

# Društvene mreže, obrazovanje i slobodno vrijeme: mogućnosti, utjecaji i perspektive

---

**Skorić, Ivona**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka / Sveučilište u Rijeci**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:195:020632>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-12**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Informatics and Digital Technologies - INFORI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci – Odjel za informatiku

Diplomski studij Informatika – nastavnički smjer

Ivona Skorić

Društvene mreže, obrazovanje i  
slobodno vrijeme: mogućnosti, utjecaji i  
perspektive

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Danijela Jakšić

Rijeka, 30. listopada 2020.

Rijeka, 9.6.2020.

## Zadatak za diplomski rad

Pristupnik: Ivona Skorić

Naziv diplomskog rada: Društvene mreže, obrazovanje i slobodno vrijeme: mogućnosti, utjecaji i perspektive

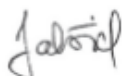
Naziv diplomskog rada na eng. jeziku: Social networks, education and leisure: opportunities, impacts and perspectives

Sadržaj zadatka:

Društvena mreža vrsta je internetske usluge koja služi za međusobno povezivanje korisnika. Osim u slobodno vrijeme, one se mogu primijeniti i u obrazovne svrhe. Uporaba društvenih mreža u obrazovanju promijenila bi način komunikacije i olakšala suradnju među učenicima, studentima i nastavnicima. U ovom radu bit će opisano kada su se pojavili prvi oblici društvenih mreža i koji su to oblici bili te će biti navedene pozitivne i negativne strane uporabe društvenih mreža. Središnji dio činit će online anketa kako bi se dobile povratne informacije mladih o učestalosti, načinima i razlozima korištenja društvenih mreža. Bit će navedene mogućnosti koje društvene mreže nude za proces učenja i poučavanja te opisani alati koje one sadrže, a mogu se koristiti u obrazovanju. Bit će dani primjeri najpoznatijih društvenih mreža koje mogu uvesti promjene na području obrazovanja, kako bi učenicima i studentima donijele više motivacije, suradnje i zadovoljstva.

Mentor:

Doc. dr. sc. Danijela Jakšić



Komentor:

Voditeljica za diplomske radove:

Izv. prof. dr. sc. Ana Meštrović



Zadatak preuzet: 1.7.2020.

(potpis pristupnika)



## **Sažetak**

Društvena mreža vrsta je internetske usluge koja služi za međusobno povezivanje korisnika. Prvi oblici društvenih mreža javili su se krajem prošlog stoljeća, a danas su neizostavni oblici svakodnevne međuljudske komunikacije. Osim u slobodno vrijeme, primjenjive su i u obrazovne svrhe.

U ovom radu bit će opisano kada su se javili prvi oblici društvenih mreža i koji su to oblici, te prikaz danas najpopularnijih društvenih mreža. Također, bit će navedene pozitivne i negativne strane uporabe društvenih mreža. Središnji dio činit će prikaz društvenih mreža koje su primjenjive u obrazovanju, a mogu uvesti promjene kako bi učenicima i studentima donijeli više motivacije, suradnje i zadovoljstva, dok će se provedenom anketom dobiti povratna informacija mladih o učestalosti, načinima i razlozima korištenja društvenih mreža u slobodno vrijeme.

**Ključne riječi:** društvene mreže, Facebook, obrazovanje, slobodno vrijeme

## Sadržaj

1. Uvod.....	6
2. O društvenim mrežama .....	7
2.1. Povijest društvenih mreža.....	8
2.2. Twitter .....	10
2.3. Facebook.....	12
2.4. Instagram .....	14
3. Prednosti i nedostaci društvenih mreža.....	16
3.1. Društvene mreže – pozitivni aspekti .....	16
3.2. Društvene mreže – negativni aspekti.....	17
4. Društvene mreže u obrazovanju.....	18
4.1. Edmodo.....	18
4.1.1. Registracija.....	19
4.1.2. Dijelovi početnog prozora .....	20
4.1.3. Razredi i grupe .....	21
4.1.4. Stavovi učenika i nastavnika o korištenju Edmodo društvene mreže u nastavi. 24	
4.2. Yammer .....	25
4.2.1. Prijava.....	26
4.2.2. Dijelovi početnog prozora .....	26
4.2.3. Grupe i virtualne učionice .....	27
4.2.4. Stavovi učenika o korištenju Yammer društvene mreže u nastavi.....	29
4.3. Facebook.....	30
4.3.1. Prijava.....	30
4.3.2. Dijelovi početnog prozora .....	31
4.3.3. Grupe .....	31
4.3.4. Stavovi učenika o korištenju Facebook društvene mreže u nastavi .....	33

5. Primijenjene metode istraživanja korištenja društvenih mreža u slobodno vrijeme.....	34
5.1. Cilj i hipoteze istraživanja .....	34
5.2. Način prikupljanja podataka .....	35
5.3. Rezultati istraživanja i diskusija .....	35
6. Kritički osvrt .....	51
7. Zaključak.....	53
Literatura .....	55
Popis ilustracija .....	58
Popis slika.....	58
Popis tablica.....	59

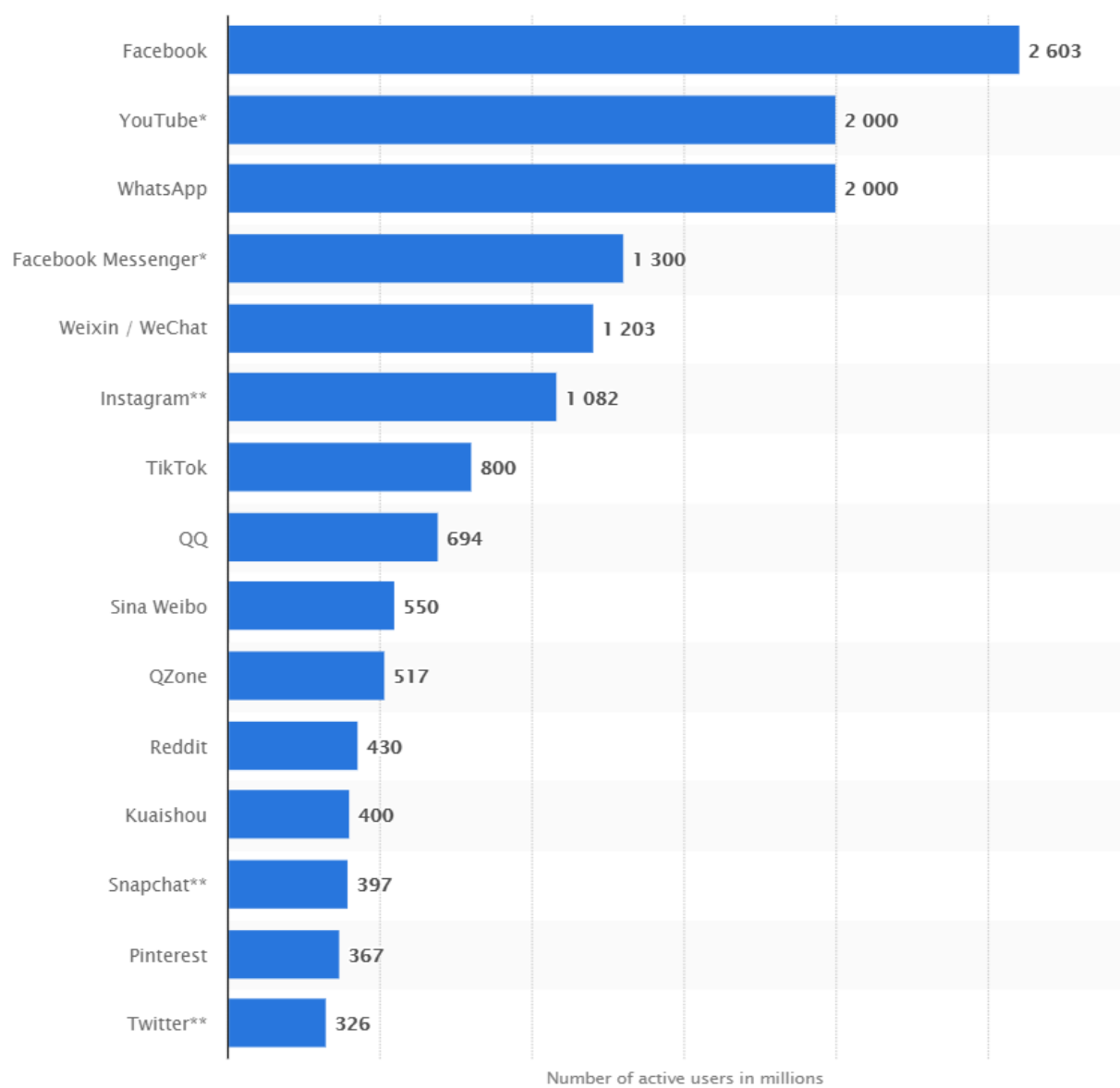
## 1. Uvod

Novi mediji i tehnologija uvelike su promijenili svakodnevni život svih generacija, a posebno mladih koji su odrastali u skladu s napretkom moderne tehnologije. Od početka do kraja dana okruženi smo medijima. Mobiteli, računala, televizija uređaji su bez kojih ne možemo zamisliti svakodnevicu. Društvene mreže zauzimaju veliku životnu ulogu u cijelom svijetu – od slobodnog vremena do zarade putem istih. Svijet mladih se promijenio pojavom društvenih mreža. Komuniciranje i druženje uživo zamijenilo je dopisivanje u virtualnom okruženju, većinom na društvenim mrežama. Također, društvene mreže donijele su promjene u školskom sustavu. Uvođenjem informatike kao obaveznog i izbornog predmeta u osnovnoškolsko obrazovanje, predmet je postao zastupljeniji nego prije, a nastavnici su primorani prilagođavati se novim tehnologijama kako ne bi zaostajali za djecom koja su odrasla uz tu tehnologiju. Ova tema je važna zbog toga da osvijesti pozitivne i negativne strane društvenih mreža učenicima, ali i nastavnicima kako bi mogli učiniti nastavu što zanimljivijom i kreativnom uvođenjem novih načina rada.

Cilj ovog rada je pobliže opisati povijest nastanka društvenih mreža, kada su nastali prvi oblici i njihove značajke, te koje su danas najpopularnije društvene mreže uz navođenje pozitivnih i negativnih strana korištenja istih. Središnji dio sadrži pregled i značajke tri društvenih mreža koje se mogu implementirati u nastavnom procesu (Edmodo, Yammer i Facebook) te stavovi učenika i nastavnika o korištenju društvenih mreža u nastavi. Zatim slijedi provedeno istraživanje s ciljem ispitivanja načina, navika i učestalosti mladih prilikom korištenja različitih društvenih mreža, utjecaj na svakodnevnu komunikaciju s drugima u procesu socijalizacije te stavovi ispitanika o virtualnim identitetima na mreži. Istraživanjem se željelo utvrditi koje su najčešće korištene društvene mreže, koliko vremena dnevno ispitanici provode i što najčešće rade na njima te koliko su aktivni. Također se htio dobiti uvid u svakodnevne navike i načine međusobnog komuniciranja i korištenja te različiti individualni stavovi o društvenim mrežama. Istraživanje je provedeno metodom anketnog upitnika internetskim putem. Hipoteze su postavljene prije istraživanja, a temelje se na anketnim pitanjima, dok su rezultati istraživanja prikazani pomoću grafikona kroz diskusiju i kritički osvrt.

## 2. O društvenim mrežama

Razvoj tehnologije i medija iz temelja su promijenili svakodnevnu rutinu svih generacija. Mladi odrastaju uz tehnologiju, a stariji prate trendove i prilagođavaju se novim načinima umrežavanja. Čovjek je oduvijek bio društveno biće koje ima potrebu pripadati nekoj društvenoj grupi pa zbog toga društvene mreže nisu novi pojmovi, već postoje oduvijek u različitim oblicima. Prema statističkim podacima, skoro svaki drugi čovjek koristi društvene mreže diljem svijeta, a kao najpopularnije navode se Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram... (Clement, Statista 2020.)



Slika 1. Najpopularnije društvene mreže u svijetu prema broju aktivnih korisnika u 2020. godini (Clement, Statista 2020.)



## 2.1. Povijest društvenih mreža

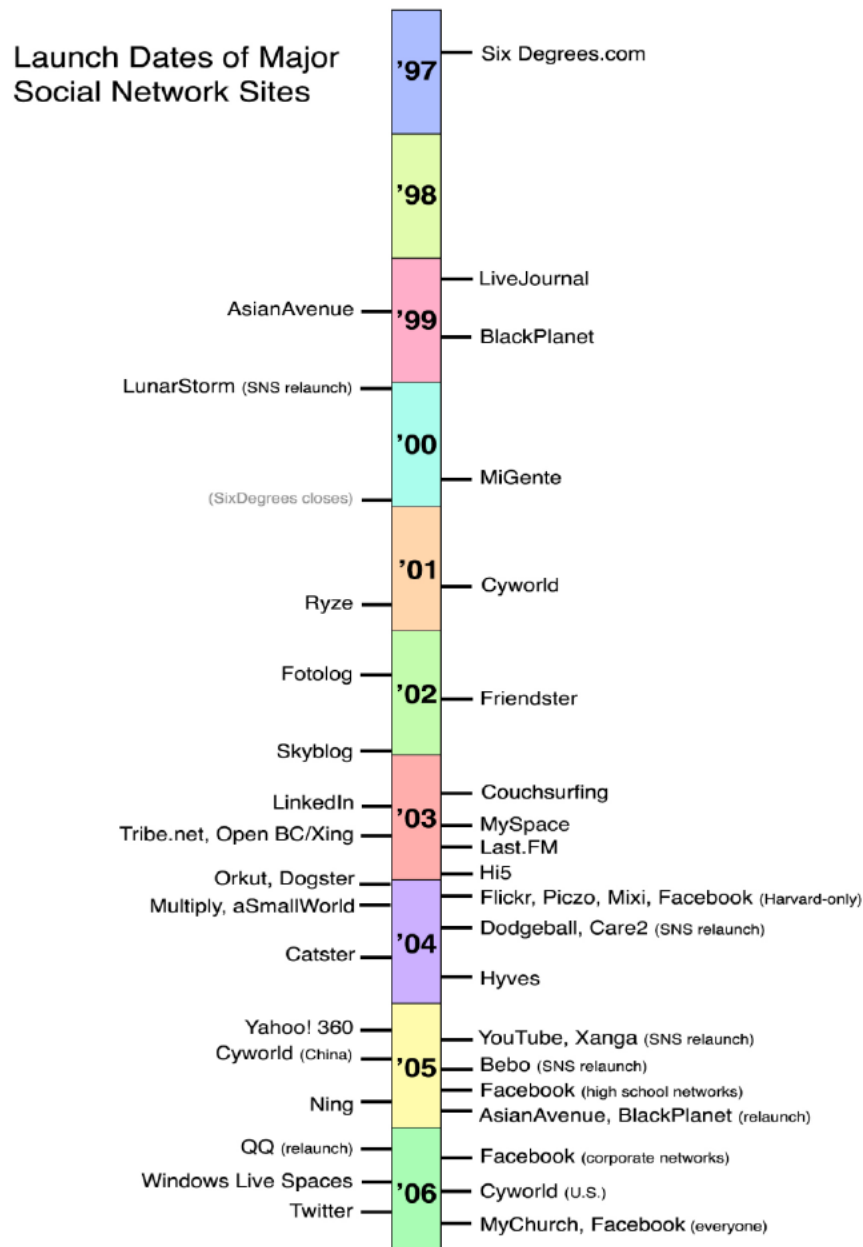
Društvenim mrežama prvenstveni cilj je međusobna komunikacija korisnika. Komunikacija je pojam koji dolazi od latinske riječi, a znači priopćiti, biti u vezi, spajati. (Lukić 2016.) Na taj način korisnici održavaju i/ili ojačavaju postojeći krug prijatelja i šire ga, što potiče formiranje i stvaranje online zajednica. Društvene mreže definiraju se kao „usluge temeljene na webu koje omogućuju pojedincima da (1) izgrade javni ili polu-javni profil unutar omeđenog sustava, (2) artikuliraju listu drugih korisnika s kojima dijele vezu i (3) gledaju i koriste vlastiti popis veza i popise veza drugih unutar sustava.“ (Boyd 2007., 211) Društvene mreže danas imaju svrhu obavještanja, prijenosa informacija i promoviranja, uz primarno povezivanje korisnika.

Prva društvena mreža pod imenom SixDegrees.com nastala je 1997. godine. Korisnici ove mreže mogli su stvarati vlastite javne korisničke profile i dodavati prijatelje, a nedugo zatim i pretraživati liste prijatelja drugih korisnika. Ove mogućnosti postojale su i ranije, ali je SixDegrees bio prvi koji je objedinio sve navedene značajke u jednu cjelinu. Društvena mreža bila je zamišljena kao virtualno mjesto gdje korisnici izmjenjuju poruke i međusobno komuniciraju s ostalima. SixDegrees stranica je 2000. godine prestala s radom zbog neodrživosti, a njen osnivač vjeruje da je bio ispred vremena zbog manjka interesa javnosti za društvenom online mrežom. (Grbavac J. 2014., 210)

Idući val društvenih mreža započeo je 2001. godine sa stranicom Ryze.com koja je pomagala ljudima prilikom utjecaja na poslovne mreže, a 2002. godine pokrenuta je stranica Friendster za pronalaženje ljubavnih partnera. Friendster je u kratkom vremenu prikupio velik broj korisnika, ali uz nagli razvoj su se pojavile i tehničke poteškoće. Korisnici su prelazili na druge aktualne društvene mreže zbog nezadovoljstva i nepovjerenja. (Jurišić 2019., 2)

Društvena mreža MySpace nastala je 2003. godine, a ubrzano je rasla koristeći Friendsterovo otuđenje korisnika. Osnivači su zamislili stranicu kao mjesto gdje se korisnici neće ograničavati nego će stvarati identitet kakav žele - imaju su svu slobodu postavljanja sadržaja. (Jurišić 2019., 4) Doslovni prijevod „MySpace“ znači „moj prostor“ gdje korisnik nakon registracije dobiva vlastiti profil s kojim može raditi što god poželi. (Grbavac J. 2014., 215) Na MySpace-u su korisnici imali mogućnost urediti vlastiti profil mijenjanjem HTML koda kreirajući jedinstveni izgled. To je bila pogreška prilikom kreiranja društvene mreže u početku, no to ispalo je da se to najviše sviđjelo korisnicima. MySpace mrežu većinom su koristili glazbeni bendovi zbog promocije na društvenim mrežama, kao i njihovi obožavatelji. U vrijeme rasta MySpace-a sve

su se više koristili digitalni fotoaparati, tako da je postavljanje slika na društvene mreže bilo jednostavnije, a brojni tinejdžeri su postali novi korisnici. (Kišić 2019., 12) MySpace je doživio vrhunac između 2005. i 2006. godine kada je broj korisnika porastao s dva na osamdeset milijuna. Nedugo zatim pojavile su se afere vezane uz pedofiliju na MySpace-u što je potaklo paniku među korisnicima. (Grbavac J. 2014., 216) Društvena mreža MySpace danas također postoji, no više nije popularna kao nekada.



