

PRIMJENA DRUŠTVENIH MEDIJA U FUNKCIJI SAVREMENOG OBRAZOVANJA MLADIH

Prof.dr Nebojša Macanović¹
Univerzitet u Banja Luci
Fakultet političkih nauka
Studijski program socijalni rad

Doc.dr Kristina Bobrek Macanović
Univerzitet za poslovne studije Banja Luka
Fakultet za poslovne i finansijske studije

Apstrakt: Društveni mediji su danas nezamjenjiv faktor u razvoju djece i formiranju njihovih stavova, ali posmatrajući obrazovanje, još uvijek nedovoljno iskorišten alat, iako nudi ogromne mogućnosti u usvajanju novih znanja i vještina. Djeca u najvećoj mjeri medije koriste kao izvor zabave, a najmanje u obrazovne svrhe. S obzirom da nove generacije učenika odrastaju u sasvim novom informatičko komunikacionom okruženju njima su društveni mediji sastavni dio svakodnevnice i najviše vremena provode upravo uz njih. Ovim pitanjem se najviše bave medijska pedagogija i didaktika. Cilj ovog rada jeste da ukažemo na značaj i primjenu društvenih medija u obrazovanju mladih, kao i ulogu koju mogu imati u realizaciji nastavnog procesa. Upotrebom društvenih medija u obrazovanju mi zapravo stvaramo novu kulturu učenja kojem teži društvo znanja. Savremenim pristupom i upotrebom društvenih mreža stvaramo "socijalno ogledalo" koje je nepresušan izvor informacija i znanja, ali i pokazatelj razine i efikasnosti obrazovnog sistema svake zemlje.

Ključne riječi: društveni mediji, obrazovanje, društvo znanja, kultura učenja, medijska pedagogija.

Uvod

Digitalni mediji i uređaji su sastavni dio svakodnevnice današnjeg savremenog društva. Djeca su okružena različitim informaciono-komunikacionim tehnologijama, koju veoma rano počinju da koriste. Potencijal i dobrobit modernih tehnologija je ogroman, pod uslovom da se koriste savjesno, pametno i umjereno.

Da bismo pratili promjene i prilagođavali se njima i sama nauka, u ovom slučaju pedagogija, mora da mjenja svoje paradigme i teži novim savremenijim oblicima učenja, da razvija svijest kod učenika o potrebi učenja kroz čitav život, da ih priprema za budućnost i izazove s kojima će se susretati, da ih medijski opismeni kako bi bili sposobni analizirati brojne informacije s kojima se svakodnevno susreću, te da steknu kompetencije za kritičko razmišljanje i da se aktivno uključe u sve što donosi novi talas procesa globalizacije, a ne samo da budu pasivni posmatrači (Macanović, 2014). "U okviru pedagogije naglo se razvija relativno novo naučno područje – pedagogija medija. O uspješnom vaspitanju i obrazovanju ne može se više raspravljati bez medijskog vaspitanja i medijskog obrazovanja, a socijalizacija mladih nužno obuhvata i medijsku socijalizaciju. U kontekstu vaspitanja i obrazovanja digitalnim se medijima također poklanja značajna pažnja. Ona je često povezana s optimističkim i euforičkim očekivanjima, a ponekad i s pesimističkim stavom kojim se upozorava na latentne opasnosti koje proizlaze iz njihove masovne primjene" (Rodek, 2011:10).

¹nebojsa.macanovic@fpn.unibl.org

Kao dio digitalnih medija, društveni mediji se mogu definisati na osnovu tri specifične karakteristike:

1. komunikacija putem društvenih medija je deinstitutionalizovana, jer korisnici sami biraju svoje komunikacione kanale,
2. sa razvojem korisnički generisanog sadržaja primalac u isto vrijeme postaje i pošiljalac i
3. komunikacija putem društvenih medija je interaktivna i odvija se kroz mreže (Bechmann & Lomborg, 2013).

