

РАЗЛИКЕ У СТАВОВИМА ПРЕМА ИНТЕРНЕТУ И ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА ВАСПИТАЧА И РОДИТЕЉА ПРЕДШКОЛСКЕ ДЕЦЕ

**Јелена Ж. Мићевић Карановић¹, Тања С. Бркљач²,
Србислава В. Павлов³, Ангела Ј. Месарош Живков⁴**

Кратки научни рад DOI 10.7251/NSK1902067M UDK 004.738.5:[373.23:371.64].69 COBISS.RS-ID 128260865

Резиме

Основни циљ истраживања био је утврдити значајност разлика у коришћењу као и у ставовима према интернету и друштвеним мрежама код васпитача и родитеља деце предшколског узраста.

Основни метод је неексперименталан – анкетно истраживање на узорку.

¹ Јелена Мићевић Карановић је доктор психолошких наука и предавач у Високој школи струковних студија за образовање васпитача у Кикинди.

Е-адреса: miscevicj@sbb.rs

² Тања Бркљач је мастер и наставник страног језика у Високој школи струковних студија за образовање васпитача у Кикинди.

Е-адреса: tanjabrkljac@gmail.com

³ Србислава Павлов је магистар педагошких наука и предавач у Високој школи струковних студија за образовање васпитача у Кикинди. Е-адреса: srbislavapavlov@yahoo.com

⁴ Ангела Месарош Живков доктор методике наставе и предавач у Високој школи струковних студија за образовање васпитача у Кикинди.

Е-адреса: angelamesaros.zivkov@gmail.com

Укупан узорак је чинило 228 испитаника од којих је 112 васпитача и 116 родитеља. Узорак родитеља и васпитача је намеран и погодан, што одговара експлоративној природи овог истраживања. Примењени инструмент је модификована и скраћена верзија упитника конструисаног у сврхе ширег истраживачког пројекта под називом Протективни фактори и ресурси родитеља и васпитача у суочавању деце предшколског узраста са ризичним утицајима дигиталних медија на дечји психофизички развој. Добијени резултати истраживања показују да не постоје статистички значајне разлике у коришћењу као ни у ставовима васпитача и родитеља деце предшколског узраста према интернету и друштвеним мрежама.

Кључне речи: интернет, друштвене мреже, родитељи, васпитачи, предшколски узраст.

Увод

Истраживање представљено у овом раду је извод и необјављени део истраживачког пројекта под називом „Протективни фактори и ресурси родитеља и васпитача у суочавању деце предшколског узраста са ризичним утицајима дигиталних медија на дејчи психолошко-физички развој“ који је одобрио Покрајински секретаријат за високо образовање и научноистраживачку делатност АП Војводине, а чији је носилац Висока школа струковних студија за образовање васпитача у Кикинди.

Социолог Реј Олденбург (Ray Oldenburg) истиче да је простор у којем проводимо своје слободно време најважнији за човека, јер представља неутрално тло где саговорници стичу осећај друштвене једнакости, психолошке удобности и подршке (Радојичић, 2008). Да бисмо били члан виртуелне заједнице, поред осећања присности, често је неопходно да редовно посећујемо ту заједницу, како би се присност очувала. За разлику од заједнице у физичком свету, која може опстати и када су њени чланови удаљени (на пример, породица), виртуелне заједнице се одржавају захваљујући

континуитету својих чланова. Према Стивену Џоунсу (Steven Jones), постоји још једна видљива разлика између физичких и виртуелних заједница. Традиционалне заједнице нам намећу обавезе и правила, док виртуелне заједнице функционишу по принципу добровољности – сами одлучујемо да им се прикључимо (Џоунс, 2001).

Развој и употреба информационо-комуникационих технологија трансформисали су савремено друштво у „информационо друштво“. Његова главна карактеристика је та што информационо-комуникационе технологије играју најважнију улогу како у производњи и економији, тако и у свим осталим сферама живота појединца и друштва у целини (Ковачевић, Павловић и Шутић, 2018). Кад је реч о свакодневним потребама просечног интернет корисника, најчешће се интернет користити за тражење информација, забаву и комуникацију са пријатељима.

Друштвене мреже су осмишљене како би повезале, или умрежиле, људе широм света. Њихова популарност сразмерна је броју корисника, који се сваке године повећава – 95,6% интернет попула-

ције узраста 16-24 година у Србији има налог на друштвеним мрежама (Републички завод за статистику, 2014), а значајан је податак да су млади најчешћи становници ових виртуелних заједница. Републички завод за статистику спровео је 2018. године истраживање под називом „Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији 2018“ на узорку од 2.800 домаћинстава. Према налазима које је објавио Републички завод за статистику, 72,9% домаћинстава поседује интернет прикључак, а укупан број корисника рачунара повећао се за 3,3% у односу на 2017. годину. У истом извештају наводи се да сада 96,4% интернет популације од 16 до 24 године старости има налог на друштвеним мрежама (Републички завод за статистику, 2018). Аутори Пауел и Смит-Доер (Powell, & Smith-Doerr, према Вушуровић, 2017) сматрају да се могу разликовати два различита приступа изучавању друштвених мрежа. Први је укореењен у социологији и теорији организације и укључује мреже као аналитичко средство за осветљавање друштвених односа, нпр. унутар неке организације, између организација, у ширем друштве-

ном окружењу. Други је више интердисциплинаран и схвата мреже као посебну врсту логике организовања, као начин управљања односима између друштвених актера (Вушуровић, 2017).

