

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

MARTINA JURMANOVIĆ<sup>a</sup>,

JELENA LISAK ŠURLAN<sup>b</sup>,

BOŽICA MANDIĆ<sup>c</sup>,

NIVES KORBAR HMELINA<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Osnovna škola Janka Leskovara, Dragutina Kunovića 8, Pregrada

<sup>b</sup> Osnovna škola Ksavera Šandora Gjalskog, Đački put 1, Zabok

<sup>c</sup> Osnovna škola Đure Prejca, Ratkajeva ulica 8, Desinić

<sup>d</sup> Osnovna škola Đurmanec, Đurmanec 49, Đurmanec

# **KORIŠTENJE DRUŠTVENE MREŽE TIKTOK KOD UČENIKA OSNOVNE ŠKOLE**

## **Sažetak**

Društvene mreže, kao vrsta internetskog servisa i novi medij, koriste povezivanju i međusobnoj komunikaciji. TikTok je trenutno jedna od najbrže rastućih društvenih mreža na svijetu i najpopularnija je društvena mreža među tinejdžerima. Cilj ovoga istraživanja je ustanoviti koliko učenici predmetne nastave u osnovnim školama koriste TikTok društvenu mrežu te postoji li nesrazmjer između količine korištenja društvene mreže TikToka i samoprocjene učenika o vlastitoj ovisnosti. Istraživanje je provedeno na uzorku od 338 učenika. Rezultati pokazuju da nešto manje od trećine ispitanih učenika ima otvoren profil na društvenoj mreži TikTok, njih 95 (28,1%) te da je to najpopularnija društvena mreža među ispitanim učenicima. Slijedeći po popularnosti je Instagram s 91 učenikom (26,9%). 12,42% ispitanih učenika provodi tri do pet sati dnevno na društvenim mrežama u tijeku dana, a 5,62% učenika na društvenim mrežama provodi više od pet sati dnevno. Od ukupno 215 učenika koji koriste TikTok, 51,62% učenika posjećuje tu društvenu mrežu iz dosade, a 73,48% iz zabave. Njih 172 (80%) smatra kako nije ovisno, dok 43 ispitanika (20%) smatraju da su ovisni o TikToku. Dobiveni rezultati istraživanja ukazuju na potrebu praćenja utjecaja društvenih mreža, a posebno TikToka, na ponašanje djece. Osim toga nameće se potreba pravovremenog reagiranja te edukacije učenika osnovnih škola, kako bi se izbjegle negativne posljedice korištenja društvenih mreža.

**Ključne riječi:** društvene mreže, TikTok, učenici, ovisnost o internetu.

## **Abstract**

Social media platforms, a relatively new kind of social networking services are used as a means of communication and to connect people. TikTok is one of the fastest growing social media platforms in the world and the most popular one among teenagers. The aim of this research is to find out how often middle school students (ages 11-14) use this platform and to see whether there is a misproportion between the time spent and the students' self assessment of their addiction. This survey was conducted on 338 students.

The results showed that a little less than one third of students (28,1%) have a TikTok account which makes it the most popular platform among them. TikTok is followed by Instagram, which is used by 26,9% of the students who took part in the survey. 12,42% of the students spend three to five hours during the course of a day using social media platforms while 5,62% spend more than five hours a day. Out of the total of 215 students who use TikTok 51,62% use it out of boredom and 73,48% do it for fun. 80% of the students do not consider themselves addicted to it while 20% admit that they are addicted to TikTok. The results of this survey imply that there is a need to monitor the impact of social media platforms, especially TikTok, on children's behaviour. Moreover, it is essential to take proper actions and to educate children in order to avoid possible negative impact of social media usage on schoolchildren.

**Key words:** social media platforms, TikTok, schoolchildren, internet addiction.

## 1. Uvod

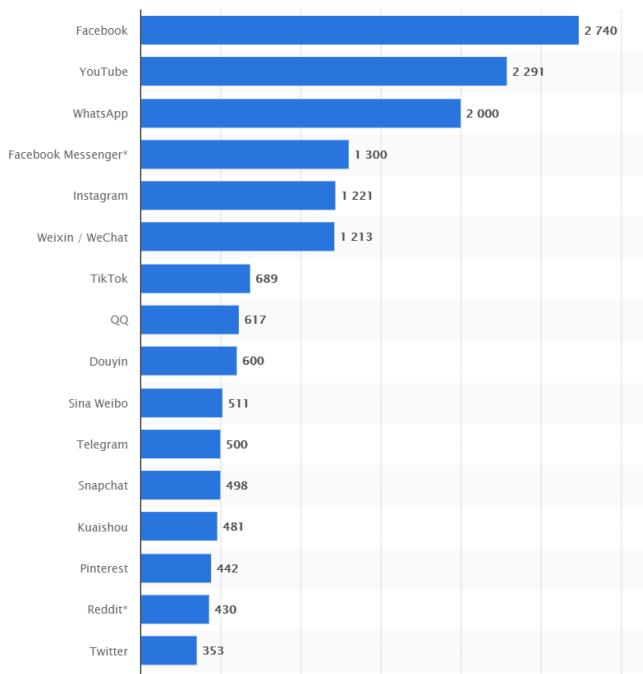
U svakoj generaciji postojali su određeni trendovi i razmišljanja koja su razlikovala neku generaciju od prethodne. Prema podacima američkog istraživanja sadržanog u priručniku Sigurnost djece na internetu (2014) napravljena je slijedeća podjela: »Baby boom« generacija - osobe rođene između 1943. i 1960. godine, Generacija »X« - osobe rođene između 1960. i 1980. godine (naučili su komunicirati licem u lice, bez digitalne tehnologije, igrali su se igračkama koje su izrađivali sami, a smatraju ih maštovitijima od generacija koje su došle iza njih), Generacija »Y« - osobe rođene između 1980. i 2000. godine (njihov razvoj obilježio je internet, »talk show« i »reality« programi; više vole videoigre od televizije i filmova, teže za slobodom i fleksibilnošću, ne vjeruju masovnim medijima, vole putovanja i žele uspješne karijere), Generacija »Z« - osobe rođene u razdoblju između 2000. i 2010. godine (generacija koja je na neki način ovisna o informatičkim i tehnološkim dostignućima; međusobno najviše komuniciraju putem interneta, a njihove igračke su u većini slučajeva računala i mobiteli; počinju učiti ranije i odrastaju brže jer su im sva znanja dostupna na internetu, mjestu na kojem provode jako puno vremena). Radas (2015) navodi kako nakon generacije »Z« dolazi »Alfa« generacija koja obuhvaća one osobe koje su rođene nakon 2010. godine. Prema istoj autorici, »Alfa« generacija rođena je u vrijeme Youtube-a, Instagrama i iPhone-a tako da je njihovo glavno obilježje korištenje multimedija i slika.

