

Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata

Panić, Tatjana

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:131:049636>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-04**



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

**ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U RAZVOJU SOCIJALNIH
KOMPETENCIJA ADOLESCENATA**

Diplomski rad

Tatjana Panić

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za pedagogiju

**ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U RAZVOJU SOCIJALNIH KOMPETENCIJA
ADOLESCENATA**

Diplomski rad

Tatjana Panić

Mentor: doc. dr. sc. Zvonimir Komar

Zagreb, 2021.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Društvene mreže	3
2.1. Društvene mreže i adolescenti	5
2.2. Obilježja društvene mreže TikTok.....	8
2.3. Obilježja društvene mreže Instagram.....	11
3. Socijalne kompetencije	13
3.1. Određenje pojma socijalne kompetencije	14
3.2. Socijalne kompetencije i socijalne vještine.....	17
3.3. Razvoj socijalnih kompetencija adolescenata.....	18
3.4. Socijalne kompetencije u odgojno-obrazovnom kontekstu	19
3.4.1. Kurikulum za međupredmetnu temu osobni i socijalni razvoj	21
4. Empirijsko istraživanje	24
4.1. Problem, cilj i svrha istraživanja.....	24
4.2. Hipoteze istraživanja.....	25
4.3. Način provođenja istraživanja.....	25
4.4. Uzorak.....	26
4.5. Postupci i instrumenti	27
4.6. Obrada podataka	29
4.7. Analiza rezultata i rasprava.....	29
4.7.1. Korištenje društvenih mreža TikTok i Instagram	29
4.7.2. Socijalne kompetencije	34
4.7.3. Povezanost društvenih mreža TikTok i Instagram i socijalnih kompetencija.....	39
5. Zaključak	45
6. Literatura	48
7. Popis grafikona	53
8. Popis tablica	53
9. Popis slika	54
10. Prilozi	55

Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata

Sažetak

Temom ovog diplomskog rada „Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata” nastoji se istražiti povezanost društvenih mreža sa socijalnim kompetencijama adolescenata. Budući da se popularnost društvenih mreža ubrzano mijenja, za provođenje istraživanja odabrane su društvene mreže TikTok i Instagram koje trenutno imaju veliku pozornost adolescenata i mladih. U teorijskom dijelu rada naglasak je stavljen na objašnjavanje pojmova društvenih mreža TikTok i Instagram, kao i njihovih karakteristika. Ujedno, objašnjava se i pojam socijalnih kompetencija, bitnost socijalnih kompetencija u doba adolescencije te odgojno-obrazovni kontekst socijalnih kompetencija. U empirijskom dijelu rada istražuje se povezanost društvenih mreža TikTok i Instagram sa socijalnim kompetencijama adolescenata, što ujedno reflektira i cilj ovog istraživanja. S obzirom na važnost socijalnih kompetencija u odgojno-obrazovnom procesu te njihovog razvoja, istražuje se pozitivna ili negativna povezanost društvenih mreža TikTok i Instagram sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata. Analiza podataka prikupljena anketnih upitnicima pokazala je pozitivnu povezanost društvene mreže TikTok te socijalnih kompetencija adolescenata, dok je za društvenu mrežu Instagram pokazano kako povezanosti nema. U daljnjim poglavljima diplomskog rada, detaljnije su prikazani rezultati istraživanja, istaknuta su ograničenja istraživanja te su dana zaključna razmatranja i temelji za daljnja istraživanja spomenute teme ili njoj srodnih tema u okviru znanosti pedagogije.

Ključne riječi: društvene mreže, TikTok, Instagram, socijalne kompetencije, adolescenti

The role of social networks in the development of adolescent social competencies

Abstract

The topic of the thesis "The role of social networks in the development of social competencies of adolescents" aims to explore the relationship between social networks and social competencies of adolescents. Since the popularity of social networks is changing rapidly, the social networks TikTok and Instagram, which are currently receiving a lot of attention from adolescents and young adults, were chosen for the study. The theoretical part of the paper focuses on explaining the concepts of TikTok and Instagram social networks and their characteristics. The concept of social competencies, the nature of social competencies in the age of adolescence, and the educational context of social competencies are also explained in further research. The empirical part of the paper examines the relationship between TikTok and Instagram social networks and adolescents' social competencies, which also reflects the aim of this research. Considering the importance of social competencies in the educational process and their development, the positive or negative relationship between the social networks TikTok and Instagram and the level of social competencies development of adolescents is investigated. The analysis of data collected through questionnaires revealed a positive correlation between the use of the social network TikTok and adolescents' social competencies, while the use of the social network Instagram showed no correlation with adolescents' social competencies. In the further chapters of this thesis, the results of the research will be presented in more detail, the limitations of the research will be pointed out, and final considerations and foundations for further research on the mentioned or related topics in the context of pedagogy will be given.

Keywords: social networks, TikTok, Instagram, social competencies, adolescents

1.Uvod

Tema diplomskog rada „Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata“ pripada području pedagogije adolescencije, a ujedno se može svrstati u područje pedagogije medija. S obzirom na to da su danas mediji, u ovom kontekstu društvene mreže, preuzele svakodnevicu mnogih ljudi, uloga istih u razvoju mladih ili adolescenata vrlo je aktualna tema istraživanja u području pedagogije i njoj srodnih znanosti. Isto tako, današnje generacije adolescenata sve se više okreću modernim tehnologijama i korištenju istih, što nas dovodi do razmišljanja o tome kako one utječu na život mladih. Suvremeni uvjeti odrastanja obilježeni su zahtjevnim aktualnim zbivanjima, od kojih je dio i tehnološka revolucija i sve veća popularnost korištenja društvenih mreža čiji su najzastupljeniji korisnici adolescenti (Dahl i sur., 2018; Sheehan i sur., 2017, prema Novak i sur., 2019). Društvene mreže postale su najjednostavniji način međusobnog komuniciranja, a ujedno služe i kao akcelerator u međusobnoj komunikaciji. Samim time one postaju glavni čimbenik u socijalizaciji između vršnjaka u adolescentskom razdoblju pa oblikuju vrijednosti, stilove ponašanja i imaju veliku ulogu u kreiranju njihovog slobodnog vremena (Ilišin i sur., 2001). Prema Livazoviću (2009), adolescenti su posebno osjetljiva društvena skupina koja je u fazi izgradnje stavova, usvajanja i stalnog prilagođavanja socijalizacijskim okvirima i normama ponašanja, a mediji imaju presudnu ulogu pri posredovanju društveno poželjnih modela življenja kojima oblikuju spoznaje mladih o svijetu i socijalnoj okolini. Nadalje, poznato je kako je adolescencija razdoblje života u kojem se grade ključni temelji za zrelu, odgovornu i autonomnu odraslost (Novak i sur., 2019). S jedne strane, korištenje društvenih mreža povećava ugroženost adolescenata zbog mogućih neprihvatljivih sadržaja koji nude, dok s druge strane unaprjeđuje njihove prilike, poboljšava njihove obrazovne ishode te olakšava i omogućava povezanost s drugima (Dahl i sur., 2018, prema Novak i sur., 2019).

Prema navedenom, društvene mreže imaju utjecaj na adolescente i njihov razvoj, bio on pozitivan ili negativan te bez dvojbe utječu na veliki dio njihovog života jer većinu svog slobodnog vremena provode komunicirajući na društvenim mrežama. Osobni, a samim time i socijalni razvoj učenika, u ovom kontekstu adolescenata cilj je obrazovanja u današnjem društvu te postoji i težnja da se on optimalno i nesmetano odvija. Kako bi se to ostvarilo, potrebno je da adolescenti usvoje odgovarajuće kompetencije, u ovom kontekstu socijalne kompetencije. Prema Katz i McClellan (2005) „kompetentan pojedinac je osoba koja može iskoristiti svoje osobne poticaje te poticaje iz okruženja u kojem se nalazi i postići dobre

razvojne rezultate – rezultate koji omogućuju zadovoljavajuće i kompetentno sudjelovanje u grupama, zajednicama i širem društvu kojem osoba pripada“. Isto tako, adolescenti odrastanjem borave i žive u društvenim zajednicama koje od njih očekuju i zahtijevaju nove odnose, drugačije vrijednosti i svjetonazore te tome prigodne socijalne kompetencije koje se odnose na društvenu učinkovitost pojedinca da uspostavlja i održava kvalitetne i uzajamno zadovoljavajuće odnose (Livazović, 2010). Prema tome, kako bi se adolescenti socijalno adaptirali na odgovarajući način moraju usvojiti određena socijalna, emocionalna i kognitivna ponašanja i vještine koje možemo nazvati socijalnim kompetencijama.

Već spomenuti interes adolescenata za društvene mreže danas te za sve sadržaje koje one pružaju i spoznaja da se u razdoblju adolescencije osoba najviše razvija i počinje graditi svoj identitet, u ovom kontekstu socijalni identitet uz koji se javlja potreba za socijalnom kompetencijom, pridonijeli su istraživanju navedene teme. Svrha diplomskog rada je istražiti kako društvene mreže (ne) pospješuju razvoj socijalnih kompetencija adolescenata te ujedno koji su razlozi za njihov pozitivan ili negativan utjecaj na adolescente. Za razumijevanje uloge društvenih mreža u životu mladih te njihov utjecaj na socijalne kompetencije, u prvom poglavlju teorijskog dijela diplomskog rada objašnjen je sam pojam društvenih mreža, koje su najznačajnije društvene mreže danas te način na koji one egzistiraju u životu mladih. Nastavno na prvo, u drugom dijelu teorijskog dijela diplomskog rada fokus se stavlja na pojam socijalne kompetencije. Detaljno se objašnjava pojam socijalne kompetencije pregledom različitih autora, pojašnjava se kako se ona razvija kroz adolescentsko razdoblje te se objašnjava što zapravo znači biti socijalno kompetentan. U empirijskom dijelu rada prikazani su rezultati istraživanja kojim želimo utvrditi ulogu koju društvene mreže imaju ili nemaju u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata.

2. Društvene mreže

Zbog ubrzanog načina života danas, društvene mreže predstavljaju najjednostavniji način komuniciranja među ljudima. Društvene mreže toliko su postale ugrađene u svakodnevni život pojedinca da služe za različite potrebe, od čitanja aktualnih vijesti i ažuriranja događaja do zabave, povezivanja s obitelji, prijateljima i poznanicima, ispunjenju emocionalnih potreba i mnoge druge (Kapoor i sur., 2018). Društvene mreže i društveno umrežavanje predstavljaju opći i najpopularniji komunikacijski fenomen jer omogućavaju okupljanje velikog broja ljudi na jednom mrežnom mjestu, pružaju mogućnost komuniciranja i raspravljanja s velikim brojem ljudi prema određenim temama interesa te služe održavanju ili ojačavanju postojećih prijateljskih veza i poznanstava, a samim time otvaraju i mogućnost sklapanja novih poznanstava (Kunić i sur., 2017). Isto tako, one korisnicima omogućuju raznovrsne načine komunikacije sa svijetom, a ujedno pružaju i mogućnost vlastite prezentacije drugima (Musladin, 2012). Upoznavanjem novih ljudi preko društvenih mreža, stvara se krug prijatelja i poznanika preko već postojećih što potiče formiranje mreže pojedinaca i stvaranje zajednica (Kušić, 2010). Postoje dvije karakteristike koje definiraju društvene mreže, a ujedno ih i izdvajaju te čine razliku između tradicionalnih medija. Za društvene mreže može se reći da nikada nisu pasivne, iako postoje neke koje omogućuju pasivno korištenje, a kako bi korisnik uspješno potaknuo interakciju na društvenim mrežama mora kreirati profil na društvenoj mreži koji to omogućava (Manning, 2014, prema Čudina, 2019). Profil na društvenoj mreži pojedincu isto tako nudi mogućnost da se prezentira na način na koji on želi, odnosno da se virtualno reprezentira kroz fotografije i razne podatke, od osobnih podataka do interesa i opredjeljenja (Dokman i sur., 2018, prema Hrvatin, 2020). S obzirom na to da se komunikacija na društvenim mrežama odvija virtualno, neke od njihovih karakteristika su: odsutnost fizičkog ili kontakta licem u lice, ponekad ne postojeći odnos između pojedinaca i njihovih identiteta u stvarnom svijetu (*offline-izvan mreže*) i u *online (na mreži)* svijetu, mogućnost stvaranja društvenog odnosa onih pojedinca koji u svom stvarnom životu imaju poteškoća u održavanju socijalnih odnosa, mogućnost istodobne komunikacije između velikog broja sudionika te jednostavnost prekida ili suspenzije odnosa, kontakata ili razgovora (Musial i Kazienko, 2013, prema Ortiz i Garrido, 2019).

Nakon kratkog uvoda u popularnost i značajke društvenih mreža te svega što one mogu predstavljati, spomenut će se i neke od definicija samog pojma društvene mreže raznih autora, najznačajnije za potrebe ovog diplomskog rada. Definicija društvene mreže koja je najviše

zastupljena u većini literature navodi da je ona "usluga temeljena na webu koja omogućuje pojedincima da

- izgrade javni ili polu-javni profil unutar omeđenog sustava
- artikuliraju listu drugih korisnika s kojima dijele vezu i
- gledaju i koriste vlastiti popis veza i popise veza drugih unutar sustava."

(Boyd i Ellison, 2008, prema Kušić, 2010).

Nastavno na spomenutu definiciju, društvene mreže možemo definirati i kao „internetska društva sastavljena od članova kojima je omogućeno stvaranje vlastitog profila, komunikacija s ostalim članovima putem inovativnih metoda, praćenje poveznica koje su postavili drugi članovi, jednostavno komuniciranje te pregled sadržaja koji korisnici stvaraju“ (Boyd i Ellison, 2008, prema Diklić i sur., 2018). Prema Oxford Living rječniku ¹ društvene mreže definiraju se kao „internetske stranice i aplikacije koje omogućuju korisnicima stvaranje i dijeljenje sadržaja ili sudjelovanje u društvenim mrežama, odnosno prema rječniku Cambridge-a ² kao „internetske stranice i računalni programi koji omogućuju ljudima komuniciranje i razmjenu informacija na internetu pomoću računala ili mobilnog telefona“. Izraz „društvene mreže“ odnose se na internetske programe koji ljudima omogućuju komunikaciju i dijeljenje resursa i informacija, a uključuju blogove, rasprave, forume, chat sobe te stranice društvenih mreža (Lindsay, 2011). Nadalje, društvene mreže podržavaju ljudsku potrebu za društvenom interakcijom, olakšavajući dvosmjernu komunikaciju među ljudima, pružajući im mogućnost da dijele različite sadržaje kao što su slike, tekstovi, video i zvučni zapisi (Kunić i sur., 2017). Isto tako, one su virtualna mjesta koja korisnicima omogućuju oportunističku interakciju, to jest omogućavaju im da preko društvenih mreža razgovaraju i komuniciraju s kim, kada, gdje, o čemu i na koji način žele. Pružaju i mogućnost selektivnog samopredstavljanja, bilo u stvarnom vremenu ili vremenski neusklađeno, kako sa širom tako i s uskom publikom koja vrijednost dobiva iz korisničkog sadržaja i percepcije interakcije s drugima (Waldron i sur., 2020). Prema tome, društvene mreže prvenstveno zbližavaju, povezuju, te služe upoznavanju novih ljudi, odnosno komuniciranju s drugima na virtualni način (Grbavac i Grbavac, 2014). Na tragu spomenutog, korisnici su aktivni te se služe društvenim mrežama ponajviše kako bi održali i održavali jednostavni kontakt s drugima, kako bi pronašli one koje dijele jednake interese te kako bi kreirali vlastite i razmjenjivali sadržaje s drugim ljudima. Mogućnost

1 https://www.lexico.com/definition/social_media

2 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>

dijeljenja sadržaja koji je korisnik sam stvorio izgrađena je na ideološkim i tehnološkim osnovama tehnologije Web 2.0 te upravo ta činjenica privlači milijune korisnika na društvene mreže jer za razliku od Web 1.0 tehnologije, koja je namijenjena samo publikaciji, omogućava korisnicima kreiranje vlastitih sadržaja te ih stavlja u središte događanja (Kušić, 2010).

Društvene mreže mijenjale su se kroz povijest te možemo pretpostaviti kako novije društvene mreže nude veće mogućnosti, sadržaje i prilike nego one unazad nekoliko godina. Popularnost istih mijenja se iz godine u godinu, a neke od stranica najpopularnijih društvenih mreža prema Gismondi (2021) trenutno su: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube, WeChat, Whatsapp, MeWe, Tumblr, Reddit, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Viber i druge. Prema načinu na koji djeluju na korisnike, društvene mreže možemo svrstati u tri kategorije: one temeljene na fotografijama, one temeljene na tekstu i one miješane (Pittman i Reich, 2016, prema Čudina, 2019). Najpoznatije društvene mreže temeljene na fotografijama su Instagram i Snapchat, a kod društvenih mreža Twitter-a i WhatsApp-a primarni način komunikacije je tekst. Facebook je primjer društvene mreže kod koje nailazimo i na tekstove i na fotografije (Čudina, 2019). Spomenute društvene mreže danas, svojim mogućnostima, ponudom i zanimljivostima koje nude, utječu na veliki dio populacije, a pogotovo i ponajviše na mlađe generacije i adolescente, što potvrđuje i podatak da su najaktivniji korisnici društvenih mreža oni između 16 i 24 godine (Orange, 2018, prema Ortiz i Garrido, 2019). U sljedećem poglavlju bit će govora upravo o tome kako one utječu na adolescente.

2.1. Društvene mreže i adolescenti

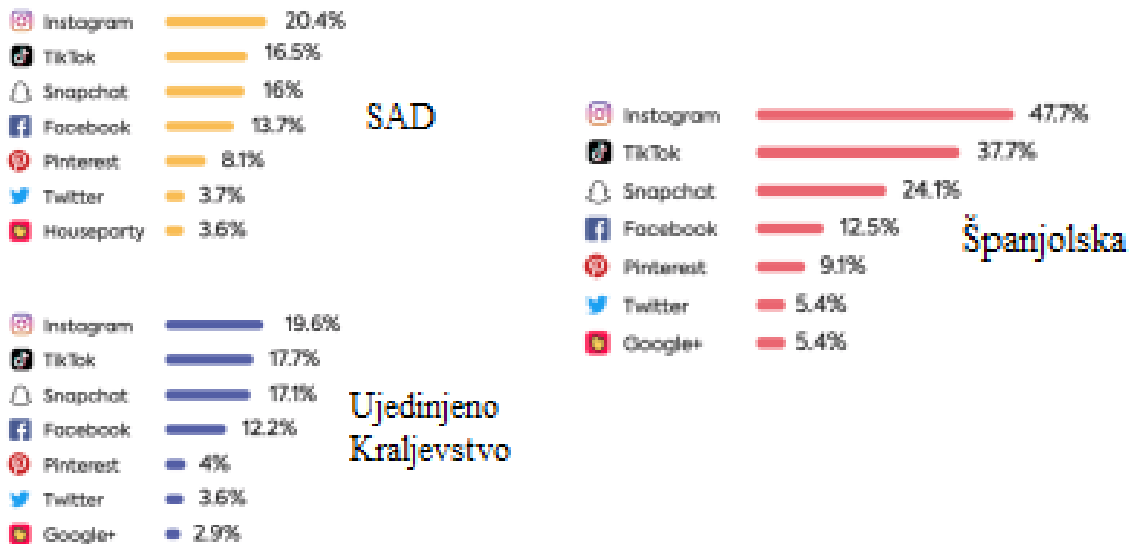
Društvene mreže postale su već i rutinska aktivnost za koju se pokazalo da djeci i adolescentima pospješuje komunikaciju, socijalnu povezanost, pa čak i tehničke vještine. Stranice društvenih mreža adolescentima nude višestruke svakodnevne mogućnosti povezivanja s prijateljima, kolegama iz školskih klupa i ljudima sa zajedničkim interesima. (O'Keeffe i Clarke-Pearson, 2011). Isto tako, mladi koriste društvene mreže kako bi održali kontakt, potaknuli komunikaciju te lakše pratili događaje i akcije u životu postojećih prijatelja, kako bi upoznali nove prijatelje te kako bi se osjećali prihvaćenim od strane prijatelja (Kurtalić, 2018) Ujedno, nekima je ugodnije razgovarati *online* te je i to jedan od razloga zašto pribjegavaju i preferiraju komunikaciji na društvenim mrežama (Kurtalić, 2018). Ne može se poreći i činjenica da je adolescencija primarno razdoblje u kojem adolescenti stvaraju nova prijateljstva, bilo u stvarnom životu bilo online te je upravo interakcija s vršnjacima važan izvor za kognitivni, socijalni i emocionalni razvoj mlade osobe (Marczi, 2014).