Оно што сајтове друштвених мрежа чини јединственим није само чињеница да они дозвољавају појединцу да упозна непознате особе или особе сличног професионалног афинитета које нису у могућности да свакодневно комуницирају (на пример, због физичке удаљености), већ они омогућавају корисницима да артикулишу и другим корисницима учине видљивим своје друштвене (микро) мреже и да међусобно буду у интерактивном контакту. Међутим, на многим великим друштвеним мрежама учесници се не повезују увек или траже нове контакте, већ примарно комуницирају с људима, пријатељима који су одавно део постојећих веза из реалног (физичког) света (Радовановић, 2010).

Основни проблем овог рада јесте утврђивање да ли постоје статистички значајне разлике у коришћењу и ставовима према интернету и друштвеним мрежама код васпитача и родитеља деце предшколског узраста кроз испи-

тивање јесу ли они хомоген узорак када је у питању прихватање интернета и друштвених мрежа као иновација, односно на ком су степену усвојености и прихваћености ових иновација у контексту Теорије ширења иновација која се, према Роџерсу (Rogers, 1983) примењује да објасни зашто неко одлучи да иновацију (идеја, мишљење или производ) усвоји раније и пре других, а неко касније или никад и објашњава који значајни фактори утичу на усвајање и став према иновацијама.

Интернет и друштвене мреже у контексту Теорије ширења иновација

Друштвено умрежавање у свом ширем комуникативно-друштвеном контексту подразумева инцијацију везе, конекције, најчешће између странаца. Може се сматрати да је „интернет друштвеност” феномен који представља алтернативу културним процесима, будући да је темељ за формирање нових, алтернативних социјалних идентитета (Радовановић, 2010). По дефиницији Вивера и Морисона, основни концепт друштвених мрежа чине три или више ентитета који комуницирају и размењују

информације. Иако друштвено умрежавање постоји од појаве првих људи на Земљи, у контексту интернета оно добија нову димензију. У овом новом контексту, сви учесници друштвеног умрежавања користе интернет и веб апликације да би комуницирали на начине који раније нису били могући (Weaver & Morrison, 2008, према Гргић и Мучњак, 2014).

Бојд и Елисон дефинишу сајтове друштвених мрежа као веб-засноване сервисе који омогућавају појединцима да креирају јавне или полујавне профиле унутар затвореног, централизованог система, артикулисану листу осталих корисника те мреже са којима имају заједничке конекције (везе) и селективну листу конекција коју називају пријатељима (Boyd & Ellison, 2007, према Радовановић, 2010). Профил на друштвеним мрежама представља својеврсну форму оглашавања на интернету. Али, за разлику од комерцијалних облика оглашавања који представљају пословни медиј и обраћају се потенцијалним конзументима или корисницима услуга, лични профили артикулишу самопрезентацију и експериментисање са сопственим имиџом. Милиони самостално креираних страница

представљају покушај друштвене интеграције индивидуе и конзистентне презентације онога што људи мисле да је о њима важно знати. То је дигитални CV (Curriculum Vitae) који је обogaћен специфичним, духовитим, креативним, инвентивним и неретко уметничким решењима (Укропина, 2016).

Ширење идеја, мишљења и производа се односе на *ширење иновација* (Valente, 1995). Ширење иновација је процес у ком се иновације путем извесних канала комуникације, током времена, распростиру међу члановима који су мање-више отворени за те иновације (Rogers, 1983; Beal & Bohlen, 1985). Први корак у разумевању проблема ширења иновација био је да се схвати да је ширење иновација заправо друштвени процес у ком индивидуе усвајају нове идеје као резултат разговора са другим индивидуама које су те нове идеје већ усвојиле. Рајан и Грос су нагостили друштвену природу процеса ширења иновација када су пронашли да су најважнији извори/канални комуникације и ширења иновација били *пријатељи и комшије* (Valente & Rogers, 1993).

Према Теорији ширења иновација, ширење иновација се одвија по принципу *ширења заразе* те подразумева утицај (преношење заразе) *заражене особе на незаражену личним и непосредним контактом*. *Ширење заразе* за усвајање или за неусвајање иновације се односи и на питање како особе опажају друге особе и имитирају њихово понашање које представља усвајање или неусвајање иновације (Valente, 1995). Маслов (2004) истиче да сваки нови проналазак, свако ново откриће или идеја, ствара метеж у позадини јер људи који су се удобно уљуљкали у нешто изненада бивају продрмани из своје удобности, те је јасно зашто се свако велико откриће и било који нови проналазак не прихватају тако лако. Иновације се најчешће дефинишу као модификација одређеног процеса или творевине. Психолози когнитивног усмерења показали су како процес прихватања креће од онога што особа прима споља, да би га ширила, и објашњавају колико је у њој остало на основу сазнања која има, као и на основу стеченог искуства. Током тог процеса, индивидуа је осетљивија и пријемчивија у односу на поруке тог производа јер покушава да рекон-

струише сопствену визију и насталу неравнотежу. На крају може доћи до асимилације и реструктурирања модела који је претходно дефинисан, али чак и до феномена одбацивања. Сматра се, наиме, да је потрошач у основи конзервативан, привилегује тенденцију *минималног напора* и *устаљене навике* (Codeluppi, 2002).

