physical inactivity and frequency of media usage in leisure time, between the satisfaction of leisure time usage and frequency of media usage in leisure time, as well as the relation between satisfaction and the count of used networks. Media exposure strongly characterizes the design and way of spending leisure time of the Generation Alpha, so it's important to ensure organized and guided leisure activities, while families and institutions direct children to critically evaluate information and use media responsibly.

Key words: leisure time, media, Generation Alpha

I. UVOD

Važnost slobodnog vremena već prepoznaje Aristotel (1988, prema Rattinger, 2020) tvrdeći da sve kreće iz dokolice te da između dokolice i zaposlenosti treba odabrati dokolicu. Sama funkcija i smisao slobodnog vremena prilagođavaju se i mijenjaju s razvojem društva i društvenih zbivanja pa tako i s digitalizacijom. Mediji sve više utječu na ritam i način provođenja svakodnevice djece i mladih. Digitalizacija i brz razvoj tehnologije vode k sve većoj zastupljenosti medija u njihovom životu, ali i u slobodnom vremenu. Mediji igraju važnu ulogu u informiranju, oblikovanju identiteta i socijalizaciji djece i mladih te pružaju bijeg od stvarnosti kao i zabavne sadržaje. Osim što korisnicima omogućuju komunikaciju i socijalizaciju, novija istraživanja svjedoče o njihovom rastućem utjecaju na provođenje slobodnog vremena i na druge aspekte razvoja djece i mladih. No, većina provedenih istraživanja bavi se utjecajem medija na percepciju mladih o sebi, povezanošću medija i rizičnih ponašanja te ulozi koju mediji zauzimaju u razvoju mladih i slobodnom vremenu (Ilišin, 2003; Livazović, 2009; Miliša i Miličić, 2010; Jugović i Kuterovac, 2016; Rattinger, 2020). Shodno tome, važno je prepoznati pozitivne i negativne utjecaje medija jer su djeca i mladi od rane dobi izloženi novim medijima poput interneta, pametnih telefona, društvenih mreža, dok istovremeno prolaze kroz intenzivno formativno razdoblje i kao populacija raspolazu s više slobodnog vremena od odraslih. Prepoznavanjem tih utjecaja stvaraju se temelji za kritičko mišljenje prema medijima i selektiranje njihovog sadržaja koji doprinose kvalitetnom provođenju slobodnog vremena, ostvarenju funkcija slobodnog vremena i kvaliteti života.

Razvoj i mogućnosti medija obilježili su čitave skupine ljudi zajedno s njihovim navikama i vrijednostima, dok su utjecaji medija često neprimjetni i brzi. Slijedom toga, znanstveni interes za utjecaj medija na različite sfere života raste kontinuirano već godinama. Prema tome, predmet proučavanja ovog rada, koji podrazumijeva utvrđivanje uloge i utjecaja medija na provođenje slobodnog vremena određene skupine ljudi, odnosno Generacije Alfa, slijedi aktualne potrebe prakse pedagogije slobodnog vremena. Istraživanje teme omogućuje uvid u izloženost medijima u slobodnom vremenu, njihove pozitivne i negativne utjecaje, navike i vrijednosti, afinitete s obzirom na izbor slobodnovremenskih aktivnosti te sociodemografske razlike unutar Generacije Alfa kao generacije koja odrasta u svijetu ispunjenom tehnologijom i medijima te će oblikovati

naredne godine odgojno-obrazovnih izazova. Samim time je istraživanje teme izuzetno bitno za daljnji razvoj pedagoške prakse jer rezultati omogućuju odgojno-obrazovnim djelatnicima preporuke i smjernice za strukturiranje sadržaja za kvalitetno provođenje slobodnog vremena s obzirom na navedene suvremene izazove te pomažu pri ispitivanju i utvrđivanju interesa djece i mladih.

U prvom dijelu rada postavljeni su teorijski temelji slobodnog vremena, njegove uloge i važnosti, medija, uloge medija, pojmovnog određenja generacija općenito kao i pojedinih generacija te, naposljetku, Generacije Alfa. Također je dan kratak prikaz dosadašnjih istraživanja slobodnog vremena djece i mladih te istraživanja koja se bave utjecajem medija na provođenje slobodnog vremena. U drugom dijelu rada opisana je metodologija empirijskog istraživanja koja započinje postavljanjem problema, a završava sustavnim prikazom rezultata. Nadalje, slijede rasprava rezultata s obzirom na teorijski dio rada i zaključak koji će iznijeti preporuke za praktičnu implementaciju vezanu uz temu i izvode rada. Literatura odabrane teme obuhvaća, uz područje pedagogije, područje informacijskih i komunikacijskih znanosti, sociologije te menadžment, ekonomiju. Pojmovno određenje slobodnog vremena prikazano je sa stajališta nekoliko autora (Previšić, 2000; Vukasović, 2001; Jerbić, 1973; prema Valjan Vukić, 2013; Janković, 1973, prema Livazović 2018), dok su mediji definirani kao sredstvo komunikacije i prenošenja informacija (Jurčić, 2017), a masovni mediji kao sredstvo širenja medijskih sadržaja (Ilišin, 2003). Slijedom navedenog je pojam generacije opisan skupinom ljudi koja je odrasla u istom socio-povijesnom kontekstu (Rattinger, 2020).

II. TEORIJSKA ANALIZA

2.1. *Pojmovno određenje slobodnog vremena*

Pedagogija se prvi put s pojmom slobodnog vremena susreće 1823. kada ga Fröbel koristi kao „Freistunde“ (hrv. slobodni sat) i „Leer Zeit“ (hrv. prazno vrijeme) (Livazović, 2018). U Hrvatskoj se pojam slobodnog vremena prvi put pojavljuje 1961. u radu Zlatka Pregrada „Pedagogija slobodnog vremena“. U radu autor naglašava važnost utjecaja i poticaja okoline kao čimbenike razvoja pojedinca te kako oni uz svjesne i namjerne odgojne utjecaje trebaju biti predmet proučavanja pedagogije (Rattinger, 2020). Na tom tragu se, nadalje, razvija slobodno vrijeme kao društvena i dinamična kategorija te znanstvena disciplina slobodnog vremena (Ilišin, 2007). Razgraničavanje radnog od neradnog vremena omogućilo je uviđanje životne i socijalne vrijednosti slobodnog vremena koji je neodvojiv od društva (Jagić, 2005). Iako slobodno vrijeme odavna više nije samo privilegija viših slojeva društva, već dio svakodnevice svakog društvenog bića, ne postoji jedinstveno pojmovo određenje slobodnog vremena. Prema Valjan Vukić (2013), razlog tome leži u različitim polazištima autora u analizama.

Tako primjerice sociolog Dumazedier slobodno vrijeme definira kao vrijeme „izvan radnih obveza, obiteljskih dužnosti i fizioloških potreba koje pojedincu ostaje za njegovo slobodno i samostalno odlučivanje i opredjeljivanje čime će se baviti“ (Previšić, 2000, prema Valjan Vukić, 2013, str. 62). Slično ga definira i Vukasović (2001, prema Valjan Vukić 2013, str. 62) dodajući tumačenju aspekt razvoja pojedinca kao „vrijeme u kojem je pojedinac oslobođen poslova, obveza i dužnosti prema obitelji, školi, poduzeću ili široj zajednici; vrijeme koje on može oblikovati i ispuniti aktivnostima prema osobnim željama i zanimanjima, radi zadovoljavanja vlastitih sklonosti i razvijanja sposobnosti“. Friedmann (1959, prema Rattinger, 2020, str. 44) ga pak opisuje kao „vrijeme u kojem pojedinac svojim izborom teži za vlastitim izrazom i razvojem ako za to ima mogućnosti“. S druge strane, Jerbić (1973, prema Valjan Vukić, 2013, str. 62) smatra da je slobodno vrijeme „skup aktivnosti u kojima pojedinac sudjeluje nakon zadovoljenja primarnih prirodnih i fizioloških potreba; nastave i učenja za školu; te ispunjenja obveza koje ima prema obitelji“. Navedena pojmova određenja i tumačenja većine autora objedinjena su u definiciji Jankovića (1973, prema Livazović, 2018, str. 99) da je slobodno vrijeme „vrijeme izvan profesionalnih, društvenih i obiteljskih obveza te fizioloških (životnih)

potreba, zatim slobodno raspolaganje preostalim slobodnim vremenom i, naposljetku korištenje njegovih pozitivnih društvenih sadržaja za odmor, razonodu, obrazovanje, kulturno usavršavanje i razvoj ličnosti“. Sukladno shvaćanjima pojma slobodnog vremena, Krivokapić (2007, prema Rattinger, 2020) izdvaja opće značajke fenomena slobodnog vremena. Slobodno vrijeme podrazumijeva odraz slobode izbora i vrijednosti koje njeguje pojedinac, uvjetovano je društvenim, povijesnim, klasnim, ekonomskim, kulturnim i sl. čimbenicima te je sastavni dio vremena čovjeka u kojem on stvara i razvija svoju ličnost kroz aktivnosti. Plenković (2007, prema Valjan Vukić, 2013) pak navodi četiri glavne karakteristike slobodnog vremena oslikavajući srž pojma: sloboda, stvaralaštvo, djelovanje i rad. Unatoč činjenici da ne postoji jedinstveno pojmovno određenje slobodnog vremena, stručnjaci na temelju značajki i njegovih implikacija prepoznaju važnost slobodnog vremena za pojedinca, ali i za zajednicu. Ono je sastavnica društva i pedagojska kategorija koja utječe na socijalizaciju pojedinca, intelektualni, fizički, mentalni, umjetnički, radni i tehnički odgoj te na društveno-moralni aspekt pedagoške prakse (Livazović, 2018).

2.1.1. Uloga i važnost slobodnog vremena

Janković (1973) smatra da je uloga slobodnog vremena odmor, razonoda i razvoj ličnosti. Navedene funkcije slobodnog vremena nadopunjuju aktivnosti koje pojedinac bira prema vlastitim interesima, vrijednostima i sposobnostima. Uloga odmora podrazumijeva aktivan i pasivan način odmaranja u svrhu regeneracije i obnove istrošenih fizičkih i psihičkih snaga. Aktivnosti odmaranja sežu od prekidanja rada do aktivnih oblika poput izleta, vožnji biciklom, društvenih igara i sl., a mogu se realizirati kolektivno ili individualno. Funkcija razonode i zabave također osvježava pojedinca stvarajući ugodnu atmosferu. Aktivnosti ove funkcije uključuju složenije društvene i kulturne sadržaje poput odlazaka u kazališta i kina, sporta, plesa i čitanja radi zabave. Razvoj ličnosti obuhvaća aktivnosti zdravstvenog, fizičkog, moralnog, kulturnog, informativnog, obrazovnog i sl. karaktera u svrhu razvoja znanja, vještina i sposobnosti (Livazović, 2018). Plenković (1997, prema Vočanec, 2015) ulogu slobodnog vremena definira kao tri oblika korištenja slobodnog vremena koji predstavljaju funkcije u odgojno-obrazovnom kontekstu. Formativni oblik odnosi se na formiranje kulturno osviještene, zdrave,

stvaralačke ličnosti pomoću raznovrsnih sadržaja, kurativni oblik sadržaje shvaća kao sredstvo preodgoja, dok preventivni oblik podrazumijeva uklanjanje negativnih, društveno neprihvatljivih postupaka i jačanje pozitivnih utjecaja pomoću izbora vrijednih sadržaja.

Vukasović (1995) posebice ističe razvoj ličnosti kao najvažniju funkciju slobodnih aktivnosti. Razvijajući ličnost slobodnim aktivnostima, potiče se kultura provođenja slobodnog vremena, pozitivan stav te aktivno (su)djelovanje koje je odraz težnji zajednice (Previšić, 2000, prema Kovačević, 2007). Kulturno provođenje slobodnog vremena sa sobom također nosi niz osobnih i socijalnih prednosti kao što su tjelesne jer umanjuje stres i pritisak na javno zdravstvo, psihološke dobrobiti jer se razvija bolja slika o samome sebi, tolerantnost i osjećaj percipirane slobode, zatim društvenu uključenost i manji osjećaj otuđenosti, ekonomske prednosti za industriju slobodnog vremena te pozitivno utječe na okoliš jer potiče osjećaj odgovornosti prema životnoj sredini (Livazović, 2018). Odgoj je potreban za rad, znanje i društveno funkcioniranje, no potreban je i u području slobodnog vremena (Badrić i sur., 2015, prema Janković, 1973). S obzirom na to, pedagogija slobodnog vremena igra ključnu ulogu u organiziranju kulturnog provođenja slobodnog vremena jer slobodno vrijeme usmjerava na djelovanje, usavršavanje, učenje i stvaranje u skladu s društvenim promjenama (Vukasović, 1995).

Kako bi se objasnila važnost slobodnog vremena u 21. stoljeću, Trujilo (2007, prema Rattinger, 2020) navodi četiri teorijska pristupa. Simbolički interakcionizam pruža saznanja o stvaranju općeprihvaćenih simbola, iskustva i značenja u slobodno vrijeme. U slobodno vrijeme se također stvara društveno kulturni kapital. Generacijska teorija uz životni ciklus uočava da iznos i tip društvenog kapitala određuju skupine mladih koje svojim interesima i vrijednostima uzrokuju promjene u popularnoj kulturi. Stoga je potrebno redovito ispitati način trošenja i aktivnosti slobodnog vremena. Aktivnosti mogu, ako su usklađene s interesima, vrijednostima i sposobnostima, razvijati samopouzdanje, pridonositi uspješnom odrastanju, pozitivno utjecati na kvalitetu života te upravljanje vremenom. Pri čemu odgojno-obrazovne institucije, kao čimbenici strukturiranja slobodnog vremena, povećavaju mogućnosti i broj aktivnosti za provođenje slobodnog vremena te pomažu pri konstruktivnom planiranju slobodnog vremena i individualnog razvoja (Rattinger, 2020). Važnost kvalitetnog provođenja slobodnog vremena ujedno leži i u nedostacima nestrukturiranog slobodnog vremena (Rattinger,

2020). Brojna istraživanja pokazuju korelaciju između nestrukturiranog provođenja slobodnog vremena i rizičnog ponašanja, ovisnosti, nasilja te ovisnosti o medijima. Ta korelacija je posebice izražena kod mladih jer kvalitetno organiziranje slobodnog vremena zadovoljava individualne interese, dok nestrukturirano zahtijeva veću samokontrolu ponašanja koju mladi u tom periodu još nisu potpuno razvili (Livazović, 2018).

2.1.2. Aktivnosti u slobodnom vremenu djece i mladih

Sadržaji i aktivnosti slobodnog vremena sudjeluju u oblikovanju identiteta i kvalitete života djece i mladih (Badrić i sur., 2015). Prema Irby i Tolman (2002, prema Badrić i sur., 2015) aktivnosti slobodnog vremena su diskrecijsko pravo mladih koje podrazumijeva aktivnosti koje slobodno izabiru. No, svakako treba naglasiti da je odabir aktivnosti, kao i način provođenja slobodnog vremena, uvjetovan navikama, potrebama, mogućnostima te društvenim položajem mladih (Vidulin-Orbanić, 2008). Osim toga, istraživanja pokazuju da aktivnosti slobodnog vremena, uz svoje temeljne funkcije (odmor, razvoj ličnosti, razonoda), imaju razvojno-preventivnu funkciju kod mladih (Mlinarević, 2004, prema Badrić i sur., 2015). McCready, (1997); Mahoney, Stattin, (2000); Sweeting, West (2003); Piko, Vazsonyi, (2004, prema Ilišin, 2006, str. 300) također ističu pozitivan utjecaj strukturiranih aktivnosti u slobodnom vremenu: „U tom je kontekstu ustanovljeno da strukturirane aktivnosti i one koje se odvijaju u obiteljskom krugu smanjuju nepoželjne oblike ponašanja, dok rizik raste s komercijalizacijom i isključivom orijentacijom na skupine vršnjaka“.

U doba komercijalizacije, prevlasti receptivnog usmjeravanja, hedonističkog načina života i nametljivih sadržaja, djeca i mladi su skloni sedentarnom načinu provođenja slobodnog vremena. Sve češće aktivno doživljavanje stvarnosti mladi zamjenjuju virtualnim podražajima i aktivnostima, što može negativno utjecati na njihovo mentalno zdravlje (Badrić i sur., 2015). Budući da djeca i mladi raspolažu s više slobodnog vremena od odraslih te da nemaju potpuno razvijenu samokontrolu ponašanja, važno je njihovo slobodno vrijeme organizirati i strukturirati, a ne prepustiti slučaju (Plenković, 1987, prema Badrić i sur., 2011). Aktivnosti u slobodnom vremenu mogu se organizirati individualno ili skupno, također mogu biti organizirane na društveno-kulturno prihvatljiv

ili neprihvatljiv način. U slučaju da dijete ne zna kako organizirati slobodno vrijeme, vjerojatno će odlučiti provesti ga na način koji predlaže okolina ili stihijski (Maleš i Stričević, 1991, prema Kovačević, 2007). Također, trebati imati na umu da aktivnosti koje isključuju sve ostale aktivnosti negativno djeluju na razvoj pojedinca i njegove ličnosti (Retchitzki i Gurner, 1996, prema Kovačević, 2007).

Postoji mnogo vrsta aktivnosti slobodnog vremena s obzirom na njihov broj, autora koji ih definira i mogućnost kategorizacije po dobi, spolu, profesiji, mjestu boravka, razvojnim karakteristikama i sl. Generalno predstavljaju interes i stil pojedinca te nadopunjuju uloge slobodnog vremena (Livazović, 2018). Valja podsjetiti da je jedna uloga slobodnog vremena razvoj ličnosti pojedinca u kojem također sudjeluju odgojno-obrazovne institucije. Shodno tome, škole osmišljavaju brojne načine organiziranja slobodnog vremena. U obliku izvannastavnih aktivnosti škole izvode odgojno osmišljene djelatnosti s ciljem aktivnog i sadržajnog provođenja slobodnog vremena i odgoja (Zrilić i Košta, 2009). Te aktivnosti nisu sastavnica obveznog školskog kurikulumu, već su odgojno-obrazovni rad koji se održava uz redovnu nastavu (Martinčević, 2010). U tom kontekstu postoje i izvanškolske aktivnosti koje provode odgojno-obrazovni rad s učenicima. Organiziraju ih udruge, klubovi i druge ustanove u ili bez suradnje sa školom te učenicima i ostalim zainteresiranim u slobodno vrijeme djece i mladih (Valjan Vukić, 2016). Pozitivne strane tih aktivnosti su socijalizacija, razvijanje samopouzdanja, stvaranje navika, druženje i izazivanje pozitivnih emocija (Mlinarević i Brust Nemet, 2012). Međutim, pozitivni utjecaji mogu izostati ako dijete i mladi aktivnosti slobodnog vremena ne odabiru prema vlastitim interesima, već zbog tuđih utjecaja primjerice prijatelja, roditelja ili učitelja (Kovačević, 2007).