Društvene mreže kao onlajn web servisi korisnicima omogućavaju ličnu prezentaciju i različite tipove komunikacije, a neke od osnovnih odlika društvenih mreža kao društvenih medija jesu: konvergentnost, interaktivnost, multimedijalnost, instantnost i mobilnost (Milivojević, 2017). Upravo u ovom radu ćemo predstaviti koliko su društveni mediji danas postali sastavni dio odrastanja i socijalizacije novih generacija, te koliko ulogu imaju u njihovoj svakodnevici, ali i formiranju stavova i pogleda na svijet.

Društveni mediji i novi oblici učenja

Današnje društvo prošlo je kroz tranziciju iz industrijskog društva u informacijsko društvo i društvo znanja. Savremeni društveni tokovi teže stvaranju društva koje uči ili društva znanja, a to je zapravo društvo budućnosti koje treba omogućiti lakše prihvaćanje i razumijevanje novih znanja i vještina, kao i čvršće povezati obrazovanje i privredu (Macanović, 2019).

Društveni mediji sve više nalaze široku primjenu u raznim djelatnostima, ali još uvijek nedovoljno u obrazovanju. Njihova primjena u obrazovanju može biti višestruka počevši od primjene u nastavnim programima za učenje i vježbe, baze podataka i alata preko igara za učenje, pa do evaluacije empirijskih podataka. Važnost društvenih medija nije ograničena samo na školsko učenje, nego igra i važnu ulogu u ranom obrazovanju djece, radu sa mladima, profesionalnom obrazovanju i usavršavanju odraslih u kontekstu cjeloživotnog učenja.

U vrijeme prije pojave elektronskih masmedija učitelj je bio čovjek koji je, uz porodicu, ostavljao neizbrisiv trag u njihovom početnom obrazovanju i još više vaspitanju, gradeći temelje njihovog obrazovanja, vrijednosnog sistema i normi ponašanja u društvu. Danas su tu ulogu preuzeli društveni mediji, jedan sasvim drugačiji virtualni svijet koje je danas prirodno okruženje u kome odrastaju nove generacije učenika koje često nazivamo još X, Y, Z (Thoman, 2001).

Posljednjih dvadeset godina digitalna revolucija stvorila je novu generaciju koja živi, uči i radi sasvim drugačije u odnosu na prethodne generacije. Oni koriste sve prednosti društvenih medija i veći dio vremena provode koristeći iste za pribavljanje raznih informacija, ali i za rješavanje brojnih problema. Zahvaljujući razvoju društvenih medija današnje generacije djece uče mnogo brže, a zahvaljujući razvoju informaciono – komunikacione tehnologije obavljaju sve više poslova istovremeno. Takođe, nove generacije sve više uviđaju značaj cjeloživotnog učenja za njihov budući razvoj i obrazovanje, kao i potrebu informacijske pismenosti (Macanović, 2015b).

Njihov način traganja za novim informacijama o nečemu što ih zanima najčešće počinje tako što će prvo pretražiti internet, tako što će upisati ključne riječi u pretraživač (npr. Google) ili će uzeti mobilni telefon i nazvati svoje prijatelje. Razni sadržaji nude se i kroz wiki stranice i blogove (videoblog, fotoblog, crtež, audio zapis) te se mogu vidjeti, kreirati, razmijeniti, komentarisati. Jednostavno rukovanje digitalnim zapisima, brojni i jednostavni softveri te besplatni medijski prostor u cyber space - u osigurali su mlađoj populaciji kreiranje vlastitog medijskog svijeta. (Bobrek Macanović, 2018).

Odnos društvenih medija i institucionalnog obrazovanja, jedna je od aktuelnih tema na početku nove epohe. Brojne promjene koje se dešavaju u društvu traže bržu transformaciju i usaglašavanje pozitivnih strana tradicionalnog obrazovanja i obrazovanja uz pomoć društvenih medija (Radojković, Miletić, 2008). Nove generacije učenika sve više su samostalne u istraživanju, kreiranju, filtriranju i zadržavanju novih informacija. Njihovo funkcionisanje u svijetu neprestanih promjena sve je više zavisno od digitalne tehnologije (Macanović, 2015a).

Društveni mediji stvaraju nove uslove za razumijevanje okruženja, a mladi ih koriste sve više u procesu neformalnog obrazovanja. O takvom načinu sticanja znanja i mogućnostima povezivanja sa institucionalnim procesima učenja jako se malo zna, te je i cilj ovoga rada da utvrdimo koliko mladi danas koriste društvene medije i u koje svrhe.