Поред директних веза, непосредне комуникације и утицаја социјалне једнакости на усвајање или неусвајање иновација утицај има и положај у групи – популарност или вођство, као и утицај друштвеног система на понашање индивидуе. Када је реч о индивидуалном усвајању новине, говори се о *прагу* усвајања, а кад је реч о друштвеном систему, говори се о *критичној маси*.

Већина досадашњих истраживања у области ширења и усвајања иновација, бавила се испитивањем прага индивидуа за усвајање или неусвајање иновација, као и испитивањем критичне масе, како би објаснила друштвено понашање, побуне, ширење политичких револуција или јавно мњење (Granovetter, 1987). Испитивачи тврде да су извесни услови неопходни како би се код индивидуе створио праг за усвајање новине

или како би се у друштву створила критична маса за усвајање иновације (Neuman, 1990). Праг се заснива на неопходној пропорцији људи који су већ усвојили новину и који утичу и чине особу вољном да је и она усвоји (Granovetter, 1987). Тако је понашање индивидуе функција понашања других у групи или систему. Постоје индивидуе са ниским прагом усвајања (усвајају новину много пре других) и оне са високим прагом усвајања (усвајају новину тек када је велик проценат других особа у групи или систему усвоји).

Критична маса се дешава рано у процесу ширења иновација и обухвата око 10% до 20% популације која је усвојила иновацију. Сматра се да је то довољан број индивидуа неопходних за даље ширење иновација на остатак друштвене групе или система (Valente 1995).

Социолози на универзитету Висконсин (Marwell, Oliver & Prahl, 1988; Oliver & Marwell, 1988), проучавали су критичну масу у колективном понашању. Извесни подстреци (на пример, чланство у групи) за учешће у колективном понашању могу допринети да се критична маса раније

деси. Прављење популарне ствари од колективног понашања такође поспешује убрзавање критичне масе.

Истраживања спроведена у циљу испитивања утицаја мас-медија на јавно мњење тврде да медији утичу преко два корака: прво медији утичу на вођу, а онда вођа на своје следбенике (Menzel & Katz, 2001).

На ширење и усвајање иновација утиче и опажање дистрибуције јавног мњења (Noelle-Neumann, 1984). Индивидуе могу да подрже неку нову идеју, мишљење или нов производ ако опазе да су друге особе то већ усвојиле, тј. да се конформишу. То опажање може да их учини сигурним у изражавању својих идеја и мишљења у прихватању нових производа.

Налази појединих тангентних истраживања

Неусаглашеност у закључцима појединих досадашњих истраживања произлази из променљиве и развојне особине интернета који свакодневно превазилази „застарела” открића. Аутори попут Каца и Рајса упоређивали су социјални живот корисника и некорисника интернета и дошли до пода-

тка да испитаници који су истовремено и чланови виртуелних заједница нису променили однос и количину времена у комуникацији са особама у физичком простору. Према њиховим подацима, употреба интернета нема негативне ефекте на живот појединаца и њихове друштвене односе, већ подстиче интеракцију (Katz & Riise, према Милинковић, 2015).

Макена и Барг (McKenna & Bargh) су у својој студији дошли до података према којима се интернет може употребити и у терапеутске сврхе – 21% испитаника који су претходно имали проблем са меланхолијом, усамљеношћу и депресијом изјавило је након одређеног периода коришћења интернета да има осећај да им је ова технологија помогла у ширењу социјалних односа (Хинић, 2008).

Ауторка Шери Теркл (Sherry Turkle), након петнаестогодишњег истраживања утицаја дигиталних технологија на живот, истакла је да људи стварају нераскидиве везе са технологијом како би превазишли свој страх од интимности (Теркл, 2011, према Милинковић, 2015). Они притом комуницирају са другима, али уз постојање дистанце у међусобним односима. Када говори о иденти-

тету, Терклова наглашава да се у виртуелном простору креира лажна слика која временом постаје наша стварна представа. Иако указује и на позитивне ефекте виртуелних заједница, за ауторку ти односи представљају замену за стварне релације којом нам је омогућено да узмемо колико нам треба, а да притом избегнемо одговорност и суштину разговора (Теркл, 2011).

