

# Društveni mediji kao informacijski izvori za mlade

---

Stepić, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:142:252149>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-10**



**FILOZOFSKI FAKULTET**  
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Preddiplomski studij informatologije

Sara Stepić

**Društveni mediji kao informacijski izvori za mlade**

Završni rad

Mentor: izv.prof.dr.sc. Ivana Martinović

Osijek, 2023.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za informacijske znanosti

Preddiplomski studij informatologije

Sara Stepić

**Društveni mediji kao informacijski izvori za mlade**

Završni rad

Društvene znanosti, polje informacijske i komunikacijske znanosti, grana knjižničarstvo

Mentor: izv.prof.dr.sc. Ivana Martinović

Osijek, 2023.

## **Sažetak**

U ovome radu obuhvatit će se tema društvenih medija. Pokrit će se njihova definicija na temelju relevantne literature, povijest i razvoj i slično. U dvadeset i prvome stoljeću svijet je prepun informacijskih medija, društvenih mreža i sl., što zapravo znači da je ljudima puno lakše doći do informacija nego u prošlosti. Tome može svjedočiti gotovo svatko i vjerojatnost je da svi imaju iskustva sa brzim pronalaskom potrebnih informacija. Isto tako, koliko lako je doći do relevantnih informacija, tako je gotovo jednako lako doći i do onih krivih. U prošlosti nije bilo računala, nije bilo mobilnih telefona, radija-zapravo svih društvenih medija koji nas sad okružuju. Sama činjenica da su pojedinci okruženi tolikim medijima može se, a i ne mora, zaključiti da je dolazak do bilo kakve informacije vrlo jednostavan. Također, rad će isto tako proučavati mlade i kako oni koriste društvene medije jer su oni u ovo doba većinski primarni izvor informacija za njih. Spominjat će se većinski društvene mreže, odnosno društveni mediji. Naglasak će biti na tome jer se kroz rad jasno može zaključiti da je to u današnje vrijeme primarni izvor mladima. Jesu li im društveni mediji primarni izvor, znaju li razlikovati uopće koji su relevantni izvori od onih koji nisu.

**Ključne riječi:** društveni mediji, informacije, izvor informacija, mladi i društveni mediji.

## **Sadržaj**

<b>1. Uvod.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Društveni mediji – definicija .....</b>	<b>2</b>
<b>2.1. Povijest društvenih medija .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Društveni mediji kao izvori informacija .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. Društveni mediji kao vjerodostojni izvori .....</b>	<b>8</b>
<b>4. Mladi kao korisnici društvenih medija kao izvora informacija.....</b>	<b>9</b>
<b>4.1. Uporaba društvenih medija kod mladih .....</b>	<b>10</b>
<b>5. Zaključak .....</b>	<b>13</b>
<b>Literatura .....</b>	<b>14</b>

# 1. Uvod

Društveni mediji popularizirani su zadnjih dvadesetak, čak i više. To možemo potvrditi nastankom HTML-a, CSS-a i ostalih alata koji su potrebni za kreiranje web stranica, aplikacija i svih populariziranih medija danas.<sup>1</sup> Kada bi se vratili u prošlost ljudima bi takvi izvori informacija bili nepoznati. Aplikacije poput Facebooka, Instagrama, YouTubea, Tindera i sl. u prošlosti bi, tadašnjem pojedincu, možda to bilo neprihvaljivo i smatrao bi ih lošim izvorom informacija. Ljudi su naučeni na evoluiranje s godinama, ljudska vrsta spremna je na adaptaciju i prihvaćanje nečega na što nisu naviknuli. Zbog toga u današnje vrijeme postoji toliko razvijen IT svijet koji nam je omogućio razne aplikacije i mrežne izvore koji su neiscrpan izvor informacija. Prikupljanje znanja, razmišljanje izvan okvira, skupljanje različitih informacija s različitih informacijskih izvora potiče daljnji rast i razvoj pojedinca i njegove okoline. Važno je naglasiti kako je bitno znati razlikovati dobru informaciju od loše te razlikovati dobar izvor informacija od lošeg, a to bi pogotovo trebali razlikovati mladi jer su oni ti koji će biti jednog dana izvor informacija sebi, a i drugima. Lažne informacije su učestale i danas je, ponekad, teško pronaći točnu informaciju. Društveni mediji danas imaju važnu ulogu u životu mladih i perspektivnih ljudi. Kao što je već ranije spomenuto, oni su nepresušan izvor informacija koje mogu koristiti u obrazovne svrhe, ali i onih informacija koje ne služe u pozitivne svrhe. Društveno gledano, mediji su vodeći izvor informacija kojim mladi lako barataju, a zbog toga postoje i dobri razlozi. Naime, jedan od vodećih razloga je taj da današnja mladost pripada takozvanoj „Generaciji Z“, koja se smatra prvom digitaliziranom generacijom, odnosno generacijom koja se zaista koristi digitalnim izvorima informacija.<sup>2</sup> Usto, društveni mediji često znaju informacije učiniti zabavnima, lakši su za korištenje jer rade na principu algoritama koji nerijetko predlažu pojedincu daljnje izvore informacija o nekoj drugoj temi koja je bila povezana s onom koja je prethodno bila pretražena. Ukratko, može se reći kako društveni mediji danas mogu poslužiti kao vrlo dobar izvor informacija i vijest, ali naravno – kao i svaki

---

<sup>1</sup> W3C. Tim Berners Lee. A proposal. URL: [The original proposal of the WWW, HTMLized \(w3.org\)](#) (15-09-2023)

<sup>2</sup> Pew Research Center. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (20-08-2021)

drugi izvor nije možda uvijek točan, ovisno o drugim faktorima kao što su pretraživanje, relevantnost izvora, točnost dobivenih informacija, itd.

