

DOI 10.51558/2490-3647.2021.6.3.457

UDK 316.614:004.738.5

Primljeno: 26. 05. 2021.

Izvorni naučni rad
Original scientific paper

Edina Nikšić Rebihić, Amina Smajović

SOCIJALIZACIJA MLADIH U PRIRODNOM I VIRTUALNOM OKRUŽENJU

Razvojem tehnologije virtualna interakcija doprinosi snažnijoj virtualnoj socijalizaciji mladih. Cilj ovoga rada je ispitati na koji način virtualni svijet utiče na identitet mladih. U uvodnom dijelu rad daje pregled studija koje su se bavile virtualnom socijalizacijom, a potom donosi kratak empirijski uklon ka današnjoj socijalizaciji mladih od četrnaeste do dvadeset prve godine. Anketnim upitnikom nastojali smo ispitati „kakvoću“ virtualne socijalizacije u životu mladih. Zadaci našeg istraživanja bili su usmjereni na propitivanje vrijednosti koje mladi ljudi usvajaju kroz virtualnu socijalizaciju, procjenu slike o sebi koju plasiraju u virtualnom svijetu, te kompatibilnost virtualnog identiteta s onim koji je izgrađen u porodičnom i vršnjačkom okruženju. Ispitanici su iskazali stavove da je njihov život podudaran životu koji prikazuju na društvenim mrežama, dok smatraju da njihovi vršnjaci ne žive život koji nastoje prikazati na društvenim mrežama. Rezultati su pokazali da mladi osjećaju veću sigurnost u online komunikaciji negoli uživo. Također, prema njihovom mišljenju, vrijednosti koje usvajaju pod stalnim su uticajem javnog mnijenja. Možemo zaključiti da odgojno djelovanje u pripremi odgajnika za virtualni svijet treba usmjeriti u nekoliko pravaca: aktuelnosti, istinitosti, privatnosti i slobodi.

Ključne riječi: mladi; mediji; socijalizacija

UVOD

Intenzivan razvoj informacijske tehnologije doveo je do velikih promjena u svim sferama života čovjeka. Kada se analiziraju posljedice tehnoloških promjena, uviđamo olakšan protok informacija, robe, znanja; javljaju se nova zanimanja, nove

uloge, novi načini komuniciranja i poslovanja, te danas i naročito aktualno, online nastava. Neke promjene su doprinijele olakšanju svakodnevnog života, ali ne smijemo zanemariti i drugu stranu, gdje napredak tehnologije daje socijalnoj interakciji novu dimenziju. Razvojem tehnologije dolazi do novih vrijednosnih orijentacija u međuljudskim odnosima. Komunikacija se danas često odvija u sajber prostoru, u vakuumu vremena i prostora, gdje skoro da nema granica, gdje nema prepreka. Nerijetko smo u sjeni vlastite i/ili tuđe anonimnosti, odnosno privatnosti koje nismo svjesni, sa mišlju da njome vladamo. Kako god, riječ je o sasvim novom okruženju, gdje se odvija neka drugačija socijalizacija, nego što je to u stvarnom „živom“ društvenom kontekstu – socijalizacija u prirodnom okruženju. Da li je doista danas mladim ljudima lakše komunicirati „on-line“ nego „in-live“?

Virtuelni svijet je sve značajniji agens socijalizacije, a postaje nužno promišljati kako taj svijet utiče na razvoj mladih i njihov način razmišljanja, stvaranja sistema vrijednosti, prikazivanja i/ili prihvatanja sebe. Za mnoge tinejdžere ovo je najčešći vid komunikacije s vršnjacima. Kroz društvene mreže mladi ljudi razvijaju, testiraju i kreiraju svoje društvene sposobnosti, ali i grade svoj virtuelni identitet. Javnom komunikacijom, informacijama koje dijele o sebi, postavljajući linkove pjesama, reklama ili vijesti izražavaju stav koji žele objelodaniti pred društvenom masom. Time oni prije svega žele predstaviti sebe drugima, ali tragaju i za reakcijom drugih na to što su objavili. Ko ima više pratilaca, lajkova i komentara on je popularniji i prihvatljiviji u društvenom online svijetu, bez stvarne slike ko je uistinu on/ona.

SOCIJALIZACIJA U PRIRODNOM OKRUŽENJU

Čovjek je društveno biće i samo kao takvo opstaje, raste i djeluje na svoje okruženje. Osnovne potrebe za pripadanjem, ljubavlju, sigurnošću, poštovanjem i samoaktualizacijom (Maslow 1982) ili pak potrebe za slobodom, ljubavlju, zabavom i moći (Glasser 2000) mogu se ostvariti jedino i samo u društvenom okruženju. Socijalizacija predstavlja osposobljavanje individue za socijalni život. Socijalizacija je proces interakcije pojedinca i okoline, ambijenta ili okruženja u kojem se pojedinac nalazi, raste i razvija. Svaki pojedinac pod uticajem je vrijednosti i značenja nekog odgojnog faktora i/ili agensa socijalizacije, ali također on svojim djelovanjem na društvo pruža doprinos u konačnoj slici tog okruženja. Prema Slatini (2006) socijalizacija djecu približava ka nesvjesnoj identifikaciji sa vrijednostima vlastite ili kulture s kojom je

u kontaktu. Samim time socijalizacija nije jednosmjerna; ona je dvosmjerni proces interakcije u kojem pojedinac uči u dodiru i razmjeni sa svojom okolinom. Ovim putem stiču se znanja, usvajaju vrijednosti, te različite norme ponašanja koje su prihvatljive za okruženje u kojem obitava i djeluje, ali također i svojim djelovanjem i bivstvovanjem pojedinac utiče na promjene u okolini. Krech, Cruthfield i Ballachey (1962; prema First-Dilić 1974) navode različite pristupe socijalizaciji, pa je tako antropolozima socijalizacija proces prenošenja kulture s jedne generacije na drugu gdje je kultura jedan od izvora socijalizacije, dok je pojedinac „tvorevina kulture“, „nosilac kulture“, „korisnik kulture“ ali i „stvaralac kulture“. Kod psihologa pristup socijalizaciji se kreće od aspekata ponašanja koje svaki pojedinac manifestira u interakciji s drugima, a ističu i važne modele učenja u procesu socijalizacije kao što su imitacija, identifikacija, individualizacija i personalizacija (First-Dilić 1974). Tako npr. Rot (1972) socijalizaciju razumijeva kao manifestaciju čovjekovih oblika ponašanja. U procesu istraživanja socijalizacije ključno je kako pojedinac dolazi do određenih emocija, vrijednosti, stavova i crta ličnosti. Sociolozi poseban naglasak stavljaju na preuzimanje uloge odraslih u određenom društvu, što osigurava stabilnost i razvoj tog društva. Goode (1963; prema First-Dilić 1974) tumači proces socijalizacije kao pripremu djeteta za uloge koje ga čekaju u odrasloj dobi. Iz pedagoške perspektive socijalizacija je „proces nastajanja i razvoja osobnosti u međusobnoj ovisnosti o društveno posredovanom socijalnom i materijalnom svijetu okoline. Pritom je osobito važno kako se čovjek izgrađuje u društvenog subjekta sposobna da djeluje“ (Geulen i Hurrelmann 1980; prema Gudjons 1994: 124).

Socijalizacija je kontinuirani i dinamičan proces interakcije pojedinca i društva. Pojedinac prolazi kroz proces sazrijevanja, podruštvljavanja, učenja i razumijevanja normi ponašanja. Socijalizacija se može definirati i kao „proces tijekom kojega društvo oblikuje djetetova uvjerenja, očekivanja i ponašanja“ (Vasta i sar. 2005: 448) ili, jednostavnije, kao proces podruštvljavanja pojedinca (Domović 2002: 1318; prema Valjan-Vukić 2009). U *Pedagoškoj enciklopediji* socijalizacija se određuje kao „podruštvljavanje nečega, npr. upravljanja, porodičnih funkcija, obrazovanja, vaspitnih postupaka“ (Potkonjak i sar. 1989: 358).