Петровић (2013) је спровео истраживање корисника интернета у Србији анализирајући га с аспекта његовог утицаја на друштвене односе, интерперсоналну комуникацију и друштвену интеракцију. Истраживање је обухватило узорак од 1.063 испитаника путем онлајн анкете и додатних 15 интервјуа, од којих су неки урађени лицем у лице, док су други обављени путем Скајпа. Једна од главних хипотеза је била да интернет као медиј подстиче умрежавање појединаца, одржавање веза и креира нове везе. Пре свега се мислило на простор за упознавање који интернет креира (*Петровић ову карактеристику интернета назива прокреативном*), омогућавајући тако корисницима да не само одржавају старе, већ и стварају нове везе. Резултати овог истра-

живања показују значај интернета као медија интерперсоналне комуникације на одржавање веза између појединаца и потврђују резултате из Петровићевих ранијих истраживања. Када је реч о корисницима интернета у Србији, интернет је основно средство комуникације када је у питању одржавање слабих веза, док су у одржавању јаких веза телефонски позив и сусрети уживо и даље од велике важности. Другим речима, интернет је допунио постојеће начине интерперсоналне комуникације, нудећи појединцу још један канал путем кога он може да одржава постојеће и ствара нове друштвене односе. Резултати истраживања интернета показују да он представља једно од најзначајнијих места за стицање нових контаката. Услед своје прокреативне функције он представља место на којем појединци међусобно комуницирају и не само што одржавају постојеће, већ стичу и нове контакте, који не остају само виртуелни, већ се преносе и на неvirtуелни, односно физички свет.

Према резултатима добијеним методом онлајн упитника са скалама процене, ауторке Милинковић (2015), једнак број испитаника (по 45%) проводи 2-3 или више

од 3 сати дневно на интернету, док преостали испитаници време на мрежи прилагођавају дневним потребама. Поред информисања које представља примарну сврху употребе интернета, испитаници су потврдили да су виртуелне заједнице подједнако важан део њихове комуникације. Присуство на социјалним мрежама ипак предњачи у односу на учешће у другим облицима виртуелних заједница чији збир корисника не достиже популарност социјалних мрежа код испитаника. Корисници су најактивнији на Фејсбуку (96%), затим следи Твитер (25%) и мрежа у успону за размену пословних информација Линкедин (16%). Активна потрага за послом наставља се и на социјалним мрежама (25%), али се оне користе и за друге врсте претраге.

Поједина досадашња истраживања су показала да млади користећи интернет и друштвене мреже најчешће стварају и деле креиране фотографије, затим цртеже, блогове, видео-снимке и друге материјале. Блогове према наведеним истраживањима најчешће стварају тинејџерке узраста 13-16 година (Kurіäinen, 2013).

Методологија истраживања

Основни метод је неексперименталан – анкетно истраживање на узорку. Укупан узорак је чинило 228 испитаника од којих је 112 васпитача и 116 родитеља деце предшколског узраста. Узорак родитеља и васпитача је намеран и пригодан, што одговара експлоративној природи овог истраживања.

Примењени инструмент је модификована и скраћена верзија упитника конструисаног у сврхе ширег истраживачког пројекта.

Упитник садржи 2 питања о коришћењу интернета и друштвених мрежа са алтернативним избором одговора и 20 ајтема са четворостепеном скалом понуђених одговора од апсолутног или делимичног слагања, до делимичног или апсолутног неслагања са ајтемом. У упитнику су ставови оперативно дефинисани преко когнитивне, конативне и емоционалне компоненте и груписани у *опити позитиван став према интернету и друштвеним мрежама*, *опити негативан став према интернету и друштвеним мрежама* и *критички став према интернету и друштвеним мрежама*.

Истраживање је реализовано у Предшколској установи „Драгољуб Удицки“ у Кикинди и у Предшколској установи „Пава Сударски“ у Новом Бечеју. Родитељи и васпитачи су упитнике попуњавали под шифрама, анонимно, уз гаранцију да ће подаци бити искоришћени искључиво у научне и истраживачке сврхе.

Подаци су обрађени уз коришћење софтверских пакета за анализу и обраду података SPSS.

Резултати и дискусија

У Табели 1 дат је приказ фреквенцијске структуре одговора родитеља на питање да ли користе интернет.

Табела 1

Фреквенцијска структура одговора родитеља на питање да ли користе интернет

Да ли користите интернет?	фреквенције	процент
да	116	100
не	0	0
Total: 116 (100%); Missing: 0		

У Табели 2 дат је приказ фреквенцијске структуре одговора ро

дитеља на питање да ли користе друштвене мреже.

Табела 2

Фреквенцијска структура одговора родитеља на питање о коришћењу друштвених мрежа

Да ли користите поједине друштвене мреже?	Фреквенције	процент
да	102	87,9
не	14	12,1
Total: 116 (100%); Missing: 0		

У Табели 3 дата је фреквенцијска структура одговора васпитача

на питање да ли користе интернет.

Табела 3

Фреквенцијска структура одговора васпитача на питање о коришћењу интернета

Да ли користите интернет?	Фреквенције	процент
да	104	92,9
не	5	4,5
Total: 109 (97,3%); Missing: 3 (2,7%)		

У Табели 4 дат је приказ фреквенцијске структуре одговора васпитача на питање о коришћењу друштвених мрежа.

Табела 4

Фреквенцијска структура одговора васпитача на питање о коришћењу друштвених мрежа

Да ли користите поједине друштвене мреже?	Фреквенције	процент
да	92	82,1
не	16	14,3
Total: 108 (96,4%); Missing: 4 (3,6%)		

У Табели број 5 дат је приказ значајности разлика у одговорима родитеља и васпитача на питање да ли користе интернет.