Prema istraživanju autora O'Keeffe i Clarke-Pearson (2011), 22% adolescenata prijavljuje se na društvene mreže više od 10 puta dnevno, a više od polovice adolescenata prijavljuje se na stranice društvenih mreža više od jednom dnevno. Prema nacionalnom istraživačkom projektu „Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih“ 99,5% hrvatskih adolescenata ima pristup internetu od kuće. Svaki treći adolescent na društvenim mrežama provodi 3 do 5 sati svaki dan, a zanimljiv je podatak da je svaki peti adolescent stalno na društvenim mrežama, bez obzira dolaze li mu obavijesti ili ne (Hocenski, 2020). Uzimajući u obzir dva spomenuta istraživanja i vremena kada su provedena, može se zaključiti kako su pred desetak godina društvene mreže imale znatno manji utjecaj i ulogu u životu adolescenata nego što to imaju danas te kako adolescenti nisu bili aktivni na društvenim mrežama u tolikoj mjeri kao što je to slučaj u današnje vrijeme. Isto tako, prema navedenim podacima možemo zaključiti da se veliki dio emocionalnog, društvenog i socijalnog razvoja adolescenata događa *online*, na društvenim mrežama, a samim time stvara se, izgrađuje i oblikuje društveni identitet adolescenata (Renau i sur., 2013, prema Ortiz i Garrido, 2019).

Nadalje, društvene mreže postale su jedno od utjecajnih sredstava za održavanje mladih ljudi u kontaktu jer pomoću njih komuniciraju, proširuju svoje odnose, pronalaze i traže informacije, a služe im i za zabavu, sredstvo suživota i stvaranje novih komunikacijskih jezika (García i Fernández, 2016; Bastarrechea, 2017; Gétrudix i sur., 2017 prema Orange, 2018). Prema Kurtalić (2018), neke od prednosti korištenje društvenih mreža od strane adolescenata su: mogućnost dijeljenja multimedijских sadržaja, brzina i dostupnost u bilo koje doba, jednostavno korištenje, razmjena zajedničkih fotografija, oblik zabave, mogućnost slanja poveznica te obavljanje poziva. Suočeni brojnim mogućnostima koje društvene mreže nude mladima, pojavljuju se i različiti negativni učinci kao posljedica nekih suštinskih karakteristika i komunikacijskog konteksta koje društvene mreže generiraju, kao što su: anonimnost, jednostavnost pristupa, brzina pristupa, pristupačnost i odsutnost fizičkog kontakta (Griffiths, 1995; Fuentes i sur., 2015 prema Ortiz, Garrido, 2019). Zbog njihove ograničene sposobnosti samoregulacije i osjetljivosti na pritisak vršnjaka, djeca i adolescenti izloženi su riziku tijekom eksperimentiranja s društvenim mrežama (O'Keeffe i Clarke-Pearson, 2011). Utjecaj društvenih mreža na komunikacijske i socijalne vještine adolescenata može se interpretirati na dva načina. Prva interpretacija je da su društvene mreže prepreka oblikovanju sposobnosti uspostavljanja bliskih interpersonalnih veza, dok su s druge strane društvene mreže zdrav način uspostavljanja i održavanja veza jer mnogo adolescenata koristi društvene mreže te tako mogu

održavati vezu uspostavljenu *offline* i bez fizičke prisutnosti druge strane (Lenhart, 2011, prema Čudina 2020).

Postotak adolescenata koji koriste društvene mreže (2020)



Slika 1: Najčešće korištene društvene mreže kod mladih u 2020. godini

Kao što je prikazano Slikom 1 najčešće društvene mreže korištene od strane mladih u državama SAD-a, Velike Britanije i Španjolske u 2020. godini bile su Instagram, TikTok, Snapchat te Facebook čija popularnost u zadnje vrijeme pada kod mlađih generacija. Iako se navedeni postotak odnosi na strane zemlje, možemo zaključiti kako je u tri različite strane zemlje poredak najčešće korištenih društvenih mreža jednak i pretpostaviti da je takav slučaj i u našoj zemlji, čemu svjedoče i istraživanja spomenuta u daljnjem radu.

Prema istraživanju (Ciboci i sur., 2020), najpopularnije društvene mreže među mlađim adolescentima (između dvanaest i trinaest godina), odnosno između učenika šestih i sedmih razreda osnovnih škola su Facebook koji iznosi 74% i Instagram 63%, dok se stariji adolescenti (između petnaest i sedamnaest godina) najviše koriste Facebookom, zatim YouTubeom, Instagramom, Viberom i WhatsAppom (Ciboci i sur., 2020). Nadalje, prema istraživanju „Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih” Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu i Ureda za zdravstvo Grada Zagreba društvena mreža koju mladi najviše koriste je YouTube sa 97,7%, a slijedi ju Instagram sa 92,6% za koji 50% ispitanika navodi kao omiljenu društvenu mrežu (Hocenski, 2020). No, prema novije provedenom istraživanju (Buljan Flander i sur., 2020.) zaključeno je

kako se društvena mreža Facebook, koja je do nedavno bila iznimno popularna među mladima koristi sve manje, dok su društvene mreže Instagram, Youtube i Snapchat u kratkom razdoblju postale vrlo popularne među mladima te su trenutno aktualne i najzastupljenije korištene među adolescentima. Vrlo je važno napomenuti i da se trendovi u korištenju društvenih mreža značajno mijenjaju, naročito u posljednjih nekoliko godina. Naime, od provođenja spomenutih istraživanja i njihovih rezultata u svijetu pa tako i Hrvatskoj, među mladima je postala popularna mreža TikTok (Nesi 2020, prema Buljan Flander i sur., 2020). S obzirom na trenutnu popularnost navedenih mreža kod adolescenata, u ovom će radu biti istraživano kako korištenje društvene mreže Instagram te društvene mreže TikTok utječe na adolescente te postoji li uloga spomenutih društvenih mreža u razvoju njihovih socijalnih kompetencija. U sljedeća dva poglavlja ukratko će biti opisana obilježja spomenutih društvenih mreža te kakav utjecaj one imaju na adolescente, njihovu prilagodbu i način života.

2.2. Obilježja društvene mreže TikTok

Društvena mreža TikTok osnovana je 2016. godine te je jedna od društvenih mreža ili aplikacija koja broji 1,5 milijardi aktivnih korisnika širom svijeta i čiji je broj još uvijek rastući, a od svog početka najviše je privukla pažnju mladih generacija širom svijeta, uglavnom djece i adolescenata (Weimann i Masri, 2020). TikTok je društvena mreža koja služi stvaranju i dijeljenju sadržaja/videozapisa *online* na pametnim telefonima koji traju samo 15 sekundi, a sadržaj koji generiraju korisnici uz društvenu mrežu integrirani je oblik komunikacije koji korisnicima pruža mogućnost stvaranja sadržaja, dijeljenja i uspostavljanja vlastite mreže. TikTok je društvena mreža koju možemo nazvati *User-generated content platform* (UGC), što u prijevodu označava platformu sa sadržajem koju proizvode i projiciraju sami korisnici jer sadržaj koji nastaje na samoj društvenoj mreži mreža je sadržaja stvorenog od strane različitih korisnika diljem svijeta. Tijekom kreiranja spomenutog sadržaja korisnici mogu koristiti razne filtere za uređivanje videozapisa, pozadinsku glazbu i predloške za sinkronizaciju usana u svrhu komunikacije s mrežom zajednica gledatelja (Omar i Dequan, 2020). Kao rezultat svog dizajna, tehnologije i okolnih kulturnih uvjeta, TikTok je trenutno jedna od najviše korištenih društvenih mreža kod mladih, odnosno adolescenata od trinaeste do osamnaeste godine (Cheng, 2018, prema Bresnick, 2019). Autor Bresnick (2019) navodi kako mobilna aplikacija TikTok odgovara virtualnoj strukturi igre, odnosno da je ona rekreacijski prostor koji se manifestira u elektroničkim medijima. Takozvana virtualna igrališta digitalna su iskustva koja odgovaraju iskustvima na fizičkom igralištu te su iz tog razloga upravo djeca i adolescenti

najčešći konzumenti spomenute aplikacije (Bresnick, 2019). Iz pedagoške perspektive, igra ima važnu ulogu u spoznajnom razvoju i značajne funkcije u tjelesnom, emocionalnom i socijalnom razvoju pojedinca (Mlinarević, 2020). Prema tome, jedan od razloga zašto mladi koriste TikTok je upravo jer im pomaže u oblikovanju njihovog identiteta, a povjeravanje korisnika u obliku videozapisa na TikToku oblik je samoizražavanja, oslobađanja emocija ili tereta koji osjećaju. Društvena mreža TikTok danas je toliko popularna zbog zanimljivih sadržaja koje pruža, a već ranije spomenuta značajka prema kojima je većini TikTok poznat je stvaranje kratkih videozapisa kojima može pristupiti svatko tko koristi samu aplikaciju. Problem leži u tome što samim objavljivanjem videozapisa on postaje javan te većina mladih nije svjesna opasnosti dijeljenja privatnih informacija s mnoštvom ljudi koje ne poznaje (Claresta i Tamburini 2021). Zbog načina na koji je koncipiran i trenutne velike popularnosti, korisnicima društvene mreže TikTok jednostavnije je stvarati i prenositi sadržaje nego na drugim društvenim mrežama te je vjerojatnije da će korisnici kopirati, ponavljati i oponašati sadržaj koji proizvode drugi pod utjecajem predviđenih dizajnerskih funkcija TikTok-a (Yang, 2020). Iz tog razloga, postavlja se pitanje kako TikTok i njegovi trendovi utječu na adolescente. Na tragu spomenutog, ispitano je kako je sadržaj koji proizvode adolescenti povezan s nadahnućima i težnjama *influencera*, te je ustanovljeno da su izgled, status ili položaj u grupi te vrijednosti ili ideologije unutar njihovih društvenih mreža mladima značajno bitni, a praćenje trendova *influencera* može stvoriti iskrivljenu sliku vrijednosti koje bi osoba trebala cijeniti (Simsek i sur., 2019, prema Yang, 2020). *Influencer* je osoba koja svojim objavama na društvenim mrežama ima utjecaj na druge te samim time može djelovati na njihovo ponašanje, a čiji se pojam u modernom svijetu adolescenata može poistovjetiti s pojmom idola ili uzora. Također, može rezultirati i razvojem nesigurnosti oko fizičkog izgleda među adolescentima i mladima, pogotovo kod mladih adolescentica. Većina *influencera* ne prikazuje sebe u stvarnome izdanju zbog čega vrše pritisak nad adolescentima koji imaju nerealna očekivanja o savršenom životu, odnosima ili izgledu. Samim time, adolescenti i mladi stječu krivu perspektivu onoga što im mediji prezentiraju, umanjuju svoju vrijednost i narušava im se samopouzdanje (Borić-Letica i Velki, 2019). Također, trend TikTok „izazova“ (eng. *trending challenges*) koji su popularni među adolescentima i mladima stvaraju zabrinutost roditelja, ali i javnosti. TikTok izazove pokreću korisnici društvene mreže kako bi pomoću njih dobili više pratitelja i stekli popularnost drugih, a radi se o snimanju video uradaka situacije koja je izazovom zatražena. Naprimjer jedan od takvih izazova je “bacanje u zrak“ (grupa ljudi je u krugu savijenih glava te bacaju predmet u zrak i nitko u krugu se ne smije pomaknuti sve dok

predmet ne padne na nekoga), a kako podaci iz medija nalažu često je u takvim ili sličnim izazovima djeci i adolescentima ugroženo zdravlje. Uz količinu sadržaja koju društvena mreža TikTok nudi te zbog svih potencijalnih opasnosti korištenja TikToka, ali i mogućnosti diferenciranja korisnih od ne korisnih informacija ili sadržaja, djeca i adolescenti trebali bi usvojiti načela medijske pismenosti i medijskog obrazovanja.

Medijska pismenost dio je medijskog obrazovanja, a u najširem smislu označava osposobljavanje za rad na računalu te učenje tehnika rada na računalu (uključujući i korištenje internetskih stranica). Prema Autorici Tolić (2009), medijska obrazovanost uključuje: “posredovanje znanja o različitim vrstama medija, učenje osnova kritičkog mišljenja prema (nametnutim) temama iz medija, a medijsko obrazovanje treba sadržavati: “funktionalnu pismenost (razumijevanje onoga što je napisano), vizualnu pismenost (razumijevanje vizualnih detalja) i računalnu pismenost (korištenje interneta)”. Putem medijske obrazovanosti, adolescenti bi bili osposobljeni za razumijevanje i razlikovanje odgojnih od manipulativnih poruka koje se kriju na društvenim mrežama. Također, autorica Tolić (2009) naglašava i važnost pojma medijskog odgoja koji navodi da je za korištenje društvenih mreža potrebno „misliti” + „djelovati” na kritički način. Ta dva pojma mogli bismo spojiti u pojam medijske pedagogije koja stavlja naglasak na kritičko promišljanje i analiziranje vlastitog odnosa prema društvenim mrežama. Da bi se spomenuto ostvarilo i provelo u djelo, medijsko pedagoško načelo jest otvorenost učitelja ili nastavnika prema medijskom svijetu, u ovom kontekstu prema društvenim mrežama jer će tako spoznati mogućnosti medija, njihovu atraktivnost, korisnost, ali i opasnosti (Mikić, 2015). Da bi adolescenti naučili smisleno i odgovorno služiti se društvenim mrežama, potrebno je razvijati ne samo odgovarajuće didaktičke modele, već uključiti i društvene mreže te njima pripadajuće nastavne teme u nastavne sadržaje, bilo u obliku edukativnih radionica, međupredmetno ili na bilo koji za to odgovarajući način. Zbog svega navedenoga, treba zahtijevati da stručni suradnici u okviru odgojno-obrazovnih ustanova budu upoznati sa svijetom medija i društvenih mreža koji su u određenom vremenskom periodu atraktivni među adolescentima i mladima. Isto tako, moraju biti upoznati s načinima na koje funkcioniraju i njihovim karakteristikama jer će tako moći uspješno razumjeti i mjerodavno tumačiti njihov utjecaj na mlade kao i ponuditi odgovarajuća rješenja za moguće probleme s kojima se mladi i adolescenti mogu susresti korištenjem društvenih mreža (Mikić, 2015).

2.3. Obilježja društvene mreže Instagram

Društvena mreža Instagram osnovana je 2010. godine s ciljem omogućavanja korisnicima dijeljenje životnih trenutaka preko fotografija u stvarnom vremenu (Hocenski, 2020). Trenutno broji bilijun korisnika iz cijelog svijeta, od kojih je više od 500 milijuna aktivno svaki dan, pretežito mlađeg uzrasta (Zrin, 2015, prema Čudina 2020). Već ranije spomenuto, primjer je društvene mreže temeljene na fotografijama koja je trenutno jako popularna među adolescentima. Omogućuje dijeljenje svakodnevnog života, aktivnosti, stilova života, navika te interesa u obliku slika i videozapisa s drugima (Al-Kandari i sur., 2016). Prije korištenja društvene mreže Instagram potrebno je napraviti vlastiti korisnički račun koji se sastoji od profila i *news feed-a*. Objavljivane fotografije ili videozapisi pojavljuju se na korisničkom profilu, a vidljive su korisnicima koji prate određeni profil. Nadalje, društvena mreža Instagram nudi opcije obrade slika s različitim mogućnostima i filterima čime se stvaraju fotografije koje osobe objavljuju na svom profilu gdje ih njihovi pratitelji mogu komentirati ili označiti s oznakom „*sviđa mi se*“. Svi korisnici mogu birati žele li da njihov profil bude privatn ili javan te se nudi i stranica pretraživanja gdje se nalaze prijedlozi stranica koje bi korisniku mogle biti zanimljive za praćenje (Lee i sur., 2015, prema Čudina, 2020).

Osnovne funkcije koje nudi društvena mreža Instagram korisnicima dozvoljava da postavljaju i objavljuju fotografije i videozapise koje žele zadržati na mreži profila, odnosno na svom korisničkom profilu, da dijele više fotografija i videozapisa (koliko god korisnik želi) na priču korisnika koja se isto tako pojavljuje na profilu korisnika, nude mogućnost uljepšavanja istih različitim filterima, tekstualnim alatima i alatima za crtanje te dijeljenja vlastitog sadržaja na drugim društvenim mrežama. Spomenute priče nestaju nakon 24 sata i više se ne pojavljuju na mreži profila ili na naslovnoj strani, osim ako ih korisnik ne spremi na svom profilu i sam odredi da one budu trajne. Nadalje, nude i mogućnost praćenja priča drugih korisnika koje pojedinac prati u traci na vrhu naslovne strane, slanja privatnih poruka, fotografija, videozapisa i postova iz naslovne strane izravno prijateljima putem usluge Instagram Direct. Putem kartice „*Istražite*“ korisniku je omogućeno da otkriva fotografije i videozapise drugih korisnika koji bi se korisniku mogli svidjeti, a koje može isto tako slijediti (Instagram, 2021).

Kada se govori o utjecaju spomenute društvene mreže na adolescente, uočena su dva mišljenja. Prvo je da Instagram, kao i većina društvenih mreža, adolescente čini asocijalnim i otuđenim, dok su druge strane društvene mreže, ponajviše Instagram, sredstvo pomoću kojeg se ostvaruju, ali i održavaju kontakti. Prema istraživanju Royal Institute of Mental Health u Velikoj Britaniji,

Instagram je rangiran kao društvena mreža koja ima najveću razinu negativnih posljedica na mentalno zdravlje mladih u usporedbi sa svim ostalim društvenim mrežama (Paska, 2019).

Nema dvojbe da društvene mreže uvelike utječu na život adolescenata sada više nego generacijama prije, a Instagram kao jedna od trenutno vodećih utječe na izgradnju društvenih veza adolescenata s vršnjacima. Isto tako, adolescenti tvrde kako ne vide razliku u kvaliteti odnosa kada komuniciraju s prijateljima putem društvenih mreža ili „licem u lice“ (Hasanagić i Yilmaz, 2018, prema Čudina 2020). Zbog očite popularnosti Instagrama danas i spoznaje kako je spomenuta društvena mreža postala i način života kod adolescenata i mladeži, potrebno je osvijestiti njegove negativne strane. Autor Livazović (2012, prema Novak 2017) navodi da je potrebno voditi računa o komunikaciji adolescenata na društvenim mrežama, obzirom da imaju mogućnost razgovarati ne samo sa svojim vršnjacima i poznanicima, već i s osobama koje uopće ne poznaju te čiji je identitet upitan. U školskom kontekstu, zadaća učitelja, stručnih suradnika i nastavnika bila bi osvještavanje adolescenata i mladih o negativnim učincima društvenih mreža, u ovom kontekstu Instagrama te odgovarajuće savjetovanje o korištenju istih. No važno je napomenuti i kako komunikacija putem Instagrama može imati i pozitivne strane te da se „mediji prebrzo i prečesto proglašavaju dežurnim krivcem, bez uvažavanja istraživanja koja tvrde da se kod, primjerice nasilja ili ovisničkog ponašanja, radi o mnogo složenijim međusobnim socijalnim odnosima“ (Livazović, 2012, prema Novak 2017). Pozitivni utjecaj Instagrama na adolescente može se očitati: mogućnošću samoizražavanja putem fotografija (izražavanje vlastitih misli, osjećaja i ideja), izgradnjom vlastitog identiteta, pružanjem emocionalne podrške kada kontakt licem u lice nije moguć te osjećajem pripadništva zajednici istomišljenika (Paska, 2019), a sve navedeno pridonosi socijalnom i emocionalnom razvoju adolescenata.

Uz spomenute negativne čimbenike s kojima se mladi danas mogu susresti korištenjem društvene mreže Instagram, Paska (2019) navodi još takozvani „strah od propuštanja“ ili osjećaj da osoba mora ostati povezana s internetom jer je u protivnom osoba uvjerena da se stvari događaju bez njega/nje, „cyber bullying“ te iskrivljena slika tijela koju Instagram nameće adolescentima. Ovaj učinak uzrokovan je nerealnim standardima ljepote predstavljenim na društvenim mrežama, a korištenje društvenih mreža često izlaže mlade ljude naizgled savršenim tijelima, što može utjecati na njihovo nezadovoljstvo vlastitim fizičkom izgledom (Saiphoo i Vahedi, 2019). Iz tog razloga, važno je da adolescentima bude jasno kako se mnogi korisnici društvene mreže Instagram žele prikazati na što bolji način uređujući svoje fotografije

ili sadržaj kako bi izgledali bolje, izostavljajući negativne strane. U doba adolescencije pripadanje grupi je vrlo važan čimbenik socijalnog i emocionalnog razvoja pojedinca te ukoliko se adolescenti osjećaju prihvaćenim u svojoj vršnjačkoj skupini, utoliko će im slika o sebi biti pozitivnija, samopouzdanje veće te će biti zadovoljniji sobom i vlastitim životom (Hasanagić i Yilmaz, 2018 prema Ćudina 2020).

Prema svemu navedenom, kako bi se poticao pozitivan utjecaj korištenja društvenih mreža, u ovom kontekstu Instagrama, a detektirao i suzbio negativan utjecaj, potreban je već ranije spomenuti medijski odgoj koji se treba poticati u obitelji, odgojno-obrazovnim ustanovama i u prijateljskim ili vršnjačkim odnosima. Umjesto da adolescenti koriste navedenu društvenu mrežu samo u zabavne svrhe, odgojem za društvene mreže poticalo bi se uvođenje istih i u nastavne sadržaje. Autorica Komljen (2019) navodi upravo kako bi obrazovni sustav u nastavne sadržaje trebao uključiti i društvene mreže koje mladi danas svakodnevno koriste, a sve s ciljem razumijevanja adolescenata i mladih i stvaranja mreže povjerenja između adolescenata i mladih i njihovih nastavnika i roditelja. Također, odgovorno ponašanje na društvenim mrežama u odgojno-obrazovnom kontekstu može se poticati raznim preventivnim programima, savjetodavnim razgovorima, pedagoškim radionicama kojima bi cilj bio upravo prepoznavanje negativnih sadržaja na društvenim mrežama te pravilno reagiranje na moguće opasnosti koje korištenje društvenih mreža implicira.