Prema Raboteg-Šarić (1997:423) socijalizacija se u najširem smislu definira kao proces tokom kojeg ljudi stiču stavove i vrednote određene kulture, te uče ponašanja koja se smatraju prikladnim za pojedince, članove određenog društva. Autorica posebno ističe da je istraživanje socijalizacije važno usljed naglih društvenih promjena koje uključuju i zamjenu normi i vrednota koje mladi žive. Možemo postaviti pitanje da li uopće postoje univerzalne vrijednosti, bezvremenske ili

svevremenske? Da li se univerzalne vrijednosti (ako postoje) mijenjaju ili se kroz vrijeme pomjeraju granice poželjnog - prihvatljivog - neprihvatljivog ponašanja, stavova i spoznaja? Dolazak u dodir s različitim vrijednostima ne znači predodređenost za prihvatanje svega drugačijeg kao poželjnog. Zapravo, nužno je kod djece razvijati kritičku svijest za ocjenu i procjenu onoga s čim imaju susret. Veoma je važno ne nametati im vrijednosti, bez analize pojave ili stvari. Ukoliko naviknu da usvajaju vrijednosti bez kritičke svijesti o onom što im se nameće, biće izloženi iskrivljenim vrijednostima u vršnjačkim okruženjima. Stoga, nužno je da odgojno djelovanje uvijek bude posredovanje, u kojem aktivno učešće ima odgajnik, a ne prenošenje na pasivnog primaoca informacija i/ili vrijednosti.

Primarni socijalni kontekst u kojem dijete usvaja prva znanja, vrijednosti, komunikacijske vještine, ali i norme ponašanja je obitelj. Klarin (2006) ističe kako obitelj za dijete predstavlja središte individualnog i društvenog života, a iskustva koja dijete stekne u obiteljskom okruženju čine temelj socijalnog, emocionalnog i kognitivnog razvoja. Da li će neko dijete biti prihvaćeno u krugu vršnjaka umnogome je određeno obiteljskim odgojem (Pašalić-Kreso 2012). Fluidna i otvorena interakcija u obiteljskom okruženju razvija socijalne kompetencije svakog djeteta. Izuzetno važan impuls u razvoju ličnosti djeteta je čvrsta emocionalna veza, stalna asertivna komunikacija i uključivanje djeteta u aktivnosti dinamičnog obiteljskog života. Zadovoljavajuća interakcija u obitelji determinira i zadovoljavajuću interakciju s vršnjacima, tj. razvija „matricu izgrađivanja interakcije i socijalizacije“. Istraživači (Hamilton i Howes 1992, Howes, Hamilton i Matheson 1994, Howes, Matheson i Hamilton 1994; sve prema Pianta 1999) koji su se bavili interakcijom roditelja i djeteta dokazali su da kvaliteta tog odnosa utiče prvenstveno na dobro izgrađen odnos sa učiteljima, a potom oba ta odnosa impliciraju olakšanu prilagodbu s vršnjacima. Također i prema Miljković i Rijavec (2002), da bi dijete ostvarilo i održavalo dobre odnose s vršnjacima, ono mora ovladati osnovnim socijalnim vještinama koje se usvajaju u obitelji, a što kasnije znatno utiče na razinu socijalne prihvaćenosti među vršnjacima i društvom.

Igra je najprirodniji način učenja kako stvari funkcionišu u društvenom svijetu. Kroz igru dijete usvaja norme i pravila ponašanja koja vrijede za tu situaciju, uviđa i razumijeva društvene uloge, ostvaruje komunikaciju i rješava konflikte s vršnjacima, vježba samokontrolu, zadovoljava i suspreže određene želje, prepoznaje i uči da regulira emocije. Socijalni razvoj predstavlja ponašanja, stavove i afekte sjedinjene u toj interakciji u koju dijete ulazi s vršnjacima i odraslim ljudima (prema Brajša-Žganec 2003).

Stoga, prema Valjan-Vukić (2009) djeci su u uspješnoj socijalizaciji potrebna socijalna znanja koja uključuju poznavanje normi glavnih socijalnih pravila grupa kojima pojedinac pripada i razvijenu jezičku sposobnost (vokabular). Zato je važno poticanje komunikacijskih vještina i sudjelovanja u svakodnevnim obiteljskim situacijama. Kroz stvarne životne situacije, ako je dijete adekvatno uključeno ono razvija sposobnost socijalnog razumijevanja, prepoznavanja i razumijevanja svojih i tuđih emocija. Socijalno kompetentna djeca nastoje svoje ponašanje uskladiti sa grupom, u kojoj u komunikaciji ispituju sličnosti i razlike dotadašnjih usvojenih normi i vrijednosti. Socijalna umijeća i socijalne dispozicije također su sastavnice socijalne kompetencije, a ona ovisi o sposobnosti regulacije emocija, poznavanju i razumijevanju okoline i socijalnim vještinama koje je dijete usvojio.

Sljedeći značajan faktor socijalizacije jesu predškolske i školske institucije. Prema Katz i McClellan (2005) i Slunjski (2013) uloga odgajateljice i učiteljice i njen odnos prema djeci snažno determiniraju sliku koju dijete kreira o sebi, ali i način na koji se prezentira socijalno okruženje u kojem su prisutne socijalne vrijednosti, empatija, saradnja, altruistično ponašanje, kooperativnost, razumijevanje i prihvatanje drugoga i drugačijeg itd.

MEDIJ KAO VIRTUELNA SOCIJALIZACIJA

Danas je tradicionalni prostor rasta i razvoja djece i mladih sve više zamijenjen novim, često nepedagoškim prostorom. Za pedagoški akt nužan je odrasli posrednik, koga u medijskom prostoru u pravilu nemamo. Medij se sve češće predstavlja kao naj snažniji i naintenzivniji faktor socijalizacije djece i mladih (virtuelna socijalizacija). Medijska inkorporiranost u svakodnevni život pojedinca nužno kreira, razvija i pruža nove vrijednosti i društvene dispozicije (Livingstone, d'Haenens i Hasebrink 2001; Ilišin 2003; Miliša 2012; sve prema Bjelobrč 2020).

Ovakva sredina, koja nije prirodna, u kojoj nas o normama i vrijednostima ne uče kao u obitelji i školi, izazovna je za odrastanje, sazrijevanje i oblikovanje mladih zbog neprisutnosti posrednika. Prema Miliša i Tolić (2008: 116) pod uticajem savremene tehnologije „nastao je socijalno izolirani pojedinac. Mladi, doduše, danas imaju veću mogućnost izbora, ali prati ih kriza identiteta i slabi utjecaj socijalnih vrednota (zajedništva) i nesnalažljivost u ubrzanom razvoju tehničke revolucije“. O uticaju medija na svakodnevni život pojedinca i njegovu socijalizaciju Mandarić (2016) ističe da tehnološki napredak utiče na pojedinca jer mu mediji oblikuju sva-

kodnevnici u smislu uticaja na navike, kreativnost, socijalizaciju, komunikaciju, slobodno vrijeme itd.

Mediji su kanali/signali/alati skladištenja informacija, ali i distribucije i prenošenja, pružajući veliku dostupnost, raznovrsnost i brzinu informacija (Kunić i sar. 2017; Pavelin 2016; Crnobrnja 2014, Zgrabljić Rotar 2011). Među funkcijama medija Rus-Mol i Zagorac-Keršer (2005; prema Jurčić 2017) prepoznaju informaciju, artikulaciju, agendu setting, kritiku i kontrolu, zabavu, obrazovanje, socijalizaciju i vodstvo, te integraciju – kroz koje se na mnogo načina spajaju ljudi, kulture, ideje, vjere i slično. Zbog uticaja koji mediji imaju na oblikovanje ličnosti djece i mladih oni postaju „društvena institucija“ u socijalizaciji (Mandarić 2016). Mediji kao socijalizacijski potencijal „neposredno utječu na djecu i mlade svojim sadržajima, vrijednostima i stavovima. U tom smislu, važan čimbenik u odgojno-obrazovnom procesu jest analiza utjecaja društvenih mreža na antisocijalna ponašanja te medijska socijalizacija kao obrazovni i preventivni potencijal“ (Bjelobrč 2020: 44). Međutim, važno je naglasiti da je svakom djetetu u različitim razvojnim periodima i u različitim situacijama potrebna drugačija, specifična podrška. Ne smije se dozvoliti da se podrška u socijalnom, kognitivnom, emocionalnom i socijalnom razvoju samo ili pak najintenzivnije prepušta interakciji putem medija. Nužan je čist pedagoški odnos roditelja i djeteta, odgajatelja i odgajnika, što ima za cilj unaprijediti, izgraditi, njegovati odgojne vrijednosti i doprinijeti razvoju ličnosti koji odgovara smislu odgoja. Za čovjeka koji treba funkcionisati u prirodnom i realnom društvenom okruženju neophodno je da vještine za život stiče ponajviše u prirodnom okruženju. Tokom odrastanja i susreta s drugima djeca mijenjaju intenzitete svojih potreba, načine zadovoljenja istih, kao i sposobnosti, interese, želje i dr. U životu djeteta potrebna je odrasla osoba koja će posredovati u razvoju ličnosti, kako bi dijete bilo spremno za život u prirodnoj sredini, ali i virtuelnom svijetu. Svršishodno korištenje tehnologije zapravo pomaže mladom čovjeku u svakodnevnoj komunikaciji – koju ne bi mogao ostvariti „off-line“; u učenju, obrazovanju, praćenju inovacija, brzom razmjeni informacija itd. Tako Potočnik (2007: 107) smatra da uticaj medija i tehnologije biva „sve značajnije područje iz perspektive slobodnog vremena, oblika učenja, ili, najšire, svakodnevnog života. Nove tehnologije mijenjaju pristup informacijama i time snažno utječu na smjer i sadržaj socijalizacije mladih“. S druge strane, svakodnevno korištenje medija čini da dijete počne drugačije doživljavati kinernetički prostor, jer „(pre)brzo prevazilazi stanje izazova, taj svijet za njega počinje izgledati stvarno, predmetno i istinski; on postaje dokučiv, izvor stalne zabave, prostor privlačnih sadržaja interaktivnog karakter, mjesto sklapanja prijateljstava, izgradnje uvjerenja, elektronskom simulacijom osmi-

