

## **Socialno omrežje 13+**

*pedagoško gradivo*

**avtor** Vuk Ćosić



### **kazalo**

<b>uvodna beseda</b> .....	<b>3</b>
<b>o filmu</b> .....	<b>3</b>
filmografski podatki.....	3
kratek sinopsis .....	4
vsebina .....	4
zanimivosti.....	5
iz prve roke / pogovor z režiserjem Davidom Fincherjem .....	6

<b>izhodišča za pogovor .....</b>	<b>8</b>
informativna družba .....	8
družbeni mediji .....	10
<b>napotila na dodatne dejavnosti .....</b>	<b>11</b>
pred ogledom filma.....	11
za učitelje in za starše.....	11
po ogledu filma .....	11
za učitelje .....	12
za starše .....	12
<b>umestitev v učni načrt .....</b>	<b>14</b>
<b>priporočena literatura in viri .....</b>	<b>14</b>
knjige.....	14
spletne povezave .....	14

Kolofon | Socialno omrežje • Gradivo za učitelje in starše Kinobalon • Idejna zasnova: Petra Slatinšek, Barbara Kelbl • Uredila: Barbara Kelbl • Avtor: Vuk Ćosić • Jezikovni pregled: Mojca Hudolin • Slikovno gradivo: Continental Film/arhiv Kinodvora • Izdal v elektronski obliki: Javni zavod Kinodvor, 2011 • Kinodvor dovoljuje in spodbuja nadaljnjo uporabo gradiva v filmsko-vzgojne namene. Veseli bomo vaših odzivov, poročil o uporabi, konkretnih učnih priprav na film, predlogov in pripomb. Gradivo je oblikovano kot pomoč staršem ali strokovnim delavcem v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Za vse druge uporabe nam pošljite pisno prošnjo na [kinobalon@kinodvor.org](mailto:kinobalon@kinodvor.org).

## uvodna beseda

Pričujoče pedagoško gradivo je namenjeno učiteljem in staršem, ki želijo z mladostniki razviti pogovor o prednostih in pasteh spletnih družbenih omrežij. Poleg informacij o filmu **Socialno omrežje**, ki v ospredje postavlja problematiko podjetništva, je gradivo osredotočeno na vprašanja družbenega vpliva družbenih omrežij. Avtor gradiva, Vuk Ćosić, se uvodoma posveča krovnemu pojmu informacijske družbe, nato pa kategorizaciji družbenih medijev kot temi za pogovor. Temu smo dodali nekaj praktičnih predlogov in seznam literature.

## o filmu

### filmografski podatki

**Socialno omrežje**, ZDA, 2010, 120', angleščina

**režija** David Fincher

**scenarij** Aaron Sorkin

**po knjižni predlogi** Bena Mezricha *The Accidental Billionaires: The Founding Of Facebook, A Tale of Sex, Money, Genius, and Betrayal*

**igrajo** Jesse Eisenberg, Rooney Mara, Andrew Garfield, Justin Timberlake, Rashida Jones, Brenda Song, Joseph Mazzello

**fotografija** Jeff Cronenweth

**montaža** Kirk Baxter, Angus Wall

**glasba** Trent Reznor, Atticus Ross

**producent** Scott Rudin, Dana Brunetti, Michael De Luca, Cean Chaffin, Kevin Spacey

**distribucija** Continental Film

**žanr** drama

## **kratek sinopsis**

Skozi pripoved o prvem letu Facebooka dobivamo vpogled v nevarnosti pohlepa kot ene ključnih razsežnosti podjetništva. Mladi ustanovitelj projekta, v celoti temelječega na prijateljstvih, na poti do poslovnega in finančnega uspeha prijatelje izgublja.

## **vsebina**

Zgodbo odpre odličen dialog, v katerem dekle prekine razmerje z genialnim, a družbeno nesposobnim harvardskim študentom Markom Zuckerbergom. Njegova reakcija je, da se zapre v svojo sobo, veliko spije in postavi spletno mesto, na katerem študentje lahko primerjajo svoje kolegice. S tem direktno užali polovico univerze, zruši šolski strežnik, prekrši pravila o računalniški varnosti ter si utre pot proti slavi.

Opazijo ga trije sošolci (brata Winklewoss in Divya Narendra), ki skušajo vzpostaviti spletno mesto za zmenke in mu ponudijo delo programerja. Na osnovi tega vabila, ki ga najprej sprejme in potem zavrne, se Zuckerbergu rodi ideja za Facebook. Zanj tako navduši svojega edinega prijatelja Eduarda Saverina, ki založi svoj denar ter s tem postane soustanovitelj in solastnik podjetja.

Zelo kmalu po zagonu Facebook postane popularen na Harvardu in možnost včlanitve se razširi še na nekaj prestižnih ameriških univerz. Ta širitev izzove brata Winklewoss, da tožita Zuckerberga za krajo ideje, v zgodbo pa pripelje tudi Seana Parkerja, že legendarnega kalifornijskega internetnega podjetnika. Ta s svojim slogom in povezavami popelje Facebook v višjo poslovno ligo, hkrati pa tudi izrine soustanovitelja Saverina.

V nadaljevanju sledimo razvoju dveh ločenih sodnih procesov, na katerih se Zuckerberg pravda z bivšimi prijatelji in sodelavci. Na tej točki se filmska zgodba konča, medtem ko podjetje Facebook še vedno raste proti prvi milijardi uporabnikov.

## **zanimivosti**

Dvojčka Winklewoss igra en sam igralec (Arnie Hammer) skupaj s t. i. body-dvojnikom. V digitalni postprodukciji je bil obraz Arnieja Hammerja preslikan na telo dvojnika. Igralca sta se za to zahtevno vlogo pripravljala deset mesecev.

