

NIKOLINA CVRčila*



Društvene mreže i društveni mediji

Cilj je ovoga rada istaknuti posljedice korištenja društvenih mreža i društvenih medija koje se odražavaju i primjećuju u nastavi Hrvatskoga jezika. Rad se temelji na nastavnikovim zapažanjima ponašanja učenika adolescenata, raspravama tijekom obrade nastavnoga sadržaja iz područja kulture i medija te provedene ankete među učenicima Srednje škole Krapina, obrazovnih programa za komercijaliste, hotelijersko-turističke tehničare, tehničare za mehatroniku i tehničare za računalstvo. U istraživanju je sudjelovalo 97 učenika u dobi od 15 do 18 godina.

U svijetu u kojemu mišljenje pojedinca u najvećoj mjeri oblikuju mediji i društvene mreže, bez kojih bi svijet mladih postao nezamisliv, postavljamo pitanje: *Je li Mark Zuckerberg otvorio Pandorinu kutiju osnivajući Facebook?* Mediji su kao sredstvo prenošenja informacija doživjeli promjenu kao i društvo. Napredak tehnologije utjecao je na pojavu društvenih medija, koji polako potiskuju uporabu tradicionalnih medija (tisak, novine, televiziju, radio i sl.).

Ponašanje adolescenata tijekom izvršavanja obveza i slobodnoga vremena neraskidivo je povezano sa stalnim pogledavanjima na zaslon pametnih telefona, skrolanjem, pregledavanjem i praćenjem vizualnih i audiovizualnih zapisa na društvenim mrežama.

Prema provedenom istraživanju učenici na mobilnim telefonima dnevno provedu od 4 do 5 sati (oko 30 % učenika), što je dvostruko više od 2 sata, koje u toj dobi preporučuju stručnjaci. Samo 8,2 % učenika izjasnilo se da na mobilnim telefonima provede manje od 3 sata, a 15,5 % učenika na mobilnim telefonima provede i više od 7 sati.

Učenici se mobitelima koriste tijekom boravka u školskim ustanovama (97,9 % učenika) najčešće se pridržavajući zabrane uporabe mobitela tijekom nastavnoga procesa, pa se njima koriste tijekom odmora (61,9 % učenika), dok se 36,1 % učenika koristi mobilnim telefonima i tijekom nastave i tijekom odmora. Iako korištenje mobitelima tijekom nastave odvlači učenicima pozornost i najčešće dovodi do slabijih rezultata, ipak 96,9 % učenika smatra da mobitele u školama ne bi trebalo zabraniti.

Nedvojbeno je da su društvene mreže i društveni mediji postali neizostavan dio naših života, pa čak i jedan od ključnih čimbenika u razvoju identiteta pojedinca, pri čemu

* Nikolina Cvrčila nastavnica je hrvatskoga jezika u Srednjoj školi Krapina.

moramo razlikovati društvene medije od društvenih mreža. Društveni mediji skup su aplikacija i platforma koji omogućuje komunikaciju među ljudima i zajedničko stvaranje te razmjenu sadržaja. Društvene mreže dio su društvenih medija. Društveni se mediji dijele na društvene mreže, stranice za dijeljenje multimedijjskih sadržaja, društveni *bookmarking*, blogove i forume. Društveni mediji pomažu razvoju društvenih mreža, omogućuju lakši prijenos i obradu informacija, komunikaciju, dostupnije obrazovanje, pružaju prednosti u poslovanju itd.

Prema istraživanju mobilnim se telefonima učenici najviše koriste za praćenje i objavu sadržaja na društvenim mrežama (82,5 %), pristup društvenim medijima i mrežnim aplikacijama (80,4 %) te glazbi (70,1 %), filmovima (38,1 %) i igrama (37,1 %). Od društvenih mreža i društvenih medija među učenicima su popularni Instagram, Snapchat, TikTok, Whatsapp, Youtube, Facebook, Discord, Spotify, Messenger, BeReal, Reddit i Viber. Ostale su usluge za koje su učenici naveli da se njima koriste (iako najmanji broj učenika) Gmail, BrawlStars, Netflix, Twitter, Pinterest, Tinder, Sofascore, Tumbir i Teams. Razlozi zbog kojih se učenici u velikoj mjeri koriste društvenim mrežama i društvenim medijima u prvome su redu zabava (89,7 %), komunikacija (83,5 %) i informiranje (75,3 %). Društvenim se mrežama i društvenim medijima koristi za učenje 51,5 % učenika, a manji broj učenika koristi se društvenim mrežama i medijima jer se njima koriste ostali vršnjaci (12,4 %).

