

Svetlana J. Čičević,
Univerzitet u Beogradu, Saobraćajni fakultet,
Laboratorija za saobraćajnu psihologiju i ergonomiju,
s.cicevic@sf.bg.ac.rs

UDK 316.6:004.738.5-057.87
Originalni naučni rad
Primljen: 30. 6. 2013.

Marjana V. Čubranić Dobrodolac,
Univerzitet u Beogradu, Saobraćajni fakultet,
Laboratorija za saobraćajnu psihologiju i ergonomiju,
marjana@sf.bg.ac.rs

Milkica Nešić,
Univerzitet u Nišu, Medicinski fakultet,
Departman za fiziologiju,
milkica@medfak.ni.ac.rs

UPOTREBA INFORMACIONO-KOMUNIKACIONIH TEHNOLOGIJA MEĐU STUDENTIMA

Apstrakt

Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija među studentima postala je predmet brojnih studija. U ovom radu interesovalo nas je postojanje razlika u obrascima onlajn ponašanja i korišćenju Facebook-a (FB) između dve generacije studenata. Studenti su popunjavali anketu koja se sastojala od 45 pitanja koja su pored demografskih informacija, obuhvatala podatke o vremenu i načinu korišćenja Facebook-a. Rezultati su pokazali da svi studenti treće godine imaju Facebook profil za razliku od studenata druge godine gde nalog na FB ima njih 66%. Trećina studenata druge godine su izbegavali da budu uključeni u Facebook. Kao glavne razloge su navodili da jednostavno nisu zainteresovani ili da nisu hteli da lične informacije budu dostupne putem Interneta, zatim da ni njihovi prijatelji nemaju nalog, kao i nedostatak vremena, dok je najmanje njih smatralo da je to trenutna moda. Većina ispitanika je zadovoljna Facebook-om i ne planira da ukine svoj profil. Studentima treće godine Facebook uglavnom služi za savlađivanje dosade. Na osnovu rezultata možemo zaključiti da se vreme boravljenja na Internetu očigledno produžuje, povećava se broj korisnika Facebook-a, koji je izgubio funkciju posrednika u sklapanju prijateljstava, ali se zato broj virtuelnih prijatelja povećava sa ciljem razmene informacija.

Ključne reči: Informaciono-komunikacione tehnologije, Internet, Facebook

Uvod

Danas teško da možemo zamisliti život bez interneta kao najmasovnijeg vida komunikacije. Internet nam nudi odgovore na sva naša pitanja, i to u najkraćem vremenskom roku, nudi nam obrazovne materijale, zabavu, mogućnost poslovanja.

Savremena, digitalna kultura, donosi sa sobom značajne promene u različitim sferama života, ali čini se da najveće interesovanje pobuđuju promene vezane za način komunikacije. U javnosti se postavljaju razna pitanja; od toga koliko je „zdrava“ komunikacija koja se ostvaruje na ovakav način, preko toga koliko je autentična, do toga koliko je, na kraju, bezbedno komunicirati. Internet je svakako napravio revoluciju (u mnogim aspektima), a socijalne mreže su napravile svoju revoluciju u okviru interneta.

Kada se govori o socijalnim mrežama, prva asocijacija je vezana za Facebook (FB), najpopularniju i najbrojniju virtualnu zajednicu te vrste na svetu. Funkcionisanje ovakvih mreža podrazumeva lični profil, spremište za deljenje informacija putem poruka na zidovima i sposobnost da se omogući socijalna povezanost korisnika pomoću instant poruka (instant messaging – IM) i e-mail-a. Kada se ljudi pridruže socijalnoj mreži, oni počinju sa stvaranjem profila, zatim povezivanjem sa postojećim prijateljima kao i zadovoljavanjem drugih različitih potreba za komunikacijom. Članovi koriste ovakve sajtove za više namena. Dok je prvobitna motivacija bila komunikacija i održavanje odnosa, dalje popularne aktivnosti uključuju ažuriranja različitih aktivnosti, razmenu fotografija i arhiviranje događaja, dobijanje vesti o aktivnostima prijatelja i predstojećim značajnim događajima. Korisnici se mogu pridruživati u mreže koje su organizovane po gradovima, radnim mestima, školama i regionima, kako bi se povezali i komunicirali sa drugim ljudima. Takođe, ljudi mogu dodavati prijatelje, slati im poruke, a mogu i dodavati nove podatke u svoje profile kako bi obavestili prijatelje o novim dešavanjima.

Da li ste se ikada zapitali koja je to čudna sila, koja vas vuče kao magnet da čitate FB-ov „News feed“ (novosti), prepun beskorisnih informacija o nebitnim aktivnostima vaših prijatelja? Sociolozi smatraju da se radi o fenomenu zvanom ambient awareness (svest o ambijentu) što nam je usađeno genetski duboko u podsvest, a upravo taj fenomen koriste Facebook i Twitter. Facebookov News Feed, dakle, pojedincima daje mogućnost da budu bliži nego ikad ljudima iz svog okruženja, što je u suprotnosti sa tvrdnjama da Internet vodi u društvenu izolaciju i otuđenje. Sociolozi čak tvrde da činjenice govore suprotno – da je ovo izum koji je čovečanstvu bio potreban, jer je u poslednjih 20 godina izolacija ljudi veća nego ikada – rad od kuće ili na udaljenim mestima, što je rezultovalo redukovanjem kontakata sa prijateljima i poznanicima. Ovo je dakle, razlog, što je mikroblogovanje (pisanje statusa) isplivalo kao dominantna forma digitalne komunikacije danas. Sociolozi tvrde da se mikroblogovanje drastično razlikuje od blogovanja. Da bi neko napisao članak na svom blogu, mora da se priprema, sakupi materijal, razmišlja, piše, briše... kao kada se piše knjiga. Mikroblogovanje ne zahteva nikakav napor. Trendovi pokazuju da je blogovanje u opadanju. Još jedna od prednosti ovakog načina komunikacije je da se sada mnogo lakše mogu rešiti razni problemi. Tu važi takozvani „zakon slabih veza“. Slabe veze su veze sa ljudima koji nam nisu prijatelji, već poznanici, ljudi koje smo negde, u prolazu, upoznali, putem posla ili preko pravih prijatelja. Većina ljudi među svojim FB prijateljima ima najviše ovih „slabih veza“. Ovo ima svoju prednost: ako se nađemo u situaciji u kojoj nam je potrebno rešenje za neki problem, mnogo su veće šanse da će se javiti neko sa rešenjem. Naši bliski prijatelji, najvero-

vatnije neće znati rešenje, koliko god se trudili, jer se kreću u sličnim krugovima kao i mi, čuju slične informacije i znaju koliko i mi. Ali u tim situacijama, skoro uvek se javi neko iz ovog kruga „slabih veza“ ko zna rešenje.