Metodološki okvir istraživanja

Empirijsko istraživanje je sprovedeno u martu 2020. godine u pet srednjih škola u Banjaluci i to: Gimnaziji, Ekonomskoj školi, Poljoprivrednoj školi, Tehničkoj školi i Ugostiteljsko-turističkoj školi.

Cilj istraživanja jeste da se utvrdi koliko mladi koriste društvene medije i u koje svrhe, te da li društvene medije upotrebljavaju za sticanje znanja i rješavanje određenih nastavnih zadataka.

Hipoteze istraživanja smo razvrstali na glavnu i posebne hipoteze.

Glavna istraživačka hipoteza glasi: Pretpostavljamo da mladi danas najviše koriste društvene medije u svrhu zabave, te da ne koriste dovoljno društvene medije u obrazovne svrhe.

Posebne hipoteze su nam poslužile prilikom dokazivanja glavne hipoteze. Osmislili smo pet posebnih hipoteza.

(H1) Pretpostavljamo da učenici najviše koriste društvene medije Instagram i Facebook.

(H2) Očekujemo da učenici najviše koriste društvene medije za dopisivanje i zabavu.

(H3) Pretpostavljamo da učenici svakodnevno koriste više društvenih medija.

(H4) Učenici intezivno koriste društvene medije u toku dana.

(H5) Pretpostavljamo da im je jedan od medija najpribližniji za razmjenu obrazovnih i školskih sadržaja.

Istraživačka tehnika putem koje smo prikupili relevantne podatke za naše istraživanje je anketiranje. *Istraživački instrument* koji nam je omogućio anketiranje je upitnik, koji se sastojao od 15 ajtema na koje su učenici davali odgovore.

Populaciju istraživanja činila su učenici završnih razreda Gimnazije, Ekonomske škole, Poljoprivredne škole, Tehničke i Ugostiteljsko-turističke škole. *Uzorak istraživanja* su činili učenici, njih 300 od čega 164 dječaka i 136 djevojčica.

Rezultati istraživanja

Polazeći od postavljenog cilja istraživanja željeli smo utvrditi koliko zaista nove generacije učenika koriste društvene medije, u koje svrhe i koliko intezivno kako bi sagledali mogućnosti i interesovanja da upravo ovi pokazatelji budu principi i indikatori koji će omogućiti objektivnije sagledavanja mogućnosti da se društveni mediji sve više koriste i u nastavi i učenju. Kroz nekoliko postavljenih hipoteza prikazaćemo dobijene rezultate koje smo predstavili tabelarno i grafički.

