

# Adolescenti i društvene mreže

---

Jurišić, Klara

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:578591>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-10-19**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Preddiplomski studij mađarskog jezika i književnosti i pedagogija

Klara Jurišić

ADOLESCENTI I DRUŠTVENE MREŽE

ZAVRŠNI RAD

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2019.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za pedagogiju

Preddiplomski studij mađarskog jezika i književnosti i pedagogija

Klara Jurišić

ADOLESCENTI I DRUŠTVENE MREŽE

ZAVRŠNI RAD

Društvene znanosti, Pedagogija, Socijalna pedagogija

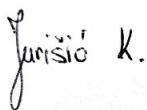
Mentor: Izv. prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2019.

## IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 06. rujna 2019.

 Jurisic K.

\_\_\_\_\_,0122223994

ime i prezime studenta, JMBAG

## SAŽETAK

Cilj rada je pobliže objasniti kada su se u povijesti pojavile prve društvene mreže, zašto ih mladi i djeca najviše koriste te koliko i kako društvene mreže i mediji utječu na ponašanje adolescenata. Vrlo je važno shvatiti ulogu društvenih mreža u životu adolescenata. Danas je ova tema vrlo važna upravo zato što su mediji postali globalno rašireni te ih se koristi po nekoliko sati dnevno. Iz pedagoškog aspekta ova tema je značajna upravo zato što je društvenim mrežama i medijima potrebno osuvremeniti nastavu te ju učiniti što zanimljivijom, jednako tako pedagozi, učitelji, profesori kao i roditelji trebali bi biti odgovorni te učiti adolescente o odgovornoj uporabi društvenih mreža. Detaljnijom analizom može se zaključiti kako su društvene mreže zaokupile kako mlađe generacije tako i starije, to je dakako utjecalo na ponašanje novih generacija i njihovo viđenje svijeta koji ih okružuje. Potreba za medijskom kompetencijom dosegla je vrhunac, te obrazovanje ne može napredovati ukoliko prvenstveno učitelji i profesori nisu vješti u korištenju medija.

**Ključne riječi:** društvene mreže, mediji, adolescenti, ponašanje, medijska kompetencija

## ABSTRACT

The aim of this paper is to closely clarify when the first social networks appear in history, why mostly children and young people use them, as well as how and to which extent these social networks and media influence adolescent behavior. It is very important to understand the role of social networks in adolescent life. Today, this topic is very important precisely because the media has become widespread and is used several hours a day. From a pedagogical point of view, this topic is especially important because social networks and media need to modernize teaching and make it as interesting as possible. Educators, teachers, professors and parents should behave responsibly and teach adolescents about a responsible use of social networks. By a more detailed analysis, it can be concluded that social networks preoccupy both the younger generations and the elderly. This notion, of course, influences the behavior of new generations and their perception of the world around them. The need for media competence has reached its peak, and education cannot progress unless teachers and professors are primarily qualified and efficient in using the media in their classrooms. Of course, lifelong education, training and responsible usage of social networks can enhance teaching.

**Keywords:** social networks, media, adolescents, behavior, media competence

## SADRŽAJ

<b>I. UVOD</b> .....	1
<b>II. TEORIJSKA POLAZIŠTA</b> .....	2
2.1. POVIJEST I VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA.....	2
2.1.1. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE MY SPACE.....	4
2.1.2. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE FACEBOOK.....	5
2.1.3. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE TWITTER.....	7
<b>III. ADOLESCENTI U SUVREMENOM DRUŠTVU</b> .....	8
3.1. ZNAČAJKE Z GENERACIJE.....	10
3.2. POZITIVNI ASPEKTI UPORABE DRUŠTVENIH MREŽA.....	12
3.3. NEGATIVNI ASPEKTI UPORABE DRUŠTVENIH MREŽA.....	13
3.4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA SAMOPOŠTOVANJE MLADIH.....	15
3.5. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA PONAŠANJE ADOLESCENATA.....	17
3.5.1. OVISNOST O INTERNETU I DRUŠTVENIM MREŽAMA.....	18
<b>IV. REZULTATI EMPIRIJSKIH ISTRAŽIVANJA O UTJECAJU DRUŠTVENIH MREŽA NA ADOLESCENTE I DRUŠTVO</b> .....	20
<b>V. RASPRAVA</b> .....	23
<b>VI. ZAKLJUČAK</b> .....	25
<b>VII. LITERATURA</b> .....	27

## I. UVOD

Potaknuta sve učestalijim korištenjem društvenih mreža, uvidjela sam važnost ove teme kako za adolescente tako i za osobe različite životne dobi. U ovom radu cilj je pobliže objasniti kada su se pojavili prvi oblici društvenih mreža, zašto ih adolescenti najviše koriste te koliko i kako korištenje društvenih mreža utječe na adolescente. Jednako tako, ova tema vrlo je važna zbog lakšeg razumijevanja današnjih generacija, te negativnih i pozitivnih utjecaja društvenih mreža na mlade.

U svijetu, društvene mreže zauzimaju veliku ulogu u životu, počevši od provođenja slobodnog vremena do svakodnevne zarade putem istih. Danas smo često okruženi medijima. Od trenutka kada ujutro ustanemo do trenutak kada idemo spavati. Mobiteli, televizija i računala potpuno su preuzeli našu svakodnevnicu. Pojavom društvenih mreža, svijet mladih se u potpunosti promijenio. Umjesto komuniciranja uživo, komunikacija i razgovor prerasli su izmjenjivanje poruka na društvenim mrežama stoga je ova tema sve aktualnija i važnija danas. S pedagoškog aspekta društvene mreže napravile su velike promjene u nastavi, ali i cijelom školstvu. Informatika je postala zastupljenija nego prije, a nastavnici i učitelji moraju se učiti koristiti novim tehnologijama kako ne bi zaostajali za djecom koja su uz tu tehnologiju odrastaju. Ova tema važna je upravo iz toga razloga, kako bi osvijestila pozitivne i negativne karakteristike učenicima, ali profesorima te kako bi upravo društvene mreže pokušali uklopiti u nastavu te tako nadolazećim generacijama učiniti nastavu zanimljivijom.

U ovom radu pobliže ćemo prikazati povijest nastanka društvenih mreža, njihovo korištenje ali i kako je došlo do danas najpopularnijih društvenih mreža kao što su Facebook ili Twitter. Prikazati ćemo kako su se formirale generacije adolescenata, te koje su zapravo pozitivne, a koje negativne karakteristike društvenih mreža i zašto je to važno. Nadalje, spomenuti ćemo kako društvene mreže i mediji utječu na ponašanje, ali i samopoštovanje mladih upravo zbog iskrivljene slike koje mediji šalju mladima.