## 2. Društveni mediji – definicija

Društvene medije možemo opisati kao nove medije, odnosno kao suvremene medije. Zastarjeli mediji su mediji koji su se koristili prije više od petnaest godina pa na dalje. U tu vrstu medija pripadaju radio, televizija, tiskani izvori, to jest tiskani mediji i sl.<sup>3</sup> Dakle, suvremeni ili novi mediji su svi mediji kojima smo okruženi danas: pametni telefoni, laptopi, pametni satovi, televizija i ostale nove i slične tehnologije. Upravo ti navedeni mediji nam donose razne informacije. Kroz povijest svaki od tih tehnologija imao je svoju ulogu, što će kasnije tokom teksta biti i navedeno.<sup>4</sup> Tehnologija koja napreduje iz godine u godinu, omogućila je stvaranje virtualnih svjetova i razvoj medija. Neki od virtualnih svjetova postali su medijski izvori, točnije izvori informacija, a to ih je ujedino i učinilo novim medijskim izvorima. Pojam društvenih medija je zapravo širok i dijeli se prema sadržajima. Postoje platforme poput Linkedina, Facebooka koje se temelje na umrežavanju, zatim postoje platforme na koje pojedinci sami mogu stavljati svoj sadržaj koji može biti u obliku slike, videa i sl. (YouTube, Instagram), zatim postoje portali namjenjeni kupovanju (Asos) te web stranice čiji su sadržaj razne igrice.<sup>5</sup> Sve društvene mreže koje su u današnje vrijeme dostupne postale su medijski izvori. Neke društvene mreže koje se mogu smatrati izvorima su: YouTube, Wikipedia, Facebook, itd.<sup>6</sup> Prema istraživanju Reutersovog instituta, društvene mreže se počinju sve više koristiti u svrhu pronalaska informacija, a društvena mreža Facebook jedna je

---

<sup>3</sup> Kilinca, Emin. Tarmanb, Bulent. Yussupova, Saule. // Research in Social Sciences and Technology, vol. 8 (2023). The Association between College Students' Participation Behavior and Social Media Use. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1389082.pdf> (15-09-2023)

<sup>4</sup> Sajithra, K, Dr. Patil, Rajindra. Social Media – History and Components. // Journal of Business and Management, Vol 7 (2013). URL: <https://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol7-issue1/I0716974.pdf?id=5311> (15-09-2023)

<sup>5</sup> Kilinca, Emin. Tarmanb, Bulent. Yussupova, Saule. // Research in Social Sciences and Technology, vol. 8 (2023). The Association between College Students' Participation Behavior and Social Media Use. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1389082.pdf> (15-09-2023)

<sup>6</sup> Isto.

od vodećih mreža koja pojedincu pruža brz i lako dostupan izvor informacija.<sup>7</sup> Što se tiče poblize definicije društvenih medija, ona je zapravo vrlo jednostavna. Medij je sve ono što pojedincu pruža određene informacije, a društveni mediji su svi oni mediji koji su poplazarizirani u današnje doba. Drugi naziv za društvene medije jest „društvene mreže“. Prema Cambridge Dictionary društvene mreže su internetske stranice i programi koji ljudima omogućavaju komunikaciju koja se vrši putem računala ili mobilnog uređaja.<sup>8</sup> Nadalje, važno je i definirati pojam masovnih medija, koji su danas sve češći. Masovni mediji su svi mediji koji pružaju određene informacije ili vijesti velikom broju ljudi, zbog čega i imaju naziv masovni mediji. To su sredstva koja se koriste u svrhu masovnog priopćavanja.<sup>9</sup> Prema djelu Leva Manovicha („Novi medijski čitatelj“) on medije definira prema različitim osam teza:

1. Novi mediji i cyberkultura – Cyberkultura jest pojam koji je povezan uz mrežne komunikacije, dok su novi mediji okrenuti prema paradigmama.
2. Novi mediji i računalna tehnologija – mediji koriste tehnologiju kako bi javnosti predstavili sadržaj.
3. Novi mediji, digitalni podaci, software – nove medije se definira kao digitalnim podacima kojima se može manipulirati.
4. Novi mediji, postojeće kulturalne konvencije i softverska konvencija – stari i novi mediji nadopunjavaju jedni druge.
5. Novi mediji kao estetika – pojava različitih strategija, koje trebaju biti imenovane.
6. Novi mediji kao brži algoritmi – računala se smatraju bržim digitronima.
7. Metamedij – upravljanje, manipuliranje informacijama kako bi se postigao kvalitetniji efekt.
8. Novi mediji nakon Drugog svjetskog rata.<sup>10</sup>

Moglo bi se reći kako je u povijesti svako doba imalo različitu vrstu društvenih medija koje zapravo možemo definirati kao komunikaciju između ljudi, ali i komunikacija između ljudi i sustava jer su danas mediji napredovali do te mjere da se algoritmi slažu po onome što korisnik

---

<sup>7</sup> Levy, David A. L. Istraživanje Reutersovog instituta: Društvene mreže postaju sve važniji izvor vijesti. URL: <https://www.hnd.hr/istrazivanje-reutersovog-instituta-drustvene-mreze-postaju-sve-vazniji-izvor-vijesti> (15-09-2023)

<sup>8</sup> Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media> (20-08-2021)

<sup>9</sup> Ružić, Vlatka. Šimić, Marta. Utjecaj masovnih medija na politiku. URL: [ruzic\\_9.doc](ruzic_9.doc) (live.com) (15-09-2023) provjeriti koji interpunkcijski znak se stavlja između dva autora.