3. Socijalne kompetencije

U drugom dijelu teorijskog dijela diplomskog rada ulazi se u tematiku pojma socijalnih kompetencija te objašnjavanja što one predstavljaju u adolescentskom razdoblju. Neprestana izloženost medijima i društvenim mrežama opisana u ranijim poglavljima, danas je toliko učestala da utječe na procese socijalizacije, odgoja, učenja i stjecanja znanja (Stanisavljević i sur., 2017, prema Maksimović i sur., 2020). Suvremena pedagogija socijalne kompetencije usmjerava prema potrebama, interesima i mogućnostima djece i mladeži. Time uvažavajući kulturne različitosti, globalizacijske procese, nove vrste pismenosti i brze promjene trendova na koje treba učinkovito odgovoriti kako bi se prevladala redukcionistička objašnjenja pojma socijalne kompetencije, koja se svode na samo neke aspekte razvoja pojedinca (Buljubašić-Kuzmanović, 2010).

3.1. Određenje pojma socijalne kompetencije

Za razumijevanje samog pojma socijalne kompetencije, potrebno je objasniti pojmove od kojih se navedena sintagma sastoji, pojmovi socijalan i kompetentan. Prema Hrvatskoj Enciklopediji, socijalan³ je onaj koji se odnosi na ljudsko društvo, na međusobne odnose ljudi u društvu, živi u zajednici, skupini, voli se kretati u društvu, društven te druželjubiv. Prema Hrvatskom jezičnom portalu, kompetencija⁴ je priznata stručnost, sposobnost kojom tko raspolaže, a samim time kompetentna osoba je sposobna, sigurna i spretna u nekom području. Stoga, socijalno kompetentnu osobu smatramo onu koja je sposobna razborito postupati u međuljudskim odnosima, koja zna dobro održavati međusobne veze, sposobna je donositi prikladne socijalne odluke te se ponašati u skladu s takvim odlukama (Jurčević-Lozančić, 2011).

Kako bi se moglo govoriti o utjecaju društvenih mreža na socijalne kompetencije adolescenata te istraživati isto, potrebno je objasniti i pojasniti sam pojam socijalnih kompetencija i to na temelju interpretiranja navedenog pojma nekolicine autora. Prema Opiću (2010) socijalna kompetencija podrazumijeva komunikacijske vještine jer su upravo one jedna od predispozicije za kvalitetnu socijalnu interakciju. Za početak, socijalna kompetencija u najširem smislu pojma uključuje integriranje kognitivnih, emocionalnih i bihevioralnih područja razvoja ili njima odgovarajućih vještina razmišljanja, osjećaja i ponašanja kako bi se uspostavili, održali i razvili konstruktivni društveni odnosi (Mahar i Sullivan, 2002). Enciklopedija o djetinjstvu i adolescenciji (Welsh i Bierman, 2001, prema Opić 2010) pod pojmom socijalne kompetencije također uključuje emocionalne i kognitivne vještine i ponašanja koja pojedinac treba usvojiti u cilju socijalne adaptacije, ali umjesto bihevioralnih kako navode autorice Mahar i Sullivan, uključuje socijalne vještine i ponašanja. Na sličnom tragu je i autor Livazović (2010) prema kojem se „socijalna kompetencija odnosi na socijalne, emocionalne i kognitivne vještine i ponašanja koje djeca i mladi trebaju za uspješnu društvenu prilagodbu, a ujedno to čini širi pojam kojim se opisuje društvena učinkovitost osobe, odnosno definira sposobnost djeteta ili mlade osobe da uspostavlja i održava kvalitetne i uzajamno zadovoljavajuće odnose, izbjegavajući pritom negativne reakcije i viktimizaciju drugih“.

Autor Goleman (prema Markuš, 1995) navodi da socijalna kompetencija znači znati, promišljati i tumačiti o vlastitim osjećajima pri donošenju odluka u svakodnevnom životu te

3 <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=56916>

4 <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>

da je time dio emocionalne inteligencije. Uz potrebne vještine te sposobnost razumijevanja vlastitih osjećaja, misli i ponašanja u socijalnim situacijama, socijalna kompetencija uključuje i razumijevanje tuđih osjećaja, misli i ponašanja, kao i određenih ponašanja koja se temelje na tom razumijevanju (Marelowe, 1986, prema Buljubašić-Kuzmanović, 2010). Da socijalna kompetencija uključuje razumijevanje svojih, ali i tuđih osjećaja, misli i potreba smatraju i autori Hutchby i Moran-Ellis (1998) koji govore o socijalnoj kompetenciji na interpersonalnoj i intrapersonalnoj razini jer je socijalna kompetencija ostvariva u interpersonalnim odnosima (odnos ja/drugi), ali na nju može utjecati i samosvijest osobe. Intrapersonalna socijalna kompetencija definira se kao senzibilnost pojedinaca i razumijevanje vlastitih potreba, želja, strepnji i slično, dok se interpersonalna socijalna kompetencija odnosi na potrebe, želje, strahove drugih pojedinaca i sposobnost suradnje s njima i postizanja ciljeva u međusobnoj interakciji (Hutchby i Moran-Ellis, 1998).

Mužić (2008, prema Markuš, 2010) navodi kako socijalna kompetencija u svojoj biti uključuje socijalnu spretnost, socijalnu prihvaćenost te prilagođeno socijalno ponašanje, što su često međusobno isprepleteni pojmovi ujedno ovisni jedan o drugome. Autor Fuller (2008, prema Jurčević-Lozančić, 2011) smatra da je socijalna kompetencija cjelovito zajedništvo socijalnog znanja i socijalne akcije, odnosno kako bi pojedinac bio socijalno kompetentan mora znati kako se prihvatljivo socijalno odnositi u različitim situacijama te se isto tako na odgovarajući način i ponašati. McFadyen (2006, prema Jurčević-Lozančić, 2011) se šire nadovezuje na spomenuti pojam, razmatrajući socijalnu kompetentnost u terminima prilagodljivosti i vještinama rješavanja socijalnih problema radi postizanja određenoga socijalnog cilja i pozitivnoga razvojnog ishoda. Nadalje, većina autora tvrdi da socijalne kompetencije obuhvaćaju posjedovanje i primjenu sposobnosti integriranja mišljenja, osjećaja i ponašanja radi ispunjavanja socijalnih zadataka (Rose-Krasnor, 1997; Fuller, 2008; Schwartz, 1999).

Van Hecke i suradnici (2007, prema Kranželić i Bašić, 2008) navode kako je „socijalna kompetencija kompleksan fenomen te uključuje tri dimenzije ponašanja:

1. tendencija da se izrazi slaganje, interes za druge i pozitivne emocije prema vršnjacima kao i odraslima
2. sposobnost integracije svojeg ponašanja s ponašanjima drugih u dinamici socijalnih interakcija

3. sposobnost reguliranja pažnje i emocionalne reaktivnosti, uključujući samo-nadzor i korigiranje pogrešaka u aktivnosti usmjerenih cilju“

Autorice Katz i McClellan (1999) tumače socijalne kompetencije kao složene sposobnosti koje uključuju sve vrste komunikativnog znanja koje individualni članovi kulturalne zajednice trebaju posjedovati da bi bili interaktivni, na načine koji su socijalno djelotvorni i prikladni, dok je kompetentan pojedinac osoba koja može iskoristiti poticaje iz okruženja i svoje osobne te postići dobre razvojne rezultate koji omogućuju zadovoljavajuće sudjelovanje u zajednicama i širem društvu. Nadalje, osoba je socijalno kompetentna ako može zadovoljiti potrebe za pripadnošću ili socijalnom podrškom. Primjer najpotpunijeg ugrađivanja osobnih ciljeva u model socijalne kompetencije je onaj u kojem se kompetencija definira kao stupanj u kojem su pojedinci zadovoljili svoje ciljeve u datoj situaciji, a da pritom ne ugrožavaju svoju priliku da slijede druge subjektivno važnije ciljeve (Schneider, 1993).

Prema autoricama Mahar i Sullivan (2002), socijalne kompetencije su po svojoj prirodi višeslojne, međusobno povezane i preklapaju se, a uključuju: percepciju i interpretaciju socijalnih znakova, samoupravljanje, prepoznavanje i primjereno izražavanje osjećaja, vještine odgovornog donošenja odluka, komunikaciju u socijalnim odnosima, fleksibilne vještine suočavanja s problemima, konstruktivno rješavanje sukoba i rješavanje socijalnih problema.

Autorica Buljubašić-Kuzmanović (2010) navodi model socijalne kompetencije, odnosno sastavnice koje pojam socijalne kompetencije sadržava:

- prosocijalni stav (razina interesa i skrb o drugim ljudima);
- socijalne vještine (vještine socijalnog ponašanja koje se mogu opažati);
- vještine empatije (sposobnost uživljavanja u osjećaje drugih);
- emocionalnost (stupanj u kojem je neka osoba istodobno emocionalno izražajna i osjetljiva)
- socijalna anksioznost (odnosi se na nedostatak samopouzdanja i prisutnost anksioznosti u socijalnim situacijama).

Pregledom literature i definicija socijalne kompetencije raznih autora, zanimljivo je primijetiti kako je autorica Buljubašić-Kuzmanović prva u svojoj definiciji/sastavnicama socijalne kompetencije uvela pojam socijalne anksioznosti, odnosno nedostatak samopouzdanja i prisutnost anksioznosti u socijalnim situacijama, što asocira na nešto negativno. Većina autora pri predstavljanju samog pojma socijalne kompetencije ne uzima u obzir kako socijalna

kompetencija ne isključuje prepreke na koje pojedinci mogu naići tijekom komunikacije s drugima.

Već ranije je spomenuto da je pojam socijalne kompetencije vrlo kompleksan te ovisi o perspektivi koju autor zauzima u okviru znanosti, o aspektu socijalnih kompetencija koji se naglašava ili o kontekstu u koji ih se smješta. Prema tome, u ovom odjeljku i za potrebe ovog diplomskog rada, opisan je pojam socijalne kompetencije iz pedagoškog konteksta. Pregledom teorija socijalne kompetencije raznih autora, možemo zaključiti i kako se socijalna kompetencija sastoji od triju ključnih dimenzija, koje se međusobno isprepliću. Prva bitna dimenzija socijalne kompetencije odnosi se na prepoznavanje i promišljanje o vlastitim osjećajima, prema perspektivi autora Golemana i Buljubašić-Kuzmanović koji navode upravo da socijalna kompetencija znači znati, promišljati i tumačiti o vlastitim osjećajima pri donošenju odluka u svakodnevnom životu. Uz brigu o vlastitim osjećajima, važno je uključiti i nužnost i bitnost tuđih, što ujedno čini i drugu dimenziju socijalne kompetencije, prepoznavanje i promišljanje o tuđim osjećajima. Autori Hutchby i Moran-Ellis u sličnom kontekstu, odnosno o važnosti odnosa sa sobom, ali i s drugima, govore o socijalnoj kompetenciji na interpersonalnoj i intrapersonalnoj razini. Na istom tragu, kako bi pojedinac bio socijalno kompetentan mora znati prepoznati vlastite osjećaje, isto kao i promišljati o istima te biti spreman dijeliti svoje osjećaje kada za to osjeti potrebu te na jednak način moći dijeliti pozitivne i negativne osjećaje s drugima. Isto tako u svakodnevnim situacijama mora prepoznati i promišljati i o tuđim osjećajima te kako akcije pojedinca utječu na druge. Autorica Jurčević-Lozančić (2011) navodi kako bi pojedinac bio socijalno kompetentan mora znati kako se prihvatljivo socijalno odnositi u različitim situacijama te se isto tako na odgovarajući način i ponašati. Prve dvije dimenzije, nužne su za ostvarivanje treće, odnosno bez razumijevanja svojih i tuđih emocija, želja i potreba pojedinac ne može ostvariti prihvatljivo socijalno ponašanje, odnosno prosocijalno ponašanje (aktivno slušanje, empatija, poštovanje prema drugima, itd.), koje ujedno čini i treću dimenziju socijalne kompetencije. U empirijskom dijelu diplomskog rada, podaci će biti obrađeni upravo prema spomenutim dimenzijama.

3.2. Socijalne kompetencije i socijalne vještine

Pojam socijalne kompetencije dijeli zajednička obilježja s pojmom socijalne vještine, no većina autora smatra kako se navedeni pojmovi razlikuju prema nekoliko osnova. Socijalne vještine uključuju specifična ponašanja pojedinca (tolerancija, konstruktivna komunikaciju,

nenasilno rješavanje sukoba) dok je kompetencija određena kroz način na koji osoba koristi socijalne vještine u socijalnom okruženju. Možemo zaključiti da socijalne vještine izražene na adekvatan način te korištene na uspješan i prikladan način u postizanju osobnih ciljeva pojedinca vode socijalnoj kompetenciji (Jurčević Lozančić, 2011).

Nakon pregleda definicije socijalne kompetencije raznih autora, možemo zaključiti kako je pojam socijalne kompetencije složen i ne može se ograničiti na jedno viđenje tog pojma. S jedne strane, autori (Thorndike, 1920; prema Walker i Foley, 1973; Moss i Hunt, 1927, prema Vučić, 1970) shvaćaju socijalnu kompetenciju kao urođenu sposobnost te je ujedno povezuju i s inteligencijom, dok s druge strane imamo one autore koji smatraju da je socijalna kompetencija crta ličnosti koja se razvija kroz interes i iskustvo. Autori Hutchby i Moran-Ellis (1998) smatraju da na socijalnu kompetenciju utječe samo iskustvo te kako se ona s vremenom razvija. Neki pojedinci imaju urođene predispozicije da budu socijalno kompetentni te su one kao takve više razvijene nego kod nekih drugih pojedinaca, ali isto tako ako te urođene predispozicije nisu iskorištene na pravilan način, u cilju poticanja razvoja socijalnih kompetencija, neće davati željene rezultate. To jest, na socijalne kompetencije utječu i urođene sposobnosti, ali i okolinski čimbenici te se te dvije stavke u razvoju socijalnih kompetencija međusobno isprepliću jedna s drugom. U ovom kontekstu, važno je spomenuti i da se potrebna socijalna ponašanja i vještine za optimalan i nesmetan socijalni razvoj, mijenjaju ovisno o dobi, okolinskim uvjetima, zahtjevima određene situacije te mnogim drugim faktorima. Isto tako, učenju, razvoju i razumijevanju socijalne kompetencije treba pristupiti iz različitih kutova, odnosno multidimenzionalno, a iz tog proizlazi i da mjere razvoja socijalne kompetencije moraju biti multidimenzionalne (Lillvist i sur. 2009, prema Opić 2010). Socijalna kompetencija nužna je za učinkovita postignuća u odgojno-obrazovnih ustanovama, ali ujedno važna i tijekom cjeloživotnog učenja i snalaženja u budućem životu (Eldar i Ayvazo 2009, prema Opić 2010). Za kraj ovog poglavlja možemo zaključiti kako socijalna kompetencija objedinjuje znanja, vještine i ponašanja koje osoba posjeduje kako bi se što učinkovitije snalazila u različitim socijalnim prilikama, izazovima i izborima, a kako će pojedini autor tumačiti pojam socijalnih kompetencija ovisi o perspektivi koju zauzima u okviru znanosti, o aspektu socijalnih kompetencija koji se naglašava te o kontekstu u koji ih se smješta.

3.3. Razvoj socijalnih kompetencija adolescenata

Nakon definiranja pojma socijalnih kompetencija općenito, za potrebe ovog rada bit će opisano kako se socijalne kompetencije razvijaju u doba adolescencije te kakav utjecaj imaju

na adolescente u spomenutom razdoblju. Kod socijalne kompetencije djece i adolescenata najčešće se misli na učinkovitost u odnosima s vršnjacima, a komponente spomenutog socijalno kompetentnog ponašanja uključuju: suradnju s vršnjacima, ulazak u grupu, iniciranje igre i prosocijalna ponašanja kao što su - prijateljstvo, smijeh/veselje, prihvaćanje vršnjačkih normi i jasna komunikacija (Kranželić i Bašić, 2008). Nadalje, socijalna kompetentnost ponašanje je koje reflektira: sposobnost za socijalno funkcioniranje s vršnjacima, sposobnost postizanja osobnih ciljeva i osjetljivost za komunikaciju s vršnjacima (Howes, 1988; Walker, 2005, prema Kranželić i Bašić, 2008). Isto tako, uspostavljanje i zadržavanje zadovoljavajućih odnosa, osobito s vršnjacima također je u okviru definicije socijalne kompetencije (Knight i Hughes, 1995 prema Opić, 2010). U doba adolescencije, vršnjaci postaju najvažniji utjecaj na pojedinca u okviru uspostavljanja „normi“ kako razmišljati, osjećati i ponašati se. Isto tako, pojedinci sve više razvijaju vlastita razumijevanja o sebi i svom svijetu, a kroz odnos s vršnjacima razvijaju socijalne kompetencije i to kroz procese donošenja odluka, samoregulaciju, postavljanje ciljeva, prepoznavanja mogućnosti i procjene vjerojatnih posljedica, upravljanje sukobima, zagovaranje sebe i drugih te preuzimanje sve veće razine odgovornosti u svim segmentima razvoja (Mahar i Sullivan, 2002).

3.4. Socijalne kompetencije u odgojno-obrazovnom kontekstu

U odgojno-obrazovnom kontekstu razvoj socijalnih kompetencije i način na koji se on očituje možemo pratiti kroz vršnjačke odnose, a oni se definiraju prema dvije vrste socijalne komunikacije: prijateljstvo i popularnost, koji imaju različite korijene. Dok s jedne strane popularnost povezujemo s prihvaćanjem ili odbijanjem pojedinca unutar određene grupe (predstavljaju mjeru sviđanja i ne sviđanja), prijateljstvo se odnosi na uzajamnost u socijalnim odnosima (Bukowski i sur., 1993, prema Buljubašić-Kuzmanović, 2010). Socijalna kompetencija izražena samo kroz popularnost i informacija o socijalnoj interakciji pomaže nam da izdvojimo koji su učenici razvili socijalnu kompetenciju, od onih koji nisu, ali ne može utvrditi zašto su neki učenici popularniji od drugih. Kako bi to pokušali razjasniti, potrebna je identifikacija specifičnih socijalnih ciljeva i zadataka, usmjerena na ishode socijalnog ponašanja shvaćene kao zajednički učinak postupka pojedinca i tuđih reakcija na te postupke. Glavni nedostatak toga pristupa jest u tome što određivanje uspjeha i neuspjeha predstavlja teorijski i metodološki izazov, kao i utvrđivanje koja bi razina uspjeha bila optimalna za socijalni razvoj (Varga, 2015). Autori Vandell i Hembree (prema Katz i McClellan, 2005) smatraju kako se prijateljstvo od vršnjačkog socijalnog statusa razlikuje po smjeru i

specifičnosti, odnosno vršnjački socijalni status označuje jednosmjernu komunikaciju i razinu u kojoj vršnjačka skupina simpatizira ili prihvaća neko dijete, dok prijateljstvo pretpostavlja uzajamni odabir dvoje specifične djece i implicira dijadski odnos. Time se dolazi do pristupa koji naglašava odnosni aspekt socijalnih kompetencija. Takav je pristup prihvatljiv pedagogiji, koja ukazuje na odgojnu važnost zajedništva u razredu. Autor Komar (2010, prema Varga, 2015) upravo odgojenost i obrazovanost za zajedništvo smatra svrhom učeničkih socijalnih kompetencija.

Socijalna kompetencija ne može se promatrati kao zasebna aktivnosti ili lekcija koja se može podučiti, već je ona integrirani proces koji se odvija u različitim segmentima u odgojno-obrazovnoj ustanovi. Nastavnici ne mogu doslovno poučiti socijalnu kompetenciju kod svojih učenika, ali im mogu osigurati optimalno ozračje u kojem se socijalna kompetencija može razvijati. Tako se može naglasiti važnost fizičkog izgleda prostora koji se isto tako prilagođava s obzirom na ciljeve i dob učenika, od rasporeda klupa do načina i metoda rada koje omogućavaju rad u manjim grupama kroz koje se učenici mogu socijalizirati razvijajući time socijalne vještine. Uz spomenuto, korisne su i unaprijed osmišljene i planirane aktivnosti (grupne rasprave, igranje uloge) te strukturirane i unaprijed smišljene moguće situacije iz svakodnevnog života koje učitelj nadzire i moderira u skladu s prethodno definiranim ciljevima (Markuš, 2010). Osobine učitelja/nastavnika također imaju veliku ulogu u poticanju socijalnih kompetencija, koje svojim boravkom u razredu/školskoj okolini trebaju biti primjer dobrog socijalnog ponašanja. Ako učitelj potiče na suradnju i nenasilno rješavanje sukoba, definira jasna pravila ponašanja, poštuje jedinstvenost i različitost svojih učenika, potiče pozitivne međuljudske odnose, on na indirektnan način potiče razvoj pozitivnih modela socijalnog ponašanja (Markuš, 2010). Smatra se da uspješan učitelj mora svojim primjerom učenicima pokazati željeno ponašanje te potaknuti učenike da potiču ponavljanje tog ponašanja, pružiti im povratnu informaciju o uspjehu i osigurati uvjete za uvježbavanje i primjenu (Han i Kemple, 2006, prema Markuš, 2010). Na taj su način stvoreni preduvjeti za uspješno usvajanje novih ponašanja i vještina.