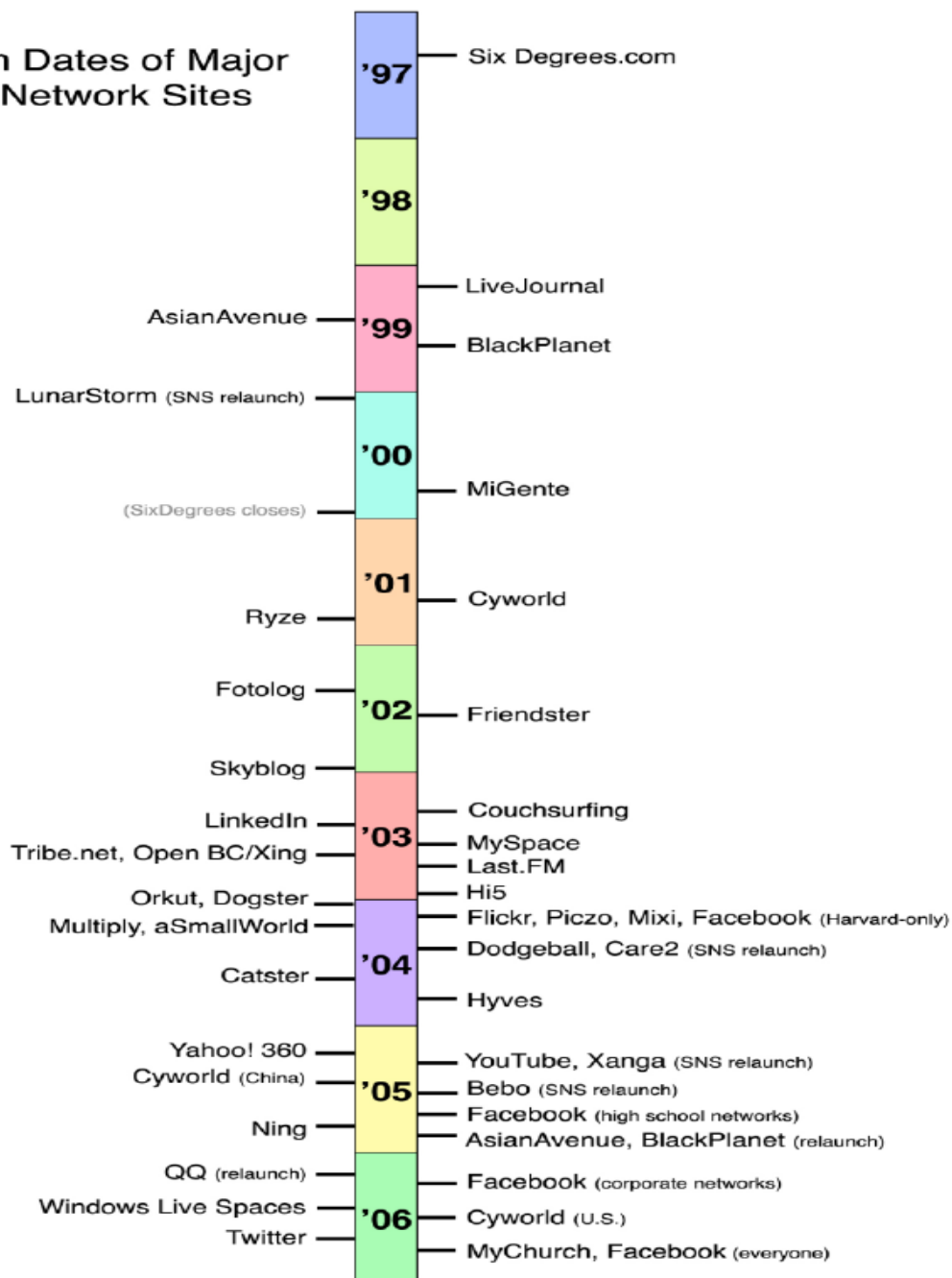
## II. TEORIJSKA POLAZIŠTA

### 2.1. POVIJEST I VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA

Razvojem tehnologije došlo je do brojnih promjena u našem društvu. Mladi počinju odrastati uz tehnologiju, a starije generacije uče kako i na koji način pratiti trend tehnologije i medija. Kako bi razumjeli pojam društvenih mreža potrebno je prvo definirati što su mediji, a što društvene mreže. Mediji su kako navodi Jurčić (2017) posrednik prijenosa poruke od pošiljatelja poruke do primatelja. No, također ih možemo definirati kao suvremeno sredstvo za prenošenje informacija. Lenhart i Madden (2007, prema Galina, 2017,7) definiraju društvene mreže kao prostor na internetu gdje korisnici mogu stvoriti svoj profil i povezati ga s profilima drugih ljudi kako bi stvorili osobnu mrežu. Kada govorimo o društvenim mrežama čini se kao da su one relativno nov pojam u društvu. No, kako navode Grbavac, Grbavac (2014) zasigurno se može reći da one egzistiraju već dugi niz godina na internet komunikacijskom prostoru te da upravo oni okupljaju veliki broj ljudi na određenim interesnim temama. Spomenuti autori napominju kako se Web koristi u svrhu izvora informacija kao mjestu na kojem se može pristupiti bilo kakvim informacijama, a to je najzastupljenije na društvenim mrežama. Počeci društvenih mreža počinju sa mrežom SixDegrees.com ova stranica nastala je 1997. godine. Autori navode da su profili korisnika već postojali na mnogim stranicama. Sixdegrees.com kombinirao je značajke povezivanja sa prijateljima, korištenja vlastitog profila i liste prijatelja. Stranica je 2000. godine prestala s radom jer se nije pokazala kao održiva. Ucek (2012) govori o sljedećem valu društvenih mreža, a on je započeo 2001. godine sa društvenom mrežom Ryze.com kako bi pomogao ljudima utjecati na poslovne mreže. Nadalje ljudi koji su stajali iza Ryzea, Tribe.net-a, LinkedIna i Friendstera bili su čvrsto isprepleteni osobnim vezama te su smatrali da mogu podržavati jedni druge bez natjecanja navodi Festa (2003, prema Ucek, 2012). Iduća internetska stranica koja se pojavila bila je Friendster. On je pokrenut 2002. godine. Grbavac, Grbavac (2014) ističu kako je Friendster u samo godinu dana prikupio preko tri milijuna registriranih korisnika i mnogo zainteresiranih investitora. No autori napominju kako je nagli razvoj doveo i do brzog pada. Pojavljuju se tehničke i društvene poteškoće, te Friendster pada u zaborav korisnika. „Friendster je postao najznačajniji, makar samo kao „jedno od najvećih razočaranja u povijesti interneta“ Chafkin (2009,1, prema Ucek, 2012,12).



## Launch Dates of Major Social Network Sites



Slika. 1. Vremenska crta razvoja društvenih mreža ( Boyd, Ellison 2007, 212).

### 2.1.1. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE MY SPACE

Mnogo internetskih stranica pojavljuje se u međuvremenu. Korisnici interneta sve se više upuštaju u novitete koji dolaze s internetom. Godine 2003. pojavljuje se stranica MySpace. Prema autorima Boyd, Ellison (2007) MySpace je mogao ubrzano rasti tako što je iskoristio Friendsterovo otuđenje korisnika. „Ono što MySpace čini privlačnim i različitim od ostalih društvenih web-stranica koje su se pojavile u to vrijeme, je to što je on otvorena stranica, što znači da korisnicima pruža mogućnost kontroliranja svoje stranice i postavljanja gotovo bilo kojeg sadržaja na njih“ ( Grbavac, Grbavac, 2014,215). Na MySpace platformi pronašli su se bendovi, posebno Indie-rock bendovi, koji su bili izbačeni s Friendstera jer se nisu pridržavali propisa o pristupanju profila. Izvori Britanskih novina The Guardian navode kako je MySpace jedna od nekadašnjih moćnih društvenih mreža izgubila svaki pojedinačni sadržaj koji je postavljen na njihovu web lokaciju prije 2016. godine, to uključuje slike, glazbu i videozapise koje nema niti jedna mreža na internetu. Nadalje, The Guardian napominje kako su brojni korisnici napustili MySpace prije kraja problema zbog novijih društvenih mreža poput Facebooka-a. No, stranica je ipak zadržala značajan broj korisnika i u ovom desetljeću jer su glazbenici kultivirali svoje pratitelje na njemu. CBS News navodi kako je druženje na MySpaceu i drugim web-lokacijama društvenih mreža bilo nalik umrežavanju u odraslom smislu te riječi, nasuprot tome što tinejdžeri nisu stupali u mrežu svojih prijatelja s nekim ciljem, kao što to odrasli misle. Umjesto toga oni su se bavili asinkronim, ali također kolektivnim i interaktivnim samo izražavanjem u stvarnom vremenu. Shodno tome, navode kako djeca prvo pretražuju ljude sa zajedničkim interesima putem profila svojih prijatelja, a zatim pretražuju popise svojih prijatelja stvarajući tako koncentrične krugove. Grbavac, Grbavac (2014) pojašnjavaju da su tinejdžeri poticali svoje prijatelje na kreiranje profila, a MySpace ih nije odbio, već prilagodio svoja pravila kako bi u njemu mogli sudjelovati maloljetni korisnici. Nedugo zatim pojavljuje se niz problema vezanih uz pedofiliju na MySpaceu što je zahtijevalo poduzimanje pravnih postupaka radi suzbijanja zlouporabe.

## 2.1.2. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE FACEBOOK

Nakon brojnih uspona, ali i padova društvenih mreža, veliki uspon doživio je Facebook. Ta društvena mreža aktualna je i danas, te ju imaju korisnici diljem svijeta. „Facebook je internetska društvena mreža, koju je 2004. godine osnovao Mark Zuckerberg, bivši student Harvarda. U svojim počecima, Facebook ili prvotno nazvan thefacebook je bio namijenjen samo studentima sveučilišta na Harvardu koji su tim putem mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati informacije.“ (Vidak, 2014, 49). Koncept Facebooka je da se putem Interneta povezuju ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu. On omogućuje korisnicima povezivanje i socijalizaciju s prijateljima i rodbinom te s ljudima koji su im bliski navode Grbavac, Grbavac (2014). Prema Statisti statističkom portalu Facebook na kraju drugog kvartala 2019. godine broji 2,41 milijarde mjesečno aktivnih korisnika. Također je uz novi trend Instagrama najpopularnija platforma za objavljivanje fotografija. „Tijekom godina Facebook se nadograđivao, te su mu dodane mnoge značajke, poput mogućnosti pisanja poruka, postavljanja fotografija i videozapisa, stvaranja poslovnih mreža, oglašavanja, reagiranja na objave drugih korisnika ('like'), kreiranja grupa, video-poziva, lociranja prijatelja koji se nalaze u blizini“ (Kuharić, 2017,6). Facebook tako broji puno korisnika, no sve ranije se njime počinju koristiti i djeca. Duggan i Smith (2013, prema Kuharić,2017) navodi kako je jedino ograničenje za stvaranje Facebook profila dob korisnika. Facebook dopušta da svaki njegov registrirani korisnik postane svaki pojedinac stariji od 13 godina. Dakako, to je danas teško kontrolirati. Kušić (2010) napominje kako vještine donošenja odluka kod djece u toj dobi nisu dovoljno razvijene što ih često može navesti na rizično ponašanje. Naime, roditelji često objavljuju slike svoje djece na Facebook profilima, ne razmišljajući tada o mogućim posljedicama, niti o svojoj i djetetovoj privatnosti. Prema istraživanjima koje su proveli Madden i sur. (2013) roditelji pokazuju veću razinu zabrinutosti zbog oglašivača koji imaju pristup informacijama o aktivnostima njihove djece. 81% roditelja izjavilo je kako je „vrlo“ ili „pomalo“ zabrinuto dok je njih 46% izjavilo kako je „jako zabrinuto“ za privatnost svoje djece no, njih 19% rekli su kako „nisu uopće zabrinuti“ koliko oglašivači mogu naučiti o aktivnostima njihove djece. Postavlja se pitanje, zašto onda dopuštamo djeci u toj dobi da se koriste takvom društvenom mrežom. „Činjenica da su druženje i razgovor s prijateljima u stvarnom svijetu zamijenjeni sjedenjem, tipkanjem i online dopisivanjem, a da su se prijateljstva i odnosi sveli na jedan klik u virtualnom svijetu pokazuje da Facebook i ostale online društvene mreže umanjuju kulturu druženja“ (Kušić, 2010,107). Autori tvrde kako je Facebook jedna od najposjećenijih društvenih mreža. Facebook je postala društvena mreža

koju je moguće koristiti u poslovne svrhe, u svrhu oglašavanja na internetu ili neke druge koristi. „Društvene mreže imaju svoju ulogu u marketingu te služe za web promociju i oglašavanje koje se smatra društveno odgovornim i izrazito ekološkim jer se ne troši papir i otpadom se ne zagađuje priroda“ (Grbavac, Grbavac,2014,207). Kušić (2010) tvrdi kako upravo sudjelovanje i umrežavanje na društvenim mrežama djeca i mladi stvaraju identitet (hibridni identitet) te započinju socijalizaciju koja onda uključuje čitanje i komuniciranje sa drugim članovima te iste zajednice. Stoga, djeci i mladima to postaje svakodnevna rutina više puta dnevno provjeravati novosti svojih prijatelja, pregledavanje njihovih slika, dodavanje novih prijatelja ili pak ažuriranje vlastitog Facebook profila. Facebook ima svoje prednosti, ali i nedostatke stoga trebamo biti vrlo odgovorni kada nešto objavljujemo i dijelimo s drugim ljudima te uputiti djecu i adolescente na dobre, ali i na loše utjecaje društvenih mreža. Pozitivni su najčešće socijalizacija, povezanost i komunikacija s drugim ljudima, zatim brojne informacije koje su na dohvat ruke. Različiti oblici prevara putem reklama ili ponuda na Facebooku, ovisnost o društvenim mrežama, internetsko nasilje ili problemi sa privatnosti koje kasnije mogu ugroziti reputaciju osobe, sve su to negativni aspekti koji mogu loše utjecati na živote kako djece i adolescenata tako i odraslih. Galina (2017) ističe kako su društvene mreže popularne na svjetskoj razini što se može vidjeti putem statističkih podataka i brojnih korisnika. Nesumnjivo Facebook zauzima prvo mjesto najpopularnije društvene mreže, no u zadnje vrijeme počele su se isticati i druge društvene mreže koje ne zaostaju u svojoj popularnosti i raširenosti među korisnicima. Autorica pretpostavlja da će se s obzirom na povijest i razvoj, njihov trend rasta nastaviti i u budućnosti.