2.1.3. Slobodno vrijeme djece i mladih kroz prikaz istraživanja

S obzirom na to da je slobodno vrijeme društveno-povijesna kategorija koja proizlazi iz praksa suvremenog društva i konteksta u kojem se promatra, istraživanja o slobodnom vremenu omogućuju zaključke koji se odnose na određene kontekste, sociodemografske odrednice te oblike tj. načine provođenja slobodnog vremena. Tako su, primjerice, Badrić i sur. (2011) ispitivanjem 172 djece od 5. do 8. razreda koja žive u ruralnim i urbanim područjima utvrdili razlike u strukturi njihovog slobodnog vremena. Metodom anketnog

upitnika i analizom relativnih frekvencija varijabli, utvrdilo se da ispitanici tijekom radnog dana raspolazu s vrlo malo slobodnog vremena. Slobodno vrijeme kojim raspolazu najčešće koriste za gledanje TV-a i slične sedentarne aktivnosti. Također su utvrđene statistički značajne razlike u nekim varijablama s obzirom na to žive li djeca u urbanom ili ruralnom području. Djeca koja žive u ruralnom području više vremena troše na obavljanje školskih obveza. Navedena činjenica se pripisuje putovanju učenika do škole i vremenu utrošenom za povratak kući. Nadalje, prema istom istraživanju, djeca urbanog područja više vremena koriste za igru i kineziološke aktivnosti zbog većeg broja organiziranih kinezioloških aktivnosti u urbanom području nego u ruralnom (Badrić i sur., 2011). Slično istraživanje provode Jenko Miholić i sur. (2015), no zaključuju kako ne postoji statistička značajna razlika između količine vremena provedenog u kineziološkim aktivnostima između djece ruralnog i urbanog područja, već postoji statistička značajna razlika vidljiva s obzirom na uključenost sportskih organizacija. Djeca s ruralnog područja više vremena provode u aktivnostima bez nadzora sportskih organizacija od djece urbanog područja.

Na temelju anketnog upitnika, Vidulin-Orbanić (2008) zaključuje da se postotak uključenosti učenika od 5. do 8. razreda dvije ispitanice osnovne škole u izvannastavne aktivnosti kreće od 18,62 % do 76,55 %. Postotak uključenosti učenika s obzirom na područje aktivnosti ovisi o ponuđenim izvannastavnim aktivnostima i tradiciji škole. Uzevši u obzir dobno-spolnu komponentu, Šiljković i sur. (2007) istražuju razlike u odabiru aktivnosti te njihovu zastupljenost kod učenika od 1. do 4. razreda osnovne škole. Rezultati istraživanja upućuju na to da djevojčice više sudjeluju u izvannastavnim i izvanškolskim aktivnostima od dječaka. Utvrđeno je da su sportske aktivnosti najzastupljenija aktivnost kod dječaka u sva četiri razreda osnovne škole, dok su kod djevojčica najzastupljenija aktivnost samo u drugom i četvrtom razredu.

Slijedom navedenog, Martinčević (2010) empirijskim istraživanjem ispituje način provođenja slobodnog vremena i mišljenje učenika šestih i sedmih razreda osnovne škole o izvannastavnim aktivnostima s obzirom na školski uspjeh, spol, njihovu uključenost u njih te jesu li jedino dijete u obitelji. Martinčević (2010) također utvrđuje veću uključenost djevojčica u izvannastavne aktivnosti, dok se u izvanškolske aktivnosti uključuju više dječaci. Isto tako, utvrđena je statistički značajna razlika s obzirom na spol učenika kod aktivnosti igranja kompjutorskih igrica i čitanja zabavne literature. Dječaci

više slobodnog vremena provode igrajući kompjuterske igrice, dok djevojčice više čitaju zabavnu literaturu. S obzirom na uključenost, uočena je i statistički značajna razlika kod aktivnosti čitanja zabavne literature, to jest učenici koji češće čitaju zabavnu literaturu su ujedno često učenici koji su uključeni u izvannastavne aktivnosti. Nadalje, statistički značajna razlika uočena je s obzirom na uključenost u pojedine izvannastavne aktivnosti te školski uspjeh, dok nije utvrđena statistički značajna razlika s obzirom na to je li učenik jedino dijete u obitelji.

Ilišin (2007), usporedbom rezultata istraživanja iz 1999. i 2004., opaža kako mladi slobodno vrijeme provode slično kao prije pet godina, uz iznimku da rezultati iz 2004. pokazuju češće bavljenje mladih slobodnim aktivnostima. Podatak se posebice odnosi na aktivnosti poput druženja s prijateljima, izlazaka u kafiće te gledanje TV-a. Rezultati vezani uz mlade u Hrvatskoj podudaraju se s mladima na europskoj razini. Autorica također ističe i veću zastupljenost aktivnosti zabave i razonode, dok aktivnosti razvoja ličnosti igraju sporednu ulogu u oblikovanju slobodnog vremena mladih. U usporedbi sa starijima, mladi slobodno vrijeme više koriste za spavanje, izležavanje, slušanje glazbe, bavljenje sportom, izlaske s prijateljima, igranje kompjutorskih igrica i hobije. Autorica razliku između starijih i mladih objašnjava životnim ciklusom i očitim generacijskim razlikama. Međutim, između starijih i mladih nema razlike kod učestalosti provođenja slobodnog vremena s obitelji, gledanja televizije, pohađanja kazališta ili humanitarnih i volonterskih aktivnosti. Ilišin (2007) ispituje aktivnosti slobodnog vremena pomoću osam uspostavljenih obrazaca: ruralni, urbani, obiteljski, elitni, aktivistički, pasivni, sportski i medijski. Najviše je razlika između urbanog i elitnog obrasca. Prihvaćanje ili odbijanje tih obrazaca kod mladih posebice ovisi o situacijskim i socijalizacijskim čimbenicima poput stupnja obrazovanja ili socioekonomskog statusa. Nakon tih čimbenika, na prihvaćanje ili odbijanje obrasca provođenja slobodnog vremena najčešće utječu spol, religija i obitelj. Po pitanju interesa, nisu uočene veće promjene unatrag pet godina. Interesi su u istraživanju podijeljeni u četiri interesne orijentacije: socijabilna, tradicionalistička, spoznajna i kompeticijska. Spol i dob najmanje utječu na interesne orijentacije, što upućuje na formiranje interesa već u doba adolescencije. Međutim, istraživanje je pokazalo da su mladi nižeg društvenog statusa i obrazovanja iz ruralnih sredina skloniji prihvaćanju tradicionalističke i kompeticijske interesne orijentacije, dok spoznajnu i socijabilnu prihvaćaju mladi višeg društvenog statusa iz urbanih područja.

Naposljetku, autorica zaključuje kako je slobodno vrijeme socijalno kompetentnijih mladih bogatije i usko povezano s javnom sferom života (Ilišin 2007).

Prema prikazu istraživanja može se zaključiti kako na slobodno vrijeme mladih utječe mnogo čimbenika kao što su dob, spol, vrsta i dostupnost aktivnosti, mjesto stanovanja te interesi pojedinca. Isto tako, vidljivo je da se slobodno vrijeme mladih razlikuje od ostalih društvenih skupina zbog sadržaja, strukture, vrijednosti, interesa i načina provođenja. Razlike se posebice uviđaju u samoj funkciji slobodnog vremena. Djeca i mladi odabiru aktivnosti koje su usmjerene na zabavu i razonodu te pasivnost pojedinca, zanemarujući aktivnosti razvoja ličnosti.

2.2.Što su mediji?

S obzirom na to da su mediji i masovni mediji postali neizostavni dio naše svakodnevice te zauzeli čvrsto mjesto u dimenziji slobodnog vremena, potrebno je definirati pojam, ali i njegovu ulogu u slobodnom vremenu. Pojam medija Hrvatska enciklopedija (Mrežno izdanje, 2021) definira kao „Svako sredstvo posredstvom kojega se prenose poruke, vijesti, obavijesti i sl. U komunikacijskim znanostima takvima se smatraju tiskovine i elektronička sredstva; u novije doba internet, komunikacijski sateliti, film, CD i dr. pa se o njima govori kao o masovnim medijima.“ Stoga se zaključuje da su mediji sredstvo komuniciranja i/ili prenošenja informacija čija uloga u suvremenom društvu ovisi o onome tko je tumači (Jurčić, 2017).

Usko povezani s medijima su masovni mediji, koje Žugić (1998, prema Ilišin, 2003, str. 29) objašnjava kao „(1) sredstva saobraćanja među ljudima koja su i sama podložna razvojnim promjenama, što je uvjetovano karakterom znanstveno-tehnoloških revolucija; (2) sredstva proizvodnje, selekcije i distribucije medijskih sadržaja (poruke i obavijesti), prije svega sadržaja masovne kulture“. Prema Peruško (2011, str. 15), masovni mediji predstavljaju „institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne formacije“. Pojam masovnih medija sukladno tome uključuje knjige, filmove, televiziju, radio, tisak i sl., no ne obuhvaća internet zbog njegove organizacijske i dvosmjerne komunikacijske naravi (Peruško, 2011). Internet, računala, tableti, pametni telefoni i društvene mreže smatraju

se novim medijima. Zajednički nazivnik navedenom jest digitalizacija (Kekez i Topolovčan, 2012). Ilišin i sur. (2001) nusprodukt masovnih medija, odnosno masovnu kulturu, objašnjava kulturom koja poštuje masovne norme industrijskog svijeta koristeći se ujedno masovnim tehničkim sredstvima s ciljem obraćanja društvenoj masi. Širenje masovne kulture i stvaranje masovnog auditorija prije svega omogućuje tehnološki napredak zajedno s popularnošću medija (Ilišin, 2003). Iako se uz masovnu kulturu veže negativna konotacija te je se striktno odvaja od elitne kulture, s vremenom ona može doseći kulturnu vrijednost (Ilišin i sur., 2001).

Već dulje je poznat socijalizacijski potencijal medija kod djece i mladih, budući da predstavljaju društvenu grupaciju koja prolazi kroz formativno razdoblje. No, sam interes mnogih istraživača usmjeren je na pitanje recepcije samih medijskih sadržaja (Ilišin, 2003). Mediji utječu na formiranje stila života, a ujedno potiskuju ostale sekundarne socijalizacijske agense poput škole i obitelji (Miliša i Milačić, 2010).

2.2.1. *Uloga medija u svijetu djece i mladih*

Prije nekoliko godina je glavni medij i sredstvo prijenosa sadržaja bio radio, zatim televizija, a danas prevladava internet. Istraživanja pokazuju da nakon savladavanja korištenja novih medija, oni postaju sastavni dio svakodnevice te svaki medij pronalazi mjesto u njezinoj strukturi. Evidentno je da tako raste ukupno utrošeno vrijeme za medije jer se masovni mediji često koriste simultano (Ilišin, 2003). Komunikacijske teorije koje se bave razumijevanjem uloge medija u društvu današnjice usmjerene su na pitanja protoka i značenja medija. Ta pitanja obuhvaćaju utjecaj medija, mreže za prijenos informacija, sadržaj prenošenih informacija, potrebe publike, dekodiranje poruka kao i upotrebu medija te njihov medijski tekst. Na tom tragu razvija se koncept medijskih primatelja s *teorijom izravnih utjecaja* koja pretpostavlja da sadržaji medija izravno utječu na primateljevo ponašanje. Zbog mnogih kritika se iz te teorije kasnije razvija *teorija ograničenih utjecaja* prema kojoj su pojedinci manje ili više aktivni sudionici medijskog procesa. Teorija ograničenih utjecaja naglašava ograničavajuće čimbenike koji nastaju posredovanjem medija, no ne omogućava razgraničavanje pasivnog od masovnog. Uvid u aktivnost primatelja medija pruža *teorija zadovoljenja potreba*. Prema njoj ljudi koriste masovne medije aktivno i selektivno za razvijanje socijalnih odnosa,

informiranje, potvrđivanje identiteta, bijeg od stvarnosti i/ili zabavu (Ilišin, 2003). Ilišin i sur. (2001, prema Livazović, 2009, str. 109) naglašava da teorija izravnih učinaka „proučava odnos medijskog sadržaja i ponašanje primatelja te je usmjerena na prevladavajuće negativne učinke“, dok teorija ograničenih učinaka „polazi od toga kako su utjecaji medija posredovani različitim socijalnim odnosima koji utječu na kontrolu, filtriranje i interpretiranje medijskog iskustva i usmjerava se na moguće pozitivne pokazatelje“.

Ne može se govoriti o ulozi medija bez da se ne osvrne na medijsku pismenost jer o njoj ovisi uloga medija. Medijska pismenost podrazumijeva analizu, procjenu i kritičnost prema kanalima i ponuđenim proizvodima. Medijska pismenost implicira medijski odgoj te obuhvaća razlikovanje fikcije od stvarnosti, selektivno biranje sadržaja, prepoznavanje prednosti i nedostataka medija te kritički osvrt prema prezentiranim značenjima (Ilišin, 2003).

Nadalje, Ilišin (2003) govori o utjecaju medija na djecu u obliku procesa socijalizacije koji je posebice intenzivan u doba djetinjstva i ranoj mladosti. Mediji spadaju u sekundarne socijalizacijske agense čiji je utjecaj uvjetovan nizom čimbenika te čiji socijalizacijski potencijal mahnito raste (Ilišin, 2003). Mediji nisu izolirani čimbenik koji utječe na socijalizaciju pojedinca, već tvore kompleksan suodnos s brojnim drugim društvenim utjecajima koji se mogu opažati kroz vrijeme (Livazović, 2009). Međutim, prema McQuail i Windahl (1993, prema Livazović, 2009), utjecaj medija se prepoznaje u promjeni stavova i ponašanja djece i mladih, kao i u razini agresivnosti ili emocionalnom stanju. Na temelju toga uočavaju se tri posljedice negativnih sadržaja medija, a to su „učenje nepoželjnih oblika ponašanja i stavova, neosjetljivost ili umanjena osjetljivost na nasilje i nepoželjne oblike ponašanja te strah od okoline i postajanja žrtvom nasilja (Livazović, 2009, str. 109). Isto tako treba napomenuti da utjecaji medija na djecu i mlade nisu momentalno vidljivi, već se opažaju kasnije u oblikovanju stavova, navika i vjerovanja.

Sve više zabavnog medijskog sadržaja obilježeno je senzacionalizmom i manipulacijom, dok informativni i obrazovni sadržaj padaju u drugi plan (Miliša i Milačić, 2010). Medijska komercijalizacija posebice utječe na mlađe generacije koji najviše slobodnog vremena provode koristeći medije (Ilišin, 2003, prema Miliša i

Milačić, 2010). S obzirom na to da djeca i mladi uče svakodnevnim opažanjem i međuljudskim interakcijama (bilo stvarnim ili medijskim, odnosno zamišljenim), Livazović (2012) istraživanjem utvrđuje povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. Prema dobivenim rezultatima, najveći su pokazatelji rizičnih ponašanja spol i školski uspjeh, pri čemu je tendencija konzumiranja negativnih medijskih sadržaja prediktor agresivnosti, ovisnosti, cyberbullinga te apsentizma.

2.2.2. Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena kroz prikaz istraživanja

Budući da dob čini djecu najranjivijom populacijom, američko istraživanje Djeca i mediji iz 1999. ispitalo je odnos djece u dobi od dvije do 18 godina i masovnih medija. Temeljem teorije ograničenih utjecaja, istražuju povezanost demografskih i socijalnih karakteristika s medijima (Roberts i sur., 1999, prema Ilišin, 2003). Zaključeno je da razina zastupljenosti medija kod djece ovisi o materijalnim mogućnostima obitelji, da djeca iz socioekonomsko viših obitelji više koriste računala i tiskane medije, da je lošiji školski uspjeh povezan s češćim korištenjem masovnih medija te da djeca koja su sklonija nekom mediju istovremeno iznadprosječno koriste druge medije. Rezultati također pokazuju da djeca koja više vremena provode s medijima češće tvrde da uče iz njih te da više vremena s medijima provode djeca koja su manje zadovoljna životom (Ilišin, 2003). Uz socioekonomski status, ključnu ulogu na to kako mediji utječu na pojedinca igraju obitelj i vršnjaci, što potvrđuju brojna istraživanja (Anderson, Bushman, 2001; Villani, 2001; Livingstone, Millwood Hargrave, 2006; UNESCO, 2007; Evans Schmidt, Vandewater, 2008, prema Livazović, 2009). Stoga Livazović (2009) ističe kako je zapravo glavni čimbenik odnos tj. povezanost pojedinca i društvene okoline.

Istraživanje koje je ispitalo odnos djece i masovnog medija televizije pokazuje da djeca koja češće gledaju televiziju manje sudjeluju u društvenim aktivnostima (Ilišin, 2003). Djeca kao razlog gledanja televizije navode dosadu, naviku, bijeg od stvarnosti, potrebu za opuštanjem, da nešto nauče o sebi, drugima i svijetu te kako bi se uklopili među prijatelje (Gunter i McAleer, 1997, prema Ilišin, 2003). Autori demantiraju tvrdnju da mladi gledatelji televizije pasivno prihvaćaju sve što čuju i vide na televiziji.

Ilišin (2003) ističe zanimljivu činjenicu njezinog istraživanja iz 1991. da je gledanje televizije najčešća aktivnost slobodnog vremena u Hrvatskoj pri čemu obrazovanje

građanstvo više gleda televiziju, ali je gleda selektivno. Prema podacima iz 1999. godine mladi se računalom koriste najviše za igranje i pisanje, tek onda za crtanje, učenje itd. Internetom se prema podacima iz te godine tek koristi 27 %. Analizom rezultata sličnog istraživanja, Ilišin (2003) upozorava na nekoliko tendencija djece. Osim druženja s prijateljima, mediji su najčešća aktivnost djece u slobodnom vremenu. Djeca se u dobi od 10 do 14 godina osamostaljuju od roditelja i više pažnje posvećuju vršnjačkim odnosima, dok istovremeno upravo u toj dobi opada učestalost razgovora o sadržajima medija s roditeljima, a komunikacija vršnjaka o medijskim sadržajima ostaje nepromijenjena, odnosno sadržaji medija ostaju najčešća tema razgovora.

Istraživanje iz 2008. godine provedeno u sedmim i osmim razredima osnovnih škola, daje nova saznanja o utjecaju medija u kreiranju slobodnog vremena djece (Miliša i Milačić, 2010). Najviše djece, odnosno 40-50 % učenika gleda televiziju otprilike dva do tri sata dnevno, dok 25,5 % učenika gleda televiziju tri do pet sati dnevno. Najpopularniji televizijski programi su sportskog i zabavnog karaktera. Nadalje je 24,7 % učenika izjavilo da mobitel dnevno koriste preko 91 minute, što je ujedno drugi najveći postotak. Većina ispitanika, njih 31 %, tvrdi da ga koristi manje od 30 minuta. Samo je 5 % ispitanika izjavilo da nema svoj mobitel niti svoje računalo. Što se tiče provođenja slobodnog vremena na internetu, njih gotovo 11 % tvrdi da dnevno utroše više od pet sati koristeći internet, dok većina njih, odnosno 37 %, provodi manje od jednog sata surfajući po internetu. Ostatak ispitanika provodi na internetu između jednog do pet sati (Miliša i Milačić, 2010).