Socijalne interakcije i situacije u školskoj/razrednoj okolini mogu uvelike doprinijeti razvijanju vještina iz domene socijalne kompetentnosti s ciljem da se učenici tijekom školovanja mogu pripremiti na buduće međuljudske odnose i na potencijalne situacije s kojima će se susretati tijekom cjeloživotnog učenja. Na primjer, tijekom mogućih sukoba između učenika, učitelja se potiče da prisustvuje u rješavanju istih, sugerirajući načine ili verbalne upute putem kojih mogu

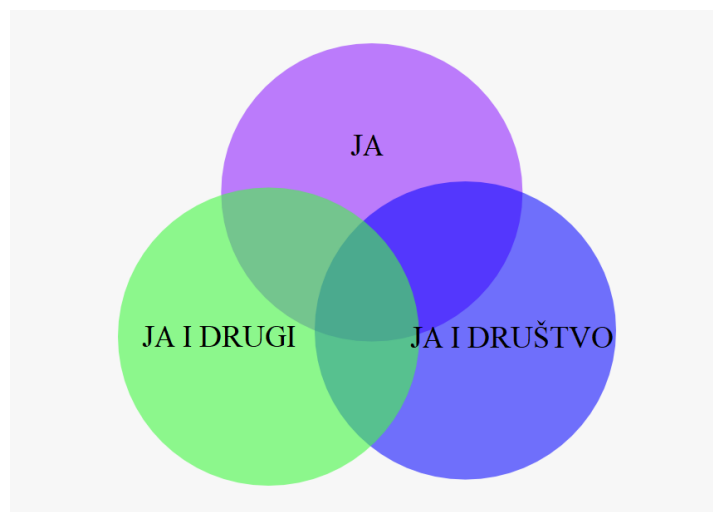
doći do rješenja. Ujedno, potiče se da učitelj pomaže učenicima u definiranju i razumijevanju njihovih emocija razgovorom o značenju i primjerenosti određenog ponašanja ili emocije (Markuš, 2010). Potreba odgojno-obrazovne ustanove, u ovom kontekstu škole, za razvoj socijalno kompetentnih učenika zahtijeva razumijevanje, osjetljivost, reaktivnost i proaktivnost u odnosu na: kulturu cijele škole, kulturnu raznolikost unutar školske zajednice, kako poučavanje i učenje utječu na učenički angažman, kako učenici razvijaju kognitivnu i socijalnu samoregulaciju tj. progresivno preuzimanje odgovornosti za akademsko i socijalno učenje, potrebu za nastavnim planom i programom koji je razvijen unutar univerzalnog pristupa, tj. usmjerenog na prevenciju, potrebu za intervencijskim strategijama koje se bave individualnim potrebama te potrebama grupe učenika, promoviranje pozitivnih stilova komunikacije i povezanih ponašanja, utjecaj učenja po modelu, najviše na nesvjesnim razinama te razvoj suradničkih i kooperativnih odnosa između škole, obitelji i cjelokupne zajednice (Mahar i Sullivan, 2002). Nadalje, kako bi se unaprijedila socijalna kompetentnost kod adolescenata, potrebni su programi povećanja socijalne kompetentnosti koji dijele zajedničko usmjerenje na razvoj i unapređenje vještina, samokontrole, upravljanja stresom, rješavanja problema, i donošenja odluka, kao i na njihovu afektivnu osviještenost i kapacitete za refleksiju (Samarin i Takšić, 2009).

3.4.1. Kurikulum za međupredmetnu temu osobni i socijalni razvoj ⁵

Na tragu spomenutog, u hrvatskim školama, aktualan je Kurikulum međupredmetne teme Osobni i socijalni razvoj za osnovne i srednje škole (u daljnjem tekstu Kurikulum) kojim se nastoji poticati cjelovit razvoj djece i mladih osoba čija je svrha izgradnja zdrave, samopouzdanе, kreativne, produktivne, proaktivne, zadovoljne i odgovorne osobe sposobne za suradnju i doprinos zajednici. Ujedno, osigurava uvjete za razvoj osobe koja je sposobna upravljati svojim emocionalnim, mentalnim, duhovnim i tjelesnim potencijalima, dok na društvenoj razini pomaže uspostaviti i održavati zdrave socijalne odnose te mlade osobe priprema za njihove uloge u obitelji, radnoj okolini i društvu (Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj, 2019). Cjelovit osobni i socijalni razvoj učenika ne odnosi se samo na učenje sadržaja, odnosno na teme koje će se učiti i poučavati već podrazumijeva odnose međusobnog

⁵ Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj, 2019

uvažavanja te aktivno sudjelovanje svih sudionika odgojno – obrazovnoga procesa kroz tri domene u organizaciji kurikuluma međupredmetne teme.



Slika 2: Odnos domena kurikuluma za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj

Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_153.html

Prema Slici 2 vidljivo je kako se sve tri domene Kurikuluma međusobno isprepliću te su jedna uz drugu potrebne kako bi se omogućio cjelovit razvoj pojedinca. Prema Kurikulumu (2019) svrha domene „Ja“ bila bi upoznavanje i prihvaćanje sebe, razvoj inicijative, ustrajnosti, samokontrole i odgovornosti s ciljem ostvarivanja osobnih potencijala te pronalaženja vlastitog puta i zadovoljstva životom. Domena „Ja i drugi“ obuhvaća prepoznavanje, uvažavanje potreba i osjećaja drugih, aktivno slušanje, davanje i primanje informacija i slično, dok je cilj domene „Ja i društvo“ razvoj svijesti o pripadanju i vlastitoj ulozi u društvu te razumijevanje odnosa pojedinca i društva. Polazište spomenutih domena utemeljeno je na potrebi prepoznavanja i kritičke procjene osobne i društvene vrijednosti kao bitnih činitelja koji utječu na mišljenje i djelovanje, razvijanja odgovornosti za vlastito ponašanje i život, pozitivnoga odnosa prema drugima i konstruktivnoga sudjelovanja u društvenom životu. Svaka od domena u svom se nazivu sastoji od riječi „Ja“, što bi značilo da se u svim od spomenutih domena razvijaju sposobnosti potrebne za izražavanje i zadovoljavanje vlastitih potreba i sklonosti, procjenu vlastitih sposobnosti, donošenje odluka i suradnju. Razvijajući osobne i socijalne kompetencije, učenik gradi samopoštovanje, samopouzdanje i osjećaj vlastite vrijednosti te sigurnost u svoje sposobnosti i identitet, a socijalno kompetentni učenici ostvaruju više pozitivnih odnosa s vršnjacima i odraslima te postižu bolji uspjeh u školi i životu. Odrednice domena uključuju razvoj cjelovite osobe koja će se moći brinuti o sebi, drugima i društvu u

cjelini. Pritom se razvija potreba za cjeloživotnim učenjem te stvaraju uvjeti za profesionalni rast i razvoj.

Postojanje Kurikuluma nije utemeljeno ako se za njegovo provođenje ne aktiviraju svi sudionici odgojno-obrazovnog procesa. Sam pojam odgojno-obrazovni proces povezujemo sa znanošću pedagogije koja istražuje intencionalne i funkcionalne fenomene odgoja i obrazovanja te čimbenike koji djeluju iz okruženja na navedene procese, a predmet proučavanja pedagogije je odgoj, to jest razvoj ili oblikovanje čovjeka kao ljudskog bića, što podrazumijeva njegove fizičke, intelektualne, moralne, estetske i radne osobine (Giesecke, 1993). Nastavni proces u odgojno-obrazovnoj ustanovi školi predstavlja temeljni dio školskog rada u kojem se planski i organizirano provodi odgoj. Ne podrazumijeva se da ljudi žive u stabilnom socijalnim odnosima, već da se politički (oblikovanjem društvenih odnosa) i pedagoški (odgovarajućim inicijativama za učenje) stabilni odnosi moraju poticati i stvarati (Giesecke, 1993). Autor Jurčić (2010) navodi kako u odgojno-obrazovnoj ustanovi školi na razvoj socijalnih kompetencija učenika djeluju različiti čimbenici, no „najstabilniji” je utjecaj nastavnog kurikuluma, kad je usmjeren na interakcijsko-komunikacijske aktivnosti koje integriraju aktivnost učitelja i učenika s jasno postavljenim ciljevima i zadacima i kad je usmjeren na kurikularni pristup, koji podrazumijeva: što treba naučiti, koliko, na koji način, uz pomoć kojih sredstava, na kojima mjestima, kako provjeriti postignuto i gdje to primijeniti. Možemo zaključiti da su odgojno-obrazovne ustanove, u ovom kontekstu škole jedne od najznačajnijih mjesta gdje se stvaraju, razvijaju i prakticiraju međuljudski odnosi, a obzirom da učenici većinu svog vremena u danu provode u školskim klupama, implicitna je pedagoška zadaća nastavnika, učenika, stručnih suradnika i ostalih aktera ustanove ostvariti pozitivno okruženje za učenje socijalnih kompetencija. Autor Jurčić (2010) smatra da je poticaj za razvoj socijalnih kompetencija uklanjanje oblika komunikacije koji označuju hijerarhijsku strukturu moći učitelja spram učenika, što bi značilo uklanjanje podijeljenosti uloga te prebacivanje naglaska s učitelja/nastavnika na suradničko i samostalno učenje učenika. Ujedno, nužno je ukloniti i smetnje razvoju socijalnih kompetencija učenika koje se ogledaju u zanemarivanju socijalizacijskih učinaka nastavnih metoda, didaktičkih načela i suvremenih didaktičkih sustava nastave, pod utjecajem mjerljivosti kognitivnih postignuća i nesklonosti pa i složenosti „mjerjenja” znanja u području odgojnih učinaka u odgojno-obrazovnom procesu. Autorica Buljubašić-Kuzmanović (2010) navodi da se načelima pedagoške prakse i strategijama učenja koje potiču razvoj socijalnih kompetencija želi izgraditi bogato socijalno okruženje i škola kao izvanobiteljska osnova sigurnosti iz koje djeca dodatno crpe snagu, ljubav i poticaj.

4. Empirijsko istraživanje

4.1. Problem, cilj i svrha istraživanja

Istraživanja o povezanosti socijalnih kompetencija i društvenih mreža danas, nedovoljno su zastupljena u području pedagogije ili njoj srodnih znanosti, no kako autor Turoman (2006, prema Jurčić 2010) navodi socijalne su kompetencije jedne od najvažnijih kompetencija koje će biti potrebne i tražene u budućnosti, a nastavni kurikulum usmjeren prema životu i radu učenika, odgoju i obrazovanju za njihov život, uzajamnoj povezanosti stvari u životu, a ne samo prema pojedinačnim vidovima dane znanosti ili predmeta, polazište je koje daje poticaj razvoju socijalnih kompetencija učenika. Sve važniji čimbenik u odgoju i obrazovanju mladih čine i društvene mreže čiji je ubrzani rast promijenio način na koji mladi provode svoje slobodno vrijeme, njihovu svijest, način komuniciranja i njihove međusobne odnose (Diklić i sur., 2019). Već ranije spomenuto i objašnjeno u prvom dijelu rada, poznato je da su društvene mreže danas promijenile svakodnevni život mnogih ljudi, a pogotovo mladih i adolescenata koji se sve više koriste modernim tehnologijama što navodi na razmišljanje kako one zapravo utječu na njihov život. Točnije, u kontekstu ovog diplomskog rada, kako one utječu na socijalne kompetencije adolescenata, s obzirom na to da su one važan aspekt optimalnog razvoja djece i adolescenata i kao takve, bitno je da se neometano razvijaju, kako u obiteljskom domu tako i u odgojno-obrazovnim ustanovama. Autorica Komljen (2019) navodi da mediji imaju značajan utjecaj na mlade te kako je poveznica između medija i razvoja socijalnih kompetencija mladih značajna i govori o doseg utjecaja koji mediji imaju danas. Važno je i napomenuti kako uglavnom prevladava mišljenje o negativnom utjecaju korištenja društvenih mreža na mlade, često zanemarujući one pozitivne prema kojima društvene mreže omogućuju mladima da budu kompetentni građani u digitalnom dobu (McLeod, 2010, prema Komljen, 2019). Sve navedeno temelj je za istraživanje navedene tematika te će istraživanjem biti utvrđeno postoji li razlika u socijalnim kompetencijama učenika koji koriste društvene mreže te u socijalnim kompetencijama učenika koji se istima ne koriste. Navedeno istraživanje kvantitativnog je tipa, a deskriptivnom metodom opisat će se rezultati istraživanja, odnosno povezanost korištenja društvenih mreža sa stupnjem povezanosti socijalnih kompetencija adolescenata.

Cilj istraživanja „Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata“ je identificiranje povezanosti društvenih mreža Instagram i TikTok sa stupnjem razvijenosti

socijalnih kompetencija adolescenata, a problemi izvedeni iz samog cilja istraživanja te pitanja na koja ovim istraživanjem želim odgovoriti su:

- Postoji li povezanost između korištenja društvenih mreža (Instagram, TIKTOK) i socijalnih kompetencija adolescenata
- Postoji li povezanost između korištenja društvenih mreža (Instagram, TIKTOK) više sati dnevno i socijalnih kompetencija adolescenata?

Spomenuta istraživačka pitanja biti će analizirana i u kontekstu spola te vrste srednje škole koju ispitanici pohađaju te će biti utvrđeno i postoje li značajne razlike prema navedenim faktorima. Svrha ovog istraživanja bila bi ispitati trenutno stanje socijalnih kompetencija hrvatskih adolescenata te jesu li s društvenim mrežama povezane pozitivno, negativno ili povezanosti između društvenih mreža i socijalnih kompetencija nema.

4.2. Hipoteze istraživanja

H1: Društvena mreža Instagram povezana je sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata

H2: Količina vremena provedena na društvenoj mreži Instagram povezana je sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata

H3: Društvena mreža TikTok povezana je sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata

H4: Količina vremena provedena na društvenoj mreži TikTok povezana je sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata

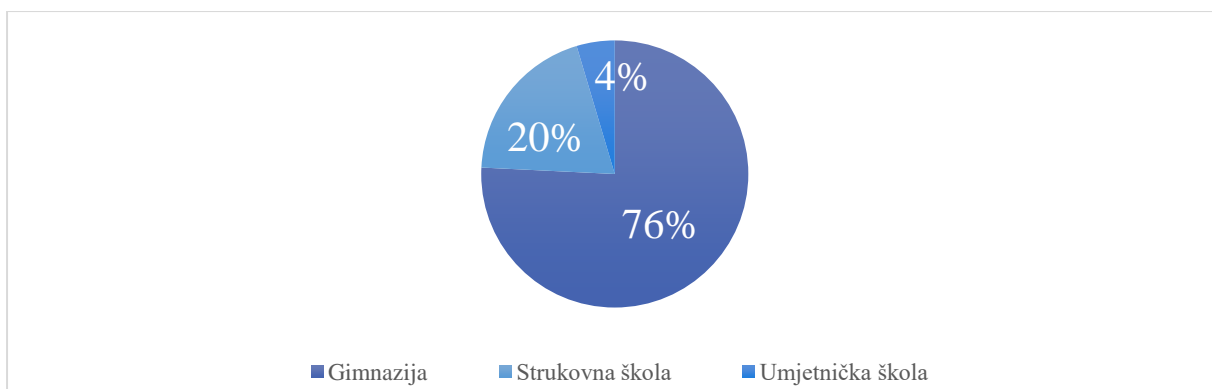
4.3. Način provođenja istraživanja

Početak istraživanja započeo je u lipnju 2021. godine, kontaktiranjem srednjih škola na području grada Zagreba elektronskim Pozivom na sudjelovanje u spomenutom istraživanju. S obzirom na to da se istraživanje bazira na kvantitativnoj paradigmi te anketnim upitnicima i uzimajući u obzir trenutnu epidemiološku situaciju, *online* anketni upitnici bili su optimalan odabir za provođenje spomenutog istraživanja. Elektronski Poziv na sudjelovanje u istraživanju upućen srednjim školama na području grada Zagreba sastojao se od kratkog opisa samog istraživanja, njegovog cilja, potvrde mentora o provođenju istraživanja, potvrde Povjerenstva za etičnost u pedagojskim istraživanjima Odsjeka za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu o etičkom statusu istraživanja te poveznice koja vodi prema *online* anketi

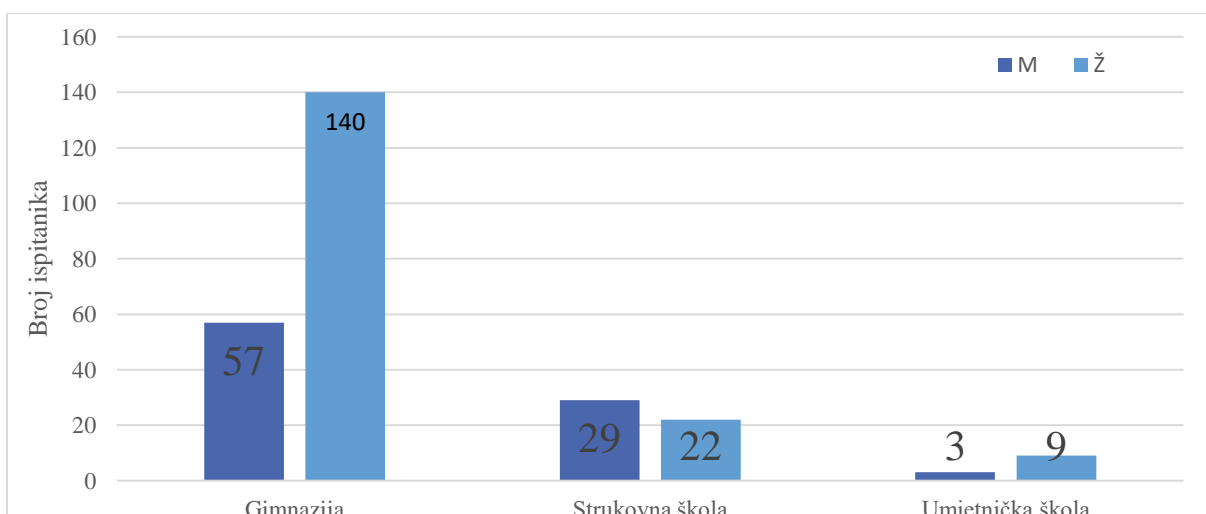
uz molbu da se ista proslijedi učenicima trećih razreda ili njihovim razrednicima. Srednje škole na području grada Zagreba odabrane su za kontaktiranje probabilističkim, jednostavnim slučajnim uzorkom, a njihov kontakt, odnosno elektronske adrese i popis svih srednjih škola na području grada Zagreba pronađene na mrežnim stranicama Ministarstva znanosti i obrazovanja. Tijekom kontaktiranja srednjih škola na području grada Zagreba u lipnju, od svih kontaktiranih škola, mali broj javio se povratnom informacijom uz objašnjenje da krajem školske godine ne provode vanjske upitnike sa sugestijama ponovnog kontaktiranja početkom iduće školske godine. Iz tog je razloga, kontaktiranje i samo provođenje istraživanja odgođeno do rujna 2021. godine. Početkom rujna 2021. godine, odnosno početkom nove školske godine, upućen je ponovni Poziv na sudjelovanje u istraživanju već ranije kontaktiranim školama u lipnju te prvi Poziv na sudjelovanje u istraživanju školama koje nisu bile ranije kontaktirane, ali je postojala potreba za proširenjem uzorka zbog malog odaziva ranije kontaktiranih škola. S obzirom na to da se tijekom dva tjedna elektronskom poštom povratno javila samo jedna škola na području grada Zagreba, kontaktiranju je bilo pristupljeno na drugačiji način. Nadalje, pronađeni su telefonski kontakti na Internet stranicama odabranih srednjih škola te je kontakt s istima ostvaren telefonskim putem s ravnateljima ili pedagozima srednjih škola na području grada Zagreba. Kontakt s nekim školama bio je ostvaren s pozitivnim ishodom, neke od škola nisu bile voljne sudjelovati u spomenutom istraživanju, a sa nekima kontakt nije bio ni ostvaren. Takav način kontaktiranja, pokazao se optimalnim i najkorisnijim jer je rezultirao porastom broja ispitanika do potrebnog broja za analizu prikupljenih podataka.

4.4. Uzorak

Već spomenuto u prijašnjem poglavlju, uzorak koji je bio korišten u ovom istraživanju je probabilistički, jednostavni slučajni uzorak. U istraživanju su sudjelovali učenici srednjih škola na području Grada Zagreba koji su činili populaciju spomenutog uzorka. Jednostavnim slučajnim uzorkovanjem prvotni se uzorak sastojao od osam gimnazija, osam strukovnih škola te četiri umjetničke škole na području Grada Zagreba. S obzirom na minimalnu povratnu informaciju odabranih škola te nedovoljan broj ispitanika, uzorak je proširen na petnaest gimnazija, dvadeset strukovnih škola te osam umjetničkih škola, također sve na području Grada Zagreba. Ukupan broj ispitanika, od ukupnog broja uzorka, koji je dobrovoljno sudjelovao u istraživanju iznosi 260 ($N=260$), prikazan na *Grafu 1* u odnosu na vrstu srednje škole koju ispitanik pohađa. Raspodjela ispitanika prema spolu i vrsti škole koju pohađa vidljiva je u nastavku rada prema *Grafu 2*.