### 2.1.3. OBILJEŽJA DRUŠTVENE MREŽE TWITTER

Jedna od značajnijih društvenih mreža u 21. stoljeću dakako je i Twitter. Upravo ta društvena mreža kao i Facebook privlači brojne korisnike da se pridruže u njihovu zajednicu. „Twitter je najpopularnija pokretna društvena mreža, a s više od 190 milijuna korisnika, druga je najveća društvena mreža na svijetu“ ( Grbavac, Grbavac, 2014, 214). Upravo ova društvena mreža osnovana je 2006. godine, a koristi se i danas diljem svijeta. Dwyer, Fraser, 2016 ( prema Rotim, 2017) navode kako je Twitter originalno zamišljen kao online društvena mreža na kojoj se međusobno mogu razmjenjivati aktivnosti i dopisivati se. No, ta društvena mreža danas nudi puno više, Twitterove osnovne opcije su „tweet“ „retweet“ i „hashtag“ koje su zastupljene najčešće kod mlađe populacije. Huberman i sur. (2008, prema Galina 2017) navode kako Twitter omogućuje korisnicima da ostanu povezani s prijateljima, članovima obitelji ili suradnicima putem računala ili mobilnih telefona. Nadalje, na ovoj društvenoj mreži, korisnici imaju mogućnost slati kratke poruke od 140 znakova koje mogu čitati njihovi pratitelji, te također korisnici sami biraju koga će pratiti na temelju njihove osobne zainteresiranosti. Prema spomenutim autorima, na samom početku Twitter su prihvatili američki korisnici, no nedugo zatim proširio se na Europu. U Hrvatskoj se njime najčešće služe osobe ženskog spola u dobi od 17 do 26 godina u svrhu zabave ili posla. U istraživanjima koja su proveli Madden i sur. (2013) rezultati pokazuju da iako je upotreba Twittera među adolescentima porasla ( općenita uporaba i za one koju su registrirani korisnici), nekoliko adolescenata upućuje na Twitter kao na svoj primarni ili najčešće korišteni online račun. Kao što je to slučaj i kod Facebooka, Twitter može donijeti puno problema sa privatnosti. U spomenutom istraživanju adolescenti koji imaju Twitter račune uglavnom izjavljuju da su njihovi računi javni, 64% ispitanika koji koriste Twitter izjavljuju da su njihovi tweetovi javni, dok njih 24% izjavljuju da su njihovi tweetovi privatni. Također je važno primijetiti da 12% adolescenata s Twitter profilima izjavljuju da ne znaju jesu li njihovi profili javni ili privatni. Upravo ovakvi rezultati pokazuju koliko adolescenti i djeca nisu svjesni koliko to može utjecati na njihov privatni život. „Twitter je danas prihvaćen kao fenomen modernog doba, te mnogi znanstvenici istražuju njegov sadržaj kroz razne discipline sociologije, medija i komunikacije, edukativne, političke znanosti, informacijske znanosti, ali i zdravstvena istraživanja“ (Dwyer, Fraser, 2016 prema Rotim, 2017,8)

### III. ADOLESCENTI U SUVREMENOM DRUŠTVU

Posljednjih godina adolescenti su sve više u fokusu brojnih istraživanja. Upravo iskustva proživljena kod djece i adolescenata ostavljaju emocionalne tragove na njih. Da bi mogli razumjeti mlade ljude potrebno je istražiti što ih zanima, što vole raditi, što slušati te brojna druga pitanja, čiji će nam odgovor dati bolji uvid u svijet mladih. Stoga, Novak (2017) navodi da je adolescencija intenzivan period našega života tijekom kojeg pojedinac prolazi kroz različite fizičke i psihosocijalne promjene. „Suvremeni adolescenti odrastali su u doba interneta, kabelske televizije, globalizacije, porasta konzumerizma, terorističkih napada i brige o održivom razvoju“ (Car, 2013, 285). Slijed generacija kroz povijest prema autorima Howe, Strauss 2000 (prema Elam, Stratton, Gibson, 2007) navodi se tako da je prva generacija G.I. generacije (1901. -1924.), slijedi Tiha generacija (1925–1942), zatim generacija Buma (1943–1960), nadalje Generacija X (1961–1981), te na kraju Milenijska generacija (1982-2002). Danas već možemo govoriti i o post milenijskoj generaciji još nazvanoj generaciji Z. Spomenuti autori tvrde kako je ova najnovija generacija milenijalaca zapravo izgrađena na vrijednostima koje je unijela generacija buma te popunjavanju kulturne praznine koju je napustila davna G.I generacija. Dolaskom medija u društvo sve se počinje mijenjati. Elektronički mediji počinju zamjenjivati sve, više ne postoje tajne, a bez tajni nema ni djetinjstva. Dječja znatiželja zamijenjena je cinizmom i arogancijom, a djeca dobivaju odgovore na pitanja koja u pravilu nisu niti postavili navode autor Postman (1982, prema Car 2013). Nadalje, mladi danas vrlo lako i jednostavno mogu doći do bilo koje informacije koja ih zanima u samo nekoliko minuta. To nije čudno jer su informacije dostupne svima putem bilo kojeg medija. Ono što ovu generaciju milenijalaca karakterizira je upravo to što su odrasli u svijetu interneta, dok su njihovi roditelji pratili televiziju i slušali radijske emisije. „Stoga umjesto da pasivno gledaju televiziju, suvremeni adolescenti aktivno sudjeluju u stvaranju i distribuciji zabave i informacija. Neograničen pristup komunikacijskim tehnologijama fundamentalno je transformirao načine na koje ova generacija uči, radi, stvara interakcije i kupuje.“ (Car, 2013, 290). Spomenuti autor napominje kako prvi puta u povijesti mladi ljudi postaju autoritet upravo zato što o digitalnoj tehnologiji znaju više nego li njihovi roditelji i učitelji. S druge strane Howe, Strauss i sur. (2000, prema Elam, Stratton, Gibson, 2007) navode kako je odrastanjem ova generacija usadila niz pozitivnih osobina. Milenijalci su otvoreni i socijaliziraniji od svojih roditelja koji ih podržavaju kako bi bili što uspješniji ljudi. Takvi učenici i studenti sudjeluju u akademskim, izvannastavnim i službenim aktivnostima, u pomaganju drugima i rješavanju društvenih problema smatra se da su velikodušni i praktični. „Umrežena javnost (eng. networked publics) za adolescente je postala suvremen način stvaranja socijalnih interakcija. Mnogi

adolescenti izabiru druženje s prijateljima online zbog raznih socijalnih i kulturoloških ograničenja“ ( Car, 2013, 291). Lammiman i Syrett (2005, prema Rimac, 2012) naglašava kako je komuniciranje putem interneta za ovu generaciju poput hrane i pića. Stvorili su široku mrežu društvenih kontakata, izrazito su druželjubivi, vjeruju vlastitom krugu prijatelja i poznanika, a povjerenje je jedna od glavnih sastavnica njihovog privatnog života. Kada govorimo o obrazovanju ovakve generacije, moramo biti svjesni da je to jedan od izazova današnjih učitelja. S jedne strane autori Brooks (2001, prema Car, 2013) naglašavaju da se na obrazovanje gleda kao na skupljanje bodova i ocjena te prostor za trening, na štetu mogućnosti za širenje kulturnih horizonata te izgradnju karaktera. Dječja igra postaje organiziranija i manje spontana te je pod utjecajem veće kontrole od strane odraslih. Suárez-Rodríguez, Almerich, i sur. (2012, prema Cruz, Díaz, 2016) naglašavaju kako su kompetencije informacijske i komunikacijske tehnologije nastavnika i dalje presudni čimbenik za razvoj obrazovanja. To se može shvatiti kao skup potrebnih vještina i znanja koje učitelji moraju posjedovati da bi se integriranije koristili tehnološki alati kao obrazovni resursi u njihovoj svakodnevnoj praksi „Adolescenti trebaju puno više strukturiranosti i usmjerenosti. Oni sve žele znati unaprijed i u što kraćem vremenskom periodu. Hoće li ovo biti na ispitu?“ ili pitanja o pojedinostima poput ‘Na koji način će mi ovo koristiti u životu?’. Izvjesnost i sigurnost ključne su za ove adolescente.“ (Car, 2013, 291). Ono što je važno za ovu generaciju je da su studenti naučeni zajedno raditi u timovima, izrađivati projekte, te često dobivaju ocjene u grupi. Ohrabreni su na suradnju, razvili su vještine ne samo osigurati uzajamnu uključenost, nego i očekivati da svi članovi tima rade svoj dio ističu Elam, Stratton, Gibson (2007).

Dakako, nastava za adolescente 21. stoljeća trebala bi biti usmjerena na konkretne probleme, kratkoročne projekte, višestruke izvore informacija, suradničko učenje, kritičko promišljanje i praktičnu primjenu naučenoga, navodi Car (2013).

### 3.1. ZNAČAJKE Z GENERACIJE

Nakon generacije milenijalaca važno je govoriti i o sljedećoj generaciji, a to je upravo ona u kojoj živimo sada. Autor Dimock (2019) smatra da u ovu generaciju spadaju osobe rođene od 1997. godine do danas. No, postavlja se pitanje gdje je onda granica između Milenijske generacije i Z generacije. Ovaj autor navodi da su događaji kao što su teroristički napadi 11. rujna, ratovi u Iraku i Afganistanu kao i razmatranja o glasovanju mladih 2008. godine te biranja prvog crnog predsjednika SAD-a bili značajni za povijest, ali i doživljeni od strane generacije milenijalaca. Prema već spomenutom autoru ono što je karakteristično za Z generaciju je da su ovi već navedeni događaji postojali od početka njihovog života. Nasuprot tome autorica Kurtalić (2018) navodi kako Z generaciji pripadaju osobe rođene od 1995. i 2005. te će tu generaciju obilježiti godina 2020. upravo zato što će tada većina mladih ove generacije ući u svijet rada. Različiti autori navode različite tipologije koje godine završava razdoblje milenijalaca, a počinje Z generacija. Europski portal za mladež navodi kako milenijalci pripadaju Generaciji Y te kako u to razdoblje pripadaju osobe rođene između 1980. i 2000. i nakon toga počinje Z generacija. Jednako tako Z generacija dobila je naziv i iGeneracija, kao i iPhone generacija. Rimac (2012) tvrdi kako Generaciji Y pripadaju osobe koje su rođene u razdoblju od 1980. do 2000. godine, te kako je Generacija Z nastala ulaskom u novo tisućljeće. Autori Oblinger, Oblinger, (2005, prema Töröcsik, Szűcs, Kehl 2014) generacije dijele na ovaj način: Zrela generacija (< - 1946), Baby Boom Generacija (1947-1964) zatim slijedi Generacija X (1965 – 1980) nakon toga Generacija Y; Net Generacija, Milenijalci, tu pripadaju osobe rođene od (1981 - 1995) a zatim slijede Post Milenijska Generacija (1995 - danas). Slijedeći autori koje spominju su Reeves, Oh (2008) koji generacije dijele na ovaj način: Zrela generacija (1924 – 1945), slijedi Boom Generacija (1946 – 1964) nakon toga osobe rođene u razdoblju (1965 – 1980) pripadaju Generaciji X, zatim slijedi Milenijska Generacija (1981 – 2000) i na kraju Generacija Z (2001 – danas). Možemo primijetiti kako autori koriste slične ili iste nazive za određene generacije kao i godine u koje svrstavaju određenu generaciju. No, teško je točno istražiti i odrediti granicu kada jedna generacija završava, a druga počinje. Stoga je ipak važno uzeti u obzir što suvremeniju podjelu generacija kako bi što vjernije mogli odvojiti granicu o kojoj se generaciji govori. „Ipak, opće je prihvaćeno da se netko može smatrati članom mlade generacije do 29. godine, u srednju generaciju uključuju se osobe starije od 30 do 59 godina, a pripadnici starije generacije stariji su od 60 godina“ (Töröcsik, Szűcs, Kehl, 2014, 26). Ono što je karakteristično za Z generaciju kako navodi američki časopis Fast Company 2016. godine milenijalci su bili pioniri Interneta. Osmislili su Facebook, obavljali su online kupovinu te se prebacili sa satelitske televizije na Netflix i Hulu. Generacija Z ipak ne pamti život