Miliša i Milačić (2010) su istraživanjem također ispitali koliko učenika ima svoj Facebook-profil te utvrdili da se radi o 27,4 % učenika. Posebice je zabrinjavajući podatak koji govori o nadzoru roditelja nad vremenom koji njihova djeca provode na internetu, pri čemu je 81,2 % učenika izjavilo da njihovi roditelji ne kontroliraju njihove aktivnosti niti vrijeme provedeno na internetu. Ipak, učenici navode da najviše slobodnog vremena provode družeći se s prijateljima, dok im je gledanje televizije druga najčešća aktivnost u slobodnom vremenu. Istraživanje je također otkrilo kako obrazovanje oca ne utječe na slobodno vrijeme provedeno gledajući televiziju. Međutim, što je viši obrazovni stupanj oca, to je zastupljeniji razgovor o medijskim sadržajima unutar obitelji, odnosno što je obrazovaniji otac, to je kontrola djece veća. Nastavno na to, zaključuje se kako stupanj obrazovanja majke ne utječe na kontrolu vremena koje djeca provode na internetu niti

značajno utječe na odabir vrste programa koji učenik gleda na televiziji (Miliša i Milatić, 2010). Naposljetku, kroz prikaz provedenih istraživanja, Miliša i Milatić (2010) zaključuju kako mladi podržavaju organiziranje izvanškolskih aktivnosti te kako veća ponuda organiziranih aktivnosti u slobodnom vremenu pogoduje njihovim željama i ambicijama.

Mediji, između ostalog, utječu na ideale, norme i standarde ljepote djevojaka i mladića u adolescenciji. Rezultati istraživanja od Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) pokazuju snažan utjecaj medija na percepciju slike tijela mladih. Prema Thompson Heinberg, Altabe i Tantleff-Dunn (1999, prema Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016, str. 146-147), „slika tijela je složen konstrukt koji predstavlja subjektivnu reprezentaciju vlastitog tjelesnog izgleda i tjelesnih iskustava. Odražava stavove, percepciju, misli i osjećaje osobe vezane uz svoje tijelo, kako uz cjelokupan izgled, tako i uz specifična područja i dijelove tijela, tjelesne funkcije, snagu i seksualnost“. Najveći raskorak između idealnog i percipiranog tijela, odnosno tjelesnog izgleda, postoji u doba adolescencije. Nezadovoljstvo tijelom raste kod djevojaka gledanjem mršavih ženskih modela u medijima. Mediji također naglašavaju mršavost djevojaka, pa time vrše snažan pritisak na adolescentne djevojke. S druge strane, mediji naglašavaju važnost mišićavog muškog tijela i mladićima nameću sliku idealnog muškog tijela, što povećava njihovu želju za izgradnjom tijela i povećanjem mišićavosti. Iz tog razloga ne čudi ni podatak da su djevojke sklone primjeni strategija mršavljenja, dok su mladići skloni strategijama dobivanja mišićne mase (Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

Uzorak istraživanja činili su peti, šesti i sedmi razredi osnovne škole te treći i četvrti razredi srednjih škola. Cilj je bio ispitivanje rodnih razlika i razlika u percepciji medijskog utjecaja na sliku tijela između učenika osnovne i srednje škole. Rezultati pokazuju da djevojke više uočavaju utjecaj medija na mršavljenje, dok mladići uočavaju više utjecaj medija na povećanje tjelesne mase i mišićavosti. U sklopu istraživanja nisu utvrđene razlike između učenika osnovnih i srednjih škole, to jest između učenika rane i kasne adolescencije. Autori zaključuju rad naglašavajući nužnost osvještavanja utjecaja medija na sliku tijela jer mediji prezentiraju nerealne izgleda koji znatno odstupaju od onih u stvarnosti (Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

Osim što utječu na psihološke aspekte, mediji utječu na fizičke aspekte života djece. Foretić i sur. (2009) istražili su utjecaj medija na tjelesnu neaktivnost djece u dobi od 10 do 12 godina. Sva ispitana djeca posjeduju računalo kod kuće i televizor. Utvrđeno je da djeca dio slobodnog vremena troše na medije, što rezultira smanjenom tjelesnom aktivnošću. Dnevno utroše 3,86 sati na medije, dok 98 % njih gleda 3-5 puta tjedno televiziju. Posljedica toga je sjedilački način življenja i negativan utjecaj na vrijeme provedeno u fizičkim aktivnostima u slučaju da se mediji ne koriste na pravilan način.

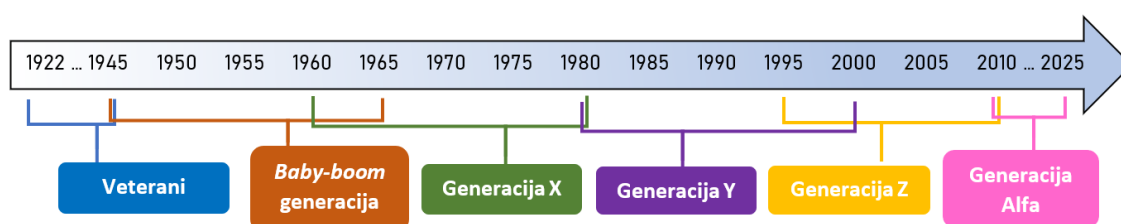
2.3. Pojmovno određenje generacije

S obzirom na to da dob utječe na način provođenja slobodnog vremena, javlja se potreba za određivanjem afiniteta određenih dobnih skupina u slobodnom vremenu. No, da bi to bilo moguće, ponajprije treba odrediti granice dobnih skupina ljudi i njihova obilježja. Shodno tome, Karl Mannheim postavlja teoriju generacija 1923. u svom djelu *The Problem of Generation* (Mannheim, 1952, prema Čuvalo i Peruško, 2017). Prema Savage i sur. (2006, prema Rattinger, 2020), generacije predstavljaju skupinu ljudi koja odrasta i živi tijekom istih socio-povijesnih uvjeta, ideologija i tehničkih izuma. Od drugih generacija se razlikuju po svjetonazoru jer on predstavlja naslijeđe šire zajednice ovisno o lokalnim i individualnim prilikama. Razlike između generacija se očituju u svim sferama života, od motivacije i komunikacije do produktivnosti rada i zapošljavanja (Green i sur., 2013, prema Rattinger, 2020). Također, treba naglasiti da ne postoje jedinstvene kronološke granice između generacija jer je autori različito određuju. Osim toga, treba imati na umu da se karakteristike ljudi koji su rođeni krajem ili početkom kronološke granice generacija često preklapaju s prethodnom ili idućom (Hammill, 2005).

Razlike između generacija postaju sve jasnije, pa zbog toga dolazi do pojačanog interesa zajednice za utvrđivanje generacijskih razlika u svijetu, ali i u Hrvatskoj. Kako bi utvrdili generacijske razlike, Ilišin i Radin (2007) provode komparativnu analizu dviju mladih generacija hrvatskih građana iz 1999. i 2004. te jedne mlade i starije generacije iz 2004. godine. Uočena je razlika između ispitanika mlade i starije generacije vezane uz njihov obrazovni status i očevo porijeklo. Dobiveni rezultati osvjetljavaju znatno pogoršanje društvenog položaja mladih u vidu zapošljavanja, kvalitete života i devijantnosti. Nadalje, pokazuju rast osvještavanja rodni, dobnih i obrazovnih

nejednakosti u društvu. Što se tiče političkih vrijednosti i stavova, rezultati oslikavaju porast prihvaćanja ustavnih načela te institucionalno povjerenje. Po pitanju medija, komparativna analiza pokazuje da mladi više vjeruju medijima i u društvenu snagu generacije od starijih te više toleriraju društvene skupine i pojave. Razlika starijih i mladih leži isto tako u razini informiranosti koja je veća kod mladih. Ne čudi niti da mladi više koriste internet od starijih. Sve u svemu, mladi su liberalniji, fleksibilniji i vjeruju u sebe kao generaciju (Ilišin i Radin, 2007).

Brojna istraživanja u polju vođenja i upravljanja ljudskim resursima također ukazuju na jasne razlike u načinu komuniciranja pojedinih generacija i naglašavaju razlike u vrijednostima i stavovima (Hammill, 2005). Isto tako se kod mlađih generacija sve više ističe utjecaj medija i izjednačavanje s digitalnim urođenicima. Međutim, treba napomenuti ograničenja takve podjele i kategorizacije u vidu problema generalizacije i pogrešnog tumačenja (Berk, 2009). Slika 1. prikazuje generacije po godinama rođenja.



Slika 1. Grafički prikaz generacija po godinama rođenja

Izvor: samostalno izrađen prikaz prema Grail Research Analysis (2011)

2.3.1. Od Veterana do Generacije Z

Schroer (2004, prema Rattinger, 2020) *Veterane* ili *Tradicionaliste* opisuje kao generaciju koju su obilježile razne prijetnje, rat i nesigurnosti. Usprkos tome, nakon kraja rata, postoji zaposlenih i obrazovanih rastu. Veterane su prvenstveno obilježili nemiri i veliki događaji, pa ne čudi što predstavljaju generaciju koja traži sigurnost u poznatim sredinama i aktivnostima te udobnost.

Baby-boom generacija takozvani *Boomeri* odrasli su u poslijeratnom periodu kada su vladali napredak, društvena stabilnost te lojalnost prema autoritetu i organizacijama (Conrad i Poole, 2005). Osobine koje se pripisuju generaciji su optimizam, neovisnost,

ciljna i poslovna orijentiranost te kompetitivnost (Green i sur., 2013). Oni su generacija koja je odrasla s televizijom, poštuje autoritet i voli raditi i zarađivati (Crampton i Hodge, 2009). Što se tiče komunikacije, Boomeri preferiraju komunikaciju uživo, dok smatraju da je novac najbolji oblik nagrade (Bejtkovský, 2016).

Razdoblje u koje se svrstava pripadnike *Generacije X* bilježi rast broja rođene djece i broja razvedenih brakova (Green i sur., 2013). Karakteristike *Generacije X* su prilagodljivost, samostalnost i tehnološka pismenost (Tulgan, 2000, prema Green i sur., 2013). Istraživanja pokazuju da su majke *Generacije X* odgađale roditeljstvo s ciljem ostvarivanja karijere, što je rezultiralo generacijom koja se rano osamostalila (Crumpacker i Crumpacker, 2007). Pripadnici generacije savladali su ravnotežu između privatnog i poslovnog života (Crampton i Hodge, 2009). Prema Kupperschmidt (2000, prema Kraus, 2017), *Generacija X* pozdravlja različitost, promjene i kompetitivnost, dok na radnom mjestu praktično rješavaju probleme. Iako su tehnološki pismeni, većina njih određene aspekte tehnologije poput društvenih medija nije savladala.

Milenijalci, *Internet generacija* ili *Generacija Y* djetinjstvo su proveli u okrilju sigurnosti, razvoja tehnologije i stabilnosti gospodarstva (Rattinger, 2020). Prema Hammill (2005), pripadnici te generacije su načelno društvena bića, samopouzdana, optimistični i zabavni. S obzirom na to da su od malih nogu okruženi tehnologijom, pripadnici *Generacije Y* vješti su u *multitaskingu*. Visoko obrazovanje generacija vidi kao skup izdatak, no sama generacija je dobro obrazovana s manjkavim komunikacijskim kompetencijama i kompetencijama rješavanja problema (Crumpacker i Crumpacker, 2007). Isto kao i *Generacija X*, *Generacija Y* se brzo dosađuje te joj manjka strpljivosti i sposobnosti zadržavanja pažnje. Za razliku od Boomera, *Generacija Y* preferira komunicirati telefonom, mailom, SMS-om i društvenim medijima (Crampton i Hodge, 2009). Važno je naglasiti kako se *Generaciju Y* često opisuje digitalnim urođenicima (eng. *digital natives*). Provedena istraživanja utvrđuju da pripadnici te generacije tehnologiju i medije koriste u poslovnoj i privatnoj sferi života, no ne vjeruju masovnim medijima. Glavne vrijednosti koje zastupa *Generacije Y* su obitelj, sloboda i autonomija (Kraus, 2017). De Klerk i Bevan-Dye (2014) u istraživanju pokazuju da nastavnici i sveučilišta igraju važnu ulogu u organiziranju slobodnog vremena *Generacije Z* te da pripadnici generacije pozitivno percipiraju uvođenje novih mogućnosti provođenja slobodnog vremena.

Generacija Z predstavlja tehnološku i internetsku generaciju koja preferira komunikaciju porukama umjesto komunikacije uživo (Rattinger, 2020). Okruženost generacije novom tehnologijom rezultiralo je time da se generaciju opisuje kao psihološki lijenu s nedostatnim komunikacijskim vještinama (Woodruge, 2009, prema Rattinger, 2020). Roditelji Generacije Z su pripadnici Generacije X koja je usredotočena na rad, zbog čega manje vremena provode s djecom, a izgubljeno vrijeme kompenziraju kupnjom novih tehnologija i igračaka (Rattinger, 2020). Mnogim pripadnicima generacije nedostaje interpersonalnih vještina van digitalnog svijeta, dok ih novija istraživanja opisuju kao fleksibilne i prilagodljive (Bejtkovský, 2016). Prema Petrić (2007, prema Rattinger, 2020, str. 32), osnovne karakteristike Generacije Z su „natprosječne vještine pretraživanja i skeniranja informacija“, „simultano obavljanje više zadataka“ i „diskontinuirano i nelinearno učenje“. Uz Generaciju Z se također vežu opažanja vezana uz njihovo ponašanje. Uočeno je da je Generacija Z u stalnom pokretu, da su izrazito kompetitivni, otvoreni prema različitostima te svjesni činjenice da društveni mediji reklamiraju proizvode, što vodi odbacivanju, *online* recenziranju i kritiziranju kontroverznih robnih marki. Pripadnici generacije su oprezni potrošači i ne temelje svoj identitet na robnim markama. Prioriteti generacije su štednja, zapošljavanje i završavanje fakulteta. Optimistične i tolerantne su naravi te vole slobodno vrijeme provoditi s prijateljima, obitelji ili pak putujući. Specifična karakteristika Generacije Z je, između ostalog, da svoje hobije uz pomoć društvenih mreža pretvaraju u zanimanja, što je rezultiralo novim zanimanjima (Rattinger, 2020).

2.3.2. *Generacija Alfa*

Budući da uzorak ispitanika ovog istraživanja predstavlja *Generaciju Alfa*, ona je opisana u daljnjem tekstu rada. Generaciji Alfa ime daje McCrindle prema prvom slovu grčke abecede. Prema njegovom poimanju u tu generaciju spadaju djeca rođena od 2010. godine, iste godine kada su se na tržište plasirani iPad i Instagram. Radi se o generaciji koja je od rođenja okružena ekranima, tehnologijom i društvenim mrežama (McCrindle i Fell, 2020). U doba kada raste broj društvenih mreža i konzumacija medija, navedena generacija izložena je specifičnim izazovima u usporedbi s njihovim roditeljima koji su pripadnici Generacija X i Y (Zdanowicz i sur., 2020). Prema Pattrawiwat i Tuntivivat

(2020), Generacija Alfa se više plaši socijalnih interakcija nego fizičkih ozljeda te su emocionalno vezani za internet. Autori napominju kako je bitno generaciju usmjeriti na korištenje medija u pozitivnom i korisnom smislu pri čemu poseban naglasak treba staviti na kritičko procjenjivanje informacija i razmišljanje te ulogu institucija i obitelji u razvoju emocionalnih vještina, kritičkog mišljenja i socijalnih interakcija. Istraživanje neprofitne organizacije British Internet Matters, otkrilo je da 48 % šestogodišnjaka koji pripadaju Generaciji Alfa surfaju internetom, dok 44 % njih surfa bez roditeljskog nadzora. Prema rezultatima istraživanja, 41 % ispitanih djece koristi internet u svojoj spavaćoj sobi, a više od dvije trećine, njih 72 % koristi internet izvan obiteljskog doma (dos Reis, 2018). Rezultati istraživanja provedenog 2019. u Sjedinjenim Američkim Državama pokazuju da djeca u dobi od 8 do 12 godina u prosjeku dnevno provedu 4 sata i 44 minute gledajući u ekrane u svrhu zabave (McCrinkle i Fell, 2020). Prema Arora i Jha (2020, prema Jha, 2020), adolescenti u prosjeku utroše dva sata na igranje mobilnih igrica koje rezultiraju manjkavim upravljanjem bijesa i socijalizacijom, usamljenošću i agresivnosti prilikom prekida korištenja. Sama neuroznanost upozorava na te posljedice jer su u konačnici produkt promjene živčanih stanica i smanjenja gustoće moždanih stanica. Kvalitetan san osnova je pravilnog razvoja ljudi zbog čega je istražena povezanost sna i korištenja tehnologije. Iz rezultata je vidljivo da korištenjem tehnologije dolazi do manje proizvodnje hormona za spavanje (Jha, 2020).

Kada se govori o Generaciji Alfa, govori se i o pametnim telefonima i povećanom količinom vremena za ekranima. Usprkos tome, Nagy i Kölcsey (2017) dovode u pitanje takav pristup jer rezultati sličnih istraživanja drugih generacija poput Generacije Z pokazuju sličnosti s Generacijom Alfa. Međutim, McCrinkle i Fell (2020) tvrde da se neke karakteristike generacije već sad mogu uočiti preko demografskih karakteristika koje ih okružuju, odnosno preko utvrđenih podataka za njihove roditelje koji su pripadnici Generacije X i Y. Prema demografskim podacima, roditelji Generacije Alfa su stariji u usporedbi s prethodnim generacijama, višeg socioekonomskog statusa, osnuju manje obitelji s obzirom na broj članova te su roditelji često različitog kulturnog porijekla, što vodi većoj različitosti samih obitelji. Ispitivanje Generacije X i Y o načinu roditeljevanja također daje uvide u život Generacije Alfa. Generacije X i Y često mijenjaju poslove, tehnološki su opremljene te djecu češće uključuju u rad odgojno-obrazovnih institucija. Naposljetku, istraživanja o navedenoj generaciji, koja se trenutno nalazi u svojim

formativnim godinama, pokazuju dominantnost igri putem aplikacija, povećanu količinu vremena provedenim za ekranima, kraći raspon pažnje, izrazitu digitalnu, odnosno tehnološku pismenost i manju fizičku društvenu uključenost te pojačan utjecaj medija na oblikovanje identiteta i načina života (McCrinkle i Fell, 2020).

III. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

3.1. Cilj i problem istraživanja

Cilj istraživanja bio je ispitati utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa. Problem istraživanja usmjeren je na utjecaj izloženosti medijima, uporabe medija u slobodnom vremenu te interesa za društvene mreže na provođenje slobodnog vremena pripadnika Generacije Alfa. On obuhvaća utjecaj medija s obzirom na sociodemografske varijable i izvannastavne i izvanškolske aktivnosti, utjecaj izloženosti medijima u slobodnom vremenu na druženje *online* kao i povezanost između zadovoljstva provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija, zadovoljstva i broja korištenih društvenih mreža te tjelesne neaktivnosti i uporabe medija u slobodnom vremenu.

Nezavisne varijable u ovome istraživanju predstavljaju sociodemografski podaci (dob, spol, školski uspjeh, dnevna količina slobodnog vremena, broj braće i sestara, posjedovanje vlastitog računala i mobitela te status zaposlenosti roditelja), izvannastavne i izvanškolske aktivnosti, broj korištenih društvenih mreža, tjelesna neaktivnost, zadovoljstvo s vlastitim provođenjem slobodnog vremena i druženje *online*. Zavisne varijable predstavljaju izloženost medijima i uporaba medija u slobodnom vremenu te interes za društvene mreže.

3.2. Hipoteze

U svrhu ovog istraživanja postavljeno je četiri hipoteze:

H1: Očekuju se statistički značajne razlike u izloženosti medijima u slobodnom vremenu s obzirom na sociodemografske varijable te izvannastavne i izvanškolske aktivnosti.

H2: Očekuje se statistički značajna povezanost između izloženosti medijima u slobodnom vremenu Generacije Alfa i druženja *online*.