Табела 5

Значајност разлика у одговорима родитеља и васпитача на питање о коришћењу интернета

Да ли користите интернет?	родитељи	васпитачи
да	116	104
не	0	5
Јејтсов Хи квадрат =3.536; df=1; Јејтсов р ниво=0.060 ¹		

¹ Најмање 20% очекиваних фреквенција је мање од 5.

Добијен Хи квадрат је мањи од Хи квадрата на нивоу 0,05 (3,84) и 0,01 (6,63), што значи да не постоји статистички значајна разлика у коришћењу интернета код родитеља и васпитача. Како је $3,536 < 3,841$, прихватамо нулту хипотезу да нема статистички значајне разлике

у коришћењу интернета када су родитељи и васпитачи у питању.

У Табели 6 дат је приказ фреквенцијске структуре одговора родитеља и васпитача на питање о коришћењу друштвених мрежа и значајност разлика у тим одговорима.

Табела 6

Значајност разлика у одговорима родитеља и васпитача на питање о коришћењу друштвених мрежа

Да ли користите поједине друштвене мреже?	родитељи	васпитачи
да	102	92
не	14	16
Хи квадрат=0,364; df=1; p ниво=0,546		

Не постоји статистички значајна разлика у одговорима родитеља и васпитача на питање да ли користе друштвене мреже јер је добијен Хи квадрат од 0,364 мањи од Хи квадрата на нивоу 0,05 (3,84) и 0,01 (6,63).

У Табели 7 дат је приказ фреквенција и значајности разлика када је у питању општи позитиван став према интернету и друштвеним мрежама.

Табела 7

Разлике у општем позитивном ставу родитеља и васпитача према коришћењу интернета и друштвених мрежа

Општи позитиван став према интернету и друштвеним мрежама	апсолутн ¹ о да		делимично да		делимично не ²		апсолутн ³ о не	
	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи
1. Интернет омогућава брзу доступност информација. Он је на неки начин ризница знања. Интернет располаже великим бројем књига које можемо читати у електронском облику.	56	64	52	47	2	0	0	0
2. Интернет омогућава размену мишљења и информација са особама сличних интересовања или проблема.	49	60	49	48	6	2	1	0
3. Интернет омогућује комуникацију са људима – брзо и једноставно дописивање са особама из различитих делова света.	93	87	17	23	0	0	0	0
4. Интернет омогућује куповину и продају, рекламирање различитих производа или резервацију карата. Плаћање преко интернета помаже људима да плате рачуне без напуштања куће или радног места.	87	84	22	26	1	0	0	0
5. Учење путем интернета омогућује преглед најновијих сазнања, резултата истраживања, те прикупљање података.	72	64	36	45	2	0	0	0

² Најмање једна очекивана фреквенција је мања од 1

³ Најмање једна очекивана фреквенција је мања од 1

6. Интернет представља извор забаве (на пример, играње игрица са другима на мрежи).	51	52	47	43	3	6	3	9
7. Преко интернета и друштвених мрежа можемо да упознамо нове пријатеље и ступимо у контакт са старим пријатељима.	68	73	41	31	1	4	0	2
8. Интернет омогућава лако и брзо прегледање актуелних вести (нпр. читање дневних новина и вести, временске прогнозе, спортских резултата).	91	85	19	22	0	3	0	0
Chi квадрат	2,755		4,447		12,8		3,494	
Jeјтсов Chi квадрат	2,1		3,198		4,703		0,32	
df	7		7		6		2	
P ниво	0,906		0,747		0,0463		0,174	
Jeјтсов P ниво	0,954		0,866		0,582		0,852	

Добијени Хи квадрат у одговори-ма родитеља и васпитача када је у питању апсолутно слагање са ајтемима општег позитивног ста-ва према интернету и друштвеним мрежама, од 2,755, уз Jeјтсову корекцију 2,1 и добијени Хи квадрат код делимичног слагања са ајте-мом од 4,447, односно 3,198, уз Jeјтсову корекцију, мањи су од Хи квадрата на нивоу 0,05 (14,07) за 7 степени слободе, као и на ни-воу 0,01 (18,48).

Значајност разлика у одговори-ма делимичног неслагања са ајте-мима показује да не постоји ста-тистички значајна разлика јер је добијени Хи квадрат 12,8 (уз Jeјт-сову корекцију 4,703) мањи од 12,59 колико из таблице значајно-

сти разлике можемо очитати за 6 степени слободе и за ниво значај-ности од 5% и да је такође мањи од 16,81 за 6 степени слободе, ка-да је у питању ниво значајности 0,01. Значајност разлика у апсо-лутном неслагању код родитеља и васпитача за 2 степена слободе, показује да не постоји статисти-чки значајна разлика у одговори-ма јер је добијени Хи квадрат од 3,494 (уз Jeјтсову корекцију 0,32) мањи од Хи квадрата на нивоу 0,05 за 2 степена слободе који из-носи 5,99, као и од 9,21 колико из-носи на новоу 0,01, тако да може-мо прихватити нулту хипотезу да не постоји статистички значајна разлика у одговорима родитеља и васпитача када је у питању општи

позитиван став према интернету и друштвеним мрежама.

