

Izzivi vključevanja družbenih omrežij v pedagoški proces

Viktorija Florjančič

Univerza na Primorskem, Fakulteta za management

viktorija.florjancic@fm-kp.si

Vsesplošna raba družbenih omrežij v vsakodnevnom življenju prehaja tudi na področje izobraževanja. Raziskovalci odkrivajo pozitivne in negativne učinke uporabe družbenih omrežij, predvsem prekomerne rabe. Raziskave odvisnosti od uporabe družbenih omrežij primerjajo z odvisnostjo od kemičnih substanc. Zato smo v vsakoletno raziskavo o uporabi informacijsko-komunikacijskih tehnologij med bruci dodali še vprašanja o uporabi družbenih omrežij, predvsem družbenega omrežja YouTube, ki ga pogosto vključujemo v pedagoški proces. Posnetke na YouTubu uporabljamo za dopolnitev in ponazoritev učnih vsebin ter tudi kot uvod v diskusijo ali kot izhodišče za pripravo pisnega izdelka. V empiričnem delu prispevka prikazujemo rezultate raziskave, izvedene med študenti poslovne šole v študijskih letih 2018/2019 in 2019/2020. Raziskava je pokazala, da študentje do interneta najpogosteje dostopajo s pomočjo pametnih telefonov, kar družbena omrežja naredi dostopna na vsakem koraku. Najpogosteje uporabljajo YouTube, sledita Instagram in Facebook. YouTube anketirani študentje uporabljajo predvsem za zabavo, kljub temu pa njegovo rabo še lahko nadzirajo in zaradi tega študijske ter druge obveznosti študentov ne trpijo.

Ključne besede: družbena omrežja, YouTube, visoko šolstvo

Uvod

Z razvojem Spleta 2.0, po letu 2004, so uporabniki svetovnega spleta dobili priložnost za ustvarjanje spletnih vsebin (Christensson 2008). Ustvarjanje in posredovanje ter tudi sodelovanje potekajo na različne načine – s pisanjem spletnih dnevnikov (blogov), z uporabo (skupno rabo) orodij Wiki, kot je npr. Wikipedia, s sodelovanjem na družbenih omrežjih ali preko drugih spletnih platform. V prispevku smo se omejili na družbena omrežja (angl. *social networks*), ki jih nekateri imenujejo tudi družabna ali socialna omrežja. V slovenskem jeziku je izraz socialen zamenljiv s pridevnikom družben, zato Gliha Komčeva (b.l.) priporoča uporabo izraza družbena omrežja. Z njim tako označujemo vsa spletna mesta, ki so namenjena druženju, izmenjavi vsebin in sodelovanju. Družbena omrežja danes uporablja ena tretjina svetovne populacije (Ortiz-Ospina 2019). Po podatkih Statiste in TNW (Ortiz-Ospina 2019) je

najpogostejše uporabljeno omrežje Facebook¹ (2,26 milijarde uporabnikov), sledijo YouTube² (1,9 milijarde), Instagram³ in WeChat⁴ (oba po 1 milijardo). Čeprav ima Facebook na globalni ravni največ uporabnikov, pa je v ZDA najbolj priljubljeno omrežje YouTube. Tam ga (Ortiz-Ospina 2019) uporablja v povprečju 73 % uporabnikov interneta, medtem ko Facebook uporablja 69 % uporabnikov. Sledijo Instagram (37 %), Snapcaht⁵ (24 %) in Twitter⁶ (22 %). YouTube je najpogostejše uporabljeno družbeno omrežje med mladimi (93 % mladih med 25. in 29. letom ter 90 % v skupini mladih med 18. in 24. letom).

Po podatkih OECD (2019) je družbena omrežja leta 2014 uporabljalo 93,2 % Slovencev med 16. in 24. letom, kar je nad povprečjem držav OECD (89,1 %). Slovenija je po deležu mladih uporabnikov na 7. mestu med državami EU. Pred njo so Madžarska (96,5 %), Švedska (96,0 %), Portugalska (95,3 %), Danska (94,5 %), Latvija (93,9 %) in Finska (93,7 %).

Po podatkih BON Internet Trends (Ortiz-Ospina 2019) se v ZDA podaljšuje čas, ki ga uporabniki družbenih omrežij namenijo njihovi uporabi. V povprečju tako odrasli v ZDA na družbenih omrežjih preživijo več kot šest ur dnevno. Daljši čas uporabe je povezan z razvojem mobilnih naprav, saj so družbena omrežja prek mobilnih naprav dostopna od kjer koli in kadar koli.

Razvoj tehnologije je prinesel spremembe (in povzročil demografske razlike) tudi na področju pridobivanja novic⁷ o dogajanju doma in v svetu (Shearer 2018). Če je osrednji vir informacij in novic za Američane nad 50. letom televizija (65 in več %), je za populacijo med 18. in 29. letom televizija vir informacij le za 16 %. Mlajši informacije in novice spremljajo predvsem posredno, preko družbenih omrežij (36 %), četrtnina (27 %) pa preko novinarskih spletnih strani. Tiskane medije spremlja le 2 % mlade populacije, medtem ko je v skupini nad 65 let takšnih 39 % (Shearer 2018).