Slika 2. Razvoj društvenih mreža - vremenska crta (Boyd 2007., 212)

## 2.2. Twitter

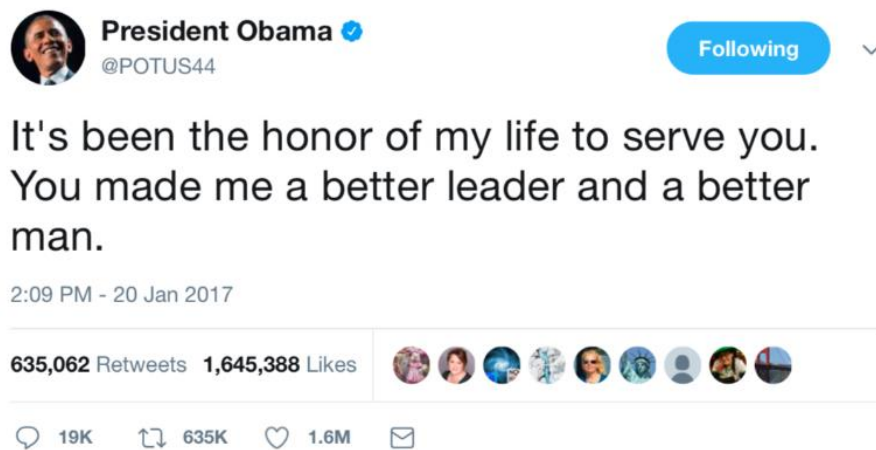
Twitter je društvena mreža za mikro-blogging osnovana 2006. godine. Mikro-blogging podrazumijeva slanje i čitanje kraćih poruka koje su nazvane „tweetovima“ prema imenu same mreže, a tweetovi su ograničeni na najviše 280 znakova. Za pisanje tweetova potrebno je registrirati se, dok ih neregistrirani korisnici mogu samo čitati. (Wikipedia 2020.)



Slika 3. Logo društvene mreže Twitter

Osnovne opcije Twittera su spomenuti „tweet“, „retweet“ i „hashtag“. Uz vlastiti sadržaj – tweet, retweet opcija objavljuje tuđi sadržaj. Twitter je također uveo opciju „hashtag“ – simbol ljestvi (#) nakon kojeg slijedi određena riječ ili fraza, na koje, nakon što korisnik klikne, Twitter prikazuje sve tweetove koji sadrže taj određeni hashtag. (Rotim 2017., 7) Korisnici su na Twitteru počeli koristiti posebni znak „at“ (@) kako bi označavali druge osobe. To se počelo koristiti i uz poveznice, fotografije i videozapise, a Twitterov tim je tu mogućnost i službeno prihvatio. (Kišić 2019., 14) Na Twitteru se najčešće objavljuju sadržaji o tome što korisnici rade, kako se osjećaju ili gdje se nalaze. Opcija „follow“ koristi se za međusobno praćenje korisnika gdje mogu pregledavati sadržaje na vlastitoj naslovnici koje su drugi objavili. Tu opciju preuzeo je Instagram, jedna od najpopularnijih društvenih mreža današnjice.

Društvena mreža Twitter danas je prihvaćena kao fenomen suvremenog doba, a imala je i veliku ulogu u društvenim pokretima diljem svijeta. U početku, Twitter su koristili većinom američki korisnici, ali ubrzo se proširio u Europu pa tako i u Hrvatsku. Iako nije doživio velik rast u Hrvatskoj, Twitter je među top 20 najpopularnijih društvenih mreža u svijetu. Što se tiče demografskih podataka, 63% korisnika je u rasponu između 35 i 65 godina, a većina je muškog roda - 66%. Zanimljivost je ta da se čak 500 milijuna tweetova pošalje svaki dan u svijetu, što predstavlja 5.787 tweetova po sekundi. (Ying 2019)



Slika 4. Objava na Twitteru bivšeg predsjednika SAD-a

### 2.3. Facebook

Najpopularniju društvenu mrežu Facebook osnovao je bivši student Harvarda Mark Zuckerberg 2004. godine. Prvotni naziv bio je Thefacebook, što podrazumijeva studentski foto-album s općim podacima o pojedinom studentu. Markova namjera bila je stvoriti internetsku stranicu za studente Harvarda gdje bi se mogli međusobno bolje upoznati i komunicirati. (Jurišić 2019.) Kasnije su se ostala sveučilišta, škole i poduzeća diljem svijeta priključila novoj mreži. Zuckerberg je bio nekoliko puta optužen za krađu tuđih ideja prilikom stvaranja nove društvene mreže, ali zapravo je bio nasljednik tuđih ideja. (Rotim 2017.) O popularnosti i veličini društvene mreže govori činjenica da je 2010. godine snimljen film o mladom milijarderu pod nazivom „The Social Network“ (Društvena mreža) prema istinitoj priči.



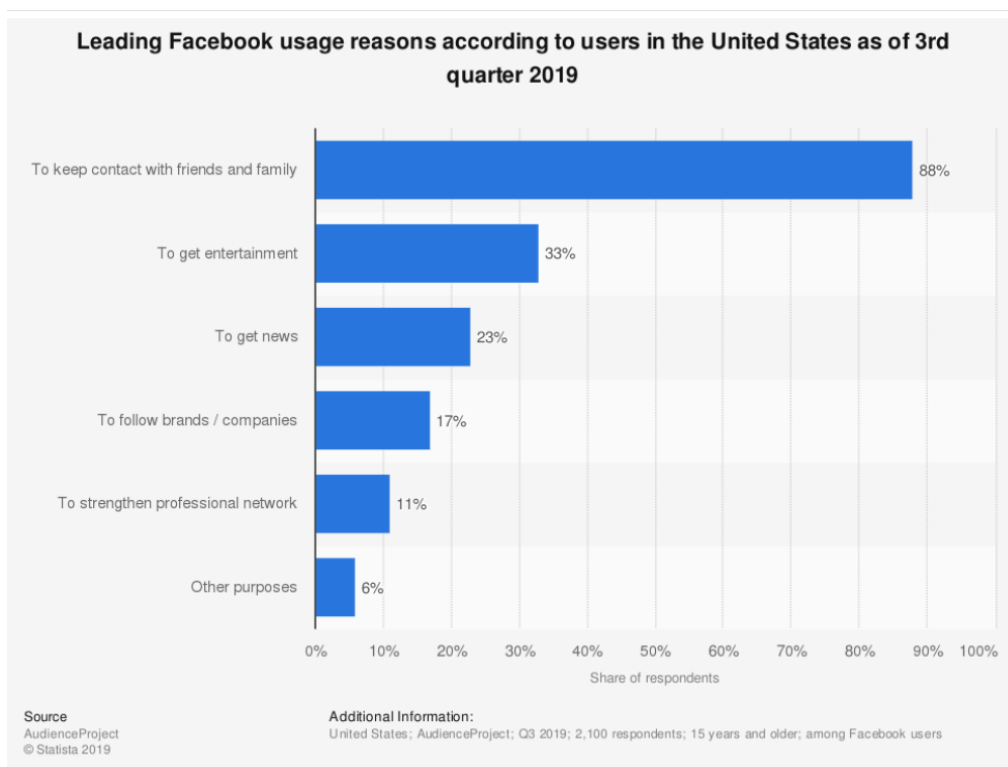
Slika 5. Logo društvene mreže Facebook

Facebookov cilj je povezivanje ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu, omogućujući korisnicima socijalizaciju s prijateljima, rodbinom i bliskim ljudima. (Grbavac J. 2014.) Za registraciju korisnika potrebna je valjana e-mail adresa i dobna granica od minimalno 13 godina. Uz stvaranje vlastitog profila i povezivanje s prijateljima i poznanicima, Facebook nudi razne opcije koje se često nadograđuju. Neke od njih su objavljivanje statusa, fotografija, video-zapisa, poveznica ili trenutne lokacije, dopisivanje putem Facebook Messengera, reagiranje na tuđe objave, izražavanje emocija, kreiranje grupa, oglašavanje, igranje igrica...

Facebook je na vrhu popularnosti još od 2012. godine kada je broj korisnika prešao 1 milijardu, što je prvi put u povijesti društvenih mreža. Danas postoji preko 2.6 milijardi aktivnih korisnika diljem svijeta i čini Facebook daleko najvećom društvenom mrežom ikada. Unatoč tome što mu danas popularnost pada rastom novih društvenih mreža koje privlače mlađe generacije,

Facebook je otkupio Instagram i WhatsApp aplikacije koje su također među najpopularnijim društvenim mrežama. (Clement 2020.)

Prema svjetskim statističkim podacima, čak 60% korisnika interneta imaju otvoreni profil na Facebooku, a većinom su to osobe mlađe od 35 godina (65% korisnika Facebooka). Veliki postotak od čak 96% koristi se ovom društvenom mrežom putem vlastitog mobilnog telefona. Prosjek vremena provedenog na Facebooku je otprilike 1 sat dnevno. (Mohsin 2020.) Zanimljivost je ta da najbrži rast imaju korisnici stariji od 65 godina. 2015. godine 71% američkih tinejdžera bilo aktivno na Facebooku, dok ih je u 2020. aktivno samo 50%. Veliki postotak od 88% koristi društvenu mrežu Facebook kako bi ostali u kontaktu s obitelji i prijateljima, dok ih nešto manje koristi za zabavu. (Aboulhosn 2020.)



Slika 6. Razlozi korisnika za korištenje Facebooka (Aboulhosn 2020.)

Prema statističkim podacima iz 2019. godine u Hrvatskoj 1 900 000 osoba ima otvoren profil na društvenoj mreži Facebook (4 od 9 stanovnika) dok je podjednak postotak muškaraca i žena. Prevladavaju korisnici starosti od 25 do 34 godine, dok ih je nešto manje starijih od 18 godina. (Arbona 2019.)

## 2.4. Instagram

Instagram društvena mreža nastala je 2010. godine, a Facebook ju je kupio dvije godine nakon. Broji preko milijardu mjesečno aktivnih korisnika i nalazi se na šestom mjestu najpopularnijih društvenim mreža u svijetu. Instagram korisnicima služi za obradu i dijeljenje sadržaja putem mobilnih telefona, a mogu se primijeniti različiti filteri i efekti na fotografijama. (Wikipedia 2020.)

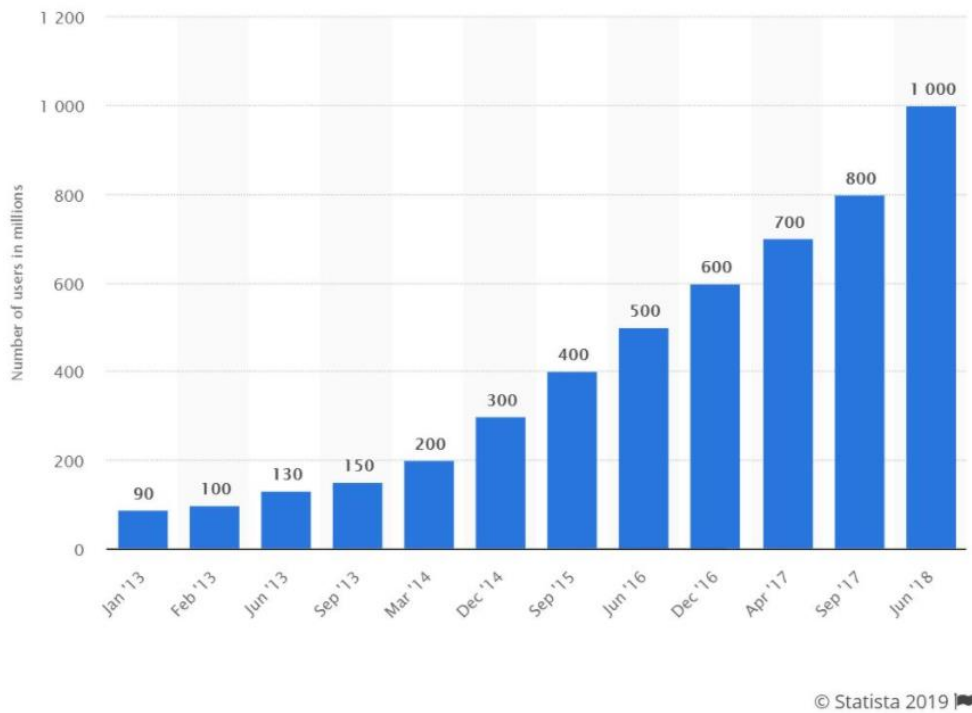


Slika 7. Logo društvene mreže Instagram

Aplikacija je do 2012. godine služila za korištenje u privatne svrhe korisnika, a nakon toga ima opciju oglašavanja gdje određeni brendovi mogu oglašavati svoje proizvode zbog povezanosti s Facebook-ovim sustavom oglašavanja. (Rotim 2017.) Danas je Instagram jedan od najpopularnijih odredišta za promociju i poslovanje gdje tzv. „influenceri“ zarađuju vrtoglave iznose na temelju vlastitih objava.

U središtu pozornosti Instagrama je fotografija ili video, što čini ovu društvenu mrežu opuštenijom od ostalih. Omogućuje lajkanje, komentiranje, označavanje lokacije, opis slike ili videa te pripadajući hashtagovi. Kroz godine je Instagram proširio svoje opcije i uveo „Instastory“ tj. 24-satne priče (fotografije ili videi) te „Direct Message“ koji omogućuje slanje privatnih poruka drugim korisnicima. (Rotim 2017.) Iako ima puno sličnosti, ono što razlikuje Instagram od ostalih društvenih mreža je to što se bazira isključivo na izražaju vizualnog pojedinca – fotografijama ili video zapisa.

Svjetski statistički podaci pokazuju da je nešto veći postotak ženske populacije koja koristi Instagram (56%). 30% korisnika Instagrama imaju između 18 i 24 godine, njih 35% između 25 i 34 godina, a čak 72% tinejdžera ima otvoren profil na Instagramu. Prosječno provedeno vrijeme na Instagramu je 28 min po danu, a polovica korisnika od 500 milijuna objavljuje Instagram priče svaki dan. (Newberry 2019.)



Slika 8. Povećanje korisnika Instagrama po godinama (Clement 2020.)

Prema statističkim podacima iz Hrvatske, 2015. godine je bilo preko 190 000 Instagram korisnika, dok ih je 2019. preko milijun korisnika, točnije 1 100 000. Na Instagramu prevladava više populacije od 13 do 17 godina nego na Facebooku, a najviše je korisnika starosti između 18 i 24 godine - većinom ženskog roda. (Arbona 2019.) Iz podataka možemo zaključiti da se sve veći broj mladih osoba pridružuje Instagramu zbog zabave i dijeljenja fotografija što čini ovu društvenu mrežu sve popularnijom.



### 3. Prednosti i nedostaci društvenih mreža

Društvene mreže postale su dio svakodnevnog života mladih i starih diljem svijeta. Zauzimaju veliku životnu ulogu, od slobodnog vremena pa sve do vlastite zarade putem istih. Razvoj tehnologije omogućio je razne druge aspekte društvenih mreža, osim prvobitne komunikacije, koji mogu biti pozitivni, ali i negativni.

#### 3.1. Društvene mreže – pozitivni aspekti

Kao pozitivna strana korištenja društvenih mreža navodi se povezivanje i komunikacija s prijateljima i obitelji u bilo koje vrijeme i bez obzira na geografski položaj. Razgovori putem chata, audio ili video poziva u potpunosti su besplatni, potrebno je samo povezati se putem interneta. Društvene mreže također omogućuju brzu i laku razmjenu informacija, slanje fotografija, dokumenata, poveznica...

Korisnici koji u svakodnevnom životu nemaju sposobnost lako komunicirati s ostalim ljudima, imaju osjećaj pripadnosti na društvenim mrežama. Lakše im je izraziti se online, razgovarati i sudjelovati u društvenim aktivnostima. (Kurtalić 2018.)

Društvene mreže omogućuju slobodu izražavanja i mišljenja korisnika, koji mogu iznositi svoje misli, iskustva i komentare te raspravljati s ostalim osobama o određenoj temi. Na društvenim mrežama mogu se također pronaći razni kreativni sadržaji koji mogu motivirati i potaknuti na rad svakog pojedinca. Veliki svjetski mediji povezani su s društvenim mrežama, što utječe na informiranost korisnika. Na jednom mjestu mogu saznati što se sve događa oko njih, te naučiti neke nove stvari.

Marketing i oglašavanje putem interneta nezaobilazan je faktor poslovanja u tvrtkama. Pojava društvenih mreža promijenila je način komunikacije između tvrtki i potrošača, a mnogi ljudi saznaju za proizvode putem društvenih mreža gdje se isti oglašavaju.

Društvene mreže promijenile su odnose s javnošću, poslovanja i marketing u novinarstvu. Čak je i Hrvatska vlada otvorila profil na Facebooku i Twitteru gdje je često aktivna. Ministri i ostali političari se također okreću društvenim mrežama kako bi bili u kontaktu sa svojim biračima. (Jurišić 2019.)

### 3.2. Društvene mreže – negativni aspekti

Posljedice moderne tehnologije nisu u potpunosti pozitivne. Kao što su navedene prednosti, tako postoje i nedostaci korištenja društvenih mreža na koje treba upozoravati i voditi brigu o njima.

Negativni aspekti društvenih mreža su razvoj ovisnosti, gubitak privatnosti, otuđenje, elektroničko nasilje, gubljenje socijalnih vještina, izloženost pornografiji, opasnost pedofilije...

Pretjerano korištenje društvenih mreža koje može narušiti psihičko i/ili fizičko zdravlje osobe ili uzrokovati poteškoće prilikom socijalnog funkcioniranja upućuje na ovisnost. U tom slučaju osoba zanemaruje obitelj, prijatelje, obrazovanje ili posao i podređuje se virtualnom svijetu. Takva ovisnost slična je klasičnim ovisnostima kao ovisnost o alkoholu ili cigaretama, a posljedice se često manifestiraju u obliku glavobolje, oštećenja vida, povećanja ili smanjenja tjelesne težine, psihičkih poremećaja, depresije... (Škrgatić 2014.)

Problem privatnosti čest je na društvenim mrežama, iako tvrde kako su osobni podaci sigurni. Broj telefona, adresu i ostale podatke ne treba dijeliti na društvenim mrežama isto kao što to ne bi radili i negdje drugdje. Što jednom objavimo negdje na internetu, to ostaje ondje zauvijek. Poznat je slučaj Edwarda Snowdena koji je razotkrio špijunaže i iznio optužbe prema Facebooku i ostalim kompanijama prema ophođenju s podacima svojih korisnika. Samo je potvrdio činjenicu da za većinu korisnika interneta i društvenih mreža ne postoji pojam privatnosti. (Šorić 2018.)

Elektroničko nasilje (engl. Cyberbullying) je vrsta internetske aktivnosti kojoj je cilj povrijediti, uznemiriti, poniziti ili terorizirati osobu na internetu. Elektroničko nasilje obuhvaća slanje anonimnih poruka mržnje, širenje uvredljivih i nasilnih komentara o drugome, slanje tuđih fotografija bez dozvole, prijetnje... Često se pojavljuje kod djece i mladih, iako veliki postotak ne govori o tom problemu. Važno je razgovarati i osvijestiti mlade o navedenim oblicima nasilja.

Vrbovanje djece putem društvenih mreža je u stalnom porastu. Društvene mreže omogućile su predatorima predstavljanje u tuđe ime i stvaranje imaginarne ličnosti kako bi se približili ranjivoj djeci. Informiranje i edukacija djece je jedan od najboljih načina njihove zaštite u virtualnom svijetu. (infoz.ffzg.hr 2002.)

## 4. Društvene mreže u obrazovanju

Današnji učenici pripadaju digitalnoj kulturi pa učitelji moraju biti pozitivni prema uvođenju društvenih mreža u nastavu kako bi osuvremenili nastavu i približili nastavne sadržaje suvremenim učenicima. Učenici stalno slušaju o negativnim aspektima korištenja društvenih mreža i svjesni su ih, ali svejedno nastavljaju s njihovim korištenjem jer ih je nemoguće u potpunosti zabraniti. Učenici predstavljaju velik udio svakodnevnih korisnika društvenih mreža i zato se preporučuje upotreba društvenih mreža u nastavnom procesu, što predstavlja još jednu pozitivnu stranu korištenja društvenih mreža. Proces učenja se ubrzano mijenja u digitalnom društvu. Takav proces vezan je s teorijom digitalnog učenja – konektivizam. Konektivizam naglašava ulogu društvenih mreža i povezivanja informacija što omogućuje učenicima proširenje vlastitog znanja. (Vrdoljak 2016.)