Socijalne mreže, kao i korišćenje interneta i mobilnih telefona danas predstavljaju standard i nešto bez čega se ne može, naročito među mladom populacijom. Koliko se ozbiljno razmišlja o internetu govori i podatak da je Finska Vlada donela odluku po kojoj je internet u Finskoj postao zakonom zagarantovan, što znači da će svaki građanin te zemlje, u dogledno vreme, imati univerzalni, zakonom zaštićeni pristup internetu, jer se smatra da je on neophodan za normalan život (<http://www.telegraph.co.uk/technology/broadband/6337698/Finland-makes-fast-broadband-a-legal-right.html>).

Pored toga što mlade generacije internet koriste kao izvor znanja, što na Fejsbook-u možemo pronaći prijatelje koje odavno nismo videli, ili koji žive daleko, i održavati kontakt sa njima, i što možemo upoznati neke nove ljude, moramo priznati da Facebook ima i svojih loših strana. Kako na internetu, tako i na Fejsbuku postoje razne mogućnosti za zloupotrebu.

Upotreba socijalnih mreža u svetu i kod nas

Upotreba socijalnih mreža u današnjem smislu počela je 1997 godine pristupom SixDegrees.com-u koji je dozvolio svojim korisnicima da kreiraju profile, liste svojih prijatelja, a godinu kasnije da surfuju listama prijatelja (Boyd i Ellison, 2008). Dva web sajta su postala posebno popularna: MySpace i Facebook. Facebook je kreirao rane 2004 godine Mark Zuckerberg, dok je bio student na Harvardu. Najpre su mu pristup imali samo studenti ovog Univerziteta koji su imali svoje e-mail adrese da bi se kasnije, 2005, proširio i na ostale zainteresovane izvan univerzitetske mreže. Početkom 2012. Fejsbuk ima oko 900 miliona korisnika u svetu. Na svoj šesti rođendan 5. Februara 2010. godine, Fejsbuk je imao 400 miliona članova. U szeptembru iste godine 2,2 miliona ljudi u Srbiji imalo je profil na Fejsbu-ku, a u januaru 2011, 2.7 miliona (Nuković, Azemović, Nuković, 2012).

Izveštaj iz „Pew Internet and American Life Project“ 2001 godine (Lenhart i sar., 2001) je pokazao rastuću društvenu ulogu komunikacionih tehnologija u životu mladih ljudi. Prema ovom izveštaju 3/4 tinejdžera uzrasta između 12 i 17 godina korise Internet i IM a ove tehnologije postaju značajan aspekt njihovog načina života. Tinejdžeri (njih 76%) izjavljuju da bi im internet veoma nedostajao kada ne bi mogli više da ga koriste. 48% smatra da je doprineo poboljšanju kvaliteta njihovog odnosa sa prijateljima, dok 32% misli da im internet pomaže u uspostavljanju novih prijateljstava. Više od trećine adolescenata koriste IM za saopštavanje sadržaja koje inače ne bi smeli u komunikaciji licem u lice, kao što su pozivi za izlaske (17%) ili raskid veze (13%). U ponovljenom projektu iz 2007 godine (Lenhart i sar., 2007), pokazuje se porast broja online korisnika na 93%. Najviše ga koriste u svrhu socijalne interakcije, kao mesto deljenja ideja i iznošenja svojih iskustava, dok upotreba ostalih tehnologija kao što je e-mail opada.

Prema podacima kompanije EUnet u Srbiji internet svakodnevno koristi oko 1,5 miliona građana, što čini oko 25 % ukupnog stanovništva, dok je evropski prosek od 50 do 70 % stanovništva koje svakodnevno koristi Internet (www.eunet.rs). Oko 50 % ljudi u Srbiji nikada nije koristilo Internet i nema nameru jer smatraju da im to nije potrebno. Naša zemlja, sa čak 2.716.340 otvorenih naloga na ovoj društvenoj mreži je prva u regionu, 17. u Evropi, a od decembra 2009. godine do danas broj korisnika u Srbiji se uvećao za oko 40 procenata (<http://www.infomreza.com>). Istraživanja pokazuju da FB u Srbiji više koriste muškarci (56 %) u odnosu na žene (44 %), a najviše osobe između 18 i 34 godina (61 %). Ipak, iznenađuje činjenica da je najveći trend rasta korisnika u starosnoj grupi preko 65 godina. Podatak o velikom broju srpskih korisnika FB, dodatno dobija na težini ako se uzme u obzir da tek svaki drugi stanovnik naše zemlje koristi Internet, što je znatno ispod evropskog proseka (u razvijenim državama taj broj iznosi i više od 95 %).

Upotreba socijalnih mreža u obrazovanju

Kao jedna od najpopularnijih društvenih mreža, Facebook predstavlja alat za komunikacije veoma srodan e-mail-u jer u suštini počivaju na istoj tehnologiji. Većina visokoobrazovnih institucija ga na taj način i posmatra. Još uvek se najveći deo komunikacije između nastavnika i studenata odvija putem mejla. Fakulteti će svakako biti voljni da usvoje tehnologije za koje se ustanovi da mogu olakšati komunikaciju sa studentima. Još je značajniji socijalni aspekt FB-a. Fakulteti i nastavnici koji nastavu doživljavaju kao uspostavljanje adekvatnih odnosa sa studentima smatraće FB i slične tehnologije kao efikasan poslovni potez za uspostavljanje takve veze. Iako mnogi nastavnici imaju svoje FB stranice i aktivno su povezani sa svojim studentima, neka iskustva pokazuju da mora postojati svest o problemima koje takve aktivnosti sobom nose (Flynn, 2009; Young, 2009).

Mazer i saradnici (2007) nalaze da FB počinju da koriste kako studenti, tako i nastavnici. Prema izjavama zvaničnika Facebooka oko 297 000 članova se identifikovalo kao nastavno osoblje. Oni navode da studenti upotrebu FB od strane nastavnika opažaju kao napor da neguju pozitivne odnose sa svojim učenicima, što može imati pozitivan uticaj na njihov uspeh. Iako sa jedne strane, to može dovesti do narušavanja njihovog kredibiliteta, sa druge, može ukazzivati na prihvatanje i razumevanje savremene studentske kulture. Ovakva interakcija može biti ključni faktor za kvalitet online kurseva (Roblyer et al., 2010). FB sa svojim jedinstvenim karakteristikama (feed, online igrice i chat) podstiče interakciju i angažovanje korisnika bez obzira na lokaciju i prevazilazi jezičke barijere. Naučnici iz oblasti društvenih nauka pokušavaju da prouče upotrebu FB među mladim generacijama (Dong, 2008), da razumeju njihovu online interakciju, komunikaciju i identitet kao članova online zajednice.