Uporabniki družbena omrežja uporabljajo za različne namene. Glede na to, da je uporaba najbolj razširjena med mladimi, je britansko Združenje za javno zdravje (Royal Society for Public Health 2017) opravilo raziskavo med mladimi, starimi od 16 do 24 let. Raziskovalce je zanimalo, kakšen vpliv imajo družbena omrežja na čustveni in psihični razvoj posameznika, saj je to obdobje še posebno občutljivo. Če je po eni strani uporaba družbenih omrežij

¹ <https://www.facebook.com/>.

² <https://www.youtube.com/>.

³ <https://www.instagram.com/>.

⁴ <https://www.wechat.com/>.

⁵ <https://www.snapchat.com/>.

⁶ <https://twitter.com/>.

⁷ <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/12/10/social-media-outpaces-print-newspapers-in-the-u-s-as-a-news-source/>.

koristna, saj uporabnikom nudi možnost izražanja, oblikovanja osebne identitete ter občutek pripadnosti skupnosti, pa na drugi strani prekomerna raba vpliva na mentalno zdravje.

Raziskava, ki jo je Royal Society for Public Health v Veliki Britaniji izvedlo leta 2017, je vključila 1.479 posameznikov, starih med 14 in 24 let. V raziskavo so bila vključena vprašanja o uporabi družbenih omrežij Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter in YouTube. Anketiranci so ocenjevali posamezne trditve glede vpliva posameznih dejavnikov od -2 (negativen vpliv) preko 0 (nevtralno) do $+2$ (pozitiven vpliv). Kot pozitivni učinki uporabe družbenih omrežij so se pokazale možnosti samoizražanja, priložnost za oblikovanje lastne identitete, občutek pripadnosti skupnosti, čustvena podpora ostalih uporabnikov družbenih omrežij pa tudi razvoj zavedanja o drugih. Najnegativnejši učinki uporabe družbenih omrežij se kažejo v pomanjkanju in/ali kakovosti spanja, skrbi, da bi kaj zamudili/spregledali (angl. *fear of missing out* – FoMO), odpirajo se priložnosti za nadlegovanje (angl. *bullying*) in oblikuje se mnenje o telesni samopodobi (angl. *body image*); sem sodita tudi pojava tesnobe in depresije. Največ negativnih učinkov ima uporaba Instagrama, najmanj pa omrežja YouTube, za katerega se je pokazalo celo več pozitivnih učinkov. Ostala preučevana družbena omrežja so izkazala več negativnih kot pozitivnih učinkov. Tako so negativne učinke pokazala družbena omrežja Twitter, Facebook in Snapchat.

Študija Univerze v Pensilvaniji (Hunt idr. 2018), ki je raziskovala družbena omrežja Facebook, Instagram in Snapchat, je pokazala, da omejitev uporabe družbenih omrežij na 30 minut dnevno pozitivno vpliva na boljše počutje mladih, predvsem na zmanjšanje osamljenosti in depresivnosti.

Klobasova idr. (2018) opozarjajo na negativne vplive kompulzivne rabe družbenih omrežij, predvsem YouTube, na akademske dosežke oziroma na učni/šolski uspeh. Newport (2019) odpira vprašanja o učinkih stalne povezanosti uporabnikov družbenih omrežij z dogajanjem na omrežju (skrb, da bi kaj spregledali/zamudili) na način delovanja in bivanja. Že omenjena raziskava Royal Society for Public Health (2017) je pri YouTube kot najnegativnejši učinek uporabe izpostavila primanjkljaj spanja, saj vsebine, ne glede na njihov pozitiven vpliv (informacije, povezane z vzdrževanjem zdravega življenjskega sloga, možnost samoizražanja, pripadnost skupnosti ipd.), zaradi privlačnosti uporabnika hitro potegnejo v večurno in prekomerno uporabo. Glede na pomen spanja za mentalno in fizično zdravje posameznika (Walker 2019) je ta podatek zaskrbljujoč.

Zaradi različnih rezultatov raziskav (pozitivni/negativni učinki) nas je zanimalo, kakšne izzive (prekomerna) uporaba družbenih omrežij prinaša študentom poslovne šole. Dejstvo je, da družbena omrežja na različne na-

čine vključujemo v pedagoški proces, njihove značilnosti pa uporabnika hitro pritegnejo v ogled dodatnih videoposnetkov ali objav, kar zna voditi v prekomerno rabo in z njo povezanih posledice. Vprašanja, vezana na uporabo družbenih omrežij, smo vključili v anketo o uporabi informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT), ki jo med študenti poslovne šole izvajamo ob prihodu na fakulteto. Anketo opravimo na začetku 1. letnika med študenti dodiplomskega visokošolskega strokovnega in univerzitetnega študijskega programa Management. Med družbenimi omrežji, ki jih študentje bolj ali manj redno uporabljajo, nas je zanimalo predvsem omrežje YouTube. Želeli smo raziskati namen in pogostost njegove uporabe ter njene učinke, ki v pedagoški praksi predstavljajo določen izziv ter zahtevajo našo pozornost.

Družbena omrežja v pedagoški praksi

Intenzivna raba družbenih omrežij med mladimi kakor tudi njihova priljubljenost učitelje vzpodbujata k vključevanju družbenih omrežij v pedagoški proces. Tako pedagoški proces naredijo zanimivejši in privlačnejši, družbena omrežja pa izkoristijo za boljšo in intenzivnejšo komunikacijo; družbena omrežja vzpodbujajo tudi samostojno učenje in sodelovalno učenje (Lahuerta-Otero, Cordero-Gutiérrez in Izquierdo-Álvarez 2019).