питача када је у питању општи негативан став према интернету и друштвеним мрежама.

У Табели 8 дат је приказ фреквенција одговора родитеља и вас-

питача када је у питању општи негативан став према интернету и друштвеним мрежама.

Табела 8

Значајност разлика у општем негативном ставу родитеља и васпитача према интернету и друштвеним мрежама

Општи негативан став према интернету и друштвеним мрежама	апсолутно да		делимично да		делимично не ⁴		апсолутно не ⁵	
	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи
1. Интернет може да се користи за подстицање мржње и вређање других људи због њихове националне, верске, расне или друге припадности.	67	80	39	25	2	4	2	1
2. Користећи друштвене мреже стичемо лажне пријатеље – поједини пријатељи на друштвеним мрежама нису наши реални пријатељи.	75	65	30	39	4	3	1	1
3. Боравећи на друштвеним мрежама остаје нам мање времена за наше праве пријатеље и искрена пријатељства.	75	73	26	33	3	4	6	0
4. Постоје примери узнемиравања појединих корисника друштвених мрежа као и лажног представљања. Лопови и преваранти такође користе друштвене мреже где из статуса других људи могу добити информације да нису	93	78	15	29	2	1	0	0

⁴Најмање 20% очекиваних фреквенција је мање од 5

⁵Најмање једна очекивана фреквенција је мања од 1

код куће или да на основу слика њиховог стана које су поставили на друштвеној мрежи виде потенцијални плен.								
5. Људи беже од стварног живота и затварају се у себе користећи интернет и друштвене мреже.	56	58	42	49	8	2	4	0
6. Стално коришћење интернета и друштвених мрежа изазива зависност.	79	79	27	27	3	3	1	1
Chi квадрат	3,078		8,703		4,316		5,532	
Jeјтсов Chi квадрат	2,562		7,313		2,229		0,582	
df	5		5		5		4	
P ниво	0,687		0,121		0,504		0,236	
Jeјтсов P ниво	0,767		0,198		0,816		0,965	

Добијени Хи квадрати за апсолутно слагање са ајтемима од 3,078 (уз Jeјтсову корекцију 2,562), за делимично слагање са ајтемима од 8,703 (уз Jeјтсову корекцију 7,313) и за делимично неслагање са ајтемима од 4,316 (уз Jeјтсову корекцију 2,229), мањи су од Хи квадрата на нивоу 0,05 који износи 11,07, као и од Хи квадрата на нивоу 0,01 који износи 15,09, за 5 степени слободе, тако да прихватимо нулту хипотезу да нема статистички значајне разлике у одговорима родитеља и васпитача када је у питању општи негативан став према интернету и друштвеним мрежама.

Значајност разлика у одговорима родитеља и васпитача када је апсолутно неслагање са ајтемима

када је негативан став према интернету и друштвеним мрежама у питању показује да не постоји статистички значајна разлика јер је добијен Хи квадрат од 5,532 (уз Jeјтсову корекцију 0,582) мањи од Хи квадрата за 4 степена слободе који за ниво значајности од 0,05 износи 9,49, а за ниво значајности од 0,01 износи 13,28, тако да можемо прихватити нулту хипотезу да не постоје статистички значајне разлике у одговорима родитеља и васпитача када је у питању општи негативан став према интернету и друштвеним мрежама.

У Табели 9 дат је приказ значајности разлика у одговорима родитеља и васпитача када је у питању критички став према интернету и друштвеним мрежама.

Табела 9

Значајност разлика родитеља и васпитача у критичком ставу према интернету и друштвеним мрежама

Критички став према интернету и друштвеним мрежама	апсолутно да		делимично да		делимично не ⁶		апсолутно не ⁷	
	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи	родитељи	васпитачи
1. Користећи интернет и друштвене мреже скоро је неизбежно не користити и речи страних језика (туђица) у комуникацији на друштвеним мрежама (на пример, лајкујемо, хејтујемо, четујемо...).	49	52	54	45	5	8	2	4
2. Због објављивања личних података (на пример, места становања и адресе) сигурност деце и одраслих може бити угрожена.	89	81	16	25	8	3	1	0
3. Неодговарајући садржај – претражујући блогове или сајтове других људи деца могу наићи на садржаје и расправе неприкладне за њихов узраст.	98	91	12	18	0	1	0	0
4. Насиље преко интернета – неки људи могу га користити као пут ка насиљу или застрашивању деце.	92	90	16	19	2	0	0	0
5. Подаци на интернету могу бити злоупотребљени због објављивања приватних информација. Чак и деца често уписују праве податке (име и презиме, број телефона, адресу и сл.) или објављују своје фотографије, несвесна опасности које то повлачи за собом.	95	84	14	21	1	4	0	1