šljeno jedino dvorište za igru – kibernetско dvorište“ (Čamo, Osmić 2020: 370). Nikodem i saradnici (2014: 214) ističu da stalno korištenje medija podrazumijeva „samotnu, asocijalnu i potencijalno ovisnu djelatnost koja će, posebice kod djece, dovesti do „opsesije tehnologijom“ i povlačenja iz društvenog „off line“ svijeta obitelji i prijatelja u nove „virtualne svjetove“. Konkretnije, dopuštanjem da virtuelni prostor bude dominantniji u odnosu na prirodni, javni, društveni, dobijamo generacije koje se slabije snalaze u društvenoj sredini „off-line“. S tim u vezi moguće je uočiti da virtuelna socijalizacija kreira niz novih specifičnosti u generacijskim karakteristikama.

Interakcija između mladih nije ograničena prostorno ni vremenski, ali može i često jeste sakrivena između plašta virtuelnog identiteta, socijalnih odnosa i stvaranja novih vrijednosti virtuelne zajednice. Radojković i Miletić (2006) navode da je pojam virtuelne komunikacije izveden iz „virtuelne stvarnosti“, a što podrazumijeva pravu stvarnost, ali i prividnu stvarnost, pa se čovjek perceptivno, emotivno i kognitivno prebacuje u neku drugu realnost, koja nije ništa nestvarnija od materijalne.

Etimološki *virtus*, na latinskom jeziku znači „snažan, jak, sposoban, ali i skriven, koji se ne pojavljuje, ali se može pojaviti, potencijalan i eventualan; i nestvaran, zamišljen, uobražen“ (Radojković i Miletić 2006: 162). Virtuelno bismo mogli čak prevesti kao zamišljenu snagu ili prividnost. Komunicirajući iza virtualnih identiteta nastojimo sebe prikazati kakvim bismo željeli da nas drugi vide u prirodnoj socijalnoj percepciji. Nažalost, postavlja se pitanje da li današnje virtus društvo zahtijeva od mladih ljudi imperativ sreće „ružičastih slika“, moćnih identiteta koje podražavaju mase svojim kvantitativnim potvrđivanjama svidanja i dijeljenja. „Digitalno doba rezultira dodavanjem, brojanjem i zbrajanjem „lajkova“ i tako se prikupljaju simpatije, a naracija sve više i više gubi značenje jer se sve pretvara u učinkovitost i efikasnost. Sve ono što se zapravo ne može zbrojiti, prestaje biti ili postojati“, zapaža Mandarić (2016: 7). Nametanjem takvog stila života mladima, koji gledaju šta njihovi vršnjaci podržavaju i slave, javlja se potreba za pripadanjem toj virtualnoj masi. Nemoćnost odgajnika, koji još uvijek trebaju pedagoško vodstvo, da procijene šta je poželjno ponašanje a šta nije može dovesti do toga da počnu pratiti trendove koji nisu društveno prihvatljivi. Može se javiti frustracija ako se ne zadovolji potreba za pripadanjem, ako se ne ispune zahtjevi virtuelnog društva i sl. Stoga, u odgojnom rastu, dijete i mladi čovjek trebaju posrednika u izazovima i vrijednostima koje mu se nude.

Mediji imaju ambivalentnu ulogu pri stvaranju socijalizacijske sposobnosti kod djece, posebno mladih. S jedne strane, kreiranjem slike o svijetu koji ga okružuje

mladi čovjek oblikuje vlastite pojmove o kvalitetu života i sistemu vrijednosti koji je najčešće jednak sistemu virtualnih zajednica. S druge strane postoji opasnost manipulacije gdje se ugrožava identitet pojedinca. Pitanje je da li dijete i mladi čovjek može dovoljno zrelo procijeniti šta je njegov stvarni identitet i šta o tome želi dijeliti, a šta je prividni identitet koji želi prikazati „public“, bez dopuštanja uvida u privatnost.

Virtuelna socijalizacija podrazumijeva socijalizaciju preko digitalnih medija, međutim, ono što se pedagoški zamjera virtuelnoj socijalizaciji, između ostalog, je i to što su elektronske društvene mreže zasnovane na artifičijelnim, gotovo neprirodnim načinima komunikacije i druženja (Pavićević 2010). Čini se interesantnim mišljenje Bodrože i saradnika (2008: 92) da „teorija socijalne kompenzacije koja nastoji da objasni privlačnost ovog vida komunikacije, implicira da bi komunikacija putem VDZ (virtuelne društvene zajednice) mogla posebno biti zanimljiva socijalno anksioznim, introvertnim i povučenim osobama, koje bi kroz nju mogle da kompenzuju nedostatak realnih interpersonalnih vještina“. Ilišin (2003) je također mišljenja da djeca koja su manje socijalno prilagođena i ispunjena koriste medije kao kompenzaciju za nezadovoljstvo u „stvarnom životu“. Tapscott (2009) uočava kako je jedna od negativnih karakteristika net generacije slabljenje socijalnih vještina. Zato je prekomjerna izloženost medijima greška, jer „opasnost koju u takvom slučaju predstavljaju masovni mediji za istinsko ljudsko bivstvovanje uopšte se ne može dovoljno visoko oceniti“, zaključuje Gadamer (2010: 10) i izdvaja da je prije svega važno da se djeca i mladi nauče odvažnosti i obrazovanosti vlastitoga suda, u čemu je zasigurno potrebno posredovanje odgajatelja.

Postavlja se pitanje da li mladi čovjek može izgraditi vrijednosni sistem i usvojiti moralne vrijednosti sam, bez stvarnog pedagoškog posrednika? Dakako da odgajanik ima ključnu ulogu, međutim nužno je da bude vođen¹. Kada govorimo o socijalizaciji u prirodnom okruženju, karakteristično je da su djeca i mladi upoznati s principima i izazovima ovakvog okruženja zahvaljujući posredniku, odgajatelju – odrasloj odgovornoj osobi. U prirodnom okruženju dijete se od rođenja pedagoški vodi kroz različite situacije i pojave u kojima raste i razvija se u odgovornu i samostalnu ličnost. Međutim, kako postići društveno poželjne oblike ponašanja s dozom empatičnosti i altruizma, ukoliko mladi nisu ni dovedeni u situacije da socijalno percipiraju realne situacije? Na koji način će se naučiti adekvatna reakcija na podražaj koji nismo doživjeli kao postojeći u društvenoj zajednici? Da li se kroz virtuelnu komunikaciju

¹ Vidi pojam „moral quidance“ u English, Andrea R. (2013), „Discontinuity in Learning: Dewey, Herbart and Education as Transformation“, Cambridge University Press, New York

živi tzv. diktat sreće koji nalaže virtuelni socijates, a ne dostiže realnost u kojoj opstajemo? Zgrabljic Rotar (2005) smatra da pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju (i obitelj i škola) ali i lična pasivnost i nespremnost za život s medijem doprinose većem utjecaju i posljedicama koje mogu prouzrokovati mediji. Za uspješno odrastanje u virtuelnom okruženju i susrete s medijima koji su inkorporirani u svijet mladih ljudi važna je medijska pismenost koju posreduje odgajatelj. Tek onda kada se „vrijednosti (socijalne) na pravilan način interpretiraju i „prenose“ pojedincu, možemo govoriti o funkcionalnoj ulozi medijske socijalizacije“ (Miliša i Tolić 2009: 153). O potrebi posredovanja piše i Livazović (2009: 109), ističući kako mediji „imaju presudnu ulogu pri posredovanju društveno poželjnih modela življenja kojima oblikuju spoznaje mladih o svijetu i socijalnoj okolini“, a mladi ljudi „smatraju se posebno osjetljivom društvenom skupinom koja je u fazi izgradnje stavova, usvajanja i stalnog prilagođavanja socijalizacijskim okvirima i normama ponašanja“.

