



TEHNIKA I INFORMATIKA U OBRAZOVANJU

4. Internacionalna Konferencija, Tehnički fakultet Čačak, 1–3. jun 2012.

TECHNICS AND INFORMATICS IN EDUCATION

4th International Conference, Technical Faculty Čačak, 1–3rd June 2010.

UDK: 004.738.5

Stručni rad

DRUŠTVENE MREŽE - IZAZOV I MOGUĆNOST ZA OBRAZOVANJE

Branka Arsović¹

Rezime: Fenomen društvenih medija i mreža je zadnjih godina ostavio dubokog traga na celokupno društvo. Potpuno je besmisleno ignorisati činjenicu da društvene mreže, svojim uticajem, zadiru u, i menjaju samu suštinu učenja. Promenama u načinu razmišljanja i delovanja mladih generacija, odraslih uz društvene medije, menja se osnovni stožer obrazovanja – učenik. Već ta činjenica je dovoljna da se preispitaju novi oblici učenja, kao i mogući novi oblici obrazovanja, a samim tim i uloge visokoškolskih institucija u novom obrazovnom okruženju.

Ključne reči: Društveni mediji, društvene mreže, obrazovanje, Facebook, internet

SOCIAL NETWORKS – CHALLENGE AND OPPORTUNITY FOR EDUCATION

Summary: The phenomenon of social media and networks has left a deep mark on the entire society in recent years. It is completely absurd to ignore the fact that social networks, with their influence, affect and change the very essence of learning. Changes in thinking and acting of young generations, who grew up with social media, changing the main pivot of education - the student. But that fact is sufficient for reconsideration of new learning forms, and possible new forms of education. Therefore the role of institutions of higher education in the new environment should be reconsidered, too.

Key words: Social media, Social networks, Education, Facebook, Internet.

1. UVOD

Teško je ne primetiti, ili na neki način ne osetiti uticaj društvenih medija i mreža, naročito popularnih aplikacija kao što su Facebook, Twitter, Wikipedia i YouTube. Krajem 2006. godine, društvene mreže su počele da diktiraju način upotrebe digitalnih tehnologija širom sveta. U svim postojećim aplikacijama, opšti principi društvenih medija su isti – to su internet aplikacije koje se oslanjaju na digitalni sadržaj otvorenog koda, koje su kreirane, kritikovane i prekonfigurisane od strane brojnih korisnika (Selwyn, 2012). Aplikacije društvenih medija omogućavaju korisnicima da komuniciraju jedni sa drugima, da kreiraju,

¹ Mr Branka Arsović, Učiteljski fakultet u Užicu, Univerzitet u Kragujevcu, Trg Svetog Save 36, Užice, E-mail: arsovic@sbb.rs, arsovic@ucfu.kg.ac.rs

uređuju i dele nove oblike tekstualnih, audio-vizuelnih i sadržaja drugih tipova, kao i da kategorizuju, označavaju i preporučuju već postojeće sadržaje. Prema Vikipediji, „društveni mediji su mediji dizajnirani da se šire putem socijalne interakcije, kreirani korišćenjem visoko skalabilnih i pristupačnih tehnika. Društveni mediji predstavljaju korišćenje web-baziranih i mobilnih tehnologija za pretvaranje komunikacije u interaktivni dijalog“. Može se reći da je ključna karakteristika svih društvenih medija praktikovanje „socijalizacije masa“ – tj. unapređivanje uticaja online akcija korisničkih zajednica, a ne pojedinačnih korisnika (Shirky, 2008).

Ekspanzija društvenih medija i mreža proteklih godina transformisala je način na koji većina korisnika doživljava internet. Internet više nije sistem za jednosmernu isporuku podataka, gde pojedinačni korisnici preuzimaju podatke, informacije i druge resurse, nastale u produkciji relativno malog broja dobavljača i autora sadržaja. Umesto toga, internet je sada vođen (i donekle determinisan) aktivnostima običnih korisnika. Dakle, društvena mreža se organizuje značajno drugačije od interneta u cyberspace eri (1990 – 2000. godine). Korisnici društvenih medija posećuju mrežu da bi delili, razmenjivali i procenili, kako prijatelje, kontakte, sadržaje, tako i aktuelna dešavanja. Oni sami stvaraju svoj sadržaj koji dele na društvenim medijima i mrežama, tako da se uloga prosečnog korisnika interneta promenila od običnog konzumenta u kreativnog autora. Taj pomak u ulogama značajno utiče i menja samu viziju interneta. Način na koji je internet zamišljen u budućnosti je svakako veoma drugačiji od vizije od pre 10 godina – otuda potreba stvaranja kovanice „web 2.0“ (Selwyn, 2012).