<sup>10</sup> Đukić, Sebastijan. Društveni mediji – najjači mediji sadašnjice. // Dabar, diplomski rad (2018). URL: <https://repozitorij.unios.hr/en/islandora/object/aukos%3A138> (15-09-2023)



pretražuje i koje stranice posjećuje te što radi na njima. Ukratko, društvene medije se može definirati kao komunikacijski kanal i izvor informacija, ne samo za mlade, već i za stariju populaciju.

## 2.1. Povijest društvenih medija

Povijest društvenih medija jako je širok pojam koji je nastao 1970-ih i 1980-ih godina prošlog stoljeća. 1970-ih i 1980-ih u svijetu se pojavljuju prva računala, ali prije toga dolazi do osnivanja prvog telegrafa, koji je primjer današnjih SMS poruka, Messengera, Whatsappa ili bilo kojeg drugog društvenoga medija kojega koristimo u svrhu izvora informacija ili u svrhu zabave. Telegraf je izmišljen 1844. godine i koristio se u svrhu prenošenja poruka u obliku točkica (Morsova abeceda).<sup>11</sup> Nakon toga dolazi do prvih primjera računala, koja baš i ne sličje onima danas koje imamo, a naziv prvog računala bio je ENIAC.<sup>12</sup> Naime, sedamdesetih i osamdesetih godina prošlog stoljeća dolazi do globalizacije te se računala prvo koriste u svrhe programiranja, zatim se rade igrice, a nakon toga nastaje World Wide Web (1990-ih) i računala postaju jedan od vodećih medija.<sup>13</sup> Medije možemo izravno povezati s mrežnim stranicama koje su zapravo jedan od glavnih izvora relevantnih, ali i onih manje relevantnih informacija. Prva mrežna stranica (web stranica) nastala je 1994. godine, a njezin naziv bio je Geocities. Mrežna stranica omogućivala je korisnicima da sami kreiraju svoje web stranice, grupirajući ih, itd.<sup>14</sup> Masovni mediji nastaju ranih 2000-ih godina, kada je World Wide Web postao poznat na svjetskoj razini, organizira se E-učenje koje bi pomoglo korisnicima koristiti Internet, nakon čega dolazi do nastanka društvenog softvera te pojava otvorenog pristupa informacijama.<sup>15</sup> Modernizacija i poboljšanje tehnologije dovelo je do nastanka masovnih medija, što su danas glavni izvori informacija.

---

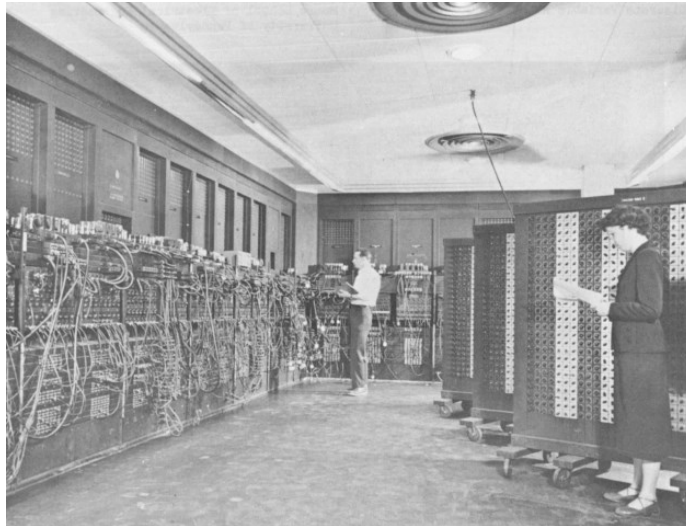
<sup>11</sup> Maryville University. The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next? URL: <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/#history> (15-09-2023)

<sup>12</sup> Wikipedija. Slobodna Enciklopedija. ENIAC. URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/ENIAC>

<sup>13</sup> Leionen, Teemu. Designing Learning Tools; Methodological Insights. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11661/isbn9789526000329.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>14</sup> 1stWebDesigner. The History of Social Networking: How It All Began! URL: <https://1stwebdesigner.com/history-of-social-networking/> (2023-06-05)

<sup>15</sup> Isto.



Slika 1. Prikaz ENIAC-a.

Izvor: <https://www.hiddenbehindhardware.com/gallery.html>

Ranije je kroz rad opisana gotovo cjelokupna povijest društvenih mreža. Trebali bi se naglasiti „noviji“ društveni mediji, oni nastali prošloga stoljeća. Prvi društveni medij koji je služio kao izvor informacija bio je BBS. BBS jest elektronička oglasna ploča (*eng. Bulletin Board System*) koja je nastala krajem sedamdesetih godina prošloga stoljeća. BBS koristio se kao novi način komunikacije i izvora informacija između ljudi tog doba.<sup>16</sup> Nakon toga dolazi do nastanka CompuServe and AOL (America Online), servis na internetu nastao 1969. godine. Sustav je omogućio slanje prvih mailova te se smatra prvom tehničkom podrškom koja se javila u svijetu.<sup>17</sup> CompuServe je u svojim počecima bio samostalna platforma, odnosno sustav te se spaja sa Americom Online (AOL) 1998. godine, gdje mu popularnost samo još više raste.<sup>18</sup> Ranije u tekstu, spominjao se nastanak prvih mrežnih stranica. Prvom mrežnom stranicom smatra se SixDegrees.com koja je nastala 1997. godine. To je bila prva stranica koja je omogućavala korisnicima međusobnu komunikaciju i omogućavala im postavljanje fotografija na profil. Radila je na principu elektroničke oglasne ploče (BBS), ali nažalost, stranica se isključila 2001. godine.<sup>19</sup> Friendster je društvena platforma, odnosno društvena mreža koja se pojavljuje nakon SixDegrees.com, to je platforma koja je nastala 2002. godine i omogućavala

---

<sup>16</sup> Ward, Christensen. Suess, Randy. Hobbyist Computerized Bulletin Board. (1978). URL: <https://vintagecomputer.net/cisc367/byte%20nov%201978%20computerized%20BBS%20-%20ward%20christensen.pdf> (09-06-2023)

<sup>17</sup> CompuServe. URL: <https://www.compuserve.com/home/about.jsp> (09-06-2023)

<sup>18</sup> Isto.