MEDIJSKA PISMENOST

Pojam medijske pismenosti definira se kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija (Aufderheide 1992, prema Zgrabljic Rotar 2005; Hobbs i Frost 2003; Dennis 2004; Rašević 2014). Medijska pismenost je postala neophodna za potpunu uključenost i konzumaciju medija u današnjem digitalnom dobu (Jenkins i sar. 2006, prema Okur i Alevli 2018). Sam koncept medijske pismenosti (pristup, analiza, vrednovanje i odašiljanje poruka) obuhvata različita znanja i vještine, što je rezultat intencionalnog pedagoškog djelovanja. Prema Gajić i Lungov (2012) adekvatna upotreba medija i računara ne znači nužno i medijsku pismenost tj. razumijevanje i vrednovanje sadržaja poruka, svijest o rizicima određenih pojava i slično. Stoga autori naglašavaju da bi mladi bili u stanju da kritički vrednuju sadržaje s kojima dolaze u dodir, potrebno je pažnju posvetiti razvijanju medijske pismenosti i u porodici i u školi. U suprotnom ne mogu kritički vrednovati ono što mediji plasiraju i u što ih uključuju (Miliša i Tolić 2009).

Ranije smo pisali o funkcijama medija, ističući da na globalnom nivou oni povezuju ljude, kulture, ideje. Bitno obilježje medija jeste sloboda koja se nudi korisnicima. Međutim, „dozvoliti djetetu neograničenu slobodu u sayber prostoru, prije nego što razvije svijest koja će ga voditi, ne znači dati mu povlasticu njegove prirode da bude slobodan, nego ga baciti među zvijeri i prepustiti ga stanju ranjivosti“ (Andevski i Vučković 2012: 99). Ovakva realnost opravdava potrebu za osmišljenim medijskim opismenjavanjem. Medijsko opismenjavanje, obrazovanje za medije ili medijsko

obrazovanje su različiti nazivi za programe koji su u većini zemalja zapadnog svijeta postali dio školskog kurikulumu. S obzirom na to da su mediji prepoznati kao značajan agens socijalizacije djece i mladih, javila se potreba za formiranjem naučne discipline posvećene različitim aspektima medijskog odgoja i obrazovanja. Tako se medijska pedagogija konstituisala kao naučna grana, nastala kao reakcija na ubrzani razvoj odgojnih nauka i kao potreba za izučavanjem pedagoških implikacija razvoja medija (Tolić 2008; Miliša, Tolić, Vertovšek 2009, prema Tolić 2009). Medijska pedagogija, uz ostalo, izučava veze između socio-pedagoških i medijskih aspekata komuniciranja. O' Sullivan (2003, prema Zgrabljic Rotar 2005) upozorava da postoji potreba za drugačijim načinom razmišljanja koji traži da počnemo živjeti ideju o tome šta ljudi čine s medijima, a ne da se fokusiramo na ono što mediji čine ljudima. Slična je tendencija o kojoj govori Tolić (2008), navodeći pri tome da učenik mora znati vladati medijima, a ne mediji njime. Dalje, mediji utiču na socijalizaciju mladih naraštaja, pa je ključno da o njima ne razmišljamo isključivo u terminima „ili-ili“ (pa kažemo da su oni korisni ili štetni, dobri ili loši, poželjni ili nepoželjni), jer mogu biti i jedno i drugo i „utiču na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta djece i odraslih osoba“ (Zgrabljic Rotar 2005: 3). Da li će izloženost medijskim sadržajima biti popraćena kritičkim stavom prema istim ovisi o medijskom opismenjavanju s kojim treba početi od trenutka susreta djeteta s medijima. Imajući u vidu da se socijalizacija odvija i u virtualnom okruženju, u interesu društva je ponuditi programe osmišljenog medijskog obrazovanja kako bismo mlade opremili vještinama potrebnim za korištenje medija (Zgrabljic Rotar 2005), odnosno ojačali pojedince da na pedagoški prihvatljiv način koriste njihove potencijale, ali i da se znaju suprotstaviti relativizmu digitalne tehnologije (Andevski i Vučković 2012). Medijski obrazovana osoba je ona osoba koja poznaje medije, svjesna je svog svakodnevnog kontakta s njima i razumijeva kako mediji oblikuju ličnost (Tolić 2009).

Ukoliko nisu stečene osnove medijske kompetencije, medijska socijalizacija je disfunkcionalna (Miliša i Tolić 2009). Kao ishod ostvarene medijske pismenosti, prema Holloway, Green i Livingstone (2013: 15), imamo djecu koja će „biti u mogućnosti da na efikasan i odgovoran način koriste računare i internet podržavajući dobre međuljudske odnose i promovirajući kreativnost, samoizražavanje, i stvaranje individualnog identiteta“.

VIRTUELNI IDENTITET MLADIH NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Kako je društveni život u velikoj mjeri određen globalizacijom, tako su globalni procesi uzrok brojnih promjena u svim sferama života i rada. Globalizacija predstavlja vrijeme novih mogućnosti, ali i izazova; slobode, ali i odgovornosti; smanjivanja socijalne distance, ali i povećane izoliranosti. Iako je digitalni svijet nepregledan, često bez mogućnosti uvida u ono što se u njemu događa, to ne umanjuje našu odgovornost prema drugima. Naprotiv, velika je odgovornost korisnika za uvažavanje internet etike, koja se reflektuje kroz poštovanje, otvorenost, toleranciju drugog i drugačijeg (Bulatović, Bulatović i Arsenijević 2012).

Uprkos tome što život na društvenim mrežama nije ništa drugo do život u kolektivu (isto), on podrazumijeva drugačiju formu komunikacije. Značajno je da su komunikacija preko društvenih mreža i interpersonalna komunikacija face-to-face danas u neravnoteži (Labaš 2011). Virtualna prijateljstva i umrežavanja su jedna od značajnih odlika generacije digitalnih pridošlica. Dizdar (2012) zapaža kako se danas mladi u bitnome razlikuju od prethodnih generacija, ponajprije jer su odrasli u potpuno drugačijem okruženju, koje karakteriše izloženost tehnologiji od ranog djetinjstva. Neiscrpna dostupnost informacija, mogućnost komunikacije i učešća u događajima na daljinu nude nove šanse za ubrzan tehnološki i civilizacijski razvoj, ali u sebi istodobno kriju i brojne opasnosti i proturječnosti. Tako je Brabazon (2007, prema Andevski i Vučković 2012) ključni problem u vrijeme ubrzanog razvoja novih informacionih i komunikacionih tehnologija izrazila u rečenici: „Kliktanje zamjenjuje mišljenje“.

Naročito je aktuelno pitanje društvenih mreža i u skladu s tim pitanje granica između realnog i virtuelnog svijeta. Različitim aspektima i uticajima društvenih mreža bave se brojne discipline poput antropologije, biologije, komunikacijskih nauka, sociologije, pedagogije, psihologije. Društvene mreže su iznimno popularni servisi koji privlače milijarde korisnika. Svojevrsan su planetarni fenomen, namjenski napravljene tako da služe kao razrađeno sredstvo za komuniciranje i povezivanje korisnika, a nude mogućnost da se na vrlo jednostavan način proširi krug kontakata sa ljudima i da se on održi (Kušić 2010).