Društvene mreže, kao što su Facebook i Twitter imaju milione članova koji komuniciraju. Sveprisutna priroda Facebook i Twitter je privukla pažnju obrazovnih institucija i prosvetnih radnika (Wagner, 2011). Usred ovih tehnoloških dostignuća, mnoge visokoškolske ustanove (i nastavnici) su se našle u situaciji da se od njih očekuje da uhvate korak sa svetom društvenih medijskih aplikacija i korisnika društvenih mreža. Naravno, optužbe na račun tehnološkog zaostajanja visokog obrazovanja u odnosu na ostatak društva (ali, ponekad i obrnuto) mogu se pratiti unazad do uvođenja obrazovnog filma ili radija u nastavu, tokom prvih decenija 20. veka (Selwyn, 2012). Kao i u slučaju većine prethodnih tehnoloških noviteta, društvene mreže su područje velikih očekivanja, preterivanja i hiperbola. Stoga je neophodno pristupiti fenomenu društvenih mreža na obziran i objektivnan način.

U nastavku rada se bavimo nekim pitanjima i problemima odnosa visokog obrazovanja i savremenih društvenih medija:

1. U čemu je značaj upotrebe društvenih mreža u savremenom visokom obrazovanju?
2. Kako se aplikacije društvenih medija trenutno koriste u visokoškolskom okruženju?
3. Koje izmene visoko školstvo mora da pretrpi da bi ostalo relevantno u, očigledno, promenljivoj digitalnoj dobi? (Selwyn, 2012)

2. ZNAČAJ DRUŠTVENIH MREŽA ZA OBRAZOVANJE

Može se reći da je većina karakteristika novih društvenih medija bila poznata i postojala mnogo pre pojave Facebook-a ili Twitter-a. Još od ranih 1970.-ih godina su internet

aplikacije dozvoljavale korisnicima da razmenjuju poruke jedni sa drugima, održavaju lične profile, prave liste prijatelja i vode elektronske dnevnike (blogove). Halpin i Tuffield (2010) ukazuju na to da je od samog početka "web oduvek bio društveni fenomen". Dok tehnička neophodnost ponovnog brendiranja interneta i uvođenja nove verzije web 2.0. može biti osporena, sadašnja generacija društvenih medijskih aplikacija nedvosmisleno se razlikuje od ranijeg interneta u smislu obima korišćenja (Selwyn, 2012). Za razliku od veb alata od pre 10 godina, savremene društvene medije koriste stotine miliona korisnika (u slučaju Facebook-a cifra prevazilazi 500 miliona korisnika). Kao takvi, društveni mediji su dostigli kritičnu masu korisnika i aplikacija, potrebnu da budu smatrani istinski korisnim i od društvenog značaja (Christakis & Fauler, 2009: 30).

U čemu je onda poseban značaj društvenih medija u pogledu visokog obrazovanja? Očigledno je da su društveni mediji jedan od najnovijih primera komunikacionih tehnologija koje su široko usvojene od strane studenata i, posledično, imaju potencijal da postanu dragoceni resursi koji bi podržali obrazovne komunikacije i saradnju studenata sa fakultetom. Uprkos brojnim diskusijama o društvenim medijima, koje bilo da su fokusirane na veoma prozaične ili veoma bitne aspekte, raste broj eksperata (prosvetnih radnika) koji počinju da razmatraju mogući značaj i uticaj društvenih medija na obrazovnu praksu, naročito u pogledu visokog obrazovanja. Ova pitanja se mogu opisati sa najmanje tri različita aspekta: uloge učenika, novih oblika učenja i nove forme samog obrazovanja i obrazovnih institucija.

2.1. DRUŠTVENE MREŽE I IZMENJENA ULOGA STUDENTA

Društveni mediji predstavljaju sve važniji kontekst u svakodnevnim životima pojedinaca. Pojedini eksperti govore o „umreženom pojedincu“, priznajući značaj društvenih medija kao ključnu predstavu društvenog identiteta u životima mnogih ljudi (Papacharissi, 2010). U tom smislu, najneposredniji značaj društvenih medija i mreža za visoko obrazovanje jeste očigledna promena prirode studenata koji dolaze na fakultet. U praktičnom smislu, kreativni kvaliteti društvenih medijskih aplikacija se vidno odražavaju na fleksibilniji, pokretljiviji i ubrzaniji načina postojanja i života. Iz tog razloga su društveni mediji povezani sa povećanom tendencijom mladih ljudi da rade više stvari odjednom i da se oslone na „digitalno žongliranje“ dnevnih aktivnosti i obaveza (Subrahmaniam & Šmahel, 2011).