<sup>19</sup> iTECHPOST. URL: <https://www.itechpost.com/articles/110722/20220517/know-first-social-media-site-sixdegrees-com.htm> (09-06-2023)

je svojim korisnicima da kreiraju profile, komuniciraju, povezuju se s prijateljima.<sup>20</sup> Nakon Friendstera pojavljuje se nova mrežna stranica koja pobuđuje interes mladih, a nazvana je MySpace. To je bila mrežna stranica na kojoj su korisnici mogli izrađivati personalizirane profile, a nastala je 2003. godine. Popularnost MySpacea nije trajala dugo, naime, pojava Facebooka srušila je popularnost MySpacea kod mladih. Facebook je osnovao Mark Zuckerberg 2004. godine. Facebook je omogućavao mladima puno bolji i zanimljiviji pristup informacijama. Mogle su se učitavati slike na stranicu, videi, dijeliti raznorazne poveznice (URL), itd.<sup>21</sup> Nakon pojave Facebooka, pojavljuje se nova vrsta društvenog medija, odnosno, društvene mreže: Twitter. Twitter je nastao 2006. godine i većinom je popularan u Sjevernoj Americi i omogućava brži i globalniji način rada od Facebooka. Njegovu popularnost pomalo ruši nastanak Instagrama 2010. godine. Instagram je platforma na kojoj korisnici mogu isključivo objavljevati i gledati razne slike i video uratke. Aplikacija se bazira na slikama i videima, a ne na tekstu. Omogućeno je povezivanje s drugim ljudima te dopisivanje s istim. Također, Instagram nudi i mogućnost saznavanja pozamašnog broja informacija, koje nisu možda čak ni toliko relevantne. Zadnja popularna aplikacija izašla je 2016. godine, a naziva se TikTok; aplikacija je poznata po tome što se bazira na video uradcima, a korisniku se videouratci prikazuju na principu algoritma-odnosno, oni videi na kojima se korisnik najviše zadrži ostat će zapamćeni te će se korisniku u budućnosti pojavljivati video uratci slični tome.<sup>22</sup>

### **3. Društveni mediji kao izvori informacija**

Kao što je i ranije definirano, društveni medij je sve ono što osobi pruža nekakvu vrstu informacija. Također, društvene medije se naziva i društvenim mrežama. Kako bi se moglo doći do informacija koliko se koriste društvene mreže kao izvor informacija, najbolje je pogledati analitike određenih mrežnih stranica/aplikacija. Prema članku Finding Experts Using Social Network Analyses, društveni mediji često koriste različite algoritme kako bi omogućili

---

<sup>20</sup> Grbavac, Jacinta; Grbavac, Vitomir. Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. URL: <https://hrcak.srce.hr/en/clanak/188969> (09-06-2023)

<sup>21</sup> Isto.

<sup>22</sup> March, Laura. Arnsberg, Emily. Social Media Representations of Makerspaces. URL: [Social Media Representations of Makerspaces](#) (15-09-2023)

lakši pristup informacijama.<sup>23</sup> Cilj društvenih mreža jest omogućiti bolju komunikaciju između dvoje ili više pojedinaca. Nadalje, E-mail je također jedan od društvenih medija koji može korisniku pružiti nekakve informacije, isto tako, E-mail je i jedna vrsta online komunikacije između korisnika i prema članku, algoritmi su se izgrađivali upravo pomoću mailova i online komunikacije između korisnika.<sup>24</sup> Osim društvenih mreža, novim medijima smatra se i televizija, koja nije više toliko popularna za pronalazak relevantnih informacija, a nije ni toliko popularizirana među mladima kao društvene mreže. Danas se društveni mediji, osim za širenje znanja i informacija, često koriste u svrhe razmjenjivanja poruka, pisanje blogova, postavljanje fotografija, snimanja videa i tako dalje – a to ujedno možemo i nazvati širenjem informacija, iako možda u većini slučajeva takve informacije i nisu relevantne.<sup>25</sup> Društveni mediji, društvene mreže, mogu biti izvori informacija, ali važno je razaznati relevantne informacije od onih irelevantnih. Tome treba pridodati pažnju jer je Internet svjetski sustav računalno povezanih mreža, zbog čega svatko tko ima računalo i mrežu-ima pristup Internetu gdje može postavljati informacije koje mogu i ne moraju biti točne. Ako se traže relevantne informacije, najbolje je provjeriti koji su to relevantni izvori na Internetu. Najbolje se osloniti na određene baze podataka koje sadržavaju relevantne članke, neke od njih su: Hrčak, Eric, PubMed, itd. Isto tako, relevantni izvor mogu biti i službene mrežne stranice neke određene organizacije, ustanove, osobe i slično. Isto tako, u relevantne izvore možemo i svrstati online enciklopedije, rječnike. Sve to možemo povezati sa pojmom IR (Information Retrieval) koji zapravo znači „povrat informacija“, mogućnost povratka pojedinih ranije dokumentiranih birnih zapisa, informacija ili dokumenata.<sup>26</sup> Uz istinitost, relevantnost, podataka i izvora možemo povezati fake news. Prema članku The spread of true and false news online iz 2018. godine, neistina se širi puno brže od istine-pa je tako čak prošireno otprilike 126000 neistinih informacija od otprilike tri milijuna ljudi.<sup>27</sup> Kako bi se odredila točnost određene informacije koju korisnik traži, trebalo bi pratiti idućih nekoliko koraka (procjena na temelju rada Khadija Munawar Hussaina, Ghulam Murtaza Rafiquea i Muhammad Asif Naveeda): Popratiti istinite (relevantne

---

<sup>23</sup> Yupeng Fu, Rongjing Xiang, Yiqun Liu, Min Zhang, Shaoping Ma. Finding Experts Using Social Network Analyses. URL: [\(PDF\) Finding Experts Using Social Network Analysis \(researchgate.net\)](#) (21-08-2023)

<sup>24</sup> Isto.