Graf 1: Broj ispitanika prema vrstama srednjih škola koje pohađaju, iskazan u postotcima



Graf 2: Raspodjela broja ispitanika prema spolu i vrsti srednje škole koju ispitanik pohađa

Prema podacima prikazanim *Grafom 1* i *Grafom 2* može se zaključiti kako od ukupnog broja ispitanika, najveći broj ispitanika pohađa gimnazije, zatim strukovne škole te umjetničke škole te kako je u istraživanju sudjelovalo više ispitanica ženskog spola (65.8%) nego ispitanika muškog spola (34.2%).

4.5. Postupci i instrumenti

Za potrebe provođenja istraživanja korišten je postupak anketiranja, a nastavno na spomenuto kreiran je anketni upitnik u *online* formi Google obrasca, ekvivalentan prikazanome u Prilogu 1. Anketni upitnik podijeljen je u tri dijela, prema tri zasebne cjeline.

Prvi dio sastoji se od kratkog uvoda kojim se ispitanicima objašnjava cilj i svrha istraživanja, način pohrane podataka, osiguravanje anonimnosti i dobrovoljno sudjelovanje te mogućnost odustajanja od istraživanja u bilo kojem trenutku. Isto tako, ispitanike se potiče da na pitanja odgovaraju što točnije kako bi dobiveni podaci bili vjerodostojni, a spomenuto je i da su podaci povjerljivi te kako će se koristiti samo u znanstvenu svrhu pisanja diplomskog rada. Uvodni

dio slijede pitanja zatvorenog tipa koja ispituju spol te vrstu srednje škole koju ispitanik pohađa, sve u svrhu prikupljanja općih podataka o ispitanicima.

Drugi dio upitnika sastoji se od niza pitanja kojima se ispituju navike korištenja društvenih mreža, TikToka i Instagrama. Prva četiri pitanja zatvorenog su tipa te ispituju korištenje društvene mreže TikTok, u koju svrhu se mreža najčešće koristi, vrijeme provedeno te važnost broja pratitelja na spomenutoj mreži. Peto pitanje također je zatvorenog tipa, a odnosi se na samoprocjenu ispitanika o utjecaju društvene mreže TikTok na vlastito ponašanje (*Sadržaj koji pratim na TikToku utječe na moje ponašanje*). Sljedećih pet pitanja, postavljenih na isti način kao i prvih pet, ispituju karakteristike društvene mreže Instagram.

Treći dio upitnika odnosi se na ispitivanje stupnja razvijenosti socijalnih kompetencija učenika trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba. Stupanj socijalne kompetencije podijeljen je trima, već ranije spomenutima, dimenzijama socijalne kompetencije, a za potrebe odgovora formirana je ljestvica stajališta prema Likertovoj 5-stupanjskoj ljestvici (1-nikad, 2-rijetko, 3-povremeno, 4-često, 5-vrlo često). Prva dimenzija odnosi se na prepoznavanje i promišljanje o vlastitim osjećajima što se propituje pitanjima konstruiranim u prvom odjeljku trećeg dijela upitnika; *Spreman sam reći drugome da su me njegovi postupci povrijedili; Znam načine na koje se mogu oraspoložiti, kada se osjećam tužno; Mogu procijeniti kako se osjećam u određenom trenutku* i druga. Pitanjima iz drugog odjeljka trećeg dijela upitnika: *Volio/voljela bih da mi drugi kažu, ako ih moja dijela povrijede; Kada je moj prijatelj tužan, razgovaram s njim; Ako mi se prijatelj požali oko nečega, tražim načine kako da mu pomognem* i druga, nastoji se ispitati postojanje druge dimenzije socijalne kompetencije, a koja se odnosi na prepoznavanje i promišljanje o tuđim osjećajima. Treća dimenzija socijalne kompetencije sadržana je u trećem odjeljku trećeg dijela upitnika, koji je ujedno i zadnji dio anketnog upitnika. Pitanjima: *S lakoćom uspostavljam kontakt s drugima; Ne upadam u riječ osobi kada ona govori; Aktivno slušam druge kada mi se žele povjeriti o svojim problemima* i drugima, ispituje se stupanj treće dimenzije socijalne kompetencije, prosocijalno ponašanje (aktivno slušanje, empatija, poštovanje prema drugima, itd.). Svrha je trećeg dijela upitnika prepoznati i utvrditi trenutni stupanj socijalne kompetencije među ispitanicima, to jest utvrditi u kojoj su mjeri prema navedenim dimenzijama socijalne kompetencije, učenici srednjih škola na području grada Zagreba socijalno kompetentni.

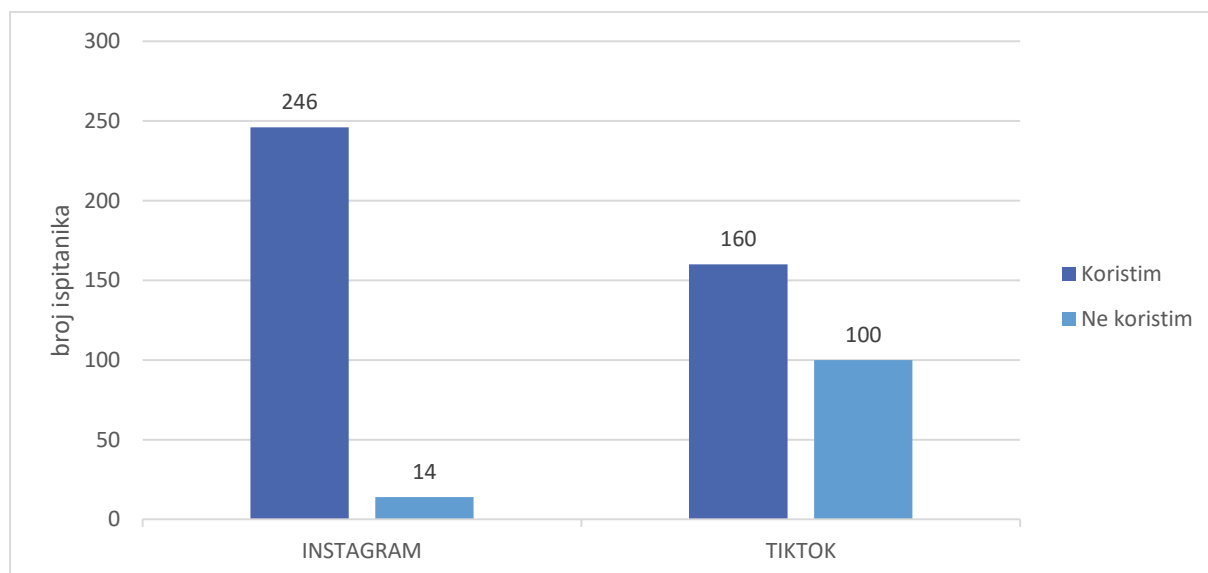
4.6. Obrada podataka

Anketni upitnik proveden je u elektronskom obliku Google obrazaca te su na isti način spremljeni te sadržani podaci dobiveni upitnikom. Naknadno, dobiveni podaci preuzeti su s Google obrazaca na privatno računalo i prenijeti u program Microsoft Excel preko kojeg su statističkom analizom obrađeni. Rezultati su također obrađeni statističkom analizom u programu „SPSS Statistics”. U daljnjem radu slijedi sistematizacija rezultata i donošenje zaključaka dobivenih rezultata prema poglavljima: Korištenje društvenih mreža TikTok i Instagram, Socijalne kompetencije te Povezanost društvenih mreža TikTok i Instagram i socijalnih kompetencija.

4.7. Analiza rezultata i rasprava

4.7.1. Korištenje društvenih mreža TikTok i Instagram

Kako bismo uopće mogli govoriti o povezanosti društvenih mreža sa socijalnim kompetencijama kod adolescenata, potrebno je istražiti u kolikoj se mjeri adolescenti koriste navedenim društvenim mrežama te koriste li ih uopće u svojoj svakodnevici. U ovom će poglavlju biti analizirani i interpretirani rezultati istraživanja dobiveni drugim dijelom upitnika kojima se ispituje korištenje društvenih mreža, TikToka i Instagrama.

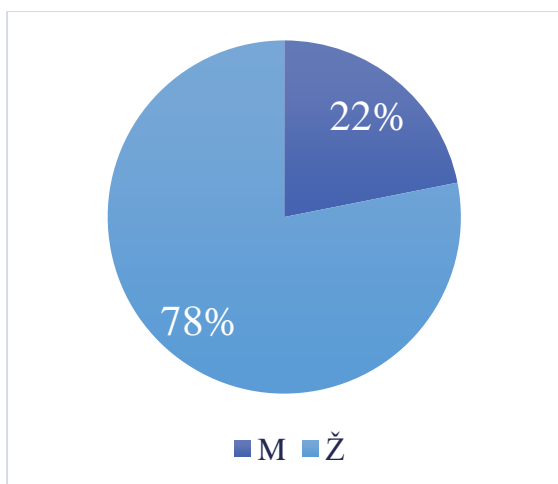


Graf 3: Prikaz korištenja društvenih mreža Instagram i TikTok od strane ispitanika

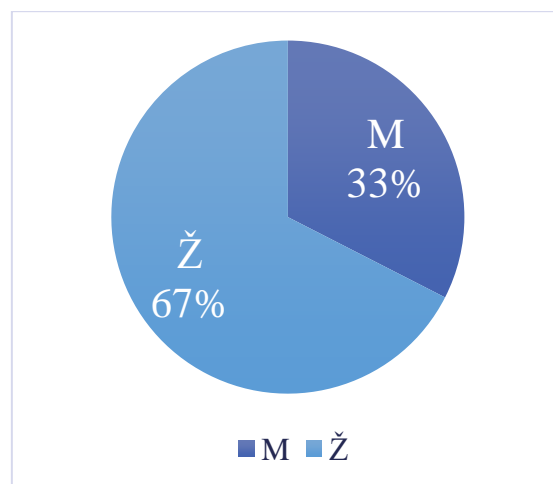
Istraživanjem je utvrđeno kako od ukupnog broj ispitanika koji iznosi 260, 160 (65,04%) ispitanika koristi društvenu mrežu TikTok, dok 100 ispitanika (38,46%) od ukupnog broja ne koristi navedenu društvenu mrežu. Nadalje, 246 ispitanika (94,62%), koristi društvenu mrežu Instagram, a 14 ispitanika (5,38%) ne koristi navedenu društvenu mrežu, što bi značilo da

gotovo svi imaju profil na društvenoj mreži Instagram te istu i koriste. Prema dobivenim podacima, možemo zaključiti kako je društvena mreža Instagram popularnija od društvene mreže TikTok, s obzirom da više učenika trećih razreda srednjih škola na području grada Zagreba koristi društvenu mrežu Instagram, nego društvenu mrežu TikTok. Podatci koji prate Sliku 1 iz teorijskog dijela ovog diplomskog rada također nalažu kako su najčešće društvene mreže korištene od strane mladih u stranim državama u 2020. godini bile Instagram i TikTok te kako je društvena mreža Instagram korištena u većoj mjeri nego je korištena društvena mreža TikTok. Također, prema istraživanjima spomenutim u teorijskom dijelu rada na području Grada Zagreba, provedenima 2020. godine, društvena mreža Instagram korištena je u većoj mjeri od strane adolescenata nego društvena mreža TikTok. S obzirom na to da se društvena mreža TikTok 2020. godine tek počela razvijati i u kratkom vremenu nije stigla dospjeti na ljestvicu veće popularnosti, zanimao nas je podatak stanja popularnosti navedene mreže danas. Uzorak nije pratio sve adolescente na području Grada Zagreba već samo učenike trećih razreda srednjih škola te prema tome ne možemo pretpostaviti da je društvena mreža Instagram i dalje popularnija od društvene mreže TikTok među adolescentima na istom području, no svakako zaključujemo kako uzorak mladih adolescenata, točnije učenika trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba u većoj mjeri koristi društvenu mrežu Instagram, u usporedbi sa društvenom mrežom TikTok.

Od ukupnog broja ispitanika koji koriste društvenu mrežu TikTok, 125 ih je ženskog spola, a 35 muškog spola, prikazanog u postotcima *Grafom 4*, dok je *Grafom 5* u postotcima prikazano koliko od ukupnog broja ispitanika koriste društvenu mrežu Instagram. 166 ispitanika koji koriste navedenu mrežu je ženskog spola, a 80 ispitanika muškog spola. Prema navedenim podacima možemo zaključiti kako ženska populacija više koristi navedene društvene mreže, no važno je napomenuti i da je u istraživanju sudjelovalo više ispitanika ženskog spola te da ovaj rezultat možemo pripisati i činjenici da je više ispitanika ženskog spola bilo voljno sudjelovati u istraživanju te zbog istog razloga ne možemo generalizirati dobivene podatke. Obzirom da istraživanjem nismo uspjeli dobiti jednaki ili podjednaki broj muških i ženskih ispitanika, povezanost društvenih mreža i stupnja socijalne kompetencije neće biti stavljena u kontekst spola u daljnjoj obradi podataka.

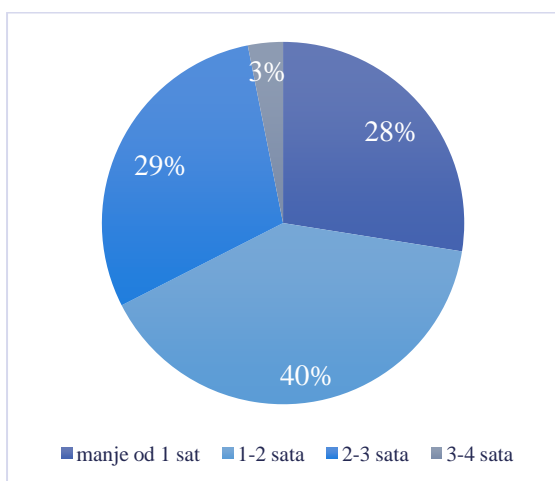


Graf 4: Prikaz korištenja društvene mreže Instagram prema spolu

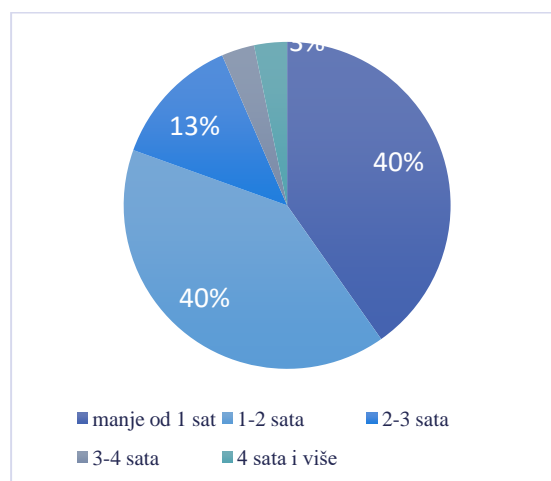


Graf 5: Prikaz korištenja društvene mreže TikTok prema spolu

Već je ranije spomenuto da se veliki dio emocionalnog, društvenog i socijalnog razvoja adolescenata događa *online*, a time se izgrađuje i oblikuje društveni identitet adolescenata (Renau i sur., 2013, prema Ortiz i Garrido, 2019) te je iz tog razloga važno ispitati koliko vremena adolescenti dnevno provode na određenim društvenim mrežama te kakav to utjecaj ima na njihov razvoj, a u kontekstu istraživanja na stupanj socijalne kompetencije. Jedno od pitanja u anketnom upitniku ispitalo je količinu vremena provedenog na društvenoj mreži Instagram te društvenoj mreži TikTok, raspona od jednog ili manje pa do četiri ili više sati dnevno.



Graf 6: Vrijeme provedeno na društvenoj mreži TikTok

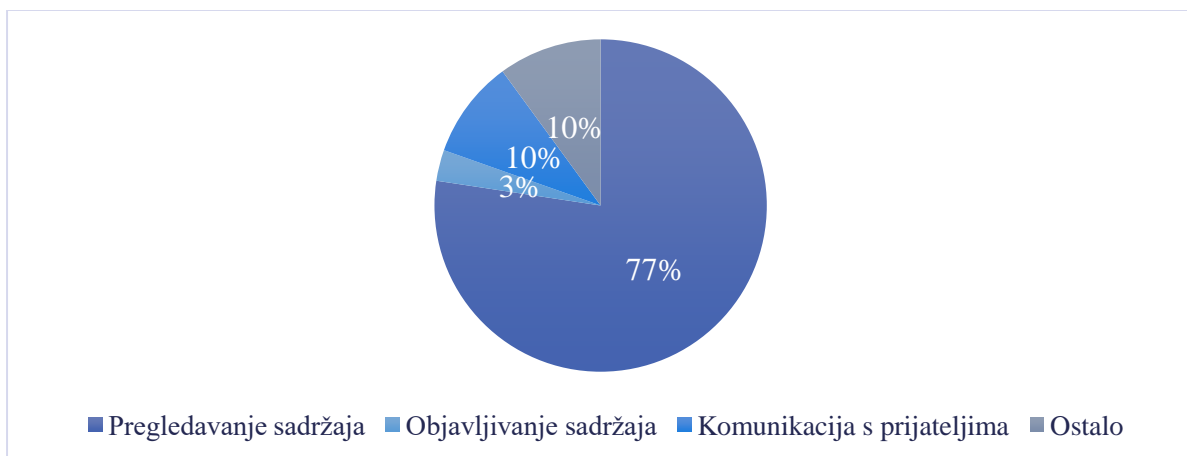


Graf 7: Vrijeme provedeno na društvenoj mreži Instagram

Grafom 6 prikazana je količina vremena provedenog u jednom danu na društvenoj mreži TikTok. Istraživanje je pokazalo kako najviše ispitanika (64) društvenu mrežu TikTok koristi 1-2 sata dnevno što iznosi 40%, zatim 29% ispitanika (47) 2-3 sata dnevno, 28% ispitanika (44) manje od 1 sat dnevno te samo 3% od ukupnog broja ispitanika (5) koristi navedenu mrežu više od 3-4 sata. 4 sata dnevno društvenu mrežu TikTok ne koristi ni jedan od ispitanika.

Nadalje, 99 ispitanika koriste društvenu mrežu Instagram manje od 1 sat dnevno te 99 ispitanika koristi društvenu mrežu Instagram 1-2 sata dnevno, što prema *Grafu 7* označuje da 40% od ukupnog broja ispitanika navedenu mrežu koristi manje od 1 sat dnevno, a isto tako 40% od ukupnog broja ispitanika navedenu mrežu koristi 1-2 sata dnevno. 13% od ukupnog broja ispitanika (32) društvenu mrežu Instagram dnevno koristi 2-3 sata, dok 8 ispitanika (4%) navedenu društvenu mrežu dnevno koristi 3-4 sata, a isti broj ispitanika dnevno koristi Instagram 4 sata i više. Možemo zaključiti da većina ispitanika (80%), učenika trećih razreda srednjih škola, društvenu mrežu Instagram dnevno koristi manje od 2 sata, dok 20% ukupnog broja ispitanika koji koriste društvenu mrežu Instagram na njoj provede manje od 3 sata dnevno. Što se tiče društvene mreže TikTok najviše je korištena u rasponu od 1-2 sata te prema tome zaključujemo kako većina ispitanika na društvenim mrežama Instagram i TikTok provode u rasponu do 2 sata dnevno. Daljnjom obradom podataka ustanovit ćemo je li količina provedenog vremena na spomenutim društvenim mrežama povezana sa stupnjem razvijenosti socijalne kompetencije.

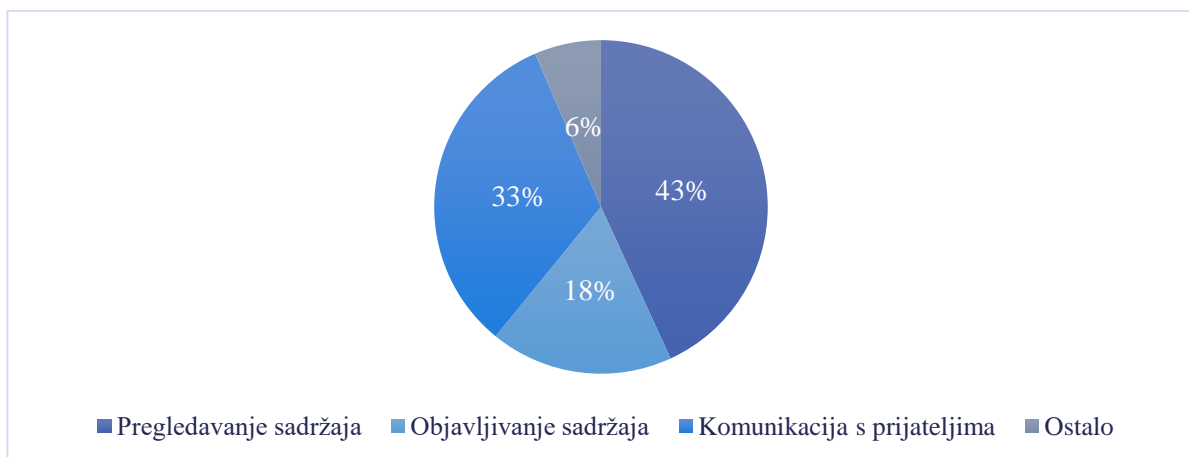
Isto tako, kako bi ustanovili čime se ispitanici na društvenim mrežama najčešće bave te što motivira adolescente na korištenje društvenih mreža, postavljeno je pitanje u koju svrhu ispitanici najčešće koriste društvenu mrežu TikTok i Instagram.