Korisnici društvenih medija su opisani kao pojedinci koji imaju poboljšanu sposobnost da se samostalno organizuju. Kao što Tapscott i Vilijams (2007: 52) primećuju „ovi mladi ljudi se ne zadovoljavaju time da budu pasivni potrošači, već sve više udovoljavaju svojoj želji za izborom, udobnošću, prilagođavanjem i kontrolom, a kroz dizajniranje, proizvodnju i distribuiranje sopstvenih proizvoda“. Brojni autori ukazuju na buduće studente koji ne poznaju život bez interneta, (Bauman, 2010: 7). Zbog toga je za mnoge nastavnike pojačano prisustvo društvenih medija u visokoškolskom okruženju od suštinskog značaja za (ponovo) povezivanje univerziteta sa ovim studentima. Tako se, na primer, društvene mreže mogu koristiti od strane fakulteta, kao alternativni prostor u kome studenti mogu da se upoznaju sa univerzitetskim životom, kroz interakciju sa vršnjacima, a na mrežnom profilu fakulteta (Yu et al, 2010). Kako Mason i Rennie (2007: 199) zaključuju, "zajednički društveni prostor i međugrupna komunikacija su veliki deo onoga što uzbuđuje mlade ljude i zato treba da doprinese njihovoj motivaciji da uče".

Naravno, diskutabilan je način na koji fakultet, kao institucija, može postati deo studentske, krajnje individualizovane, upotrebe društvenih mreža. Brojna su istraživanja koja ukazuju na sve veći (digitalni) jaz između studenata i njihovih obrazovnih institucija. Ovo mimolaziženje je posebno evidentno u smislu linearnog i hijerarhijskog načina na koji fakulteti struktuiraju komunikaciju i ceo obrazovni proces. Kao što Ulbrich i saradnici (2011) tvrde: „Pripadnici internet generacije drugačije koriste web, drugačije se povezuju i drugačije uče. Kada započnu studije, tradicionalne vrednosti o razvijanju znanja se sukobljavaju sa njihovim postojećim vrednostima. Mnoge nastavne metode, koje su funkcionisale decenijama, više nisu funkcionalne, jer novi studenti uče na drugačiji način. Interent generacija se umrežava, rade zajednički, izvršavaju više zadataka istovremeno i koriste internet za sticanje znanja“.

Očigledno je, kao i u slučaju uvođenja ranijih tehnoloških informacija, da se uloge u obrazovnom procesu značajno menjaju i da dolazi do pomeranja brojnih granica. Kako su internet, a posebno društveni mediji, jedno krajnje podsticajno okruženje, čijem su uticaju današnji studenti izloženi već duži niz godina (ako ne i od početka života), to se slobodno može govoriti o potpuno novom tipu studenta. Dok su knjige, učionice i drugi opšteprihvaćeni vidovi obrazovanja na fakultetima, odlika zatvorenih prostora, studenti se nalaze i sebe pronalaze u totalno drugačijem prostoru. Oni se konstanto nalaze u virtuelnom prostoru, gde i sami kreiraju nove načine interakcije. Jedno takvo inspirativno okruženje ohrabruje i podstiče studente da stvaraju, a ne da se samo ugledaju na druge. Inovacije i veliki pomaci nastaju kada se neko upita „šta ako...“, a takva vrsta razmišljanja ne potiče od ponavljanja i oponašanja ranijih modela i navika, već iz kreativnosti i inovacije. Pojedinci odrasli u takvom okruženju su navikli na izazove podsticajnog okruženja društvenih medija, koje im tradicionalne obrazovne institucije ne mogu uvek pružiti. Očigledno je da se uloga studenata u obrazovnom procesu bitno izmenila pod uticajem društvenih medija, a u smislu izmene navika i očekivanja prilikom samog procesa učenja. Obrazovne institucije moraju stvoriti odgovarajuće okruženje za novi tip studenata.

2.2. NOVA VRSTA UČENJA?

Na osnovu svega prethodno rečenog, očigledno je da je glavna obrazovna svrha i uloga društvenih mreža promena prirode odnosa učenika prema informacijama i znanju. Mnoge teorije učenja ističu ljudsku interakciju kao bitan element u procesu učenja. Društvene mreže su u osnovi zamišljene kao servisi koji maksimalno podržavaju međusobnu interakciju svojih članova. Upravo ta mogućnost interakcije čini društvene mreže pogodnim obrazovnim medijem. Zaista, moglo bi se tvrditi da društvene mreže podržavaju oblike formiranja i sticanja znanja koji su, u epistemološkim principima, veoma različiti od formalnog obrazovanja i individualizovanog podučavanja (Selwyn, 2012). Ove razlike su sadržane u Douglas Thomas i John Seely-Brown (2011) opisu tehnološki poboljšane „nove kulture učenja“ – tj. učenju koje se zasniva na principima kolektivnog istraživanja, inovacijama i igri, a ne na individualizovanom nastavi.