Dlaminijeva (b.l.) v družbenih omrežjih zaradi možnosti ustvarjanja in deljenja vsebin ter medsebojne interakcije učečih se vidi priložnost za izboljšanje učenja. Družbena omrežja učečim se omogočajo tudi vzpostavljanje povezav, pomembnih za njihov nadaljnji karierni razvoj (Dlaminijeva 2007). Študentje se prek družbenih omrežij povezujejo s strokovnjaki različnih področij, sledijo in tudi aktivno sodelujejo v strokovnih razpravah ter na takšen način pridobivajo nova znanja – po mnenju Dlaminijeve (2017) bi učitelji morali vzpodbujati takšne interakcije in dejavnosti študentov. Relajo-Howell (2019) v uporabi družbenih omrežij vidi priložnost za boljšo informiranost študentov, medsebojno povezanost in povezanost z institucijo.

Študentje se prek družbenih omrežij povezujejo tudi samoiniciativno. Pogosto so to skupine študentov letnika, programa ali pa cele fakultete na Facebooku. Skupine so lahko javne – objave so vidne širši javnosti – ali pa zasebne – objave so vidne le članom skupine. Znotraj skupine študentje delijo zapiske, informacije o predmetih, izvedbi študija, namestitvah, študentskem življenju idr. Takšne skupine so pogostejše v okoljih, kjer izobraževalni zavod ne nudi dovolj podpore sodelovanju študentov. Glede na vseprisotnost pametnih telefonov se študentje povezujejo tudi preko mobilnih aplikacij, kot sta npr. Viber in WhatsApp. Ustvarjene skupine omogočajo medsebojno informiranje, razpravo, deljenje vsebin, predvsem pa vzpostavljanje pripadno-

sti skupnosti. Slednje se je pokazalo tudi v že prej omenjeni raziskavi Royal Society for Public Health (2017).

Med mladimi pa tudi med učitelji je priljubljeno družbeno omrežje YouTube, ki nudi številne odprte in prostodostopne vsebine, uporabne na različnih stopnjah učnega procesa. Posnetek, objavljen na YouTubeu, lahko učitelj uporabi kot uvod v učno snov, ponazoritev ali dopolnilo učne snovi. Video-ponazoritve ali animacije so prostodostopne in pogosto nazornejše od klasične razlage v razredu. Videovsebine lahko učitelj uporabi tudi kot izhodišče za diskusijo učečih se (ustno ali pisno) ali za pisni izdelek (vmesno ali končno preverjanje znanja).

Pedagoški proces v visokem šolstvu je pogosto podprt s sistemom za upravljanje učenja (angl. *learning management system* – LMS), kot so npr. odprtokodne rešitve Moodle,⁸ Sakai⁹ ali Canvas¹⁰ ali komercialna rešitev Blackboard.¹¹ Zadnja leta učitelji uporabljajo tudi storitve Microsofta O365, posebno MS Teams, ki so, glede na pogodbo Microsofta z Ministrstvom za izobraževanje, znanost in šport, brezplačno na voljo vsem izobraževalnim zavodom v Sloveniji, ali Googleove storitve, med katerimi so Googleovi dokumenti in Googleova učilnica. Anderson in Dron (2017) ponujata možnosti povezave tradicionalnih sistemov za upravljanje učenja z družbenimi omrežji, saj le-ti omogočajo boljšo komunikacijo, deljenje vsebin, medsebojno povezanost, pripadnost ipd. Vse te želene lastnosti se kažejo v razvoju različnih orodij/dodatkov/vtičnikov za sodelovalno in povezovalno delo študentov, s katerimi lahko dopolnimo klasične sisteme za upravljanja učenja. Omenimo vtičnike (npr. LenAuth¹²), ki omogočajo prijavo v Moodle z računi, ustvarjenimi na različnih družbenih omrežjih (npr. Facebook, Twitter ipd.), vtičnik za blok, ki omogoča prikazovanje komentarjev s Facebooka¹³ v Moodleu, ali pa vtičnik (Socialwall Format¹⁴) za format predmeta, ki izgled predmeta naredi podoben sodobnejšim, študentom prijaznejšim in všečnejšim učnim okoljem, kot je npr. MS Teams. Žal se je razvoj tega vtičnika ustavil pri Moodleovi različici 3.3.¹⁵ in ga pri novejših različicah Moodla ni mogoče uporabiti.

⁸ <https://moodle.org/>.

⁹ <https://www.sakailms.org/>.

¹⁰ <https://www.instructure.com/canvas/>.

¹¹ <https://www.blackboard.com/>.

¹² https://moodle.org/plugins/auth_lenauth.

¹³ https://moodle.org/plugins/block_fbcomments.

¹⁴ https://moodle.org/plugins/format_socialwall.

¹⁵ Zadnja stabilna različica v uporabi je 3.8 (<https://stats.moodle.org/>); v času pisanja je na voljo različica 3.9.