Današnja djeca odrastaju okružena tehnikom putem koje mogu u svakom trenutku istraživati ono što ih zanima ili potaknuti komunikaciju koristeći internet. Neograničen pristup komunikacijskim tehnologijama fundamentalno je transformirao načine na koje ova generacija uči, radi, stvara interakcije i kupuje (Car, 2013). Ovu generaciju (osim u najsiročnjim ili u ideološki najrepresivnjim dijelovima svijeta) također obilježava odrastanje uz društvene mreže. Društvene mreže počele su se razvijati početkom 20. stoljeća. Društveno umrežavanje i društvene mreže nisu novi koncepti, odnosno društveni fenomeni, međutim, u današnje vrijeme pojavljuju se u novom obliku. Oni se prenose u online okruženje gdje se uz pomoć društvenog softvera i internetskih stranica odnosno servisa omogućuje formiranje online mreže prijatelja i/ili poznanika. Online društvene mreže i društveno umrežavanje postaje vrlo popularno među djecom i mladima (Kušić, 2010). Društvene mreže omogućavaju pojedincima da izrade javan ili polujavan profil unutar ograničenog sistema, umreže se s ostalim korisnicima i međusobno dijele svoje informacije na njemu. Svaka društvena mreža razlikuje se na poseban način. Zajedničko im je da korisnike stavlja u središte, omogućavajući im da sami kreiraju sadržaj i dijele ga s drugim korisnicima. Uspon servisa za društvene mreže ukazuje pomak u organizaciji online zajednica i potiče novu dimenziju socijalnih interakcija. Društvene mreže čini posebnim činjenica što omogućuju da osobe upoznaju strance s kojima inače ne bi imale priliku stupiti u kontakt (Greenfield, 2018).

Prema Sigman (2009) 1987. godine ljudi su u prosjeku provodili šest sati na dan u socijalnoj interakciji licem u lice te četiri sata preko elektroničkih medija. Do 2007. godine taj se odnos preokrenuo na osam sati druženja preko zaslona, a samo dva i pol sata u društvenoj interakciji licem u lice. Prema podacima Statiste od siječnja 2021. najjača društvena mreža u svijetu, Facebook, u svijetu ima 2 740 000 000 mjesečnih aktivnih korisnika. Slijedi ga YouTube sa 2 291 000 000 i Instagram sa 1 221 000 000 mjesečnih korisnika (Statista 2021). Ovi brojevi ukazuju na veličinu i snagu društvenih mreža danas u 2021. godini. Zbog boljeg

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

pregleda niže je Slika 1. koji prikazuje 16 najpopularnijih društvenih mreža i *chat* aplikacija na svijetu.



Slika 1: Grafički prikaz najpopularnijih društvenih mreža i *chat* aplikacija (Statista, 2021).

Brojka uz naziv društvene mreže je broj milijuna aktivnih korisnika.

Društvena mreža TikTok nalazi se na četvrtom mjestu po broju aktivnih korisnika (gleđamo li samo društvene mreže). Pribrojimo li joj i Douyin - inačicu koja se koristi u Kini dobivamo brojku od 1 289 000 000 korisnika, što nadmašuje broj korisnika Instagrama.

U online trendovima, posljednjih se godina sve više fokus stavlja na vizualne sadržaje poput fotografija ili video formata. Osim jeftinog i lako dostupnog interneta tome je pridonio i razvoj snažnih mobitela i računala te sveprisutne kamere koje omogućuju fotografiranje i snimanje video sadržaja (Lah, 2020). TikTok je društvena mreža koja je posvećena upravo formatu videa. Trenutno je jedna od najbrže rastućih društvenih mreža na svijetu, a najpopularnija je društvena mreža među tinejdžerima (Pisalica, 2020). Aplikaciju je u Kini 2016. pod imenom *Douyin* lansirala velika kineska tehnološka kompanija Bytedance. Godinu dana kasnije pojavila na svjetskom tržištu kao TikTok. Dostupna je u 154 zemlje i na 75 jezika. TikTok svojim korisnicima omogućuje gledanje, snimanje, uređivanje i dijeljenje kratkih videa do 60 sekundi te međusobnu interakciju. Većina videa objavljenih na TikToku traje kraće od 15 sekundi. Kod pregledavanja videa, umjetna inteligencija koju aplikacija koristi pamti ono što korisnik najviše gleda, te pojačano sugerira tu vrstu sadržaja, no povremeno nudi i drugačija videa od onih koje korisnik obično gleda. TikTok nudi neograničenu količinu sadržaja, a u prvi plan stavlja zabavu.