Promena odnosa koji, korisnici društvenih mreža imaju prema informacijama, dovodi do preispitivanja same prirode procesa učenja. Ove ideje se najeksplicitnije reflektuju kroz pojam konektivizma - ideje da učenje sada, u doba društvenih mreža, počiva na sposobnosti pristupa i korišćenja distribuiranih informacija u odgovarajućem momentu. Iz ove perspektive, na učenje se može posmatrati kao na sposobnost pojedinca da se poveže sa specijalizovanim izvorima informacija, na odgovarajući način i kada je to potrebno i

zahtevano. Tako se sposobnost učenja može sagledati kao sposobnost stvaranja i održavanja ovih veza (Chatti et al., 2010). Kao što George Siemens (2004) kaže, učenje se pre može koncipirati u smislu „kapaciteta da se više sazna“ putem društvenih mreža, nego kao oslanjanje na individualno akumuliranje prethodnog znanja u smislu „onoga što je trenutno već poznato“.

Ovi argumenti nisu novi. Samuel Johnson je još 1700. godine tvrdio da postoje „dve vrste znanja – ili sami poznajemo temu ili znamo gde možemo pronaći informacije o njoj“ (Selwyn, 2012). Međutim, raste uverenje da se proces sticanje znanja, u doba obeleženo društvenim mrežama, menja. Pri tom, naglasak stavljen od strane obrazovnih institucija, na podršku učenicima da pasivno usvajaju informacija je možda manje važan od podrške veštinama za pravovremeno pristupanje i aktivno sakupljanje informacija pohranjenih na drugim mestima. U tom pogledu savremeni oblici visokog obrazovanja su viđeni u suprotnosti sa pojmovima kao što su: tehnološko-orijentisan kolektiv, ili fluidna inteligencija i znanje, koji podrazumevaju da informacije uvek ostaju nedovršene, proširive i sa mogućnošću razvoja (Bruns, 2008: 6). To ne znači da visoko obrazovanje nije u stanju da se prilagodi promenama i da stekne neke koristi od tih promena. Štaviše, mnogi eksperti veruju da su fakulteti u dobroj poziciji da iskoriste praksu društvenih mreža za podršku stvaranju kolektivnog znanja među studentima i širom populacijom (Moskaliuk et al., 2009). Iako tehnologija treba da ispuni pedagoška očekivanja, a ne obrnuto, neumitno je da dolazi do međusobnog prilagođavanja.

Promena u načinu razmišljanja i delovanja novih generacija studenata, iziskuje neumitne promene u pristupu obrazovanja tih novih generacija. Pri tom se mora obratiti pažnja na njihove specifične potrebe, zahteve i nove stilove i vidove učenja (koje su sami razvili, delimično i pod uticajem društvenih medija). O snaženi tehnologijom, sadašnje generacije studenata imaju potrebu za novim načinima samoizražavanja i razmene informacija. Učenje se odvija u društvenim kontekstima i pod uticajem simboličkih interakcija. Zajednica koja uči jeste grupa pojedinaca koji dele interes u procesu učenja, uče jedni sa drugima, kao i jedni od drugih, i razvijaju atmosferu podrške za podsticanje uspeha među članovima grupe. Ovakav vid učenja se razvija kao posledica delovanja i interakcija na društvenim mrežama. Obrazovne institucije ne mogu ostati bez odgovora na novorazvijene potrebe studenata. Sada se mnogi fakulteti trude da razviju načine za korišćenje društvenih medija i mreža i da podrže nove oblike učenja (Conole & Alevizou, 2010). Ipak, dok ove promene ne budu vidljive u potpunosti i u korisnom svetlu, i dalje će biti skeptičnih pojedinaca, naročito u pogledu mogućeg umanjenja intelektualnih sposobnosti učenika.

2.3. DRUŠTVENE MREŽE I NOVI OBLICI VISOKOG OBRAZOVANJA

Iz svega do sada izloženog, jasno je da alati i aplikacije društvenih medija predstavljaju izazov za koncept formalnog obrazovanja u obliku u kome trenutno postoji. U tom smislu, društvene mreže su takođe značajne zbog svog uticaja na prirodu i oblik visokog obrazovanja. Društveni mediji, u bilo kom obliku, se baš u potpunosti i ne uklapaju sa nekim od centralnih načela formalnog obrazovanja. Tako na primer, upotreba društvenih medija podrazumeva da učenik treba da bude više "aktivan koproducenti" znanja, nego "pasivni potrošač" sadržaja, i da učenje treba da bude zajednički, društveni proces koji podržava lične životne ciljeve i potrebe samog učenika (Lee & McLoughlin, 2010). U tom smislu, tenzije postoje između onih koji veruju da se korišćenjem društvenih mreža mogu ojačati i poboljšati visokoškolske ustanove u svom sadašnjem obliku, i onih koji veruju da

bi upotreba društvenih mreža uzdrmla (i na kraju potpuno zamenila i promenila) uobičajeni rad fakulteta.