Graf 8: Razlozi korištenja društvene mreže TikTok

Grafom 8 prikazan je odnos svrhe korištenja navedene društvene mreže. Pitanje je postavljeno u obliku višestrukog izbora te su ispitanici mogli odabrati višestruko, kao i pod „Ostalo“ dodati u koju još svrhu, koja nije navedena, koriste društvenu mrežu TikTok. Najveći broj ispitanika, 154, koristi društvenu mrežu TikTok za pregledavanje sadržaja, što ujedno iznosi 77%. 3% koristi društvenu mrežu TikTok za objavljivanje sadržaja. Zanimljiv je podatak dobiven

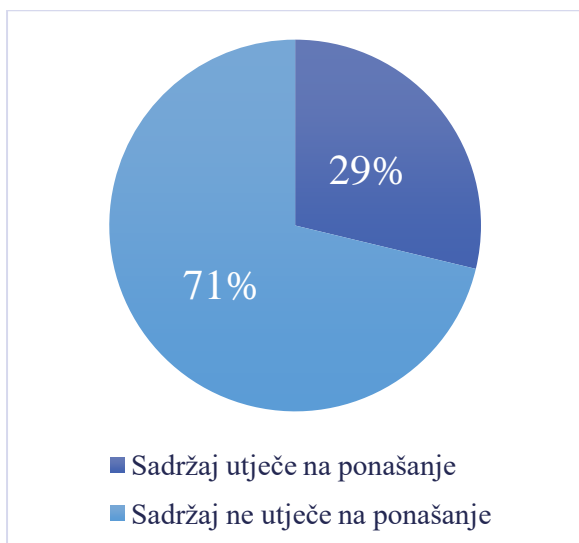
odgovorima na ovo pitanje povezan sa pitanjem br. 6. *Važno mi je koliko imam pratitelja na TikToku.* Ispitanici koji su naveli da koriste društvenu mrežu TikTok za objavljivanje sadržaja isti su oni koji su naveli bitnost pratitelja na navedenoj mreži, što bi značilo kako je motiv objavljivanja sadržaja stjecanje većeg broja pratitelja na društvenoj mreži TikTok. Nadalje, isti broj ispitanika, njih 20, koristi društvenu mrežu za komunikaciju s prijateljima te zbog ostalih razloga, od kojih su neki: dijeljenje sadržaja, ubijanje dosade, slanje smiješnih videozapisa prijateljima.



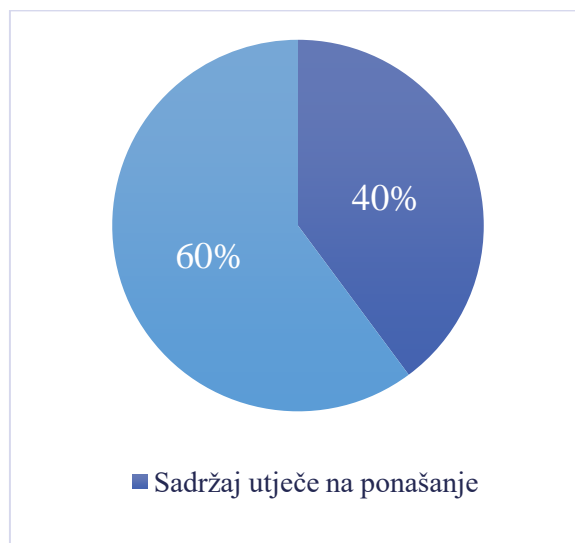
Graf 9: Razlozi korištenja društvene mreže Instagram

Grafom 9 prikazan je odnos svrhe korištenja društvene mreže Instagram. Istraživanje je pokazalo kako 214 ispitanika (43%) koristi društvenu mrežu Instagram za pregledavanje sadržaja, dok 88 ispitanika (18%) koristi navedenu društvenu mrežu za objavljivanje sadržaja. 33% ispitanika, njih 162, koristi društvenu mrežu Instagram za komunikaciju s prijateljima, a njih 32 (6%) je navelo ostale razloga korištenja navedene mreže od kojih su neki: bijeg od stvarnosti, dosada, slanje *meme*⁶-ova i slično. Prema dobivenim podacima prikazanima Grafovima 8 i 9 možemo zaključiti kako se obje društvene mreže najčešće koriste za pregledavanje sadržaja, dok se za objavljivanje sadržaja društvena mreža Instagram koristi više. Objavljivanje sadržaja na društvenoj mreži TikTok u maloj je mjeri zastupljeno od strane ispitanika. Isto tako, za komunikaciju s prijateljima ispitanici, učenici trećih razreda srednjih škola na području grada Zagreba, biraju društvenu mrežu Instagram, umjesto društvene mreže TikTok. Prema dobivenim podacima zaključujemo kako je moguće da se na društvenoj mreži Instagram ispitanici osjećaju sigurnije ili ugodnije objavljivati sadržaj isto kao i komunicirati s prijateljima, a dobiveni rezultat temelj je za daljnja istraživanja o mogućim razlozima istog.

⁶ označava ideju, ponašanje ili stil koji se širi od osobe do osobe unutar neke kulture



Graf 10: Samoprocjena ispitanika o tome utječe li sadržaj koji prate na TikToku na njihovo ponašanje



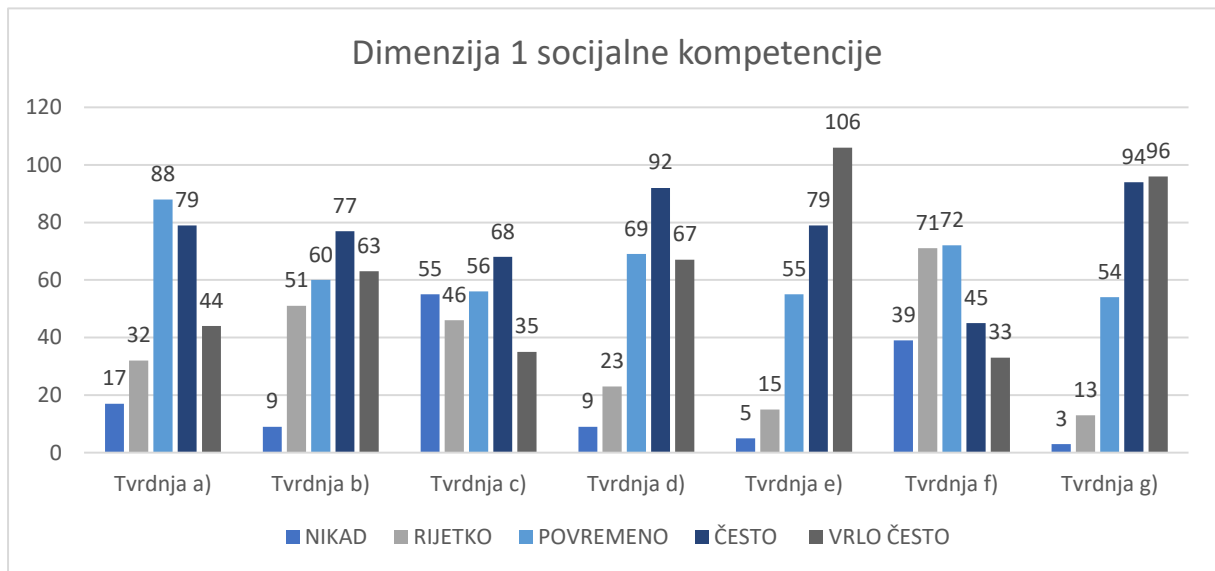
Graf 11: Samoprocjena ispitanika o tome utječe li sadržaj koji prate na Instagramu na njihovo ponašanje

Nadalje, ispitanicima je postavljeno pitanje o samoprocjeni utjecaja društvenih mreža TikTok i Instagram na njihovo ponašanje te je *Grafom 10* prikazan odnos utjecaja društvene mreže TikTok izražen u postotcima. 46 ispitanika smatra da korištenje društvene mreže TikTok utječe na njihovo ponašanje, dok 114 ispitanika navodi kako društvena mreža TikTok ne utječe na njihovo ponašanje. Što se tiče društvene mreže Instagram, 98 ispitanika navodi kako navedena društvena mreža utječe na njihovo ponašanje, dok 148 ispitanika navodi kako navedena društvena mreža ne utječe na njihovo ponašanje. Prema rezultatima istraživanja možemo zaključiti kako na ispitanike, prema njihovim procjenama, više utječe sadržaj koji prate na Instagramu od sadržaja koji prate na TikToku. Ovaj podatak važan je za interpretaciju podataka u zadnjem dijelu analize u kojem ćemo utvrditi postoji li povezanost između korištenja društvenih mreža te stupnja razvijenosti socijalnih kompetencija adolescenata te usporediti sa samoprocjenom ispitanika o utjecaju istog.

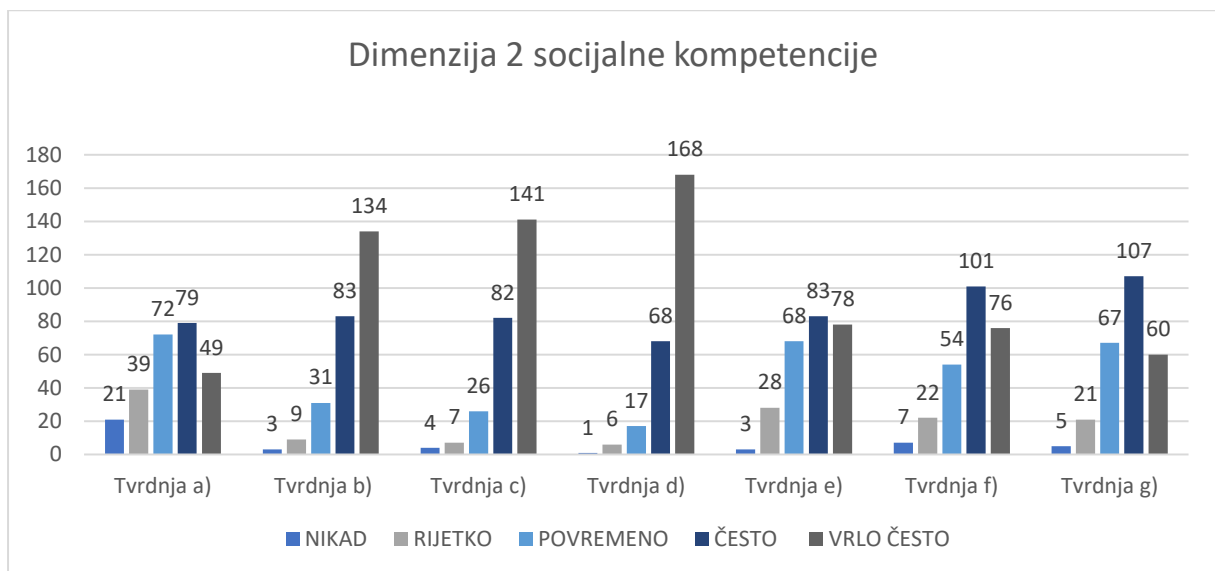
4.7.2. Socijalne kompetencije

U ovom poglavlju biti će objašnjeni i komentirani rezultati dobiveni trećim dijelom anketnog upitnika, kojem je cilj bio ispitati trenutno stanje socijalnih kompetencija učenika trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba. Već ranije spomenuto u teorijskom dijelu rada, radi potrebe ovog istraživanja i obrade podataka, termin socijalne kompetencije prikazan je prema trima dimenzijama. Analizom podataka biti će utvrđena povezanost

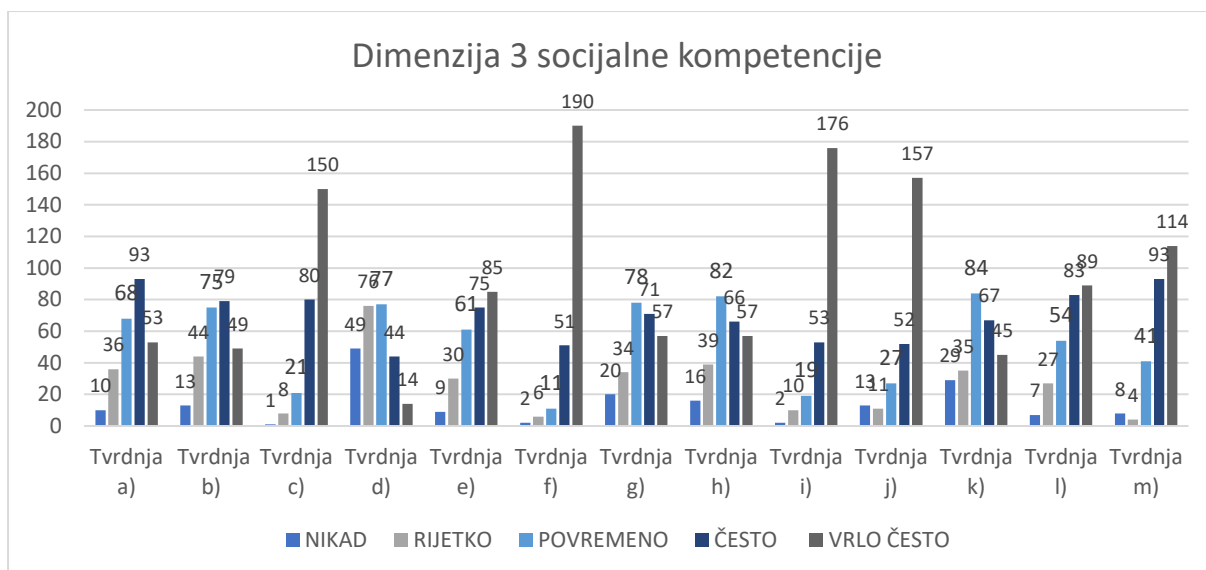
društvene mreže TikTok i Instagram sa svakom pojedinom dimenzijom socijalne kompetencije te ujedno sa socijalnom kompetencijom u cjelini. Pitanja postavljena anketnim upitnikom iz trećeg dijela, temeljena su na ljestvici stajališta prema Likertovoj 5-stupanjskoj ljestvici (1-nikad, 2-rijetko, 3-povremeno, 4-često, 5-vrlo često). Isto tako, treći dio anketnog upitnika podijeljen je u tri cjeline, od koje svaka čini jednu dimenziju socijalne kompetencije, izraženu tvrdnjama, prikazano *Grafovima 12, 13 i 14* u daljnjem radu.



Graf 12: Prikaz dimenzije 1 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika



Graf 13: Prikaz dimenzije 2 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika



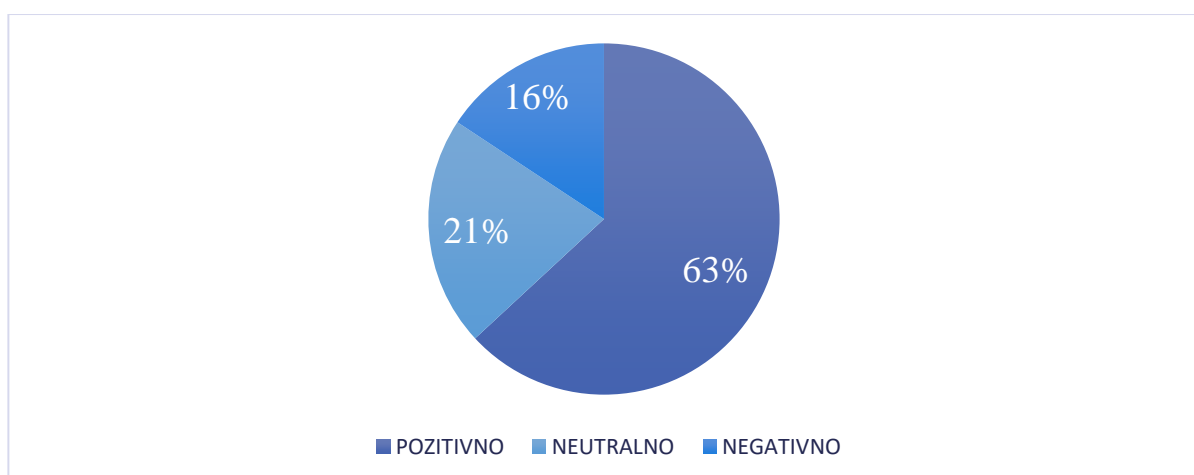
Graf 14: Prikaz dimenzije 3 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika

Graf 12, 13 i 14 prikazuju odnos tvrdnji prema dimenzijama socijalne kompetencije. Tvrdnje iz prve dimenzije socijalne kompetencije: a) *Volim ugadati drugima, čak i kad se radi o situacijama koje nisu najbolje za mene*, i c) *Ako me netko zadirkuje, želio/željela bih mu vratiti istom mjerom*, postavljene su na način da pozitivan odgovor označuje vrijednost 1 (nikad), a negativan 5 (vrlo često) te su preoblikovane na način da vrijednost 1 (nikad) označava 5 (vrlo često) i obrnuto kako bi svaka tvrdnja, odnosno analizirani podaci sadržavali iste vrijednosti te kako bi obrađeni podatci bili vjerodostojni. Također, isti princip primijenjen je i na tvrdnje: d) *Dajem savjet drugome tek kad je to od mene traženo*; g) *Kada se nešto loše dogodi osobi koju ne poznajem, ne osjećam žaljenje*; j) *Ako mi se ne sviđa prijateljjev stil odijevanja, kažem mu da ga mora promijeniti*; k) *Ako se moje mišljenje razlikuje od ostalih, smatram da sam ja u pravu*, sadržane u trećoj dimenziji socijalne kompetencije. Grafovima je isto tako prikazano koji broj ispitanika je zaokružio koju tvrdnju/vrijednost te u kojem su odnosu navedene tvrdnje.

U prvom dijelu skupa tvrdnji prikazanim *Grafom 12* pitanja su bazirana na provjeravanju prepoznavanja vlastitih osjećaja, a od svih navedenih tvrdnji najveću pozitivnu vrijednost imaju tvrdnje e) i g), dok najveću negativnu vrijednost imaju tvrdnje c) i f). Prema rezultatima možemo zaključiti kako se dimenzija 1 socijalne kompetencije najviše očituje u dijeljenju svojih pozitivnih iskustava s drugima i u procjeni vlastitih osjećaja, dok se s druge strane ispitanici najmanje povjeravaju drugima kada se osjećaju loše te ukoliko se zbog nekoga loše osjećaju, bilo bi im lakše da se i ta osoba loše osjeća. Prema svemu navedenom zaključujemo kako ispitanici pozitivne osjećaju češće vole dijeliti nego one negativne. *Graf 13* prikazuje odnos tvrdnji prema drugoj dimenziji socijalne kompetencije čija su pitanja bazirana prema

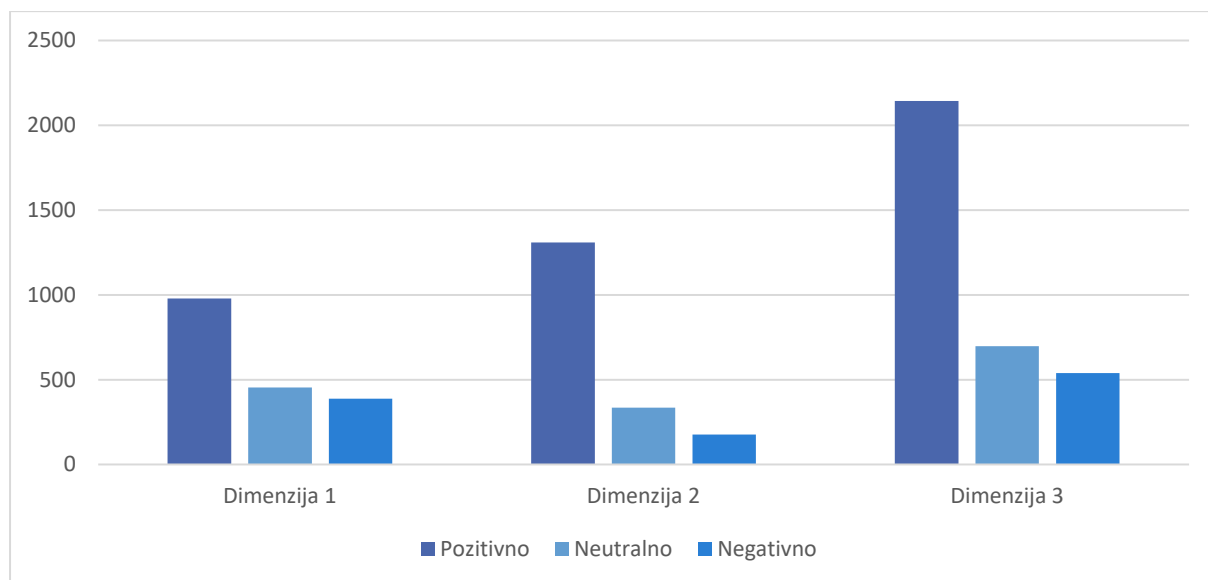
provjeravanju prepoznavanja tuđih osjećaja, u kojoj su, za razliku od prve dimenzije socijalne kompetencije, pozitivne vrijednosti u većoj mjeri zastupljene nego negativne vrijednosti. Prema rezultatima istraživanja, druga dimenzija socijalne kompetencije adolescenata najviše se očituje u pružanju pomoći te savjeta prijateljima, a najmanje u razmišljanju o posljedicama u potencijalnim svađama. *Graf 14* prikazuje odnos tvrdnji prema trećoj dimenziji socijalne kompetencije koja se za razliku od prva dva skupa tvrdnji, sastoji od nekolicine pitanja više. Prema rezultatima istraživanja, treća dimenzija socijalne kompetencije adolescenata najviše se očituje u iskazivanju empatije prema prijateljima, no zanimljiv je podatak da većina ispitanika koji imaju izraženu empatiju prema prijateljima, istu ne izražavaju prema osobama koji im nisu prijatelji. *Grafovi 12, 13 i 14* prikazuju detaljan odnos svih tvrdnji koje tvore svaku dimenziju socijalne kompetencije, no za potrebe ovog rada i lakšu interpretaciju one će biti grupirane u pozitivnu, negativnu i neutralnu socijalnu kompetenciju.