Govoreći o granicama koje odvajaju realni od virtuelnog svijeta, želimo spomenuti i istraživanje Bodrože i saradnika (2008), čiji su rezultati pokazali da postoji visoka podudarnost između pojedinih segmenata ponašanja u realnom i virtuelnom svijetu, tj. mladi ljudi na gotovo isti način uspostavljaju i održavaju međuljudske odnose. O socijalizaciji piše i Livazović (2009: 119), koji izdvaja da SDM (social development

model) proučava proces socijalizacije i izdvaja četiri socijalizacijska oblika: prigode uključivanja u aktivnosti s drugima; stepen uključenosti i aktivnosti; vještine potrebne za sudjelovanje u interakciji i pozitivnu podršku u aktivnostima i interakciji. Kroz prigode uključivanja u aktivnosti s drugim ljudima mladi izgrađuju online identitet i započinju proces socijalizacije (Kušić 2010). Najčešće pitanje koje se tiče digitalnog identiteta odnosi se na to da li je osoba uistinu ta kakva se predstavlja u online svijetu. Mladi ljudi na društvenim mrežama mogu biti bilo ko, mogu biti one osobe kakve nisu ili ne mogu biti u realnom svijetu. Milardović (2010) također raspravlja o različitim aspektima virtuelnog identiteta. Upozorava da je svijet društvenih mreža podložan brojnim manipulacijama. Dodatno, autor ističe da anonimnost na društvenim mrežama ohrabruje ljude, pa oni uz veću slobodu komuniciraju nego osobe koje se predstave imenom i prezimenom.

METODOLOGIJA

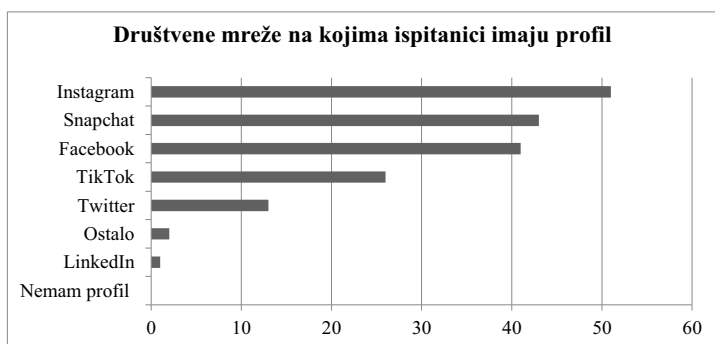
Život adolescenata odvija se u virtuelnom i kibernetičkom prostoru, stoga je cilj našeg rada da istražimo socijalizaciju mladih ljudi u prirodnom i virtuelnom okruženju. Zadaci istraživanja usmjereni su na propitivanje vrijednosti koje usvajaju mladi ljudi kroz virtuelnu socijalizaciju, kako mladi ljudi procjenjuju svoj identitet koji plasiraju u virtuelnom svijetu, odnosno koliko je on kompatibilan s onim koji je izgrađen u porodičnom i vršnjačkom okruženju.

Uzorak istraživanja je bio slučajan i broji 53 ispitanika; 37 ispitanika je ženskog pola, a 17 muškog. Shodno predmetu i cilju, ispitanici su mladi ljudi od 14 do 21 godine koji su u 2020/21. godini pohađali srednje škole, i to sa područja Sarajeva, Banja Luke, Ključa i Sanskog Mosta. Koristili smo metodu teorijske analize i deskriptivnu metodu. Za potrebe ovoga rada konstruisali smo upitnik i plasirali ga putem *Google obrasca*. Upitnik se sastoji od tri dijela. Prvi dio anketnog upitnika se odnosio na generalne podatke. Drugi dio je sadržavao 15 pitanja i ispitivao je aktivnost na društvenim mrežama, online i „inlive“ komunikaciju, te sliku o sebi. U ovom dijelu ispitanici su odgovarali tako što su birali jedan od ponuđenih odgovora i/ili upisivali odgovor na prazne linije. Treći dio je ponuđen u formi Likertove petostepene skale i sastojao se od 33 čestice. Od ispitanika se tražilo da zaokruže/odaberu broj koji najbolje opisuje mjeru slaganja ili neslaganja sa navedenim tvrdnjama. Koristili smo analizu frekvencija i postotaka, a rezultati su prikazani narativno i grafički. Podaci dobijeni ovim istraživanjem mogu se stavljati u međuodnos, što uključuje dublju

statističku analizu, koju nismo ovim radom obuhvatili. Zapravo, mi smo otvorili spektar novih problema koji bi mogli biti predmetom daljih ispitivanja.

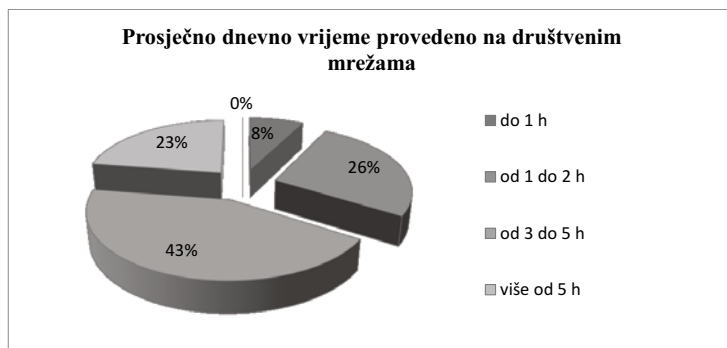
REZULTATI I RASPRAVA

Podaci iz ankete pokazuju da svi ispitanici imaju profil na jednoj ili više društvenih mreža, i to: Instagram, Snapchat, Facebook, TikTok, Twitter, LinkedIn i druge. Na samom početku željeli smo utvrditi koji je omjer korištenih društvenih mreža kod ispitanika (N=53). Prikaz je ponuđen u nastavku.



Grafički prikaz br. 1 Aktivnost na društvenim mrežama

Kada govorimo o vremenu koje u prosjeku mladi ljudi utroše na društvenim mrežama, rezultati pokazuju da njih 43,4% provedu od tri do pet sati dnevno. Više od sat vremena prosječno u toku dana društvene mreže koristi 26% ispitanika, a kod 7,5% ispitanika to vrijeme je nešto manje od sat vremena. Provedeno vrijeme preko pet sati dnevno prisutno je kod 22,6%. Učestalost korištenja društvenih mreža možemo prikazati i grafički.



Grafički prikaz br. 2 Učestalost korištenja društvenih mreža

Zanimalo nas je na kojoj mreži mladi ljudi provode najviše vremena. Preko 90% ispitanika je izjavilo da je to Instagram. Također, većina ispitanika smatra da se na Instagramu osjeća najsigurnije. Na tragu ovoga, željele smo saznati zbog čega se osjećaju najsigurnije na društvenoj mreži koju su odabrali. Neki od odgovora uključuju mogućnost zaključavanja profila – prebacivanja na privatni profil; nepostavljanje slika ili informacija o sebi; veća mogućnost zaštite ličnih podataka, itd. Instagram je također društvena mreža koja je prvi izbor profila na kojem mladi ljudi dijele najviše ličnih podataka (ime i prezime, mjesto stanovanja, fakultet, status veze i sl.). Svega 5,7% mladih je izjavilo da uopće ne dijele lične podatke na društvenim mrežama. Nadalje, pitali smo kada su najviše aktivni na društvenim mrežama, pa je njih 30 (56,6%) navelo da je to u vrijeme kada su slobodni, 9 ispitanika (16,9%) kada su usamljeni, 6 (11,3%) kada su sretni, 4 kada su tužni (7,5%), dok 4 ispitanika nisu odgovorila na pitanje (7,5%).