V pedagoško prakso se vključujejo tudi druga družbena omrežja in spletne platforme Spleta 2.0. Najpogostejše so to spletni dnevniki (blogi) ali okolja Wiki, ki podpirajo skupino in/ali raziskovalno delo študentov. Stroka prikazuje primere dobre rabe družbenih omrežij za razvoj govornih spretnosti pri učenju tujega jezika (Namaziandost in Nasri 2019), poudarjeni pa so tudi pozitivni učinki uporabe na razvoj bralnih in pisnih veščin (Suswati in Saleh 2019). Hortigüela-Alcalá idr. (2019) ugotavljajo, da ima uporaba Twitterja in Instagrama pri predmetu Didaktika športne vzgoje pozitiven učinek na motivacijo in vključenost študentov ($n = 197$). Študentje so Twitter in Instagram uporabljali za ustvarjanje in deljenje študijskega gradiva. Seveda se pri uporabi družbenih omrežij odpirajo vprašanja ustvarjanja profilov, odnosa do varovanja zasebnosti, dostopa do osebnih podatkov idr. Zaradi omenjenih izzivov naj učitelji v pedagoško prakso vključujejo le družbena omrežja, ki varujejo zasebnost (npr. zasebni spletni dnevniki) (Sulčič 2008).

Raziskava o uporabi družbenih omrežij med študenti poslovne šole

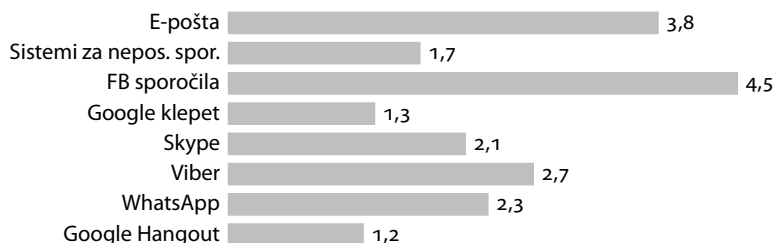
Raziskovanje rabe družbenih omrežij smo združili z vsakoletnim raziskovanjem uporabe IKT med študenti dodiplomskih študijskih programov UP Fakultete za management. Podatke o uporabi in načinu uporabe različnih IKT zbiramo z namenom prilagajanja učnih vsebin in načina izvedbe predmetov s področja poslovne informatike. Kot že omenjeno anketiranje poteka na začetku 1. letnika. Študentom je anketa posredovana v obliki e-vprašalnika. Vprašalnik sestavljajo pretežno vprašanja zaprtega tipa.

V nadaljevanju prikazujemo podatke, zbrane v dveh zaporednih študijskih letih – 2018/2019 ($n = 97$) in 2019/2020 ($n = 127$). V raziskavo so bili vključeni študentje univerzitetnega (23,7 %) in visokošolskega strokovnega (76,3 %) študijskega programa. Med anketiranimi študenti je bilo nekoliko več deklet (56,7 %). Več kot polovica študentov (66,5 %) prihaja iz gimnazijskih programov – 6,7 % iz splošnih, 59,8 % pa iz strokovnih gimnazij. Petina študentov (23,7 %) je srednješolsko izobraževanje zaključila po programu 3 + 2. Ostali so zaključili različne strokovne šole. Podatke o spolu in zaključenem srednješolskem programu zbiramo zaradi ugotavljanja razlik med študenti, ki so pomembne pri načrtovanju učnih vsebin – študentje gimnazijskih programov, ki se vpisujejo na univerzitetni študijski program, primanjkljaj v veščinah uporabe računalnika in interneta, kar upoštevamo pri načrtovanju vsebin s področja informatike. Razlike so tudi glede na spol, saj moški svoje splošne sposobnosti uporabe računalnika na petstopenjski lestvici¹⁶ ocenjujejo višje ($M = 4,27$) od žensk ($M = 4,06$). Razlika je statistično značilna ($p < 0,05$).

¹⁶ 1 = slab uporabnik, 5 = odličen uporabnik.

Preglednica 1 Pogostost uporabe naprav

Naprava	Dostop do interneta (M)	Uporaba za šolsko delo (M)
Namizni računalnik	2,4	2,3
Prenosni računalnik	3,9	4,1
Tablica	1,7	1,4
Pametni telefon	4,9	3,9

Opombe $n = 224$.**Slika 1** Pogostost uporabe spletnih rešitev za komuniciranje

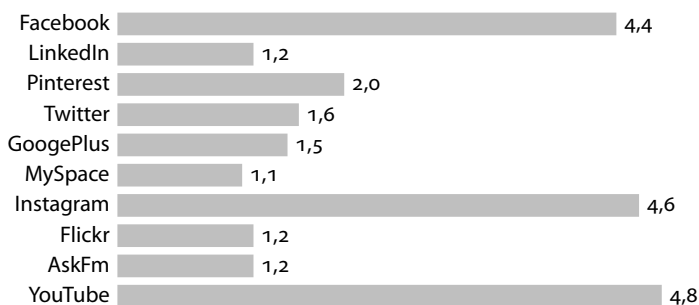
Študente smo spraševali o pogostosti uporabe naprav za dostop do interneta na splošno in o uporabi naprav za šolsko delo.¹⁷ Pogostost uporabe naprav smo presojali na osnovi petstopenjske lestvice.¹⁸ Že leta opazamo, da vedno več mladih za dostop do interneta vse pogosteje uporablja prenosne naprave, z izjemo tablic, ki jih študentje ne uporabljajo (nikoli: 59,4 % na splošno, 74,1 % za šolsko delo). Študentje najpogosteje uporabljajo pametni telefon, ki postaja osrednja naprava za dostop do interneta ($M = 4,9$; redno ga uporablja 89,3 %). Čeprav anketirani študentje za šolsko delo večinoma uporabljajo prenosnik ($M = 4,1$; 51,8 % ga uporablja redno, 25,9 % pogosto), pa se za šolsko delo pogosto (30,4 %) ali redno (35,7 %) uporablja tudi pametni telefon ($M = 3,9$) (preglednica 1).