Za interpretaciju rezultata te grupiranja podataka vrijednosti, ljestvice su oblikovane na sljedeći način: vrijednosti 1 (nikad) i 2 (rijetko) grupirane su u „negativnu“ socijalnu kompetenciju, vrijednost 3 (povremeno) u „neutralnu“ socijalnu kompetenciju te vrijednosti 4 (često) i 5 (vrlo često) u „pozitivnu“ socijalnu kompetenciju. Ujedno, tvrdnje koje su bile postavljene na način da pozitivan odgovor, odnosno pozitivna socijalna kompetencija iznosi vrijednost 1 (nikad), preoblikovane su tako da svaka pozitivna tvrdnja iznosi vrijednost 5, a negativna 1 i obrnuto. Kako bi se prikazao odnos pozitivne, negativne i neutralne socijalne kompetencije, potrebno je bilo zbrojiti vrijednosti svih tvrdnji i staviti ih u omjer, izražen u postotcima u sljedećem grafu.



Graf 15: Prikaz socijalne kompetencije učenika trećih razreda srednjih škola

Graf 15 prikazuje odnos prosječne socijalne kompetencije ispitanika izražene prema trima dimenzijama, izvedene prema tvrdnjama koje čine određenu dimenziju. Iz izvedenog grafa možemo zaključiti kako pozitivna prosječna socijalna kompetencija svih ispitanika iznosi 63%, negativna 16%, a neutralna 21%.



Graf 16: Prikaz odnosa dimenzija socijalne kompetencije ispitanika

Pojam socijalne kompetencije podijeljen prema trima dimenzijama te trima vrijednostima svake dimenzije socijalne kompetencije prikazan je *Grafom 16*. U dimenziji 1 koja označava socijalnu kompetenciju u prepoznavanju i promišljanju o vlastitim osjećajima, očituje se pozitivna socijalna kompetencija od 54%, neutralna od 25% te negativna od 21%. U dimenziji 2, rezultat istraživanja pokazuje kako pozitivna prosječna socijalna kompetencija svih ispitanika iznosi 72%, neutralna 30%, a negativna 18%, a ona označava sposobnost prepoznavanja i promišljanja o osjećajima drugih. 63% ispitanika pozitivno je socijalno kompetentno u 3. dimenziji (prosocijalno ponašanje koje uključuje aktivno slušanje, empatiju, poštovanje prema drugima i slično), 21% je neutralno dok 16% ispitanika pokazuje negativnu socijalnu kompetenciju. U sve tri dimenzije pozitivna socijalna kompetencija ima najveću vrijednost, ali najveća razlika očituje se u dimenziji 1. Prema analizi svega navedenog u ovom poglavlju, možemo zaključiti kako najveći broj pozitivne socijalne kompetencije ispitanici iskazuju u dimenziji 2, zatim u dimenziji 3, a najmanje u dimenziji 1 socijalne kompetencije. Također, najveća vrijednost negativne socijalne kompetencije izražena je u dimenziji 1, zatim u dimenziji 2, dok je u dimenziji 3 izražena najveća vrijednost negativne socijalne kompetencije.

Zaključujemo kako najveći broj ispitanika socijalnu kompetenciju izražava kroz prepoznavanje i promišljanje o osjećajima drugih, zatim kroz ponašanje koje se manifestira kroz prvu i drugu dimenziju te u najmanjoj mjeri prepoznavanju i promišljanju o vlastitim osjećajima. Isto tako, prema svemu navedenome možemo zaključiti kako su ispitanici, učenici trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba uglavnom socijalno kompetentni (63%), ali obzirom da postoji negativna vrijednost socijalne kompetencije među ispitanicima, potrebno je poticati razvoj socijalne kompetencije u odgojno-obrazovnim ustanovama. Autor Jurčić (2010) navodi kako uzimajući iz nastavnog kurikuluma pojedine cjeline, pretvarajući ih zajedno s učenicima u kreativne izvedbene materijale u smislu problemskih, projektnih, istraživačkih zadataka te primjenjujući otvorenu, problemsku, projektnu nastavu, suradničko učenje, učitelj/nastavnik zauzima odgovornost za razvoj socijalnih kompetencija učenika. Na tragu navedenog, potrebno je i izgrađivanje i primjenjivanje nastavnog kurikuluma koji daje smjernice za svakodnevnu praktičnu pedagošku djelatnost u kojoj učenici uče aktivno, kreativno, partnerski, projektno, otkrivajući način u ozračju prijateljskih odnosa (Jurčić, 2010, prema Previšić, 2005). Suvremenim didaktičko-metodičkim metodama i strategijama poučavanja učitelj potiče razvoj sposobnosti učenika u njihovu stvaranju i usklađivanju fleksibilnih, tolerantnih i prilagodljivih reakcija na zahtjeve koji dolaze od strane učitelja i od strane suučenika, a s druge strane potiče učenike da razvijaju svoju osobnost i kompetencije (Jurčić, 2010). Na tragu spomenutog te povezujući rezultat istraživanja koji navodi da ispitanici najmanju vrijednost socijalne kompetencije iskazuju u prepoznavanju i promišljanju o vlastitim osjećajima, zadaća učitelja pedagoga bila bi stavljanje većeg naglaska na poticanje dijeljenja vlastitih osjećaja, negativnih isto kao i pozitivnih. Ovim poglavljem definirano je stanje socijalne kompetencije u danome trenutku ispitanika prema svakoj od dimenzija te socijalna kompetencija u cjelini, a u sljedećem će poglavlju postavljene hipoteze biti potvrđene ili odbačene te utvrđena povezanost između korištenja društvenih mreža TikTok i Instagram i socijalnih kompetencija ispitanika.

4.7.3. Povezanost društvenih mreža TikTok i Instagram i socijalnih kompetencija

Nakon detaljno prikazanih rezultata istraživanja u prijašnja dva poglavlja u vezi stanja korištenja društvenih mreža Instagram i TikTok te trenutnog stanja socijalnih kompetencija od strane učenika trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba, ovim će poglavljem dobiveni podaci iz prijašnja dva poglavlja biti spojeni, a postavljene hipoteze potvrđene ili odbačene. Obzirom da navedene hipoteze impliciraju korelaciju varijabli, za obradu podataka i prikaz korelacije između varijable društvene mreže i varijable socijalne kompetencije,

korišten je program „SPSS Statistics”, tvrke IBM te Pearsonov test korelacije. Pearsonov koeficijent korelacije ($r = \pm$) mjeri jakost i smjer linearne korelacije. Slika 3 prikazuje stupanj jakosti korelacije Pearsonovog testa korelacije. Ako je korelacija pozitivna predznak će biti pozitivan i obrnuto. Što je vrijednost korelacije bliža 0, korelacija je slabija ili korelacija nema, a što je vrijednost bliža 1 korelacija postoji te je ona jača ovisno o vrijednosti koju iznosi.

$ r $	Jakost korelacije
0	nema korelacije
0 - 0,5	slaba korelacija
0,5 - 0,8	srednje jaka korelacija
0,8 - 1	jaka korelacija
1	potpuna korelacija

Slika 3: Prikaz raspona vrijednost korelacije prema Pearsonovom koeficijentu korelacije (r)

Prvom hipotezom pretpostavljeno je da postoji razlika u socijalnim kompetencijama između ispitanika koji koriste društvenu mrežu Instagram i onih koji navedenu društvenu mrežu ne koriste, dok je drugom hipotezom isto tako pretpostavljeno da je količina vremena u kojoj učenici provode na društvenoj mreži Instagram povezana sa stupnjem socijalne kompetencije adolescenata. Tablice 1 i 2 prikazuju korelaciju između socijalnih kompetencija kao zavisne varijable te društvene mreže Instagram kao nezavisne varijable. Vrijednost socijalne kompetencije dobivena je zbrojem prosječne socijalne kompetencije svakog ispitanika.

Tablica 1: Prikaz povezanosti između korištenje društvene kompetencije Instagram te socijalne kompetencije

		Korelacija	
		Koristenje_IG	Socijalne_kompetencije
Koristenje_IG	Pearson Correlation	1	.048
	Sig. (2-tailed)		.440
	N	260	260
Socijalne_kompetencije	Pearson Correlation	.048	1
	Sig. (2-tailed)	.440	
	N	260	260

Tablica 2: Prikaz povezanosti između vremena provedenog na društvenoj mreži Instagram te socijalne kompetencije

Korelacija

		Vri- jeme_provedeno_na _IG	Socijalne_kompe- tencije
Vrijeme_provedeno_na_IG	Pearson Correlation	1	-.054
	Sig. (2-tailed)		.401
	N	247	247
Socijalne_kompetencije	Pearson Correlation	-.054	1
	Sig. (2-tailed)	.401	
	N	247	260

Analizom podataka dobivenih Pearsonovim testom korelacije prikazanim tablicom 1, zaključujemo kako je korelacija između varijabli društvene mreža Instagram te socijalnih kompetencija slaba, odnosno s obzirom na to da je vrijednost korelacije ($r = -0.048$) skoro jednaka nuli, korelacija ne postoji. Tablica 2 prikazuje odnos vremena provedenog na društvenoj mreži Instagram te socijalnih kompetencija ispitanika za čiju je vrijednost Pearsonovim testom korelacije dobiven rezultat nepostojanja korelacije ($r = -0.054$). Isti test korelacije proveden je i prema trima dimenzijama socijalne kompetencije s istim rezultatom, nema značajne razlike u korelaciji prema navedenim dimenzijama, obzirom da korelacija ne postoji. Prema tome, mogli bismo zaključiti kako na socijalne kompetencije učenika trećih razreda srednjih škola na području grada Zagreba ne utječe korištenje društvene mreže Instagram, isto kao ni vrijeme koje ispitanici provode na spomenutoj mreži te su navedenim rezultatima opovrgnute prva i druga hipoteza istraživanja.

Trećom hipotezom pretpostavljeno je da postoji razlika u socijalnim kompetencijama između ispitanika koji koriste društvenu mrežu TikTok i onih koji navedenu društvenu mrežu ne koriste, dok je četvrtom hipotezom isto tako pretpostavljeno da je količina vremena u kojem učenici provode na društvenoj mreži TikTok povezana sa stupnjem socijalne kompetencije adolescenata. Tablice 4 i 5 prikazuju korelaciju između socijalnih kompetencija kao zavisne varijable te društvene mreže TikTok kao nezavisne varijable.

Tablica 3: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te socijalne kompetencije

		Korelacija	
		Koristenje_TIKTOK	Socijalne_kompetencije
Koristenje_TIKTOK	Pearson Correlation	1	-.208**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	260	260
Socijalne_kompetencije	Pearson Correlation	-.208**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	260	260

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

Tablica 4: Prikaz povezanosti između vremena provedenog na društvenoj mreži TikTok te socijalne kompetencije

		Korelacija	
		Vrijeme_provedeno_na_TIKTOKU	Socijalne_kompetencije
Vrijeme_provedeno_na_TIKTOKU	Pearson Correlation	1	-.085
	Sig. (2-tailed)		.284
	N	161	161
Socijalne_kompetencije	Pearson Correlation	-.085	1
	Sig. (2-tailed)	.284	
	N	161	260

Analizom podataka dobivenih Pearsonovim testom korelacije prikazanim tablicom 3, zaključujemo kako postoji pozitivna korelacija između korištenja društvene mreže TikTok te socijalnih kompetencija ispitanika, $r = -0.208$. Iako ona nije jaka korelacija, rezultati istraživanja pokazali su njezinu značajnost. Također, obzirom da je ona pozitivna, Pearsonov test korelacije pokazao nam je kako ispitanici koji koriste društvenu mrežu TikTok pokazuju viši stupanj razvijenosti socijalne kompetencije. Tablica 4 prikazuje odnos količine vremena provedenog na društvenoj mreži TikTok i stupanja razvijenosti socijalnih kompetencija ispitanika za čiju je vrijednost Pearsonovim test korelacije, za razliku od samog korištenja društvene mreže TikTok, dobiven rezultat nepostojanja korelacije ($r = -0.085$). Što se tiče dimenzija socijalne kompetencije, Pearsonov test korelacije pokazao je značajnu vrijednost

korelacije između korištenja društvene mreže TikTok i druge dimenzije socijalne kompetencije ($r = -0.162$), prikazanu tablicom 5, te navedene mreže i treće dimenzije socijalne kompetencije ($r = -0.217$), prikazanu tablicom 6, dok između prve dimenzije socijalne kompetencije i korištenja društvene mreže TikTok korelacije nema. Prema ranijim rezultatima istraživanja već je navedeno kako je najmanja vrijednost socijalne kompetencije ispitanika izražena u prvoj dimenziji socijalne kompetencije te je moguće da je upravo to jedan od razloga zbog kojih ne postoji korelacija između korištenja društvene mreže TikTok i stupnja povezanosti prve dimenzije socijalne kompetencije.

Tablica 5: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te druge dimenzije socijalne kompetencije

		KORISTIM_TIKTOK	DIMENZIJA_2
KORISTIM_TIKTOK	Pearson Correlation	1	-.162**
	Sig. (2-tailed)		.009
	N	260	260
DIMENZIJA_2	Pearson Correlation	-.162**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	
	N	260	260

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

Tablica 6: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te treće dimenzije socijalne kompetencije

		KORISTIM_TIKTOK	DIMENZIJA_3
KORISTIM_TIKTOK	Pearson Correlation	1	-.217**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	260	260
DIMENZIJA_3	Pearson Correlation	-.217**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	260	260

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

Prema rezultatima istraživanja zaključeno je kako na socijalne kompetencije učenika trećih razreda srednjih škola na području grada Zagreba pozitivno utječe korištenje društvene mreže

TikTok, dok s druge strane količina vremena provedenog na spomenutoj mreži nije povezano sa stupnjem razvijenosti socijalnih kompetencija.

Također, u ranijoj analizi spomenuto je kako je ispitanicima anketnim upitnikom postavljeno pitanje utjecaja sadržaja koji prate na društvenim mrežama TikTok i Instagram na njihovo ponašanje. Prema rezultatima istraživanja zaključeno je kako na ispitanike, prema njihovim procjenama iskazanima pitanjem 8. *Sadržaj koji pratim na TikToku utječe na moje ponašanje* i pitanjem 13. *Sadržaj koji pratim na Instagramu utječe na moje ponašanje*, više utječe sadržaj koji prate na Instagramu (40%), od sadržaja koji prate na TikToku (29%). Obzirom da je istraživanjem zaključeno kako korištenje Instagram ne utječe na stupanj socijalne kompetencije, a korištenje TikToka utječe, možemo pretpostaviti kako je nekolicina ispitanika dobro pretpostavila kako društvena mreža TikTok ima utjecaj u njihovom ponašanju, dok je 71% ispitanika pretpostavio da to nije slučaj. Također, što se tiče društvene mreže Instagram 60% ispitanika dobro je pretpostavilo kako korištenje spomenute mreže ne utječe na njihovo ponašanje.

5. Zaključak

Iako su fokus ovog istraživanja bili adolescenti, društvene mreže i socijalne kompetencije te se istraživanjem odgovorilo na pitanja postoji li povezanost između korištenja društvenih mreža, Instagram-a i TikTok-a, i socijalnih kompetencija adolescenata, istraživanjem su dobiveni i mnogi korisni rezultati te temelji za daljnja istraživanja koji nisu usko povezani uz naslov teme, a biti će spomenuti u ovom poglavlju. Za početak, istraživanje je pokazalo kako je većina ispitanika, učenika trećih razreda srednjih škola na području Grada Zagreba socijalno kompetentna, točnije njihova prosječna vrijednost socijalne kompetencije iznosi 63%. Premda su analizom i obradom podataka dobiveni vrijedni rezultati, treba uzeti u obzir kako je sam pojam socijalne kompetencije opsežan i složen te može ovisiti o perspektivi koju određeni autor zauzima u okviru znanosti, o aspektu socijalnih kompetencija, o kontekstu u koji ih se smješta te o mnogim drugim faktorima. Također dobiveni rezultat moramo i sagledati kroz mogućnost davanja socijalno poželjnih odgovora ispitanika jer se samim anketnim upitnikom impliciralo provjeravanje njihovog stupnja socijalne kompetencije. Uzimajući u obzir mogućnosti pogreške te kako je 21% ispitanika bilo suzdržano, a 16% iskazalo negativnu socijalnu kompetenciju, dobiveni rezultat svakako je zadovoljavajući, no to ne znači da se poticanje razvoja socijalne kompetencije kroz kurikulum smije zanemariti. Autor Jurčić (2010) navodi kako nastavni kurikulum mora poticati pedagoški rad učitelja koji potiče, dopunjuje i/ili ispravlja smjer razvoja učenikovih socijalnih kompetencija, te kako bi se navedeno i ostvarilo mora počivati na: „komunikaciji, raspravi i dijalogu učenika i učitelja te učenika međusobno na razini međusobnog uvažavanja, poštovanja, povjerenja, uvažavanja individualnih razlika; na socijalizacijskim učincima nastavnih metoda i umreženim socijalnim oblicima rada; na učincima stilova učenja; na učincima suradničkog učenja; na učincima problemske i projektne nastave; na umjerenom odnosu učitelja s učenicima (ne prestrog, ne preblag); na socijalizaciji i personalizaciji; na ostvarivu preveniranju neodgovornog ponašanja učenika (restituciji); na definiranoj ulozi učitelja (izgrađena osobna, stručna, predmetna, socijalna, didaktička, reflektivna kompetencija, kompetencija pri određivanju vrijednosti učenikova postignuća, kompetencija u vođenju razreda) te na praćenju i vrednovanju njihova zajedničkog rada“.

Istraživanjem je također dobiveni podatak kako većina ispitanika koristi navedene društvene mreže, Instagram više nego TikTok, te kako im je prosječni vremenski interval korištenja 0-2 sati dnevno, a time možemo potvrditi činjenicu kako su društvene mreže doista jedan od značajnih čimbenika u životu i razvoju adolescenata. Također, adolescenti koriste društvene mreže kako bi održali kontakt, potaknuli komunikaciju te komunicirali s prijateljima (Kurtalić,

2018), no istraživanje je pokazalo kako komunikacija s prijateljima na društvenim mrežama nije primarni fokus korištenja društvenih mreža Instagram i TikTok. Iako možemo pretpostaviti da se radi o prirodi društvene mreže, a obzirom da su društvene mreže TikTok i Instagram temeljene na fotografijama, vjerojatno je da adolescenti za komunikaciju koriste ostale društvene mreže, više prilagođene toj funkciji. Navedena problematika mogla bi se istražiti u daljnjim istraživanjima. Naposljetku, na pitanje povezanosti korištenja društvenih mreža, Instagram i TikTok i socijalnih kompetencija adolescenata, istraživanjem je dokazano kako društvena mreža Instagram nije povezana sa socijalnim kompetencijama adolescenata, kao ni količina vremena provedenog na navedenoj mreži, dok je društvena mreža TikTok pozitivno povezana sa korištenjem i socijalnim kompetencijama adolescenata. Količina vremena provedenog na društvenoj mreži također nije značajno u ovom kontekstu. S obzirom na to da je istraživanjem dokazana pozitivna povezanost korištenja društvene mreže TikTok i socijalnih kompetencija, potrebna su daljnja istraživanja kojima bi se potvrdila navedena teza te kako bi bilo moguće utvrditi koji su točno elementi, čimbenici ili svojstva navedene društvene mreže odgovorni za veći stupanj socijalne kompetencije.