H3: Očekuje se statistički značajna povezanost između zadovoljstva pripadnika Generacije Alfa s provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija u slobodnom vremenu te broja korištenih društvenih mreža.

H4: Očekuje se statistički značajna povezanost između tjelesne neaktivnosti i uporabe medija u slobodnom vremenu.

3.3. Ispitanici

Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku od 281 učenika sedam osnovnih škola pri čemu se tri škole nalaze u urbanoj sredini (grad Zagreb), a ostale četiri u ruralnoj (okolica Varaždina). Istraživanje obuhvaća učenike ruralnih i urbanih sredina radi usporedbe načina provođenja slobodnog vremena. Njih 59,8 % pohađa škole u urbanim sredinama tj. gradu Zagreb, dok 40,2 % pohađa škole u ruralnim sredinama u okolici Varaždina. Od ukupno 281 učenika, 140 je muškog (49,8 %), a 141 ženskog spola (50,2 %). Ispitanici su pripadnici Generacije Alfa, odnosno učenici četvrtih razreda osnovnih škola. Raspon dobi kretao se od 9 do 11 godina. Od 281 ispitanika njih dvoje (0,7 %) imalo je devet godina, 201 učenik imao je deset godina (71,5, %), a 78 ispitanika jedanaest godina (27,8 %).

S obzirom na školski uspjeh, od ukupnog broja ispitanika, njih 209 (74,4 %) završilo je prethodni razred s odličnim uspjehom, 62 (22,1 %) s vrlo dobrim, devet (3,2 %) s dobrim i jedan učenik s dovoljnim uspjehom. Što se tiče broja braće i sestara, najviše ispitanika ima jednog brata ili sestru, dok najmanji postotak njih nema braće ni sestara (vidi Tablicu 1). 14 učenika je neispravno ispunilo anketni upitnik, stoga njihovi podaci i upitnici nisu uključeni u daljnju analizu.

Tablica 1 Broj ispitanika s obzirom na broj braće i sestara

Broj braće i sestara	N	%
0 (nemam braće i sestara)	27	9,6
1 brat/sestra	111	39,5
2 brata/sestre	66	23,5
3 i više braće	77	27,4
Ukupno	281	100

3.4. Instrument

Podaci za potrebe istraživanja prikupljeni su kvantitativnom metodom, odnosno anketnim upitnikom (Prilog 1) koncipiranim za ovo istraživanje. Anketni upitnik sastajao se od dva dijela s pitanjima otvorenog, zatvorenog i kombiniranog tipa te tri skale Likertovog tipa.

Prvi dio anketnog upitnika obuhvaćao je podatke o spolu i dobi, podatke o općem uspjehu na kraju prethodne školske godine, broju braće i sestara, dnevnoj prosječnoj količini slobodnog vremena, posjedovanju vlastitog računala i mobitela, statusu zaposlenosti roditelja, izvannastavnim i izvanškolskim aktivnostima ispitanika, društvenim mrežama koje ispitanici koriste te njihovom idealnom budućem zanimanju. Na prvo pitanje *Spol* ispitanici su odgovarali zaokruživanjem spola (muško; žensko), dok su u drugom *Koliko imaš godina?* morali napisati koliko imaju godina. U trećem pitanju *Školski uspjeh s kojim si završio/la prethodni razred* također su zaokruživanjem naveli svoj školski uspjeh (1; 2; 3; 4; 5). Na četvrto pitanje *Koliko imaš braće i sestara?* (0 (nemam braće i sestara); 1; 2; 3 i više) i peto *Koliko prosječno dnevno imaš slobodnog vremena?* (uopće nemam slobodnog vremena; manje od 2 sata; 2-3 sata; 4 ili više sati) ispitanici su odgovarali zaokruživanjem ponuđenog odgovora. Kod šestog *Posjeduješ li vlastito računalo/tablet/laptop (osim školskog tableta)?* i sedmog pitanja *Posjeduješ li vlastiti mobitel (smartphone)?* ispitanici su odgovor birali zaokruživanjem ponuđenog odgovora (DA; NE). Nadalje, ispitanici su u osmom pitanju *Jesu li tvoji roditelji zaposleni?* (majka i otac su zaposleni; majka je zaposlena; otac je zaposlen; majka i otac su nezaposleni) odgovarali zaokruživanjem ponuđenog odgovora, dok ih se u devetom pitanju *Koje izvannastavne i izvanškolske aktivnosti pohađaš?* tražilo da navedu koje aktivnosti pohađaju. U idućem pitanju *10. Koje društvene mreže koristiš?* ispitanici su zaokruživanjem ikone društvene mreže odabirali odgovor (Instagram; Snapchat; Facebook; WhatsApp; Viber; TikTok) te su također mogli na dodatnu crtu dopisati društvenu mrežu koju koriste a da nije već navedena među ponuđenim odgovorima. U zadnjem pitanju prvog dijela upitnika *11. Što želiš postati kad odrasteš? (navedi posao ili zanimanje, npr.: učitelj, doktor, youtuber)* ispitanici su navodili idealno buduće zanimanje.

Drugi dio ankete sastojao se od unaprijed kategoriziranih pitanja radi lakše analize podataka. Na taj način uspostavljene su tri kategorije pitanja. Prva kategorija sastoji se od 16 čestica koje ispituju koliko često ispitanik navedenu aktivnost radi u slobodno vrijeme. U toj kategoriji korištena je skala Likertovog tipa u kojoj su ispitanici zaokružili stupanj slaganja za svaku pojedinačnu tvrdnju na skali od 1 do 5 (1 – nikad; 2 – 1-2 godišnje; 3 – 1-2 mjesečno; 4 – 1-2 tjedno; 5 – svaki dan). Prva kategorija *12. Koliko često radiš nešto u svoje slobodno vrijeme?* uključuje tvrdnje povezane s medijima, aktivnostima u

slobodnom vremenu i načinom njegovog provođenja, a to su: 12.1. Igram kompjuterske igrice ili igrice na Playstationu/Xboxu i slično, 12.2. Gledam televiziju., 12.3. Čitam zabavne knjige i stripove, 12.4. Igram igrice na mobitelu, 12.5. Gledam videozapise na YouTubeu, 12.6. Družim se s prijateljima uživo, 12.7. Gledam objave na društvenim mrežama (TikTok, Instagram, Snapchat...), 12.8. Idem na izlete i šetnje u prirodu, 12.9. Aktivno se bavim se sportom, 12.10. Idem na igralište, 12.11. Bavim se sa svojim hobijem, 12.12. Odlazim u kazalište, kino i na koncerte, 12.13. Slušam glazbu, 12.14. Gledam druge sadržaje na Internetu, 12.15. Družim se s prijateljima na društvenim mrežama (video-igre, Twitch, TikTok...) i 12.16. Družim se s roditeljima i obitelji. Druga kategorija 13. *Koliko se slažeš s tvrdnjom?* sastoji se od osam čestica koje ispituju u kojoj se mjeri ispitanik slaže s navedenom tvrdnjom o medijima i društvenim mrežama. Ona je također koncipirana na način da ispitanik označuje stupanj slaganja od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem; 2 – uglavnom se ne slažem; 3 – niti se slažem niti se ne slažem; 4 – uglavnom se slažem; 5 – u potpunosti se slažem) s tvrdnjama: 13.1. *Moji roditelji redovito provjeravaju što radim na Internetu*, 13.2. *S roditeljima ili učiteljima često razgovaram o opasnostima na internetu*, 13.3. *S prijateljima često razgovaram o društvenim mrežama*, 13.4. *Imam svoj profil na nekoliko društvenih mreža*, 13.5. *Važno mi je družiti se s prijateljima online*, 13.6. *Važni su mi lajkovi i subscriberi* i 13.7. *Pratim poznate youtubere i influencere*. Treća kategorija 14. *Koliko se slažeš s tvrdnjom?* sastoji se od tri čestice: 14.8. *U slobodno vrijeme spavam i odmaram*, 14.9. *Zadovoljan/na sam vlastitim provođenjem slobodnog vremena* te 14.10. *Sam/a provodim svoje slobodno vrijeme*. Skala u trećoj kategoriji koncipirana je na isti način kao i drugoj kategoriji.

S obzirom na pandemiju koronavirusa i hibridne modele održavanja nastave u Hrvatskoj, koncipirana je i *online* varijanta anketnog upitnika u slučaju pogoršanja epidemiološke situacije. *Online* varijanta identična je onoj u Prilogu 1 i napravljena je pomoću obrasca na platformi *Google Forms*. No, budući da se radi o nižim razredima osnovne škole koji su za vrijeme provedbe istraživanja pohađali nastavu uživo, nije bilo potrebe za korištenjem *online* anketnog upitnika.

Prije provedbe t-testa i jednosmjerne analize varijance (ANOVA) nekoliko odabranih tvrdnji druge kategorije drugog dijela anketnog upitnika rekodirane su s ciljem oblikovanja novih kompozitnih varijabli. Tako su zbrajanjem pojedinačnih tvrdnji upitnika oblikovane nove kompozitne varijable: opća aktivnosti u slobodnom vremenu i

izloženost medijima u slobodnom vremenu, uporaba medija u slobodnom vremenu, tjelesna neaktivnost, broj korištenih društvenih mreža te interes za društvene mreže. Utvrđene su dvije dimenzije varijabli vezane uz utjecaj medija pri čemu varijabla uporabe medija u slobodnom vremenu predstavlja prvu, dok izloženost medijima u slobodnom vremenu predstavlja drugu dimenziju. Navedene zbrojene varijable korištene su za provedbu korelacijskih analiza, t-testova i jednosmjerne analize varijance za nezavisne uzorke.

3.5. Postupak

Istraživanje je provedeno uživo u drugom polugodištu u svibnju 2021. godine uz odobrenje mentora (Prilog 2) te u skladu s Etičkim kodeksom istraživanja s djecom (2003). Provedeno je u ruralnom i urbanom području i uključivalo sedam osnovnih škola. Prije same provedbe zatražena je molbom suglasnost ravnatelja škole koja će sudjelovati u istraživanju (Prilog 3). Nakon što su provedbu istraživanja odobrili ravnatelji, zatražena je pismena izjava o suglasnosti roditelja za sudjelovanje djeteta/štićenika u istraživanju za potrebe diplomskoga rada (Prilog 4). Izjavi roditelja prethodi dio u kojem se objašnjava svrha i način provedbe istraživanja te jamči anonimnost i povjerljivost podataka. Prije same provedbe ankete, stručni suradnici su obavijestili učenike o njoj. Istraživanje se provelo u prostorima pojedinih škola. Prije nego li su učenici krenuli ispunjavati upitnik, njima je istraživačica također objasnila cilj i svrhu istraživanja, zajamčila strogu povjerljivost podataka i anonimnost te ih zamolila za iskrenost prilikom ispunjavanja. Vrijeme potrebno za ispunjavanje samog anketnog upitnika bilo je otprilike desetak minuta.

Podaci su obrađeni u softveru za analizu i statistiku IBM SPSS te su podaci i rezultati prikazani deskriptivnom i inferencijalnom statističkom analizom koja uključuje tablice, postotke i grafove. Također je pomoću navedenog programa izvedena analiza odnosa varijabli i izračun njezinih vrijednosti.

S obzirom na to da su na dva pitanja u anketnom upitniku učenici odgovarali pisanjem odgovora, a ne biranjem ponuđenog ili dopisivanjem, bilo je potrebno uspostaviti dodatne kategorije unutar pitanja za odgovore kako bi se rezultati mogli jednostavnije analizirati. Prema tome su izvannastavne i izvanškolske aktivnosti učenika u devetom pitanju podijeljene u sedam kategorija: sportske aktivnosti, umjetničke aktivnosti, literarne

aktivnosti, škola stranih jezika i centar izvrsnosti, dobrovoljno vatrogasno društvo (DVD) te ostalo poput izviđača, radio-amatera, robotike i eko grupe. Jedanaesto pitanje u upitniku ispitivalo je idealno buduće zanimanje učenika, pa je također bilo potrebno zanimanja grupirati u kategorije. Uspostavljene kategorije zanimanja su bile sportaš, strukovna zanimanja, državna služba, umjetnička zanimanja, visokoobrazovana zanimanja, zanimanja vezana uz medije, informatička zanimanja i ostalo. U Prilogu 5 se nalazi cjelovit popis zanimanja te izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti koje su učenici tijekom anketiranja naveli te njihova podjela u pojedine uspostavljane kategorije.

IV. REZULTATI

4.1. Deskriptivna statistika odabranih varijabli

4.1.1. Analiza dnevne prosječne količine slobodnog vremena, posjedovanja računala i mobitela s obzirom na broj ispitanika

Na pitanje koliko prosječno dnevno imaju slobodnog vremena većina je odgovorila da ima četiri ili više sati slobodnog vremena, dok su dva učenika navela da uopće nemaju slobodnog vremena.

Više od polovice ispitanika je u istraživanju navelo da posjeduje vlastito računalo, dok je 91,5 % navelo da posjeduje vlastiti mobitel. Prema statusu zaposlenosti roditelja, najviše ispitanika je navelo da su zaposlena oba roditelja, odnosno njih 184. Najmanji broj ispitanika naveo je da su oba roditelja nezaposlena.

U nastavku su tablice s detaljnijim prikazom navedenih podataka o uzorku istraživanja, odnosno podaci o prosječnoj dnevnoj količini slobodnog vremena, podaci o tome posjeduju li vlastito računalo i mobitel te statusu zaposlenosti roditelja s obzirom na broj ispitanika.

Tablica 2 Broj ispitanika s obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena

Prosječna dnevna količina slobodnog vremena	N	%
uopće nemam slobodnog vremena	2	0,7
manje od 2 sata	20	7,1
2-3 sata	98	34,9
4 ili više sati	161	57,3
Ukupno	281	100

Tablica 3 Broj ispitanika s obzirom na posjedovanje vlastitog računala

Vlastito računalo	N	%
Da	193	68,7
Ne	88	31,3
Ukupno	281	100

Tablica 4 Broj ispitanika s obzirom na posjedovanje vlastitog mobitela

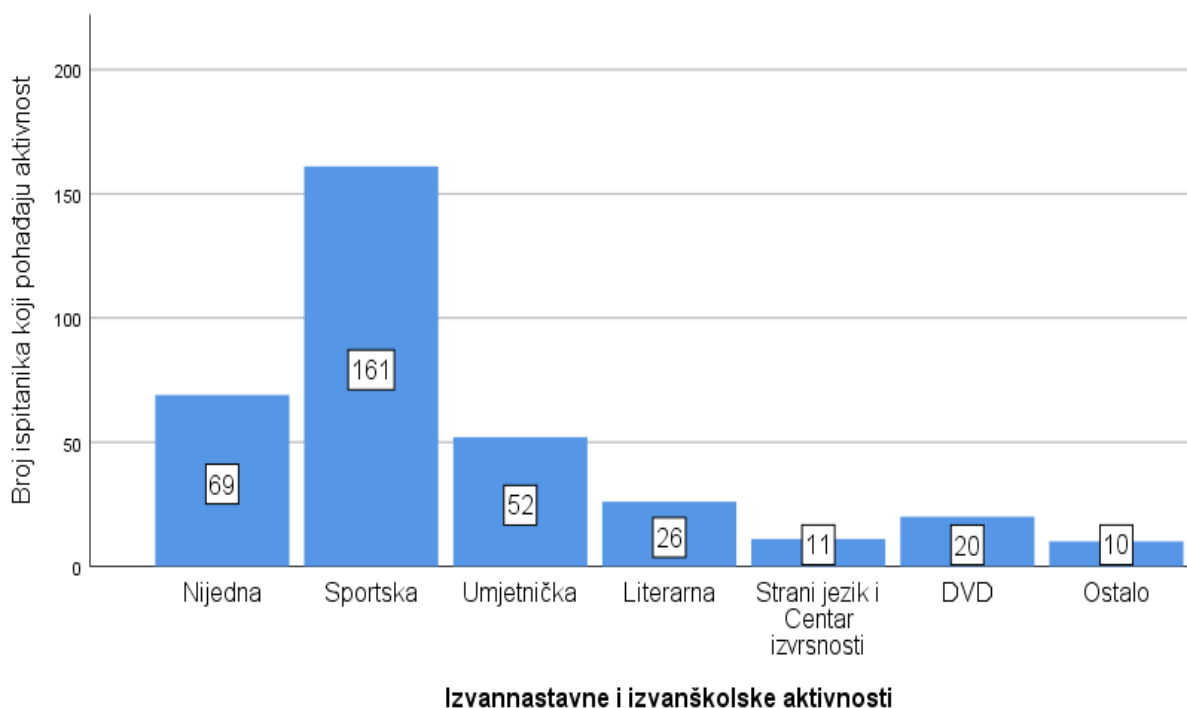
Vlastiti mobitel	N	%
Da	257	91,5
Ne	24	8,5
Ukupno	281	100

Tablica 5 Broj ispitanika s obzirom na status zaposlenosti roditelja

Status zaposlenosti roditelja	N	%
oboje zaposleni	184	65,5
majka zaposlena	17	6,0
otac zaposleni	69	24,6
nijedan zaposleni	11	3,9
Ukupno	281	100

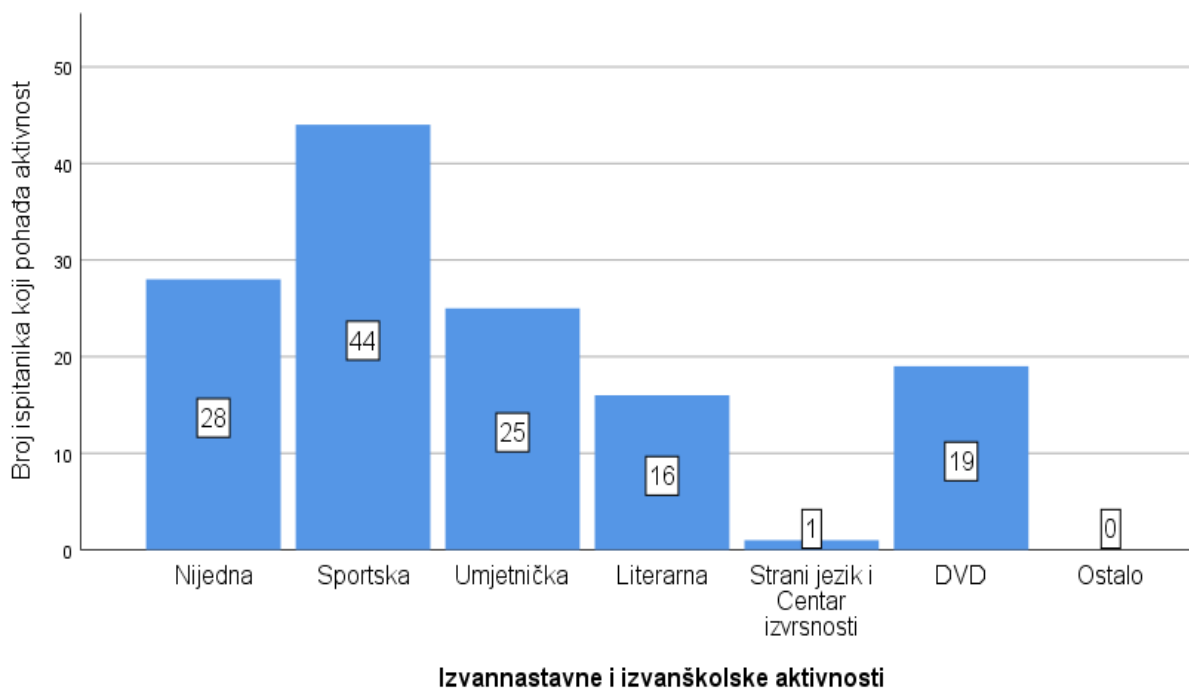
4.1.2. Analiza pohađanja izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti

Ispitanici su na pitanje *Koje izvannastavne i izvanškolske aktivnosti pohađaš* u prvom dijelu anketnog upitnika odgovarali nabranjanjem aktivnosti. S obzirom na izvanškolske i izvannastavne aktivnosti, najveći broj ispitanika pohađa aktivnosti sportskog karaktera poput nogometnih, košarkaških, rukometnih klubova, dok 19,8 % ispitanika ne pohađa nijednu izvannastavnu ili izvanškolsku aktivnost u slobodnom vremenu. Umjetničke aktivnosti poput dramske grupe, glazbene škole i škole crtanja pohađa gotovo 15 % ispitanika, dok literarne aktivnosti poput recitatorske ili kluba čitatelja u slobodnom vremenu navodi 7,4 % učenika. Sličan postotak učenika uključen je u izvanškolsku aktivnost dobrovoljnog vatrogasnog društva.