<sup>25</sup> Kyung-Sun Kim, Sei-Ching Joanna Sin, and Eun Young Yoo-Lee. Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16371/17817>

<sup>26</sup> Saračević, Tefko. The Notion of Relevance in Information Science. URL: [\(PDF\) The notion of relevance in information science \(researchgate.net\)](#) (

<sup>27</sup> Science. The spread of true and false news online. URL: <https://www.science.org/doi/full/10.1126/science.aap9559> (11-06-2023)

izvore) – pojedinac koji često koristi društvene medije kao relevantne izvore trebao bi se osvrnuti o istinitosti izvora, obratiti pozornost na lažne vijesti (fake news), provjeriti potencijalno netočne informacije i slično, kako bi mogao biti siguran/sigurna da su informacije zaista točne. Nakon toga predlaže se koristiti što više različitih izvora i platformi – uz ovu praksu, osoba ima pristup većem dijelu informacija, ali isto tako treba uzeti u obzir relevantnost različitih izvora, kao što je navedeno ranije jer ne mora svaki izvor nužno biti dobar, valjan. Treći korak bi bilo kritičko razmišljanje – kako bi se pronašao točan izvor informacija na društvenim medijima, potrebno je i kritičko razmišljanje. Kritičko razmišljanje i čitanje informacija (dokumenta, teksta) sa razumijevanjem omogućuje kvalitetnu procjenu određenog izvora informacija. Ponekad izvori informacija mogu biti relevantni, ali i subjektivni, a to se (u većini slučajeva) smatra nečim lošim. Kako bi rad zaista bio kvalitetan, potrebna mu je objektivnost i točnost.<sup>28</sup>

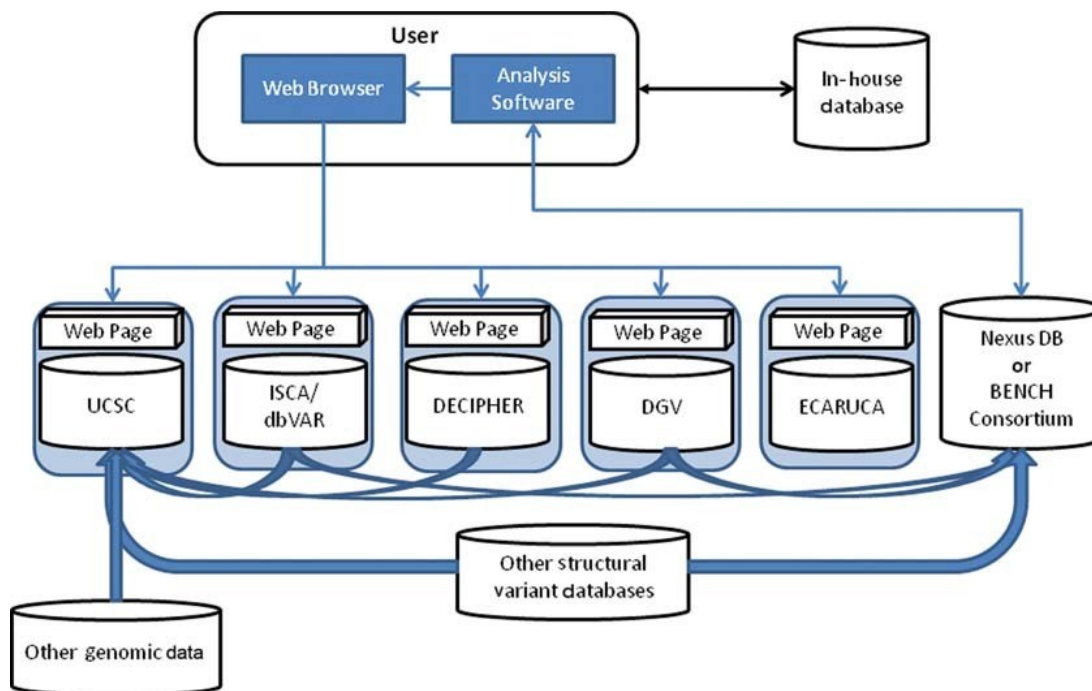
### **3.1. Društveni mediji kao vjerodostojni izvori**

Najbolji alat za procjenu točnosti jest dobro pretražiti samog autora teksta ili jednostavno posjetiti baze podataka koje su danas vrlo popularne među studentima, a to se može potkrijepiti kurikulumom raznih fakulteta. Dobri izvori informacija mogu biti i razne domene koje predstavljaju nekakvu firmu, organizaciju, osobu. Mladi su danas upoznati sa mnogo baza podataka, koje su (u većini slučajeva) točne, precizne i prepune raznih informacija. Prema tekstu iz Human Genome Variation Society časopisa, baze podataka i relevantnost imaju dosta korelacija, a to je prikazano u shemi:<sup>29</sup> Neke od najznačajnijih i najpoznatijih baza podataka, prema članku talijanskog fakulteta, su: INSPEC, WoS, DBLP, Scopus i Google Scholar (Google Znalac). Uspoređujući navedene baze podataka, došlo se do spoznaje da WoS, INSPEC i Scopus imaju bolje indeksirane i kvalitetnije bibliografske jedinice.