Pogostost uporabe mobilnih naprav naredi spletne rešitve dostopne na vsakem koraku. Anketiranci so pogostost uporabe spletnih rešitev za komuniciranje, kot tudi pogostost uporabe družbenih omrežij, presojali na petstopenjski lestvici (1 = nikoli, 5 = redno).

Najpogosteje uporabljena spletna rešitev je sporočilni sistem znotraj Facebooka (73,7 % redno, 13,4 % pogosto). E-pošto študentje uporabljajo manj pogosto (33,5 % redno, 32,1 % pogosto), ostale načine komuniciranja še manj. Srednje vrednosti pogostosti uporabe spletnih rešitev za komuniciranje prikazujemo na sliki 1.

Facebook je med mladimi še vedno popularen ($M = 4,4$; redno ga uporablja

¹⁷ Uporabili smo izraz »šolsko delo«, ki je novincem v visokem šolstvu bližje od izraza »študij«.



Slika 2 Pogostost uporabe družbenih omrežij

Preglednica 2 Namen uporabe YouTubea

Trditvev	M	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Dopolnitev šolskih vsebin	3,5	22	22	91	62	27
Za rešitev problemov	3,9	7	8	60	84	65
Za iskanje odgovorov na vprašanja	4,0	7	14	40	96	67
Da se naučim nekaj novega	4,2	2	7	31	87	97

Opombe Naslovi stolpcev: (1) se sploh ne strinjam, (2) se ne strinjam, (3) se delno strinjam, (4) se strinjam, (5) se popolnoma strinjam.

67,0 % anketirancev), čeprav študentje pogosteje uporabljajo Instagram ($M = 4,6$; redno: 81,3 %), predvsem pa YouTube ($M = 4,8$; redno: 85,3 %). Anketa med študenti poslovne šole je pokazala podobno priljubljenost in pogostost uporabe družbenih omrežij, kot jih je pokazala raziskava v ZDA (Ortiz-Ospina 2019), le da sta v ZDA Facebook in Instagram zamenjala mesti. Srednje vrednosti pogostosti uporabe družbenih omrežij prikazujemo na sliki 2.

Glede na pričakovano priljubljenost YouTubea nas je zanimal namen uporabe tega družbenega omrežja (preglednica 2). Anketirani študentje YouTube uporabljajo za pridobivanje novih znanj (s trditvijo se strinja ali popolnoma strinja 82,1 % anketirancev). Še najmanj ga uporabljajo za iskanje vsebin, s katerimi bi dopolnili šolske vsebine, pa čeprav je bila npr. anketa izvedena med študenti pri predmetu, kjer bi na YouTubeu lahko pridobili veliko uporabnih nasvetov (uporaba pisarniških programov). Poleg v preglednici 2 prikazanih namenov uporabe družbenega omrežja YouTube se ta uporablja za zabavo ($M = 4,5$) pa tudi za iskanje navdiha za vsakodnevne dejavnosti ($M = 4,1$).

Raziskavo pogostosti uporabe YouTubea smo dopolnili s podatki o predvidenih znakih odvisnosti od družbenih omrežij, ki jih izpostavlja stroka (Addic-

¹⁸ Lestvica: 1 = nikoli, 2 = redko, 3 = občasno, 4 = pogosto, 5 = redno.

Preglednica 3 Znaki odvisnosti od YouTubea

Trditev	M	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Težko nadzira uporabo	2,7	37	81	57	26	21
Težko zmanjša uporabo	2,6	39	83	58	24	18
Že poskusili zmanjšati uporabo	2,7	46	76	37	49	14
Ne more opustite rabe	2,5	66	73	33	34	13
Zaradi uporabe trpi vsakodnevno delo	1,9	115	69	27	8	3

Opombe Naslovi stolpcev: (1) se sploh ne strinjam, (2) se ne strinjam, (3) se delno strinjam, (4) se strinjam, (5) se popolnoma strinjam.

Preglednica 4 Motiviranost za študij

Trditev	M	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Nisem motiviran	2,0	67	103	38	11	5
Diploma ni pomembna	2,0	75	88	45	11	5
Diplomirati želim čim prej	4,1	6	8	31	83	96
Želim veliko znanja, ne glede na napor	4,2	1	2	39	102	80
V študij bom vložil minimalni napor	2,3	38	120	36	21	9
Študij mi je v veselje	3,5	6	19	81	82	36
Bolj me veselijo stvari, ki niso povezane s študijem	3,1	12	52	91	46	23

Opombe Naslovi stolpcev: (1) se sploh ne strinjam, (2) se ne strinjam, (3) se delno strinjam, (4) se strinjam, (5) se popolnoma strinjam.

tion Center b.l.). Znake odvisnosti smo prilagodili obravnavanemu primeru, anketirance pa pozvali, da strinjanje s ponujenimi trditvami izrazijo na petstopenjski lestvici (1 = se sploh ne strinjam, 5 = se popolnoma strinjam). Kljub pogosti uporabi YouTubea samoocena anketiranih študentov ne izkazuje znakov odvisnosti ($M < 3,0$) (preglednica 3), na osnovi katerih bi lahko sklepali o odvisnosti od uporabe.