bez ovih osnovnih stvari u 21. stoljeću. Nadalje izvor navodi kako je razlika između ove dvije generacije upravo ta da su milenijalci pomogli da se izabrali prvog crnog predsjednika Amerike te da se ozakoni homoseksualni brak, oni su postali punoljetni za vrijeme ekonomskog širenja te jednako tako bili šokirani smanjenjem i nepoželjnim tržištem rada nakon završetka fakulteta. Međutim Z generaciju oblikovala je recesija te je spremna boriti se za stvaranje stabilne budućnosti. Ono što je još karakteristično za Z generaciju prema autoru Vidak (2014) kao jedna d prvih globalnih generacija ikad oni su pokretači većine trendova u današnje vrijeme. Nazivaju se još i *net generi* te su oni brži, snalažljiviji, tolerantniji prema različitostima naspram njihovih prethodnika. Često brinu o pravednosti i problemima s kojima se suočava njihovo društvo, vrlo često su angažirani u nekoj od civilnih aktivnosti u školi ili nekoj drugoj zajednici. „*Net generi* čine ozbiljnu pogrešku, koju zasad ne shvaćaju, a to je odavanje osobnih informacija na društvenim mrežama čime na neki način ugrožavaju svoju buduću privatnost,“ ( Vidak, 2014, 49). „Prensky je Generaciju Z nazvao „urođeni digitalci“ (*engl. Digital Natives*) s objašnjenjem da su oni sposobni primiti informacije izrazito brzo i paralelno s drugim zadacima te je naglasio da pripadnici ove generacije prednost daju grafici umjesto teksta i zahtijevaju olakšan pristup svim informacijama.“ ( Rimac, 2012, 14). Generacija Z svakako je napredovala brže nego bilo koja prije nje, sve im je na dohvat ruke, često rade više stvari odjednom, a nedostatak komunikacije, ubrzani i stresan život te svijet Interneta u kojem se nalaze dovode do otuđenja mladih i njihovog bržeg osamostaljenja od obitelji.

### 3.2. POZITIVNI ASPEKTI UPORABE DRUŠTVENIH MREŽA

Razvitak tehnologije doveo je do društvenih mreža. One su nam omogućile bolju komunikaciju, upoznavanje novih ljudi kao i lakše obavljanje određenih poslova. Dakako, društvene mreže imaju svoju pozitivnu stranu koju je važno istaknuti. Prema Stanojević (2011) internet je svojim razvojem postao jedan od značajnijih marketinških medija koji će u budućnosti biti nezaobilazan faktor poslovanja u tvrtkama. Pojavom društvenih mreža došlo je do velikih promjena u načinu komuniciranja tvrtki i potrošača. Oglašavanje na internetu glavna je karakteristika uspješnosti tvrtke, a većina ljudi danas za proizvode saznaje upravo preko internet marketinga i oglašavanja na internetu. „Članovi društvenih mreža nisu više samo studenti i mlađi ljudi u potrazi za dokolicom, razbibrigom i razmjenom raznoraznih bitova, već su to sve više intelektualci i poslovni ljudi iz cijelog svijeta“ ( Stanojević, 2011, 165). Volarević, Bebić (2013) napominju kako su društvene mreže promijenile korporativno poslovanje, marketing i odnose s javnošću uslijedile su promjene i u novinarstvu. Kako navode autori jedan od prvih koraka Hrvatske vlade bilo je otvaranje Facebook i Twitter profilna na društvenim mrežama i upravljanje istim. Jednako tako, veliki broj ministara koristi svoje profile na društvenim mrežama kako bi komunicirali sa svojim biračima. „Publici su danas dostupne velike količine informacija na brojnim online platformama, što je promijenilo i proces pretraživanja, obrade i plasiranja vijesti“ ( Volarević, Bebić, 2013, 62). Stanojević (2011) napominje kako će se marketinški stručnjaci u budućnosti morati okrenuti inovativnijim strategijama kako bi iznenadili oglašivačko tržište, ali i recipijente marketinških poruka. Novak (2017) ističe da kada govorimo o adolescentima i njihovom korištenju društvenih mreža, trebamo biti vrlo oprezni što se plasira na takve platforme. Potrebno je voditi računa upravo o tom aspektu njihove komunikacije gdje putem interneta na društvenim mrežama ostvaruju razmjenu poruka ne samo s osobama koje susreću u svom okruženju nego i s osobama čiji identitet uopće nije provjeren. U određenim situacijama upravo ovakav oblik komunikacije je pozitivna stvar za mlade ljude, no dakako ovakva komunikacija može imati i lošu konotaciju. „Mediji se pritom prebrzo i prečesto proglašavaju dežurnim krivcem, bez uvažavanja istraživanja koja tvrde da se kod, primjerice nasilja ili ovisničkog ponašanja, radi o mnogo složenijim međusobnim socijalnim odnosima“ (Livazović, 2012, 2). Robotić (2015) navodi neke od prednosti interneta a to su: brza i laka dostupnost informacijama, motivacija za učenje, izvor zabave, omogućuje brzu i laku komunikaciju bez obzira na to gdje se nalazimo, također nam omogućuje razmjenu informacija, iskustava i mišljenja o određenoj temi, u određenim se segmentima poboljšavaju vještine pisanja te potiče kreativnost.

### 3.3. NEGATIVNI ASPEKTI UPORABE DRUŠTVENIH MREŽA

Iako često mladi ističu pozitivnu stranu društvenih mreža, uvijek postoji ona druga, a to je ona negativna strana. Koliko god prednosti možemo nabrojati s druge strane uvijek su tu one negativne, upravo one o kojima češće trebamo voditi brigu te upozoravati na njih. Kunić, Matić, Sindik (2016) napominju kako su negativne strane društvenih mreža povezane s rizicima od ovisnosti, pretilost, gubljenje socijalnih vještina, zaglupljivanje uslijed previše informacija, mržnja, cyberbulling, narušavanje privatnosti te rizici izloženosti pornografiji i opasnosti pedofilije. One su karakteristične upravo zbog toga što sve više mladih danas svoje slobodno vrijeme provodi na internetu, uz društvene mreže. „Ovisnost o internetu opisuje se kao stanje u kojem pojedinac gubi kontrolu nad upotrebom interneta te ga nastavlja rabiti prekomjerno, do točke u kojoj doživljava problematične ishode koji negativno utječu na njegov život“ Young i deAbreu (2011, prema Vejmelka, Stablić, Jazvo, 2017, 60). Nadalje, javljaju se problemi i sa nasiljem. Ono je zastupljeno u svim oblicima danas, ali posebice kod mladih generacija i onih koji dolaze te odrastaju uz internet i društvene mreže. „Sva ponašanja na Internetu koja se čine s ciljem ili posljedicom napada na nečiji emocionalni, psihički, socijalni ili moralni integritet. Nasilje putem Interneta naziva se i virtualno nasilje, cyberbullying“ (Matijević, 2014, 40). Willard (2004, prema Li, 2010, prema Đuraković, 2012) navodi kako općenito nasilje putem interneta uključuje sedam različitih oblika nasilja a to su: 1. Iskazivanje ljutnje odnosno slanje ljutih i vulgarnih porukama drugim osobama, 2. Uznemiravanje, odnosno slanje prijetećih poruka drugoj osobi, 3. Uhođenje putem interneta, 4. Klevetanje, odnosno slanje uvrjedljivih, neistinitih ili zlih poruka o nekoj osobi drugim ljudima, 5. Maskiranje, odnosno pretvaranje da su osoba koja nisu, 6. Izdaja ili prevara u što se ubraja slanje informacija koje uključuje osjetljive, privatne ili neugodne informacije o drugoj osobi, 7. Izdvajanje ili isključivanje neke osobe iz neke *on-line* grupe. Bilan (2017) navodi važan problem koji donose današnje društvene mreže, a to se odnosi na privatnost korisnika. Učestalo konzumiranje internetskih medija i sadržaja posebice Facebooka i Twittera dovodi korisnike u opasnost od gubitka privatnosti. Nadalje korisnici iznose informacije o svom privatnom životu pišući po profilima na Facebooku, prikazujući videa na YouTubeu te objavljuju slike na ostalim društvenim mrežama. „Novije brige oko privatnosti manje su fokusirane na privatnost konzumenata, a više su koncentrirane na tajnost, pristup i buduće rizike koje „javni život“ na stranicama kao što je Facebook, MySpace i YouTube predstavljaju za obrazovne institucije, buduće zaposlenje, pedofile i dječju pornografiju“ (Lenhart & Madden 2007; Youn 2009; Schrock & boyd 2008 u Marwick, Diaz i Palrey, 2010; 10, prema Bilan, 2017, 1754). Shodno tome autori navode kako osim što djeca objavljuju vlastite fotografije na društvenim mrežama,