---

<sup>28</sup> Usp. Hussain, Khadija Munawar. Rafique, Ghulam Murtaza. Naveed, Muhammad Asif. Determinants of social media information credibility among university students. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133323000848> (16-08-2023)

<sup>29</sup> De Leeuw, Nicole. Diagnostic interpretation of array data using public databases and internet sources. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/humu.22049> (16-08-2023)



Slika 2. Shema povezanosti relevantnih informacija i baza podataka (*Schematic representation of possible connections between databases and Internet resources that can be used to optimize the quality and speed of array data interpretation. See text for details on the various resources.*)

#### 4. Mladi kao korisnici društvenih medija kao izvora informacija

Može se zaključiti kako je 21. stoljeće stoljeće tehnologije i elektronike pa se može reći kako su društveni mediji svuda oko nas i da ih gotovo svakodnevno koristimo. Mlađe generacije, a i one starije. Kao što je i ranije spomenuto, mladi danas društvene medije koriste u različite svrhe, obrazovne svrhe i one koje ne spadaju u to. Što se tiče obrazovnih svrhi, dokazano je kako učenici i studenti sve češće koriste medijske, odnosno digitalne izvore

informacija.<sup>30</sup> U članku „Teens, Social Media & Technology 2018“ navodi se kako adolescenti najviše koriste mrežne stranice poput YouTubea, Instagrama i Snapchata dok Facebook koriste znatno manje, što je promjena u odnosu na prošle godine. Nadalje, provodila se i anketa o tome kako se mladi osjećaju na društvenim mrežama. Većina ih je odgovorila kako im je svejedno, mladih koji su odgovorili da utječe pozitivno na njih 31%, a onih na koje negativno utječe ima 24%.<sup>31</sup> Osim Snapchata, Instagrama i Facebooka, u zadnjih godinu dana velika pozornost skrenula se prema društvenoj mreži pod nazivom TikTok, naime, čak 60% korisnika TikToka su mladi ljudi, odnosno Generacija Z<sup>32</sup>. Iako nije tema rada, društveni mediji mogu koristiti i kao loš izvor informacija za mlade. Prema rezultatima istraživanja *Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review*, u kojemu su sudjelovali mladi od 13 do 17 godina, mnogo njih ima poteškoća sa prihvaćanjem sebe, zbog čega su (uglavnom) krivi društveni mediji. Mnogo mladih izloženo je lažnim standardima ljepote, stila života, online maltretiranju i drugim lošim utjecajima, zbog čega se mogu stvoriti razni psihički problemi kod mladih ljudi. Propagiranje takvih standarda na društvenim medijima ne može se u potpunosti nazvati lažnim vijestima (ranije navedenim u tekstu), ali može se definirati kao izloženost lošim društvenim izvorima informacija koji su mladima puno pristupačniji, a i primamljiviji od onih zaista relevantnih izvora informacija koji zasigurno mlade ljude, a i one starije, ne bi navelo na negativna razmišljanja i ne bi dolazilo do zasićenja informacijama, što se u današnje doba često dogodi.<sup>33</sup>

#### 4.1. Uporaba društvenih medija kod mladih

Koristeći se pronađenom literaturom, između mladih najviše se kao relevantan izvor koristi Wikipedija, koja je, prema informacijskim stručnjacima vrlo loš izvor informacija. Osim

---

<sup>30</sup> Kyung-Sun Kim, Sei-Ching Joanna Sin, and Eun Young Yoo-Lee. Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16371/17817> (15-09-2023)

<sup>31</sup> Anderson, Monica. Teens, Social Media&Technology 2018. URL: <http://publicservicesalliance.org/wp-content/uploads/2018/06/Teens-Social-Media-Technology-2018-PEW.pdf>

<sup>32</sup> TikTok Statistics. URL: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>

<sup>33</sup> Popat, Anjali. Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13591045221092884> (16-08-2023)

Wikipedije, na drugo mjesto dolaze društvene mreže poput Facebooka i sličnih mrežnih stranica, a nakon toga stranice poput Amazona. Na ostalim mjestima su videi, to jest mrežne stranice poput YouTubea, stranice koje uključuju postavljanje pitanja na koja zatim stižu odgovori (Yahoo!), razni blogovi, a onda društvene platforme kao što je Twitter.<sup>34</sup>

<b>Rank</b>	<b>Platform of Social Media</b>	<b>Percent of Users</b>
1	Wikipedia	98.6%
2	Social Networking Sites (for example, Facebook)	95.7%
3	User Reviews (such as reviews in Amazon.com)	72.1%
4	Video Sharing Sites (like YouTube)	69.5%
5	Social Q&A Sites (for instance, Yahoo!Answers)	49.8%
6	Blogs	32%
7	Microblogs (example: Twitter)	25%

Slika 3. Tablični prikaz korištenja mrežnih izvora

Prema statistici koja precizira korištenje najosnovnijih društvenih medija iz 2019. godine saznaje se da na 7.8 milijardi stanovnika njih čak 4.45 milijardi koristi/posjeduje Internet, a aktivnih ljudi na društvenim medijima/mrežama 3.725 milijardi. Također, 81% adolescenata je sretnije kada je na društvenim mrežama, a prema Brandwatchu utjecaj društvenih mreža na mlade je trivijalan. Prema većinskom djelu istraživanja, medijske platforme poput Facebooka nerijetko su korištene u svrhu zabave, a ne edukacije ili prikupljanja relevantnih izvora informacija.<sup>35</sup> U konačnici se može zaključiti kako mladi društvene mreže koriste isključivo u svrhu zabave, a ne toliko znanja, ali to ne znači da se na Internetu ne mogu pronaći relevantni sadržaji. Naprotiv, većina učenika/studenata danas se koristi različitim bazama podataka kako bi došli do određene informacije, što je zapravo brži i lakši način dolaska do potrebne informacije od odlaska u knjižnicu. Kao što je i ranije spomenuto, u današnje vrijeme, prema članku Undergraduates' Use of Social Media as Information sources, mladi danas, nažanost