⁶ Најмање једна очекивана фреквенција је мања од 1

⁷ Најмање једна очекивана фреквенција је мања од 1

6. Објава непоузданих информација – могућност објављивања непоузданих и нетачних података о другима. Треба бити опрезан и не веровати свему што пише на интернету.	89	86	21	22	0	1	0	0
Chi квадрат	0,688		4,67		8,743		2,311	
Jeјтсов Chi квадрат	0,431		3,508		3,156		0,178	
df	5		5		5		2	
P ниво	0,983		0,457		0,119		0,314	
Jeјтсов P ниво	0,994		0,622		0,675		0,914	

Добијени Хи квадрати од 0,688 за апсолутно слагање са ајтемима критичког става према интернету и друштвеним мрежама (уз Jeјтсову корекцију 0,431), затим 4,67 за делимично слагање (уз Jeјтсову корекцију 3,508), као и 8,743 за делимично неслагање са ајтемима (уз Jeјтсову корекцију 3,156) нису значајни на нивоу 0,05 који за 5 степени слободе износи 11,07.

Значајност разлика у одговори-ма родитеља и васпитача када је у питању апсолутно неслагање са ајтемима критичког става према интернету и друштвеним мрежама показује да не постоји статистичка значајност јер је добијени Хи квадрат од 2,311 (уз Jeјтсову корекцију 0,178) мањи од Хи квадрата од 5,99 за 2 степена слободе на нивоу 0,05, тако да прихватамо нулту хипотезу да не постоје статистички значајне разлике у одговорима родитеља и васпитача када је у пита-

њу критички став према интернету и друштвеним мрежама.

Закључак

Добијени резултати да не постоје статистички значајне разлике у коришћењу и ставовима васпитача и родитеља деце предшколског узраста према интернету и друштвеним мрежама могу се интерпретирати у складу са *Теоријом ширења иновација*. Наиме, теоретичари и истраживачи ширења иновација желели су да објасне зашто стопа усвајања (адопције) иновација почиње споро, а онда 10%, 20% или 25% чланова система одједном усвоји иновацију, тако да је у следећем временском периоду усвоје скоро сви чланови. Зато крива усвајања иновације личи на S криву.

Резултат добијен у нашем истраживању се може интерпретирати тако да су родитељи и васпи-

таци заправо један хомоген узорац који је у смислу усвајања иновација, у овом случају интернета и друштвених мрежа, на истом степену усвајања иновација (крајња фаза – када скоро сви усвоје иновацију), односно да манифестују уједначене опште позитивне, опште негативне и критичке ставове према интернету и друштвеним мрежама. Ови ставови су засићени делимично когнитивном, делимично емоционалном и конативном компонентом става и не постоји неки систематски фактор који би утицао да се они статистички значајно разликују у својим ставовима. Општа прихваћеност интернета (100% родитеља га користи, и 92,2% васпитача) и друштвених мрежа (87,9% родитеља их користи и 82,1% васпитача) од стране родитеља и васпитача условила је уједначеност ставова и непостојање статистички значајне разлике у њима.

Поред родитеља, и од васпитача као особа које су прва карика у васпитно-образовном ланцу и често први узор за децу изван породице, такође се очекује да прате савремене трендове, како у васпитању и образовању тако и у свакодневној пракси, непрестано усавршавају и обогаћују методе и сти-

лове подучавања и модернизују процес подучавања у предшколској установи. Позитиван став родитеља и васпитача према дигиталним медијима и новим технологијама свакако је важан предуслов за прихватање и паметно коришћење ових иновација и од стране деце. Готово више нигде у свету, данас није могуће живети „офлајн“, нови медији продрли су у све сфере живота и свака нова генерација њихових корисника све је млађа у тренутку када постаје медијски писмена те почиње да се служи новим медијима и користи све њихове предности.

Родитељи и васпитачи су значајни фактори социјализације, значајни модели идентификације у процесу у којем, поистовећујући се са њима, деца усвајају и њихове ставове, вредности и навике. Тако се може очекивати да ће деца такође користити ове дигиталне медије, као родитељи и васпитачи, али их у томе далеко и превазићи имајући у виду да се, према Бубоњићу (2013) управо у овој сфери развија тзв. *обрнута едукација* где одрасли (у овом случају, родитељи и васпитачи) уче од деце.

Литература

Beal, G. M. & Bohlen, J. M. (1985). *How farm people accept new ideas*. Ames, IA: Cooperative Extension Service.

Бубоњић, М. (2013). Приказ књиге: Одрастање у дигиталном добу, аутора Wim Veen, Ben Vrakking, *Homo Zappiens: Growing up in a digital age*, Network Continuum Education, London, 2006. Београд: Факултет политичких наука.

Valente, T. W. & Rogers, E. M. (1993). *The rise and fall of rural sociological research on the diffusion of innovations: The Ryan-and-Gross paradigm*. Paper presented at the annual meeting of the Midwest Sociological Society, Chicago, IL.

Valente, T. W. (1995). *Network Models of the Diffusion of Innovations*. Hampton Press.

Вушуровић, М. (2017). *Утицај друштвених мрежа интернета на друштво*. Мастер рад. Београд: Филолошки факултет.

Granovetter, M. (1987). Threshold models of collective behavior. *American Journal of Sociology*, 83, pp. 1420–1443.