Jedna od karakteristika TikToka jest da se 'show' nikada ne prekida. Nakon što završite gledanje jednog videa, automatski počinje drugi, a da korisnik pritom ne mora ništa kliknuti kako bi ga pokrenuo. TikTok se oslanja na impulzivnost korisnika (između videa nema vremena da zastane i razmisli gubi li vrijeme). Ni na jednom od videa ne piše koliko traje. Niz videa je bez kraja, što utječe na količinu vremena koju korisnik može provesti na ovoj aplikaciji. Poriv da „scrollate“, pomicate stranicu, snažniji je nego na drugim društvenim

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

mrežama jer se ispred korisnika stalno nešto kreće (Džeba, 2020). <https://www.bitno.net/vjera/aktualnosti/koristio-sam-tiktok-nekoliko-sati-da-bih-vam-opisao-zasto-vi-ne-biste-trebali-uopce/>. Moć utjecanja na stavove i ponašanja ljudi, mladih i djece iz realnog, fizičkog svijeta preseljena je u virtualno okruženje. Lako je moguće da mnogo veći utjecaj sadržajima i trendovima od bilo koga iz njihove fizičke okoline, na mlade ostavlja netko od 10 najpraćenijih osoba na TikToku za koje je malo tko izvan te društvene mreže ikada čuo.

Dobna granica otvaranja profila na TikTok-u je 13 godina, kao i na svim društvenim mrežama. 70 posto korisnika TikTok društvene ima od 16 do 24 godine (Županić, 2020). Rezultati istraživanja pokazuju da 34 posto korisnika TikTok-a svakodnevno objavljuje novi video sadržaj na toj društvenoj mreži (Županić, 2020). Objavljen video može stići do velikog broja pregleda i time omogućiti korisniku da postane slavan. Savjeti kako postati popularan na TikToku koji se mogu naći na Internetu su: snimaj što više možeš (sve može biti dobar materijal), kopiraj što drugi rade, iskoristi videa koja već imaš na mobitelu, snimaj u partnerstvu s drugima itd. Ukratko, pretvori svoj život u „reality“ show i možda ti se dogodi popularnost. U želji da se u moru konkurenциje do te popularnosti što prije dođe, mnoge osobe na ovoj društvenoj mreži stavljuaju videa koja se vjerojatno ne bi usudili javno objaviti nigdje drugdje, pogotovo ne pred auditorijem od više stotina milijuna ljudi.

Moglo bi se reći da TikTok služi kao izvor adiktivne zabave u kojem se zabavljači ne libe prijeći granicu. Utjecaj konzumiranja takve zabave zahtjeva našu pažnju, a posebno prevenciju negativnih posljedica kao što je ovisnost.

Ovisnost o Internetu smatra se psihološkim poremećajem. Radi se o poremećaju samokontrole u ponašanju ili tehnološkoj ovisnosti a definira se kao nemogućnost pojedinaca da kontroliraju svoju uporabu internetskih sadržaja što ima za rezultat tjeskobu i funkcionalne poremećaje u svakodnevnom životu (Carević i sur., 2014). Prva istraživanja vezana uz tu ovisnost o počela je provoditi dr. Kimberly Young iz Sjedinjenih Američkih Država 1996. godine. Taj fenomen je označila kao pojavu novog poremećaja kontrole nagona koji nije vezan uz djelovanje opojnih sredstava (Puharić, 2014). Unatoč tome što postoje različita gledišta i definicije vezane uz ovisnost o internetu, zajednička crta svih istraživanja i djelovanja stručnjaka sastoji se u tome da taj poremećaj uvelike utječe na život korisnika Interneta (Puharić, 2014).

Psihološki znakovi ovisnosti o internetu očituju se u nemogućnosti procjenjivanja vremena provedenog na Internetu, manjku funkcionalnosti u rješavanju svakodnevnih problema (na poslu, u školi ili kod kuće), izolaciji od obitelji i prijatelja, zaštitničkom stavu prema korištenju internetskih usluga te osjećaju euforije i zadovoljstva koji se javlja za vrijeme korištenja interneta kao i osjećajima vezanim uz neraspoloživost, depresiju, nervozu i povučenost. Ovisnost o internetu karakterizira i emocionalna zatvorenost u slučaju nemogućnosti njegova korištenja te pokazivanje neiskrenih osjećaja koji se povezuju s učestalom lažnim iskazivanjem (Carević i sur., 2014).

Fizički simptomi koji su zajednički većini ovisnika o internetu su bol i ukočenosti koja se pojavljuje u rukama i zglobovima, suhe i napete oči, nedostatak sna, glavobolje te bolovi u leđima i vratu, pogoršanja fizičkog izgleda, pretjerano mršavljenje ili debljanje te loša koordinacija pokreta i promjene prehrambenih navika (Carević i sur. 2014).

### Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

Korištenje Interneta, a pogotovo društvenih mreža ovisi o razumnosti i umjerenosti korisnika (Greenfield, 2018). Osim ovisnosti, djelatnici u odgojno-obrazovnim ustanovama primjećuju i znatan pad u trajanju pažnje djece (Greenfield, 2018).

Na temelju napisanog, nameće se pitanje kako roditelji mogu zaštiti djecu u korištenju Interneta, a posebno društvenih mreža. Naime, aplikacija TikTok nudi opciju „Family Pairing“ putem koje roditelji mogu ograničiti korištenje mreže na više načina. Zasigurno je potrebno i razgovarati s djetetom o aplikaciji i pokušati saznati kako je koristi.

Društvene mreže sastavni su dio naših života. Ne možemo reći da su dobre ili loše. Ne možemo ignorirati njihovo postojanje, no možemo pratiti utjecaj koji one imaju na ponašanje naše djece i sukladno primijećenom reagirati.