Sve je veći broj publikacija koje se bave istraživanjem načina na koje mladi, posebno studenti Univerziteta koriste informaciono komunikacione tehnologije (Cotten, 2008; Jones i Fox, 2009; Pasek i sar., 2009; Roberts i Foehr, 2008). Iako su

bile dizajnirane prevashodno za socijalne potrebe, društvene mreže pokazuju tranziciju ka drugim oblastima života adolescenata, uključujući i obrazovanje. Karlin (2007) saopštava da skoro 60% studenata, korisnika društvenih mreža komunicira o temama vezanim za edukaciju, a više od 50% razmenjuje iskustva o domaćim zadacima.

Salaway i saradnici (2007) su pronašli da studenti u proseku 18 časova nedeljno provode u online aktivnostima, dok Junco i Mastrodicasa (2007) saopštavaju da studenti često koriste instant poruke (IM) provodeći najčešće svakodnevno sat i 20 minuta aktivno četujući. Najpopularnije i najzastupljenije online aktivnosti studenata predstavljaju posećivanje web sajtova socijalnih mreža (Jones i Fox, 2009; Lenhart i sar., 2008). Quan-Haase (2007) saopštava da 65 % studenata provodi više od 3 časa dnevno online, 62 % koristi e-mail nedeljno, 67 % upotrebljava IM dnevno, dok najveći broj studenata IM koristi već više od 4 godine. Morgan i Cotten (2003) pronalaze da studenti u proseku provode 3.9 sati koristeći e-mail, 16.3 sata četujući i koristeći IM, a skoro 12 časova nedeljno koristeći internet u svrhe koje ne podrazumevaju aktivnosti komunikacije, kao što su surfovanje ili igranje igrice. Hargittai (2007) nalazi da 82 % studenata saopštava da učestvuje u četovanju, a gotovo 84 % je online više od jednom dnevno.

Nagel i Kotzé (2010), sugerišu da je potrebno obratiti pažnju na aktivnost na društvenim mrežama i interpersonalne odnose kao na nove forme ili mogućnosti za učenje, vežbanje, razmenu iskustava i saradnju. Na primer, pridruživanje grupama u kojima korisnici dele slične interese ima pedagoški potencijal koji se može iskoristiti na bezbroj konstruktivnih načina (Blattner i Fiori, 2009).

Trend uvođenja socijalnih mreža u proces nastave je relativno nov i malo je istraživanja o njihovom prihvatanju. Ova studija trebalo bi da pruži preliminarne podatke o načinu korišćenja FB od strane studenata. Za koje svrhe studenti koriste FB? Kolika je proporcija studenata koji FB koriste za dnevne aktivnosti i socijalnu interakciju, a koliko u akademske svrhe? Koliko dugo studenti imaju FB nalog, koliko često posećuju i koliko vremena dnevno provode na FB? Koliko prijatelja imaju na FB?

Cilj istraživanja

U ovom radu interesovalo nas je postojanje razlika u obrascima onlajn ponašanja i korišćenju Facebook-a između dve generacije studenata Saobraćajnog fakulteta u Beogradu.

Materijal i metode istraživanja

Uzorak je činilo 70 ispitanika, 35 studenata druge godine studija (60% muškaraca i 40% žena) i isto toliko studenata treće godine (45% muškaraca i 55% žena). Učesnici su bili polaznici uvodnog kursa iz psihologije i dobrovoljno su pristali da učestvuju u istraživanju.

Studenti su popunjavali anketu koja se sastojala od 45 pitanja sa višestrukim izborom, koja je pored demografskih informacija, obuhvatala podatke o vremenu i načinu korišćenja Facebook-a, prethodnom iskustvu u korišćenju Interneta, vrsti aktivnosti na FB, broju prijatelja, motivima i slično. Obrada rezultata podrazumevala je izračunavanje osnovnih parametara deskriptivne statistike.

Rezultati

Rezultati su pokazali da svi studenti treće godine imaju Facebook profil za razliku od studenata druge godine gde nalog na FB ima njih 66%. Trećina studenata druge godine su izbegavali da budu uključeni u Facebook. Kao glavne razloge su navodili da jednostavno nisu zainteresovani ili da nisu hteli da lične informacije budu dostupne putem Interneta, zatim da ni njihovi prijatelji nemaju nalog, kao i nedostatak vremena, dok je najmanje njih smatralo da je to trenutna moda. Trenutno, većina ispitanika je zadovoljna Facebook-om i ne planira da ukine svoj profil. Studentima treća godine Facebook uglavnom služi za savlađivanje dosade. Studenti druge godine pokazali su bolji prosečan uspeh tokom studija ($\chi^2(3) = 25.05, p < .0001$).

Ispitivane grupe studenata se razlikuju prema iskustvu u korišćenju interneta ($\chi^2(3) = 8.58, p < .0354$). Najveći broj studenata druge godine studija ima veće iskustvo u korišćenju interneta, mereno brojem godina (3 ili više), za razliku od studenata treće godine gde je polovina ispitanika sa iskustvom od 2 do 3 godine (Slika 1).

Među studentima druge godine nije zastupljeno igranje online igrice (čak 74% ih ne igra). Kod studenata treće godine situacija je obrnuta, 70% njih igra online igrice ($\chi^2(1) = 8.52, p < .0035$).

Studenti druge godine značajno manje vremena provode na FB ($\chi^2(4) = 10.73, p < .0298$). Među studentima druge godine, najveći broj ispitanika (57%) na FB provodi manje od 30 min dnevno, među studentima treće godine to čini samo njih 17%. Nešto više vremena, između 30 minuta i jednog sata, na FB provodi 22% studenata druge godine, a među studentima treće godine, 40% ispitanika. Studenti druge godine na FB nisu provodili više od 3 sata dok studenti treće godine provode i preko 4 sata (Slika 2).

Najčešća aktivnost je proveravanje pošte, većina studenata to čini dnevno. Nešto ređe to čine studenti druge godine, čak 43% to radi samo sedmično ($\chi^2(4) = 25.37, p < .0000$).