roditelji su ti koji objavljuju fotografije svoje djece na profilima društvenih mreža. Objavljivanjem takvih sadržaja roditelji krše pravo djece na zaštitu privatnosti koje su zajamčene brojnim konvencijama. Prema istraživanjima na koje smo se već osvrnuli u ovome radu, autori Madden i sur. (2013) između ostaloga napominju kako adolescenti objavljuju veliku količinu sadržaja na društvenim mrežama, a u malom postotku slučajeva objavljivanje takvog sadržaja ima nesretan slučaj. 4% adolescenata u dobi od 12 do 17 godina izjavilo je kako su objavili osjetljive informacije koje su kasnije prouzrokovale problem za njih ili za članove njihove obitelji. Sličan broj adolescenata (4%) objavilo je na internetu podatke koji im stvorili probleme u školi. Iz ovakvih podataka možemo zaključiti kako mladi ne obraćaju pozornost na ono što objavljuju te koliko to može stvoriti probleme izvan virtualnog svijeta. Jedan takav primjer pojavio se na društvenim mrežama pod nazivom „izazov plavi kit“ (Blue Whale Suicide Challenge). Kumar i sur. (2017) navode kako se česti slučajevi samoubojstava i spašavanja putem virtualnih igara odražavaju kao novi rizik za mentalno zdravlje adolescenata, mladih i psihološki ranjivih pojedinaca. Upravo ovakva virtualna igra uzrokovala je veliki broj samoubojstava kod mladih. Spomenuti autori navode kako je ovakav izazov odnosno igra krenula iz Rusije te se proširila na Europu i Indiju. Kako navodi BBC ovaj izazov je koncipiran tako da „kustosi“ postavljaju igračima 50 zadataka tijekom pedeset dana. Na kraju posljednjeg dana, igrač ima zadatak da si oduzme život. Spomenuti autori ističu da adolescenti i mladi čiji neuroni još uvijek sazrijevaju i još uvijek nisu izloženi dovoljno realnim životnim situacijama najčešće jesu žrtve ovakvih virtualnih igara koje iskorištavaju psihologiju straha. Uz to, oni koji imaju problematične obiteljske odnose, nedostatak emocionalne skrbi, obiteljsko zanemarivanje, zlostavljanje, gubitak intimne/ ljubavne veze te konstantni neuspjeh sve su to čimbenici koji povećavaju mogućnost da oni budu žrtve ovakvih virtualnih izazova. Nadalje, treba govoriti o dječjoj pornografiji na internetu. Robotić (2015) navodi kako postoje brojni razlozi zbog kojih pedofili koriste dječju pornografiju na Internetu, od prikupljanja raznih fotografija djece do seksualnog ne primjernog ponašanja prema djeci. Također on navodi kako postoji tri moguća tipa zašto pedofili prikupljaju dječju pornografiju a to su: „prikupljanje kao dio šireg obrasca seksualnih prijestupa koji mogu uključivati i prijestupe u kontaktu s djecom, prikupljanje radi poticanja razvoja seksualnog zanimanja za djecu, gledanje nedoličnih slika djece zbog radoznalosti“ (Robotić, 2015, 89). „Dok su prije pedofili na igralištima promatrali djecu i time bili pod određenim rizikom da budu primijećeni, na „virtualnom igralištu“ mogu se skrivati iza anonimnosti interneta“ Buljan Flander, Karlović, Ćosić (2004, prema Robotić 2015, 90). Matijević (2014) napominje da kada govorimo o seksualnom zlostavljanju i iskorištavanju djece, policija provodi izvide s ciljem utvrđivanja identiteta tih osoba koje stupaju u neprimjerenu seksualnu komunikaciju s djecom. Tolić, Miliša, Vertovšek (2009) ističu da su

medijski manipulatori orijentirani na moć i vladanje nad pojedincem kako bi individualnoj osobi preusmjerio njegove interese. Također navode da reklamne poruke uvijek nose određeni poželjni simbol i znak koje čestim ponavljanjem postaju poželjne. Ti simboli i znakovi imaju određeno značenje ili statusne simbole. Manipulator lako uvjeri najmlađe da igračke hodaju, trče i lete, skaču ili govore. Oni ne razlikuju stvarnost od vizualnih učinaka i trikova te su djeca nerijetko razočarana kada njihove igračke ne čine tako. Dakako, vrlo je bitno kontrolirati te biti na oprezu kada djeca i adolescenti provode vrijeme na društvenim mrežama. Često naivno misle da je sve u svrhu zabave, no to se ipak može pretvoriti u ozbiljniji problem gdje se katkada mora odazvati i policija. Društvene mreže danas su lako dostupne te zbog toga djeci je potreban adekvatan nadzor. Nalazimo se u svijetu koji je toliko ubrzan da ne obraćamo pažnju na sadržaj koji mediji plasiraju, jednako tako ni na to što mladi od tih sadržaja čitaju.

#### 3.4. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA SAMOPOŠTOVANJE MLADIH

Današnji adolescenti najčešće putem medija stvaraju sliku onoga što je dobro ili loše. Nažalost, mediji vrlo često stvaraju negativnu sliku o tome kako bi trebali izgledati, kako se oblačiti te plasiraju iskrivljenu sliku ljepote. Pema Coopersmithu (1967, prema Zhang, 2015, prema Galina 2017) samopoštovanje se odnosi na osobnu, pozitivnu ili negativnu, procjenu svojeg „ja“ tj. u kojoj mjeri pojedinac smatra sebe vrijednim i kompetentnim. "Televizija i drugi mediji igraju važnu ulogu u adolescentskoj socijalizaciji i razvoju identiteta pružanjem perspektiva, vrijednosti, ideologija i modela ponašanja" (Arnett 1995; Gerbner 1998; Rober i dr. 2005 (prema Madan, Mrug, Wright, 2013, 117). Mediji danas mladim djevojkama šalju sliku kako trebaju izgledati te kako se odijevati kako bi bile prihvaćene u društvu. Kawecki (2010) navodi kako negativan prikaz žena u medijima kao seksualnih objekata potiče kulturu u kojoj su žene odgajane kako bi se osjećale intelektualno manje snažnije od strane muškaraca i usredotočuje se na ljepotu kao ključ preživljavanja i uspjeha. Iskrivljeni pogled na žensko tijelo negativno utječe na samopoimanje onih pojedinaca koji ne zadovoljavaju standarde te „idealne“ seksualnosti i ljepote. Nadalje, iskrivljeni pogled na žensko tijelo negativno utječe na samopouzdanje onih pojedinaca koji ne zadovoljavaju standarde te „idealne“ seksualnosti i ljepote. Djevojke i žene mogu također pribjeći mišljenju da moraju održavati određenu dijetu s ciljem gubljenja kilograma ili se mogu zaokupiti brojanjem kalorija koje dovode do istog cilja. Autorica također navodi da je većina istraživanja u području bulimije i anoreksije fokusirane na to da gledanje medijskih slika utječu

na preciznu percepciju kilaže i dijelova tijela. „Različiti znanstvenici razlikuju više vrsta samopoštovanja, pa tako ono može biti pozitivno ili negativno, osobno ili socijalno te ga možemo podijeliti na „vlastitu kompetenciju“ (selfcompetence) i „prihvaćanje samoga sebe“ (self-liking).“ ( Galina, 2017, 23). „Mediji također igraju ulogu u negativnom utjecaju na emocionalno zdravlje mnogih žena i djevojaka.“ ( Kawecki, 2010, 27). Galina (2017) navodi kako društvene mreže dopuštaju korisnicima stvaranje jedinstvenih profila koji utječu na to kako ih drugi vide, kako bi prikazali željenu sliku o sebi. Jednako tako, društvene mreže mogu biti korisne i za osobe koje imaju nisku razinu samopoštovanja, pomažući da budu prihvaćeni od svojih vršnjaka te se prilagode novoj sredini, čak u nekim slučajevima poboljšavaju i samopoštovanje i subjektivnu dobrobit pojedinca. Kawecki (2010) ističe kako u svijetu u kojem mlade djevojke i žene stalno osuđuju sa strane njihovog izgleda, djevojke postaju zaokupljene sa ciljem sa budu lijepo. Richins (1991, prema Kawecki, 2010) u nekim istraživanjima rezultati su pokazali kako studentice, mlade djevojke i žene uspoređuju svoj izgled sa modelima u novinama. Nadalje, Kawecki (2010) navodi kako mediji također prizivaju osjećaje zarobljenosti, kao što je npr. uvjerenje da je žena bolje sposobna postići moć, novac, slavu ili pak pažnju muškarca kroz samo-izražavanje. „ Kao rezultat korištenja društvenih mreža, adolescenti će vjerojatno više uložiti u vlastito prikazivanje na kognitivni i bihevioralni način te naučiti kako se prezentirati drugima. Kritičari društvenih mreža tvrde da takve stranice stimuliraju nezdravu opsjednutost samim sobom, osobito s tijelom i pojavom“ (Galina, 2017, 27). Kawecki (2010) govori o tome kako su djevojke i žene duboko objektivizirane kada je riječ o seksu. Međutim, određene prilike koje slične na objektivizaciju one doživljavaju kao izvor osnaživanja. „Važno je napomenuti da se nezadovoljstvo vlastitim tijelom i ulaganje u izgled identificiraju kao važni čimbenici rizika za probleme mentalnog zdravlja, kao što su simptomi poremećaja prehrane i depresija, a negativno se odnose na dobrobit i samopoštovanje kod adolescenata“ Impett i sur. ( 2011; Mond i sur., 2011. prema Vries, 2014, prema Galina, 2017, 27). Ne treba zapostaviti muškarce kada se govori o problemu medija koji utječu na samopoštovanje. Žene najčešće u medijima bivaju kao objekti, no danas sve više muškaraca progovara o ovom problemu. Derenne i sur, ( 2006, prema Galina, 2017) napominje da jednako kao i žene, muškarci mogu razviti poremećaj prehrane. Sve više muškaraca postaje zabrinuto zbog oblika tijela i težine jer su bombardirani medijskim pritiskom savršenog tijela.