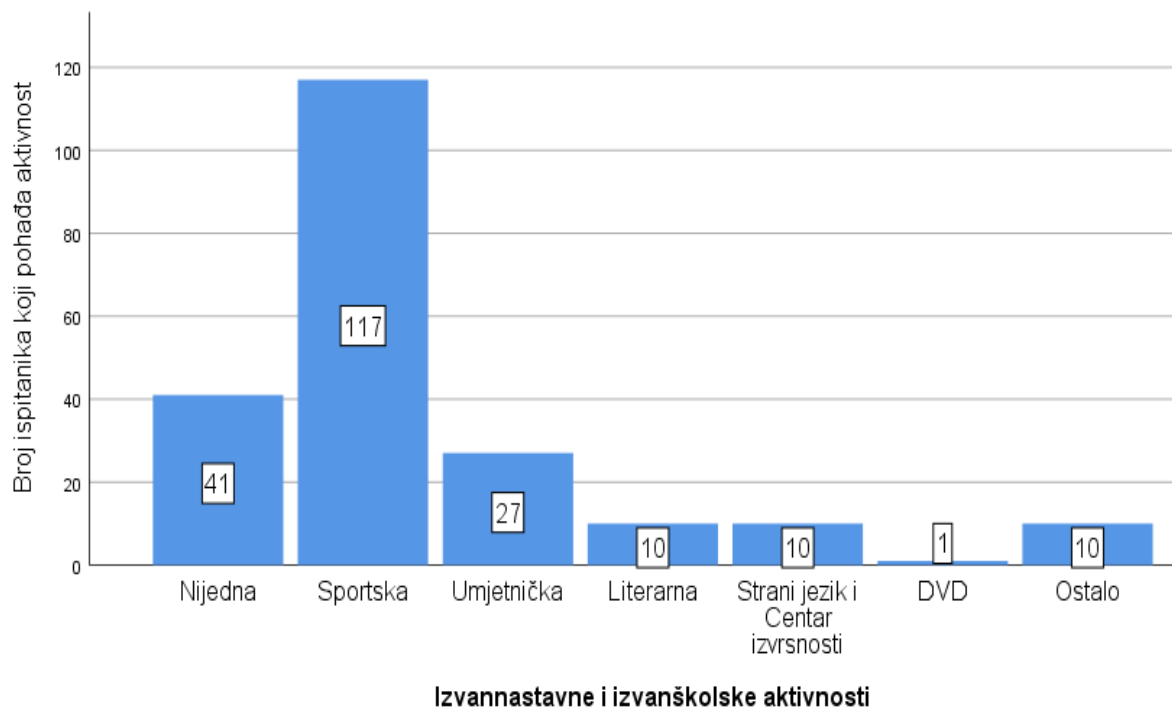
Slika 2. Distribucija ispitanika koji pohađaju pojedine izvannastavne i izvanškolske aktivnosti

Najviše učenika iz ruralnih sredina pohađa sportske izvannastavne i izvanškolske aktivnosti. 10 % ispitanika ne pohađa nijednu aktivnost, dok najmanji broj ispitanika pohađa škole stranih jezika, centre izvrsnosti i ostale izvannastavne i izvanškolske aktivnosti poput izviđača, radio-amatera, robotike i eko grupe.



Slika 3. Distribucija ispitanika iz ruralnih sredina koji pohađaju pojedine izvannastavne i izvanškolske aktivnosti

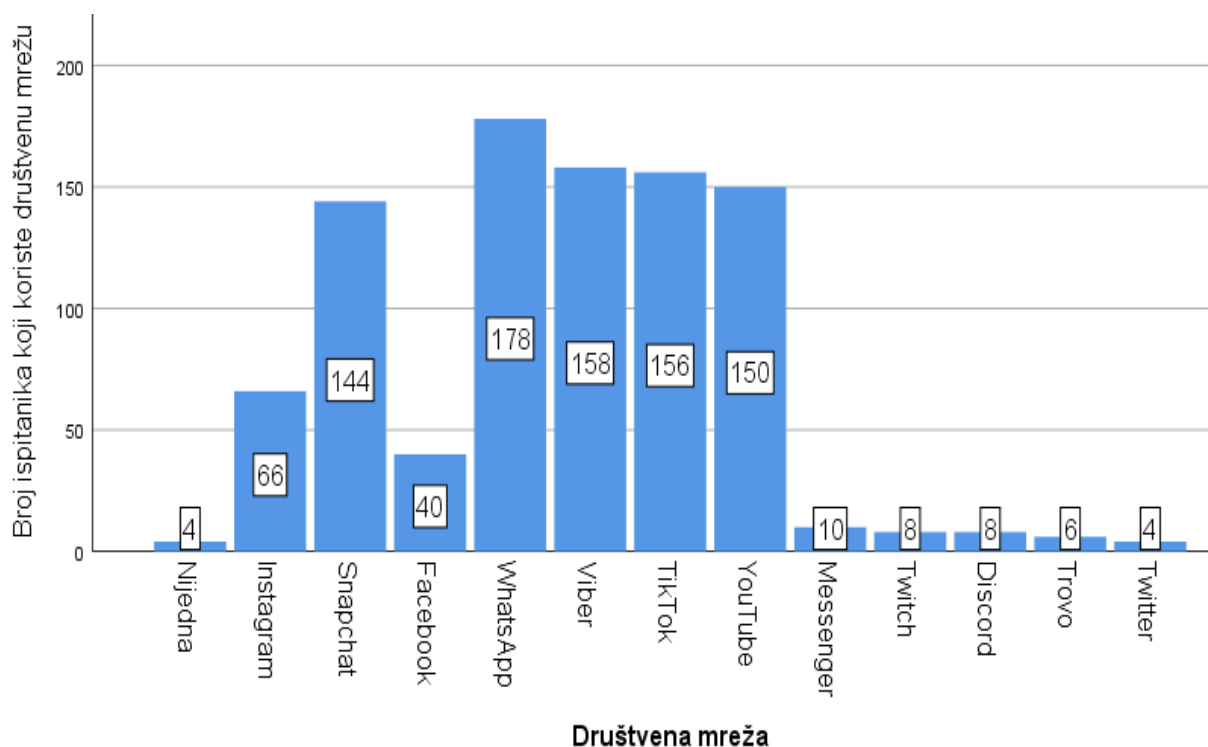
14,6 % ispitanika iz urbanih sredina ne pohađa nijednu izvannastavnu i izvanškolsku aktivnost, dok najviše ispitanika pohađa aktivnost sportskog karaktera. Najmanje ispitanika odnosno jedan ispitanik svoje slobodno vrijeme provodi u dobrovoljnom vatrogasnom društvu.



Slika 4. Distribucija ispitanika iz urbanih sredina koji pohađaju pojedine izvannastavne i izvanškolske aktivnosti

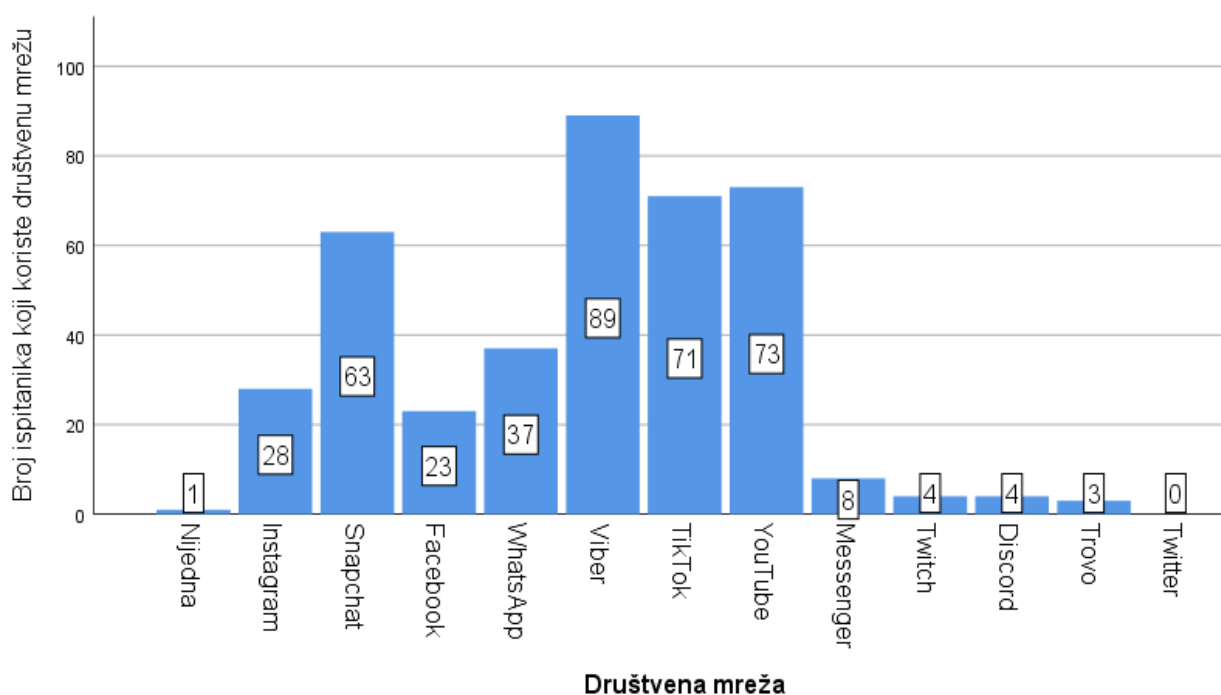
4.1.3. Analiza uporabe društvenih mreža

Od ukupno 281 ispitanika najviše njih navelo je da koristi WhatsApp, što predstavlja 63,3 % ispitanika. Samo 1,4 % ispitanika je navelo da ne koristi nijednu društvenu mrežu. Isti postotak ispitanika naveo je da koristi Twitter. Nakon WhatsAppa najviše ispitanika koristi Viber (56,2 %) te TikTok (55,5 %). Sličan postotak ispitanika, odnosno 53,3 % navodi da koristi društvenu mrežu YouTube. Nadalje, 51,2 % ispitanika navodi da koristi Snapchat. U prosjeku svaki ispitanik koristi 3,3 društvene mreže.



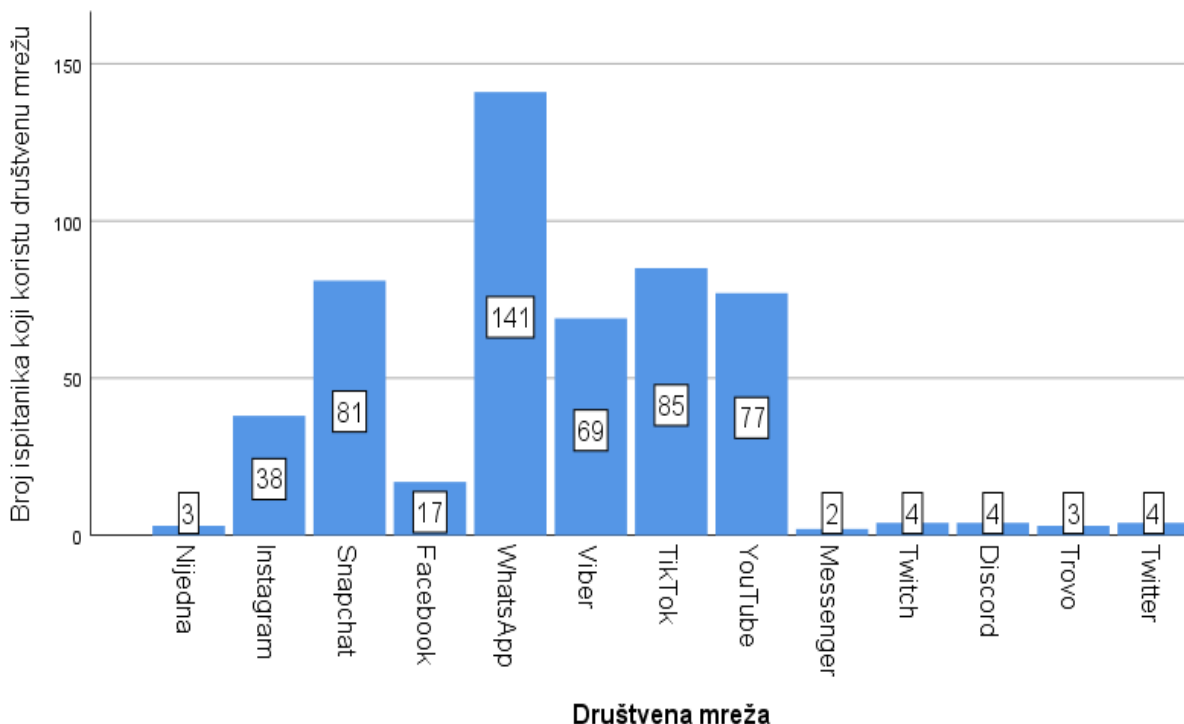
Slika 5. Distribucija ispitanika koji koriste pojedinu društvenu mrežu

Od ukupno 113 ispitanika iz ruralnih sredina, najviše njih koristi Viber (78,7 %), dok je samo jedan ispitanik naveo da uopće ne koristi društvene mreže. Također, nitko od ispitanika ruralnih sredina nije naveo da koristi Twitter. Nakon Vibera najkorištenije društvene mreže su YouTube (64,6 %) i TikTok (62,8 %).



Slika 6. Distribucija ispitanika iz ruralnih sredina koji koriste pojedinu društvenu mrežu

Od 168 ispitanika urbanih sredina, najviše njih navelo je da koristi WhatsApp (83,9 %). Najmanje ispitanika koristi Messenger (1,1 %). Osim WhatsAppa, najviše ispitanika koristi TikTok (50,5 %), Snapchat (48,2 %) i YouTube (45,8 %).



Slika 7. Distribucija ispitanika iz urbanih sredina koji koriste pojedinu društvenu mrežu

4.1.4. Analiza stavova o idealnim budućim zanimanjima

Ispitanici su kao odgovor na pitanje *Što želiš postati kad odrasteš* u prvom dijelu anketnog upitnika mogli navesti bilo koje zanimanje. Zanimanja su prije analize grupirana u kategorije. Najviše je ispitanika navelo da se želi u odrasloj dobi baviti zanimanjem koje spada u kategoriju visokoobrazovanih zanimanja poput odvjetnik, doktor, učitelj, veterinar ili arhitekt. Deset ispitanika ne zna što želi biti kad odraste, a još se deset ispitanika želi baviti informatičkim zanimanjem, odnosno želi postati informatičar, programer ili videomontažer. 15,7 % ispitanika želi postati youtuber, influencer ili tiktoker pri čemu zanimanje youtubera prevladava. Petero ispitanika želi se baviti zanimanjem koje je svrstano u kategoriju ostalih zanimanja, odnosno po jedan ispitanik smatra idealnim budućim zanimanjem stjuardesu, konduktera, nogometnog suca, motorista i vozača hitne pomoći.

Tablica 3 Broj ispitanika s obzirom na idealno buduće zanimanje

Što želiš postati kad odrasteš	N	%
Ne znam	10	3,6
Sportaš	40	14,2
Strukovno zanimanje	57	20,3
Državna služba	22	7,8
Umjetničko zanimanje	23	8,2
Visokoobrazovano zanimanje	70	24,9
Zanimanje vezano uz medije	44	15,7
Informatičko zanimanje	10	3,6
Ostala zanimanja	5	1,8
Ukupno	281	100

4.1.5. Analiza odabranih aktivnosti u slobodnom vremenu

U prvoj kategoriji drugog dijela upitnika ispitanici su zaokruživanjem broja od 1 (nikad) do 5 (svaki dan) procjenjivali koliko često nešto rade u svoje slobodno vrijeme. Na tvrdnju *Igram kompjuterske igrice ili igrice na Playstationu/Xboxu i slično* 95 od 281 ispitanika odgovorilo je da ih igra svaki dan. Sličan broj ispitanika igra igrice jednom do dva puta tjedno, dok 19,2 % uopće ne igra igrice na igraćim konzolama. Prema tome je medijan tvrdnje 4, dok je medijan tvrdnje *Gledam televiziju* 5. Za razliku od deset ispitanika koji nikad ne gledaju televiziju, 70,1 % ispitanika gleda televiziju svaki dan, što predstavlja većinu. O želji za gledanjem video sadržaja svjedoči i tvrdnja *Gledam videozapise na YouTubeu* prema kojoj 60,1 % ispitanika svaki dan gleda YouTube videa. Samo sedam ispitanika nikada ne gleda videozapise na YouTubeu. Nadalje nešto više od polovice ispitanika svaki dan gleda objave na društvenim mrežama poput TikToka, Instagrama ili Snapchata, a više od petine ih uopće ne gleda. Stoga je medijan gledanja drugih objava pet. Što se tiče provođenja slobodnog vremena na igralištu, 5,7 % ispitanika je na tvrdnju *Idem na igrališta* odgovorilo da nikad ne odlazi na igrališta u slobodno vrijeme. Od 281 ispitanika njih 102 navodi da svaki dan odlazi na igrališta u slobodno vrijeme, što rezultira medijanom četiri (vidi Tablicu 4).

Tablica 4 Koliko često radiš nešto u svoje slobodno vrijeme

	Igram kompjuterske igrice ili igrice na Playstationu/Xboxu i sl.		Gledam televiziju		Gledam videozapise na YouTubeu		Gledam objave na društvenim mrežama		Idem na igralište	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
nikad	54	19,2	10	3,6	7	2,5	59	21	16	5,7
1-2 godišnje	17	6,0	9	3,2	10	3,6	8	2,8	13	4,6
1-2 mjesечно	25	8,9	22	7,8	22	7,8	15	5,3	49	17,4
1-2 tjedno	90	32,0	43	15,3	73	26	53	18,9	101	35,9
svaki dan	95	33,8	197	70,1	169	60,1	146	52	102	36,3
Ukupno	281	100	281	100	281	100	281	100	281	100

Sljedeća kategorija u anketnom upitniku ispitala je stupanj slaganja s tvrdnjama od jedan do pet o medijima i društvenim mrežama. Kada je riječ o upućenosti roditelja u sadržaje koje njihova djeca gledaju, 28,1 % ispitanika složilo se u potpunosti s tvrdnjom *Moji roditelji redovito provjeravaju što radim na internetu*. Međutim, 16 % ispitanika se uopće ne slaže s tom tvrdnjom. S tvrdnjom *S prijateljima često razgovaram o društvenim mrežama* se 44 ispitanika niti slaže niti ne slaže, dok 38,1 % njih smatra da se u potpunosti slaže s tom tvrdnjom. Više od polovice ispitanika smatra lajkove i *subscribe* potpuno nevažnima, dok se samo 8,9 % složilo u potpunosti s tvrdnjom *Važni su mi lajkovi i subscriberi*. Za razliku od toga, polovica ispitanika prati poznate youtubere i *influencere*. S tvrdnjom *Pratim poznate youtubere i influencere* složilo se u potpunosti 141 ispitanik, dok se 44 ispitanika uopće ne slaže s tom tvrdnjom (vidi tablicu 5).