U nastavku će biti dan prikaz tri društvene mreže i njihove značajke koje se mogu implementirati u nastavi kako bi potakle kreativnost te promicale povezivanje i uključivanje učenika u autentičnije iskustvo učenja. Također su prikazani stavovi nastavnika i učenika o korištenju društvenih mreža u obrazovne svrhe.

### 4.1. Edmodo

Edmodo je vrsta besplatne društvene mreže koja je nastala 2008. godine, a cilj joj je povezati učitelje, učenike i roditelje u manje zajednice i olakšati im pristup te dijeljenje materijala i znanja. Edmodo nazivaju „Facebook za učenje“ zbog sličnosti s najpoznatijom društvenom mrežom. Sučelje Edmoda nalikuje sučelju Facebooka što olakšava učenicima korištenje i prihvaćanje Edmoda u nastavnom procesu. (Brlek 2019.) Danas Edmodo broji preko 85 milijuna korisnika diljem svijeta.



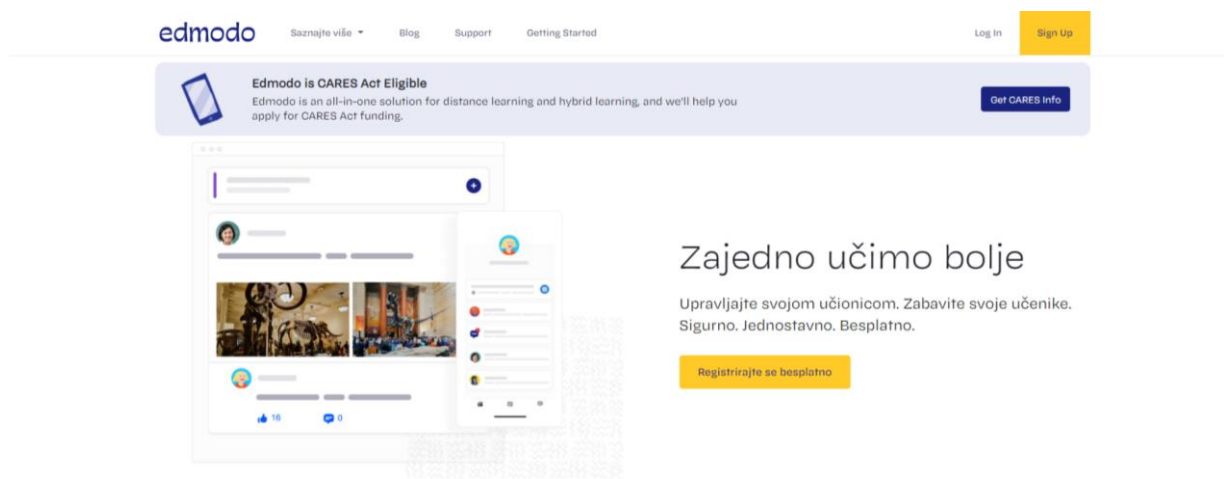
Slika 9. Logo društvene mreže Edmodo

Edmodo nudi brojne mogućnosti, a neke od njih su: dijeljenje nastavnih sadržaja, slanje poruka unutar grupa ili individualni razgovori, dijeljenje slika, videozapisa, poveznica, praćenje rada učenika, kreiranje kvizova i anketa uz automatsku statističku obradu. Omogućena je komunikacija unutar grupa gdje je uključen nastavnik pa se osigurava zaštita učenika. (CARNet, Suradničko učenje i Edmodo 2019.)

Edmodu je moguće pristupiti putem web preglednika, ali i mobilnih aplikacija (Android, iOS, Windows) te putem računalne instalacije.

#### 4.1.1. Registracija

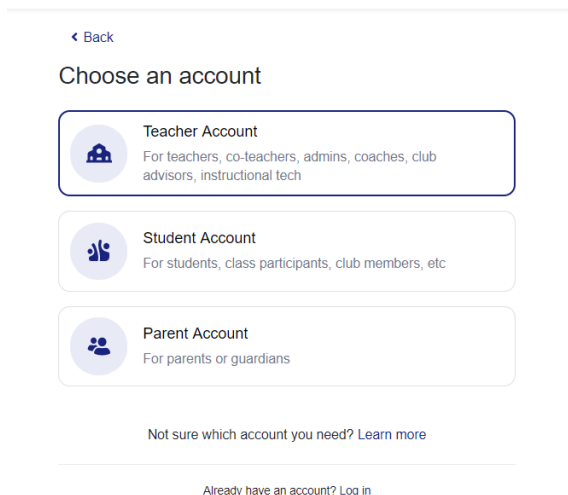
Edmodu je moguće pristupiti na adresi <https://new.edmodo.com/>. Dostupna je registracija ili prijava ako već postoji registrirani račun.



Slika 10. Izgled početne stranice Edmoda

Prilikom registracije može se odabrati vrsta učiteljskog, učeničkog ili roditeljskog profila. Ovisno o odabranoj kategoriji, dobivaju se različite ovlasti, a izgled korisničkog sučelja je također različit. Registracija je moguća Google, Microsoft, Apple računom ili vlastitom e-mail adresom. Ako smo se prethodno registrirali, moguća je prijava na isti način.

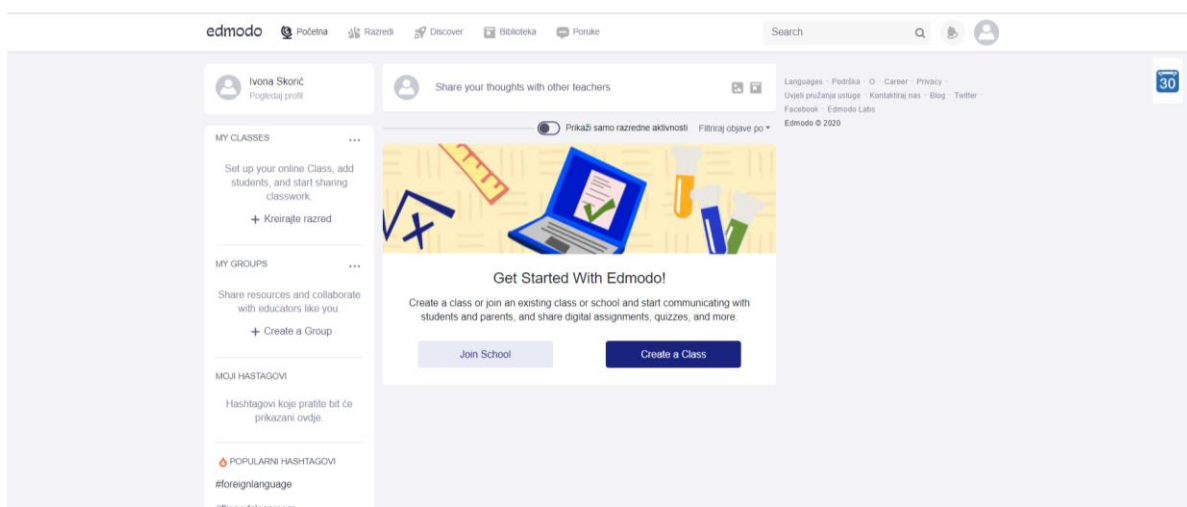
U ovom radu promatrat će se učiteljski profil (Teacher Account) koji ima najveće ovlasti.



Slika 11. Izbor profila

#### 4.1.2. Dijelovi početnog prozora

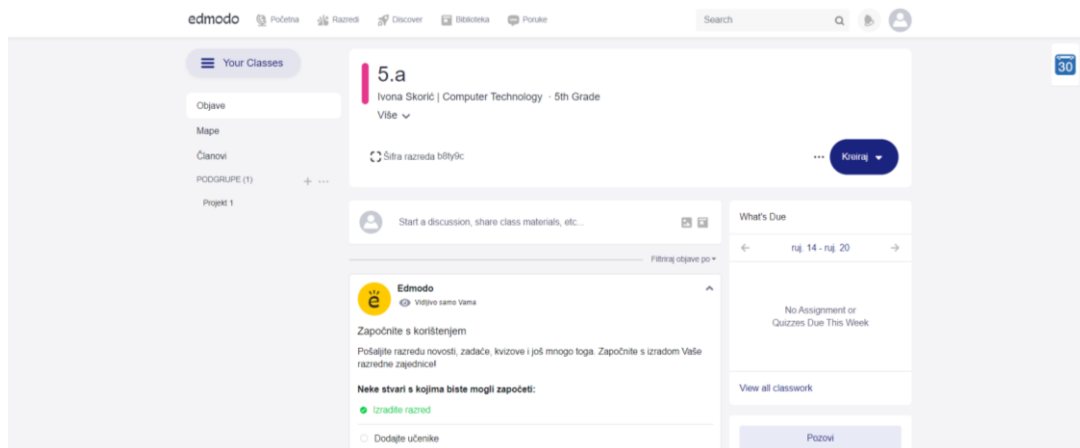
Nakon uspješne registracije tj. prijave u Edmodo dolazimo do početnog prozora koji se sastoji od tri dijela. Na vrhu učiteljskog prozora nalazi se alatna traka koja se sastoji od ikone <sup>edmodo</sup> i gumba Početna koji vraćaju na početnu stranicu gdje god se nalazili, gumb Razredi, Istraži (Discover) koji prikazuje više informacija o edukacijskim resursima koji se mogu primijeniti, Biblioteka i gumb Poruke koji služi za privatnu komunikaciju, grupnu ili individualnu. Zatim slijedi Tražilica, gumb za Obavijesti i Profil. U bloku s lijeve strane nalaze se Moji razredi, Moje grupe, Moji hashtagovi te popis popularnih hashtagova. Središnji dio prozora sadrži razne objave i aktivnosti učitelja i učenika.



Slika 12. Izgled početnog učiteljskog prozora

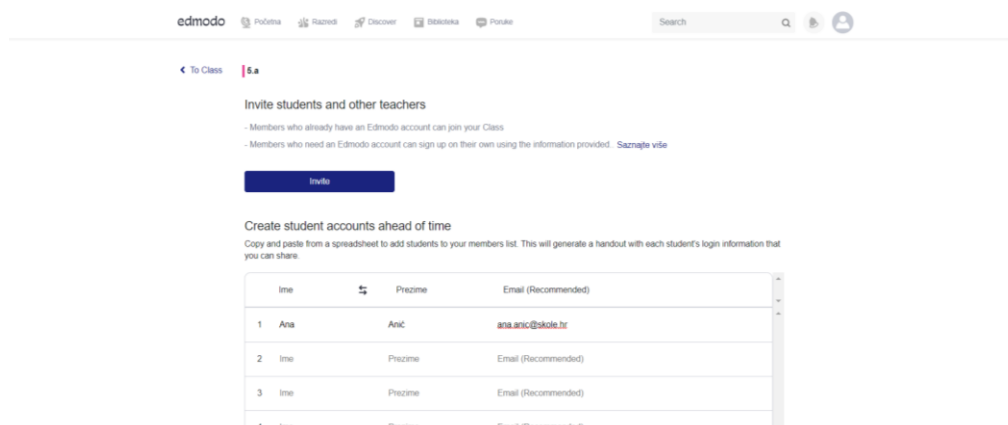
### 4.1.3. Razredi i grupe

Izbornik Moji razredi i Moje grupe su najvažniji dijelovi Edmoda. Može se stvoriti proizvoljan broj razreda pritiskom na gumb Kreirajte razred gdje se upisuje naziv razreda, kratki opis, uzrast i predmet na koji se odnosi. Razred je zaštićen Šifrom razreda koju automatski dobijemo izradom razreda. Šifra nam je potrebna za uključivanje učenika u određenu grupu. U lijevom bloku sadržani su gumbi Objave, Mape, Članovi i Podgrupe koje možemo naknadno dodavati unutar razreda.



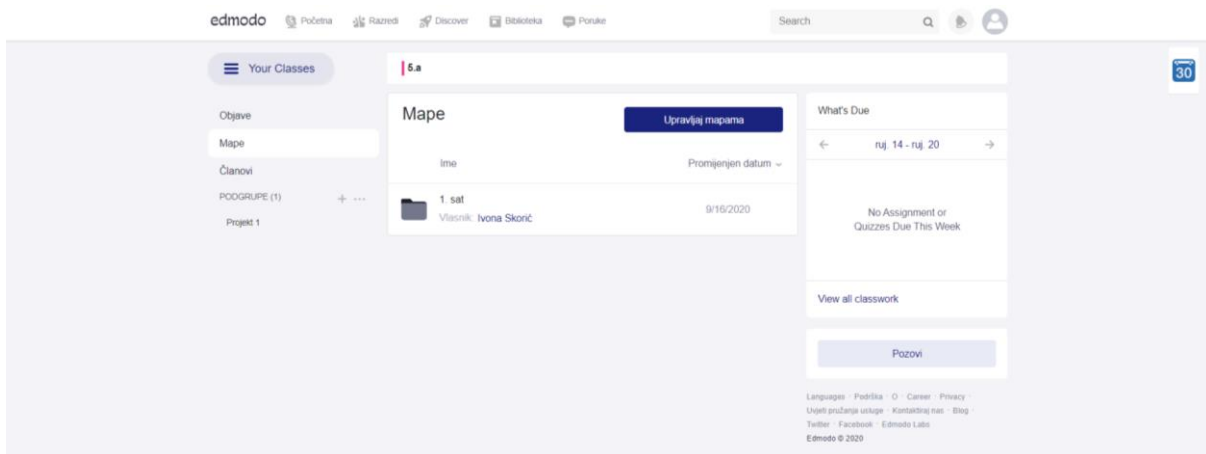
Slika 13. Izgled izbornika Moji razredi

Klikom na ... dolazimo do postavki razreda gdje možemo vidjeti URL razreda, dodati početnu sliku, pozvati nove članove, izmijeniti naslov razreda itd. Učenike u razred možemo pozvati slanjem koda tj. šifre razreda, PDF uputom ili putem e-mail adrese. Također možemo dodati roditelja učenika unutar grupe kako bi mogao pratiti napredak i rad vlastitog djeteta.



Slika 14. Dodavanje učenika u razred

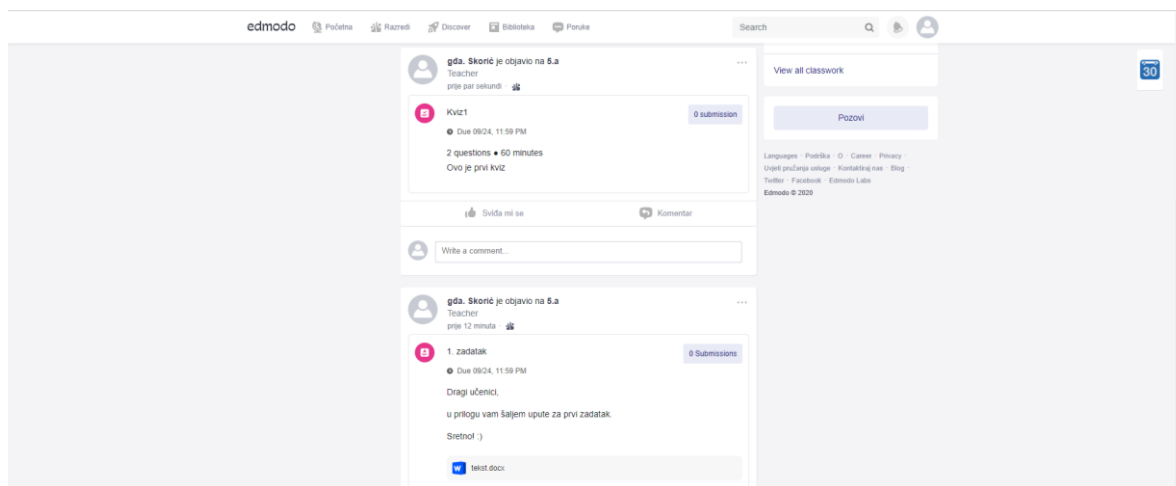
Klikom na gumb Mape otvara se prozor u kojem se mogu napraviti različite mape gdje učitavamo datoteke s računala, poveznice, testove ili ostale dokumente koje su nam potrebne u nastavnom procesu. Dodane mape automatski se spremaju unutar izbornika Biblioteka koji je smješten na alatnoj traci.



Slika 15. Izgled izbornika Mape

Unutar razreda moguće je kreirati zadatak ili kviz klikom na gumb Kreiraj. Zadatak sadrži naslov i opis zadatka koji se može stilski urediti te priložiti dokument, link ili dodati materijale iz datoteke. Također se može dodati krajnji rok predaje zadatka, nakon čega se isti zaključava. Zadatak će se prikazati kao javna objava učitelja u središnjem dijelu prozora koji sadrži različite objave i aktivnosti kako bi svima bio dostupan i vidljiv. Učenici mogu javno komentirati objavu, a odgovoriti im mogu ostali učenici ili učitelj.

Kako bi kreirali kviz potrebno je imenovati ga te dati tekstualne upute učenicima. Zatim slijede pitanja koja mogu biti točno/netočno, višestruki odabir, kratki odgovor, popunjavanje praznina, spajanje ili višestruki odgovor. Za svako pitanje može se odrediti broj bodova te vremensko ograničavanje za rješavanje cijelog testa. Također se može dodati krajnji rok za rješavanje kviza nakon čega će se isti zaključati. Dodatne opcije su prikaz nasumičnih pitanja, prikaz rezultata učenicima neposredno nakon rješavanja. Kviz se, kao i zadatak, prikazuje kao javna objava učitelja unutar razreda.



Slika 16. Javna objava zadatka i testa unutar razreda

U izborniku razredi na alatnoj traci još se nalaze opcije *Koji je rok?* (*What's due?*) gdje se može dobiti uvid u popis zadataka i testova koji su u tijeku te opcija *Napredak* koja prati rješavanje zadataka i testova, odnosno koliko učenika je riješilo određeni zadatak/test te pojedinosti o svakom zadatku/testu (postotak točnih odgovora, prosjek učenika po zadatku...)



#### 4.1.4. Stavovi učenika i nastavnika o korištenju Edmodo društvene mreže u nastavi

Cilj istraživanja iz 2013. godine u osnovnoj školi u Splitu je bio utvrditi stavove učenika i učitelja prema uvođenju društvene mreže Edmodo u nastavu. Istraživanje je provedeno na uzorku od sveukupno 48 učenika i 29 učitelja. Nakon dvotjednog rada na Edmodu dana im je anketa koju su dobrovoljno riješili.