Posmatrano iz prethodno iznete perspektive, mnogi eksperti i nastavnici tvrde da se društveni mediji mogu uspešno koristiti za pružanje podrške onome što su Goodiear i Elis (2008) označili terminom „ozbiljnog, učenički orijentisanog obrazovanja“. Naravno, čak i najviše strukturirana primena društvenih mreža u visokoškolskom okruženju, podrazumeva stepen obrazovanja „baziranog na potrebama korisnika“, to jest, omogućavanje studentima da preuzmu još aktivnije uloge u procesu učenja, kao i u odluci o tome kako i kada će da uče. Mnogi eksperti veruju da su fakulteti sposobni da se prilagode, pa i da izvuku koristi od navedenih promena. Zbog toga se govori o potrebi razvijanja „pedagogije 2.0“, tj. inovativne pedagogije koja je u stanju da podrži napore za ostvarivanje autonomije studenata i mogućnosti slobode izbora (Lee & McLoughlin, 2010: 1).

Ipak, za većinu, sama suština društvenih medija se vidi u potpunom negiranju potrebe za obezbeđivanjem institucionalizovanog načina obrazovanja. Trenutno, neki od značajnih trendova učenja podržanog društvenim medijima su pozicionirani u suprotnosti sa formalnim sistemom visokog obrazovanja. Mnogo je učinjeno sa razvojem platformi društvenih medija, kao što su npr. YouTube EDU, iTunes U i Academic Earth, preko kojih fakulteti mogu distribuirati nastavno-obrazovne sadržaje i kurseve. Trenutno, mnoge od ovih platformi su, u najboljem slučaju, analogne formalnim vidovima visokog obrazovanja (Suoranta & Vadén, 2010).

3. TRENUTNO STANJE UPOTREBE DRUŠTVENIH MEDIJA U VISOKOŠKOLSKOM OKRUŽENJU

Stalno unapređenje društvenih medija i mreža predstavlja izazove za buduću prirodu visokog obrazovanja i pružanja usluge obrazovanja na takvim institucijama. Ipak, kao i u slučajevima mnogih, prethodno uvedenih novih tehnologija, akademske diskusije i debate uglavnom ostaju više spekulativne, nego dobro informisane i precizne. Naravno, u porastu je literatura, koja se bavi rezultatima empirijskih istraživanja i ispitivanja svih vidova primene društvenih medija u obrazovanju, a samim tim iznose se kako prednosti, tako i nedostaci obrazovne primene pomenutih medija. Tako, na primer Junco (Junco et al., 2011) iznosi pozitivne uticaje upotrebe Twitter-a na angažovanje studenata i njihove ocene, a govori se i o sposobnosti društvenih mreža da kreiraju pozitivna osećanja u vezi iskustva sticanja znanja (Hung & Yuen, 2010: 703). Umesto da bude potpuno dobra (ili sasvim loša) stvar za visoko obrazovanje, društveni mediji se pre prikazuju dvosmisleno. Ovo je posebno slučaj kada se uzme u obzir složena i, često ugrožena, realnost stvarne upotrebe društvenih medija i mreža u obrazovnom kontekstu od strane studenata, ali i u njihovim svakodnevnim životima.

Kada se detaljnije ispituje, postoji veliki broj protivrečnosti u stvarnoj prirodi upotrebe društvenih mreža, što postavlja neka značajna ograničenja na preterane zahteve o kojima se ranije raspravljalo. Prvo i najvažnije, sva razmatranja društvenih mreža pretpostavljaju postojanje pristupa Internetu i mogućnost korišćenja istog, koja jednostavno ne postoji u slučaju mnogih ljudi i studenata (Schradie, 2009). Prema podacima dobijenim na osnovu istraživanja sprovedenih širom sveta, angažovanje ljudi na društvenim mrežama (kao i sa računarima i na internetu uopšte) znatno se razlikuje, pa i u samim tehnološko naprednim regionima poput Severne Amerike i Evrope (Selwyn, 2012; Hargittai, 2008). Ove digitalne nejednakosti su naročito izražene u smislu socio-ekonomskog statusa, socijalne klase, pola, starosti, geografskog i obrazovnog porekla – podele koje su podjednako važne kako za

mlađe generacije studenata, takao i za starije generacije univerzitetskog kadra (Jones & Fox, 2009; Helsper & Eynon, 2009). Takođe, neke studije pokazuju da okruženja društvenih mreža i medija nisu ništa više socijalno integrišuća od pristupanja offline sadržajima. Slično se pokazuje da društveni mediji nužno ne prevazilaze pitanja invaliditeta i specijalnih potreba, već, često znaju i da naglase ograničenja pojedinca nastala usled invaliditeta (Lewthwaite, 2011). Sve u svemu, nije od nikakve koristi idealizovati društvene mreže kao nove medije, koji su u mogućnosti da pruže jednake uslove za sve korisnike.