Tablica 5 Koliko se slažeš s tvrdnjom o medijima i društvenim mrežama

	Moji roditelji redovito provjeravaju što radim na internetu		S prijateljima često razgovaram o društvenim mrežama		Važni su mi lajkovi i <i>subscribe</i>		Pratim poznate youtubere i <i>influencere</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%
U potpunosti se ne slažem	45	16	31	11	172	61,2	44	15,7
Uglavnom se ne slažem	21	7,5	22	7,8	28	10	17	6
Niti se slažem niti se ne slažem	56	19,9	44	15,7	32	11,4	24	8,5
Uglavnom se slažem	80	28,5	77	27,4	24	8,5	55	19,6
U potpunosti se slažem	79	28,1	107	38,1	25	8,9	141	50,2
Ukupno	281	100	281	100	281	100	281	100

Kada je riječ o zadovoljstvu ispitanika s obzirom na provođenje vlastitog slobodnog vremena, na tvrdnju *Zadovoljan/na sam vlastitim provođenjem slobodnog vremena* najveći je udio ispitanika odgovorio da je u potpunosti zadovoljno. Samo troje njih se u potpunosti ne slaže s tom tvrdnjom te nije uopće zadovoljno provođenjem slobodnog vremena. Medijan te tvrdnje iznosi 4 (vidi Tablicu 6).

Tablica 6 Zadovoljan/na sam vlastitim provođenjem slobodnog vremena

	N	%
U potpunosti se ne slažem	3	1,1
Uglavnom se ne slažem	9	3,2
Niti se slažem niti se ne slažem	24	8,5
Uglavnom se slažem	65	23,1
U potpunosti se slažem	180	64,1
Ukupno	281	100

4.2. Rezultati t-testa i jednosmjerne analize varijance (ANOVA) za nezavisne uzorke

4.2.1. Rezultati t-testa s obzirom na spol ispitanika

Rezultati analize t-testa nezavisnih uzoraka pokazuju da postoji statistički značajna razlika s obzirom na spol ispitanika i interes za društvene mreže ($t(279) = 2,39, p < 0,05$), odnosno dječake (AS = 16,14) više zanimaju društvene mreže od djevojčica (AS = 14,77). Kod ostalih varijabli ne postoji statistički značajna razlika (vidi Tablicu 7).

Tablica 7 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na spol ispitanika

Varijabla	Spol	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Muški	140	0,45	0,06	0,95
	Ženski	141	0,44	0,06	
Interes za društvene mreže	Muški	140	16,14	5,02	2,39*
	Ženski	141	14,77	4,49	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Muški	140	27,75	5,62	1,43
	Ženski	141	26,84	5,0	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.2. Rezultati t-testa s obzirom na dob ispitanika

Prije provedbe analize t-testa s obzirom na dob ispitanika varijabla dobi je rekodirana. Ispitanici su razvrstani u dvije skupine. Prva skupina uključuje ispitanike u dobi od devet i deset godina (N = 203), dok druga uključuje ispitanika u dobi od jedanaest godina (N = 78). S obzirom na dob ispitanika, nije utvrđena statistički značajna razlika u

varijablama izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu.

Tablica 8 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na dob ispitanika

Varijabla	Dob	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	9 i 10	203	0,45	0,06	1,02
	11	78	0,44	0,06	
Interes za društvene mreže	9 i 10	203	15,57	4,69	0,64
	11	78	15,15	5,1	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	9 i 10	203	27,6	5,32	0,15
	11	78	26,51	5,29	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.3. Rezultati t-testa s obzirom na mjesto stanovanja

Analizom t-testa s obzirom na mjesto stanovanja utvrđena je statistički značajna razlika u varijablama izloženost medijima ($t(279) = 2,49, p < 0,05$) i interesa za društvene mreže ($t(279) = 2,24, p < 0,05$) u slobodnom vremenu ispitanika. Ispitanici koji žive u ruralnim sredinama pokazuju veći interes za društvene mreže (AS = 16,23) naspram ispitanicima iz urbanih sredina. Istovremeno su ispitanici koji žive u ruralnim sredinama izloženiji medijima u slobodnom vremenu (AS = 0,45). Kod varijable uporaba medija u slobodnom vremenu nije utvrđena statistički značajna razlika (vidi Tablicu 9).

Tablica 9 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika

Varijabla	Mjesto stanovanja	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Ruralno	113	0,45	0,06	2,49*
	Urbano	168	0,44	0,06	
Interes za društvene mreže	Ruralno	113	16,23	4,98	2,24*
	Urbano	168	14,93	4,62	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Ruralno	113	27,27	5,47	-0,05
	Urbano	168	27,31	5,24	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.4. Rezultati t-testa s obzirom na školski uspjeh

Prije provedbe analize t-testa s obzirom na školski uspjeh ispitanika varijabla školskog uspjeha je rekodirana. Učenici su razvrstani u dvije skupine. Prvu skupinu nižeg uspjeha čine učenici koji su završili prethodni razred s dovoljnim, dobrim ili vrlo dobrim općim uspjehom ($N = 72$), dok drugu skupinu odlikaša čine učenici koji su završili prethodni razred s odličnim uspjehom ($N = 209$). S obzirom na školski uspjeh ispitanika, nije utvrđena statistički značajna razlika u varijablama izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu (vidi Tablicu 10).

Tablica 10 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na školski uspjeh ispitanika

Varijabla	Školski uspjeh	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Niži uspjeh	72	0,45	0,06	0,78
	Odlikaši	209	0,44	0,06	
Interes za društvene mreže	Niži uspjeh	72	15,74	4,92	0,58
	Odlikaši	209	15,35	4,77	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Niži uspjeh	72	26,18	5,95	-1,91
	Odlikaši	209	27,68	5,05	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.5. Rezultati jednosmjerne analize varijance (ANOVA) s obzirom na broj braće i sestara

Prije provedbe jednosmjerne analize varijance s obzirom na broj braće i sestara, varijabla braće i sestara je rekodirana. Ispitanici su razvrstani u tri skupine. Prvu skupinu čine ispitanici koji nemaju braće i sestara ($N = 27$), drugu čine ispitanici s jednim bratom ili jednom sestrom ($N = 111$), dok treća skupina podrazumijeva ispitanike koji imaju dvoje ili više braće i sestara ($N = 143$). S obzirom na broj braće i sestara, utvrđeno je da se ispitanici statistički značajno razlikuju u varijabli izloženost medijima u slobodnom vremenu ($F(2, 278) = 3,24, p < 0,05$). Također je testirana jednakost varijanci analiziranih skupina te je p-vrijednost Leveneova testa veća od 0,05, što znači da homogenost varijanci nije narušena. Na temelju tih rezultata i post-hoc testova nije moguće zaključiti koja se skupina međusobno razlikuje od koje skupine. Kod ostalih varijabli nije utvrđena statistički značajna razlika s obzirom na broj braće i sestara (vidi Tablicu 11).

Tablica 11 Jednosmjerna analiza varijance (ANOVA) za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na broj braće i sestara ispitanika

Varijabla	Broj braće	N	AS	SD	F
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	nemam	27	0,43	0,07	3,24*
	1 brat/sestra	111	0,44	0,06	
	2 i više	143	0,45	0,06	
Interes za društvene mreže	nemam	27	14,15	5,42	1,45
	1 brat/sestra	111	15,31	4,90	
	2 i više	143	15,81	4,58	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	nemam	27	25,81	5,44	1,94
	1 brat/sestra	111	26,98	5,34	
	2 i više	143	27,82	5,26	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.6. Rezultati t-testa s obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena

Prije provedbe t-testa s obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena, varijabla prosječnog dnevnog slobodnog vremena je rekodirana. Ispitanici su razvrstani u dvije skupine. Prva skupina obuhvaća ispitanike koji imaju prosječno dnevno do tri sata slobodnog vremena, a drugu čine ispitanici koji dnevno raspolažu s više od četiri sata slobodnog vremena. S obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena, utvrđena je statistički značajna razlika u varijabli izloženost medijima, odnosno medijima su izloženiji ispitanici s više od dnevno 4 sata slobodnog vremena vremenu ($t(279) = -2,18$, $p < 0,05$) (vidi Tablicu 12).

Tablica 12 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena ispitanika

Varijabla	Slobodno vrijeme	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	do 3 sata	120	0,43	0,61	-2,18*
	više od 4 sata	161	0,44	0,56	
Interes za društvene mreže	do 3 sata	120	15,11	4,54	-1,97
	više od 4 sata	161	15,70	4,99	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	do 3 sata	120	26,57	5,29	-1,01
	više od 4 sata	161	27,83	5,31	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.7. Rezultati t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog računala

Rezultati analize t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog računala ukazuju na statistički značajnu razliku u varijablama interes za društvene mreže ($t(279) = 1,99$, $p <$

0,05) i uporaba medija u slobodnom vremenu ($t(279) = 2,26, p < 0,05$). Iz rezultata je vidljivo da je interes za društvene mreže veći kod ispitanika koji posjeduju vlastito računalo (AS = 15,83) te da češće koriste medije u slobodnom vremenu (AS = 27,78) ako ga posjeduju. Kod varijable izloženost medijima u slobodnom vremenu, nije utvrđena statistički značajna razlika s obzirom na posjedovanje vlastitog računala (vidi Tablicu 13).

Tablica 13 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na posjedovanje vlastitog računala

Varijabla	Računalo	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Da	193	0,44	0,06	0,67
	Ne	88	0,44	0,06	
Interes za društvene mreže	Da	193	15,83	4,87	1,99*
	Ne	88	14,61	4,57	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Da	193	27,78	5,26	2,26*
	Ne	88	26,24	5,35	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.8. Rezultati t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog mobitela

Rezultati analize t-testa s obzirom na posjedovanje vlastitog mobitela ukazuju na statistički značajnu razliku u varijablama izloženost medijima ($t(279) = 2,81, p < 0,01$) i uporaba medija ($t(279) = 4,61, p < 0,001$) u slobodnom vremenu ispitanika. Prema rezultatima t-testa za nezavisne uzorke ispitanici su izloženiji medijima u slobodnom vremenu ako posjeduju mobitel (AS = 0,45) te medije češće koriste u tom slučaju (AS = 27,73). Kod varijable interes za društvene mreže nije utvrđena statistički značajna razlika (vidi Tablicu 14).

Tablica 14 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na posjedovanje vlastitog računala

Varijabla	Mobitel	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Da	257	0,45	0,06	2,81**
	Ne	24	0,41	0,06	
Interes za društvene mreže	Da	257	15,61	4,7	1,87
	Ne	24	13,71	5,63	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Da	257	27,73	5,12	4,61***
	Ne	24	22,67	5,42	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.9. Rezultati t-testa s obzirom na status zaposlenosti roditelja

Prije provedbe analize t-testa s obzirom na status zaposlenosti roditelja, varijabla status zaposlenosti roditelja je rekodirana. Ispitanici su razvrstani u dvije skupine. Prvu skupinu čine ispitanici čija su oba roditelja zaposlena (N = 184), dok drugu skupinu čine ispitanici čija su oba roditelja nezaposlena ili je zaposlen samo jedan roditelj (N = 97). S obzirom na status zaposlenosti roditelja nije utvrđena statistički značajna razlika u varijablama izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu (vidi Tablicu 15).

Tablica 15 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na status zaposlenosti roditelja

Varijabla	Roditelji	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Zaposleni	184	0,44	0,06	-1,36
	Nezaposleni/1 zaposlen	97	0,45	0,05	
Interes za društvene mreže	Zaposleni	184	15,18	4,71	-1,29
	Nezaposleni/1 zaposlen	97	15,96	4,96	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Zaposleni	184	27,23	5,29	-0,29
	Nezaposleni/1 zaposlen	97	27,42	5,43	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.2.10. Rezultati t-testa s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti

Rezultati t-testa s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti ukazuju na statistički značajne razlike u svim ispitanim kategorijama izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti. Iz rezultata je vidljivo da postoji statistički značajna razlika u varijabli izloženost medijima u slobodnom vremenu s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti ($t(279) = 3,69$, $p < 0,001$), odnosno da su ispitanici koji u slobodno vrijeme ne pohađaju nijednu aktivnost izloženiji medijima (AS = 0,46). Kod ostalih varijabli nije utvrđena statistički značajna razlika (vidi Tablicu 16).

Tablica 16 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na nepohađanje nijedne aktivnosti u slobodnom vremenu ispitanika

Varijabla	Nijedna	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Da	69	0,46	0,06	3,69***
	Ne	212	0,43	0,06	
Interes za društvene mreže	Da	69	15,96	4,74	1,00
	Ne	212	15,29	4,82	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Da	69	27,97	4,84	1,21
	Ne	212	27,08	5,47	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Nadalje postoji statistički značajna razlika s obzirom na pohađanje sportskih aktivnosti u slobodnom vremenu ispitanika u varijabli izloženost medijima ($t(279) = -3,78, p < 0,001$). Iz Tablice 17 je vidljivo da su medijima u slobodnom vremenu izloženiji ispitanici koji se ne bave sportskim izvannastavnim i izvanškolskim aktivnostima (AS = 0,46).

Tablica 17 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na pohađanje sportske aktivnosti u slobodnom vremenu ispitanika

Varijabla	Sportska	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Da	161	0,43	0,06	-3,78***
	Ne	120	0,46	0,06	
Interes za društvene mreže	Da	161	15,11	4,66	-1,38
	Ne	120	15,9	4,97	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Da	161	27,34	5,21	0,15
	Ne	120	27,24	5,5	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Što se tiče aktivnosti koje su svrstane pod umjetničke utvrđena je statistički značajna razlika u varijablama izloženost medijima ($t(279) = -2,81, p < 0,01$) i uporaba medija u slobodnom vremenu ($t(279) = -2,22, p < 0,05$), odnosno ispitanici češće koriste medije (AS = 27,63) ako nisu uključeni u nekakvu vrstu umjetničke izvannastavne i izvanškolske aktivnosti te su izloženiji medijima u njihovom slobodnom vremenu u tom slučaju (AS = 0,45).

Tablica 18 T-test za izloženost medijima, interes za društvene mreže i uporaba medija u slobodnom vremenu s obzirom na pohađanje umjetničke aktivnosti u slobodnom vremenu ispitanika

Varijabla	Umjetnička	N	AS	SD	T
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	Da	52	0,42	0,06	-2,81**
	Ne	229	0,45	0,06	
Interes za društvene mreže	Da	52	14,58	4,8	-1,46
	Ne	229	15,65	4,79	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	Da	52	25,83	5,18	-2,22*
	Ne	229	27,63	5,31	

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

4.3. Rezultati korelacijskih analiza

U svrhu korelacijske analize korištena je varijabla druženje *online* koju predstavlja tvrdnja 12.6. iz anketnog upitnika. Za varijable izloženost medijima ($r(279) = 0,57, p <$

0,01) i interes za društvene mreže ($r(279) = 0,59, p < 0,01$) utvrđena je umjerena pozitivna povezanost ($r(279) = 0,57, p < 0,05$), dok je za varijablu uporaba medija utvrđena visoka pozitivna povezanost ($r(279) = 0,72, p < 0,01$) (vidi u Tablici 19).

Tablica 19 Korelacijska analiza uporabe medija, izloženosti medijima u slobodnom vremenu, interesa za društvene mreže i druženje *online* ispitanika

Varijabla	Druženje <i>online</i>	
Izloženost medijima u slobodnom vremenu	r	0,57**
	N	281
Interes za društvene mreže	r	0,59**
	N	281
Uporaba medija u slobodnom vremenu	r	0,72**
	N	281

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Nadalje, nakon provedbe korelacijske analize uporabe medija u slobodnom vremenu i zadovoljstva s provođenjem slobodnog vremena utvrđena je niska pozitivna korelacija ($r(279) = 0,15, p < 0,05$).

Tablica 20 Korelacijska analiza uporabe medija u slobodnom vremenu, broj korištenih društvenih mreža i zadovoljstva s provođenjem slobodnog vremena

Varijabla	Zadovoljstvo s provođenjem slobodnog vremena	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	r	0,15*
	N	281
Broj korištenih društvenih mreža	r	0,13*
	N	281

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Prema podacima iz Tablice 20 također je utvrđena niska pozitivna korelacija, odnosno statistički značajna povezanost između broja korištenih društvenih mreža i zadovoljstva ($r(279) = 0,13, p < 0,05$). Osim toga, iz podataka u Tablici 21 vidljiva je izrazito visoka pozitivna korelacija između uporabe medija u slobodnom vremenu i tjelesne neaktivnosti ($r(279) = 0,91, p < 0,01$).

Tablica 21 Korelacijska analiza uporabe medija u slobodnom vremenu i tjelesne neaktivnosti

Varijabla	Tjelesna neaktivnost	
Uporaba medija u slobodnom vremenu	r	0,91**
	N	281

Bilješka * $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

V. RASPRAVA

Provedeno istraživanje nastojalo je utvrditi utjecaj izloženosti medijima i uporabe medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa. Istraživanje se bavi promatranjem razlika u izloženosti medijima i interesu za društvene mreže s obzirom na sociodemografske podatke, izvannastavne i izvanškolske aktivnosti i druženje *online*, kao i povezanošću uporabe medija i broja korištenih društvenih mreža sa zadovoljstvom provođenja slobodnog vremena, ali i tjelesne neaktivnosti s uporabom medija.

H1: Očekuju se statistički značajne razlike u izloženosti medijima u slobodnom vremenu s obzirom na sociodemografske varijable te izvannastavne i izvanškolske aktivnosti.

Na temelju rezultata istraživanja utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika s obzirom na broj braće ($F(2, 278) = 3,24, p < 0,05$), mjesto stanovanja ($t(279) = 2,49, p < 0,05$) te posjedovanje vlastitog mobitela ($t(279) = 2,81, p < 0,01$) i izloženosti medijima u slobodnom vremenu. Pripadnici Generacije Alfa koji žive u ruralnim sredinama izloženiji su medijima, nego ispitanici koji žive u urbanim sredinama. Uzrok tome vjerojatno leži u manjem broju organiziranih aktivnosti u ruralnim područjima, pa djeca slobodno vrijeme provode s medijima koje koriste često simultano (Ilišin, 2003). Razlike u strukturi slobodnog vremena između učenika koji žive u urbanim i ruralnim područjima, već su utvrdili Badrić i sur. (2011) u svojem istraživanju. Djeca koja žive u urbanim sredinama raspoložu većim brojem organiziranih kinezioloških aktivnosti, dok sličnim istraživanjem Jenko Miholić i sur. (2005) potvrđuju da djeca iz ruralnih sredina više vremena provode u aktivnostima bez nadzora sportskih organizacija. Ilišin (2007) također zaključuje da mladi urbanog porijekla imaju bogatije slobodno vrijeme, dok su im interesi često povezani s javnom sferom svakodnevnog života.