Prema rezultatima provedene ankete čak 69% se slaže s tvrdnjom da bi nastava bila zanimljivija i kvalitetnija kada bi učenici i učitelji mogli komunicirati putem društvenih mreža, dok se mali postotak od 3% učitelja slaže s tom tvrdnjom. Samo 10% učitelja smatra kako kviz unutar Edmoda uistinu ispituje znanje učenika, što predstavlja skeptičnost učitelja zbog toga što se kviz ne rješava klasičnim načinom na papiru nego klikom miša na računalu, dok 79% učenika tvrdi da su oduševljeni takvim načinom rješavanja zadataka jer podsjeća na igru i olakšava nastavni sadržaj. Što se tiče korištenja Edmoda u nastavnom procesu, učitelji i učenici bi voljeli da se koristi društvena mreža Edmodo u nastavi (učenici 90%, učitelji 52%). Na pitanje zašto im se Edmodo sviđa učenici su naveli rješavanje kvizova koje doživljavaju kao igru kroz koju uče te općenito korištenje Edmoda kao učenje na zabavan način. Također im se sviđela mogućnost komunikacije s prijateljima, zajedničko učenje, postavljanje pitanja učitelju, način nagrađivanja (bedževi) kao poticaj za daljnji rad ili dobro obavljen zadatak, sličnost s Facebookom – lako snalaženje na mreži, osjećaj zaštićenosti te jednostavnost i zanimljivost. Kao negativnu stranu učenici su naveli to što nema igara, a neki nadzor komentara i dopisivanja od strane učitelja. Učitelji su kao pozitivne strane Edmoda naveli zanimljivost i suvremenost društvene mreže, mogućnost suradničkog učenja, upotpunjenje tradicionalne nastave, bolja komunikacija s učenicima te zabavan način učenja. S druge strane, smatraju da korištenje Edmoda oduzima puno vremena za njihovu pripremu, te da su djeca ionako već ovisna o računalima. (Vrdoljak 2016.)

## 4.2. Yammer

Yammer je privatna besplatna društvena mreža koja pripada alatu Office 365 i dostupna je svim učenicima, učiteljima, nastavnicima i ostalim djelatnicima škola koji imaju pristup Office 365 alatima. Mreža je sigurna za korištenje zbog prijave nacionalnim AAI@EduHr korisničkim identitetom za koji brine CARNet. Yammer je prvenstveno zamišljen kao poslovna društvena mreža, ali sve više učitelja i nastavnika odabire Yammer za korištenje u nastavnom procesu. Također, možemo usporediti Yammer mrežu s Facebookom, ali razlika je u pristupu. Pristup Yammeru omogućen je osobama koje imaju korisničke podatke institucije, što je idealno za korištenje u školskom okruženju zbog zaštite učenika. (Valčić 2016.)

Yammer omogućuje učenicima i učiteljima jedinstveno, sigurno i kontrolirano okruženje za razmjenu informacija, suradnju i učenje. Neke od osnovnih mogućnosti Yammer mreže su pisanje objava, uključivanje u grupnu diskusiju, suradnja i razmjena znanja putem zatvorenih ili otvorenih grupa, dodjela bedževa, stvaranje anketa, izrada zajedničke bilješke... (Microsoft n.d.)

Društvenoj mreži Yammer, moguće je pristupiti putem web preglednika, mobilnih aplikacija (Android, iOS, Windows) te putem računalne instalacije. (Valčić 2016.)

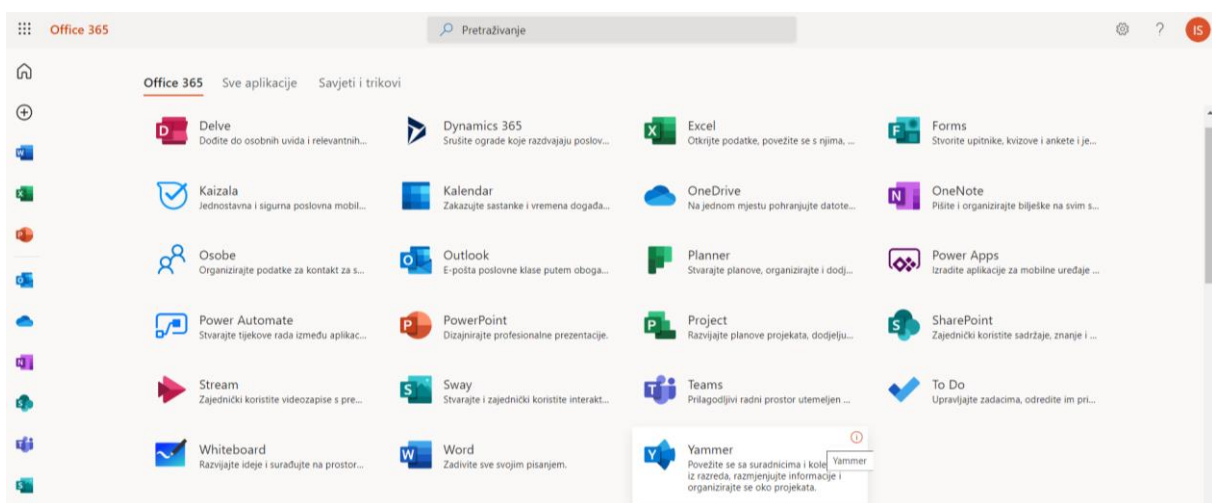


Slika 17. Logo društvene mreže Yammer

### 4.2.1. Prijava

Prijava na Yammer moguća je na više načina, a u ovom radu bit će prikazana prijava putem web preglednika na stranici <https://office365.skole.hr/>. Za korištenje je potrebna jednokratna aktivacija usluge za korisnički račun na @skole.hr domeni, a nakon aktivacije moguć je slobodan pristup Office365 uslugama i alatima gdje se nalazi i Yammer mreža.

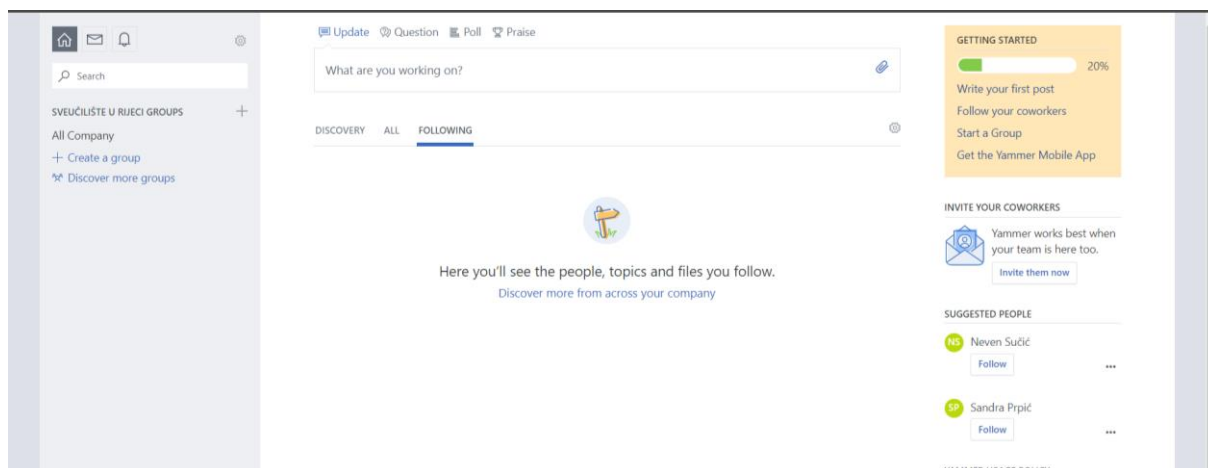
Nakon uspješne prijave dolazimo do Office365 korisničkog sučelja gdje su usluge i alati međusobno povezani te im se može pristupiti s jedinstvenog mjesta. Klikom na ikonu Yammer aplikacije otvara se novi prozor gdje se priključujemo mreži.



Slika 18. Popis svih Office365 aplikacija

### 4.2.2. Dijelovi početnog prozora

Izgled početne Yammer stranice također poprilično podsjeća na društvenu mrežu Facebook i prethodno obrađenu Edmodo. U središnjem dijelu nalazi se prostor s objavama i komentarima gdje se može objaviti vlastita objava, postaviti pitanje ili anketa te opcija pohvale koja se može dati učenicima za obavljen izvrstan rad. Na lijevoj strani su izbornici s različitim opcijama, gumb za odlazak na početnu stranicu, poruke, obavijesti, tražilica, postavke te grupe.



Slika 19. Izgled početne Yammer stranice

### 4.2.3. Grupe i virtualne učionice

Suradnja na Yammeru odvija se unutar grupa koje mogu biti privatne ili javne, a može ih kreirati bilo koji član Yammer mreže. U njima su dostupni razgovori, objave, komentari, najave događanja, događaji, bilješke, datoteke, ankete, pohvale. (CARNet 2020.)

Na lijevoj strani prikazan je popis grupa čiji ste član, a novu grupu moguće je kreirati klikom na opciju Create a group (Kreiraj grupu). Nakon toga, otvara se dijaloški okvir gdje možemo odabrati vrstu grupe – Internal group (Unutarnja grupa) koju koristimo s učenicima ili kolegama te External group (Vanjska grupa) koju koristimo za pristup korisnicima izvan našeg sustava. Novoj grupi potrebno je dati ime i dodati članove. Također možemo odabrati hoće li grupa biti vidljiva svim korisnicima mreže škole.hr ili samo određenim korisnicima.

Create a New Group ×

**INTERNAL GROUP**  
To collaborate with people inside your company.

**EXTERNAL GROUP**  
To collaborate with people who work at other companies.

Name

Group Members

Who can view conversations and post messages?

Public Access: Anyone in this network can view conversations and post

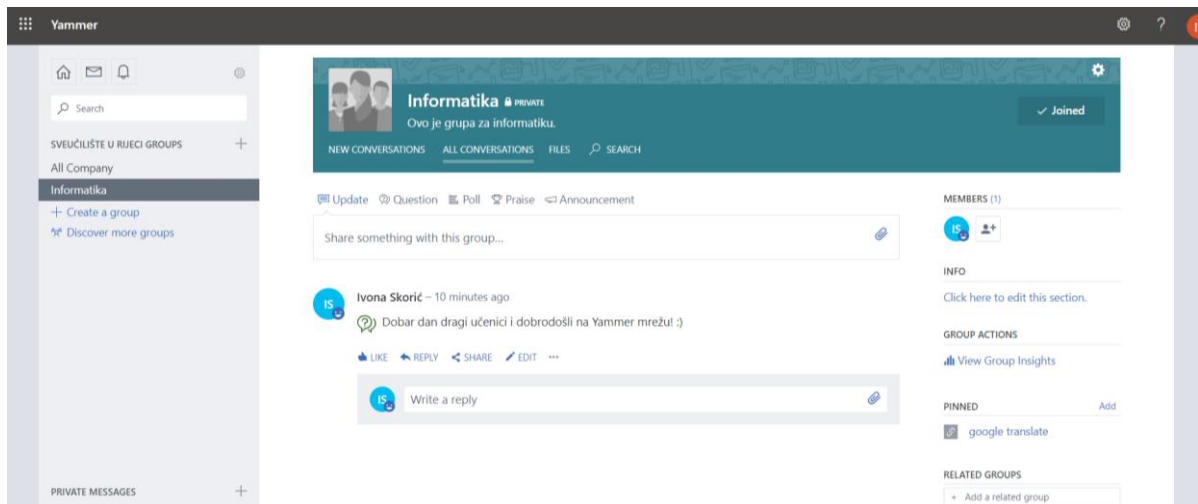
Private Access: Only members can view conversations and post

List in our network's directory and search results.

[Create Group](#)

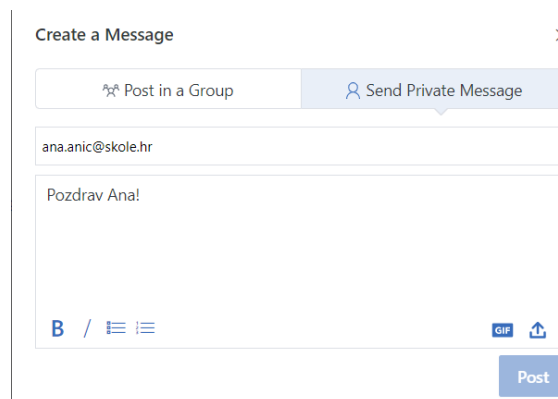
Slika 20. Osnovne postavke grupe

Nakon što smo uspješno kreirali grupu, možemo ju dodatno podesiti i urediti u postavkama. Otvara se stranica grupe koja sadrži opcije pisanja objava, komentiranja, postavljanja pitanja, anketa, pohvala i najava događanja. S desne strane možemo vidjeti sve članove grupe u odjeljku Members (Članovi). Svi materijali i dokumenti dostupni su unutar opcije Files (Datoteke), a mogu se učitati s računala ili direktno stvoriti kao Word ili PowerPoint dokument.



Slika 21. Izgled privatne grupe

Komunikacija na Yammeru dostupna je u obliku javnih objava koje su prikazane unutar sandučića za poruke, ali i u obliku privatnih poruka. Klikom na opciju Private messages (Privatne poruke) s desne strane moguće je poslati poruku unutar grupe ili privatnu poruku jednoj ili više osoba. Svaku radnju koju učitelj objavi, učenicima se pojavljuje unutar prozora obavijesti, a moguće je preusmjeriti obavijesti iz Yammera na e-mail adresu kako učenicima ne bi promakle.



Slika 22. Slanje privatne poruke

#### 4.2.4. Stavovi učenika o korištenju Yammer društvene mreže u nastavi

2020. godine provedeno je istraživanje s ciljem ispitivanja stavova učenika prema virtualnoj nastavi unutar društvene mreže Yammer zbog novonastale situacije izazvane korona virusom COVID-19. U istraživanju su sudjelovali učenici viših razreda osnovne škole u Drnišu (5. – 8. razred), sveukupno njih 266.

Utvrđeno je da su učenici otvoreni prema suvremenim načinima učenja, a online nastavu smatraju zanimljivom i zabavnom. Velik postotak učenika, čak 32% učenika smatra da je online nastava zbunjujuća. Učenici su naveli da im se više sviđa klasična nastava u odnosu na učenje u online okruženju. Ovo je očekivani rezultat jer koliko god virtualna nastava pokazuje svoje specifičnosti i prednosti, ona i dalje ne može zamijeniti klasičnu nastavu u učionici što primjećuju i učenici. U najvećem postotku od 40% učenici više surađuju u klasičnoj nastavi nego u virtualnoj. Klasična škola omogućuje prave oblike suradnje, dok se suradnja u virtualnim učionicama temelji na razmjeni materijala i zadaća. Učenici uglavnom samostalno izvršavaju svoje obveze (59%), imaju više vremenskog prostora za rad, određeni stupanj slobode i pristup različitim izvorima informacija. Ostali rješavaju obveze uz pomoć drugih osoba. Istaknuli su da im virtualna učionica oduzima više vremena nego redovita nastava u školi (44% učenika). U virtualnoj učionici prepušteni su samima sebi i isključivo svojim trudom usvajaju nove nastavne sadržaje za što treba više vremena nego kad im učitelj tumači gradivo. Sveukupno se može reći da su učenici vrlo zadovoljni virtualnom nastavom na društvenoj mreži Yammer. Najveći postotak dao je ocjenu 4, a nešto manje ocjenu 5 za sveukupno zadovoljstvo prema virtualnoj nastavi. (Jenjić 2020.)

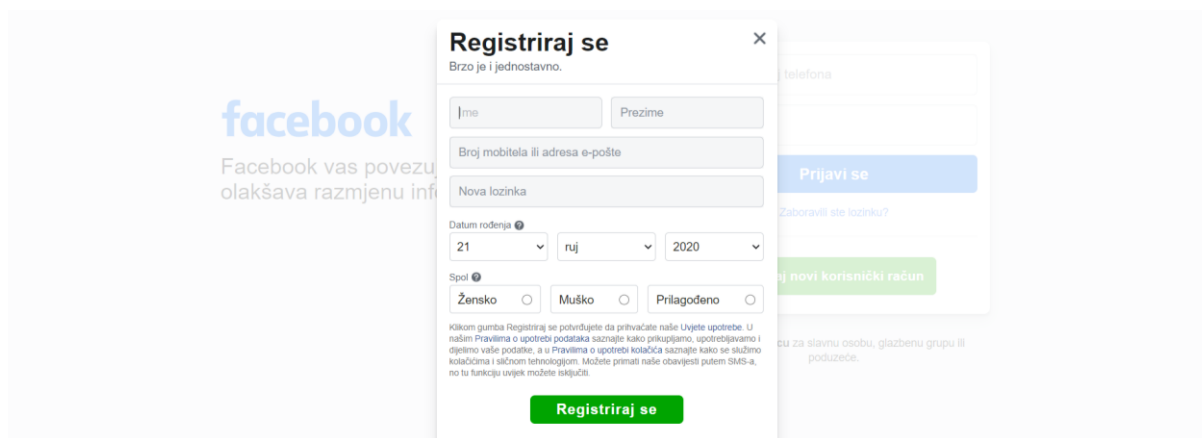
### 4.3. Facebook

Značajke i mogućnosti društvene mreže Facebook navedene su u poglavlju 2.3., a u ovom poglavlju osvrnut ćemo se na korištenje Facebooka u nastavnom procesu. Facebook, najpopularniju društvenu mrežu, svakodnevno posjećuje velik broj ljudi. U početku je Facebook stvoren za povezivanje američkih studenata, a ubrzo su ga počele koristiti i obrazovne ustanove.

Danas učenici i studenti koriste Facebook mrežu za razmjenjivanje nastavnog sadržaja i međusobnu komunikaciju koristeći privatne grupe koje sami stvaraju. Profesori i učitelji su također uvidjeli kako im Facebook može pomoći u provedbi nastave pa su i oni počeli stvarati grupe, najčešće se nazivom svog predmeta, gdje bi postavljali vlastite materijale i izvore koji su bitni za određeni predmet. Na taj način učenici i studenti mogu jednostavno pristupiti nastavnom sadržaju, komentirati ga i iznositi vlastita mišljenja. Omogućena je bolja komunikacija i veća motivacija za učenje i sudjelovanje kako bi bili ostvareni bolji rezultati i pozitivna klima u virtualnom okruženju. (Mijatović, Upotreba Facebooka u akademskom okruženju 2019.)

#### 4.3.1. Prijava

Korisnik se prijavljuje na Facebook mrežu vlastitom e-mail adresom ili brojem telefona te pripadajućom lozinkom na stranici <https://www.facebook.com/>. Ako osoba još nema kreiran korisnički račun, potrebno je registrirati se uz navođenje osobnih podataka (ime, prezime, broj mobitela ili adresa e-pošte, nova lozinka, datum rođenja i spol).

The image shows a screenshot of the Facebook registration process. On the left, the Facebook logo and a partial text 'Facebook vas povezuje...' are visible. The main focus is a white registration form titled 'Registriraj se' with a close button (X) in the top right corner. Below the title, it says 'Brzo je i jednostavno.' The form contains several input fields: 'Ime' and 'Prezime' (Name and Surname), 'Broj mobitela ili adresa e-pošte' (Mobile number or email address), and 'Nova lozinka' (New password). Below these is a 'Datum rođenja' (Date of birth) section with dropdown menus for day (21), month (ruj), and year (2020). At the bottom of the form, there is a 'Spol' (Gender) section with radio buttons for 'Žensko' (Female), 'Muško' (Male), and 'Prilagođeno' (Custom). A green 'Registriraj se' button is at the bottom center. To the right of the form, a blue 'Prijavi se' (Log in) button is visible, along with a link 'Zaboravili ste lozinku?' (Forgot your password?).

Slika 23. Izrada novog korisničkog računa

### 4.3.2. Dijelovi početnog prozora

Nakon uspješne prijave dolazimo do početne stranice koja je podijeljena na četiri dijela. Alatna traka na vrhu sastoji se od ikone društvene mreže Facebook koja vodi na početnu stranicu, tražilice, ikone najpopularnijih video zapisa, trgovine, grupe, videoigara, vlastitog profila, opcija kreiraj, poruke, obavijesti i postavki računa. S lijeve strane također možemo pristupiti osobnom profilu, popisu prijatelja i grupa. Dan je i popis grupa čiji smo član. U središnjem dijelu nalaze se najnovije objave, a možemo i sami kreirati objavu koja će biti vidljiva svim našim prijateljima. Objave se mogu lajkati, komentirati i podijeliti. Na desnoj strani prikazani su aktivni članovi koji su trenutno na mreži.