## **2. Cilj, istraživačka pitanja i hipoteze istraživanja**

Cilj ovoga istraživanja je ustanoviti koliko učenici predmetne nastave u osnovnim školama koriste društvenu mrežu TikTok te postoji li nerazmjeran odnos između količine korištenja društvene mreže TikTok i samoprocjene učenika o vlastitoj ovisnosti. U okviru istraživanja, postavljeno je pet istraživačkih pitanja.

### **2.1. Istraživačka pitanja**

1. Koliko vremena učenici provode na društvenim mrežama?
2. Koji su razlozi korištenja društvene mreže TikTok?
3. Postoji li rodna i dobna razlika u učestalosti i razlogu korištenja društvene mreže TikTok?
4. Kakav je odnos između dnevнog korištenja društvene mreže TikTok i samoprocjene učenika o vlastitoj ovisnosti?
5. U kojoj su mjeri roditelji uključeni u angažiranost djece na društvenoj mreži TikTok?

### **2.2. Hipoteze**

Najveći broj učenika koristi društvene mreže i ima javno otvoren profil.

Većina učenika koristi društvenu mrežu TikTok dva do tri puta dnevno.

Najveći broj učenika samo pregledava sadržaje na društvenoj mreži TikTok, a ne objavljuje sadržaje često.

Djevojčice sedmog i osmog razreda češće sudjeluju u interakcijama na društvenoj mreži TikTok.

Većina učenika posjećuje TikTok zbog zabave ili dosade.

Većina učenika smatra da nije ovisna o društvenoj mreži TikTok.

Roditelji ne znaju i ne prate sadržaje i aktivnosti njihove djece na društvenoj mreži TikTok.

## **3. Metodologija**

### **3.1. Uzorak**

Istraživanje je provedeno na uzorku od 338 učenika viših razreda (od 5. do 8. razreda) u četiri osnovne škole Krapinsko-zagorske županije: Osnovna škola Janka Leskovara Pregrada, Osnovna škola Ksavera Šandora Gjalskog Zabok, Osnovna škola Đure Prejca Desinić i Osnovna škola Đurmanec. Ispunjavanje anketnog upitnika bilo je anonimno. Struktura anketiranih učenika prema spolu ukazuje da je isti broj dječaka (169, tj. 50%) kao i djevojčica (169, tj. 50%) ispunilo anketni upitnik. Broj anketiranih učenika po razredima je slijedeći: 49 učenika petih razreda (14,49% ispitanika), 82 učenika šestih razreda (24,26% ispitanika), 110 učenika sedmih razreda (32,54% ispitanika) i 97 učenika osmih razreda (28,69% ispitanika).

### **3.2. Postupak i varijable**

Istraživanje je provedeno u periodu od 15. do 23. prosinca 2020. godine. Podaci su prikupljeni uz suglasnost ravnatelja/ravnateljica osnovnih škola koje su sudjelovale u istraživanju. Ukupno je ispitano 338 učenika i to *online* anketnim upitnikom koji je izrađen u

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

Google Forms obrascu. Kako su učenici bili uključeni u nastavu na daljinu, obrazac im je proslijeđen putem Microsoft Teams aplikacije. Ispunjavanje upitnika trajalo je najviše 5 minuta i učenici su mu mogli pristupiti anonimno. Anketni upitnik sastavljen je od 29 pitanja i izrađen je za potrebe ovog istraživanja. Učenici su na neke od pitanja mogli odgovoriti s DA ili NE. Za neke tvrdnje ispitanici su odgovarali po Likertovim ljestvicama, u rasponu od 1 - uopće se ne slažem, do 5 - u potpunosti se slažem ili pak od 1-nikad, do 5-uvijek. Ispitanici su trebali odabrat po jedan ponuđeni odgovor, koji najbolje opisuje njihovo ponašanje. Dio pitanja s ponuđenim odgovorima dao je učenicima mogućnost izbora. Prikupljeni podaci iz upitnika uneseni su u Microsoft Excel tablice prema unaprijed pripremljenom kodnom planu.

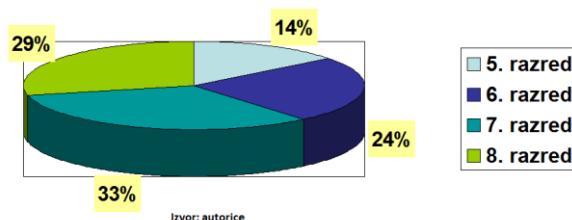
### **3.3. Metode obrade podataka**

Statistička analiza podataka izvršena je analizom frekvencija i postotaka, a podaci su prikazani u tablicama. Za varijable ordinalnog tipa izračunati su medijani, a razlike u raspodjelama broja ispitanika po pojedinim kategorijama izračunate su primjenom Hikvadrat testa, putem online kalkulatora na mrežnoj stranici: <http://www.testovi.info/hikvadrat-test-kalkulator.html>

## **4 Rezultati i analiza istraživanja**

### **4.1. Rezultati online ankete**

U online anketi sudjelovalo je 338 učenika. Dvadeset i devet pitanja podijelili smo u pet skupina kojima smo istraživali različite aspekte korištenja društvenih mreža. Rezultati istraživanja su pokazali da je distribucija ženskog i muškog spola bila jednaka i to po 169 ispitanika po spolu što iznosi točno 50% muškog spola i 50% ženskog spola. U anketi je sudjelovao najveći broj učenika sedmih razreda njih 110 (32,54%), a najmanje učenika petih razreda njih 49 (14,49%) (Slika 2).