Baš kao globalizacija i urbanizacija, tako je i digitalizacija već promijenila svijet. Savremeni život je postao nezamisliv bez informacijsko-komunikacijskih tehnologija (UNICEF 2017). Informacijsko-komunikacijske tehnologije oblikuju svakodnevni život, određujući načine mišljenja i ponašanja, učenja i učešća. Prilike koje nudi nova tehnologija zahtijevaju veću participaciju samog korisnika. To znači da sudionici moraju više „uroniti“ u digitalni svijet, čime se sve više izoliraju od realnog svijeta, što može biti razlog slabljenja interpersonalnih komunikacijskih povezanosti (Labaš 2011). Isti autor u radu potcrtava Baudrillardovu tvrdnju o tome da su granice između „stvarne zbilje i virtualne zbilje pomućene, postale su nejasne i teško ih je razaznati“ (2011: 37). U okvirima ovog rada, naročito je značajno pitanje izgradnje identiteta kao rezultata prirodne i virtualne socijalizacije. Više od polovine učesnika istraživanja (66%) smatra da je njihov identitet (profil) na društvenim mrežama podudaran s identitetom u prirodnom okruženju. Jedno od pitanja u upitniku bilo je da ispitanici napišu kako sebe doživljavaju promatrajući svoje profile na društvenim mrežama. Odgovori su bili zanimljivi, a mi izdvajamo samo neke opise. To uključuje procjenu sebe kao moderne osobe; jednostavne i povučene osobe; sretna i zadovoljna; pozitivna osoba; rezervisana, kreativna i obrazovana osoba; zanimljiva i ambiciozna; pozitivna, ali usamljena; smiješna i zabavna; kulturna i odgojena; sretna i moderna; hladna i ozbiljna; lijepa, zgodna i emocionalna osoba. Neki ispitanici ističu kako ne koriste sve mogućnosti društvenih mreža: *Smatram da ne zloupotrebljavam pojedine prednosti društvenih mreža. Ponašam se, tako rečeno, u skladu normalnosti na svojim društvenim mrežama. Razlikujem granice između realnog života i života na društvenim mrežama. Koliko god da su društvene mreže dobre,*

duplo su i štetne. Tako da poštovanje granica privatnog i javnog života mora postojati (Ispitanik A. K.). Drugi, pak, navode kako se loši trenuci ne dijele na društvenim mrežama: *Smatram da se prikazujem kao sretna i moderna osoba, ne postavljajući svoje loše dane na internet* (Ispitanica V. L.). Interesantan podatak je da 83% ispitanika navodi kako ovaj opis odgovara opisu koje bi dali o sebi i u realnom životu.

Prema Kušić (2010: 105), „online društvene mreže djeci i mladima ujedno omogućuju i eksperimentiranje s novim identitetima. U prošlosti, na primjer, mladi su prolazili kroz faze oblačenja (...) kao oblik eksperimentiranja u pronalaženju svog identiteta. To se nastavlja na online mreži, ali uz anonimnost koju „Mreža“ donosi, mladi mogu promijeniti godine, spol i druge aspekte fizičkog izgleda“. U istraživanju smo se usmjerili i na pitanje lažnih profila na društvenim mrežama. Od ukupnog broja ispitanika, njih 16 (30,2%) je imao ili ima lažni profil na društvenim mrežama. U tom slučaju, on im najčešće služi (je služio) da prate nekoga bez njegovog znanja, komuniciraju s nekim bez otkrivanja vlastitog identiteta, a razlog tome je osjećaj sigurnosti iza skrivenog identiteta.

Mladi tokom dana iz navike posjećuju društvene mreže i pritom pasivno posmatraju komentare i postove na zidovima prijatelja. Navika koja nije nužno objektivno interesovanje ili potreba, nego pak „trošenje vremena“, kod mladih ljudi postaje razlog nekvalitetnog korištenja slobodnog vremena. Upoznavanje i komuniciranje sa vršnjacima preko virtuelnih kanala, zapravo daje iskrivljenu sliku interakcije i socijalizacije s vršnjacima. Čelik (2019: 422-423) je mišljenja da, „mlada osoba kojoj društvena mreža postaje glavni oblik komunikacije i socijalizacije i koja zanemaruje „živu“ komunikaciju zapravo se udaljava od stvarnosti“, iz razloga što „stvaranju virtuelnog svijeta pogoduje generalna frustriranost i društvena nesigurnost jer one stvaraju krizu identiteta kod mladih što dovodi do mogućih oblika nasilja i različitih oblika rizičnog ponašanja“.

Virtuelna komunikacija se značajno razlikuje od one u prirodnom okruženju. Prema rezultatima našeg istraživanja 67,9% (36) ispitanika primjećuje da je na društvenim mrežama među vršnjacima više sukoba, ali i znatno više „hejtovanja“ nego uživo. Također, svi ispitanici su se izjasnili da se ne ustručavaju da napišu komentar (ne)slaganja prijatelju, ukoliko imaju potrebu za tim. U pogledu komunikacije s prijateljima koje su ispitanici upoznali online, više od polovine ispitanika, tj. 27 mladih ističe kako nemaju prijatelja/e koje su upoznali online, a da s njim/a često komuniciraju, dok njih 26 ističe kako ovakva prijateljstva postoje. Većina mladih (92,5%) ima prijatelje s kojima se druže u okolnostima koje ne uključuju online okruženje

i koje mogu pozvati u svakom trenutku kako bi razgovarali o situaciji koju emotivno i/ili racionalno ne mogu savladati sami ili imaju potrebu podijeliti s njima. Ovi nalazi se čine veoma važnim i pokazuju prisutnost socijalizacije u prirodnom okruženju kod mladih fokusirajući se, naravno, na ispitanike ovoga istraživanja. Na pitanje (u kojem su mogli birati više ponuđenih odgovora) o tome kako mladi ljudi provode vrijeme s vršnjacima, kao najčešći odgovor birano je vrijeme *na kafi* (71,7%), potom u šetnji (49,1%), večernjim izlascima (34%), nastavnim i drugim školskim aktivnostima (26,4%).

Iznimno važan segment komunikacije je osjećaj ugone i razumijevanje od strane sagovornika. Prema rezultatima istraživanja, 66% (35) sudionika stava je da se u ličnoj komunikaciji bolje razumiju međusobno, i oni svoje sagovornike, ali i sagovornici njih. Stoga, oni s vršnjacima češće komuniciraju uživo, ali ni na društvenim mrežama nemaju puno komunikacijskih konflikata. Međutim, uočavaju česte komunikacijske konflikte kod svojih vršnjaka koji ponekad eskaliraju i u prirodnom okruženju. Na dimenziji kontrole emocija, nalazi su nešto drugačiji. Većina ispitanika, 86,7% (46), navodi kako im je lakše kontrolisati emocije online. Ovakvo što je razumljivo jer neverbalnu komunikaciju koju često ne mogu kontrolirati u prirodnom okruženju, u online okruženju skrivaju ili pak prikazuju kroz emotikone, što ne mora nužno biti slika stvarnog emotivnog stanja.

Zanimljivim se čini da je osjećaj sigurnosti prisutniji u online komunikaciji s vršnjacima i „autoritetima“ u odnosu na „inlive“ komunikaciju. Pri tome, u komunikaciji s vršnjacima i autoritetima, mladi se osjećaju sigurnije online nego uživo. Situacija je drugačija u komunikaciji s nepoznatim osobama, gdje su ispitanici iskazali da se osjećaju sigurnije u interakciji sa strancima u prirodnom okruženju. Radi lakše preglednosti ovih rezultata, tvrdnje u vezi sa osjećajima ispitanika u različitim okruženjima prikazali smo u tablici u nastavku rada.

Tablica 1. Osjećaj sigurnosti u virtualnoj i prirodnoj komunikaciji

Čestice	Slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Ne slažem se
Osjećam se sigurnije u komunikaciji s vršnjacima online nego uživo.	36 (67,9%)	10 (18,8%)	7 (13,2%)
Osjećam se sigurnije u komunikaciji s autoritetom (nastavnikom, pedagogom i sl.) online nego uživo.	33 (62,2%)	10 (18,8%)	10 (18,8%)
Osjećam se sigurnije u komunikaciji s nepoznatim ljudima online nego uživo.	7 (13,2%)	10 (18,8%)	36 (67,9%)

Iako ispitanici ne smatraju da zbog aktivnosti na društvenim mrežama imaju više online poznanika, ipak su svi istakli da vode računa o tome kako svoj/e profil/e na društvenim mrežama predstavljaju drugima, jer im je stalo do mišljenja drugih. U rezultatima možemo pročitati da se 81,1% (43) ispitanika osjeća dobro i da im prija ukoliko drugi pozitivno reaguju na njihove objave. Smatraju da njihov profil jasno odražava njihovu ličnost, iako neke segmente iz stvarnog života ne objavljuju na virtualnu platformu, jer se ne žele prikazati u određenom svjetlu ili pak češće objavljuju neke pojedinosti kojima žele impresionirati druge. Nadalje, 66% (35) ispitanika su mišljenja da privatne stvari ne treba objavljivati na društvenim mrežama, što i ne čine prema rezultatima istraživanja. Ovdje je diskutabilno šta svaki od ispitanika smatra privatnim informacijama, pa smo se fokusirali na pojedine elemente. Više od polovine (56,6%) sudionika status emocionalne veze i trenutno emotivno stanje smatra privatnim segmentom njihove ličnosti i ne dijele na društvenim mrežama. Međutim, ono što većina ispitanika (84,9%) često dijeli s drugima jesu izlasci s prijateljima, ne smatrajući to privatnošću.