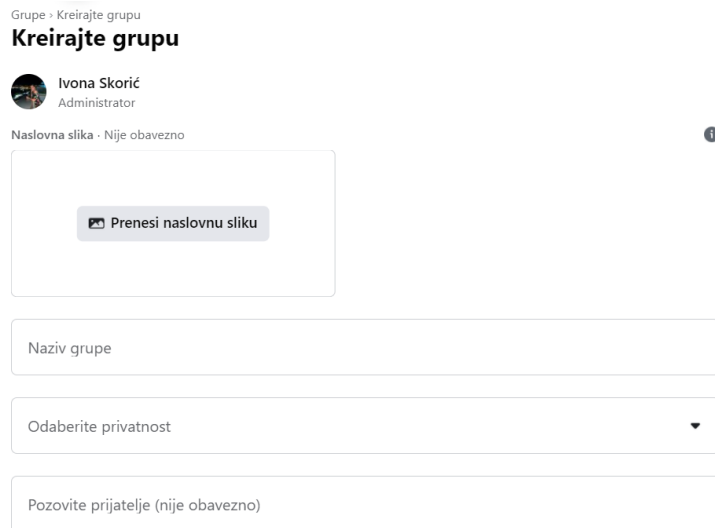


Slika 24. Početna stranica Facebooka

### 4.3.3. Grupe

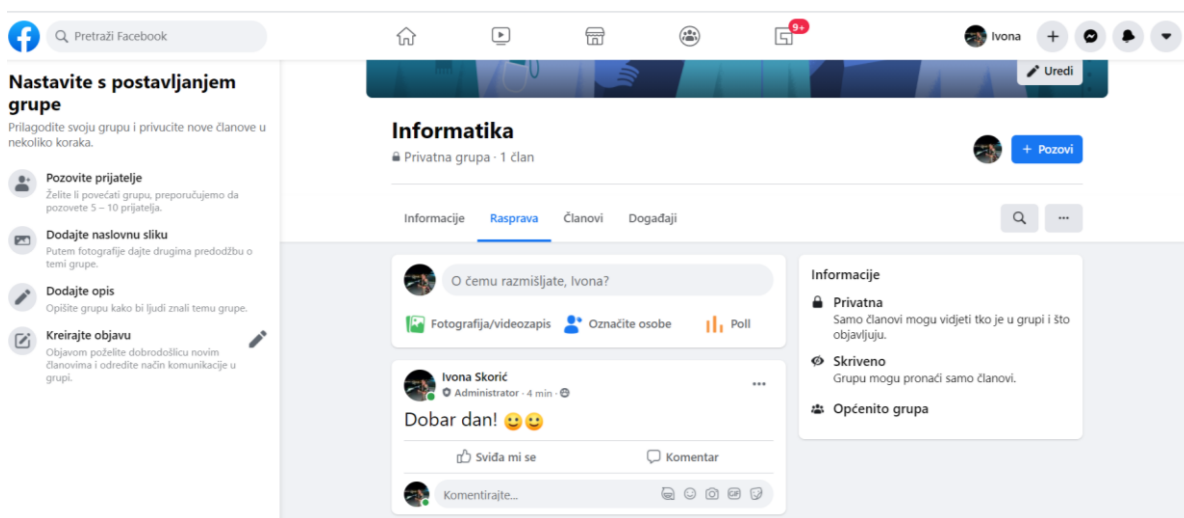
Facebook nudi mogućnost stvaranja grupa kako bi se povezali korisnici zajedničkih interesa. U ovom slučaju je to u obrazovne svrhe, a učitelj može na jednostavan način kreirati grupu za svoj predmet i ograničiti pristup određenim učenicima. Nova grupa stvara se tako da kliknemo na gumb Grupe, a zatim Kreiraj novu grupu. Otvara se dijaloški okvir u kojem možemo odabrati naslovnu sliku grupe, dodati naziv i vrstu privatnosti – javna ili privatna grupa. Javnu grupu i njene objave svatko može vidjeti, dok privatnu mogu vidjeti samo njeni članovi. Članove nije moguće dodati putem e-mail adrese već iz vlastitog popisa prijatelja, što može dovesti do prsnog odnosa između učitelja i učenika.





Slika 25. Stvaranje grupe

Nakon uspješno stvorene grupe možemo kreirati objavu i dodati joj fotografiju, događaj, dokument, datoteku, anketu... Objava se pojavljuje u središnjem dijelu kako bi bila vidljiva svim članovima grupe, a može se lajkati, komentirati i dijeliti. U postavkama grupe moguće je upravljati obavijestima tako da učenicima dođe obavijest za svaku objavu u grupi kako im ne bi nešto promaknulo. U izborniku Događaji mogu se kreirati podsjetnici za određene važne datume (npr. ispit, seminar, zadaća) što može biti korisno za zaboravljive učenike.



Slika 26. Izgled privatne grupe

#### 4.3.4. Stavovi učenika o korištenju Facebook društvene mreže u nastavi

Anketno istraživanje iz 2019. godine provedeno je na uzorku od 50 studenata na Sveučilištu Sjever u Koprivnici. Cilj istraživanja bio je dobiti uvid ispitanika o korištenju Facebook mreže u nastavnom procesu te prednosti i mane upotrebe društvene mreže u obrazovanju.

Na pitanje koje društvene mreže koriste najveći postotak odgovorio je da se koristi Facebookom (43%), a nešto manje koristi Instagram i Twitter. Facebooka koriste najviše za komunikaciju (32%), informiranje i u svrhu obrazovanja (23%). 76% studenata smatra kako bi se Facebook trebao koristiti u akademskom okruženju, dok se manji udio ne slaže s tom tvrdnjom. Velik postotak od 80% je član neke grupe koje objavljuju edukativan sadržaj ili grupe za učenje. Kao prednosti korištenja Facebooka u obrazovanju navode dijeljenje različitog nastavnog sadržaja, suradničko učenje, prikupljanje informacija i povećanje interaktivnosti. Također smatraju da je sveukupna popularnost i poznato sučelje prednost Facebooka u obrazovanju. Na pitanje ima li upotreba Facebooka u nastavi negativnih posljedica, više od polovice ispitanika smatra da ima (64%). Kao pojašnjenje navode kako Facebook negativno utječe na koncentraciju, zabavni sadržaj odvraća pažnju od nastavnog sadržaja i teško se snalazi na pretrpanoj naslovnici. 20% ispitanika smatra da svakodnevno korištenje društvenih mreža utječe na izvršavanje fakultetskih obveza, dok 54% smatra da je to samo ponekad. Što se tiče ostalih platformi za e-učenje, 98% ispitanika ih koristi samo za zadane zadatke ili jednom tjedno. Smatraju da su e-platforme za učenje korisne za razmjenu nastavnog sadržaja (Moodle, Merlin...), a kao razloge navode preglednost jer je sav nastavni sadržaj na jednom mjestu, jednostavnost korištenja, korisnost za predaju zadataka i eseja. (Mijatović 2019.)

## 5. Primijenjene metode istraživanja korištenja društvenih mreža u slobodno vrijeme

Metoda anketiranja je poseban oblik ne-eksperimentalnog istraživanja koje koristi osobni iskaz o stavovima, mišljenjima i uvjerenjima kao osnovni izvor podataka, a pribavlja se odgovarajućim standardiziranim nizom pitanja. Prikupljanje podataka u anketnim istraživanjima može se obaviti poštanskom anketom, izravnim kontaktom, telefonskim putem ili internetskom anketom. (Mijatović, Upotreba Facebooka u akademskom okruženju 2019.)

### 5.1. Cilj i hipoteze istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitivanje načina, navika i učestalosti mladih prilikom korištenja različitih društvenih mreža, utjecaj na svakodnevnu komunikaciju s drugima u procesu socijalizacije te stavovi ispitanika o virtualnim identitetima na mreži. Istraživanjem se željelo utvrditi koje su najčešće korištene društvene mreže, koliko vremena dnevno ispitanici provode i što najčešće rade na njima te koliko su aktivni. Također se htio dobiti uvid u svakodnevne navike i načine međusobnog komuniciranja i korištenja te različiti individualni stavovi o društvenim mrežama.

Postavljene su sljedeće hipoteze sukladne navedenoj svrsi:

1. Većina ispitanika od društvenih mreža koristi Facebook, Instagram i WhatsApp ili Viber.
2. Za pristup društvenim mrežama ispitanici najčešće koriste pametni telefon.
3. Iako ispitanici u prosjeku dnevno provedu više od sat vremena, ne smatraju da su ovisni o njima.
4. Većina ispitanika koristi društvene mreže prilikom interakcije s drugim ljudima.
5. Ispitanici smatraju da se život na društvenim mrežama i u stvarnosti bitno razlikuje kod većine ljudi.

## 5.2. Način prikupljanja podataka

Istraživanje je provedeno metodom anketnog upitnika internetskim putem, točnije dijeljenjem na društvenoj mreži. Ispitanici su osobe od 16 do 25 godina starosti, a rješavanju ankete su pristupili dobrovoljno od 4. do 7. lipnja 2020. godine. Sveukupno je anketu riješilo 111 osoba, a ona je u potpunosti anonimna.

Kreirana je pomoću Google obrasca, a sastoji se od 37 pitanja podijeljenih u četiri grupe. Prvu grupu čine općenita pitanja, a iduća grupa pitanja odnosi se na navike i učestalosti korištenja društvenih mreža na koja ispitanici mogu odgovoriti odabirom jednog ili više odgovora. Treća grupa pitanja podrazumijeva korištenje društvenih mreža za vrijeme socijalizacije gdje se od ispitanika traži da uz pomoć Likertove skale procijene u kojoj mjeri od 1 do 5 se slažu ili ne slažu s tvrdnjom (1 – u potpunosti se ne slažem, ..., 5 – u potpunosti se slažem). Zadnja grupa pitanja se odnosi na identitet na mreži na koja su ispitanici također procjenjivali svoje odgovore putem Likertove skale.

## 5.3. Rezultati istraživanja i diskusija

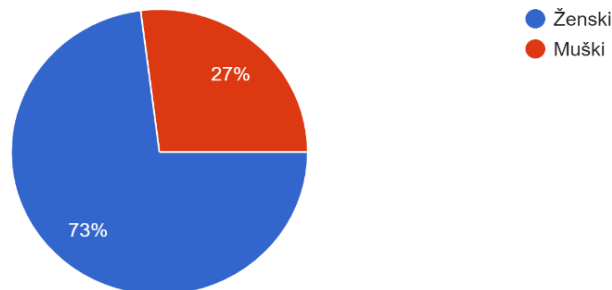
U nastavku su predstavljeni rezultati online anketnog upitnika u kojem je sudjelovalo 111 dobrovoljnih ispitanika. Postoci prikupljenih podataka prikazani su pomoću grafikona i tablica, a potom slijedi analiza i objašnjenje.

Uputa za ispunjavanje upitnika: *„Poštovani, studentica sam druge godine diplomskog studija Informatike na Odjelu za informatiku u Rijeci. Za fakultetske potrebe provodim istraživanje s ciljem ispitivanja razloga, navika i učestalosti mladih prilikom korištenja različitih društvenih mreža. U nastavku slijedi anketni upitnik. Prilikom odgovaranja na postavljena pitanja molim Vas da se usmjerite na sebe i procijenite u kojoj se mjeri navedene tvrdnje odnose na Vas kako bi rezultati istraživanja bili što vjerodostojniji. Ovaj anketni upitnik je anonimn, a za ispunjavanje će Vam biti potrebno najviše 10 minuta. Hvala na sudjelovanju!“*

### a) Opći podaci o ispitanicima

Spol?

111 responses

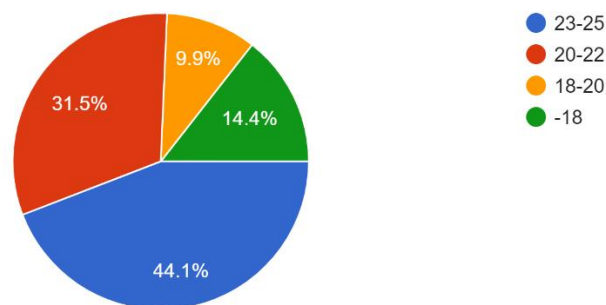


Slika 27. Spol ispitanika

Od 111 ispitanika u istraživanju je sudjelovalo 73% ženske i 27% muške populacije. Kako cilj nije bio dobiti uvid u razlike korištenja društvenih mreža između muškog i ženskog spola, već na mladu populaciju općenito, u nastavku rada nismo istraživali utjecaj na svaki spol pojedinačno.

Koliko imaš godina?

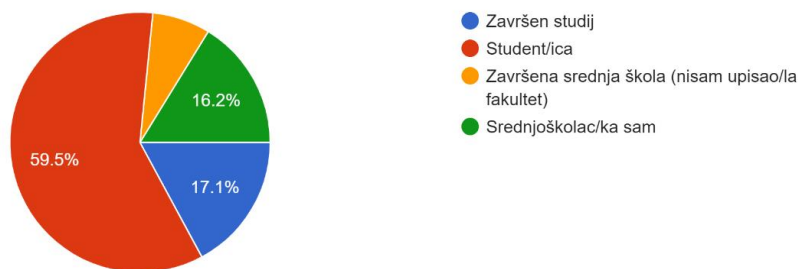
111 responses



Slika 28. Dob ispitanika

Najveći broj ispitanika (44.1%) pripada starosnoj dobi od 23 do 25 godina, dok 31.5% ispitanika pripada rasponu između 20 i 22 godine. U manjini su ispitanici mlađi od 18 godina (14.4%) i 9.9% osobe između 18 i 20 godina.

Stupanj obrazovanja?  
111 responses

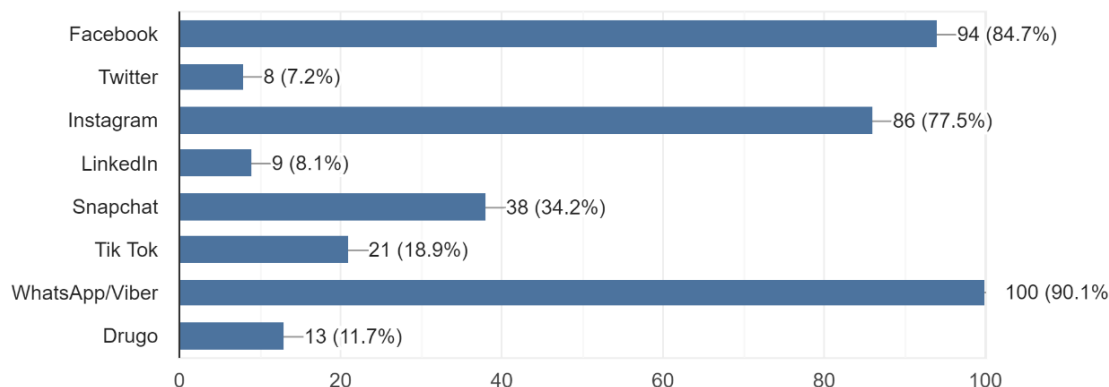


Slika 29. Obrazovanje ispitanika

Što se tiče obrazovanja, 59.5% ispitanika su studenti, dok je podjednaki broj srednjoškolaca (16.2%) i onih koji su završili studij (17.1%). Ispitanika sa završenom srednjom školom koji nisu nastavili daljnje školovanje ima najmanje 7.2%.

## b) Navike i učestalost korištenja društvenih mreža

1. Na kojim društvenim mrežama imaš otvoren profil? (moguće je odabrati više odgovora)  
111 responses

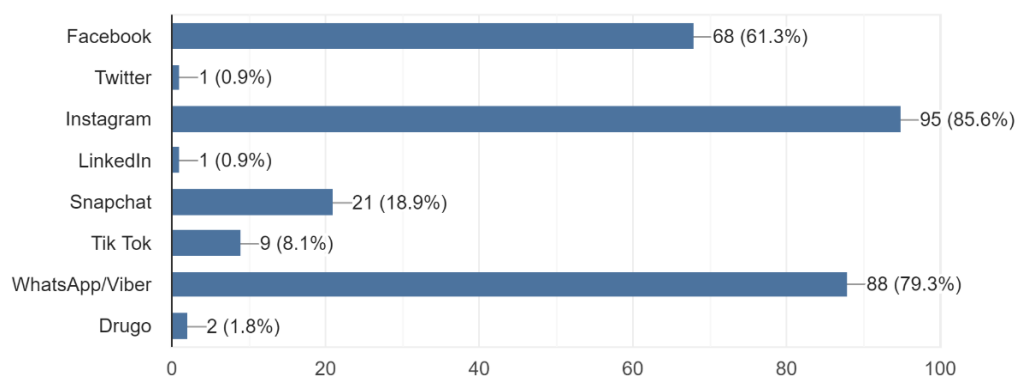


Slika 30. Otvoreni profili na društvenim mrežama

Od ukupnih 111 ispitanika, čak njih 90.1% koristi društvene mreže WhatsApp ili Viber koje primarno služe za međusobnu komunikaciju. Slijedi Facebook sa 84.7% i Instagram sa 77.5% što potvrđuje postavljenu hipotezu da većina ispitanika od društvenih mreža koristi Facebook, Instagram i WhatsApp ili Viber. Manju zastupljenost imaju nove društvene mreže Snapchat (34.2%) i Tik Tok (18.9%). LinkedIn, Twitter i ostale društvene mreže imaju zastupljenost manju od 12%.

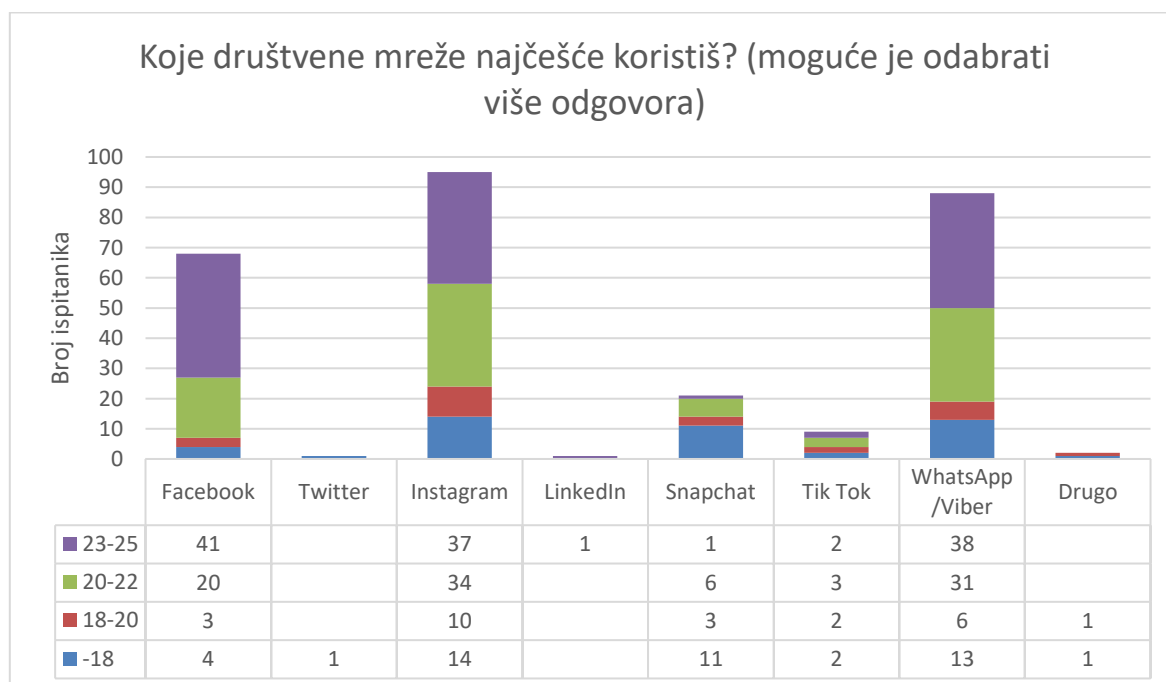
## 2. Koje društvene mreže najčešće koristiš? (moguće je odabrati više odgovora)

111 responses



Slika 31. Najčešće korištene društvene mreže

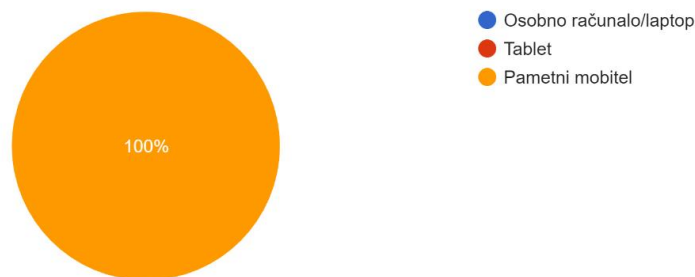
Najčešće korištene društvene mreže među ispitanicima jesu Instagram (85.6%) koju su naveli i kao najdražu, zatim WhatsApp/Viber (79.3%) te Facebook u nešto manjem postotku od 61.3%. Time možemo zaključiti kako ispitanici najčešće koriste one društvene mreže na kojima mogu komunicirati s ostalim osobama, pregledavati slike i videozapise te informirati se. Ostale društvene mreže imaju zastupljenost ispod 22%. Na slici 33. dodatno su prikazane najčešće korištene društvene mreže prema dobi ispitanika.