Slobodno se može reći da su mnoge, od aktuelnih, rasprava i debata o društvenim medijima nejasne po pitanju toga koji se aspekti korišćenja društvenih mreža zapravo odnose na obrazovanje, učenje i znanje. Uzmimo na primer jednu britansku studiju korišćenja Facebook-a od strane studenata. Pokazalo se da je ogromna većina (oko 95%) studentskih interakcija bila potpuno nepovezana sa njihovim studijama, već su bile lične prirode (Selwyn, 2009). Tako da, iako društveni mediji mogu da imaju (i zbilja imaju) potencijal da podrže obrazovanje i sticanje znanje, to nikako nije zagarantovano. U tom smislu, Hosein i saradnici (2010) čine korisnu razliku između životnih tehnologija (tj. tehnologija koje studenti koriste u svojim svakodnevnim životima i u svrhu razonode) i obrazovnih tehnologija (tj. tehnologija koje studenti koriste pre svega za potrebe studiranja i učenje). Kako sama podela sugerise, mogu postojati neka preklapanja između ove dve kategorije, ali ne treba unapred, pogrešno pretpostaviti da svi, svakodnevni životni aspekti korišćenja društvenih medija, mogu da budu od obrazovnog značaja.

Zaista, većina slučajeva korišćenja društvenih mreža se možda najtačnije da opisati kao „obična, svakodnevna životna stvar“ (Shirky, 2008: 86), umesto da je to bitno kreativna, obrazovna i društvena delatnost. Trenutno postoji malo dokaza da se aplikacije društvenih medija, koje se koriste od strane većine korisnika, koriste na posebno inovativne, participativne, interaktivne načine (Jones et al., 2009). Skorašnje empirijske studije korišćenja društvenih mreža od strane studenata ističu nedostatak onoga, što bi se moglo smatrati autentičnom ili čak korisnom, participativnom aktivnošću učenja. Zaista, brojne nedavne studije ukazuju na iznenađujući nedostatak sofisticiranog ili naprednog vida korišćenja aplikacija društvenih medija među studentima (Waycott et al., 2010; Lee and McLoughlin, 2010; Nicholas et al., 2009). U najboljem slučaju, za mnoga studentska angažovanja se može reći da vode onome što Crook (2008) definiše kao „nizak propusni opseg razmena“ informacija i znanja. Ovakvi zaključci sigurno osporavaju viziju produktivne generacije studenata, koji uče kroz kreiranje i deljenje svog znanja i iskustva. Umesto toga, izgleda da su aplikacije društvenih medija, uprkos njihovom nesumnjivom potencijalu za svakodnevne, društvene delatnosti, najčešće pogodne za jednosmerno, pasivno preuzimanje sadržaja. Ovo postaje očigledno u pojavi da većina korisnika društvenih medijskih aplikacija, kao što su YouTube i Wikipedia, žele da pasivno preuzmu postojeći, prethodno kreiran sadržaj, pre nego da sami (aktivno) naprave svoj sadržaj. Wikipedia i dalje u velikoj meri zavisi od relativno malog jezgra, od nekoliko hiljada aktivnih učesnika, koji pišu i uređuju stavke, koje su potom dostupne za preuzimanje milionima korisnika (Leadbeater, 2008). U najboljem slučaju, većina korisnika društvenih medija je odgovorna samo za kreiranje i deljenje svojih profila i drugih ličnih, krajnje nebitnih informacija (za širi auditorijum).

Konačno, takođe može biti greška pretpostavka da učenici nužno oduševljeno i motivisano koriste društvene medije i mreže. Na primer, studija Hargittai (2008) američkih studenata je pokazala da značajan deo populacije studenata malo koristi aplikacije društvenih medija,

kao i da postoje studenti koji su potpuni diletanti ili čak i otvoreni protivnici korišćenju društvenih medija (nasuprot mišljenju da je većina studenata skoro zavisna od korišćenja aplikacija društvenih medija) (Hargittai and Hsieh, 2010). U tom smislu, nije mudro pretpostaviti da će zainteresovanost, motivacija ili afinitet svih studenata biti poboljšana uključivanjem tehnologija društvenih medija u bilo kom obrazovnom kontekstu. U stvari, brojni eksperti su protiv pokušaja motivisanja i angažovanja studenata kroz jednostavno uvođenje korišćenja modernih oblika tehnologije društvenih medija u obrazovnim procesima i praksi (Tapscott & Williams, 2007: 54).