### 3.5. UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA PONAŠANJE ADOLESCENATA

Potrebno je naglasiti da društvene mreže kod djece mogu izazvati i pozitivne i negativne oblike ponašanja. Važno je istaknuti nove socijalne vještine mladih, utjecaj ovisnosti na ponašanje kao glavnog problema, kao i probleme sa usamljenošću, anksioznošću ili poremećajima u prehrani, dakako i nasilja putem interneta koji dovodi do nasilja u stvarnom životu. Schwartz (2010) napominje kako društveno umrežavanje postaje vrlo pristupačan način održavanja prijateljstava te mjesta za dijeljenje slika, stranice profila, razmjenu informacija i trenutačne povratne informacije, postavlja se pitanje je li ovaj brzi tempo razmjene informacija utječe na bitne razvojne promjene adolescenata i na način na koji počinju gledati i razumjeti sebe, svoje vršnjake i svijet oko sebe. Schwartz (2012) ističe kako je širenje tehnologije i povećana upotreba računalno posredovane komunikacije dovodi do toga da adolescenti imaju sposobnost održavanja više svojih prijateljstava i interakcija među vršnjacima putem komunikacije preko interneta nego licem u lice. Često takva situacija dovodi do toga da mladi više vremena provedu komunicirajući putem neke društvene mreže nego li što se druže u prirodi, na igralištima i sl. Autorica nadalje navodi kako su roditelji skeptični prema prednostima korištenja interneta od strane adolescenata istraživanje od strane Subramanyam i Greenfield (2008) iznosi da 48% adolescenata vjeruje da je Internet poboljšao njihove odnose s prijateljima i najznačajnije što su više koristili Internet to su više držali do tog stava. Spomenuta autorica ističe kako sad umjesto da odu kući nakon škole i nazovu prijatelje, adolescenti mogu koristiti mobilne telefone za razmjenu poruka, prijavljivanje na internetske stranice kako bi se povezali s prijateljima. Peters (2012) napominje kako je društvena samo-účinkovitost važna te utječe na ponašanje kod suočavanja sa usamljenošću. „Ovisnost o mreži već je dugo poznata, a posljedice variraju od negativnoga utjecaja na raspoloženje do povezanosti s depresijom, impulzivnim antikomformizmom, pa čak i autizmom.“ Romano, Osborne, Truzoli, Reed (2013, prema Mužić, 2014, 400). Ovisnosti su prema brojim istraživačima jedan od glavnih problema ponašanja kod djece, no ovisno ponašanje pobliže ćemo objasniti u sljedećem poglavlju. Mužić (2014) napominje kako na društvenim mrežama adolescenti traže socijalizaciju, ali one samo još više mogu povećati samoću i deprimiranost. Putem društvenih mreža ostvaruje se povezanost s velikim brojem ljudi, ali to bude površno i isprazno, što samo još više kod ljudi odnosno adolescenata povećava tugu i udaljava ih od istinskog susreta. „Loša društvena samo-účinkovitost ne samo da povećava usamljenost, već i usamljenost smanjuje društveno povjerenje“ Heinrich & Gullone (2006, prema Peters, 2012, 11). Sokač (2014) navodi da djeca nisu samo pasivni primatelji, već aktivno sudjeluju u sukreiranju nasilja. Poznato je da u videoigricama ima puno nasilja te djeca najčešće imitiraju modele za koje smatraju da imaju privlačne ili poželjne

osobine (snaga, popularnost..), a takvi su likovi najčešće u igricama kao i u filmovima i u serijama. Danas to pak možemo pronaći na Internetu, mladi slijede osobe koje su stvorile savršen život na internetu te zapravo žele slijediti takav model ponašanja. „Porast agresivnog ponašanja djece i adolescenata često se veže uz osobitosti sadržaja i količinu vremena koju djeca provode pred televizijskim i računalnim ekranima“ (Sokač,2014, 120)

### 3.5.1. OVISNOST O INTERNETU I DRUŠTVENIM MREŽAMA

Već je bilo razgovora o ovisnosti o internetu i društvenim mrežama općenito. Danas je ova pojava zastupljena više nego li možemo zamisliti. „Ovisnost (engl. dependence) pojava je koja se očituje kompulzivnim nagonom za prekomjernim konzumiranjem internetskih usluga na način koji narušava fizičko i/ili psihičko zdravlje, uzrokuje teškoće u svakodnevnom obiteljskom, socijalnom i radnom životu“ ( Stanić, 2010, 219). Robotić ( 2015) navodi kako postoji nekoliko skupina ovisnosti o Internetu, a to su: informacijsko preopterećenje, mrežna kompulzivnost, ovisnost o virtualnim vezama, ovisnost o „virtualnom seksu“, ovisnost o računalu. No, autor Stanić (2010) objašnjava kako se ovisnost o internetu poistovjećuje s drugim ovisničkim aktivnostima. Nadalje, ako je moguće biti ovisan o gledanju televizije, kockanju, pornografiji onda dakako možemo biti ovisni i o internetu i to nije ništa čudno. Autor također navodi kako treba naglasiti da nije riječ samo o internetu nego o aktivnostima koje pruža Internet. Primjerice kockanje, cyber-pornografiji, video igricama ili pak društvenim mrežama. Kod djece je važno imati kontrolu nad vremenom koji provode na mobitelu ili za računalom, no simptomi su također uvijek vidljivi. Robotić (2015) navodi kako su simptomi naglašeni kao i kod drugih ovisnosti, ti simptomi su jaka želja za stalnim korištenjem, gubitak pojma o vremenu provedenom na internetu, problemi kod izvršavanja zadataka kod kuće, na poslu ili u školi/ fakultetu zatim izoliranje od obitelji i prijatelja, neraspoloženost, nervoza ili ljuti ispadi usred prekida korištenja internetom, gubitak interese za druge aktivnosti i slično. „Neke mlade osobe, kad zapadnu u krizu zbog sukoba s roditeljima ili s nastavnicima, odlaze na internet i njime se tješe. To je bijeg od problema, a od njih se ne može pobjeći. Valja ih rješavati jer kamo god pošli, oni idu s nama“ ( Stanić, 2010,220). Današnje društvene mreže nude veliki broj mogućnosti kako i na koji način predstaviti sebe. Što bolja kvaliteta slike, što više „lajkova“ ili komentara pod određenom slikom vodi većoj popularnosti. No, često takva slika predstavljanja sebe varira od realnog svijeta u kojem se nalazimo. „Popularnost društvenih mreža među studentima uzrokuje brisanje granica između njihovih online i offline identiteta. Nesigurnost, samopromocija i samopercepcija često utječu na online identitete



studentata“(Butig, 2012, 23). Gojković, Horvat ( 2012) ističu kako je potpuno razumljivo da Facebook i druge društvene mreže postaju idealno područje u kojem se osoba može samoreklamirati i komunicirati na osnovi njegove uljepšane slike o sebi i drugima (virtualne realnosti). To postaje problem jer osobe postanu opsjednute prikazom idealnog života, te ako u suprotnom ne uspijevaju prikazati svoj život kao „idealan“ to može dovesti do narušavanja samopouzdanja i slike o sebi. Prema istraživanjima Krasnova, Wenninger, Widjaja i Buxmann, (2013) pasivno pretraživanje vijesti, te tuđih Facebook profila aktivira različite procese socijalne usporedbe te kod pojedinca izaziva osjećaj zavisti. Nadalje, već spomenuti autori navode kako korisnici Facebooka na svojim profilima objavljuju najljepše fotografije, fotografije svojih putovanja, ili postignuća te izazvani osjećaj zavisti pokazuje da značajno negativno utječe na zadovoljstvo životom. Jednako tako Internet je povoljno tlo za razvijanje rizičnih ponašanja. „Pritom se rizična ponašanja definira kao ponašanja koja upućuju na postojanje problema u pozitivnom razvoju djece i mladih, a koji prijete njihovu pozitivnom razvoju i uspješnoj prilagodbi društvu u kojem žive (Bouillet, Uzelac, 2007, prema Livazović, 2011,1). Robotić ( 2015) govori o tome kako osobe koje su ovisne o internetu sklonije su i problemima mentalnog zdravlja kao što su depresija, anksioznost, psihosomatske smetnje, poremećajima hiperaktivnosti i deficita pažnje, neurološkim poremećajima kao i drugim ovisnostima. Potrebno je istaknuti i liječenje ovisnosti o internetu. Zapravo ovisnost o internetu postaje sve teža za izliječiti upravo iz razloga što smo okruženi internetom te osoba svakoga dana može doći u iskušenje da se ponovno prepusti svijetu ovisnosti. „Tu je i najveća razlika između ovisnosti o internetu i drugih vrsta ovisnosti, gdje se umjesto izbacivanja predmeta ovisnosti korisnika uči konstruktivno služiti internetom“ ( Robotić, 2015, 86). Stanić (2010) navodi kako sve što treba učiniti za mladu osobu koja je ovisna o internetu je uključiti ju u donošenje odluke, liječenja i plana prevencije te njegovu realizaciju. Mijenjati se mora upravo ta mlada osoba, nitko to neće i ne može učiniti umjesto nje. Roditeljske prijetnje, sila ili ucjene ne pomažu. Mlada se osoba mora suočiti sa svojim problemom a ne bježati od njega. „Tko je svjestan svoje ovisnosti, tko punom slobodom odlučivanja, samostalno, bez nagovora i pritisaka donese odluku o odvikavanju od ovisnosti, pokazuje punu odgovornost za vlastito zdravlje, svoje ponašanje i postupke – i sigurno će uspjeti ( Stanić, 2010, 233).

#### **IV. REZULTATI EMPIRIJSKIH ISTRAŽIVANJA O UTJECAJU DRUŠTVENIH MREŽA NA ADOLESCENTE I DRUŠTVO**

U ovom poglavlju biti će predstavljeno empirijsko istraživanje autora Chukwuere, Chukwuere (2017) o utjecaja društvenih mreža na društveni život studentica, što je i glavni cilj ovog istraživanja. U istraživanju je primijenjena kvantitativna metoda koja je uključivala instrument ispitivanja, a to je bio upitnik, koji je proveden na uzorku od 67 studentica na Sjeverozapadnom Sveučilištu Južne Afrike. Problem ovog istraživanja autori pronalaze u literaturi. Brojna istraživanja provedena su na temu korištenja društvenih mreža te njihov utjecaj na ponašanje i druge faktore. Khan (2012, prema Chukwuere, Chukwuere, 2017) je proveo istraživanje koje je bilo fokusirano na utjecaj društvenih mreža na studente. Dok istraživanja provedena od strane Rajeev (2015) društvene mreže utječu na različita područja našeg društva omogućujući pojedincima da iznesu svoje stavove i život u javnost. Ovo istraživanje koristilo je primarne i sekundarne izvore podataka. Primarni izvori podataka prikupljeni su putem upitnika dok su sekundarni podaci izgrađeni proučavanjem literature. Ovo istraživanje usredotočeno je na utjecaj društvenih mreža na društveni način života studentica. Korištena je deskriptivna analiza podataka kako bi razumjeli i istražili utjecaj društvenih mreža na život studentica. Provedeno istraživanje fokusiralo se na tri seta pitanja kao zaokruženih cjelina koje su postavili studenticama. Kakav je utjecaj društvenih medija na društveni stil života studentica? Koji su stavovi i percepcija studentica na utjecaj društvenih mreža na njihov stil života? U kojoj mjeri društvene mreže mijenjaju društveni način života studentica? (pozitivni i negativni). Rezultati ovog istraživanja pokazuju da je WhatsApp najčešće korištena aplikacija koju koriste studentice čak njih 59 (85.5%) također njih 82,6% tvrdi kako društvene mreže utječu na pogled na život kod studentica. Nadalje, studentice tvrde da korištenje društvenih mreža ne umanjuje njihovo razmišljanje, vrijednosti o braku kao ni instituciji u državi, a to ističe njih 42,0%. Nadalje u drugom setu pitanja studentice rezultati pokazuju kako studentice njih 72,4% vjeruju da društvene mreže promiču nemoralno i neetično objavljivanje fotografija i videa među studentima. Objavljivanje ponekad dovodi do privatnih/ osobnih sadržaja i slika koje javnost može vidjeti. U zadnjem setu pitanja važno je istaknuti i pozitivnu i negativnu stranu utjecaja društvenih mreža. Pozitivna strana, smatraju studentice je ta što društvene mreže ne uništavaju društvene vrijednosti i stil života tvrdi njih 57,9% dok se s time ne slaže 34,7%. Nadalje, polovica studentica 43,4% se slaže da je upotreba društvenih mreža utjecala na to da se zaljube u muškarce koji nisu iz Južne Afrike, dok se druga polovica ispitanica s tom tvrdnjom ne slaže. Međutim kao negativne aspekte navodi se kako korištenje značajki društvenih mreža ( razgovor, video pozivi, dijeljenje sadržaja...) studentima