Slika 32. Najčešće korištene društvene mreže prema dobi ispitanika

Možemo vidjeti kako većina ispitanika u dobi od 20 do 25 godina najčešće koriste Facebook, WhatsApp/Viber i Instagram društvenu mrežu, dok su oni mlađi aktivniji na Instagramu, WhatsApp/Viberu i Snapchatu. Vidljiv je pad korištenja Facebooka kod generacije mlađe od 20 godina koji se okreću novijim i atraktivnijim društvenim mrežama (Snapchat).

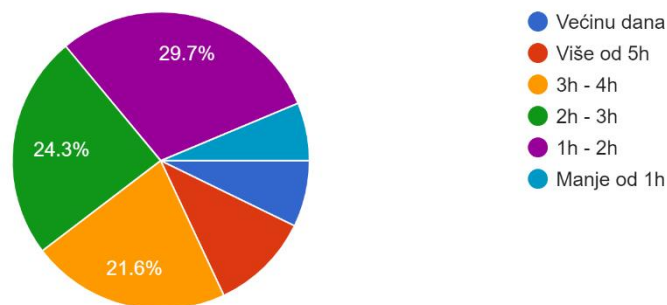
4. Za pristup društvenim mrežama najčešće koristiš:  
111 responses



Slika 33. Uređaj za pristupanje društvenim mrežama

Svih 111 ispitanika odabralo je pametni telefon kao uređaj za pristup društvenim mrežama. Osobno računalo ili laptop i tablet nitko od ispitanika nije odabrao, što potvrđuje postavljenu hipotezu kako ispitanici koriste pametni telefon prilikom korištenja društvenih mreža. To je očekivani odgovor zbog užurbanog načina života u suvremenom dobu i velike uloge pametnih telefona koji su nam svakodnevno nadohvat ruke.

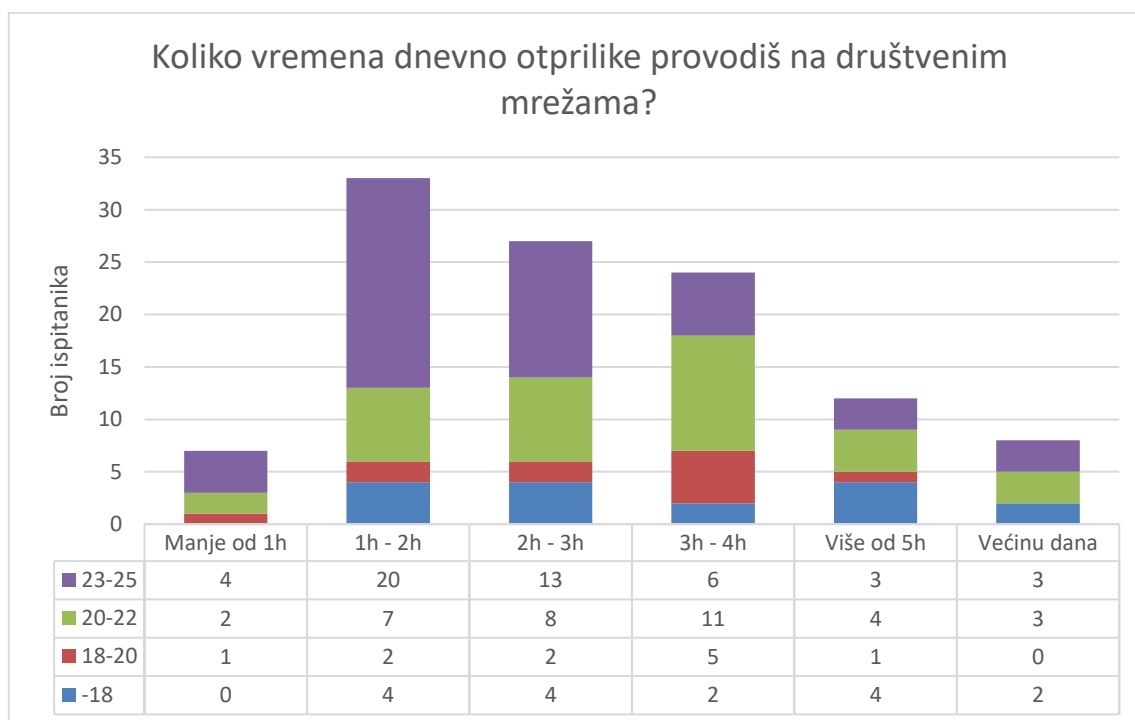
5. Koliko vremena dnevno otprilike provodiš na društvenim mrežama?  
111 responses



Slika 34. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama



Ispitanici su bili podijeljeni oko vremena koje provode na društvenim mrežama. Najveći postotak činili su ispitanici koji provode od 1 do 2 sata na društvenim mrežama (29.7%). Nešto manji postotak od 24.3% provodi 2-3 sata, a 21.6% ispitanika provodi čak 3-4 sata na društvenim mrežama. Više od 5 sati i većinu dana provodi čak oko 20% ispitanika, što je jako velik broj, a manje od sat vremena njih samo 6.3%. Hipoteza je opet potvrđena – ispitanici u prosjeku dnevno provedu više od sat vremena na društvenim mrežama i to u postotku većem od 93%. Možemo zaključiti da mladi svakodnevno velik dio dana provedu na društvenim mrežama, a ako znamo da prilikom koriste pametne telefone, može doći do ozbiljnijih zdravstvenih problema vida ili pak ovisnosti. Na slici 35. dodatno je prikazano vrijeme provedeno na društvenim mrežama prema dobi ispitanika.

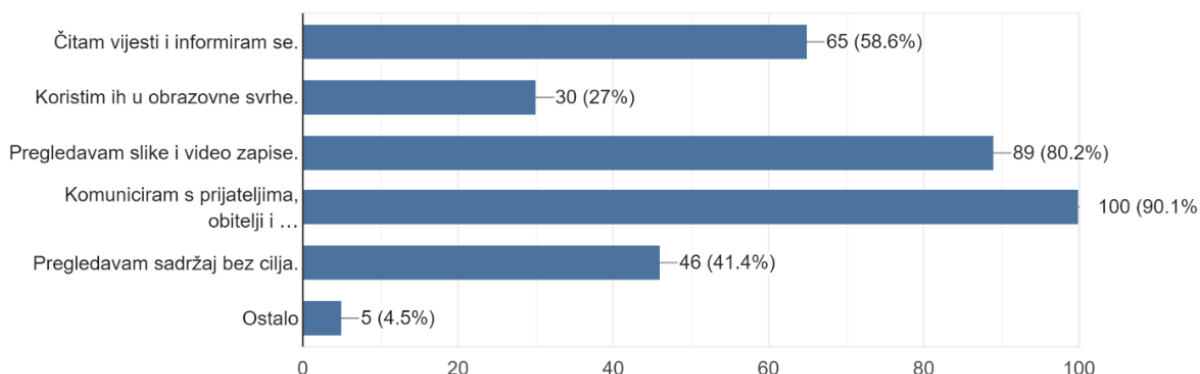


Slika 35. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama prema dobi ispitanika

Možemo vidjeti kako najstariji ispitanici u rasponu od 23 do 25 godina najčešće provode od 1 do 3 sata dnevno na društvenim mrežama. Oni mlađi ispitanici od 20 do 22 godine produžili su vrijeme do 4 sata dnevno, a oni najmlađi na priznaju da su sigurno aktivni duže od 1h dnevno, ali su podijeljeni oko broja sati (od 1 do +5h).

### 7. Što najčešće radiš na društvenim mrežama? (moguće je odabrati više odgovora)

111 responses

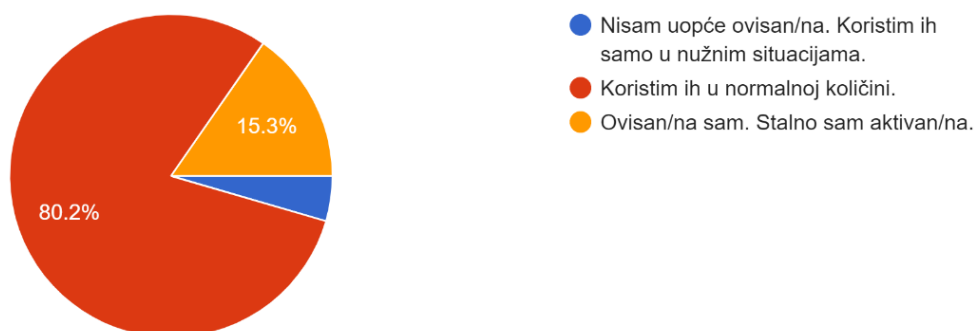


Slika 36. Najčešće radnje na društvenim mrežama

Na pitanje što najčešće rade na društvenim mrežama ispitanici su mogli odabrati više odgovora. U velikom postotku odgovorili da komuniciraju s prijateljima i obitelji (90.1%). Nešto manje njih pregledavaju slike i videozapise (80.2%), čitaju vijesti i informiraju se (58.6%) te pregledavaju sadržaj bez cilja (41.4%), dok društvene mreže koristi u obrazovne svrhe 27% ispitanika. S obzirom da znamo koje društvene mreže najčešće koriste i za što one služe, ovi odgovori su u skladu s njima.

### 9. Po vlastitom mišljenju koliko si ovisan/na o društvenim mrežama?

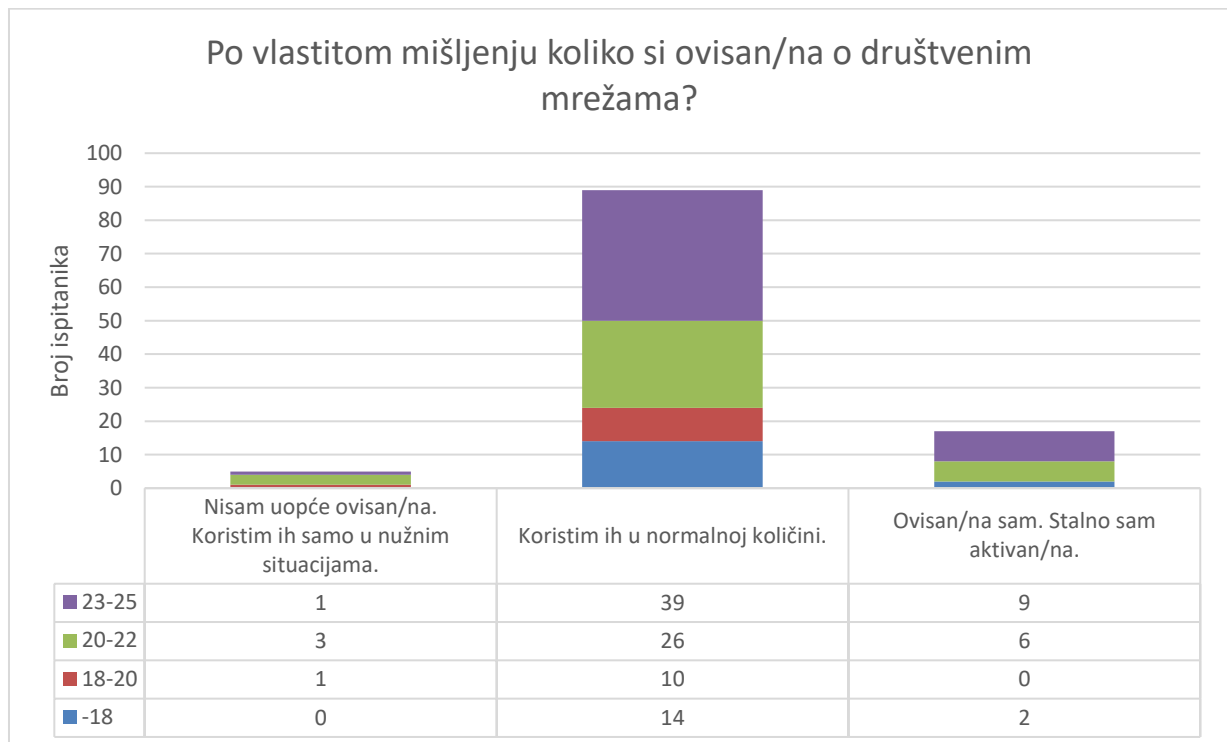
111 responses



Slika 37. Samoprocjena ovisnosti

Velik postotak od 80.2% ispitanika smatra da koriste društvene mreže u normalnoj količini, iako njih više od 90% koristi društvene mreže više od 1 sata dnevno što je kontradiktorno. Moguće je da ni sami ispitanici nisu svjesni o vremenu utrošenom na društvene mreže jer imaju

osjećaj da vrijeme leti dok ih koriste, što potvrđuje hipotezu da ispitanici u prosjeku dnevno provedu više od sat vremena na društvenim mrežama, a ne smatraju da su ovisni o njima. Samo 15.3% ispitanika priznaje da su ovisni i stalno aktivni, dok mali dio od 4.5% smatra da nije ovisan i da ih koristi samo u nužnim situacijama. Na slici 38. dodatno je prikazana samoprocjena ovisnosti ispitanika prema dobi.



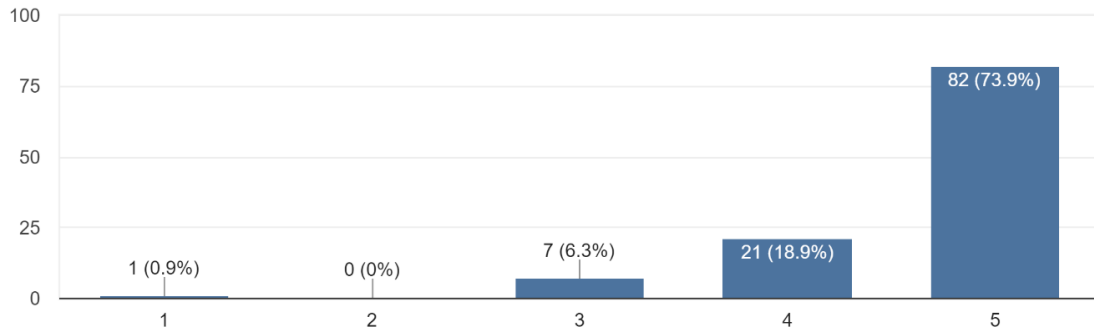
Slika 38. Samoprocjena ovisnosti prema dobi ispitanika

Možemo vidjeti kako većina ispitanika različite dobi smatra da koriste društvene mreže u normalnoj količini unatoč tome što su na prethodno pitanje odgovorili kako su aktivni od 1 do 5 sati dnevno. Čak 15 osoba u rasponu od 20 do 25 godina priznalo je da su ovisni o društvenim mrežama te da su stalno aktivni što znači da su ipak svjesni utjecaja i vremena koje provode u virtualnom okruženju.

### c) Društvene mreže i socijalizacija

1. Svakodnevno komuniciram s drugima putem društvenih mreža.

111 responses

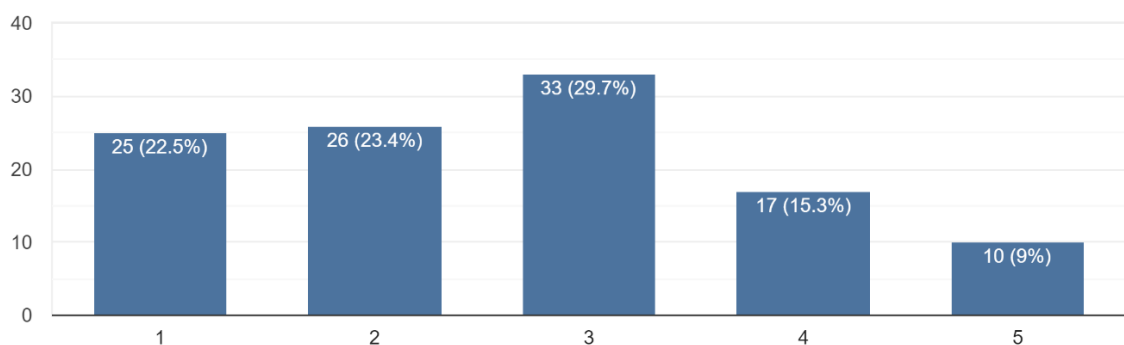


Slika 39. Svakodnevna komunikacija

Čak više od 90% ispitanika se slaže s izjavom da svakodnevno komuniciraju s drugima putem društvenih mreža. Njih 6.3% nije se moglo odlučiti slaže li se s tom tvrdnjom ili ne. S obzirom da su društvene mreže prvenstveno stvorene za međusobnu komunikaciju, ovaj podatak ne začuđuje. SMS poruke su zastarjele među novom generacijom koja je pronašla zanimljiviju alternativu za komunikaciju.