Nešto manje od polovine studenata druge godine i polovina studenata treće godine imaju više od 300 prijatelja. U drugoj godini veći je procenat studenata koji imaju između 100 i 200, dok je taj odnos obrnut kada se broj prijatelja kreće između 200 i 300 ($\chi^2(3) = 15.66, p < .0013$). Više od 600 prijatelja ima manji broj studenata novije generacije (Slika 3).

Studenti druge godine mnogo češće ažuriraju svoj profil nego studenti treće godine ($\chi^2(5) = 20.13, p < .0011$). Slično važi i za pisanje na sopstvenom ($\chi^2(5) = 13.77, p < .0171$) i zidu svojih prijatelja ($\chi^2(4) = 14.49, p < .0058$) (Slika 4). Najveći broj ispitanika FB retko koristi za traženje novih prijatelja (Slika 5) i retko kreira grupe i oblasti interesovanja (Slika 6).

Članstvo u grupama više karakteriše studente treće godine studija (70% je učlanjeno u 20 do 40 grupa). Članstvo u grupama studentata druge godine pokazuje drugačiju distribuciju ($\chi^2(3) = 12.94$, $p < .0048$), ili su članovi malog, ili velikog broja grupa (Slika 7). Oba uzorka gotovo ne pokazuju sklonost da budu ni kreatori ni administratori u svojim grupama (Slika 8).

Ispitanici druge godine poriču da su bili uzbuđeni kada su se pridružili FBu, to je više karakteristika mlađe generacije studenata ($\chi^2(4) = 29.16$, $p < .0000$). Isto tako, većina studenata obe generacije ne smatraju se zavisnim od FB, ovi stavovi su nešto izraženiji kod studenata druge godine, a čak 25% studenata treće godine je spremno da prizna zavisnost ($\chi^2(4) = 23.08$, $p < .0001$) (Slika 9).

Približno jednak broj studenata oba ispitivana uzorka koristi FB za upoznavanje novih prijatelja, ali zato gotovo polovina studenata druge godine poriče da FB koristi u ove svrhe ($\chi^2(4) = 37.18$, $p < .0001$). Najveći broj studenata obe generacije FB koristi da bi ostao u kontaktu sa prijateljima iz srednje škole. Ova karakteristika znatno je izraženija kod studenata druge godine ($\chi^2(3) = 25.71$, $p < .0001$). Sa konstatacijom da FB koriste da bi znali šta rade njihovi prijatelji najveći procenat slaganja pokazuju studenti druge godine, dok je po tom pitanju polovina studenata treće godine neutralna. Razlike po ovom pitanju se bliže statističkoj značajnosti ($\chi^2(4) = 9.19$, $p < .0565$). Po pitanju osećaja povezanosti sa FB prijateljima studenti druge godine pokazuju podeljena mišljenja, dok su studenti treće godine umereniji u svojim stavovima po ovom pitanju ($\chi^2(4) = 23.33$, $p < .0001$). Preko polovine studenata obe generacije sklonije je da smatra da FB ne koristi da bi uspostavili kontakte sa ljudima sa kojima to nisu spremni da učine uživo (Slika 10). Ovakvo stanovište je izraženije kod studenata treće godine ($\chi^2(4) = 12.04$, $p < .0170$).

Da bi pronašli potrebna obaveštenja, oko polovine studenata obe generacije svakodnevno pretražuje internet, studenti druge godine i nešto ređe (nedeljno, njih 40%) a studenti treće godine nešto češće ($\chi^2(4) = 27.94$, $p < .0000$). Slično ponašanje ispoljavaju studenti po pitanju upotrebe interneta u svrhe akademskog obrazovanja, ovde prednjače studenti druge godine ($\chi^2(4) = 9.583$, $p < .0480$) (Slika 11). Sumarni prikaz sličnosti i razlika u ponašanju studenata druge i treće godine pri korišćenju FB-a dat je u Tabeli 1.

Diskusija

Na osnovu rezultata ove studije možemo zaključiti da broj korisnika FB raste (u trećoj godini studija). Studenti druge godine imaju duže iskustvo u korišćenju interneta. Primetan je trend porasta igranja online igrice kod studenata treće godine. Najveći procenat studenata druge godine na FB provodi do 30 minuta dnevno a niko više od tri časa, dok u trećoj godini najveći procenat korisnika provodi na FB između 30 minuta i jednog sata, a čak 10% i duže od 3 sata, što znači da se produžuje vreme boravka na FB kod pripadnika novije generacije studenata. Prisutan je, takođe trend porasta broja prijatelja kod obe generacije, ali je on izraženiji kod studenata treće godine studija. Pripadnici druge godine češće ažuriraju svoje profile i češće pišu na

zidu. Obe generacije retko koriste FB za stvaranje novih prijateljstava. Članstvo u grupama više karakteriše studente treće godine. Studenti druge godine poriču da su bili uzbuđeni kada su se pridružili FBu, to je više karakteristika novije generacije studenata. Najveći broj studenata obe generacije FB koristi da bi ostao u kontaktu sa prijateljima iz srednje škole. Isto tako, većina studenata obe generacije ne smatraju se zavisnim od FB, ovi stavovi su nešto izraženiji kod studenata druge godine, a čak 25% studenata treće godine je spremno da prizna zavisnost. Da bi pronašli potrebna obaveštenja, oko polovine studenata obe generacije dnevno pretražuje internet, studenti druge godine i nešto ređe a studenti treće godine nešto češće. Očigledno je da postoje drugačiji obrasci koorišćenja Fejsbuka među različitim generacijama studenata.

Zaključci

Nekoliko zaključaka proizilazi iz rezultata studije: vreme boravljenja na Internetu se produžuje; povećava se broj korisnika Facebook-a; FB gubi funkciju posrednika u sklapanju prijateljstava, ali se zato broj virtuelnih prijatelja povećava sa ciljem razmene informacija; javlja se blagi porast svesti o mogućnosti pojave zavisnosti od FB, što se može objasniti ili dužim korišćenjem FB-a ili većom spremnošću da takvo ponašanje pripišu zavisnosti; i konačno, povećava se udeo korišćenja FB u pronalaženju informacija vezanih za studiranje.