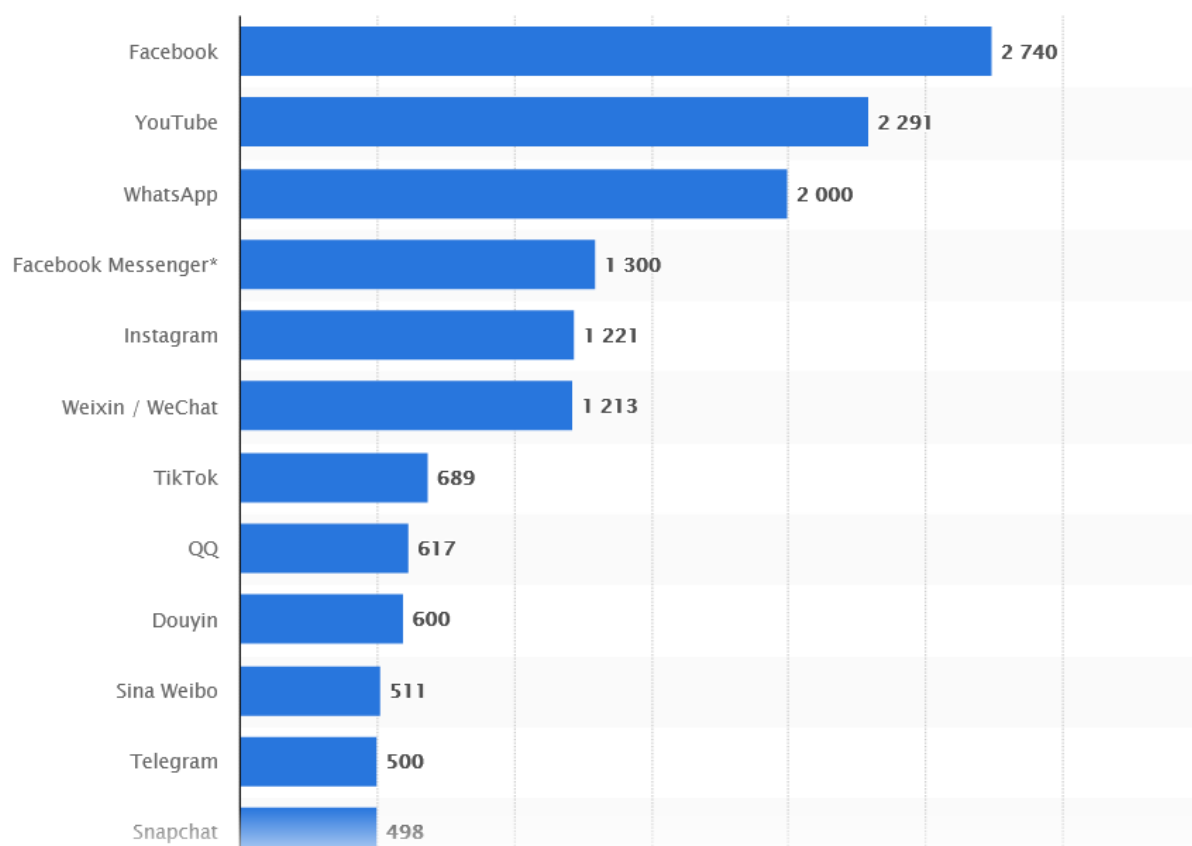
Tabela 1: Korištenje društvenih medija po prioritetu

Koji društveni medij koristite prioritetno?	Procenat %
Instagram	52%
Facebook	20%
YouTube	13%
TikTok	10%
Messenger	3%
WhatsApp	2%

U prvoj postavljenoj hipotezi (H1) smo pretpostavili da učenici najviše koriste Instagram i Youtube. Pitanje smo formulisali tako da navedu koji medij koriste primarno, jer je činjenica koju nije potrebno

istraživati da učenici danas koriste više društvenih medija paralelno. Kao primarni medij čak 52 % su naveli Instagram, 20% učenika Facebook, a nakon toga 13% YouTube.

Ovaj rezultat se samo djelimično poklapa sa rezultatima na globalnom nivou, gdje je Facebook dominantno korišten društveni medij, a drugi po redu Youtube. Razlika u odnosu na naše istraživanje se može objasniti time što ovaj globalni rezultat obuhvata sve starosne kategorije, dok je naše istraživanje usmjereno na učenike, čime se potvrđuje preferencija mlađe populacije za Instagram kao primarno korišteni medij, a čime je i prva hipoteza potvrđena.



Slika 1. Društvene mreže rangirane prema broju korisnika u svijetu (u milionima)

Izvor: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Druga hipoteza (H2) je usko povezana sa prvom hipotezom, jer smo željeli pored korištenja društvenih medija utvrditi u koje svrhe ih mladi zapravo koriste. Dobijene rezultate prikazali smo u Tabeli 2.

Tabela 2: Svrha korištenja društvenih medija

U koju svrhu koristite društvene medije?	Procenat %
Zabava	82%
Dopisivanje	11%
Sticanje novih znanja i vještina	2%
Rješavanje školskih zadataka i obaveza	2%
Praćenje dnevnih događaja	3%

Za dokazivanje druge hipoteze (H2) postavili smo pitanje u koju svrhu učenici najviše koriste društvene medije. Hipoteza je dokazana time što je 82% ispitanika odgovorilo da društvene medije najviše koriste

za zabavu, a 11% za dopisivanje. Tek 3% ih je odgovorilo da koriste ovu vrstu medija za praćenje dnevnih događaja, dok svega 4% vrijeme provedeno uz Instagram ili Youtube je asociiralo na rješavanje školskih zadataka i sticanje novih znanja. Ipak, to ne umanjuje potencijal ovih platformi za postavljanje i distribuciju obrazovnih sadržaja, već upravo učenje putem ovih medija treba da se zasniva na ovoj činjenici da ih učenici koriste za druge svrhe.