U moru pozitivnih strana društvenih mreža i društvenih medija krije se i more opasnosti. Neke su od opasnosti zlorporaba osobnih podataka, prikriveno oglašavanje, lažne vijesti, internetsko zlostavljanje (*cyberbullying*) itd. S njima se susrelo 51,5 % učenika koji su sudjelovali u istraživanju. Od učenika koji su potvrdili da su se susreli s opasnostima na društvenim mrežama najviše se učenika susrelo s lažnim vijestima

.....
Iako se danas u školskome sustavu sve više pokušava medijski opismeniti učenike s pomoću različitih oblika aktivnosti, predavanja i radionica, u hrvatskim školama medijska pismenost još uvijek ovisi o samostalnoj inicijativi pojedinoga nastavnika.
.....

(82,4 %), pokušajem oblikovanja mišljenja i stavova (40,5 %), internetskim zlostavljanjem (32,4 %), prikrivenim oglašavanjem (31,1 %) i zlorporabom osobnih podataka (21,6 %).

Zaštitu od navedenih opasnosti pruža medijska pismenost. Medijska pismenost podrazumijeva sposobnost analize, stvaranja, dijeljenja i kritičke prosudbe informacija u medijima radi sprečavanja namjernoga oblikovanja javnoga mnijenja. Iako se danas u školskome sustavu sve više pokušava medijski opismeniti učenike s pomoću različitih oblika

aktivnosti, predavanja i radionica, u hrvatskim školama medijska pismenost još uvijek ovisi o samostalnoj inicijativi pojedinoga nastavnika. Učenici su prilično uvjereni u svoje vještine i sposobnosti kad govorimo o uporabi društvenih mreža i društvenih medija i opasnostima koje na njima vrebaju: 76,3 % učenika tvrdi da je upoznato s pojmom medijske pismenosti, 88,7 % učenika da je upoznato s opasnostima na društvenim mrežama, a 79,4 % učenika sigurno je u svoje vještine i sposobnosti korištenja društvenim mrežama i društvenim medijima. Također, 73,2 % učenika sigurno je da im nije potrebna dodatna izobrazba u području medijske pismenosti, a kad su im postavljena konkretna pitanja o sigurnom korištenju društvenim mrežama i društvenim medijima ipak je vidljiva nesigurnost učenika i potreba za dodatnim znanjima.

Većina učenika uvjereni su u vlastitu medijsku pismenost: 57,7 % učenika definira je kao sposobnost obrade, stvaranja, oblikovanja informacija i njihove kritičke prosudbe, 19,6 % učenika kao vještinu korištenja društvenim medijima i mrežama, 14,4 % učenika kao pristojnu komunikaciju na društvenim mrežama, a 8,2 % učenika kao sposobnost objavljivanja i dijeljenja fotografija, videozapisa i audiozapisa.

Iako je više učenika koji smatraju da su medijski pismeni, samo manjina hrabrih učenika priznaje svoju nesigurnost i traže dodatnu pomoć i izobrazbu iz medijske pismenosti (26,8 % učenika).