Literatura

1. Blattner, G., & Fiori, M. (2009): Facebook in the language classroom: Promises and possibilities, *Instructional Technology and Distance Learning*, 6, 17–28.
2. Boyd, D. M., & Ellison, N.B. (2008): Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
3. Cotten, S.R. (2008) : Students' technology use and the impacts on well-being; In Junco, R. & Timm, D. M. (eds.): *Using emerging technologies to enhance student engagement* (55–70). New directions for student services issue #124. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
4. Dong, Q. (2008): Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses & gratification theory. Paper presented at the Annual Meeting of the NCA 94th Annual Convention, Nov 20, TBA, San Diego, California.
5. Flynn, N. (2009): *Facebook, take 2: Cyberbullying*. Education week Retrieved January 20, 2011 from http://blogs.edweek.org/edweek/LeaderTalk/2009/05/facebook_take_2_cyberbullying.
6. [html?qs=facebook](http://www.facebook.com).
7. Hargittai, E. (2007): A Framework for Studying Differences in People's Digital Media Uses; In Kutscher, N. & Otto, H.-U. (eds.): *Cyberworld Unlimited* (121–137). VS Verlag für Sozialwissenschaften /GWV Fachverlage GmbH.

8. Jones, S. & Fox, S. (2009): Generations online in 2009, Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Retrieved from. http://www.pewinternet.org/w/media/Files/Reports/2009/PIP_Generations_2009.pdf.
9. Junco, R. & Mastrodicasa, J. (2007) : Connecting to the Net Generation, Washington, D. C.: National Association of Student Personnel Administrators.
10. Karlin, S. (2007): Examining howyouths interact online, School Board News, 73, 6–9.
11. Lenhart, A. et al. (2001): Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the internet’s impact on friendships and family relationships. Pew internet and American life project.
12. Lenhart, A. et al. (2007): Teens and social media. Pew internet and American life project Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Teens-and-Social-Media.aspx?r=1>.
13. Lenhart, A. et al. (2008): Writing, technology, and teens, Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Retrieved from http://www.pewinternet.org/w/media//Files/Reports/2008/PIP_Writing_Report_FINAL3.pdf.
14. Mazer, J. P. et al. (2007): I’ll see you on “Facebook”: The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on studentmotivation, affective learning, and classroom climate, *Communication Education*, 56, 1–17.
15. Morgan, C. & Cotten, S. R. (2003): The relationship between Internet activities and depressive symptoms in a sample of college freshmen, *Cyberpsychology and Behavior*, 6, 133–142.
16. Nagel, L., & Kotzé, T. (2010): Supersizing e-learning: What a CoI survey reveals about teaching presence in a large online class, *The Internet and Higher Education*, 13, 45–51.
17. Nuković, M., Azemović, N., Nuković, J. (2012): Društvene mreže i njihova uloga u savremenom poslovanju, Proceedings of the 1st International Scientific Conference on „POWER COMM 2012“, Beograd, 1–2. 6. 2012, 138–153.
18. Pasek, J. & Hargittai, E. (2009): Facebook and academic performance: reconciling a media sensation with data, *First Monday*, 14, no.5, 2009. Available at: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2498/2181> (27 December 2009).
19. Quan-Haase, A. (2007) : College Students’ Local and Distant Communication: Blending Online and Offline Media, *Information, Communication and Society*, 10, 671–693.
20. Roberts, D. F. & Foehr, U. G. (2008) : Trends in media use, *The Future of Children*, 18, 11–37.
21. Roblyer, M. D. et al. (2010): Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites, *Internet and Higher Education*, 13, 134–140.
22. Salaway, G. et al. (2007): The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, Boulder, Colo.: EDUCAUSE, 2007. Retrieved from <http://connect.educause.edu/library/abstract/TheECARStudyofUnderg/45075>.

23. Young, J. R. (2009): How not to lose face on Facebook, for professors, *The Chronicle of Higher Education*, 55, A1. A1–A13. Retrieved from EBSCOhost.
24. www.eunet.rs
25. <http://www.infomreza.com>
26. <http://www.telegraph.co.uk/technology/broadband/6337698/Finland-makes-fast-broadband-a-legal-right.html>

Svetlana J. Čičević, Marjana V. Čubranić Dobrodolac, Milkica Nešić

USE OF INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGIES (ICT) AMONG STUDENTS

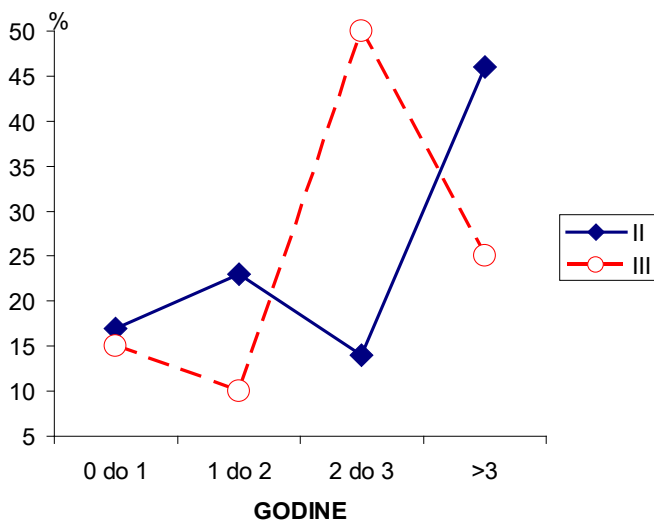
Abstract

The use of Information and communications technologies (ICT) among students has become the subject of numerous studies. In this study we were interested in differences in patterns of online behavior and use of Facebook (FB) among two generations of students. The participants completed a survey consisting of 45 questions, which, in addition to demographic, included information about the proportion of students who use FB for daily activities and social interaction, as well as for academic purposes; upon how long do students have a FB account, how often they visit, and how long they spend daily on FB; how many friends they have on FB. The results showed that 66% of first-generation students had FB account, but, in the next generation all of the respondents have a FB account. A third of the previous generation of students were excited to be involved in FB. The main reasons respondents indicated for not being in engaged FB were lack of interest and because they didn't want to put personal information online. Currently, most of them are satisfied using FB, and do not plan to turn off their profile. Newer generation of students used FB mainly for overcoming boredom. Based on the results we can conclude that the time being online increases, as well as the number of FB users, and also increases the number of virtual friends with the purpose of information exchange.