Tabela 3. Koliko društvenih medija ispitanici koristite svaki dan

Koliko društvenih medija koristite?	Procenat %
Samo jedan	26,5%
Dva ili tri	64%
Četiri i više	9,5%

Treća hipoteza (H3) odnosila se na pitanje koliko društvenih medija koristite, a rezultati koje smo dobili bili su i očekivani s obzirom na današnje trendove i interesovanja kod mladih, a to je da 73,5% učenika dnevno koristi dva ili više društvenih medija. Ovim odgovorom je potvrđena i treća hipoteza. Ovaj rezultat nije iznenađenje, jer su društveni mediji postali jedno od ključnih kanala komunikacije za mladu populaciju, odnosno, zamjenjuju pozivanje telefonom ili dopisivanje. Međutim, i ova činjenica potvrđuje veliki potencijal društvenih medija u funkciji savremenog obrazovanja, jer već predstavljaju prirodno okruženje za komunikaciju mladih. Potrebno je samo prilagoditi obrazovne sadržaje, tako da se lakše distribuiraju kroz digitalne kanale komunikacije.

Tabela 4. Intenzitet korištenja društvenih medija

Koliko puta u toku dana pristupate društvenim medijima?	Procenat %
Skoro pa da se ne odvajam od telefona	63%
Svaki sat -dva, po neko vrijeme	32%
Ujutro i uveče	5%

U istraživačkoj hipotezi H4 smo pretpostavili da učenici intenzivno koriste društvene medije. Ono što je pomalo zabrinjavajuća činjenica je da je čak 63% ispitanika odgovorilo da ove medije intenzivno koriste jer "skoro pa da se ne odvajaju od telefona". Ovo je svakako generalni trend u ponašanju, koji ima mnogo negativnih aspekata, ali pozitivan aspekt koji je potrebno iskoristiti je upravo plasiranje obrazovnih sadržaja kroz medije koji se izuzetno intenzivno koriste.

Tabela 5. Mediji koje bi učenici koristili u obrazovne svrhe

Na kojem mediju biste najlakše i najbrže razmjenjivali obrazovne ili školske sadržaje?	Procenat %
Instagram	66%
YouTube	31%
TikTok	0%
Messenger	0%
WhatsApp	0%
Facebook	3%

Posljednjom hipotezom u istraživanju (H5) željeli smo da učenici sami odaberu medij koji bi im bio najpribližiji za razmjenu obrazovnih i školskih sadržaja, kako bi uvidjeli kako mladi razmišljaju i sagledavaju mogućnosti pojedinih medija kada je u pitanju učenje i nastavni proces. Medij za koji se odlučilo 66% ispitanika je Instagram. Razlog leži u tom da je ovo također medij koji najveći broj ispitanika koristi prioritarno, te im je on najlakše okruženje za razmjenu informacija. Ovo je izuzetno važan pokazatelj, obzirom da se nastavnici za razmjenu edukativnih sadržaja uglavnom odlučuju za YouTube, pravljavanje namjenskih web sajtova ili platforme kao što je Teams. Rezultat našeg istraživanja

pokazuje da obrazovne sadržaje treba plasirati upravo na medije koji se prioritetno vezuju uz zabavne sadržaje, zbog tog što ih učenici koriste intenzivno, prioritetno i predstavljaju prirodno okruženje za komunikaciju u većem dijelu dana.

Diskusija i zaključak

Kada se radi o podacima koji pokazuju kakve su navike korišćenja društvenih mreža djece i mladih u Bosni i Hercegovini, prema najnovijim podacima Agencije za statistiku BiH 76,1% ispitanika starosti od 16 do 24 godine internet koristi najčešće za posjete sljedećim društvenim mrežama: Fejsbuk, Instagram i Tviter (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, 2019).