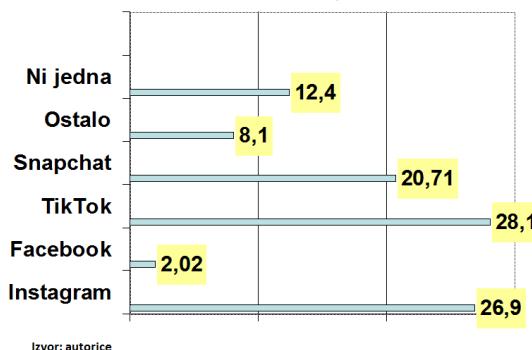


Slika 2: Dobne skupine ispitanika

U skupini pitanja o navikama korištenja društvenih mreža, učenici su trebali označiti koje društvene mreže koriste. Najveći broj učenika odgovorio je da ima otvoren profil na društvenoj mreži TikTok, njih 95 (28,1%). Idući po popularnosti je Instagram kojeg koristi njih 91 (26,9%). 12 % učenika odgovorilo je da nema otvoren profil ni na jednoj društvenoj mreži (slika 3). Učenici petih i šestih razreda imaju najčešće 11 do 12 godina, što je ispod preporučane dobne granice za otvaranje profila na društvenim mrežama. Podaci koje smo

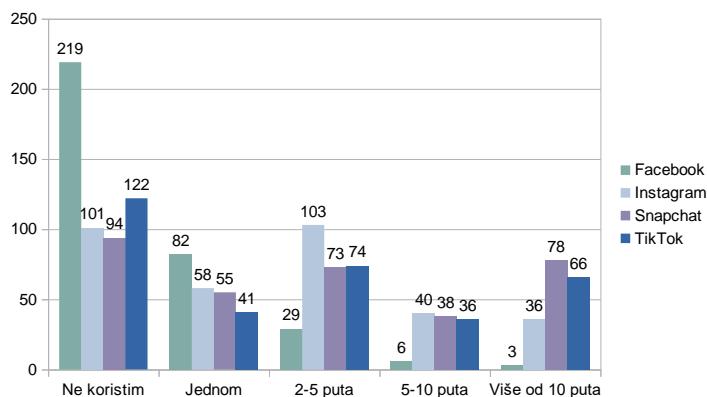
### Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

dobili ovim istraživanjem pokazuju da i učenici mlađi od 13 godina otvaraju profile na društvenim mrežama.



Slika 3: Društvene mreže na kojima učenici imaju otvorene profile

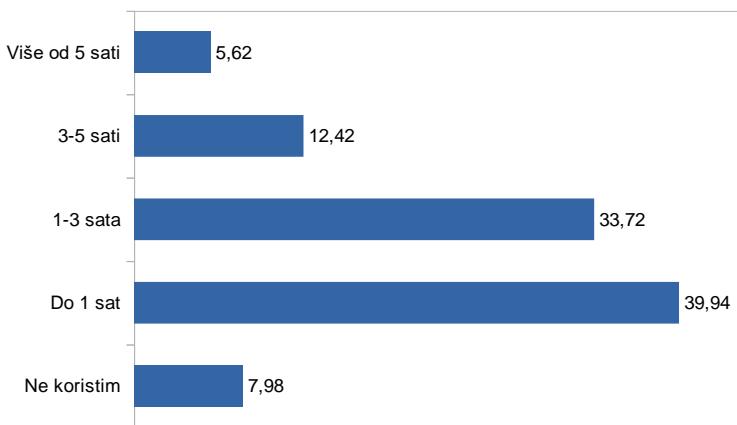
Ispitanici aktivno sudjeluju na društvenim mrežama. Na pitanje koliko često dnevno odlaziš na određenu društvenu mrežu ispitani su dali sljedeće odgovore: Na stranicu Snapchat dnevno više od deset puta odlazi 23,07 % učenika (njih 78), a pet do deset puta dnevno 11,83% (njih 40). TikTok više od deset puta dnevno posjećuje njih 19,52 %, a pet do deset puta 10,65 % (36 učenika). Najmanje posjećena društvena mreža kod ispitanih je Facebook. Više od 10 puta dnevno posjećuje ju samo 3 učenika (0,88 %), a pet do deset puta dnevno šestero učenika (1,77 %). 29,88 % učenika odgovorilo je da ne koristi Instagram, 64,79 % ne koristi Facebook, 27,81 % ne koristi Snapchat, a 36 % učenika ne koristi TikTok.



Slika 4: Učestalost posjećivanja stranica društvenih mreža

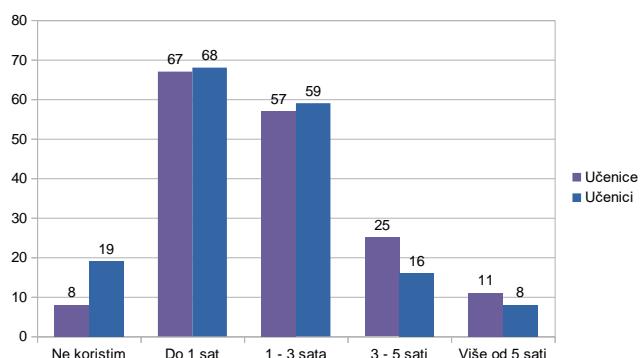
Učenici na društvenim mrežama provode različitu količinu vremena. Njih 10,9 % ne koristi društvene mreže ni jednom u toku dana. Njih 12,42 % provodi više od tri do pet sati na društvenim mrežama u tijeku dana, a 5,62 % učenika na društvenim mrežama provodi više od pet sati dnevno.

### Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole



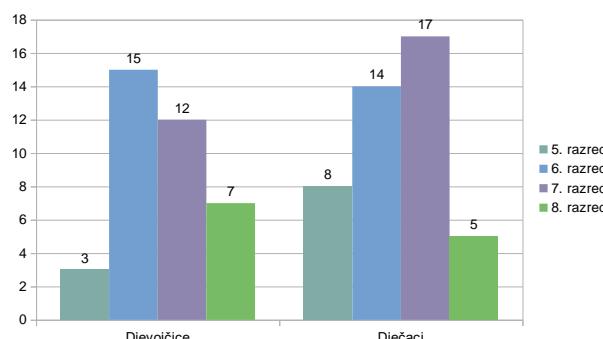
Slika 5: Vremenski period proveden na društvenim mrežama u toku jednog dana

Rezultati pokazuju da nema značajnije razlike u dnevnom vremenskom periodu provedenom na društvenim mrežama po spolu.



Slika 6: Vremenski period proveden na društvenim mrežama u toku jednog dana prema spolu

Iako učenici pregledavaju sadržaje na društvenoj mreži TikTok, njih 75,73% nema otvoren javni korisnički račun. 8,57% učenika šestih razreda te 8,57% učenika sedmih razreda imaju javno otvoreni profil na društvenoj mreži TikTok. Svega 3,25 % učenika petih razreda te 3,55% učenika osmih razreda ima javno otvoreni korisnički račun.



Slika 7: Broj učenika s otvorenim javnim korisničkim računom na društvenoj mreži TikTok

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

Pitanja od rednog broja 9 do 14 povezana su s vremenom provedenim na društvenoj mreži TikTok. Iz Tablice 1, vidljivo je da 216 (63,90%) učenika dnevno posjećuje TikTok te da provode dosta vremena na toj društvenoj mreži. Njih 75 (34,72%) utroši 30 minuta na TikTok. Najveći broj učenika posjećuje TikTok u vremenskom razdoblju od 30 minuta do dva sata, njih 48,61%, od toga dječaka 22,22%. Više od dva sata u tijeku dana provodi ukupno 36 učenika (16,66%). Od 216 učenika, 11,57% djevojčica koristi TikTok više od dva sata u tijeku dana. Sati aktivnosti na TikToku se povećavaju tijekom vikenda. 34 djevojčice (15,74%) i 17 dječaka (7,87%) provodi više od dva sata na društvenoj mreži TikTok (Tablica 1).

Tablica 1: Vrijeme provedeno na društvenoj mreži TikTok tijekom radnog dana i vikenda

	Provjedeno vrijeme na TikToku tijekom dana		Provjedeno vrijeme na TikToku tijekom vikenda	
	Djevojčice	Dječaci	Djevojčice	Dječaci
<b>15 – 30 minuta</b>	42	33	34	25
<b>30 minuta – 1 sat</b>	24	30	21	22
<b>1- 2 sata</b>	33	18	36	27

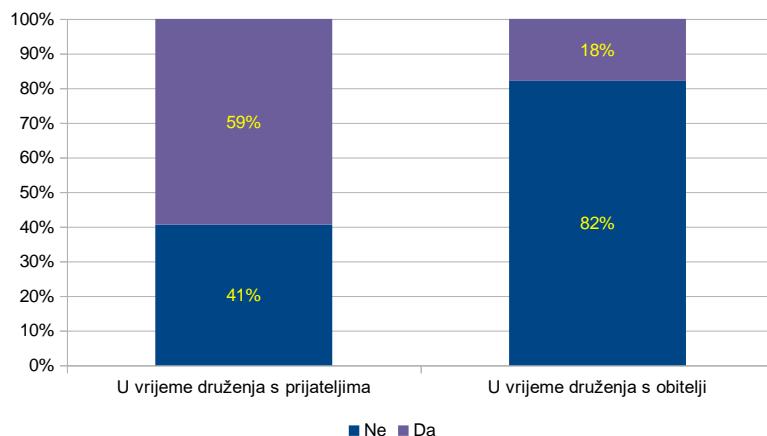
Ispitanici se razlikuju po tome u koje doba dana najviše posjećuju društvenu mrežu TikTok. Zanimljiv je rezultat koji pokazuje da 45,16% učenika gleda sadržaje odmah nakon buđenja, a 8,29% to radi često. Broj prisutnih na društvenoj mreži povećava se u večernjim satima te prije spavanja. Čak 98,87 % učenika ponekad i često posjećuju TikTok u to doba. Njih 21,64% posjećuju TikTok u vrijeme školskog odmora (Tablica 2).

Tablica 2: Posjećivanje društvene mreže TikTok u tijeku dana

	Čim se probudim	U vrijeme nastave	Nakon nastave	Uvečer, prije spavanja
<b>Djevojčice</b>	5	1	37	81
<b>Dječaci</b>	1	1	34	56
<b>Ukupno</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>71</b>	<b>137</b>

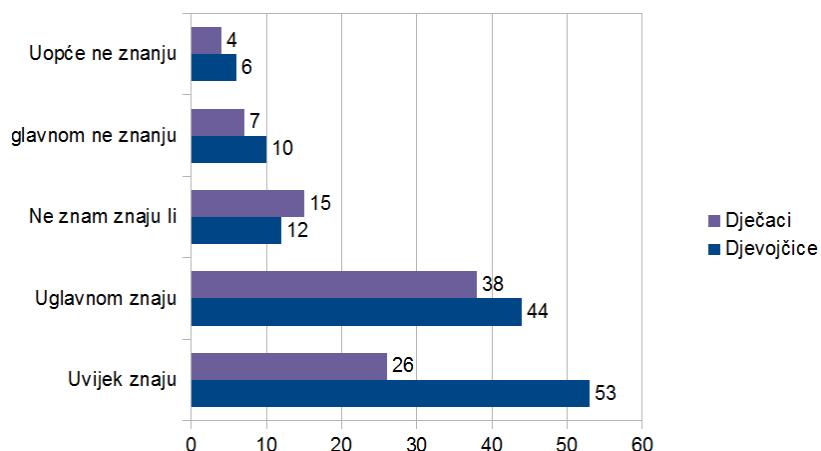
Pitanja 16 i 17 povezana su s korištenjem društvene mreže TikTok i socijalizacijom učenika. Željelo se saznati koriste li učenici društvenu mrežu TikTok dok su okruženi drugim ljudima. Pri druženju s prijateljima, njih 130 (59,36% ) posjećuje sadržaje na društvenoj mreži TikTok. Korištenje TikToka znatno se smanjuje u vrijeme druženja s obitelji. Samo 39 ispitanika (17,80%) posjećuje TikTok u vrijeme kad su s roditeljima (Slika 8).

### Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole



Slika 8: Korištenje društvene mreže TikTok u tijeku druženja

Prema odgovorima ispitanika, 36,74% roditelja uvijek zna, a 37,97% uglavnom zna kada su učenici prisutni na društvenoj mreži TikTok. Samo 4,65% roditelja uopće ne zna za vrijeme koje ispitanici provode na TikToku (Slika 9).



Slika 9: Saznanja roditelja o korištenju TikToka

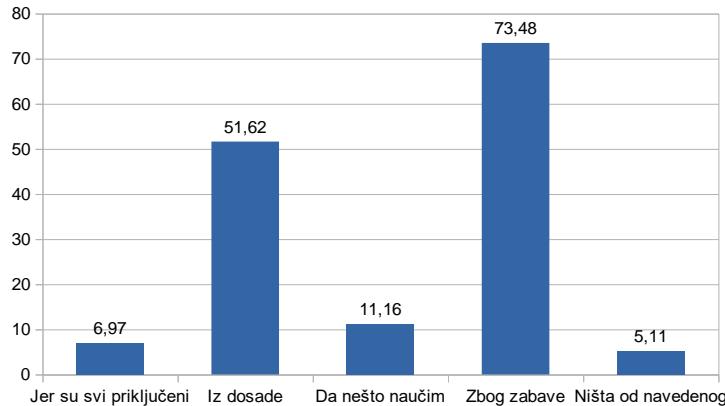
Jedna od hipoteza koju smo ovim istraživanjem željeli potvrditi bila je, zašto učenici posjećuju TikTok i u koje sve svrhe koriste tu društvenu mrežu. Njih 94,41% posjećuje TikTok da bi gledali sadržaje, dok je vrlo mali broj onih koji snimaju i objavljaju sadržaje, svega 3,25% (Tablica 3).

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

Tablica 3: Svrha korištenja društvene mreže TikTok

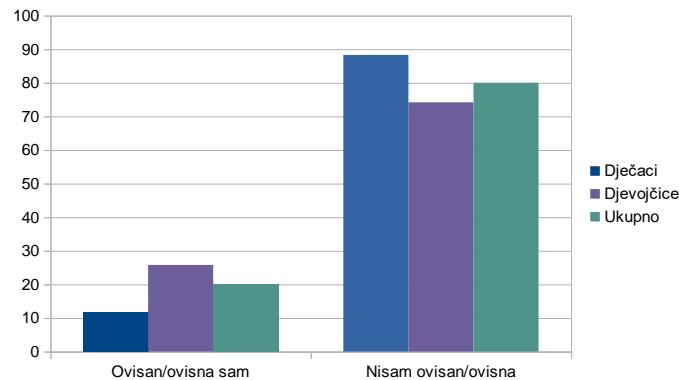
	Gledanje sadržaja	Snimanje sadržaja	Objavljivanje sadržaja
Djevojčice	91,1%	5,64%	3,22%
Dječaci	96,6%	0%	3,33%
<b>Ukupno</b>	<b>93,5%</b>	<b>3,25%</b>	<b>3,25%</b>

U određivanju razloga korištenja društvene mreže TikTok, učenici su imali mogućnost izbora više od jednog ponuđenog odgovora. Od ukupno 215 učenika koji koriste TikTok, 51 učenik, odnosno 62% posjeće tu društvenu mrežu iz dosade, a 73.48% zbog zabave. Svega 6,97% prati TikTok iz razloga jer su svi priključeni, dok njih 11,16 % posjeće TikTok kako bi nešto naučilo (Slika 11).



Slika 11: Razlozi korištenja TikToka

Posljednje pitanje odnosilo se na samoprocjenu ispitanika o njihovoj ovisnosti o društvenoj mreži TikTok. Njih 172 (80%) smatra kako nije ovisno, dok 43 ispitanika (20%) smatraju da su ovisni o TikToku.



Slika 12: Procjena vlastite ovisnosti o društvenoj mreži TikTok

## **4.2. Analiza rezultata online ankete**

Prema navedenim podacima vidljivo je da učenici u dobi od 11 do 14 godina koriste društvene mreže. Koriste ih nešto manje kroz tjedan, a za vikend više, vjerojatno iz razloga što onda imaju manje obaveza. Najpopularnija društvena mreža među njima je TikTok. Najviše je koriste radi zabave. Većina učenika koja koristi društvenu mrežu TikTok izjavljuje da njihovi roditelji znaju koliko vremena provode na njoj i koje sadržaje prate. 20 % ispitanika izjavilo je kako smatraju za sebe da su ovisni o TikToku.

Ovisnost o internetu koja je spomenuta u uvodu prisutna je u psihijatrijskim klasifikacijama. Ovisnost o društvenim mrežama još kao takva ne postoji. Unatoč tome, definicija ovisnosti o internetu može se primijeniti i na društvene mreže. Važno je na vrijeme prepoznati određene znakove koji upućuju na to da bi se moglo raditi o ovisnosti o društvenim mrežama.