Kod spola, dobi, školskog uspjeha, statusa zaposlenosti roditelja i posjedovanja vlastitog računala nije uočena statistički značajna razlika. Rezultati ovog istraživanja odudaraju od rezultata američkog istraživanja koje je ispitalo povezanost demografskih i socijalnih karakteristika s medijima. Roberts i sur. (1999, prema Ilišin, 2003) zaključili su da razina zastupljenosti medija kod djece ovisi o socioekonomskom statusu obitelji te da je niži školski uspjeh povezan s češćim korištenjem medija. S obzirom na to da

ispitanici ovog istraživanja pripadaju istoj generaciji odnosno Generaciji Alfa, dob prema rezultatima istraživanja ne igra presudnu ulogu u izloženosti medijima jer se radi o ispitanicima koji predstavljaju skupinu ljudi koja odrasta tijekom istih socio-povijesnih uvjeta i tehničkih izuma (Savage i sur., 2006, prema Rattinger, 2020). Nadalje, novija istraživanja koja tematiziraju izloženost medijima i njihovu uporabu u slobodnom vremenu pokazuju da se ono ne razlikuje značajno s obzirom na spol, već spol utječe na sadržajne preferencije ispitanika u području medija (Križić, 2016). Međutim, rezultati ovog istraživanja pokazuju da izloženost medijima u slobodnom vremenu ovisi o broju braće. Taj podatak je u raskoraku s rezultatima koji govore o načinu provođenja slobodnog vremena s obzirom na to je li učenik jedino dijete u obitelji te pokazuju da navedeni faktor ne čini značajnu razliku (Martinčević, 2010).

Prema rezultatima je prosječna dnevna količina slobodnog vremena značajna za izloženost medijima u slobodnom vremenu ($t(279) = -2,18, p < 0,05$), no Lenz napominje (1991, prema Valjan Vukić, 2013, str. 68) da je „manje bitna količina vremena kojom raspoložemo, u odnosu na činjenicu kako je to vrijeme iskorišteno i kakve su posljedice samog angažmana“ jer ono služi oblikovanju prema vlastitim interesima (Vukasović, 2001, prema Valjan Vukić, 2013). Što se tiče posjedovanja računala i mobitela, već Ilišin i Radin (2007) upozoravaju na porast posjedovanja računala i mobitela, a zajedno s njima raste njihovo korištenje i zastupljenost u slobodnom vremenu. Potočnik (2006) također naglašava da socijalna obilježja ne utječu na to posjeduje i koristi li pojedinac mobitel. Stoga ne čudi što rezultati pokazuju da više ispitanika posjeduje vlastiti mobitel ($N = 257$) nego računalo ($N = 193$) niti da su pojedinci izloženiji medijima u slobodnom vremenu ako pojedinac posjeduje mobitel.

Rezultati istraživanja izloženosti medijima u slobodnom vremenu s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti pokazuju statistički značajnu razliku kod nepohađanja aktivnosti ($t(279) = 3,69, p < 0,001$) te pohađanja sportskih ($t(279) = -3,78, p < 0,001$) i umjetničkih aktivnosti ($t(279) = -2,81, p < 0,01$). Sukladno tome, ispitanici su izloženiji medijima kada oni ne pohađaju nijednu aktivnost, odnosno zastupljeniji su kada ispitanik ne pohađa navedene aktivnosti. Taj podatak potvrđuje Ilišin (2003) istraživanjem u kojem povezuje češće gledanje televizije s manjim sudjelovanjem u društvenim aktivnostima izvan kuće. Osim toga, Miliša i Milačić (2010) upozoravaju da

korištenje medija negativno utječe na kreativno izražavanje u aktivnostima slobodnog vremena.

H2: Očekuje se statistički značajna povezanost između izloženosti medijima u slobodnom vremenu Generacije Alfa i druženja *online*.

Budući da prema Rattinger (2017) sve više mladih druženje uživo zamjenjuje druženjem *online*, ovo je istraživanje ispitalo izloženost medijima s obzirom na druženje *online*. Rezultati istraživanja potvrđuju umjerenu pozitivnu povezanost izloženosti medijima u slobodnom vremenu i druženja *online* ($r(279) = 0,57, p < 0,01$). Prema Ilišin (2003), najčešće aktivnosti mladih u slobodnom vremenu su druženje s vršnjacima uživo pa korištenje medija. Uvid u podatak za što mladi koriste medije daje Rattinger (2017) pri čemu navodi da najviše njih (81%) koristi društvene mreže za komunikaciju s prijateljima i razmjenu informacija.

Društvene mreže poput Facebooka omogućuju mladima druženje *online*, što uključuje sastajanje i razmjenu informacija ako se uživo ne mogu sastati (Boyd, 2014, prema Rattinger 2020). Osim toga, omogućuju pronalazak društvenih veza i korisnika sličnih interesa prema vlastitim potrebama i afinitetima (Jones i Hafner, 2012; Car, 2010, prema Rattinger, 2020). Sve više korisnika medija se druži *online* jer je takva komunikacija uvijek dostupna i trajna te pojedinac uz pomoć nje može izbjeći socijalna i kulturna ograničenja gradeći istovremeno okruženje koje odgovara njegovoj socijalizaciji (Larsen, 2007; Subrahmanyam i Greenfield, 2008; Valkenburg i Peter, 2008, prema Rattinger, 2020). Stoga popularnost druženja *online* raste, što povećava količinu vremenu koju mladi provode s medijima (Rattinger, 2020). Taj podatak potvrđuje ovo istraživanje.

Nadalje učenici prepoznaju utjecaj medija, odnosno društvenih mreža na način provođenja slobodnog vremena te ističu negativne strane poput ovisnosti o njima. Rattinger (2020) u svom istraživanju prema odgovorima ispitanika zaključuje kako ispitanici zbog druženja *online* često zanemaruju izlaske s prijateljima ili druge aktivnosti. Usprkos tome što društvene mreže oduzimaju ili smanjuju slobodno vrijeme za druge aktivnosti, mnogi ispitanici misle da ne utječu ili da pozitivno utječu na kvalitetu života jer omogućuju nove socijalne interakcije.

H3: Očekuje se statistički značajna povezanost između zadovoljstva pripadnika Generacije Alfa sa provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija u slobodnom vremenu te broja korištenih društvenih mreža

Iz rezultata istraživanja vidljiva je niska pozitivna korelacija između zadovoljstva pripadnika Generacije Alfa s provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija u slobodnom vremenu ($r(279) = 0,15, p < 0,05$). Prema tome, zadovoljstvo s provođenjem slobodnog vremena pripadnika Generacije Alfa raste kada oni češće koriste medije u slobodnom vremenu i obratno. Kada govorimo o zadovoljstvu, odnosno kvaliteti života, govorimo o nekoliko područja života među kojima je uz zdravlje, prijateljstva, obiteljsku te financijsku situaciju i slobodno vrijeme (Rattinger, 2020). Osim toga, zadovoljstvo životom ovisi o uspješnosti pojedinca u zadovoljavanju vlastitih potreba (Pastuović, Krizmanić i Kolesarić, 1991; Krizmanić i Kolesarić, 1989, prema Rattinger, 2020).

Suprotno rezultatima ovog istraživanja, Ilišin (2003) dolazi do zaključka da su djeca koja više vremena provode s medijima manje zadovoljna životom. Međutim, usmjerenost na medije i nezadovoljstvo ispitanika pripisuje njihovoj obiteljskoj situaciji. Neka istraživanja koja tematiziraju zadovoljstvo s obzirom na provođenje slobodnog vremena, zaključuju da zadovoljstvo ovisi o ponudi slobodnovremenskih aktivnosti, količini dostupnog slobodnog vremena i materijalnim uvjetima (Miliša i Milačić, 2010; Vrkić Dimić, 2005). Takva istraživanja uporište pronalaze u činjenici da većim brojem aktivnosti u slobodnom vremenu raste mogućnost zadovoljavanja osnovnih potreba, što naposljetku pozitivno utječe na zadovoljstvo životom (Leveresen i sur., 2012, prema Rattinger). S obzirom na to da ovaj rad ne pruža uvid u obiteljsku situaciju ispitanika, uloga medija u zadovoljstvu ispitanika slobodnim vremenom može se objasniti *teorijom zadovoljenja potreba*. Ispitanici medije u slobodno vrijeme koriste aktivno, selektivno i individualno s ciljem zadovoljavanja potreba, što utječe na uporabu medija i zadovoljstvo životom posebice u sferi slobodnog vremena.

Prema Sheldonu (2008) glavna zadaća društvenih mreža je očuvanje postojećih i stvaranje novih prijateljstava. Stoga se temelji društvenih mreža nalaze u ljudima, a ne u interesima (Bayd i Ellision, 2007, prema Rattinger, 2020). Uzevši to u obzir, u istraživanju se htjelo utvrditi postoji li povezanost između broja korištenih društvenih mreža koji koriste pripadnici Generacije Alfa i zadovoljstva provođenjem slobodnog

vremena. Naposljetku, utvrđena je niska pozitivna povezanost između broja korištenih društvenih mreža i zadovoljstva provođenjem slobodnog vremena ($r(279) = 0,13, p < 0,05$). Ispitanici najčešće koriste WhatsApp ($N = 178$), dok je prosjek korištenih društvenih mreža 3,3. U sličnom istraživanju, Rattinger (2020) zaključuje da mladi najčešće koriste društvenu mrežu Instagram, dok prosječno svaki ispitanik koristi dvije ili tri društvene mreže.

Iako primjerice Kušić (2010) u svom istraživanju potkrepljuje svijest mladih o dobrim i lošim stranama društvenih mreža poput Facebooka te upozorava na to da mladi zanemaruju dobne granice društvenih mreža, njihova popularnost, ali i broj korisnika raste. Mladi korisnici društvenih mreža smatraju da im one olakšavaju život i obogaćuju društveni život (Kušić, 2010). Također ih smatraju važnim sredstvom informiranja koje doprinosi naprednijem, maštovitijem i zanimljivijem životu (Rattinger, 2020). Stoga ne čudi potreba za umreženošću mladih generacija te povezanost između zadovoljstva i broja korištenih društvenih mreža.

H4: Očekuje se statistički značajna povezanost između tjelesne neaktivnosti i uporabe medija u slobodnom vremenu.

Rezultati istraživanja pokazuju umjerenu pozitivnu korelaciju između tjelesne neaktivnosti i uporabe medija u slobodnom vremenu ($r(279) = 0,41, p < 0,01$). Navedene rezultate potvrđuje istraživanje od Foretić i sur. (2009). Istraživanje zaključuje da je kod ispitanice djece koja dio svog slobodnog vremena provode s medijima, vidljivo smanjenje količine vremena koje provode u fizičkim aktivnostima. Prema njihovom istraživanju djeca provode dnevno 3,86 sati u medijskim interakcijama, dok su najizloženija televiziji. Isto tako, Badrić i sur. (2015) upozoravaju na sedentarni način provođenja slobodnog vremena djece zbog prevlasti receptivnog usmjeravanja i nametljivih sadržaja medija. Treba napomenuti da tjelesna neaktivnost ne ovisi samo o medijima, već i o ponudi sportskih sadržaja koji trebaju biti jednako dostupni svima (Labaš i Marinić, 2018).

VI. ZAKLJUČAK

Ovo istraživanje usredotočeno je na utjecaj i ulogu medija u slobodnom vremenu djece koja se nalaze u intenzivnom formativnom razdoblju odnosno Generacije Alfa. Cilj istraživanja bio je ispitati utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa. Istraživanje se bavilo utjecajem izloženosti medijima na sociodemografske varijable te izvannastavne i izvanškolske aktivnosti, povezanošću druženja *online* i izloženosti medijima u slobodnom vremenu, zadovoljstva s provođenjem slobodnog vremena i broja korištenih društvenih mreža, zadovoljstva i uporabe medija kao i povezanošću tjelesne neaktivnosti s uporabom medija. Što se tiče sociodemografskih varijabli, provedeno istraživanje utvrdilo je statistički značajnu razliku s obzirom na broj braće, prosječnu dnevnu količinu slobodnog vremena, mjesto stanovanja te posjedovanje vlastitog mobitela i izloženosti medijima u slobodnom vremenu. Djeca koja žive u ruralnim sredinama, posjeduju vlastiti mobitel te raspolažu dnevno s više od 4 sata slobodnog vremena izloženija su medijima u slobodnom vremenu. Statistički značajna razlika je također utvrđena za izloženost medijima u slobodnom vremenu s obzirom na izvannastavne i izvanškolske aktivnosti, odnosno mediji su zastupljeniji u životu djece koja ne pohađaju nijednu aktivnost to jest onih koji ne pohađaju sportske i umjetničke aktivnosti. Nadalje je utvrđeno da izloženost medijima u slobodnom vremenu pozitivno korelira s druženjem pripadnika Generacije Alfa *online*. Isto tako, utvrđena je pozitivna povezanost između zadovoljstva pripadnika Generacije Alfa s provođenjem slobodnog vremena i uporabe medija u slobodnom vremenu, između tjelesne neaktivnosti i uporabe medija te između broja korištenih društvenih mreža i zadovoljstva provođenjem slobodnog vremena.

S obzirom na dobivene rezultate istraživanja, može se zaključiti da mediji zauzimaju sve veće i važnije mjesto u slobodnom vremenu Generacije Alfa pa tako i njihov utjecaj raste. Generacija Alfa se medijima posebice okreće ako nije uključena u nijednu aktivnost ili živi u ruralnoj sredini u kojoj je ponuda slobodnovremenskih aktivnosti manja u usporedbi s urbanom. Krivulja broja djece koji koriste i posjeduju pametni telefon je uzlazna, što se preslikava na izloženost medijima i uporabu samih medija u svakodnevici pa i u slobodnom vremenu. Usprkos rastućoj uporabi medija u svrhu zabave u slobodnom vremenu i povezanosti medija s tjelesnom neaktivnosti, Generacija Alfa je zadovoljna s

vlastitim provođenjem slobodnog vremena. Druga istraživanja također pokazuju da djeca i mladi socijalne interakcije prebacuju u virtualni svijet te da su svjesni i informirani o negativnim stranama društvenih mreža, no i dalje ih smatraju zanimljivima i korisnima, što potvrđuje i ovo istraživanje povezanošću zadovoljstva i broja korištenih društvenih mreža. Stoga je važno pratiti trendove u svijetu medija i ispitati njihov utjecaj na mlađe dobne skupine poput Generacije Alfa.

Djeca raspolažu s više slobodnog vremena od odraslih, shodno tome, važno je da ne manjka organiziranih i vođenih slobodnovremenskih aktivnosti, usmjeravanja na kritičko procjenjivanje informacija koje su dostupne putem medija kao ni primjera odgovornog korištenja medija. U razvoju emocionalnih vještina, kritičkog mišljenja i socijalnih interakcija važnu ulogu igraju obitelj i institucije te njihova suradnja. Paralelno s rastom mlađih korisnika medija, rastu odgovornosti i važnost uloge obitelji i institucija koje adekvatno trebaju reagirati na potrebe te osjetljive dobne skupine. Izazovi koji dolaze s novijim generacijama slika su trenutnih društvenih zbivanja i promjena. Ti izazovi poput kraćeg raspona pažnje djece, njihove visoke digitalne i tehnološke pismenosti, manje fizičke uključenosti te prvenstveno utjecaja medija u oblikovanju identiteta i načina života zahtijevaju prilagodbu u svim životnim sferama, a ujedno predstavljaju aktualne izazove u području pedagogije slobodnog vremena. Dobiveni rezultati ukazuju na važnost istraživanja navedene tematike. Stoga ovaj rad predstavlja skroman doprinos u razumijevanju izazova u tom području i polazište za daljnja moguća istraživanja utjecaja medija na slobodno vrijeme koja će nuditi primjerice uvid u socijalne interakcije djece na društvenim mrežama, njihovu medijsku pismenost i kritičko procjenjivanje informacija te rizična ponašanja s obzirom na izloženost medijima i korištenje medija. Osim toga, preporuka za praktičnu implikaciju rada je izrada planova i programa izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti s obzirom na dobivene rezultate jer je odabir aktivnosti uvjetovan navikama i potrebama određene skupine koji su ovdje ispitani. Pravovremenom reakcijom, ali i organiziranjem strukturiranih aktivnosti i mogućnosti u slobodnom vremenu s obzirom na utjecaj medija osigurava se kvalitetno i kulturno provođenje slobodnog vremena koje kao takvo teži ostvarenju svojih funkcija u obliku razvoja ličnosti, razonode i odmora, dok istovremeno pridonosi zajednici i potrebama pojedinca.