Najnovije, sveobuhvatno istraživanje o medijskim navikama djece i stavovima roditelja u BiH, koje su u junu i julu 2020. sproveli UNICEF i Regulatorna agencija za komunikacije BiH, pokazuje da 95% djece uzrasta od 7 do 18 godina koristi Jutjub, najčešće radi gledanja muzičkih spotova, smiješnih videa ili jutjuberu, a da 85% djece koristi barem jednu društvenu mrežu, stranicu ili aplikaciju za razmjenu poruka. Kada je u pitanju njihova glavna društvena mreža, to je Instagram za 37% djece uzrasta od 11 do 18 godina, a za mlađu djecu uzrasta od 7 do 10 godina to su Viber i Jutjub (po 25%). Rezultati su takođe pokazali da je sve popularnija platforma za snimanje kratkih videa – TikTok (TikTok). Kada je u pitanju kreiranje sadržaja na internetu, 61% djece je reklo da mijenjaju ili uređuju fotografije, a 53% da snimaju video klipove. Istraživanje je takođe pokazalo da djeca prosječno tokom uobičajenog radnog dana provedu skoro tri sata pred ekranom, vikendom čak i 3.5 sata, a da 94% djece uzrasta od 7 do 18 godina svakodnevno koristi mobilni telefon/smartfon i da njegova svakodnevna upotreba raste sa uzrastom djece (UNICEF i RAK, 2020).

Istraživanje koje je sprovedeno u Bosni i Hercegovini četiri godine ranije, pokazalo je da 90.5% djece uzrasta od 9 do 17 godina ima profil na nekoj od društvenih mreža. Najpopularniji je Fejsbuk na kojem profil ima 67.3% ispitanika, a onda Instagram na kojem profil ima 62.8% djece od ukupnog uzorka. Kada su u pitanju razlozi korišćenja interneta, prvi je dopisivanje sa prijateljima za 67% ispitanice djece, a zatim slijedi traženje zanimljivih sadržaja za 44% ispitanika i preuzimanje filmova i muzike za 36% ispitanika (Muratbegović, Vujović, 2016).

Iako u nekim ekonomski razvijenim zemljama svijeta broj korisnika pojedinih društvenih mreža stagnira ili opada, podaci pokazuju da npr. Fejsbuk i dalje ima najveću svjetsku popularnost „na onim geografskim prostorima koji imaju relativno visok procenat internet korisnika i niži stepen ekonomskog razvoja“ (Duronjić, 2017: 111).

Rezultati našeg istraživanja ukazuju da učenici srednjih škola prioritetno koriste najviše kao primarni medij Instagram čak 52 %, Facebook 20%, a nakon toga 13% YouTube. S obzirom da se radi o populaciji tinejdžera, adolescenata koji u ovom periodu odrastanja koriste više društvenih medija istovremeno i kod kojih je u raznim situacijama prisutan multitasking željeli smo utvrditi koji koriste prioritetno. Zanimljivo je da su i na pitanje koji medij bi koristili za prenos informacija i učenja, tj. obrazovne svrhe najviše, čak 66% označili Instagram. Ova konstatacija ukazuje i na jedan drugi istraživački aspekt kojim se nismo bavili, a to je da sa uzrastom ispitanika rastu i interesovanja za pojedine društvene medije kao što je i slučaj sa populacijom učenika kojom smo se mi bavili u našem istraživanju.

Podatak da učenici i to njih 64% svakodnevno koriste više medija, a da se često od njih i ne odvajaju kao što je izjavilo 63% ispitanika ukazuje na rasprostranjenost primjene i korištenja društvenih medija u savremenom društvu, ali i činjenicu da vrijeme koje provedu koristeći iste najviše troše na zabavu 82% i dopisivanje 11%. Jako mali broj učenika koristi društvene medije za rješavanje školskih zadataka i obaveza ili sticanje novih znanja, ukupno 4%. Ovaj podatak treba da bude polazna osnova za stvaranje nove koncepcije rada u nastavi, tj. obrazovnom sistemu uopšte. Društveni mediji treba da pronađu znatno širu primjenu u nastavi i školama, a interesovanja učenika za društvene medije treba iskoristiti na usmjeravanje za sticanje novih znanja i vještina kako kroz formalni sistem, tako i kroz neformalni sistem obrazovanja. Da bismo to uradili trebamo sa naučnog aspekta više koristiti saznanja medijske pedagogije i didaktike, a sa praktičnog kreativnost učenika i potrebu da koriste digitalne medije.

