

Stručni rad

EKONOMIJA POZORNOSTI U SUVREMENOM OBRAZOVANJU

Aleksandra Hohnjec, mag. oec., nastavnik mentor
Ekonomska i birotehnička škola Bjelovar

mr.sc. Jadranka Dorešić, dipl. oec., nastavnik savjetnik
Srednja škola Ivan Švear Ivanić Grad

Sažetak

Ekonomija pozornosti istražuje načine na koje digitalni mediji oblikuju ljudsku pažnju, utječu na učenje te stvaraju izazove i prilike u obrazovnom procesu. Rad prikazuje ključne mehanizme privlačenja pozornosti, analizira njihove učinke na učenike i nudi preporuke za odgovornu uporabu tehnologije u školama. Poseban naglasak stavljen je na algoritamsko oblikovanje sadržaja i učinke nadzornog kapitalizma na obrazovni proces. U radu se preispituje i širi društveni utjecaj digitalnih platformi na ponašanje mladih.

Ključne riječi: digitalni mediji, distrakcija, učenje, tehnologija, motivacija

1. Uvod

Ekonomija pozornosti posljednjih je desetljeća postala jedno od ključnih istraživačkih i obrazovnih područja. Razvoj digitalnih tehnologija, širenje društvenih mreža i neprekidan rast količine informacija promijenili su način na koji ljudi doživljavaju, obrađuju i koriste informacije. U okruženju u kojem nas svakodnevno okružuju stotine vizualnih i tekstualnih podražaja, pozornost se pretvara u jedan od najvrjednijih resursa.

Za pedagošku praksu ovi su procesi iznimno važni jer izravno utječu na učenje, motivaciju i psihosocijalni razvoj učenika. Mladi ljudi rastu u svijetu digitalnih distrakcija, gdje se vrijeme provedeno pred zaslonima povećava, a sposobnost dubokog, fokusiranog učenja slabi. Istodobno, tehnologija donosi velike prednosti: brži pristup izvorima informacija, interaktivne materijale, personalizirano učenje i nove oblike suradnje.

No, digitalno okruženje sve je više oblikovano natjecanjem među platformama, čiji je cilj privući i zadržati što veći broj korisnika. Društvene mreže razvijaju sofisticirane mehanizme poput ciljanih sadržaja, prilagođenih preporuka i sustava automatske reprodukcije kako bi produžile vrijeme korištenja. To rezultira smanjenom mogućnošću upravljanja vlastitim vremenom, pojavom ovisničkih obrazaca ponašanja te narušavanjem sposobnosti kritičkog promišljanja.

Osim toga, sve se više istražuje uloga nadzornog kapitalizma u kojem se osobni podaci koriste za predviđanje i utjecanje na ponašanje korisnika. Učenici, kao digitalno aktivna populacija, posebno su izloženi ovim procesima, što otvara važne etičke i obrazovne dileme.

Ovaj se rad bavi opisom ključnih obilježja ekonomije pozornosti, analizom njezinih učinaka na učenike i obrazovni proces te prikazom pedagoških strategija koje omogućuju uspješnije upravljanje pozornošću u digitalnom okruženju.

2. Širi kontekst digitalnog okruženja

U suvremenom svijetu preplavljenom informacijama, pozornost postaje ograničen i dragocjen resurs. Platforme i aplikacije oblikovane su kako bi maksimalno produžile vrijeme boravka korisnika online, što pozornost pretvara u glavni pokretač digitalne ekonomije. Algoritmi koji rangiraju sadržaje sustavno se prilagođavaju tome da ponude što privlačniji, emocionalno pobuđujući ili senzacionalistički materijal. Takvi sadržaji lakše privlače korisnike, ali često dovode do površnog konzumiranja informacija i smanjene sposobnosti dubokog fokusiranja.

Ovakvi procesi dovode do situacije u kojoj je učenik izložen neprekidnom natjecanju za njegovu pažnju — između školskih obveza, društvenih mreža, zabavnih aplikacija i drugih digitalnih stimulansa.