Kako bismo spriječili potencijalne probleme u ponašanju, odrasle osobe prvenstveno moraju pripaziti na koji način djeca i mladi koriste društvene mreže jer su to generacije koje većinu vremena provode na njima. Car (2010) navodi kako korištenje mobitela, e-maila, chata i socijalnih mreža od strane djece, bez specifičnih uputa od odraslih može biti vrlo riskantno.

## **5 Zaključak**

Pojava društvenih mreža u našoj je svakodnevnoj rutini napravila potpuni preokret i one su postale veliki dio naših života. Svaki dan ispunjen je aktivnostima u kojima koristimo pametne telefone, tablete, pametne televizore, a najveći dio tog vremena provodimo na društvenim mrežama. Sve više djece i mladih aktivno sudjeluje na društvenim mrežama, čak i ako su mlađi od preporučene dobi za otvaranje vlastitog profila. Uvidom u objave i način na koji su mlađi aktivni na društvenim mrežama možemo reći da vlada trend koji mlade počinje usmjeravati prema tome da je normalno objavljivati sadržaje iz gotovo svakog segmenta svog života i dijeliti ga s velikim brojem osoba s kojima inače ne bi bili u čestom kontaktu (Rotim, 2017).

Brza i jednostavna komunikacija, velik broj dostupnih informacija i zabavni sadržaji svakako upućuju na to da društvene mreže mogu biti korisne. S druge strane, zdravstveni problemi, socijalna izolacija, ovisnost i problemi u komunikaciji i pažnji govore nam kako društvene mreže mogu biti i poprilično štetne. Gledajući općenito možemo povući paralelu između društvenih mreža i vatre. One nas, kao i vatru, mogu ugrijati ako ih koristimo umjereno, ali istovremeno, ako ih previše koristimo, mogu nas i jako opeći.

Posebnu opasnost kod učenika može predstavljati nemogućnost prepoznavanja znakova manipulacije što onda dovodi do nepravovremenog djelovanja.

Novu tehnologiju trebalo bi shvaćati kao koristan alat koji zahtijeva instrukcije, vodstvo i superviziju od strane odrasle osobe prije nego što ga mlada osoba počne koristiti. Djecu je također potrebno educirati o kvalitetnom provođenju slobodnog vremena te im ponuditi i druge opcije osim društvenih mreža. Potrebno ih je upoznati s pojmom ovisnosti o internetu i raditi na razvijanju socijalizacije u fizičkom svijetu. Ovisnost o internetu kod djece posebno utječe na njihovu nedovoljnu socijaliziranost i razvijanje socijalnih vještina pa se takva djeca suočavaju s nizom poteškoća kada u realnome svijetu žele sklopiti prijateljstvo. Roditelji i škola imaju odgovornost poučiti učenike osnovnim socijalnim vještinama.

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

U sprječavanju negativnih utjecaja medija ključan je medijski odgoj. On bi se trebao početi provoditi već u roditeljskom domu gdje bi roditelji selektirali sadržaje koje njihova djeca svakodnevno gledaju. Veliku pomoć mogu pružiti i medijski pedagozi koji bi djeci ukazivali na dobre i loše strane medija. Utjecaj društvenih mreža treba stalno istraživati kako bi se proširila znanja o fenomenu koji je toliko rasprostranjen, a o kojem se toliko malo zna. Na taj način ćemo doprinijeti kvalitetnijem životu sadašnjih generacija i pozitivnom razvoju nekih budućih generacija koje tek dolaze.

## **6 Literatura**

Car, S. (2013). Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi. *Pedagogijska istraživanja*, 10(2), 285-292.

Carević, N., Mihalić, M., Sklepić, M. Ovisnost o internetu među srednjoškolcima. *Socijalna politika i socijalni rad*, Vol. 2. No.1 Svibanj 2014.

Greenfield, S. Promjene uma: kako digitalne tehnologije utječu na naš mozak. Zagreb : Školska knjiga, 2018.

Kušić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 56(24), 103-125.

Lah, I. (2020). Utjecaj društvenih mreža na percepciju svijeta i društvenih odnosa. Diplomski rad. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu

Puharić, Z. i sur. Istraživanje čimbenika nastanka ovisnosti o internetu. *Acta Med Croatica*, 68, 361 – 373, 2014.

Radas J. (2015). Doživljaj društvenih mreža iz perspektive adolescenata. Diplomski rad. Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Sveučilište u Zagrebu

Rotim, A. (2017). Društvene mreže i slobodno vrijeme: ovisnost ili stil života?. Diplomski rad. Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

Sigman, A. (2009). Well connected? The biological implications of „social networking“ Biologist, 56(1), 14-20. Preuzeto s [http://www.aricsigman.com/IMAGES/Sigman\\_lo.pdf](http://www.aricsigman.com/IMAGES/Sigman_lo.pdf)

Sigurnost djece na internetu, Modul 3, (2014). Priručnik za roditelje 5. i 6. razreda osnovne škole. Osnovna škola Veliki Bukovec.

Internetske stranice:

Džeba (2020)

<https://www.bitno.net/vjera/aktualnosti/koristio-sam-tiktok-nekoliko-sati-da-bih-vam-opisao-zasto-vi-ne-biste-treballi-uopće/> (pristupljeno 20.12.2020.)

### Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole

Pisalica (2020)

<https://pisalica.com/tik-tok-poslovanje/> (pristupljeno 20.12.2020.)

Statista (2021)

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (pristupljeno 10.2.2021.)

Županić (2020)

<https://pcchip.hr/internet/drustvene-mreze/16-zanimljivosti-koje-trebate-znati-o-brzorastuoj-tiktok-drustvenoj-mrezi-1-dio/> (pristupljeno 21.12.2020.)

## Korištenje društvene mreže TikTok kod učenika osnovne škole