Vizualni i audiovizualni zapisi, koji prevladavaju kao komunikacijsko sredstvo, dovode do dalekosežnih posljedica koje se sve više uočavaju u kognitivnome razvoju mlađih generacija kao manjak potrebe za čitanjem, nerazumijevanje pročitana, poteškoće u koncentraciji, poteškoće u izražavanju (nedostatak vokabulara, poteškoće u oblikovanju vlastitoga mišljenja u logički i smisleno oblikovanim složenim rečenicama), pretjerana uporaba anglizama, kratica i pokrata, miješanje dijalekata i standardnoga jezika u javnoj komunikaciji i dr. Velik je problem korištenja društvenim mrežama stvaranje prividne slike stvarnosti, virtualnoga života i virtualnih prijatelja. Utjecajne osobe (influenceri) najčešće predstavljaju idealne živote kao savršeno složene mozaike iako je stvarnost iza videozapisa i fotografija potpuno suprotna, a katkad čak i okrutna. Učenici korisnici i sami priželjkuju takve idealne živote iako oni nisu mogući. Postavljaju pred sebe očekivanja koja je teško ostvariti, pa postaju tjeskobni ako ih ne postignu. Njihova sreća ovisi o oznakama sviđanja (lajkovima) virtualnih (lažnih) prijatelja. Negativne se emocije kao rezultat pretjerane uporabe društvenih mreža pojavljuju podjednako kad korisnici preslikavaju kao i kad ne preslikavaju ono što im se prikazuje na društvenim mrežama. S jedne su strane nesretni jer ispunjavaju tuđa, nametnuta očekivanja, a ne vlastita. Pokušavaju ostvariti nešto što ne žele zbog sebe, nego zato što to ostali imaju i jer je popularno. Ako uspiju postići cilj, na pametnim im telefonima već iskače nešto

novo, drukčije, ultra(ne)zanimljivo kao nov izazov. S druge strane, ako ipak ne uspiju ostvariti postavljena očekivanja, nesretni su jer su različiti.

O prednostima i nedostacima društvenih mreža i društvenih medija u anketi su se izjasnili učenici koji smatraju da su pozitivne strane društvenih mreža i medija brza komunikacija, dostupnost informacija i njihov prijenos, to što olakšavaju učenje, omogućuju povezivanje ljudi širom svijeta (globalna povezanost), pronalazak novih prijatelja, dijeljenje ideja i zabava, dok su kao negativne strane naveli internetsko zlostavljanje (negativne komentare, vrijeđanje, širenje laži), lažne vijesti odnosno podatke, previše vremena provedenoga na njima, što dovodi do ovisnosti, krađe i zlouporabe osobnih podataka, nepristojnoga i nekvalitetnoga sadržaja, negativnoga utjecaja na mentalno zdravlje, idoliziranje utjecajnih osoba (influencera) i uspoređivanje s njihovim životima.

Zanimljiv je rezultat ankete prema kojemu je većina učenika realna u iznošenju stavova o važnosti društvenih mreža i društvenih medija u svojem životu, pa su se na pitanju o važnosti društvenih mreža i društvenih medija u vlastitome životu na ljestvici bodova od 1 do 5 najčešće odlučili za 3 (39,2 %), pri čemu je 25,8 % učenika odabralo 4, a 15,5 % učenika 5. Oko 2 % učenika smatra da društvene mreže i društveni mediji nisu važni u njihovu životu. Iako provode puno vremena na njima, možemo zaključiti da učenici ne pridaju preveliku važnost društvenim mrežama i društvenim medijima u vlastitome životu.

Neupitna je važnost društvenih mreža i društvenih medija u životu pojedinaca, ali i cjelokupnoga društva. Uz pozitivne aspekte koji olakšavaju živote pojedinca i društva, negativnim su aspektima podjednako izloženi i stariji i mlađi korisnici. Međutim, negativni aspekti ipak najviše prijete mlađim generacijama, koje su od ranoga djetinjstva izložene utjecaju pametnih telefona, a time i društvenih mreža odnosno društvenih medija. Posljedice se sve više uočavaju u kognitivnome razvoju, a odražavaju se u prvome redu na rezultate u nastavi. Koliko su te generacije napredne u korištenju novim tehnologijama, toliko se od najmanjih nogu postavlja potreba i nužnost njihova upućivanja u metode, načine i strategije s pomoću kojih će biti sposobni othrvati se moći koju društveni mediji i društvene mreže imaju u njihovu kognitivnome, socijalnome, psihološkome i emocionalnome razvoju.