V vprašalnik smo vključili tudi vprašanja, vezana na motivacijo za študij, saj nekatere raziskave izkazujejo negativen učinek uporabe družbenih omrežij na učne (akademske) rezultate (Klobas idr. 2018). Študentje so na petstopenjski lestvici presojali strinjanje s posameznimi trditvami (preglednica 4). Čeprav je skupina anketirancev pripravljena v študij vložiti zgolj minimalen napor (strinja in popolnoma se strinja 13,4 %), je med anketiranimi študenti večja skupina (strinja in popolnoma se strinja 81,2 %), ki so v študij pripravljeni vložiti več napora za pridobivanje znanja. Po drugi strani pa je med anketiranimi študenti skoraj tretjina (30,8 %) takšnih, ki jih bolj veselijo stvari, ki niso povezane s študijem.

Poskušali smo poiskati medsebojno povezanost posameznih preučeva-

Preglednica 5 Struktura novooblikovanih spremenljivk motivacije za študij

Visoka motiviranost	Diplomirati čim prej Želim veliko znanja, ne glede na potreben napor Študij mi je v veselje
Nizka motiviranost	Nisem motiviran za študij Diploma ni pomembna V študij bom vložil minimalni napor Bolj me veselijo stvari, ki niso povezane s študijem

nih spremenljivk. Zanimala nas je predvsem povezanost uporabe družbenih omrežij, uporabe in morebitnih težav z uporabo YouTube ter motiviranosti za študij. Glede na veliko število zbranih podatkov smo oblikovali nekatere nove spremenljivke. Tako smo za uporabo družbenih omrežij (»Družbena omrežja«) za vsakega anketiranca izračunali novo spremenljivko kot povprečje spremenljivk o pogostosti uporabe posameznih družbenih omrežij (slika 2). Podobno smo, kot povprečje posameznih spremenljivk, oblikovali spremenljivko znakov odvisnosti od družbenega omrežja YouTube (»Znaki odvisnosti«) ter dve spremenljivki o motiviranosti. Pri motiviranosti smo, kot povprečje vrednosti spremenljivk, oblikovali spremenljivki »Visoka motiviranost« in »Nizka motiviranost« (preglednica 5).

Medsebojno povezanost spremenljivk smo presojali s pomočjo Spearmanovega korelacijskega koeficienta (r_s). V preglednici 6 prikazujemo le statistično značilne povezave. Študentje, ki pogosteje uporabljajo različna družbena omrežja, družbeno omrežje YouTube uporabljajo tudi za reševanje problemov ($r_s = 0,19$), za iskanje odgovorov na vprašanja, ki se jim porajajo ($r_s = 0,18$), in za pridobivanje novega znanja ($r_s = 0,16$). Povezave so sicer nizke, vendar statistično značilne ($p < 0,05$). Precej višje, statistično značilne povezave so med spremenljivkami, ki izkazujejo pogostost rabe YouTube za dopolnitev šolskih vsebin, in drugimi spremenljivkami o namenu uporabe. Študentje, ki za študij niso visoko motivirani in jih pogosto zanimajo druge stvari oziroma v študij nameravajo vlagati minimalne napore (»Nizka motiviranost«), so v samooceni izkazali več znakov odvisnosti od uporabe YouTube ($r_s = 0,28$). Znaki odvisnosti od YouTube so prisotnejši pri študentih, ki pogosteje uporabljajo tudi druga družbena omrežja ($r_s = 0,17$) in na YouTube pogosteje iščejo odgovore na vprašanja ($r_s = 0,17$). Povezave so nizke, vendar statistično značilne.

Pogostost uporabe mobilnega telefona za šolsko delo je v statistično značilni povezanosti z uporabo YouTube za šolsko delo ($r_s = 0,24$) in za reševanje problemov ($r_s = 0,15$). Pametni telefon za šolsko delo pogosteje uporabljajo

Preglednica 6 Medsebojna povezanost spremenljivk

Spremenljivke	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
(1) Uporaba pametnega telefona za šolsko delo									
(2) Družbena omrežja	0,25**								
(3) YouTube za dopolnitev šolskih vsebin	0,24**								
(4) YouTube za reševanje problemov	0,15*	0,19**	0,58**						
(5) YouTube za odgovore na vprašanja		0,18**	0,48**	0,69**					
(6) YouTube za novo znanje		0,16*	0,35**	0,53**	0,65**				
(7) Srednješolska ocena	0,14*	0,16*	0,17*						
(8) Visoka motiviranost				0,15*	0,17**	0,25**			
(9) Nizka motiviranost			-0,16*					-0,29**	
(10) Znaki odvisnosti		0,17*			0,17*				0,28**

Opombe * Statistično značilna korelacija pri $p = 0,05$. ** Statistično značilna korelacija pri $p = 0,01$.