Nalaz o vrijednostima koje usvajaju na društvenim mrežama pokazuje da su ispitanici (90,5%) mišljenja da su vrijednosti iz obje sredine poprilično kompatibilne, te da se njihov život u realnom i virtualnom svijetu bitno ne razlikuje. Interesantnim se čini da njihova percepcija života svojih vršnjaka znatno drugačija, tj. smatraju da se život njihovih poznanika ne podudara sa virtualnim prikazom tih poznanika (čak 84,9%). Mladi žive imperativ aktualnih trendova u mladalačkom okruženju, kako društvenih mreža, tako i prirodnog okruženja. Sudionici su mišljenja da nerealne slike života na društvenim mrežama od njih traže pozitivno vrednovanje istih, tzv. „imperativa sreće“ „ružičastog života“ i „savršene harmonije“. Naglašavamo i da većina ispitanika (94,3%) smatra da na njihove vrijednosti djelimično utiču mediji, sponzorirane reklame, svijet mode te pojedini influenseri s društvenih mreža. Činjenica je da tehnologije mijenjaju društvene forme, norme i obrasce ponašanja. Živimo u društvu koje je posredovano informacijsko-komunikacijskim tehnologijama. Naše istraživanje je potvrdilo da ovi mediji značajno utiču na preoblikovanje društvene komunikacije. Bitno obilježje tih mreža je da one ukidaju komunikaciju licem u lice, a da se „temelje na impersonalnoj komunikaciji i novoj tehničkoj virtualnosti“ (Milarđović 2010: 10), gdje „osoba preskače čitave, zaobilazi već izgrađene mreže i sisteme socijalne interakcije, uskačući u potpuno nove, nedefinirane i nepoznate mreže“ (Alić 2005: 152).

ZAKLJUČAK

U pedagoškom diskursu socijalizacija zauzima vrijedno mjesto u istraživačkom, ali i teorijskom određenju uloge društva u odgoju, kultiviranju i oblikovanju svakog pojedinca. Važan segment istraživanja u pedagogiji jeste uloga i pozicija različitih agenasa socijalizacije koji dopunjuju razvoj ličnosti djece i mladih. U današnjici nemoguće je poreći prisutnosti virtuelnog svijeta u životu mladih, stoga se javlja iznimna potreba izučavanja istoga, naročito u domenu prevencije, oblikovanja i prilagođavanja jednog takavog agensa kako svrha i smisao odgojnog djelovanja ne bi otišli u krivom smjeru zbog eventualnih pogrešnih uticaja, odnosno kako iskoristiti sve ono pozitivno što se nudi u virtuelnom svijetu. Također, s tim u vezi, očituje se potreba odgoja za budućnost, pa su potrebna metaumijeća, a ne kompetencije koje su trenutačno aktuelne. Istraživanjem smo napravili kratak uvid u konstrukt virtuelne socijalizacije mladih ljudi. Iako je zbog relativno malog broja ispitanika nemoguće donijeti generalne sudove, ovim ćemo samo ukazati na neke indikacije koje mogu biti prisutne kod mladih. Prema rezultatima istraživanja možemo zaključiti da je, s obzirom na kvantitet prisutnosti u virtuelnom svijetu, postojan prostor za uticaj istoga na razvoj ličnosti i vrijednosti kod mladih ljudi. Međutim, ne možemo izvoditi zaključke o kvaliteti i intenzitetu uticaja na oblikovanje ličnosti. Važnim se čini spomenuti oprečne percepcije koje se mogu čitati u rezultatima, počevši od toga da adolescenti smatraju da je njihov život kompatibilan životu koji prikazuju na društvenim mrežama, dok smatraju da nije ista situacija kod ostalih vršnjaka. Potom, u jednom dijelu upitnika kazuju da se bolje „snalaze“ u komunikaciji sa drugima u „inlive“ kontaktu, nego u online okruženju, a potom u pitanjima u kojem se obliku komunikacije osjećaju sigurnije pokazuju da je to ipak online okruženje. Mladi iznose mišljenje da su vrijednosti mladih u prirodnom i virtuelnom okruženju kompatibilne, a onda navode da razvoj njihovih vrijednosti ipak jeste determiniran aktuelnim javnim mnijenjem i slično. Spahnel (2006: 188, prema Miliša, Tolić 2008: 126) smatra da „medijsko obrazovanje mora imati inovativne forme takvog korištenja medija i medijskog djelovanja, gdje će se razviti mediji koji će imati odgojnu, a ne manipulativnu funkciju. U tome veliko značenje ima i medijska didaktika, koja se bavi korištenjem (inovativnim) medijima, pogotovo u odgojno-obrazovnim ustanovama“.

Stoga, odgojno djelovanje u pripremi odgajnika za virtuelni svijet treba pripremiti u nekoliko pravaca: aktuelnosti, istinitosti, privatnosti i slobode. Prvo je voditi računa da ono što je danas na trendingu nije nužno i sutra, tj. da je imperativ sreće zabluda

u koju mladi često upadaju. Boreći se protiv ideje da djeca i mladi „moraju“ biti sretni, jer zapravo to ne može niko ispuniti i garantirati, valja usmjeriti odgojno djelovanje ka tome da mladi imaju pravo biti sretni, ali ne i da moraju, te da je uredu ako to nisu u svakome trenutku. Drugo, potrebno je razvijati kritičko mišljenje kod mladih kako bi s dozom sumnje ulazili u ono što pročitaju na virtuelnim platformama. Treće je razviti potrebu zaštite vlastitih podataka, a respektiranja tuđih podataka koji se tiču osobnog života svakog pojedinca. Te naposljetku, priprema odgajanika za virtuelni svijet uključuje i slobodu kao dio bivstvovanja svakog pojedinca, ali u skladu sa geslom da moja sloboda završava tamo gdje počinje tvoja, što znači da je svako od nas slobodan dok ne ugrožava drugoga, ali i odgovoran pri činjenju bilo kakvih aktivnosti.

LITERATURA

1. Alić, Amel (2005), "Virtualna socijalizacija: između odgoja i igre", *Zeničke sveske – Časopis za društvenu fenomenologiju i kulturnu dijalogiku*, 2, 146-157.
2. Andevski, Milica, Željko Vučković (2012), "Daroviti u diskursu digitalnog optimizma i nihilizma", u: Grozdana Gojković, Aleksandar Stojanović (ur.), *Darovitost i moralnost*, Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“ – Universitatea de Vest „Aurel Vlaicu“ – Univerzitet „Sv. Kliment Ohridski“ – REVIVIS, Vršac, 91-102.
3. Bjelobrč, Vladimir (2020), "Uloga medija u procesu socijalizacije djece i adolescenata", *Magistra Iadertina*, 15(1), 41-56.
4. Bodroža, Bojana, Sandra Jovanović, Boris Popov (2008), "Latentna struktura ponašanja u virtuelnim društvenim zajednicama i njegove relacije sa socijalnom anksioznošću", *Primenjena psihologija*, 1(1-2), 19-35.
5. Brajša-Žganec, Andreja (2003), *Dijete i obitelj: Emocionalni i socijalni razvoj*, Naklada Slap, Jastrebarsko
6. Bulatović, Ljiljana, Goran Bulatović, Olja Arsenijević (2012), "Etičke implikacije naprednog učenja putem digitalnih medija", u: Grozdana Gojković, Aleksandar Stojanović (ur.), *Darovitost i moralnost*, Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „MihailoPalov“ – Universitatea de Vest „Aurel Vlaicu“ – Univerzitet „Sv. Kliment Ohridski“ – REVIVIS, Vršac, 205-225.