VII. LITERATURA

Ajduković, M., & Kolesarić, V. (2003). Etički kodeks istraživanja s djecom. *Zagreb: Vijeće za djecu RH*. Preuzeto s <https://www.ufzg.unizg.hr/wp-content/uploads/2020/02/Eticki-kodeks-istrazivanja-s-djecom.pdf>

Badrić, M., Prskalo, I., i Matijević, M. (2015). Aktivnosti u slobodnom vremenu učenika osnovne škole. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 17(2), 299-331. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/208338>

Badrić, M., Prskalo, I., i Šilić, N. (2011). Razlike u strukturi slobodnog vremena između učenika urbanih i ruralnih područja. *Tjelesna i zdravstvena kultura u 21. stoljeću-kompetencije učenika*, 58-64. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/242866>

Bejtkovský, J. (2016). The employees of baby boomers generation, generation X, generation Y and generation Z in selected Czech corporations as conceivers of development and competitiveness in their corporation. *Journal of Competitiveness*. Preuzeto s https://publikace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/1007086/Fulltext_1007086.pdf?sequence=1

Berk R. A. (2009). Teaching Strategies for Net Generation. *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 3(2), 8-13. Preuzeto s <https://journals.kpu.ca/index.php/td/article/download/983/449>

Conrad, C., i Poole, M. S. (2005). Strategic Organizational Communication: In a Global Economy (Belmont, CA: Thomson Wadsworth)

Crampton, S. M., i Hodge, J. W. (2009). Generation Y: uncharted territory. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 7(4). Preuzeto s <https://www.clutejournals.com/index.php/JBER/article/download/2272/2320>

Crumpacker, M., i Crumpacker, J. M. (2007). Succession planning and generational stereotypes: should HR consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad?. *Public personnel management*, 36(4), 349-369. Preuzeto s https://seminarinorgcomm.weebly.com/uploads/5/7/3/3/573337/succession_planning.pdf

Čuvalo, A., i Peruško, Z. (2017). Ritmovi medijskih generacija u Hrvatskoj: istraživanje repertoara medijskih generacija iz sociološke perspektive. *Revija za sociologiju*, 47(3). Preuzeto s https://www.bib.irb.hr/1059945/download/1059945.Rev_za_soc_2017_3_Cuvalo_Perusko.pdf

de Klerk, N., i Bevan-Dye, A. L. (2014). Free-time management amongst generation Y students. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(21), 11-18. Preuzeto s <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/4172>

dos Reis, T. A. (2018). Study on the Generation Alpha and the reflections of its behavior in the organizational environment. *Quest Journals J Res Humanit Soc Sci*, 6, 9-19. Preuzeto s <https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol6-issue1/C610919.pdf>

Foretić, N., Rodek, S., i Mihaljević, D. (2009). Utjecaj medija na tjelesnu neaktivnost djece. *Školski vjesnik: časopis za pedagogijsku teoriju i praksu*, 58(4.), 381-397. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/82606>

Grail Research (2011). Consumers of Tomorrow – Insights and Observations About Generation Z, Preuzeto s http://www.grailresearch.com/pdf/ContentPodsPdf/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z.pdf

Green, L., Heather, S., McKittrick, L., Naranjo, A., i Ward, C. (2013). Understanding the Multiple Generations in the Workplace. Preuzeto s <https://www.saylor.org/site/wpcontent/uploads/2013/02/BUS209-6.4-enerationsintheWorkplace.pdf>

Hammill, G. (2005). Mixing and Managing Four Generations of Employees. FDU Magazine Online. Preuzeto s <http://www.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/generations.htm>

Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9(2), 9-34. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/23306>

Ilišin, V. (2006). Slobodno vrijeme i kultura mladih. Preuzeto s <http://idiprints.knjiznica.idi.hr/558/>

Ilišin, V. (2007). Slobodno vrijeme i interesi mladih. Preuzeto s <http://idiprints.knjiznica.idi.hr/558/>

Ilišin, V., i Radin, F. (2007). Mladi: problem ili resurs. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/27362>

Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., i Radin, F. (2001). Djeca i mediji. *Uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: DZOMM/IDIZ. Preuzeto s https://www.idi.hr/wp-content/uploads/2014/04/Djeca_i_mediji.pdf

Jagić, S. (2005). Turizam i slobodno vrijeme: mogućnosti i načini provođenja. *Pedagogijska istraživanja*, 2(1), 101-110. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/139346>

Janković, V. (1973). *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*. Zagreb: Pedagoško književni zbor

Jenko Miholić, S., Hraski, M., i Juranić, A. (2016). Urbano-ruralne razlike u bavljenju kineziološkim aktivnostima i provođenju slobodnog vremena učenika primarnog obrazovanja. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 18(1), 247-258. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/243174>

Jha, A. K. (2020). Understanding Generation Alpha. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/342347030_Understanding_Generation_Alpha

Erceg Jugović, I. i Kuterovac Jagodić, G. (2016). Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji. *Medijska istraživanja*, 22(1), 145-162. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/161258>

Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia-časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21(1), 127-136. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/190208>

Kekez, A., i Topolovčan, T. (2012). Posjedovanje i korištenje novih medija kod budućih učitelja primarnog obrazovanja. *Unapređenje kvalitete života djece i mladih*, 763. Preuzeto s https://www.bib.irb.hr/605298/download/605298.POSJEDOVANJE_I_KORITENJE_NOVIH_MEDIJA_KOD_BUDUIH_UITELJA_PRIMARNOG_OBRAZOVANJA.pdf

Kosić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 56(24), 103-125. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/63281>

Kovačević, S. (2007). Slobodno vrijeme i računalne igre. *Školski vjesnik*, 56(1-2), 49-63. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/82644>

Kraus, M. (2017). Comparing Generation X and Generation Y on their preferred emotional leadership style. *Journal of applied leadership and management*, 5, 62-75. Preuzeto s <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/175335/1/18130-71714-1-PB.pdf>

Križić, M. (2016). Značaj medija u slobodnom vremenu: adolescentska perspektiva (Diplomski rad). Filozofski fakultet, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu. Preuzeto s <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/7525/1/Krizic-diplomski.pdf>

Labaš, D. i Marinčić, P. (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali*, 12 (15), 1-32. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/195548>

Livazović, G. (2009). Teorijsko–metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 55(21.), 108-115. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/37094>

Livazović, G. (2012). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 20(1), 1-22. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/84999>

Livazović, G. (2018). *Uvod u pedagogiju slobodnog vremena*. Osijek: Filozofski fakultet; Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Martinčević, J. (2010). Provođenje slobodnog vremena i uključenost učenika u izvannastavne aktivnosti unutar škole. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 56(24), 29-34. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/63267>

McCrinkle, M., i Fell, A. (2020). Understanding Generation Alpha. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/342803353_UNDERSTANDING_GENERATION_A

medij. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39755>

Miliša, Z., i Milačić, V. (2010). Uloga medija u kreiranju slobodnog vremena mladih. *Riječki teološki časopis*, 36(2), 571-590. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/121846>

Mlinarević, V., i Brust Nemet, M. (2012). Izvannastavne aktivnosti u školskom kurikulumu. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet, Učiteljski fakultet u Osijeku. Preuzeto s <https://zir.nsk.hr/islandora/object/ufri%3A692/datastream/PDF/view>

Nagy, Á., i Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or science?. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/316326529_Generation_Alpha_Marketing_or_Scienc

Pattrawiwat, K., i Tuntivivat, S. (2020) The Scenario of Family Strengths in Generation Alpha in the Thai Context. Preuzeto s <http://ir.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/10077>

Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo.

Potočnik, D. (2006). Posjedovanje i korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije. Preuzeto s <http://idiprints.knjiznica.idi.hr/555/>

Rattinger, M. (2017). Aktivnosti i društvene mreže u slobodnom vremenu mlađih tinejdžera. *Školski vjesnik*, 66 (2), 222-237. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/187032>

Rattinger, M. (2020). *Uloga slobodnog vremena i društvenih mreža u samoprocjeni kvalitete života učenika višeg sekundarnog obrazovanja* (Doktorska disertacija). Filozofski fakultet, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu. Preuzeto s <https://repozitorij.ffzg.unizg.hr/islandora/object/ffzg%3A1930/datastream/PDF/view>

Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness to communicate and students Facebook use. *Journal of Media Psychology*, 20(2), 67 -75. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/232549193_The_Relationship_Between_Unwillingness-to-Communicate_and_Students'_Facebook_Use

Šiljković, Ž., Rajić, V., i Bertić, D. (2007). Izvannastavne i izvanškolske aktivnosti. *Odgojne znanosti*, 9(2 (14)), 133-145. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/23549>

Valjan Vukić, V. (2013). Slobodno vrijeme kao „prostor“ razvijanja vrijednosti u učenika. *Magistra Iadertina*, 8(1), 59-73. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/122641>

Valjan Vukić, V. (2016). Izvannastavne i izvanškolske aktivnosti učenika-višestrukih perspektive. *Školski vjesnik* 65(1), 33-57. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/177319>

Vidulin-Orbanić, S. (2008). Fenomen slobodnog vremena u postmodernom društvu. *Metodički obzori: časopis za odgojno-obrazovnu teoriju i praksu*, 3(6), 19-33. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/32748>

Vočanec, M. (2015). *Stavovi voditelja o provođenju izvannastavnih glazbenih aktivnosti* (Diplomski rad). Muzička akademija, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Preuzeto s <https://zir.nsk.hr/en/islandora/object/unipu%3A467/datastream/PDF/view>

Vrkić Dimić, J. (2005). Stvarne i željene aktivnosti studenata u slobodnom vremenu. *Pedagoška istraživanja*, 2(2), 313-325. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/139322>

Vukasović, A. (1995). *Pedagogija*. Zagreb: Alfa.

Zdanowicz, N., Reynaert, C., Jacques, D., Lepiece, B., i Dubois, T. (2020). Screen time and (Belgian) teenagers. *Psychiatria Danubina*, 32(Suppl 1), 36-41. Preuzeto s http://www.psychiatria-danubina.com/UserDocsImages/pdf/dnb_vol32_noSuppl%201/dnb_vol32_noSuppl%201_36.pdf

Zrilić, S., i Košta, T. (2009). Učitelj – kreator izvannastavnih aktivnosti. *Magistra Iadertina*, 4 (1), 159-170. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/50945>

VIII. PRILOZI

Prilog 1 Anketni upitnik

ANKETNI UPITNIK

Dragi učenici, molim vas da sudjelujete u istraživanju koje provodim za izradu diplomskog rada iz područja pedagogije. Cilj je ispitati utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena vaše dobne skupine putem ankete. Vaše sudjelovanje je u potpunosti anonimno i dobrovoljno. U bilo kojem trenutku možete odustati od daljnjeg ispunjavanja ankete. Ne potpisujete se niti će se vaši odgovori provjeravati ili ocjenjivati. Podaci će biti korišteni i pohranjeni samo u svrhu istraživanja te će biti analizirani grupno. Ako imate bilo kakva pitanja slobodno mi ih postavite. Molim vas da iskreno odgovorite na postavljena pitanja.

Hvala na suradnji! :)



1. **Spol** (zaokruži): Muško Žensko
2. **Koliko imaš godina?** _____
3. **Školski uspjeh s kojim si završio/la prethodni razred** (zaokruži): 1 2 3 4 5
4. **Koliko imaš braće i sestara?**
 - a) 0 (nemam braće i sestara)
 - b) 1
 - c) 2
 - d) 3 i više
5. **Koliko prosječno dnevno imaš slobodnog vremena?** (zaokruži)
 - a) uopće nemam slobodnog vremena
 - b) manje od 2 sata
 - c) 2- 3 sata
 - d) 4 ili više sati
6. **Posjeduješ li vlastito računalo/tablet/laptop** (osim školskog tableta)? (zaokruži): DA NE
7. **Posjeduješ li vlastiti mobitel (smartphone)?** (zaokruži): DA NE
8. **Jesu li tvoji roditelji zaposleni?**
 - a) majka i otac su zaposleni
 - b) majka je zaposlena
 - c) otac je zaposlen
 - d) majka i otac su nezaposleni
9. **Koje izvannastavne i izvanškolske aktivnosti pohadaš?**

10. **Koje društvene mreže koristiš?** (zaokruži jedan ili više odgovora ili nadopuni)

- a)  b)  c)  d)  e)  f)  g) _____

11. **Što želiš postati kad odrasteš?** (navedi posao ili zanimanje, na primjer: učitelj, doktor, youtuber)

12. Koliko često radiš nešto u svoje slobodno vrijeme? Zaokruži broj s kojim se slažeš!	nikad	1-2 godišnje	1-2 mjesečno	1-2 tjedno	svaki dan
1. Igram kompjuterske igrice ili igrice na Playstationu/Xboxu i slično.	1	2	3	4	5
2. Gledam televiziju.	1	2	3	4	5
3. Čitam zabavne knjige i stripove.	1	2	3	4	5
4. Igram igrice na mobitelu.	1	2	3	4	5
5. Gledam videozapise na YouTubeu.	1	2	3	4	5
6. Družim se s prijateljima uživo.	1	2	3	4	5
7. Gledam objave na društvenim mrežama (TikTok, Instagram, Snapchat...)	1	2	3	4	5
8. Idem na izlete i šetnje u prirodu.	1	2	3	4	5
9. Aktivno se bavim se sportom.	1	2	3	4	5
10. Idem na igralište.	1	2	3	4	5
11. Bavim se sa svojim hobbijem.	1	2	3	4	5
12. Odlazim u kazalište, kino i na koncerte.	1	2	3	4	5
13. Slušam glazbu.	1	2	3	4	5
14. Gledam druge sadržaje na Internetu.	1	2	3	4	5
15. Družim se s prijateljima na društvenim mrežama (video-igre, Twitch, TikTok...)	1	2	3	4	5
16. Družim se s roditeljima i obitelji.	1	2	3	4	5

13. Koliko se slažeš s tvrdnjom? Zaokruži broj s kojim se slažeš!	Uopće se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem
1. Moji roditelji redovito provjeravaju što radim na Internetu.	1	2	3	4	5
2. S roditeljima ili učiteljima često razgovaram o opasnostima na internetu.	1	2	3	4	5
3. S prijateljima često razgovaram o društvenim mrežama.	1	2	3	4	5
4. Imam svoj profil na nekoliko društvenih mreža.	1	2	3	4	5
5. Važno mi je družiti se s prijateljima online.	1	2	3	4	5

6. Važni su mi lajkovi i <i>subscriberi</i> .	1	2	3	4	5
7. Pratim poznate youtubere i <i>influencere</i> .	1	2	3	4	5

14. Koliko se <u>slažeš</u> s tvrdnjom? Zaokruži broj s kojim se slažeš!	Uopće se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem
8. U slobodno vrijeme spavam i odmaram.	1	2	3	4	5
9. Zadovoljan/na sam vlastitim provođenjem slobodnog vremena.	1	2	3	4	5
10. Sam/a provodim svoje slobodno vrijeme.	1	2	3	4	5

Prilog 2

Odsjek za pedagogiju

Filozofski fakultet

Ivana Lučića 3, 10 000 Zagreb

ODOBRENJE ZA PROVEDBU ISTRAŽIVANJA

Studentici Tereziji Gerbus odobrava se provedba istraživanja pod nazivom „Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa“ i mentorstvom izv. prof. dr. sc. Gorana Livazovića s Filozofskog fakulteta u Osijeku u svrhu izrade diplomskoga rada.

Temeljem uvida u nacrt istraživanja te sve instrumente i postupke čija se primjena planira, mentor potvrđuje da istraživanje udovoljava etičkim načelima propisanim Etičkim kodeksom istraživanja s djecom.

Zagreb, 29. travnja 2021.

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Goran Livazović



Prilog 3 Molba za suglasnost s provedbom istraživanja za ravnatelje osnovnih škola

FILOZOFSKI FAKULTET U ZAGREBU

ODSJEK ZA PEDAGOGIJU

__. svibnja 2021.

PREDMET: *Molba za suglasnost s provedbom istraživanja*

Gospođa / Gospodin
_____*škola, grad*
_____*, poštanski*
broj, grad

MOLBA

Poštovana gospođo ravnateljice / Poštovani gospodine ravnatelju,
molimo Vas za suglasnost s provedbom anketnog istraživanja u Vašoj ustanovi, koju provodi Terezija Gerbus, studentica Studija pedagogije Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu u okviru teme diplomskog rada o utjecaju medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa.

Nacrt istraživanja u skladu je s *Etičkim kodeksom nastavnika, suradnika i znanstvenika Filozofskog fakulteta u Zagrebu*. Istraživanje bi obuhvatilo učenike Vaše ustanove, prema mogućnostima i nakon dogovora s Vama te stručnim suradnicima škole.

Planirani termin istraživanja predviđen je tijekom svibnja 2021. godine. Rezultati i provedba ankete su u potpunosti anonimni i bit će korišteni isključivo grupno u svrhu znanstvenog istraživanja, ali imaju i odgojno-obrazovnu te informativnu funkciju za potencijalne ispitanike.

Unaprijed zahvaljujem i srdačno Vas pozdravljam.

S poštovanjem,

dr. sc. Goran Livazović, izv. prof.



Prilog 4 Izjava o suglasnosti roditelja za sudjelovanje djeteta/štićenika u istraživanju za potrebe diplomskoga rada

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Odsjek za pedagogiju

Ivana Lučića 3

10 000 Zagreb

Tema diplomskog rada: Utjecaj medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa

Studentica: Terezija Gerbus pod mentorstvom dr. sc. Goran Livazović, izv. prof.

Izjava o suglasnosti roditelja za sudjelovanje djeteta/štićenika u istraživanju za potrebe diplomskoga rada

Poštovani roditelji,

molimo Vas za suradnju u svrhu prikupljanja podataka za istraživanje studentice diplomskog studija pedagogije **Terezije Gerbus**. Cilj ovog istraživanja je utvrditi utjecaje medija na provođenje slobodnog vremena Generacije Alfa.

Istraživanje će se provesti prema Etičkom kodeksu istraživanja s djecom te je osigurana zaštita tajnosti podataka. Prikupljeni podaci u ovom istraživanju bit će strogo povjerljivi i čuvani isključivo za potrebe navedenog istraživanja. Rezultati će biti grupno analizirani u svim izvještajima koji će nastati na temelju istraživanja te nigdje neće biti navedeni rezultati pojedinačnih sudionika.

Istraživanje je odobreno od mentora dr. sc. Gorana Livazovića, izv. prof. te ravnatelja/ice _____ (naziv škole) gosp./gđe. _____ (ime ravnatelja/ice). Vašoj djeci će se objasniti svrha istraživanja te odgovoriti na sva pitanja i nedoumice. Prije provedbe anketnog upitnika željeli smo Vas kao roditelje obavijestiti o njemu i zatražiti Vašu suglasnost. Nakon što izjavite da ste suglasni s istraživanjem, ono će se provesti samo s onim učenicima koji su pristali sudjelovati.

Ako imate bilo kakva pitanja možete se obratiti studentici **Tereziji Gerbus** na sljedeći telefonski broj 099/455330 ili na mail gerbus.terezija@gmail.com

IZJAVA

kojom, ja, _____,
roditelj/skrbnik (ime i prezime roditelja/skrbnika)
učenika/ce _____, razreda
_____,

(ime i prezime učenika/ce)

_____, u

_____,

(naziv škole)

(mjesto škole)

dajem suglasnost da moje dijete/štićenik u školskoj godini **2020./2021.** sudjeluje u istraživanju studentice **Terezije Gerbus** za potrebe diplomskog rada. Istraživanje se provodi u obliku anketnog upitnika te prema Etičkom kodeksu istraživanja s djecom. Dobiveni rezultati i podaci bit će korišteni poštujući načelo anonimnosti i povjerljivosti.

Datum i mjesto _____ Potpis roditelja/skrbnika _____

Prilog 5

Kategorije izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti

1. Sportske aktivnosti:

sportska grupa, nogometni klub, plivanje, košarkaški klub, teniski klub, rukometni klub, vaterpolo, baseball, judo, odbojkaški klub, ples, boks, planinarenje, atletika, taekwondo, gimnastika, balet, ritmika, akrobatski rock'n'roll, jiu jitsu, karate, stolni tenis, krav maga, mažoretkinje, plesna grupa, sportska škola

2. Umjetničke aktivnosti:

likovna grupa, dramska grupa, mandolina, solfeggio, harmonika, klavir, glazbena škola, zbor, orkestar, likovna akademija, škola za crtanje, gluma

3. Literarne aktivnosti:

klub malih čitatelja, novinarska grupa, recitatorska grupa, književni klub

4. Škola stranih jezika, Centar izvrsnosti

5. Dobrovoljno vatrogasno društvo (DVD)

6. Ostalo:

izviđači, radio-amateri, eko grupa, robotika

Kategorije idealnih budućih zanimanja

1. Sportaš:

nogometaš, rukometaš, košarkaš, boksač, plivač, tenisač, trener

2. Strukovno zanimanje:

električar, automehaničar, limar, vodoinstalater, kuhar, prodavač, majstor, mehaničar, pekar, slastičar, poljoprivrednik, trgovac, radnik, soboslikar, zidar, frizer, kozmetičar, šumar

3. Državna služba:

inspektor, policajac, vojnik, političar, FBI agent

4. Umjetničko zanimanje:

umjetnik, modni dizajner, fotograf, slikar, glumac, pjevač, spisatelj, reper

5. Visokoobrazovano zanimanje:

socijalni radnik, astronom, arhitekt, bankar, dermatolog, doktor, odvjetnik, ekonomist, odgojitelj, poduzetnik, znanstvenik, izumitelj, istražitelj, zubar, inženjer, povjesničar, kontrolor leta, učitelj, medicinska sestra, veterinar

6. Zanimanje vezano uz medija:

influencer, tiktoker, youtuber

7. Informatičko zanimanje:

informatičar, programer, videomontažer

8. Ostalo:

Stjuardesa, konduker, nogometni sudac, motorist, vozač hitne pomoći