4. DRUŠTVENE MREŽE I VISOKO OBRAZOVANJE – SLEDEĆI KORAK

Nije iznenađujuća činjenica da postoji jasan disparitet između obrazovne retorike i obrazovne stvarnosti korišćenja društvenih medija. Postoji dugogodišnja tendencija u obrazovanju po pitanju upotrebe digitalnih tehnologija, da entuzijazam na kraju splasne u odnosu na početna preterana očekivanja, što se može opisati kao ciklus „entuzijazam, nada i razočarenje“ (Gouseti, 2010). Uzimajući ova prethodna iskustva u obzir, možda najbitniji izazov za visokoškolske zajednice u ovom trenutku, jeste da uzmu u obzir i realno razmotre kako najbolje iskoristiti društvene medije i mreže, a na odgovarajuće načine da bi se smanjilo eventualno buduće razočarenje ovim medijima (Selwyn, 2012).

Naravno, potrebno je povući jasne granice između neposrednih praktičnih zadataka u razvoju oblika primena društvenih medija u cilju boljeg prilagođavanja okvirima formalnih sistema visokog obrazovanja, i bavljenja prilično teškim pitanjima dugoročne reforme i transformacije obrazovnog sistema. U svetlu transformacije obrazovnog sistema, postoji jasna potreba da se istinski razmotri i prodiskutuje uloga i svrha visokog obrazovanja, kao i njegov oblik i forma koju bi trebalo da poprimi u 21. digitalnom veku. Naime, mali broj kontroverzi, koje se odnose na korišćenje društvenih medija i mreža u visokom obrazovanju, ima veze sa samom tehnologijom. U stvari, to su pitanja prouzrokovana ličnim uverenjima i stavovima o suštinski etičkim pitanjima šta se smatra valjanim obrazovanjem i učenjem (Standish, 2008: 351). U tom svetlu, društvene mreže su socijalno disruptivne tehnologije koje dovode do postavljanja niza krajnje ideoloških (mnogo više nego čisto tehničkih) pitanja o prirodi institucionalizovanog obrazovanja.

Ipak, bez obzira na ove šire debate, nastavnici u visokom obrazovanju moraju se suočiti sa aktuelnim zadatkom integrisanja društvenih medija i mreža u njihovoj aktuelnoj obrazovnoj praksi i okruženju. U tom smislu, jasno je da fakultetske zajednice treba da razmotre praktične izazove, kao na primer: kako proceniti zajednički rad studenata ili kako najbolje osmisliti programe za blended oblik učenja (Gray et al., 2010; Buckley et al., 2010). Dalje zamisli svakako treba usmeriti ka formiranju najbolje podrške, kako osoblju tako i za studente, ali i ka stvaranju održive i smislene upotrebe ovih internet tehnologija. Na ovaj način, fakulteti treba da igraju važnu ulogu u pružanju podrške studentskom samousmeravanju, omogućavajući studentima, sa dobrom osnovom i pravilnim navođenjem, da se snađu sa tehnološko baziranim učenjem (Crook, 2008).

Sva ova pitanja će, svakako, vremenom postajati jasnija, kao što će i očekivanja društva i opšte shvatanje društvenih medija postajati manje preterana, a više objektivna i realnija. Stvorio se prostor za visokoškolske zajednice da preuzmu veću ulogu u oblikovanju razvoja društvenih medija u oblasti visokoškolskog obrazovnog okruženja. Na kraju svega, tehnologije društvenih medija su nešto što treba da bude kreirano od strane samih korisnika, a to uključuje i visokoškolske ustanove i nastavnike.