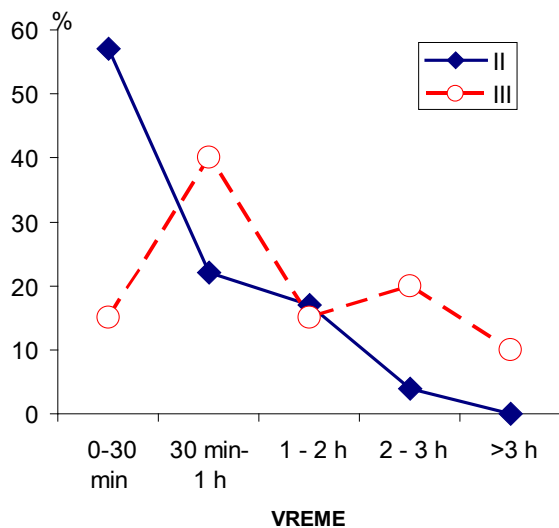
Key words: ICT, Internet, Facebook

Tabela 1. Sličnosti i razlike između dve generacije studenata u pogledu korišćenja FB-a

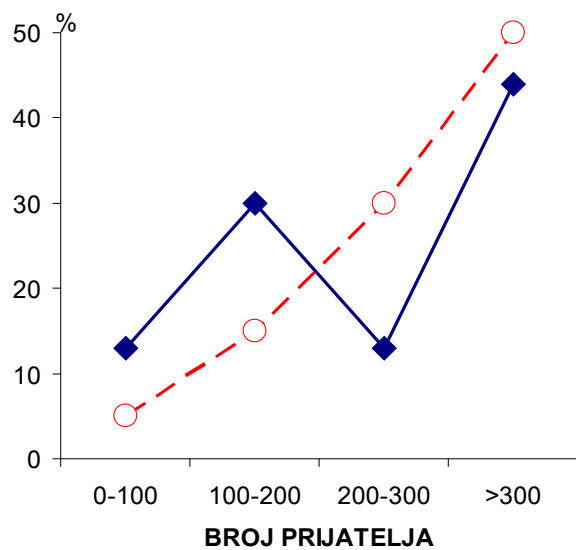
KARAKTERISTIKE STUDENATA DRUGE GODINE	SLIČNOSTI IZMEĐU DVE GENERACIJE STUDENATA	KARAKTERISTIKE STUDENATA TREĆE GODINE
- manji broj korisnika FB-a	- nisu skloni kreiranju grupa	- svi imaju prfil na FB
- duže iskustvo u korišćenju Interneta	- osnovni motiv korišćenja FB-a je ostajanje u kontaktu sa prijateljima iz srednje škole	- veliki procenat igra online igrice
- bolji prosečan uspeh tokom studija	- nisu skloni uspostavljanju kontakata sa osobama sa kojima to ne bi uradili i uživo	- češće proveravaju e-majl
- manji procenat igra online igrice	- svakodnevno koriste Internet radi pronalaženja potrebnih obaveštenja i u akademske svrhe	- imaju veći broj prijatelja
- manje vremena provode na FB-u		- veći broj učlanjen u grupe, članstvo u većem broju grupa
- češće ažuriraju profil i pišu na zidu		- više uzbuđeni povodom pristupanja na FB
		- spremniji da izjave da su zavisni od FB-a



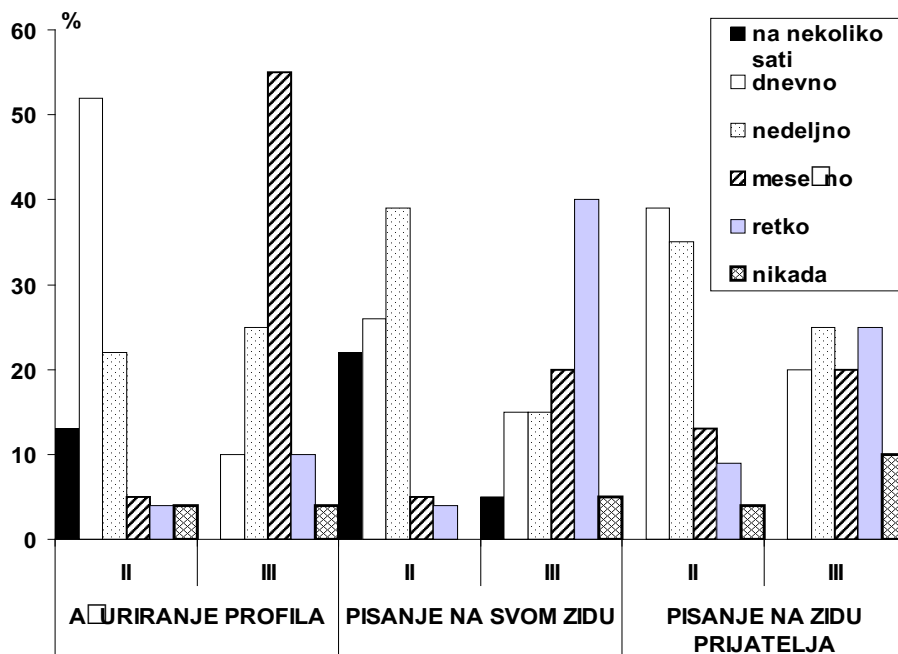
Slika 1. Procenat studenata dve generacije sa različitim dužinom iskustva na internetu izraženim u godinama



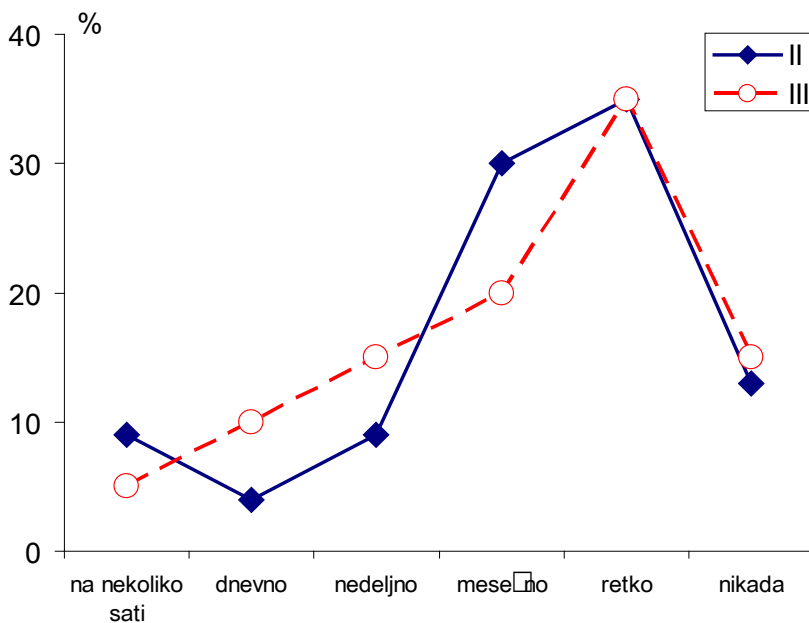
Slika 2. Procenat studenata dve generacije sa različitim vremenom u toku dana koje provode na Facebook-u