Govoreći o društvenim mrežama, već navedeno u prijašnjem dijelu rada, više se naglašavaju njihove negativne strane, nego njihove pozitivne strane. Iako se korisnici društvenih mreža, u ovom kontekstu Instagram i TikTok, svakodnevno susreću s različitim opasnostima i izazovima samog korištenja, nije isključivo da društvene mreže mogu djelovati i pozitivno na razvoj adolescenata, što je i potvrđeno dijelom ovog istraživanja, ako je njima pristupljeno na odgovarajući način. Na tragu navedenog, autorica Komljen (2019) je svojim istraživanjem utvrdila kako je za prevenciju negativnog ponašanja utjecajem medija za mlade ili adolescente potrebno: povećati broj edukativnih sadržaja za potrebe odgojno-obrazovnih ustanova, povećati orijentaciju svih aktera u odgoju mladih ili adolescenata na kvalitetu sadržaja koji nude društvene mreže. Također, zadaća obrazovnog sustava i njemu pripadajućih aktera bila bi uključivanje korištenja mobilnih aplikacija, koje su se u ranijim istraživanjima pokazale korisne za pomoć u školskim obvezama i učenju. Prevencija problema u ponašanju ili negativnog ponašanja područje je koje povezuje niz interdisciplinarnih pristupa, uključujući i pedagogiju, što sugerira na zadaću pedagoga u uključivanje, uz već spomenuto, u ostale programe prevencije koje se tiču društvenih mreža.

Kako bi provođenje daljnjih istraživanja na ovu temu ili njoj srodnih tema bilo što uspješnije i kvalitetnije, potrebno je obratiti pozornost i na ograničenja provedenog istraživanja. Uz već

ranije spomenuta ograničenja istraživanja, jedan od glavnih problema prilikom provođenja istraživanja bio je pronalazak ispitanika, voljnost sudjelovanja u spomenutom istraživanju što je rezultiralo nejednakom broju muških i ženskih ispitanika, kao i velikoj razlici između ispitanika, ovisno o tome koju vrste srednje škole pohađaju te se zbog navedenog razloga analiza prema spolu i vrsti srednje škole nije mogla u potpunosti obraditi. Također, pojam socijalne kompetencije kompleksan je za obradu statističkom analizom podataka, koja je nužna za kvantitativna istraživanja. Uz sve navedeno, dobiveni rezultati istraživanja dobar su temelj za daljnja istraživanja navedene teme u području pedagogije ili njoj srodnim znanostima.

6. Literatura

Al-Kandari A.,A., Al- Hunaiyyan, A., Alhajri, R. (2016). The Influence of Culture on Instagram Use. *Journal of advances in information technology*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/292608058_The_Influence_of_Culture_on_Instagram_Use (Datum pristupa: 10.3.2021.)

Borić-Letica, I. i Velki, T. .Rizična ponašanja djece i mladih na internetu. // *Izazovi digitalnog svijeta / uredili Velki, T. i Šolić, K.* Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, 2019. Str. 61-96.

Bresnick E. (2019). *Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app*. University of Southern California. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app (Datum pristupa: 15.3.2021.)

Buljan Flander, G., Selak Bagarić, E., Prijatelj, K. i Čagalj Farkas, M. (2020). Ispitivanje aktualnih trendova u korištenju društvenim mrežama kod učenika prvog i trećeg razreda srednjih škola u Hrvatskoj. *Kriminologija & socijalna integracija*, 28 (2), 277-294. Dostupno na: <https://doi.org/10.31299/ksi.28.2.6> (Datum pristupa: 19.2.2021.)

Buljubašić-Kuzmanović, V. (2010). Socijalne kompetencije i vršnjački odnosi u školi, *Pedagoška istraživanja*, 7 (2), 191-201. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118097> (Datum pristupa: 17.02.2021.)

Ciboci, L., Ćosić Pregrad, I., Kanižaj, I., Potočnik, D. i Vinković, D. (2020). Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu, HR Kids Online. *Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu*. Dostupno na: <http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf> (Datum pristupa: 4.03.2021.)

Ćudina, M. (2019). Korištenje Instagrama i simptomi depresije kod adolescenata. Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:036408> (Datum pristupa: 9.3.2021.)

Diklić, J., Nakić, M. i Šošić, D. (2018). Edukativna uloga društvenih mreža u medijskom odgoju djeteta. *Communication Management Review*, 04 (01), 178-195. Dostupno na: <https://doi.org/10.22522/cm20190146> (Datum pristupa: 9.3.2021.)

Giesecke, H. (1993). Uvod u pedagogiju. Zagreb: Educa.

Grbavac, J. i Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5 (2), 206-219. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/127963> (Datum pristupa: 22.2.2021.)

Hrvatina, A. (2020). Uloga najpopularnijih društvenih mreža i aplikacija za dopisivanje među srednjoškolicima u njihovim ljubavnim vezama. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/hrstud%3A2343/datastream> (Datum pristupa: 18.3.2021.)

Hocenski T. (2020). Navike i prakse mladih korisnika Instagrama u Hrvatskoj. Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/hrstud:2380> (Datum pristupa: 10.3.2021.)

Hutchby I., Moran-Ellis, J. (1998). Children and Social Competence. London: The Falmer Press.

Ilišin V., Marinović Bobinac A. i Radin F. (2001). Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece. Zagreb : Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.

Jurčević-Lozančić, A. (2011). Teorijski pogledi na razvoj socijalne kompetencije predškolskog djeteta. *Pedagojska istraživanja*, 8 (2), 271-279. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/116661> (Datum pristupa: 17.2.2021.)

Jurčić, M. (2010). 'Nastavni kurikulum kao poticaj razvoju socijalnih kompetencija učenika', *Pedagojska istraživanja*, 7(2), str. 205-215. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118090> (Datum pristupa: 12.11.2021.)

Kapoor, K.K., Tamilmani, K., Rana, N.P., Patil, P., Dwivedi Y.K. i Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20, 531–558. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y> (Datum pristupa: 5.3.2021.)

Katz, L.G. i McClellan, D.E. (2005). Poticanje razvoja dječje socijalne kompetencije. Zagreb: Educa

Komljen, M. (2019). Socijalne vještine, mediji i digitalne tehnologije : mogućnosti i izazovi u prevenciji problema u ponašanju, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:158:057295> (Datum pristupa: 10.11.2021.)

Kranželić, V. i Bašić, J. (2008). Socijalna kompetencija i ponašanje djece predškolske dobi kao osnova preventivnim programima - razlike po spolu. *Kriminologija & socijalna integracija*, 16 (2), 1-14. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/99118> (Datum pristupa: 5.3.2021.)

Kunić, I., Vučković Matić, M. i Sindik, J. (2017). Korištenje društvenih mreža kod učenika osnovne škole, The use of social networks among elementary school population. *Sestrinski glasnik*, 22 (2), 152-158. Dostupno na: <https://doi.org/10.11608/sgnj.2017.22.032> (Datum pristupa: 20.2.2021.)

Kurtalić, I. (2018). Kako pripadnici generacije Z koriste društvene mreže. Diplomski rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković". Dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3336> (Datum pristupa: 15.3.2021.)

Kušić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike facebook generacije. *Život i škola*, LVI (24), 103-125. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/63281> (Datum pristupa: 17.2.2021.)

Lindsay B., R. (2011). Social Media and Disasters: Current Uses, Future Options, and Policy Considerations. *Congressional Research Service*. Dostupno na: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc93902/> (Datum pristupa: 26.2.2021.)

Livazović, G. (2010). Dimenzije odnosa medijske i socijalne kompetencije. *Pedagogijska istraživanja*, 7 (2), 255-265. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118088> (Datum pristupa: 5.3.2021.)

Livazović, G. (2009). Teorijsko – metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život i škola*, LV (21.), 108-115. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/37094> (Datum pristupa: 16.3.2021.)

Mahar, S., Sullivan, L. (2002). Social Competence A Whole School Approach to Linking Learning and Wellbeing

Maksimović, J., Osmanović, J. i Mamutović, A. (2020). Kompetencije nastavnika za medijsko obrazovanje. *In medias res*, 9 (17), 2685-2707. Dostupno na: <https://doi.org/10.46640/imr.9.17.7> (Datum pristupa: 7.3.2021.)

Marci, S. (2014). Odnosi među mladima u virtualnom svijetu. Diplomski rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:822629> (Datum pristupa: 15.3.2021.)

Markuš, M. (2010). Socijalna kompetentnost – jedna od ključnih kompetencija. *Napredak*, 151 (3-4), 432-444. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/82719> (Datum pristupa: 17.2.2021.)

Mlinarević, V. (2000). Igra - učenje u socijalnim interakcijama. U: Slunjski, E. (ur.) Učiti zajedno s djecom - učiti.

Mikić, K. Medijska pismenost, mediji kao prijenosnici humanih poruka, ideja, vrijednosti. // *Dijete i jezik danas: Dijete i mediji / uredile Dubravka Smajić, Valentina Majdenić. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, 2015. Str. 13-48.*

Munjas Samarin, R. i Takšić, V. (2009). Programi za poticanje emocionalne i socijalne kompetentnosti kod djece i adolescenata. *Suvremena psihologija*, 12 (2), 355-370. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/82959> (Datum pristupa: 5.3.2021.)

Musladin, M. (2012). Utjecaj društvenih mreža na nacionalnu sigurnost. *MediAnali*, 6 (11), 67-85. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/109160> (Datum pristupa: 4.3.2021.)

Novak, M., Ferić, M., Kranželić, V. i Mihić, J. (2019). Konceptualni pristupi pozitivnom razvoju adolescenata. *Ljetopis socijalnog rada*, 26 (2), 155-184. Dostupno na: <https://doi.org/10.3935/ljsr.v26i2.294> (Datum pristupa: 1.3.2021.)

Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj, NN 7/2019

Omar, B. i Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Association of Online*

Engineering. Dostupno na: <https://www.learntechlib.org/p/216454/> (Datum pristupa: 22.2.2021.)

O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K. (2011). The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. Council on Communications and Media. Dostupno na: <https://pediatrics.aappublications.org/content/127/4/800> (Datum pristupa: 28.2.2021.)

Opić, S. (2010). Mogući program razvoja socijalne kompetencije učenika u primarnom obrazovanju. *Pedagogijska istraživanja*, 7 (2), 219-228. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118095> (Datum pristupa: 17.2.2021.)

Paska, I. (2019). Digital Media Environments and their Implications: Instagram, *In medias res*, 8(15), str. 2347-2364. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/225457> (Datum pristupa: 16.09.2021.)

Schneider, B., H. (1993). Children's Social Competence in Context: The Contributions of Family, School and Culture. University of Ottawa, Canada. Pergamon Press.

Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, LV(22), str. 97-103. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/47431> (Datum pristupa: 02.12.2021.)

Varga, R. (2015). Razvoj učeničkih socijalnih kompetencija nastavom u okviru pedagogije odnosa. *Pedagogijska istraživanja*, 12 (1-2), 87-101. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/178847> (Datum pristupa: 20.2.2021.)

Valencia Ortiz, R. i Castaño Garrido, C. (2019). Use and abuse of social media by adolescents: a study in Mexico. *Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación*, 54, 7-28. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/330362235_Use_and_abuse_of_social_media_by_adolescents_A_study_in_Mexico (Datum pristupa: 15.3.2021.)

Waldron J.L., Horsley S., i Veblen K.K. (2020). *The Oxford Handbook of Social Media and Music Learning*. Oxford University Press.

Yang, Y., Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage. Dostupno na: <https://communication.ucsd.edu/files/undergrad/yang-yuxin-understanding-young-adults-tiktok-usage.pdf> (Datum pristupa: 15.3.2021.)

7. Popis grafikona

Graf 1: Broj ispitanika prema vrstama srednjih škola koje pohađaju, iskazan u postocima

Graf 2: Raspodjela broja ispitanika prema spolu i vrsti srednje škole koju ispitanik pohađa

Graf 3: Prikaz korištenja društvenih mreža Instagram i TikTok od strane ispitanika

Graf 4: Prikaz korištenja društvene mreže Instagram prema spolu

Graf 5: Prikaz korištenja društvene mreže TikTok prema spolu

Graf 6: Vrijeme provedeno na društvenoj mreži TikTok

Graf 7: Vrijeme provedeno na društvenoj mreži Instagram

Graf 8: Razlozi korištenja društvene mreže TikTok

Graf 9: Razlozi korištenja društvene mreže Instagram

Graf 10: Samoprocjena ispitanika o tome utječe li sadržaj koji prate na TikToku na njihovo ponašanje

Graf 11: Samoprocjena ispitanika o tome utječe li sadržaj koji prate na Instagramu na njihovo ponašanje

Graf 12: Prikaz dimenzije 1 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika

Graf 13: Prikaz dimenzije 2 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika

Graf 14: Prikaz dimenzije 3 socijalne kompetencije prema tvrdnjama iz anketnog upitnika

Graf 15: Prikaz socijalne kompetencije učenika trećih razreda srednjih škola

Graf 16: Prikaz odnosa dimenzija socijalne kompetencije ispitanika

8. Popis tablica

Tablica 1: Prikaz povezanosti između korištenje društvene kompetencije Instagram te socijalne kompetencije

Tablica 2: Prikaz povezanosti između vremena provedenog na društvenoj mreži Instagram te socijalne kompetencije

Tablica 3: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te socijalne kompetencije

Tablica 4: Prikaz povezanosti između vremena provedenog na društvenoj mreži TikTok te socijalne kompetencije

Tablica 5: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te druge dimenzije socijalne kompetencije

Tablica 6: Prikaz povezanosti između korištenja društvene mreže TikTok te treće dimenzije socijalne kompetencije

9. Popis slika

Slika 1: Najčešće korištene društvene mreže kod mladih u 2020. godini

Slika 2: Odnos domena kurikuluma za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj

Slika 3: Prikaz raspona vrijednost korelacije prema Pearsonovom koeficijentu korelacije (r)

10. Prilozi

Prilog 1 - Anketni upitnik - Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata

Poštovani,

U sklopu svog diplomskog rada provodim anketni upitnik, odnosno istraživanje na temu „**Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata**“. Cilj spomenutog istraživanja je utvrditi povezanost korištenja društvenih mreža te socijalnih kompetencija adolescenata. Kako bih navedeni cilj i ostvarila, potrebni su mi učenici srednjih škola, točnije učenici 3. razreda srednjih škola koji bi bili voljni pomoći te sudjelovati u ispunjavanju ovog anketnog upitnika. Ujedno, ispunjavanjem ovoga anketnoga upitnika pomažete u izradi diplomskog rada prijavljenog na Odsjeku za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Ovaj anketni upitnik u potpunosti je anonimn i dobrovoljan, a Vaši odgovori, odnosno podaci prikupljeni ovim upitnikom, povjerljivi te će se koristiti samo u znanstvenu svrhu pisanja ovog diplomskog rada. Mjerni instrumenti, odnosno Vaši odgovori čuvat će se u mom vlasništvu do trenutka obrade svih podataka te će se nakon obrade isti ukloniti. Sudjelovanje u ovom istraživanju je dobrovoljno te u svakom trenutku možete odustati od daljnjeg odgovaranja. Molim Vas da u svrhu prikupljanja što točnijih podataka na svako pitanje odgovorite iskreno te da upitnik ispunite u cijelosti.

Ukoliko imate bilo kakvih pitanja u vezi samog upitnika ili Vas zanimaju rezultati ovog istraživanja, pozivam Vas da se javite na e-mail adresu: tatjana.panic789@gmail.com.

Unaprijed se zahvaljujem na izdvojenom vremenu i strpljenju prilikom rješavanja upitnika.
Tatjana Panić,
Studentica diplomskog studija pedagogije

U navedenim pitanjima zaokružite vrijednost koja se odnosi na Vas.

1. Spol *

- M
- Ž

2. Dob (napisati brojkom) *

3. Vrsta srednje škola koju pohađam: *

- Gimnazija
- Strukovna škola
- Umjetnička škola

4. Koristim društvenu mrežu TikTok (ako je odgovor na Vaše pitanje "NE", na pitanja 5.,6.,7. i 8. ne odgovarate). *

- Da
- Ne

5. Na društvenoj mreži TikTok dnevno provodim:

- Manje od 1 sat
- 1-2 sati
- 2-3 sati
- 3-4 sati
- Više od 4 sata

6. Važno mi je koliko imam pratitelja na TikToku.

- Da
- Ne

7. Društvenu mrežu TikTok najčešće koristim za:

- Komunikaciju s prijateljima
- Objavljivanje sadržaja
- Pregledavanje sadržaja
- Ostalo:

8. Sadržaj koji pratim na TikToku utječe na moje ponašanje.

- Da
- Ne

9. Koristim društvenu mrežu Instagram (ako je odgovor na Vaše pitanje "NE", na pitanja 10., 11., 12. i 13. ne odgovarate). *

- Da
- Ne

10. Na društvenoj mreži Instagram dnevno provodim:

- Manje od 1 sat
- 1-2 sati
- 2-3 sati
- 3-4 sati
- Više od 4 sata

11. Važno mi je koliko imam pratitelja na Instagramu.

- Da
- Ne

12. Društvenu mrežu Instagram najčešće koristim za:

- Komunikaciju s prijateljima
- Objavljivanje sadržaja
- Pregledavanje sadržaja

13. Sadržaj koji pratim na Instagramu utječe na moje ponašanje.

- Da
 - Ne
-

U sljedećim pitanjima (14., 15., 16.) označite vrijednost koja se odnosi na Vas. Za svaku tvrdnju ponuđena je skala od 5 stupnjeva, a Vas zadatak je u kućicu označiti sa „X“ broj koji Vas najbolje opisuje. Brojevi označavaju sljedeće: Nikad (1), Rijetko (2), Povremeno (3), Često (4), Vrlo često (5).

14. U tvrdnjama koje se nalaze ispod označite vrijednost koja se odnosi na Vas.

	1	2	3	4	5
a) Volim ugađati drugima, čak i kad se radi o situacijama koje nisu najbolje za mene.					
b) Spreman sam reći drugome da su me njegovi postupci povrijedili.					
c) Ako me netko zadirkuje, želio bih mu vratiti istom mjerom.					
d) Znam načine na koje se mogu oraspoložiti, kada se osjećam tužno.					
e) Mogu procijeniti kako se osjećam u određenom trenutku.					
f) Volim pričati drugima o svojim pozitivnim iskustvima.					
g) Povjeravam se drugima kada se osjećam loše.					

15. U tvrdnjama koje se nalaze ispod označite vrijednost koja se odnosi na Vas.

	1	2	3	4	5
a) Nakon svađe sa nekim, razmišljam o tome kako se ta osoba osjeća.					
b) Volio/voljela bih da mi drugi kažu, ako ih moja dijela povrijede.					
c) Kada je moj prijatelj tužan, razgovaram s njim.					
d) Ako mi se prijatelj požali oko nečega, tražim načine kako da mu pomognem.					
e) Razmišljam o tome kako moji postupci djeluju na druge.					
f) Sagledavam i tuđu perspektivu u konfliktnim socijalnim situacijama.					
g) Mogu procijeniti tuđa emocionalna stanja.					

16. U tvrdnjama koje se nalaze ispod označite vrijednost koja se odnosi na Vas.

	1	2	3	4	5
a) S lakoćom uspostavljam kontakt s drugima.					
b) Ne upadam u riječ osobi kada ona govori.					
c) Aktivno slušam druge kada mi se žele povjeriti o svojim problemima.					
d) Dajem savjet drugome tek kad je to od mene traženo.					
e) Kada kolegi iz razreda teže ide gradivo u kojem sam ja odličan, pružim mu pomoć u učenju.					
f) Žao mi je kad se meni bliskoj osobi nešto loše dogodi.					
g) Kada se nešto loše dogodi osobi koju ne poznajem ne osjećam žaljenje.					
h) Spreman sam utješiti osobu koju ne poznajem.					
i) Spreman sam utješiti osobu koju poznajem.					
j) Ako mi se ne sviđa prijateljjev stil odijevanja, kažem mu da ga mora promijeniti.					
k) Ako se moje mišljenje razlikuje od ostalih, smatram da sam ja u pravu.					
l) Prilikom grupnog rada u razredu, iznosim svoja mišljenja.					
m) Radom u skupinama u razredu, uvažavam tuđe ideje.					

Prilog 2 - Izjava Povjerenstva za etičnost u pedagojskim istraživanjima

Zagreb, 9. srpnja 2021.

IZJAVA POVJERENSTVA ZA ETIČNOST U PEDAGOGIJSKIM ISTRAŽIVANJIMA

Povjerenstvo za etičnost u pedagojskim istraživanjima Odsjeka za pedagogiju Filozofskoga fakulteta u Zagrebu u sastavu:

- doc. dr. sc. Ana Blažević Simić
- dr. sc. Zoran Horvat
- dr. sc. Ružica Jurčević

na sastanku Povjerenstva održanome 9. srpnja 2021. godine zaključilo je da se niže navedeni prijedlog istraživanja može proglasiti valjanim sa stajališta etike istraživanja.

Naslov predloženoga istraživanja: Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata

Program: Diplomski studij pedagogije

Mentor: doc. dr. sc. Zvonimir Komar

Voditeljica istraživanja: Tatjana Panić



doc. dr. sc. Ana Blažević Simić

Predsjednica Povjerenstva za etičnost u pedagojskim istraživanjima

Prilog 3 – Potvrda mentora o provođenju istraživanja

Odsjek za pedagogiju
Filozofski fakultet
Sveučilište u Zagrebu

POTVRDA

Potvrđujem da studentica Tatjana Panić izrađuje diplomski rad pod nazivom *Uloga društvenih mreža u razvoju socijalnih kompetencija adolescenata* pod mentorstvom doc.dr.sc. Zvonimira Komara. Potvrđujem i da kao mentor prihvaćam upitnik koji je studentica izradila i namjerava provesti u školama.

U Zagrebu,
28. 06. 2021.


doc.dr.sc. Zvonimir Komar