5. LITERATURA

- [1] Bauman, Z. *Forty-four letters from the liquid modern world*, Cambridge, Polity, 2010.
- [2] Bruns, A. *Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond*, New York, Peter Lang, 2008.
- [3] Buckley, C., Pitt, E., Norton, B. and Owens, T. 'Students' approaches to study', *Active Learning in Higher Education*, 11, 1, 2010, pp. 55–65.
- [4] Carr, N. *The web shatters focus, rewires brains*, *Wired*, June 2010.
- [5] Chatti, M., Amine, J. and Quix, C. 'Connectivism', *International Journal of Learning Technology*, 5, 1, 2010, pp. 80–99.
- [6] Christakis, N. and Fowler, J., *Connected*, New York, Little Brown, 2009.
- [7] Conole, G. and Alevizou, P. *A literature review of the use of web 2.0 tools in higher education*. Higher Education Academy, 2010.
- [8] Crook, C. *Theories of formal and informal learning in the world of web 2.0*, in Livingstone, S. (ed.). *Theorizing the benefits of new technology for youth*. Oxford, Oxford University Press, 2008.
- [9] Downes, S. *Deinstitutionalizing education*, Huffington Post, 2 November 2010, www.huffingtonpost.com/stephen-downes/deinstitutionalizing-educ_b_777132.html.
- [10] Goodyear, P. and Ellis, R. 'University students' approaches to learning', *Distance Education*, 29, 2, 2008, pp. 141–52.
- [11] Gouseti, A. *Web 2.0 and education*, *Learning, Media and Technology*, 35, 3, 2010, pp. 351–56.
- [12] Gray, K., Thompson, C., Sheard, J., Clerehan, R. and Hamilton, M. *Students as web 2.0 authors*, *Australasian Journal of Educational Technology*, 26, 1, 2010, pp. 105–22.
- [13] Halpin, H. and Tuffield, M. *Social Web XG Wiki*, World Wide Web Consortium (W3C), 2010.
- [14] Hargittai, E. *Whose space?*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 1, 2008, pp. 276–297.
- [15] Hargittai, E. and Hsieh, Y. *From dabblers to omnivores*, in Papacharissi, Z. (ed.). *A networked self*. London, Routledge, 2010.
- [16] Helsper, E. and Eynon, R. *Digital natives: where is the evidence?*, *British Educational Research Journal*, 36, 3, 2009, pp. 503–20.
- [17] Hosein, A., Ramanau, R. and Jones, C. *Learning and living technologies*, *Learning, Media and Technology*, 35, 4, 2010, pp. 403–18.
- [18] Hung, H. and Yuen, S. *Educational use of social networking technology in higher education*, in *Teaching in Higher Education*, 15, 6, 2010, pp. 703–14.
- [19] Jones, S. and Fox, S. *Generations online in 2009*, Washington, DC, Pew Internet and American Life Project, 2009.
- [20] Jones, S., Johnson-Yale, C., Millermaier, S. and Seoane Perez, F. *US college students' internet use*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 2009, pp. 244–64.
- [21] Junco, R., Heiberger, G. and Loken, E. *The effect of Twitter on college student engagement and grades*, *Journal of Computer Assisted Learning*, 27, 2, 2011, pp. 119–32.
- [22] Keen, A. *The cult of the amateur*, London, Nicholas Brealey, 2007.
- [23] Leadbeater, C. *We-think*, London, Profile, 2008.

- [24] Lee, M. and McLoughlin, C. '*Web 2.0-based e-learning*', Hershey PA, Information Science Reference, 2010.
- [25] Lewthwaite, S. '*Student experiences of social networking and disability in higher education*', PhD thesis, University of Nottingham, 2011.
- [26] Mason, R. and Rennie, F. '*Using web 2.0 for learning in the community*', *Internet and Higher Education*, 10, 2007, pp. 196–203.
- [27] Mayer, A. and Puller, S. '*The old boy (and girl) network*', *Journal of Public Economics*, 92, 1–2, 2008, pp. 329–47.
- [28] Moskaliuk, J. Kimmerle, J. and Cress, U. '*Wiki-supported learning and knowledge building*', *Journal of Computer Assisted Learning*, 25, 6, 2009, pp. 549–61.
- [29] Nicholas, D., Gunter, B. and Rowlands, I. '*The Google generation*', Oxford, Chandos, 2009.
- [30] Papacharissi, Z. '*A networked self*', London, Routledge, 2010.
- [31] Schradie, J. '*The digital production gap*', paper presented to the *American Sociological Research Association* conference, San Francisco, August 2009.
- [32] Selwyn, N. '*Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook*', *Learning, Media and Technology*, 34, 2, 2009, pp. 157–74.
- [33] Selwyn, N. '*Social Media in Higher Education*', The Europa World of Learning 2012., (ISBN 978-1-85743-620-4)
- [34] Shirky, C. '*Here comes everybody*', London, Allen Lane, 2008.
- [35] Siemens, G. '*Connectivism: a learning theory for the digital age*', 2004, www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm.
- [36] Standish, P. '*Preface*', *Journal of Philosophy of Education*, 42, 3–4, 2008, pp. 349–53.
- [37] Subrahmanyam, K. and Šmahel, D. '*Digital youth*', Berlin, Springer, 2011.
- [38] Suoranta, J. and Vadén, T. '*Wikiworld*', London, Pluto Press, 2010.
- [39] Tapscott, D. and Williams, A. '*Wikinomics*', New York, Atlantic, 2007.
- [40] Thomas, D. and Seely-Brown, J. '*A new culture of learning*', Charleston, SC, Createspace, 2011.
- [41] Ulbrich, F., Jahnke, I. and Mårtensson, P. '*Special Issue on knowledge development and the net generation*', *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 2011.
- [42] Wagner R. '*Educational technology: social media tools for teaching and learning*', *Athl Train Educ J.* 2011; 6(1), pp. 51-52
- [43] Waycott, J., Bennett, S., Kennedy, G., Dalgarno, B. and Gray, K. '*Digital divides?*', *Computers and Education*, 54, 4, 2010, pp. 1202–11.
- [44] Yu, A., Tian, S., Vogel, D. and Kwok, R. '*Embedded social learning in online social networking*', *ICIS 2010 Proceedings*, 2010, http://aisel.aisnet.org/icis2010_submissions/100.