<sup>34</sup> Kim, Kyung-Sun. Joanna Sin Sei-Ching. Yoo-Lee, Eun Young. Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16371/17817> (15-09-2023)

<sup>35</sup> Moll, Rachel. Nielsen, Wendy. Development and validation of a social media and science learning survey. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21548455.2016.1161255?needAccess=true> (15-09-2023)



uglavnom za izvore koriste često nerelevantne informacijske izvore. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gdje gotovo svaki pojedinac može izraziti svoje mišljenje i svoj stav, što je u većini slučajeva vrlo loše i nije vjerodostojno, kao što je i ranije napisano da je za razlučivanje relevantnih informacija od onih irelevantnih važno dobro procijeniti je li autor subjektivan ili objektivan, dobro provjeriti i proučiti sam izvor. Kada bi se provjeravali izvore koje mladi koriste danas za izvore informacija Wikipedija bi se mogla opisati kao otvoreni pristup informacijama, što bi ustvari značilo da svatko ima pristup informacijama, a isto tako njima može upravljati – odnosno ispravljati tuđe informacije, a možda potencijalno i pisati pogrešne. Koristi se vrlo jednostavno, u tražilicu se upiše traženi pojam, nakon čega se stisne tipka enter i među prvim rezultatima pretraživanja preglednika nudi se poveznica na Wiki stranicu tog pojma.<sup>36</sup> Drugi po redu su društvene mreže, društveni mediji kao što je Facebook, Twitter, Instagram i slično. Društvene mreže, kao što je i ranije napisano su upitan izvor vjerodostojnih informacija, to su platforme na kojemu pojedinac radi svoj profil/stranicu gdje se rijetko mogu pronaći relevantne informacije, uz izuzetke kompanija, organizacija, tvrtki, itd. kojima društvene mreže služe kao način predstavljanja svog proizvoda, usluge ili vijesti. Kao primjer može se dati stranica neprofitne organizacije „Artiva“ iz Vinkovaca koja bi mogla biti relevantan izvor za mlade koje zanima umjetnost i žele se na neki način iskazati.<sup>37</sup> Sljedeći izvor informacija su recenzije, odnosno, iskustva i komentari na određenim mrežnim mjestima. Često su to recenzije i komentari ljudi koji su, na primjer, koristili nekakav proizvod, uslugu te na mrežnoj stranici tog proizvoda ili usluge ostave svoju recenziju i komentar na njega. Na četvrtome mjestu su mrežna mjesta kojima su primarni izvori informacija videi (YouTube, Instagram, TikTok). Na ovakvim mjestima može se pronaći kvalitetnih informacija, ali isto kao i ostali izvori – otvorenog je pristupa pa se često korisnik mora provjeravati vjerodostojnost videa kojeg gleda. Nakon toga dolaze stranice namijenjene pitanjima i odgovorima. Prvi korisnik postavi pitanje, a drugi odgovara (npr. Yahoo!). Blogovi su također nepouzdan izvor informacija, često znaju biti subjektivna razmišljanja određenih pojedinaca, isto tako radu *Online Information Sources of Political Blogs* navodi se da je tek samo 15% izvora ne vodi na primarne informacijske izvore.<sup>38</sup> Na posljednjem mjestu nalaze se mikroblogovi kao što je Twitter. Twitter su subjektivna mrežna mjesta gdje svaki pojedinac, ustanova, organizacija i

---

<sup>36</sup> Milne, David. H. Witten, Ian. An open-source toolkit for mining Wikipedia. URL: [An open-source toolkit for mining Wikipedia - ScienceDirect](#) (16-08-2023)

<sup>37</sup> Facebook. Udruga Artiva. URL: <https://www.facebook.com/people/Artiva/100087129187397/> (16-08-2023)

<sup>38</sup> Leccese, Mark. Online Information Sources of Political Blogs. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900908600308> (16-08-2023)

sl. može izraziti svoje mišljenje ili (u rijetkim slučajevima) pružiti relevantne izvore informacija.

## **5. Zaključak**

Proučavajući temu mladih i društvenih medija kao izvora informacija dolazi se do zaključka kako su zapravo društveni mediji doista razvijen izvor informacija. Naravno, najsigurniji pristup točnoj informaciji bilo bi doći do samog izvora, ali Internet nam je pružio mnogih prednosti zbog kojih to čak i nije toliko potrebno kao što je bilo prije (razne baze podataka, mrežne stranice koje mogu pružiti informacije, platforme koje sadrže razne poučne video zapise, i tako dalje). U radu je navedeno kako filtrirati informacije, kako zapravo odvojiti istinito i važno, od onog nevažnog. Kroz ovaj rad trebalo se naglasiti kako je uopće došlo do socijalnih medija koji su svima, a ne samo i mladima, sada postali primarni izvor informacija, nakon čega je fokus bio na tome jesu li te informacije uopće točne, kredibilne. Nakon čega su došli mladi kao tema te njihov odnos prema društvenim medijima, mlađa populacija je, većinski, upoznata sa Internetom te im je u većini slučajeva puno lakše razaznati bitno od nebitnog te im je puno jednostavnije pronaći relevantne izvore koji će ih dovesti do točnih i potrebnih informacija. Osvrćući se na izvore koji su iskorišteni tokom pisanja ovog rada, moglo bi se reći da je zapravo za mlade najbolji izvor (barem u znanstvene svrhe) razne znanstvene baze podataka ili poveznice do izvorne stranice određenog sadržaja na Internetu koji nas zanima. Naravno, baze podataka nisu jedini relevantni izvori na društvenim medijima. Tu postoje i razne Internetske domene i slično. Ostali izvori često znaju biti nevjerodostojni, a dokazano je da čak i poneki mogu utjecati na mentalno zdravlje mladih ljudi, ovisno o izvoru, a danas mladi većinski koriste one koji nisu toliko kvalitetni. Dakle, društveni mediji kao izvor informacija za mlade može biti vrlo koristan, pristupačan i točan, sve dok pojedinac zna kako pretraživati, koje baze podataka koristiti te kako filtrirati važno od nevažnog.