študentje, ki so v srednji šoli dosegli višjo povprečno oceno v zadnjih dveh letnikih srednje šole ($r_s = 0,14$).

Povprečna ocena uspeha zadnjih dveh letnikov srednje šole nam pomaga pri preverjanju ugotovitev, ki jih o povezavi uporabe družbenih omrežij in akademskih dosežkov navajajo Klobasova idr. (2018) ter Paul, Bakerjeva in Cochran (2012). Oceno srednje šole smo upoštevali zato, ker je anketiranje potekalo ob vstopu na fakulteto in študentje še niso imeli drugih ocen. Iz preglednice 6 je razvidno, da študentje, ki so imeli v srednji šoli boljši uspeh v zadnjih dveh letnikih, pogosteje uporabljajo družbena omrežja ($r_s = 0,16$) pa tudi YouTube za dopolnitev učnih vsebin ($r_s = 0,17$). Nismo pa zaznali statistično značilne povezave med srednješolskim uspehom in spremenljivko, ki združuje znake odvisnosti od uporabe YouTubea.

Zaključek

Raziskave o učinkih uporabe družbenih omrežij v izobraževanju ugotavljajo tako pozitivne kot negativnih učinkov. Vsem je skupna ugotovitev, da uporaba družbenih omrežij narašča z uporabo mobilnih naprav, predvsem mobilnih telefonov. Naraščajočo rabo mobilnih telefonov moramo učitelji imeti v mislih, ko načrtujemo študijske vsebine pa tudi aktivnosti pri posameznih predmetih. Le-te morajo biti prilagojene generacijam, ki do podatkov in informacij dostopajo predvsem z mobilnih naprav (omejenost prikaza besedila

na zaslonu), vendar ob vzdrževanju akademskih standardov – tudi te generacije morajo biti namreč sposobne branja dolgih in zapletenih besedil, pisanja in razpravljanja o različnih vsebinah itn.

Tako kot v ZDA tudi anketirani študentje v Sloveniji najpogosteje uporabljajo družbeno omrežje YouTube. Na prvih dveh mestih sta sicer Facebook in Instagram, s tem da anketirani slovenski študentje pogosteje uporabljajo Facebook, študentje v ZDA pa Instagram. Omenjena tri družbena omrežja so imela leta 2018 največ uporabnikov tudi na globalni ravni, čeprav se jim hitro približuje kitajski WeChat (Ortiz-Ospina 2019).

Zaradi vključevanja videoposnetkov z družbenega omrežja YouTube v pedagoški proces in spremljanja raziskav o negativnih učinkih prekomerne rabe YouTubea smo pogostost rabe in morebitne negativne učinke prekomerne rabe želeli preveriti med študenti UP Fakultete za management. Pri predstavitvi rezultatov raziskave smo prikazali zbirne podatke za obe leti, nas je pa vseeno zanimalo, ali obstajajo statistično značilne razlike med letoma. Razlik v samooceni znakov odvisnosti sicer ni, smo pa s pomočjo Mann-Whitneyjevega neparametričnega testa od leta 2018 do 2019 ugotovili statistično značilne ($\text{Sig.} < 0,05$) razlike pri spremenljivki poskusa zmanjšanja uporabe YouTubea ($M_{2018} = 2,3$; $M_{2019} = 2,7$). Zanimivo je, da je generacija 2019 statistično značilno manj naklonjena trditvi, da je v študij pripravljena vložiti minimalen napor, in trditvi, da jo bolj kot študij veseli druge stvari. Očitno pri študentih poslovne šole, kljub temu da YouTube uporabljajo za zabavo, njegova uporaba (še) ne predstavlja tveganja za odvisnost. Na osnovi samoocen znakov odvisnosti je znake odvisnosti od družbenega omrežja YouTube opaziti pri študentih, ki pogosto uporabljajo različna družbena omrežja ($rs = 0,17$), predvsem pa YouTube uporabljajo za iskanje odgovorov na različna vprašanja ($rs = 0,17$), ter pri študentih, ki za študij niso visoko motivirani ($rs = 0,28$). Čeprav so povezave nizke, pa so statistično značilne in jih bo v prihodnje potrebno spremljati. Ugotovljene povezave, kot tudi osnovne značilnosti družbenih omrežij, predvsem pa mobilnih aplikacij za njihovo uporabo, ki nas silijo k stalni prisotnosti in vse pogostejši uporabi (Newport 2019), od nas zahtevajo razmislek o smiselnem in premišljenem vključevanju družbenih omrežij v pedagoško prakso. S tem nikakor ne odsvetujemo vključevanja družbenih omrežij, svetujemo pa razmislek in premišljeno/smiselno rabo, kar sicer velja za vse IKT. Pri vključevanju družbenih omrežij moramo biti pozorni predvsem na študente, ki so dovzetnejši za različne oblike odvisnosti. Po mnenju ameriškega spletnega centra za odvisnost ima odvisnost od družbenih omrežij namreč podobna tveganja (in tudi vzroke – t. i. dopaminski učinek) kot odvisnosti, ki so posledice uporabe različnih nedovoljenih kemičnih

substanc (Addiction Center b.l.). Poglobljena študija odvisnosti od družbenih omrežij presega obseg tega prispevka, bi bila pa zanimiva za nadaljnje raziskovanje.