troši vrijeme te to potvrđuje njih 79,7%. Jednako tako, društvene mreže utječu na to kako studentice komuniciraju i obraćaju se starijim osobama u društvu. Utječe i na njihovu osobnu interakciju (društveni stil života) tvrdi 50,7%. Iz ovoga istraživanja može se zaključiti „ Studentice trebaju ograničiti vjerovanje u sve što pročitaju ili pogledaju na društvenim mrežama, a ljudi bi trebali prestati objavljivati uvredljive komentare i neetičke videozapise na društvenim mrežama. Sljedeće istraživanje koje je važno analizirati je ono koje su proveli Akram i Kumar (2018) a bavi se istraživanje pozitivnih i negativnih utjecaja društvenih mreža na društvo. U ovom radu obrađeni je svaki pozitivni i negativni učinak društvenih mreža, fokus je stavljen na zdravlje, posao, obrazovanje, društvo i mlade te kako društven mreže u širem smislu utječu na društvo. Akram i Kumar (2018) navode pozitivne i negativne utjecaje društvenih mreža na zdravstveno stanje, pozitivne su: konzultiranje s liječnicima bilo gdje i bilo kada, pomaganje zdravstvenim službama da daju prednost kritičnim slučajevima, više podataka dostupno je zdravstvenim istraživačima. Negativni aspekti su neispravna samodijagnoza i potencijalno kršenje privatnosti. Zatim autori navode pozitivne i negativne utjecaje društvenih mreža na poslovanje. Izdvojene pozitivne strane su korištenjem društvenih mreža možemo bolje razumjeti kupca, pomoću praćenja društvenih mreža možete steći ključne podatke o svojim konkurentima, pomaže u povećanju svijesti kupca da bolje razumiju proizvod koji kupuju. Negativni utjecaji društvenih mreža na poslovanje značilo bi da negativna recenzija kupca može biti štetna, grešku učinjenu na društvenoj mreži teško je ispraviti, web je prepunjen različitim sadržajima. Sljedeće prednosti i nedostaci utjecaja društvenih mreža je na obrazovanje. Autori ovog istraživanja Akram, Kumar (2018) navode kako su pozitivne strane jesu socijalizacija jer dopušta mladima da razmijene ideje i nauče neke nove stvari, dijeljenje znanja, učenje. Nadalje, spominju i učenje iz različitih izvora, dijeljenje što osjećaju i o čemu razmišljaju jer studenti i učenici i studenti koji se ne osjećaju pouzdano u razredu mogu smatrat učinkovitim izražavanje mišljenja putem društvenih mreža, kao što i učitelji mogu postaviti određeni sadržaj na web. Negativne strane društvenih mreža u obrazovanju je to da smanjuje učenje i pronalaženje informacija, zatim se smanjuje stvaran kontakt s ljudima, troše previše vremena na internetu, studenti i učenici mogu gubiti motivaciju i to im može utjecati na zdravlje, te smanjuje vještine komuniciranja i pisanja. U ovom istraživanju navedeno je čemu pomažu pozitivni utjecaji društvenih mreža na djecu i adolescente a to je podizanje svijesti o socijalnim vještinama, da ostanu motivirani, da osvijeste koliko Internet prikazuje iskrivljenu sliku tijela, koliko je opasno rizično seksualno ponašanje te koliko je važno da u školi zadrže dobre ocjene bez obzira koliko vremena provodili na Internetu jer je on pun korisnik informacija iz koji se nešto može naučiti. Možemo zaključiti kako i sami autori navode

da je bitno kako i na koji način te u koje svrhe koristimo Internet i društvene mreže, ali je potrebno usvojiti one pozitivne utjecaje, a izbjegavati one negativne.

## V. RASPRAVA

Prema navedenim istraživanjima možemo zaključiti kako su društvene mreže zaokupile današnji svijet kako djece i adolescenata tako i starije populacije. Naše ponašanje se uz to jednako tako mijenjalo kako je i prikazano ovim istraživanjima. Posebno treba istaknuti kako društvene mreže mijenjaju naš način razmišljanja te pogleda na svijet. Važno je spomenuti kako mladi ipak ne smatraju da društvene mreže utječu na vrijednosti i stil života, no istraživanja dokazuju kako ipak one imaju svoje negativne, ali i pozitivne karakteristike. Upravo to je osnova za pedagošku praksu jer pedagozi, stručni suradnici, učitelji moraju biti svjesni koliko Internet i društvene mreže mogu utjecati na samu djecu. Djecu je potrebno osvijestiti zašto je upotreba Interneta korisna i važna, no i zašto je potrebno uvijek biti na oprezu. „Društvene mreže pružaju studentima i nastavnicima različite pogodnosti. Vrlo je lako učiti od onih koji su stručnjaci i profesionalci putem društvenih medija.“ Akram, Kumar (2018, 351). Društvene mreže potrebne su o obrazovanju kako bi djeca razvijala socijalne kontakte, učenicima bi informacije bile na dohvat ruke, ali i nastavnici i profesori mogli bi mnogo toga naučiti od svojih učenika ili studenata. Danas se obrazovanje odvija i dalje na djelomično tradicionalan način, učitelj priča učenik sluša te na taj način se stječe gotovo znanje. U suvremenoj nastavi potrebno je što više uključiti učenika jer učenici rado prihvaćaju nove načine i oblike učenja, više su motivirani te zainteresirani za takav oblik nastave i učenja. Smatram kako je ključno uzeti sve pozitivne i negativne čimbenike u obzir, te iz negativnih nešto i naučiti, a pozitivne karakteristike uzeti kao primjer za daljnji rad u obrazovanju. Također je bitno slušati učenike i studente te od njih nešto naučiti jer su oni ti koji su odrasli uz tehnologiju te se njom najbolje i znaju koristiti, takvim ćemo pristupom uspjeti unaprijediti obrazovanje i pedagošku praksu. Nadalje poželjno je osvijestiti problem neetičnih i nemoralnih sadržaja na internetu, ovisnosti, iskrivljene slike tijela ili sličnih problema koje susrećemo na internetu, ali ih jednako tako pokušati suzbiti i dati bolji primjer adolescentima. „Uz ogroman utjecaj koji tehnologija danas ima na naše živote, iznimno je važno svi zajedno, roditelji i odgojno obrazovni djelatnici, zaštitimo djecu i mlade od potencijalnih opasnosti, te ih opremimo znanjima, vještinama i vrijednostima koje će im pomoći da se nose sa svim izazovima, te da iz (neizbježne) tehnologije izvuku ono najbolje.“ (Kuharić, 2017, 83). Potreba za medijskom kompetencijom jedna je od vještina koje pedagozi, i nastavnici moraju svladati. Razvoj tehnologije utjecao je na obrazovanje ali i na obrazovni sustav. Nastavu je potrebno osuvremeniti putem korištenja računala, društvenih mreža, pametnih ploča, tableta i slično. No, smatram da se takva tehnologija treba koristiti od nižih stupnjeva obrazovanja pa sve do visokog obrazovanja gdje će budući stručnjaci učiti kako i na koji način osuvremeniti svoju nastavu te rad u školi. Problem

ovakvog obrazovanja je u financijskoj situaciji, organizaciji institucije, vremenskoj organiziranosti i različitim drugim razlozima. Mnogi autori smatraju kako je bitna sastavnica studija pedagogije ili učiteljskih studija upravo odgoj za medije odnosno medijska pedagogija. Smatram da pedagog mora voditi računa o tome koliko nastavnici koriste medije i pokušavaju ih uklopiti u svoju nastavu. Odgoj za medije je ključan upravo zato što je to jedan od načina borbe protiv različitih negativnih utjecaja medija kojima smo okruženi iz dana u dan. Kunić, Matić, Sindik (2016) ističu kako medijski pedagozi moraju osim opće kompetencije posjedovati vještinu, odnosno način uporabe te primjene tehnologije u nastavi, takvu kompetenciju medijskog pedagoga nazivamo još i medijsko-didaktička kompetencije. Obrazovanjem stručnjaka za medijski odgoj prvenstveno nam pomaže kod preventivnih metoda korištenja interneta te kod samog obrazovanja mladih. Smatram da u današnje vrijeme pedagog mora biti upućen u sve društvene mreže kojima se mladi koriste, zatim poznavati aktualne trendove i vijesti za koje se interesiraju adolescenti. Posebno je važno održavati radionice koje će mladima omogućiti bolji uvid u ono što je dobra, a što loše na Internetu. U sklopu radionica potrebno je dovesti goste koji bi iz vlastitih iskustava mogli govoriti o negativnim posljedicama društvenih mreža, video igrice, ovisnosti o internetu i slično. Jednako tako, gosti kao medijski stručnjaci mogu odgovoriti djeci na brojna pitanja, na koja im ponekad ne mogu odgovoriti njihovi roditelji ili nastavnici. Različiti projekti također su odličan način uvođenja djece u svijet medija te njegovih opasnosti. Stoga, bi pedagog kao i nastavnik te stručni suradnici trebali promicati važnost dječjeg svrhovitog pretraživanja na internetu, dijeljenja informacija, stupanja u kontakt kako bi obogatili njihovo obrazovanje i ličnost. Nadalje, pedagog bi mogao organizirati različite radionice ili sastanke za roditelje, upravo zato što djeca i mladi u obiteljskom okruženju počinju koristiti Internet te kako bi medijski osviješten pedagog mogao roditeljima približiti na koji način bi mediji mogli biti korisni, a na koji način opasni po dijete, takva suradnja bila bi pozitivna kako za roditelje tako i za djecu i stručnjake u školama. „Kad govorimo o školi, njezina je ključna zadaća u poučavanju utilizaciji medija kao alata za učenje i istraživanje, odnosno pružanju tehničkih znanja uporabe medijskih aplikacija s ciljem njihove kreativne i svrsishodne uporabe“ Livazović (2010,263). Shodno tome, odgovorna uporaba društvenih medija ogleda se u tome da se pozitivne i negativne strane korištenja medija kako u obitelji tako i u školi međusobno nadopunjuju ukoliko na mlade utječu medijski kompetentni pedagozi i njegovi suradnici.