Nove generacije učenika uče na drugačiji način od prethodnih generacija koje kreiraju obrazovne politike. Upravo taj jaz između informatičkih urođenika i pridošlica mora da se prevaziđe kako bi smo imali kvalitetnije i efikasnije obrazovne sisteme prilagođene vremenu u kome živimo i novim generacijama učenika.

Literatura:

1. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine. (2019). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Bosni i Hercegovini. Na sajtu: www.bhas.gov.ba Očitano: 12.06.2021. godine.
2. Bechmann, A. & Lomborg, S. (2013). Mapping actor roles in social media: Different perspectives on value creation in theories of user participation. *New Media and Society*.
3. Bobrek Macanović, K. (2018.) Ponašanje „milenijalaca“ kao potrošača, Banja Luka: Poslovne studije, Časopis za poslovnu teoriju i praksu, broj 17-18, godina 9. str. 241-249
4. Дуроњић, Т. (2017). Дигитални информациони системи: медијски приступ. Бања Лука: Универзитет у Бањој Луци, Факултет политичких наука.
5. Macanović, N. (2014). Uticaj informacione-komunikacione tehnologije na stvaranje nove generacije učenika. U Zborniku: Informacijska pismenost na Zapadnom Balkanu. str. 215 – 222. Bihać: Kantonalna i univerzitetska biblioteka Bihać.
6. Macanović, N. (2015a). Nova generacija učenika u tradicionalnom sistemu obrazovanja. U Zborniku: Doprinos nauke razvoju društva u tranziciji. Banja Luka: Evropski defnologija centar Banja Luka i Nikšić, str.52 – 62.
7. Macanović, N. (2015b). Pedagoške aktuelnosti. Banja Luka: EDC i Udruženje nastavnika i saradnika Univerziteta u Banjoj Luci.
8. Macanović, N. (2019). Kompetencije i društvo znanja. U Zborniku: Društvo znanja. str.7-19. Banja Luka: Centar modernih znanja.
9. Milivojević, S. (2017). Šta je novo u novim medijima. Reč, 87(33). 159-172.
10. Muratbegović, E., Vujović, S. (2016). Ponašanje i navike djece na internetu: stavovi djece, roditelja i nastavnika informatike. Sarajevo: Save the Children.
11. Radojković, R., Miletić, M. (2008). Komuniciranje, mediji i društvo. Beograd: Učiteljski fakultet.
12. Rodek, S. (2011). Novi mediji i nova kultura učenja. Napredak 152(1), str.9-28.
13. Thoman, E. (2001). “Skills & Strategies for Media Education”, Center for Media Literacy. Na sajtu: www.medialit.org. Očitano: 01.06.2021.
14. UNICEF i RAK BiH. (2020). Medijske navike djece i stavovi roditelja. Sarajevo. Na sajtu: <https://www.unicef.org/bih/izvje%C5%A1taji/medijske-navike-djece-i-stavovi-roditelja>. Očitano: 15.05.2021.

APPLICATION OF SOCIAL MEDIA IN THE FUNCTION OF MODERN YOUTH EDUCATION

Abstract: *Social media today is an indispensable factor in the development of children and the formation of their attitudes, but looking at education, it is still an underused tool, although it offers enormous opportunities in the acquisition of new knowledge and skills. Children mostly use the media as a source of entertainment, and the least for educational purposes. Since new generations of students grow up in a completely new information and communication environment, social media is an integral part of their everyday life and they spend most of their time right next to them. Media pedagogy and didactics mostly deal with this issue. The aim of this paper is to point out the importance and application of social media in the education of young people, as well as the role they can play in the implementation of the teaching process. By using social media in education, we are actually creating a new culture of learning that the knowledge society strives for. With a modern approach and the use of social networks, we create a "social mirror" which is an inexhaustible source of information and knowledge, but also an indicator of the level and efficiency of the education system of each country.*

Keywords: *social media, education, knowledge society, learning culture, media pedagogy.*