2. Upoznao/la sam puno novih prijatelja putem društvenih mreža.

111 responses



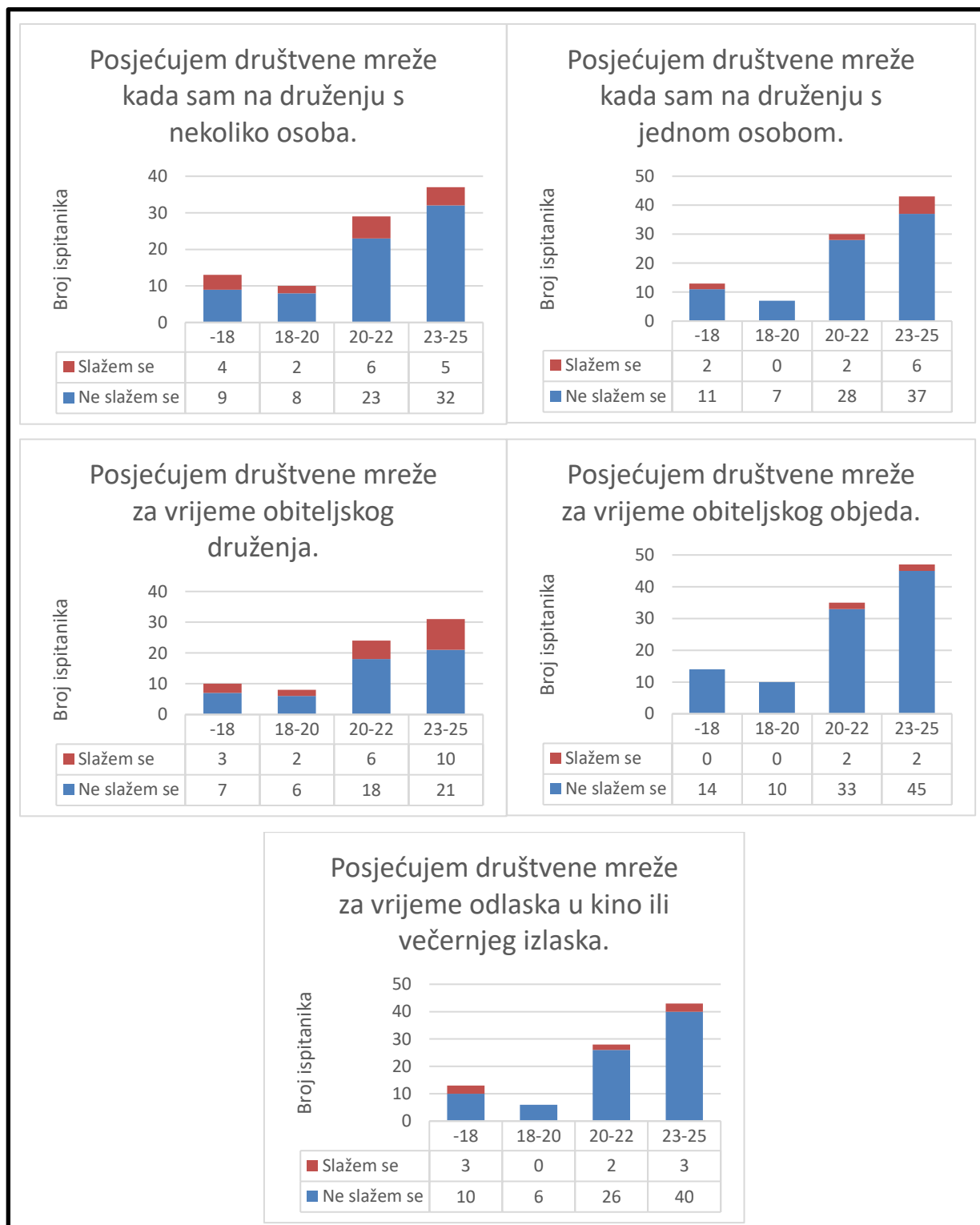
Slika 40. Upoznavanje novih osoba

Sa izjavom da su upoznali puno novih prijatelja putem društvenih mreža djelomično se slaže 15.3% ispitanika, a u potpunosti 9%. Njih 29.7% se nije moglo odlučiti, dok se većina od 45.9% ne slaže s tom tvrdnjom.

Tablica 1. Korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima

	Ne slažem se.	Ne mogu procijeniti.	Slažem se.
Posjećujem društvene mreže kada sam na druženju s nekoliko osoba.	64.8%	19.8%	15.4%
Posjećujem društvene mreže kada sam na druženju s jednom osobom.	74.7%	16.4%	9%
Posjećujem društvene mreže za vrijeme obiteljskog druženja.	46.8%	34.2%	19%
Posjećujem društvene mreže za vrijeme obiteljskog objeda.	91.9%	4.5%	3.6%
Posjećujem društvene mreže za vrijeme odlaska u kino ili večernjeg izlaska.	73.8%	18.9%	7.3%

Pripadajuća tablica 1. prikazuje u kojoj mjeri se ispitanici slažu odnosno ne slažu sa danom tvrdnjom koja ispituje korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalim osobama (društvo, pojedinac, obitelj). Možemo vidjeti kako se većina ispitanika ne slaže za zadanim tvrdnjama tj. ne posjećuju društvene mreže za vrijeme druženja s ostalim osobama, pogotovo za vrijeme obiteljskog objeda (91.9%). 9% posjećuje društvene mreže za vrijeme druženja s jednom osobom dok 15.4% posjećuje kada su na druženju s više osoba. Za vrijeme obiteljskog druženja 34.2% ispitanika ne može procijeniti, dok je 19% aktivnih korisnika na društvenim mrežama. Možemo zaključiti kako hipoteza u ovom slučaju nije potvrđena (Većina ispitanika koristi društvene mreže prilikom interakcije s drugim osobama) te da se mladi posvećuju druženju u stvarnom okruženju i zanemaruju društvene mreže u velikom postotku. Na slici 41. dodatno je prikazano korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima prema dobi ispitanika.



Slika 41. Korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima prema dobi ispitanika

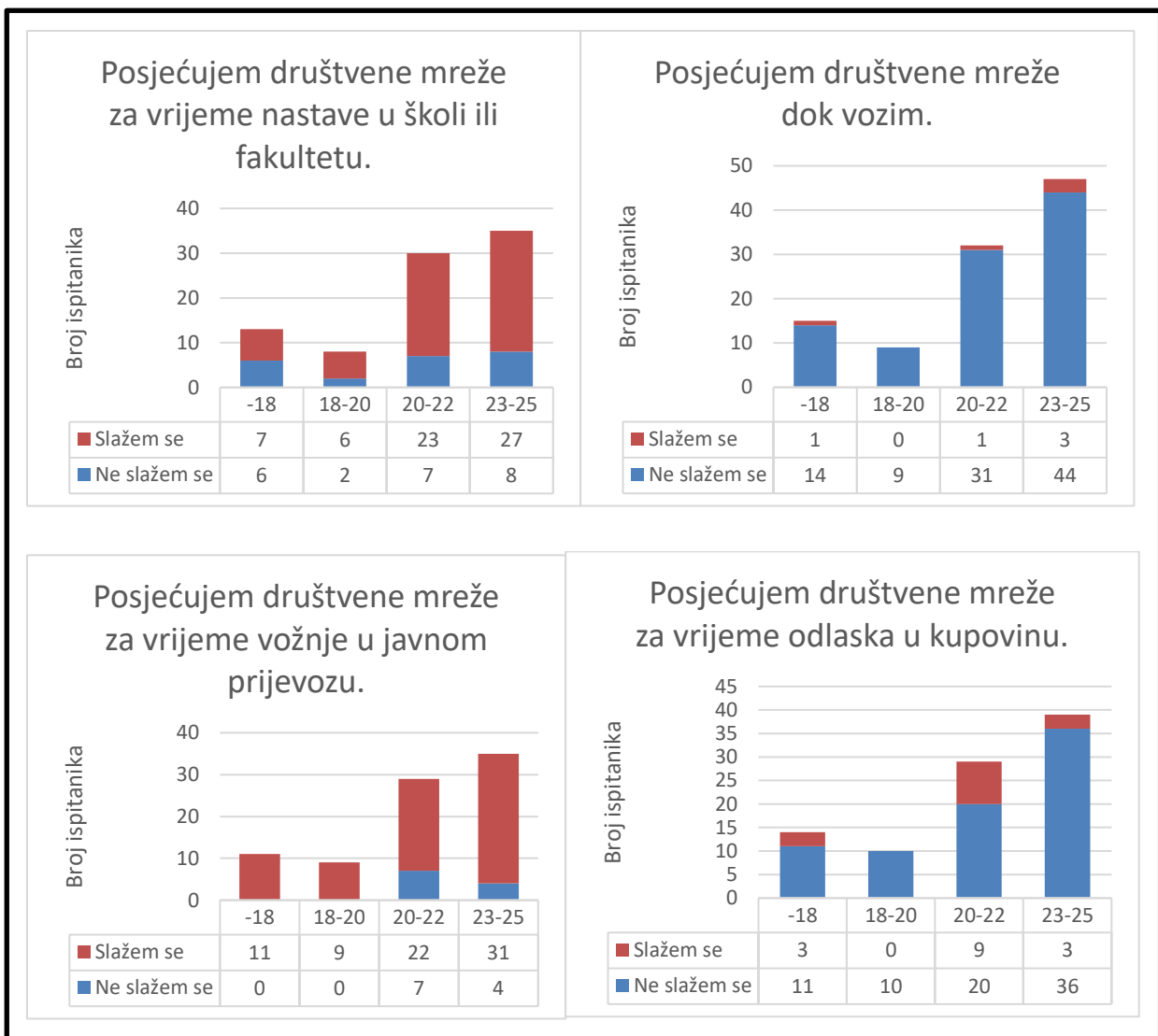
Možemo vidjeti kako se ispitanici unutar svih raspona godina uglavnom ne slažu sa postavljenim tvrdnjama o korištenju društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima. Ipak, postoje iznimke kod obiteljskih druženja, druženja s jednom ili više osoba, gdje ispitanici između 20 i 25 godina ipak posjećuju društvene mreže. Zanimljiva je činjenica kako osobe mlađe od 20 godina nikako ne posjećuju društvene mreže za vrijeme obiteljskog objeda što

znači da drže mobitel dalje od obiteljskog stola. Najviše mlađe generacije koristi društvene mreže za vrijeme druženja s nekoliko osoba i za vrijeme obiteljskog druženja.

Tablica 2. Korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti

	Ne slažem se.	Ne mogu procijeniti.	Slažem se.
Posjećujem društvene mreže za vrijeme nastave u školi ili fakultetu.	20.7%	22.5%	63.8%
Posjećujem društvene mreže dok vozim.	88.3%	7.2%	4.6%
Posjećujem društvene mreže za vrijeme vožnje u javnom prijevozu.	9.9%	24.3%	65.8%
Posjećujem društvene mreže za vrijeme odlaska u kupovinu.	69.3%	17.1%	13.6%

Tablica 2. prikazuje u kojoj se mjeri ispitanici slažu ili ne slažu sa danom tvrdnjom koja ispituje korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti (nastava u školi ili fakultetu, samostalna vožnja, vožnja u javnom prijevozu, odlazak u kupovinu). Možemo vidjeti kako se više od 60% ispitanika slaže s tvrdnjom, odnosno, posjećuju društvene mreže za vrijeme nastave i tijekom vožnje u javnom prijevozu. Posjet društvenim mrežama trebao bi biti u manjem omjeru za vrijeme nastave, no iz prakse je poznato da to nije tako. Mladima je često dosadno u školi i na fakultetu za vrijeme nastavnog sata pa traže druge načine zabave. Za vrijeme samostalne vožnje 88.3% ispitanika nije aktivno na društvenim mrežama, kao i za vrijeme kupovine (69.3%). Na slici 42. prikazano je korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti prema dobi ispitanika.



Slika 42. Korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti prema dobi ispitanika

Vidljivo je kako većina ispitanika različite dobi koristi društvene mreže za vrijeme nastave u školi ili na fakultetu i za vrijeme vožnje u javnom prijevozu, dok ih ne koriste dok voze i za vrijeme odlaska u kupovinu. Čak četiri ispitanika u dobi od 20 do 25 godina priznaju da su aktivni u virtualnom svijetu dok voze. Mlađi ispitanici u rasponu do 20 godina u potpunosti se slažu s tvrdnjom da posjećuju društvene mreže za vrijeme vožnje u javnom prijevozu.



Tablica 3. Provjera društvenih mreža kao prvi i zadnji korak u danu

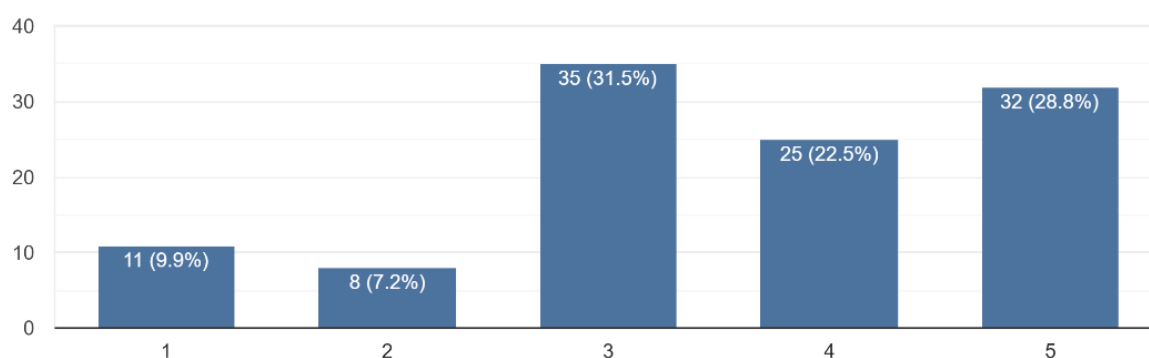
	Ne slažem se.	Ne mogu procijeniti.	Slažem se.
Čim se probudim odlazim provjeriti društvene mreže.	20.8%	25.2%	54%
Prije spavanja uvijek odem provjeriti društvene mreže.	9.9%	18.9%	71.2%

U pripadajućoj tablici 3. vidimo omjer ispitanika koji se ne slažu, ne mogu procijeniti ili slažu za tvrdnjom da odlaze provjeriti društvene mreže čim se probude ili neposredno prije spavanja. Više od 50% ispitanika se slaže s tvrdnjom da odmah ujutro provjeravaju društvene mreže, a veći postotak (71.2%) provjerava društvene mreže prije odlaska na spavanje. Iz ovih podataka možemo zaključiti kako je korištenje društvenih mreža postala bitna aktivnost kod mladih s kojom najčešće započinju i završavaju svoj svakodnevni dan.

#### d) Identitet na mreži

##### 1. Brinem o izgledu vlastitog profila na društvenim mrežama.

111 responses

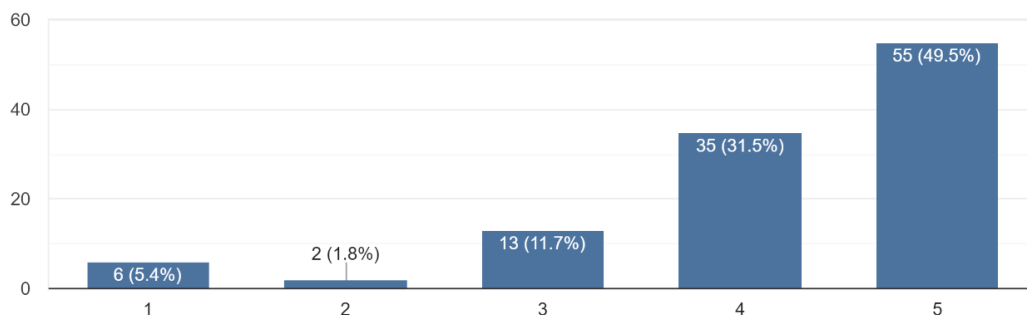


Slika 35. Briga o virtualnom profilu

Više od 50% ispitanika slaže se s tvrdnjom da brinu o izgledu vlastitog profila na društvenim mrežama i bitno im je kako se prikazuju i kako ih doživljavaju ostale osobe u virtualnom okruženju. Njih 22.5% se djelomično slaže, a 28.8% u potpunosti. 31.5% ispitanika nije se moglo odlučiti slaže li se ili ne s ovom tvrdnjom, dok je manjina odgovorila da se ne slaže s tvrdnjom (17.2%).

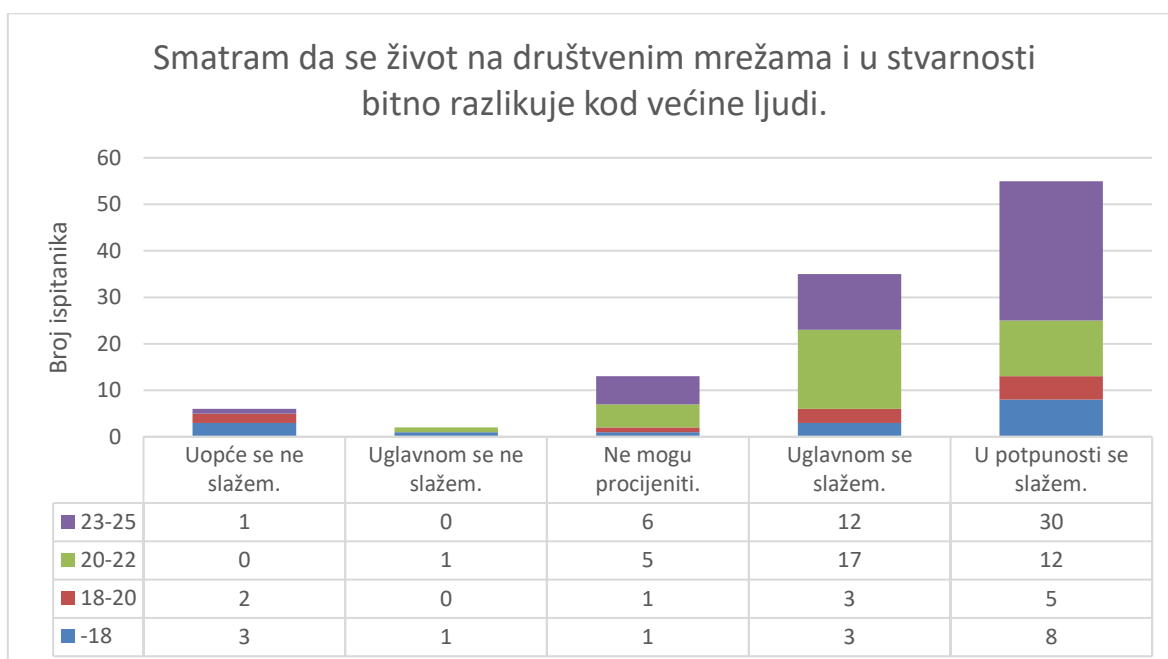
4. Smatram da se život na društvenim mrežama i u stvarnosti bitno razlikuje kod većine ljudi.

111 responses



Slika 43. Usporedba stvarnog i virtualnog života

Pomoću danog grafikona možemo vidjeti mišljenja ispitanika o tome u kojoj se mjeri slažu s tvrdnjom razlikovanja života na društvenim mrežama i u stvarnosti. Velik postotak ispitanika (81%) slaže se s tvrdnjom, tj. smatra da se život na društvenim mrežama i u stvarnosti bitno razlikuje kod većine ljudi – 31.5% se djelomično slaže, a 49.5% u potpunosti. Njih 11.7% nije moglo odlučiti slažu li se ili ne, dok se njih u malom postotku nije složilo s tom izjavom (7.2%). Možemo zaključiti kako su mladi ipak svjesni razlike virtualnog i stvarnog života i smatraju da njihov profil na društvenim mrežama nije odraz njihovog stvarnog života. Na slici 42. prikazana je usporedba stvarnog i virtualnog života prema dobi ispitanika.

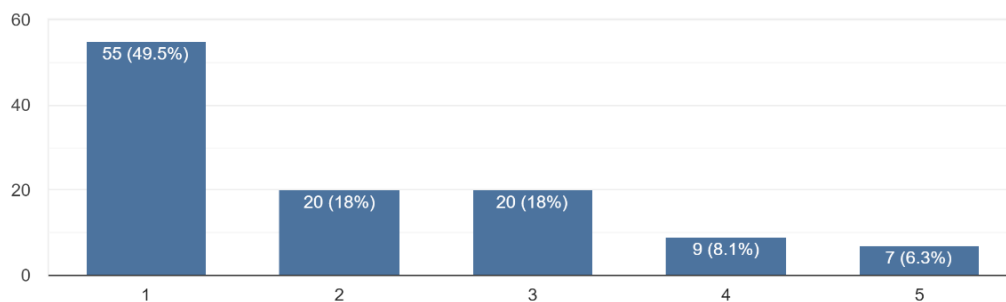


Slika 44. Usporedba stvarnog i virtualnog života prema dobi ispitanika

Vidljivo je kako stariji ispitanici (20-25 god.) uglavnom ili u potpunosti smatraju da se život na društvenim mrežama i u stvarnosti bitno razlikuje kod većine ljudi. Njih dvoje se ne slaže s danom tvrdnjom, a šest ispitanika mlađe dobi (do 20 godina) se također ne slažu sa zadanom tvrdnjom. Možemo zaključiti kako su ispitanici starije dobi svjesni razlike stvarnog i virtualnog života, dok oni mlađi žive u svijetu koji je pod sve većim pritiskom virtualnog.