Ковачевић, М., Павловић, К., Шутић, В. (2018). *Употреба информационо-комуникационих*

технологија у Републици Србији 2018. Београд: Републички завод за статистику.

Codeluppi, V. (2002). *Le tendenze del Marketing*. Milano: Università IULM.

Kupiainen, R. (2013). Dissolving the School Space: Young People's Media Production in and outside of School. *Policy Futures in Education*, 11, pp. 37–46.

Маслов, А. (2004). *Психологија у менаџменту*. Нови Сад: Адизес.

Menzel, H. & Katz, E. (2001). Social relations and innovation in the medical profession: The epidemiology of a new drug. *Public Opinion Quarterly*, 19, pp. 337–352.

Милинковић, М. (2015). Учесће у виртуелним заједницама: онлајн и офлајн живот. *Communication and Media Journal*, 34, 73–96.

Neuman, W. R. (1990). The threshold of public attention. *Public Opinion Quarterly*, 54, pp. 159–176.

Noelle-Neumann, E. (1984). Turbulences in the climate of opinion: Methodological applications of the spiral of silence theory. *Public Opinion Quarterly*, 40, pp. 143–158.

Петровић, Д. (2013). *Друштвеност у доба интернета*. Нови Сад: Академска књига.

Радовановић, Д. (2010). Интернет парадигма, структура и динамика онлајн друштвених мрежа: Фејсбук и млади у Србији. *Панчевачко читалиште*, 17, стр. 20–26.

Радојичић, М. (2008). *Истраживање виртуелних заједница и јавног мњења на интернету*. Београд: Службени гласник.

Републички завод за статистику (2014). *Употреба информационо–комуникационих технологија у РС*. Београд: Републички завод за статистику. Доступно на: http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/50/47/Saopstenje_2014.pdf. Посећено: 20.09.2018.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Теркл, Ш. (2011). *Сами заједно*. Београд: Клио.

Ukropina, I. (2016). Self-Representation on New Media and Social Networks. *Media dialogues/Medij-ski dijalozi*, 9 (1), стр. 63–79.

Hebrang Grgić, I., Mučnjak, D. (2015). Social Networking Phenomenon and its Use in Libraries. *Croatian Journal of Education*, 17(1), pp. 217–241.

Хинић, Д. (2008). Симптоми и дијагностичка класификација интернет зависности у Србији. *Примењена психологија*, 2(1), стр. 43–59.

Цоунс, С. (2001). *Виртуелна култура – Идентитет и комуникација у сајбер друштву*. Београд: Библиотека XX век.

**Jelena Z. Micevic Karanovic,
Tanja S. Brkljac,
Srbislava V. Pavlov,
Angela J. Mesaros Zivkov**

DIFFERENCES IN USAGE AND ATTITUDES TOWARDS THE INTERNET AND SOCIAL MEDIA IN TEACHERS AND PARENTS OF PRESCHOOL CHILDREN RESPECTIVELY

Summary

The aim of this research is to determine the significance of differences in usage and attitudes towards the Internet and social media in teachers and parents of preschool children respectively. The main method is non-experimental – a survey research on a sample. The sample consists of 228 respondents, 112 teachers and 116 parents. The sample given is purposeful and convenient, which suits the exploratory nature of this research. With regard to the instrument used, it is a modified and shortened version of the questionnaire constructed for a

broader research project entitled 'Protective factors and resources available to parents and preschool teachers in introducing preschoolers to negative effects of digital media on children's psychophysical development'. The results obtained show that there are no statistically significant differences in usage or attitudes of teachers and parents of preschool children respectively towards the Internet and social media.

Key words: *the Internet, social media, parents, preschool teachers, preschool age*

**Елена Ж. Мичевич Каранович,
Таня С. Бркљач,
Србислава В. Павлова,
Анжела Јурьевна
Мясник Живков**

**РАЗЛИЧИЈА В
ОТНОШЕНИИ К
ИНТЕРНЕТУ И
СОЦИАЛЬНЫМ СЕТЯМ
ОБРАЗОВАТЕЛЕЙ И
РОДИТЕЛЕЙ
ДОШКОЛЬНЫХ ДЕТЕЙ**

Резюме

Основная цель исследования состояла в том, чтобы определить значимость различий в использовании, а также в отношении к

Интернету и социальным сетям у педагогов и родителей детей дошкольного возраста. Основной метод не экспериментальный – выборочное обследование. Общая выборка состояла из 228 респондентов, из которых 112 были педагогами и 116 родителями. Выборка родителей и педагогов является преднамеренной и уместной, что соответствует исследовательскому характеру данного исследования. Используемый инструмент представляет собой модифицированную и сокращенную версию вопросника, разработанного для более широкого исследовательского проекта, озаглавленного «Защитные факторы и ресурсы родителей и педагогов в борьбе с детьми дошкольного возраста с рискованным воздействием цифровых средств массовой информации на психофизическое развитие детей». Результаты исследования показывают, что нет статистически значимых различий в использовании и отношении педагогов и родителей детей дошкольного возраста к Интернету и социальным сетям.

Ключевые слова: *интернет, социальные сети, родители, воспитатели, дошкольный возраст.*