## VI. ZAKLJUČAK

Internet, mediji, i društvene mreže međusobno su povezani. Kroz povijest su se razvijale i stvarale različite generacije koje su sa sobom nosile određene karakteristike. Tada svaka starija generacije nije razumjela upravo onu koja slijedi, a može se reći da je to i danas tako. Pojavom interneta, računala i društvenih mreža svijet se okrenuo u potpunom novom smjeru, puno tehnoloških napredaka, novih otkrića, različitih novih te inovativnih poslova. Sadašnja generacija i ona koja slijedi imaju veliki spektar mogućnosti i napretka u budućnosti, što njihovi roditelji, bake i djedovi nisu imali. Upravo tako nove generacije odrastaju uz tehnologiju i ona im postaje sastavni dio života dok starije generacije moraju puno učiti kako bi se znali koristiti svim „novitetima“ na tržištu. Upravo iz tih razloga roditelji bi se trebali informirati kakve rizike Internet i društvene mreže nose sa sobom te koliko to utječe na njihovu djecu. Današnji adolescenti previše vremena provode na društvenim mrežama, ali i Internetu općenito. Razgovaraju sa strancima, osobama na drugom kraju svijeta, postavljaju fotografije sebe i svojih prijatelja, komentiraju, dijele, lajkaju te se dopisuju. Malo toga ih zabrinjava te nisu svjesni rizika koji donosi Internet. Svakako je potrebno biti na oprezu kako im netko ne bi oštetio privatne podatke, ali je jednako važno da svoje privatne podatke ne dijele putem društvenih mreža iako je to danas vrlo teško kontrolirati. Internet je sa sobom donio brojne pozitivne, ali i negativne strane koje smo u ovom radu nastojali prikazati. Naravno u 21. stoljeću trebamo se okrenuti tehnologiji i društvenim mrežama. No, svakako je važno usavršavanje u vidu medijske kompetencije. Brojni nastavnici danas ne mogu pratiti napredak tehnologije te ne znaju kako unaprijediti svoju nastavu, dok poneki nemaju mogućnosti iako to žele. Pedagog kao takav treba komunicirati kako sa nastavnicima tako i sa roditeljima no, ponajviše s djecom u vidu odgovornog korištenja društvenih mreža i interneta. Upravo zato jer mladi započinju s korištenjem Interneta u obiteljskom okruženju pod nadzorom svojih najbližih. Stoga roditelji trebaju biti informirani što sve dolazi s Internetom te se savjetovati sa stručnjacima koji o tome imaju više znanja. Smatram da mladi najbolje uče kada ih se uključi u sve dijelove obrazovanja, stoga pedagog ne treba samo pričati o dobrim i lošim stranama nego treba osigurati mladima mogućnost svrhovitog korištenja medija te ih uključiti u različite programe u školama. Prilikom odabira nastavnih strategija kroz korištenje medija, nastavnik bi trebao omogućiti učeniku razvoj njegovih punih potencijala. Jedino tako će učenik savladati odgovorno korištenje medija te shvatiti njegovu važnost. Smatram kako je ova tema važna za pedagoge jednako kao i za učitelje. Proučavanjem medija, društvenih mreža te svih novih trendova koje danas adolescenti prate pedagozi mogu shvatiti mlade, primijetiti što ih zanima, što vole slušati, čitati te čime se žele baviti, a na kraju to može dovesti i do saznanja o tome što mladi pretražuju

na internetu, čitaju, gledaju te služe li se medijima odgovorno i u koju svrhu. Također uloga pedagoga i nastavnika je da s učenicima budu istraživači, inicijatori i kreatori, te da kod učenika potiču kritičko promišljanje kada koriste društvene mreže te što na njima pretražuju i objavljuju. Smatram da društveni mediji nisu niti korisni ali ni štetni, iako upravo oni mogu biti i jedno i drugo. Korištenjem istih doživljavamo različite emocije tuge, sreće, zabrinutosti, uzbuđenja i slično. Između ostalog potiču nas na oblikovanje određenih stavova prema svijetu, te utječu na razvoj identiteta. Na pedagozima, nastavnicima, roditeljima i ponajviše adolescentima je da propituju kakvi su utjecaji društvenih medija, da se o njima diskutira te da odgoj za medije postane jedna od glavnih zadaća obrazovanja.



## VII. LITERATURA

1. Akram, Waseem, and R. Kumar. "A study on positive and negative effects of social media on society." *International Journal of Computer Sciences and Engineering* 5 (2017): 347-354.
2. Adeane, A. (2019). Blue Whale: What is the truth behind an online 'suicide challenge'?. BBC. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta: 06.09.2019. Dostupno na: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-46505722>
3. Bilan, A. (2017). Djeca u društvenim medijima na primjeru Twitter i Facebook profila Beyonce i Kim Kardashian. *In Medias Res*, 6(11), 1751-1768.
4. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
5. Butigan, I. (2014). *Narcizam i Facebook: Projekcija idealnog sebstva i konstrukcija virtualnih identiteta na društvenim mrežama* (Doctoral dissertation).
6. Car, S. (2013). Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi. *Pedagojska istraživanja*, 10(2), 285-292.
7. Chukwuere, J. E., & Chukwuere, P. C. (2017). The impact of social media on social lifestyle: A case study of university female students. *Gender and Behaviour*, 15(4), 9966-9981.
8. Cruz, F. J. F., & Díaz, M. J. F. (2016). Generation z's teachers and their digital skills. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 24(46), 97-105.
9. Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*.
10. Đuraković, S. J. (2012). *Nasilje preko interneta* (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Humanities and Social Sciences.).
11. Elam, C., Stratton, T., & Gibson, D. D. (2007). Welcoming a new generation to college: The millennial students. *Journal of College Admission*, 195, 20-25.
12. Galina, A. (2017). *Upotreba društvenih mreža i razina samopoštovanja adolescenata* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Pedagogy.).
13. Gojkovic, V., & Horvat, V. (2012). NARCIZAM I SKLONOST KA KORIŠĆENJU FACEBOOKA. *Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja (IKSI)*.
14. Grbavac, J., & Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5(2), 206-219.

15. Hern, A. (2019). Myspace loses all content uploaded before 2016. The Guardian. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta 29.08.2019. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/18/myspace-loses-all-content-uploaded-before-2016>
16. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia-časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21(1), 127-136.
17. Kawecki, A. M. (2010). *Beauty is pain: The physical, psychological, and emotional impact of female images in the media*. Pacifica Graduate Institute
18. Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: a hidden threat to users' life satisfaction?.
19. Kurtalić, I. (2018). *Kako pripadnici generacije Z koriste društvene mreže* (Doctoral dissertation, University of Pula. Faculty of economics and tourism" Dr. Mijo Mirković".)
20. Kuharić, S. (2017). *Online društvene mreže i slika o sebi* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Pedagogy.)
21. Kumar, A., Pandey, S. N., Pareek, V., Faiq, M. A., Khan, N. I., & Sharma, V. (2017). Psychobiological determinants of 'Blue Whale Suicide Challenge' victimization: A proposition for the agency mediated mental health risk in new media age. *Etiologically Elusive Disorders Research Network (EEDRN)*.
22. Kunić, I., Matić, M. V., & Sindik, J. (2016). Društvene mreže i zdravlje. *Hrvatski časopis za javno zdravstvo*, 12(47), 110-114.
23. Kušić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 56(24), 103-125.
24. Livazović, G. (2010). Dimenzije odnosa medijske i socijalne kompetencije. *Pedagogijska istraživanja*, 7(2), 255-265.
25. Livazović, G. (2012). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 20(1), 1-22.
26. Madan, A., Mrug, S., & Wright, R. A. (2014). The effects of media violence on anxiety in late adolescence. *Journal of youth and adolescence*, 43(1), 116-126.
27. Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). Teens, social media, and privacy. *Pew Research Center*, 21, 2-86.
28. Matijević, A. (2014). NASILJE NAD I MEĐU MLADIMA NA INTERNETU. *Nemoj napraviti ništa u virtualnom svijetu, što ne činiš u stvarnom*, 39.

29. McDermot, T. (2006). What Teens Are Doing In MySpace. CBS News. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta 29.08.2019. Dostupno na: <https://www.cbsnews.com/news/what-teens-are-doing-in-myspace/>
30. Mužić, J. (2014). Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu. *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 69(3.), 395-404.
31. Novak, K. (2017). Adolescenti i mediji: povjerenje s rezervom?. *Bogoslovska smotra*, 87(1), 79-97
32. Peters, H. O. (2012). *Social Connections: Internet-based Prevention of Loneliness and Depression in First Year University Students* (Doctoral dissertation, Palo Alto University).
33. Rimac, M. (2012). Istraživanje obilježja Generacije Z- Radi li se zaista o novoj generaciji zaposlenika. Zagreb
34. Robotić, P. (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, 1(2), 81-96.
35. Rotim, A. (2017). *Društvene mreže i slobodno vrijeme: ovisnost ili stil života?* (Doctoral dissertation, University of Zagreb. The Faculty of Political Science. Department of Journalism and Public Relations.).
36. Schwartz, S. (2012). Does Facebook Influence Well-Being and Self-Esteem Among Early Adolescents?.
37. Segran, E. (2016). Your Guide To Generation Z: The Frugal, Brand-Wary, Determined Anti-Millennials. Fast company. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta 29.08.2019. Dostupno na: <https://www.fastcompany.com/3062475/your-guide-to-generation-z-the-frugal-brand-wary-determined-anti-millen>
38. Stanić, I. (2010). Ovisnost o internetu, cyber kockanju-kako ih sprječavati. *Napredak*, 151(2).
39. Stanojević, M. (2011). Marketing na društvenim mrežama. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 5(10), 165-180.
40. Sokač, A. (2014). Čimbenici koji utječu na rizično ponašanje djece i mladih. *Educatio biologiae: časopis edukacije biologije*, 1(1), 117-124.
41. Tolić, M., Miliša, Z., & Vertovšek, N. (2009). Mediji i mladi.
42. Töröcsik, M., Szűcs, K., & Kehl, D. (2014). How generations think: research on generation z. *Acta universitatis Sapientiae, communicatio*, 1(1), 23-45.
43. Ucek, T. M. How SNSs are Affecting Social Status of Society and Earning Money?.

44. Vejmelka, L., Strabić, N., & Jazvo, M. (2017). Online aktivnosti i rizična ponašanja adolescenata u virtualnom okruženju. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 26(1), 59-78.
45. Vidak, I. (2014). Facebook, komunikacija 21. stoljeća. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 5(1), 48-52.
46. Volarević, M., & Bebić, D. (2013). Društvene mreže kao izvor vijesti u najgledanijim središnjim informativnim emisijama u Hrvatskoj. *Medijske Studije= Media Studies*, 4(8), 60-75.
47. Izvor s World Wide Weba. Zadnja posjeta: 06.09.2019. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>