10. Doživio/la sam negativno iskustvo na društvenoj mreži.

111 responses

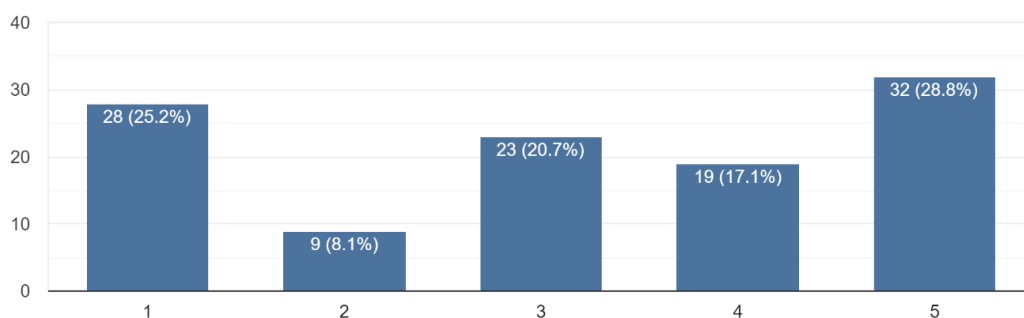


Slika 45. Negativno iskustvo na društvenim mrežama

Većina ispitanika tvrdi kako nisu doživjeli negativno iskustvo koristeći društvene mreže (67.5%), dok se 18% nije moglo odlučiti. Mali postotak složio se tvrdnjom kako su doživjeli neko negativno iskustvo na društvenim mrežama (14.4%). S druge strane, 45.9% ispitanika zna nekoga tko je doživio negativno iskustvo na društvenoj mreži, dok se 20.7% nije moglo odlučiti, a 33.3% ne poznaje osobu koja je imala neko negativno iskustvo koristeći društvene mreže. Unatoč tome što ispitanici većinom imaju pozitivnih iskustva prilikom korištenja društvenih mreža, u kontaktu su ili poznaju osobe koje su iskusile negativne aspekte.

11. Znam nekoga tko je doživio/la negativno iskustvo na društvenoj mreži.

111 responses



Slika 46. Negativno iskustvo kod drugih na društvenim mrežama

## 6. Kritički osvrt

Prikupljenim podacima možemo donijeti zaključak kako su društvene mreže postale dio života mladih ljudi i uvelike promijenile njihove svakodnevne navike. Nova generacija okružena je tehnologijom od malih nogu i ne poznaje svijet bez nje. Informacije ih okružuju 24 sata na dan i neprestano su na mreži – tipkaju, dopisuju se, objavljuju razne sadržaje, lajkaju, komentiraju... Društvene mreže uvelike su olakšale način na koji ljudi komuniciraju, ali su stvorile i neke štetne učinke. Omogućile su osjećaj pripadnosti određenim osobama, ali i uskratile komunikaciju uživo. Popularnost na društvenim mrežama podrazumijeva određeni broj prijatelja i pratitelja, broj lajkova i komentara, kvaliteta postavljenog sadržaja. Korištenje društvenih mreža oduzima mnogo vremena, pa se često zanemaruju primarne obveze koje se trebaju izvršiti. Razvoj tehnologije omogućio je neprestanu informiranost, povezanost, sposobnost obavljanja više zadataka odjednom, brzo učenje i prilagođavanje okolini, ali je oduzeo privatnost i komunikaciju uživo licem u lice.

Pomoću provedene ankete među 111 ispitanika, dobili smo uvid u njihove navike, učestalosti i razloge korištenja različitih društvenih mreža. Zadane hipoteze su potvrđene, osim one da većina ispitanika koristi društvene mreže prilikom interakcije s drugim ljudima (društvo, pojedinac obitelj). S ovom tvrdnjom ispitanici se nisu složili u velikom postotku. Najčešće korištene društvene mreže su Instagram, Facebook, WhatsApp i Viber, za pristup se koriste pametni telefoni, a vrijeme provedeno na društvenim mrežama doseže čak do 4 sata dnevno. Ispitanici na društvenim mrežama najčešće komuniciraju s prijateljima, obitelji i ostalim osobama, pregledavaju multimedijalne sadržaje, čitaju vijesti i informiraju se te pregledavaju sadržaj bez cilja. Unatoč tome što provedu više od nekoliko sati dnevno koristeći društvene mreže, smatraju da nisu ovisni već da ih koriste u normalnoj količini. Za vrijeme druženja s obitelji ili prijateljima ne posjećuju društvene mreže, dok to ne vrijedi za vrijeme nastave u školi ili na fakultetu. Provjera društvenih mreža njihov je prvi i zadnji korak u danu – čim se probude i prije odlaska na spavanje. Ispitanici brinu o izgledu vlastitog profila na društvenim mrežama, ali unatoč tome smatraju da to nije odraz njihovog stvarnog života – svjesni su toga da se virtualni i stvarni život uveliko razlikuju kod većine ljudi. Ispitanici se ne osjećaju tjeskobno i nervozno kada nisu dugo aktivni na društvenim mrežama, nije im bitno da imaju puno prijatelja i pratitelja, niti lajkova i komentara na objavama. Većina nije doživjela negativno iskustvo koristeći društvene mreže, ali znaju nekoga tko je.

Moguća ograničenja provedenog anketnog istraživanja podrazumijevaju relevantnost odabranog uzorka. Istraživanje je provedeno na uzorku od 111 osoba od čega je 30 sudionika i 81 sudionica. Prema brojnim istraživanjima korištenje društvenih mreža češće se veže uz ženski spol. S obzirom na odnos muških i ženskih ispitanika u provedenoj anketi vidljivo je kako je ženski rod duplo više zastupljeniji, što može utjecati na krajnje rezultate cjelokupne slike korištenja društvenih mreža kod mladih. Istraživanje je provedeno putem dijeljenja ankete na društvenoj mreži Facebook što podrazumijeva korištenje barem jedne društvene mreže. Ciljana skupina su mlade osobe do 25 godina s različitim stupnjem obrazovanja, ali anketi je mogao pristupiti bilo tko. Za dobivanje boljeg uvida u problem bila bi prihvatljivija klasična anketa dana ispitanicima u školi ili na fakultetu obuhvaćajući veći broj uzorka, ali zbog trenutne situacije online anketu bilo je jednostavnije provesti.

Sudionici istraživanja temeljili su odgovore na vlastitoj subjektivnoj procjeni. Anketa je u potpunosti anonimna, ali nije zanemaren utjecaj društvene poželjnosti odgovora te pristranost ispitanika prilikom davanja odgovora što može utjecati na ispravnost i validnost dobivenih rezultata.

## 7. Zaključak

Različite generacije stvarale su se i razvijale kroz povijest, a sve su nosile određenu karakteristiku. Svaka starija generacija nije razumjela onu koja slijedi, a to je i danas vidljivo. Razvoj računala, interneta i društvenih mreža omogućio je sadašnjoj generaciji i onoj koja slijedi veliki izbor mogućnosti i napretka u budućem vremenu. Nove generacije odrasle su uz tehnologiju koja im predstavlja sastavni dio života, dok se starije generacije moraju prilagođavati modernoj tehnologiji i puno učiti kako ne bi bili u raskoraku s novitetima. Internet je u početku bio velika enciklopedija te spremište podataka i informacija, a društvene mreže danas predstavljaju središte čovjekove društvene aktivnosti gdje se korisnici povezuju i komuniciraju neovisno o udaljenosti i vremenu. Osim pozitivnih strana društvenih mreža, postoje i one negativne o kojima treba informirati djecu, ali i same sebe kako bi bili na oprezu i smanjili rizične situacije.

Društvene mreže najčešće se koriste u slobodno vrijeme, ali ih nastavnici i učitelji počinju sve više upotrebljavati u obrazovnom procesu. Postoje različite društvene mreže koje se mogu koristiti u nastavi, a u ovom diplomskom radu vidjeli smo koje mogućnosti i opcije imaju Edmodo, Yammer i Facebook te kako mogu osuvremeniti nastavu i učiniti ju zanimljivijom učenicima. Situacija koja je zadesila cijeli svijet početkom ove godine – pandemija koronavirusa, natjerala je provedbu nastave u potpunosti u online okruženje što je omogućilo učiteljima veliku slobodu i kreativnost prilikom provedbe nastavnog sata. Većina ih je koristila društvene mreže kao središnju platformu za komunikaciju i razmjenu materijala za učenje, što je olakšalo učenicima sam proces učenja. Učenici su generalno zadovoljni online nastavom, ali smatraju da ona ipak ne može zamijeniti onu klasičnu u učionici. Nastavnici i učitelji su svjesni da društvene mreže u obrazovanju osuvremenjuju i upotpunjuju tradicionalnu nastavu, no smatraju da sama priprema za izvođenje online nastave zahtijeva mnogo više vremena.

Provedenom anketom dobili smo uvid u načine, navike i učestalosti mladih prilikom korištenja različitih društvenih mreža, utjecaj na svakodnevnu komunikaciju s drugima u procesu socijalizacije te stavovi ispitanika o virtualnim identitetima na mreži. Zadane hipoteze su potvrđene, osim one da većina ispitanika koristi društvene mreže prilikom interakcije s drugim ljudima (društvo, pojedinac, obitelj).

Može se zaključiti kako smo u današnje vrijeme okruženi modernom tehnologijom i sudionici virtualnog svijeta, a životne vrijednosti su izmijenjene. Mladi svakodnevno koriste društvene

mreže koje su postale dio njihovog svijeta, a uvrštavaju se i u nastavni proces. Novu tehnologiju i pozitivne aspekte koje nam ona pruža treba prigrliti, no treba se zapitati kada je previše? Zbog prikaza savršene i izvrnute slike svijeta koje nam društvene mreže pružaju postoji mogućnost da se mladi neće razvijati u pravom smjeru. Kao i kod svega u životu bitna je umjerenost, a to vrijedi i za korištenje društvenih mreža kako ne bi imali iskrivljenu sliku svijeta.

Zanimljivi rezultati provedenog istraživanja otvaraju velik broj mogućnosti za daljnja istraživanja. Zbog situacije korona virusa koja je zadesila cijeli svijet pa tako i Hrvatsku, društvene mreže više ne služe samo kao izvor zabave već i kao mjesto za učenje. U budućem radu moglo bi se ispitati učenike, ali i nastavnike o njihovim aktivnostima na društvenim mrežama u obrazovanju te vlastitim stavovima i mišljenjima. Dobiveni rezultati mogli bi se primijeniti za istraživanje stanja u regiji ili državi. Isto tako bi bilo dobro osvijestiti učenike te provesti edukaciju o dobrim i lošim stranama društvenih mreža te moralnim i etičkim pitanjima na koja nailaze sudjelujući u online okruženju. Također je bitno ispitati učitelje i nastavnike o podržavanju ideje korištenja društvenih mreža u obrazovanju kako bi olakšali, poboljšali i unaprijedili kvalitetnije obrazovanje.

## Literatura

- Aboulhosn, Sarah. *SproutSocial*. 3. Kolovoz 2020. <https://sproutsocial.com/insights/facebook-stats-for-marketers/> (pokušaj pristupa 2. Rujan 2020.).
- Arbona. 17. Siječanj 2019. <https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/infografika-facebook-vs-instagram-na-pocetku-2019-godine-tko-smo-i-sto-nas-najvise-interesira/2803> (pokušaj pristupa 4. Rujan 2020.).
- Boyd, D. M., Ellison, N. B. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007.
- Brlek, Tanja. *Digitalni alati za izradu nastavnih materijala u osnovnoj školi*. Zagreb, 2019.
- CARNet. *Suradničko učenje i Edmodo*. Rujan 2019.
- CARNet. *Upute za korištenje Yammer mreže*. Zagreb, Ožujak 2020.
- Clement, J. *Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2020*. 10. Kolovoz 2020. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (pokušaj pristupa 2. Rujan 2020-).
- . *Statista*. 15. Srpanj 2020. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (pokušaj pristupa 31. Kolovoz 2020.).
- Corperation, Microsoft. *File: Microsoft Office Yammer (2018-present)*. 16. Travanj 2019. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Microsoft\\_Office\\_Yammer\\_\(2018%E2%80%93present\).svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Microsoft_Office_Yammer_(2018%E2%80%93present).svg) (pokušaj pristupa 17. Rujan 2020.).
- Grbavac J., Grbavac V. *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*. Zagreb, 15. Travanj 2014.
- infoz.ffzg.hr. *Internet i pedofilija*. 2002. <https://cnzd.org/edukacija/internet-i-pedofilija> (pokušaj pristupa 8. Rujan 2020.).
- Jenjić, Marija. *Rezultati školskoga istraživanja: Ispitivanje stavova učenika prema virtualnoj nastavi*. Drniš, 3. Travanj 2020.
- Jurišić, Klara. *Adolescenti i društvene mreže*. Osijek, 2019.



- Kišić, Anita. *Online identitet i korištenje društvenih mreža kod mladih*. Zagreb, 2019.
- Kurtalić, Irma. *Kako pripadnici generacije Z koriste društvene mreže*. Pula, 2018.
- Lukić, Andrea. *Verbalna i neverbalna komunikacija*. Pula, 2016.
- Microsoft. *Office 365 za škole*. n.d.
- Mijatović, Ivan. *Upotreba Facebooka u akademskom okruženju*. Koprivnica, Rujan 2019.
- Mijatović, Ivan. *Upotreba Facebooka u akademskom okruženju*. Koprivnica, Rujan 2019.
- Mohsin, Maryam. *10 Facebook Statistics Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic]*.  
3. Ožujak 2020. <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics> (pokušaj pristupa 2. Rujan 2020.).
- Newberry, Christina. *Hootsuite*. 22. Listopad 2019. <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/> (pokušaj pristupa 4. Rujan 2020.).
- Rotim, Ana. *Društvene mreže i slobodno vrijeme: ovisnost ili stil života?* Zagreb, 2017.
- Škrgatić, M., Šare, A. *Ovisnost o internetu*. 2014. <https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/mentalno-zdravlje-i-ovisnosti/402> (pokušaj pristupa 8. Rujan 2020.).
- Šorić, M. 1. Kolovoz 2018. <https://www.dw.com/hr/edward-snowden-zanemaren-i-zaboravljen/a-44906079> (pokušaj pristupa 8. Rujan 2020.).
- Valčić, J. *Yammer društvena mreža*. 23. Rujan 2016. <https://e-laboratorij.carnet.hr/yammer/> (pokušaj pristupa 17. Rujan 2020.).
- Vrdoljak, Marijana. *Stavovi učenika i učitelja prema uvođenju društvene mreže Edmodo u nastavu*. Split, 26. Siječanj 2016.
- Wells, Andy. *Yahoo! sports*. 16. Kolovoz 2017. [https://sports.yahoo.com/going-viral-most-popular-tweets-slideshow-wp-095414798/photo-p-barack-obama-post-time-photo-095414871.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAACZ8DBHhkyeAgPYcGCrpxF9i44rrHF6X7S518jtSnq](https://sports.yahoo.com/going-viral-most-popular-tweets-slideshow-wp-095414798/photo-p-barack-obama-post-time-photo-095414871.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAACZ8DBHhkyeAgPYcGCrpxF9i44rrHF6X7S518jtSnq) (pokušaj pristupa 1. Rujan 2020.).
- Wikipedia. 20. Lipanj 2020. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Instagram> (pokušaj pristupa 4. Rujan 2020.).

Wikipedia. *Twitter*. 3. Svibanj 2020. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Twitter> (pokušaj pristupa 31. Kolovoz 2020.).

Ying, Lin. *10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic]*. 30. Listopad 2019. <https://www.oberlo.com/blog/twitter-statistics#:~:text=Summary%3A%20Twitter%20Statistics,-Here's%20a%20summary&text=There%20are%20330%20million%20monthly,are%20between%2035%20and%2065.&text=75%20percent%20of%20B2B%20businesses,are%20sent%20out%20per%20day> (pokušaj pristupa 1. Rujan 2020).

## Popis ilustracija

### Popis slika

Slika 1. Najpopularnije društvene mreže u svijetu prema broju aktivnih korisnika u 2020. godini (Clement, Statista 2020.).....	7
Slika 2. Razvoj društvenih mreža - vremenska crta (Boyd 2007., 212).....	9
Slika 3. Logo društvene mreže Twitter .....	10
Slika 4. Objava na Twitteru bivšeg predsjednika SAD-a.....	11
Slika 5. Logo društvene mreže Facebook .....	12
Slika 6. Razlozi korisnika za korištenje Facebooka (Aboulhosn 2020.).....	13
Slika 7. Logo društvene mreže Instagram .....	14
Slika 8. Povećanje korisnika Instagrama po godinama (Clement 2020.).....	15
Slika 9. Logo društvene mreže Edmodo .....	18
Slika 10. Izgled početne stranice Edmoda.....	19
Slika 11. Izbor profila.....	20
Slika 12. Izgled početnog učiteljskog prozora .....	20
Slika 13. Izgled izbornika Moji razredi.....	21
Slika 14. Dodavanje učenika u razred .....	21
Slika 15. Izgled izbornika Mape .....	22
Slika 16. Javna objava zadatka i testa unutar razreda .....	23
Slika 17. Logo društvene mreže Yammer .....	25
Slika 18. Popis svih Office365 aplikacija .....	26
Slika 19. Izgled početne Yammer stranice .....	27
Slika 20. Osnovne postavke grupe .....	27
Slika 21. Izgled privatne grupe .....	28
Slika 22. Slanje privatne poruke .....	28
Slika 23. Izrada novog korisničkog računa .....	30
Slika 24. Početna stranica Facebooka .....	31
Slika 25. Stvaranje grupe .....	32
Slika 26. Izgled privatne grupe .....	32
Slika 27. Spol ispitanika.....	36
Slika 28. Dob ispitanika .....	36

Slika 29. Obrazovanje ispitanika.....	37
Slika 30. Otvoreni profili na društvenim mrežama .....	37
Slika 31. Najčešće korištene društvene mreže .....	38
Slika 32. Najčešće korištene društvene mreže prema dobi ispitanika.....	38
Slika 33. Uređaj za pristupanje društvenim mrežama .....	39
Slika 34. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama .....	39
Slika 35. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama prema dobi ispitanika.....	40
Slika 36. Najčešće radnje na društvenim mrežama .....	41
Slika 37. Samoprocjena ovisnosti .....	41
Slika 38. Samoprocjena ovisnosti prema dobi ispitanika.....	42
Slika 39. Svakodnevna komunikacija .....	43
Slika 40. Upoznavanje novih osoba .....	43
Slika 41. Korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima prema dobi ispitanika	45
Slika 42. Korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti prema dobi ispitanika .....	47
Slika 43. Usporedba stvarnog i virtualnog života .....	49
Slika 44. Usporedba stvarnog i virtualnog života prema dobi ispitanika.....	49
Slika 45. Negativno iskustvo na društvenim mrežama .....	50
Slika 46. Negativno iskustvo kod drugih na društvenim mrežama .....	50

## Popis tablica

Tablica 1. Korištenje društvenih mreža za vrijeme druženja s ostalima .....	44
Tablica 2. Korištenje društvenih mreža za vrijeme obavljanja svakodnevnih aktivnosti .....	46
Tablica 3. Provjera društvenih mreža kao prvi i zadnji korak u danu.....	48