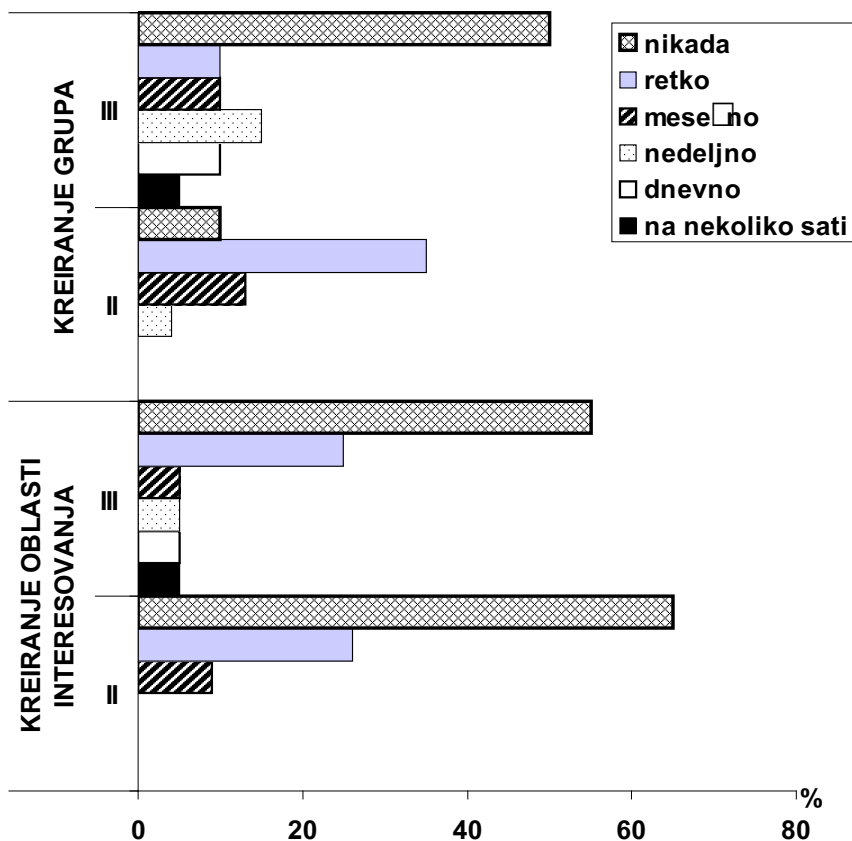
Slika 3. Procenat studenata dve generacije sa različitim brojem prijatelja na Facebook-u



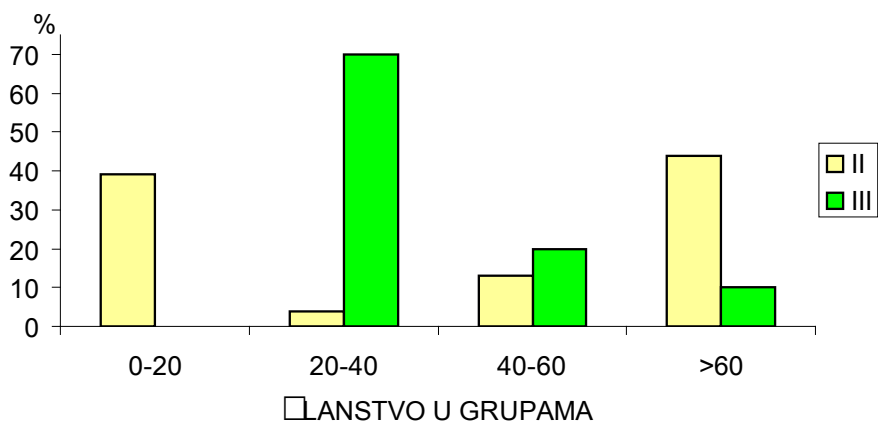
Slika 4. Procenat studenata dve generacije sa različitim vremenskim intervalima ažuriranja profila i pisanja po svom i tuđem zidu na Facebook-u



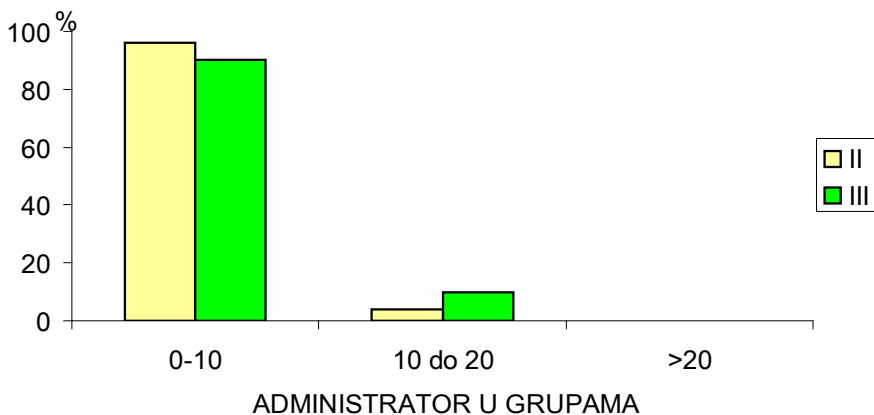
Slika 5. Procenat studenata dve generacije sa različitom učestalošću traženja novih prijatelja