7. Čamo, Merima, Amer Osmić (2020), "Dječija igra u kibernetском dvorištu", *Društvene i humanističke studije – DHS*, 4 (13), 367-380.
8. Čelik, Ana (2019), "Dimenzije virtualnog ponašanja adolescenata", *Školski vjesnik* 68(2), 413-425.
9. Crnobrnja, Stanko (2014), *Novi mediji i društvene mreže: pojmovnik*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za medije i komunikacije, Centar za medije i komunikacije, Beograd
10. Dennis, Everette E. (2004), "Out of sight and out of mind: The media literacy needs of grown-ups", *American Behavioral Scientist*, 48(2), 202-221.
11. Dizdar, Senada (2012), *Informacijska pismenost – metakompetencija za cjeloživotno učenje*, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo
11. English, Andrea R. (2013), *Discontinuity in Learning: Dewey, Herbart and Education as Transformation*, Cambridge University Press, New York
12. First-Dilić, Ruža (1974), "Socijalizacija u obitelji i slobodno vrijeme: Pristup proučavanju socijalizacije u obitelji", *Revija za sociologiju*, 4(2-3), 3-14.
13. Gadamer, Hans-Georg (2010), *Vaspitanje, to je vaspitati sebe*, Biblioteka Parega, Beograd
14. Gajić, Olivera. Biljana Lungulov (2012), "Uticaj masovnih medija na moralne vrednosti darovitih", u: Grozdana Gojković, Aleksandar Stojanović, (ur.), *Darovitost i moralnost*, Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“ – Universitatea de Vest „Aurel Vlaicu“ – Univerzitet „Sv. Kliment Ohridski“ – REVIVIS, Vršac, 335-347.
15. Glasser, William (2000), *Teorija izbora*, Alinea, Zagreb
16. Gudjons, Herbert (1994), *Pedagogija: temeljna znanja*, Educa, Zagreb
17. Hobbs, Renee, Richard Frost (2003), "Measuring the acquisition of media-literacy skills", *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330-355.
18. Holloway, Donell, Lelia Green, Sonia Livingstone (2013), *Zero to eight. Young children and their internet use*, EU Kids Online, London
19. Ilišin, Vlasta (2003), "Mediji u slobodnom vremenu djece i mladih", *Medijska istraživanja*, 2, 9-34.
20. Jurčić, Daniela (2017), "Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj", *Mostariensia*, 21(1), 127-136.
21. Katz, Lilian G., Diane E. McClellan (2005), *Poticanje razvoja dječje socijalne kompetencije*, Educa, Zagreb
22. Klarin, Mira (2006), *Razvoj djece u socijalnom kontekstu*, Naklada Slap, Jastrebarsko

23. Kunić, Ivana, Marina Vučković Matić, Joško Sindik (2017), "Korištenje društvenih mreža kod učenika osnovne škole", *Sestrinski glasnik*, 22(2), 152-158.
24. Kušić, Siniša (2010), "Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije", *Život i škola*, 56 (24/2), 103-125.
25. Labaš, Danijel (2011), "Djeca u svijetu interneta: zatočenici virtualnog svijeta. Pedagoški modeli i otvorena pitanja", u: Lana Ciboci, Igor Kanižaj i Danijel Labaš (ur.), *Djeca medija: od marginalizacije do senzacije*, Matica Hrvatska, Zagreb, 35-64.
26. Livazović, Goran (2009), "Teorijsko- metodološke značajke utjecaja medija na adolescente", *Život i škola*, 1(21), 108-115.
27. Mandarić, Valentina (2016), *Zamke i opasnosti u čudesnom svijetu medija*, Franjevački institut za kulturu mira, Split
28. Maslow, Abraham H. (1982), *Motivacija i ličnost*, Nolit, Beograd
29. Milardović, Anđelko (2010), *Globalno selo: sociologija informacijskog društva*, Centar za politološka istraživanja, Zagreb
30. Miliša, Zlatko, Mirela Tolić (2008), "Određenje medijske pedagogije s komunikacijskog aspekta", *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 2(4), 113-130.
31. Miliša, Zlatko, Mirela Tolić (2009), "Moralni relativizam i medijska socijalizacija u razvoju interkulturalne komunikacije", *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 3(5), 143-162.
32. Miljković, Dubravka, Majda Rijavec (2002), *Kako se zauzeti za sebe*, IEP, Zagreb
33. Nikodem, Krunoslav, Jasna Kudek Mirošević, Silvija Bunjevac Nikodem (2014), "Internet i svakodnevne obaveze djece", *Socijalna ekologija*, 23(3), 211-236.
34. Okur, Alpaslan, Ozan Alevli (2018), "New Media Literacy Skills in Gifted Students", *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 20(1), 265-289.
35. Pašalić-Kreso, Adila (2000), *Rano učenje: ili učenje u funkciji uvećavanja kapaciteta mozga*, Centar za obuku i obrazovne inicijative, Sarajevo
36. Pavelin, Goran (2016), *Arhiv, mediji, odnosi s javnošću*, Sveučilište u Zadru, Zadar

37. Pavićević, Olivera (2010), "Novi medij, nove generacije i društveni kapital", *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja*, 29(1-2), 109-124.
38. Pianta, Robert C. (1999), *Enhancing relationships between children and teachers*, American Psychological Association, Washington
39. Potkonjak, Nikola M. i sar. (1989), *Pedagoška enciklopedija*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
40. Potočnik, Dunja (2007), "Mladi i nove tehnologije", u: Vlasta Ilišin i Furio Radin (ur.), *Mladi: problem ili resurs*, IDIZ, Zagreb, 105-136.
41. Raboteg-Šarić, Zora (1997), "Uz temu Socijalizacija djece i mladeži", *Društvena istraživanja*, 6(4-5), 30-31.
42. Radojković, Miroljub, Mirko Miletić (2006), *Komuniciranje, mediji i društvo*, Stylos, Novi Sad
43. Rašević, Dragana (2014), *Medijska kultura i medijska pismenost*, Markos, Banja Luka
44. Rot, Nikola (1972), *Osnovi socijalne psihologije: socijalizacija*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva Srbije, Beograd
45. Slatina, Mujo (2006), *Od individue do ličnosti*, Dom štampe, Zenica
46. Slunjski, Edita (2013), *Kako djetetu pomoći da stječe prijatelje i razvija socijalne vještine*, Element, Zagreb
47. Tapscott, Don (2009), *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, McGraw-Hill, London
48. Tolić, Mirela (2008), "Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji", *Acta Iadertina*, 5(1), 1-13.
49. Tolić, Mirela (2009), "Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije", *Život i škola*, 22, 97-103.
50. UNICEF (2017), *Djeca u digitalnom svijetu*, UNICEF, Odjel za komunikacije, New York
51. Valjan-Vukić, Violeta (2009), "Obitelj i škola – temeljni čimbenici socijalizacije", *Magistra Iadertina*, 4(4), 171-178
52. Vasta, Ross, Marshall M. Haith, Scott A. Miller, (2005), *Dječja psihologija*, Naklada Slap, Jastrebarsko
53. Zgrabljic Rotar, Nada (2005), *Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaj i medijski utjecaji: Medijska pismenost i civilno društvo*, Media Centar, Sarajevo
54. Zgrabljic Rotar, Nada (2011), "Masovni mediji i digitalna kultura", u: Nada Zgrabljic Rotar (ur.), *Digitalno doba - Masovni mediji i digitalna kultura*, Biblioteka Digitalno doba, Zadar, 25-53.

SOCIALIZATION OF YOUTH IN NATURAL AND VIRTUAL CONTEXT

Summary:

With the development of technologies, virtual interaction contributes to the stronger virtual socialization of young people. This paper aims to examine how the virtual world influences the identity of young people. In the introduction, we reviewed the studies that dealt with virtual socialization, and then we presented a brief empirical insight into today's socialization of young people from 14 to 21 years of age. With the questionnaire, we tried to examine the "quality" of virtual socialization in the lives of young people. The tasks of our research are focused on questioning the values that young people adopt through virtual socialization, an assessment of the "image of their own" that is in the virtual world, and the compatibility of the virtual identity with the one built in the family and peer environment. Respondents expressed views that their lives matched a life that points to social networks, while they felt that their peers did not live a life that they sought to portray on social networks. The results showed that they feel more secure in online communication than in life. Also, opinions are that the values they adopt are influenced by public opinion, etc. We can conclude that educating youths about the virtual world should be in several directions: actuality, truthfulness, privacy, and freedom.

Keywords: youth; media; socialization

Adrese autorica

Authors' address

Edina Nikšić Rebihić
Univerzitet u Sarajevu
Filozofski fakultet
edina.niksic.rebihic@ff.unsa.ba

Amina Smajović
Univerzitet u Sarajevu
Filozofski fakultet
amina.smajovic@ff.unsa.ba