2.1. Pojam i podrijetlo ekonomije pozornosti

Ekonomija pozornosti opisuje sustav u kojem se vrijednost stvara privlačenjem i zadržavanjem pozornosti korisnika. U digitalno preopterećenom okruženju, količina informacija rapidno raste, dok količina raspoložive ljudske pažnje ostaje ista. Ovu je

dinamiku među prvima prepoznao Herbert Simon, naglašavajući da "bogatstvo informacija stvara siromaštvo pažnje" [1].

U novije vrijeme koncept se razvija kroz istraživanja o ponašanju korisnika, utjecaju notifikacija, emocionalnim reakcijama na sadržaj te poslovnim modelima platformi koje se financiraju oglašavanjem. Novi uvidi pokazuju da se pozornost mjeri, predviđa i prodaje kao vrijedna metrika u digitalnom ekosustavu, pri čemu korisnik postaje primarni izvor podataka.

Ekonomija pozornosti potječe iz promišljanja da je u svijetu informacijske preopterećenosti pažnja postala najosjetljiviji i najvrjedniji resurs. Herbert Simon istaknuo je da obilje informacija stvara nedostatak pozornosti, što je postalo jedno od temeljnih obilježja suvremenog društva [1]. Digitalne platforme koriste algoritme, notifikacije i personalizirani sadržaj kako bi privukle korisnika te potaknule kontinuirano korištenje.

2.2. Utjecaj na učenike i obrazovni proces

U obrazovnim ustanovama ekonomija pozornosti manifestira se kroz smanjenu sposobnost održavanja dugotrajnog fokusa, potrebu za brzim stimulansima te poteškoće u obradi kompleksnih informacija. Istovremena upotreba više medija (takozvani multitasking) dodatno narušava kvalitetu učenja i produljuje vrijeme potrebno za izvršavanje zadataka.

Istraživanja također pokazuju da učestalo korištenje digitalnih uređaja potiče preferenciju kratkih, pojednostavljenih informacija, što otežava analitičko i kritičko mišljenje. S druge strane, kada je promišljeno vođena, tehnologija može obogatiti nastavu i ponuditi dinamično, interaktivno okruženje koje podržava aktivno učenje. Stoga je nužno razviti pedagoške modele koji uravnotežuju koristi i rizike.

U školskom okruženju dominacija mobilnih uređaja i društvenih mreža značajno utječe na sposobnost koncentracije. Studije pokazuju da učestale distrakcije smanjuju učinkovitost učenja, produljuju vrijeme obrade informacija te negativno djeluju na akademski uspjeh [2]. Osim kognitivnih posljedica, konstantna potreba za provjerom obavijesti može utjecati i na emocionalnu regulaciju učenika.

S druge strane, tehnologija omogućuje personalizirano učenje, vizualizacije i interaktivne sadržaje koji mogu značajno povećati motivaciju i angažiranost učenika kada se koriste promišljeno.

2.3. Mehanizmi privlačenja pozornosti u digitalnom okruženju

Digitalne platforme koriste sofisticirane mehanizme dizajnirane kako bi aktivirale sustave nagrade u mozgu i potaknule korisnika na dulje zadržavanje.

Primjeri takvih mehanizama uključuju:

- beskonačno skrolanje sadržaja,
- notifikacije koje izazivaju osjećaj hitnosti,
- algoritamsko preporučivanje emocionalno pobuđujućih sadržaja,
- vizualne i zvučne podražaje,
- elemente igre (značke, bodovi, razine).

Ovi elementi potiču brze, česte interakcije te stvaraju obrasce ponašanja u kojima korisnik postaje ovisan o kratkotrajnim ispunjenjima, što izravno konkurrira fokusiranom učenju i dubinskom promišljanju.

2.3.1. Utjecaj senzacionalističkih sadržaja

U kontekstu ekonomije pozornosti često se ističe da se prednost daje površnim ili emocionalno nabijenim informacijama koje lakše privlače korisnike. Takvi sadržaji, iako privlačni, mogu potaknuti pogrešna uvjerenja, smanjiti kvalitetu informiranosti i narušiti sposobnost razlikovanja pouzdanih izvora od manipulativnih. Ovaj trend vidljiv je i među učenicima, koji se sve češće susreću sa sadržajima dizajniranim primarno za privlačenje, a ne informiranje.