## Literatura

1. 1stWebDesigner. The History of Social Networking: How It All Began! URL: <https://1stwebdesigner.com/history-of-social-networking/> (05-06-2023)
2. Anderson, Monica. Teens, Social Media&Technology 2018. URL: <http://publicservicesalliance.org/wp-content/uploads/2018/06/Teens-Social-Media-Technology-2018-PEW.pdf> (16-08-2023)
3. CompuServe. URL: <https://www.compuserve.com/home/about.jsp> (09-06-2023)
4. De Leeuw, Nicole. Diagnostic interpretation of array data using public databases and internet sources. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/humu.22049> (16-08-2023)
5. Đukić, Sebastijan. Društveni mediji – najjači mediji sadašnjice. // Dabar, diplomski rad (2018). URL: <https://repozitorij.unios.hr/en/islandora/object/aukos%3A138> (15-09-2023)
6. Grbavac, Jacinta; Grbavac, Vitomir. Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. // Media, culture and public relations, Vol. 5 No. 2, (2014). URL: <https://hrcak.srce.hr/en/clanak/188969> (09-06-2023)
7. Hussain, Khadija Munawar. Rafique, Ghulam Murtaza. Naveed, Muhammad Asif. Determinants of social media information credibility among university students. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133323000848> (16-08-2023)
8. iTECHPOST.URL:<https://www.itechpost.com/articles/110722/20220517/know-first-social-media-site-sixdegrees-com.htm> (09-06-2023)
9. Kilinca, Emin. Tarmanb, Bulent. Yussupova, Saule. // Research in Social Sciences and Technology, vol. 8 (2023).The Association between College Students` Participation

Behavior and Social Media Use. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1389082.pdf> (15-09-2023)

10. Kim, Kyung-Sun. Joanna Sin Sei-Ching. Yoo-Lee, Eun Young. Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16371/17817>(15-09-2023)

11. Leccese, Mark. Online Information Sources of Political Blogs. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900908600308> (16-08-2023)

12. Leionen, Teemu. Designing Learning Tools; Methodological Insights. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11661/isbn9789526000329.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (05-06-2023)

13. Levy, David A. L. Istraživanje Reutersovog instituta: Društvene mreže postaju sve važniji izvor vijesti. URL: <https://www.hnd.hr/istrazivanje-reutersovog-instituta-drustvene-mreze-postaju-sve-vazniji-izvor-vijesti> (15-09-2023)

14. March, Laura. Arnsberg, Emily. Social Media Representations of Makerspaces. URL: [Social Media Representations of Makerspaces](#) (15-09-2023)

15. Maryville University. The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next? URL: <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/#history> (15-09-2023)

16. Milne, David. H. Witten, Ian. An open-source toolkit for mining Wikipedia. // Artificial Intelligence, vol. 194 (2013). URL: [An open-source toolkit for mining Wikipedia - ScienceDirect](#) (16-08-2023)

17. Moll, Rachel. Nielsen, Wendy. Development and validation of a social media and science learning survey // International Journal of Science Education, Part B (2016). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21548455.2016.1161255?needAccess=true> (15-09-2023)

18. Pew Research Center. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (20-08-2021)
19. Popat, Anjali. Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13591045221092884> (15-09-2023)
20. Ružić, Vlatka. Šimić, Marta. Utjecaj masovnih medija na politiku. URL: [ruzic\\_9.doc \(live.com\)](https://www.live.com/ruzic_9.doc) (15-09-2023)
21. Sajithra, K, Dr. Patil, R. Social Media – History and Components. // Journal of Business and Management, Vol 7 (2013).URL: <https://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol7-issue1/I0716974.pdf?id=5311> (15-09-2023)
22. Saračević, Tefko. The Notion of Relevance in Information Science. URL:  [\(PDF\) The notion of relevance in information science \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net/publication/354111111) (15-09-2023)
23. Science. The Spread Of True And False News online. URL: <https://www.science.org/doi/full/10.1126/science.aap9559> (11-06-2023)
24. Social Media. // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media> (20-08-2021)
25. TikTok Statistics. URL: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/> (16-08-2023)
26. Udruga Artiva. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/people/Artiva/100087129187397/> (16-08-2023)
27. W3C. Tim Berners Lee. A proposal. URL: [The original proposal of the WWW, HTMLized \(w3.org\)](https://www.w3.org/1989/01/21-orig.html) (2023-09-15)

28. Ward, Christensen. Suess, Randy. Hobbyist Computerized Bulletin Board (1978).

URL:

<https://vintagecomputer.net/cisc367/byte%20nov%201978%20computerized%20BBS%20-%20ward%20christensen.pdf> (09-06-2023)

29. Wikipedija. Slobodna Enciklopedija. ENIAC. URL:

<https://hr.wikipedia.org/wiki/ENIAC> (15-06-2023)

30. Yupeng Fu, Rongjing Xiang, Yiqun Liu, Min Zhang, Shaoping Ma. Finding Experts Using Social Network Analyses. URL: [\(PDF\) Finding Experts Using Social Network](#)

[Analysis \(researchgate.net\)](#) (21-08-2023)