V izogib tveganju je uvajanje in vzpodbujanje rabe družbenih omrežij v izobraževanju vsekakor smiselno dopolniti tudi z informiranjem o varni rabi interneta ter tveganjih, ki jih prekomerna raba različnih storitev interneta povzroča, ter seveda s predstavitvijo možnosti in priložnosti vključevanja družbenih omrežij v pedagoško prakso.

Literatura

- Addiction Center. B. l. »What Is Social Media Addiction.« <https://www.addictioncenter.com/drugs/social-media-addiction/>.
- Anderson, T., in J. Dron. 2017. »Integrating Learning Management and Social Networking Systems.« *Italian Journal of Educational Technology* 25 (3): 5–19.
- Christensson, P. 2008. »Web 2.0. Definition.« TechTerms. 14. januar. <https://techterms.com/definition/web20>.
- Dlamini, K. B. l. »The Role of Social Media in Education.« LCIBS. <https://lcibs.ac.bw/education/the-role-of-social-media-in-education/>.
- Gliha Komac, N. B. l. »Socialna, Družbena in Družabna Omrežja.« Jezikovna svetovalnica. <https://svetovalnica.zrc-sazu.si/topic/51/socialna-dru%C5%BEbena-in-dru%C5%BEabna-omre%C5%BEja>.
- Hortigüela-Alcalá, D., J. Sánchez-Santamaría, Á. Pérez-Pueyo in V. Abella-García. 2019. »Social Networks to Promote Motivation and Learning in Higher Education from the Students' Perspective.« *Innovations in Education and Teaching International* 56 (4): 412–422.
- Hunt, M. G., R. Marx, C. Lipson in J. Young. 2018. »No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression.« *Journal of Social and Clinical Psychology* 37 (10): 751–768.
- Klobas, J. E., T. J. McGill, S. Moghavvemi in T. Paramanathan. 2018. »Compulsive YouTube Usage: A Comparison of Use Motivation and Personality Effects.« *Computers in Human Behavior* 87:129–139.
- Lahuerta-Otero, E., R. Cordero-Gutiérrez in V. Izquierdo-Álvarez. 2019. »Using Social Media to Enhance Learning and Motivate Students in the Higher Education Classroom.« *V Learning Technology for Education Challenges*, ur. L. Uden, D. Liberona, G. Sanchez in S. Rodríguez-González, 351–361. Communications in Computer and Information Science. Cham: Springer International.
- Namaziandost, E., in M. Nasri. 2019. »The Impact of Social Media on EFL Learners' Speaking Skill: A Survey Study Involving EFL Teachers and Students.« *Journal of Applied Linguistics and Language Research* 6 (3): 199–215.

- Newport, C. 2019. *Digital Minimalism: On Living Better with Less Technology*. Penguin Random House.
- OECD. 2019. *Society at a Glance 2019: OECD Social Indicators*. Pariz: OECD Publishing.
- Ortiz-Ospina, E. 2019. »The Rise of Social Media.« Our World in Data. 18. september. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>.
- Paul, J. A., H. M. Baker in J. D. Cochran. 2012. »Effect of Online Social Networking on Student Academic Performance.« *Computers in Human Behavior* 28 (6): 2117–2127.
- Relajo-Howell, D. 2019. »How Can Social Media Help Education?« Psychreg. 19. januar. <https://www.psychreg.org/social-media-education/>.
- Royal Society for Public Health. 2017. *#Status of Mind: Social Media and Young People's Mental Health*. London: Royal Society for Public Health.
- Shearer, E. 2018. »Social Media Outpaces Print Newspapers in the U.S. as a News Source.« Pew Research Center. 10. december. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/12/10/social-media-outpaces-print-newspapers-in-the-u-s-as-a-news-source/>.
- Sulčič, V. 2008. »Blogging in Tertiary Education.« *V Proceedings of the IADIS International Conference*, 27–33. Freiburg: IADIS
- Suswati, R., in S. Saleh. 2019. »The Use of Social Media in Designing The Writing Assessment for RFL Students.« *Journal of ELT Research* 4 (1): 26–34.
- Walker, M. P. 2019. *Zakaj spimo: moč spanja in sanj*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Challenges of Integrating Social Networks into the Pedagogical Process

The general use of social networks in everyday life is also extending into the field of education. Researchers are discovering the positive and negative impacts of using social networks, especially overuse. Research on the addiction to social network use has compared that addiction with the addiction to chemical substances. Therefore, in the annual survey on the use of information and communication technology among freshmen, we added questions about the use of social networks, especially the social network YouTube, which we often include in the pedagogical process to supplement and illustrate learning content as well as to introduce a discussion or to prepare a written product. In the empirical part of the paper, we present the results of a survey conducted among business school students in the academic years 2018/2019 and 2019/2020. The results show that students most often access the Internet with the help of smartphones, making social networks accessible at every turn. Respondents used YouTube the most, followed by Instagram and Facebook. YouTube was used by the surveyed students mainly for entertainment; however, the students can still control their use of YouTube and, as a result, they do not suffer in their studies and other student obligations.

Keywords: social networks, YouTube, higher education