Platforme dizajniraju sadržaje koji potiču dopaminsku reakciju i osjećaj nagrade.

Takvi mehanizmi uključuju:

- beskonačno skrolanje,
- zvučne i vizualne notifikacije,
- algoritamski birani sadržaj,
- elemente igre.

Ovi elementi, iako učinkoviti za zadržavanje pozornosti, mogu stvoriti navike koje otežavaju fokusirano učenje.

2.4. Integracija spoznaja iz vizualnih edukativnih materijala

Edukativni materijali i izložbe posvećene digitalnom okruženju često naglašavaju kako platforme društvenih medija konstruiraju svoje proizvode na temelju natjecanja za korisničku pozornost. Digitalne kompanije razvijaju sve uvjerljivije tehnike kako bi privukle korisnike: personalizirane sadržaje, kontinuirane obavijesti, preporučene objave i vizualno stimulativne elemente. Ove tehnike potiču korisnike da se vraćaju aplikacijama, pozivaju prijatelje i generiraju sve više podataka.

Sve što korisnici rade online – klikovi, vrijeme zadržavanja iznad objave, pretraživanja, komunikacija – bilježi se i analizira kako bi algoritmi što preciznije predvidjeli koje će sadržaje korisnik najvjerojatnije komentirati, lajkati ili podijeliti. Time se stvara ciklus u kojem su digitalni proizvodi osmišljeni tako da maksimiziraju angažman, a ne informiranost ili dobrobit korisnika.

Ove prakse imaju snažan utjecaj na mlade ljude, koji često nisu svjesni dubine podataka koje ostavljaju niti načina na koji ti podaci oblikuju njihov digitalni doživljaj. Razumijevanje ovih procesa ključno je za izgradnju digitalne pismenosti i kritičke sposobnosti učenika.

3. Zaključak

Ekonomija pozornosti predstavlja izazov koji izravno utječe na obrazovanje, učenje i razvoj mladih. Učenici su stalno okruženi digitalnim sadržajima dizajniranim da privuku i zadrže njihovu pozornost, što otežava usvajanje dubinskih znanja i održavanje koncentracije. Razumijevanje funkcioniranja algoritama, poslovnih modela platformi i načina na koji se prikupljaju osobni podaci ključno je za razvoj digitalno kompetentnog učenika.

Škole imaju važnu ulogu u edukaciji o digitalnoj pismenosti, kritičkom promišljanju i upravljanju vlastitom pozornošću. Uvođenjem aktivnosti koje potiču metakogniciju, vještine organizacije vremena i svjesno korištenje tehnologije moguće je smanjiti negativne učinke digitalnih distrakcija. Učitelji pritom postaju vodiči koji učenike usmjeravaju prema odgovornom i sigurnom korištenju interneta.

Važan je i razvoj kurikulumu koji uključuje teme poput nadzornog kapitalizma, algoritamskih preporuka i digitalnog utjecaja, kako bi učenici mogli prepoznati manipulativne obrasce i bolje razumjeti digitalno okruženje u kojem odrastaju. Suradnja škole, obitelji i lokalne zajednice ključna je za stvaranje okruženja koje podržava zdrave obrasce korištenja tehnologije.

Dodatno, potrebno je osvijestiti važnost kvalitetnih informacijskih izvora i medijske pismenosti, kako bi učenici mogli razlikovati pouzdane sadržaje od senzacionalističkih ili manipulativnih. Sustavno poticanje kritičkog mišljenja i dubinske obrade informacija može povećati otpornost mladih na pritiske digitalnih medija.

Kombinacija tehnoloških mogućnosti i pedagoških inovacija nudi priliku za stvaranje uravnoteženog, sigurnog i poticajnog obrazovnog okruženja. Ekonomija pozornosti neće nestati, no obrazovanje ima moć oblikovati generacije koje će svjesno upravljati svojom pozornošću.

4. Literatura

[1.] Simon H. (1971.) Designing organizations for an information-rich world. Baltimore: Johns Hopkins University Press

[2.] <https://www-humanetech-com.translate.goog/youth/the-attention-economy? x tr sl=en& x tr tl=hr& x tr hl=hr& x tr pto=sc& x tr hist=true> (7.11.2025.)