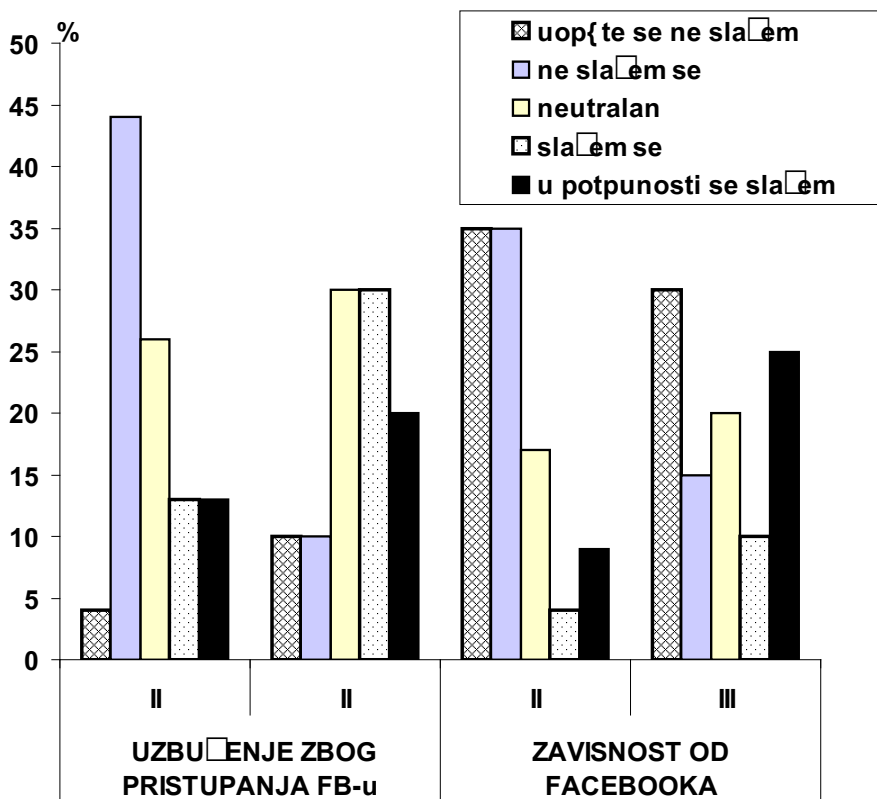
Slika 6. Procenat studenata dve generacije prema učestalosti kreiranja grupa i interesovanja na Facebook-u



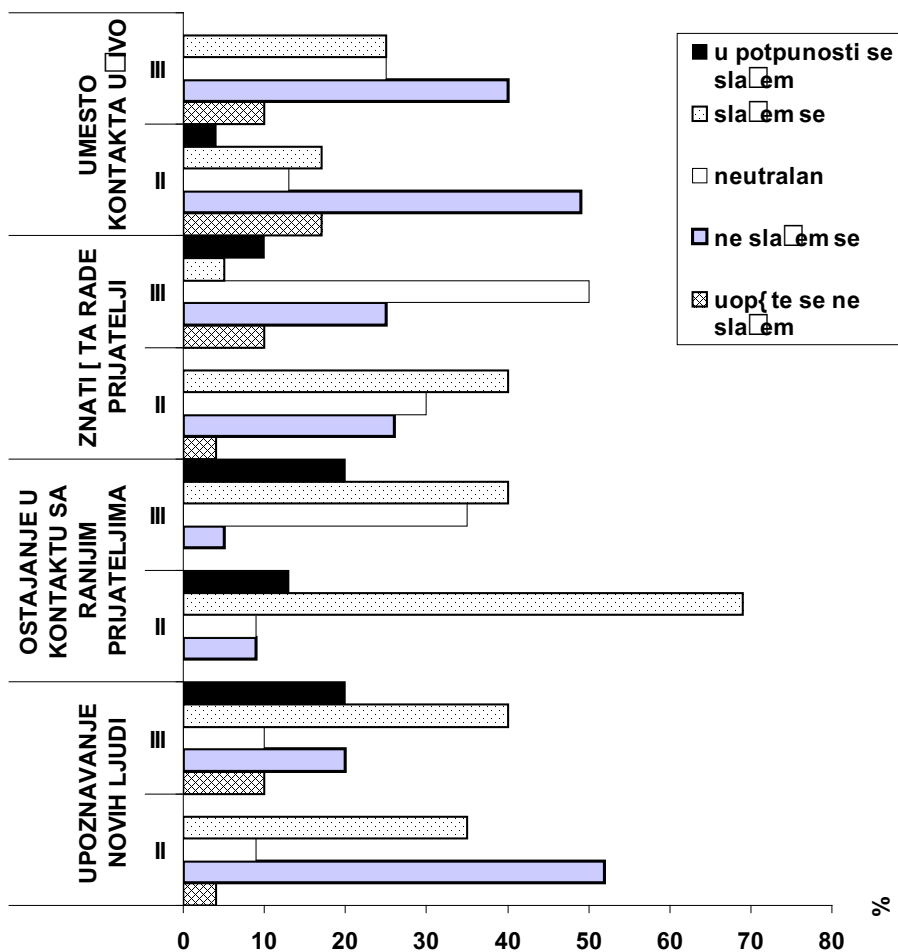
Slika 7. Procenat studenata dve generacije sa različitim brojem grupa u kojima su članovi



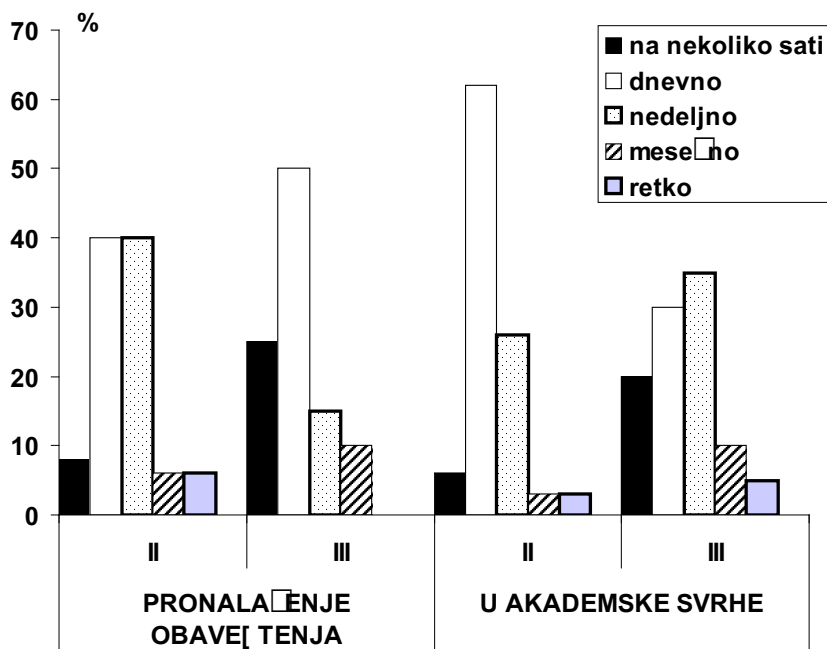
Slika 8. Procenat studenata dve generacije sa razliĉitim brojem grupa u kojima su administratori



Slika 9. Procenat studenata dve generacije sa razliĉitim stepenom uzbuĉenja pri pristupanju Facebook-u i razvijanja zavisnosti od Facebook-a



Slika 10. Procenat studenata dve generacije sa različitom motivacijom u vezi sa uspostavljanjem kontakata sa drugim ljudima na Facebook-u



Slika 11. Upotreba Facebook-a u akademske svrhe