Glavna igralca Jesse Eisenberg in Andrew Garfield (igrata Zuckerberga in Saverina) sta se med snemanjem spoprijateljila, kar je po izjavah Eisenberga otežilo snemanje težjih scen razhajanja med junakoma drame.

Fabulo filma so navdihnili realni dogodki in osebe, a kljub temu vsebuje nekaj dramaturških domislic in manjših fiktivnih dodatkov. Avtor scenarija je na začetku filma potreboval jasen motivacijski okvir in je predstavil Zuckerbergov projekt Facemash samo s slikami študentk, medtem ko je v realnosti spletno mesto vsebovalo popoln študentski zbor, vključno z moškimi.

Podobno je scenarist za vpeljavo zapeljivega lika Seana Parkerja napihnil anekdoto o "odkrivanju" Facebooka v spalnici študentke Stanforda. V resnici je Parker prvič zagledal Facebook na računalniku dekleta svojega sostanovalca.

## **nagrade**

Film **Socialno omrežje** je dobil 126 nagrad in 214 nominacij, med njimi so najbolj odmevne naslednje:

**oskar** za scenarij, glasbo in montažo,

**zlati globus** za najboljši film, režijo, scenarij in glasbo,

**BAFTA** za režijo, scenarij in montažo.

**Najboljši film leta v časopisih:** Los Angeles Times, New York Times, W, The New Yorker, Rolling Stone, Hollywood Reporter, Chicago Sun-Times, Sight&Sounds, New York Post, NPR, IndieWIRE, The Washington Post, Entertainment Weekly, LAWeekly, Village Voice, Associated Press, The Arizona Republic, The Miami Herald, The Daily Telegraph, TimeOut New York, BBC ...

## **iz prve roke / pogovor z režiserjem Davidom Fincherjem**

**Sprva je bilo veliko ljudi presenečenih ob napovedi, da boste prav vi režirali zgodbo o Facebooku. Zakaj vas je ta zgodba pritegnila? Kaj v njej vas je fasciniralo?**

Ljudje, zgodba, prizorišče in na koncu tudi zamisel o starokopitni poslovni etiki in morali (ki ju predstavlja Harvard) v informacijski dobi.

**Kako ste iskali ravnovesje med resničnimi dogodki in dramaturško svobodo pri slikanju nekaterih dogodkov, da bi dobili učinkovito pripoved – posebej ker je minilo tako malo časa in so akterji še živi?**

No, po moje moraš najprej razumeti, kaj ti ljudje pomenijo v svojem svetu in kaj v svetu tvoje zgodbe, nato iščeš sredino. Tega filma ne bi nikoli posnel, če ne bi imel veliko spoštovanja do uspehov gospodov Zuckerberga in Parkerja, prav tako pa razumevanja za dvojčka Winklewoss in Saverina. Ne vem, kaj točno je kdo rekel komu, zelo pa so me zanimale situacije, v katerih so bili vsi prepričani, da imajo prav.

**Socialno omrežje je film o tem, kako tehnologija spreminja razmerja. Vi delujete kot režiser, obseden s tehnologijo ...**

Ne obseden, premišljen.

**Osebno sva se srečala trikrat in vsakič ste imeli v rokah Applovo napravo. Nekaj dni nazaj ste imeli iPada. Uporabljate veliko inovativnih tehnologij in efektov, a vseeno je to prvi film v vašem opusu, čigar zgodba stopa v to polje. Ali nam lahko kaj poveste o tem in o vašem odnosu do tehnologije?**

Smešno bi se mi zdelo ne uporabljati delujočih orodij na področju, ki se v bistvu vrti okrog komuniciranja. Na vsak možen način se trudim, da bi bil na treh koncih istočasno. Mislim, da mi povsem ustreza, da imam najboljši mogoč dostop do svojih sodelavcev.

**New York Times trdi, da sta bila scenarij in končani film najprej predstavljena Facebooku in da ste na njihovo zahtevo vnesli nekaj sprememb. Zanima me, ali nam lahko poveste kaj o spremembah v filmu?**

Zaradi Facebooka nisem spremenil nič, zato pa sem bil prisiljen vnesti resne spremembe na zahtevo MPAA (Motion Picture Association of America).

**Zanimajo me vaše misli o tehniki snemanja prizora veslaške dirke (tilt/shift fokus). Nič takega nisem nikoli videl na velikem zaslonu, zato me zanima, od kod inspiracija.**

Na regati Henley Royal smo smeli posneti samo tri dirke, zato smo snemali štiri dni s čolni še v Etonu. Edini način za dokončanje scene v predvidenem roku je bil mehčanje ozadja do največje možne mere. Odločil sem se, da bo bolj "subjektivno", če se vse okrog dirke izgubi v neostrini in s tem prepusti veslačem, da se premikajo noter in ven iz kadra ter tako poudarijo svoje gibe, podobne avtomobilskim cilindrom.

*Avtor intervjuja Peter Sciretta, SlashFilm, [www.slashfilm.com/exclusive-interview-david-fincher-talks-the-social-network/](http://www.slashfilm.com/exclusive-interview-david-fincher-talks-the-social-network/)*



## **izhodišča za pogovor**

Projekcija filma o vzpostavitvi podjetja Facebook je dobra iztočnica za resnejši pogovor o smislu in vplivu spletnih družbenih omrežij. Na tem mestu se ne bomo ukvarjali samo s Facebookom, ampak s širšim kontekstom.

## **informacijska družba**

V našem času opazujemo poudarjen vpliv tehnologij na družbene odnose. Številni teoretiki primerjajo revolucionarnost mrežnega računalniškega komuniciranja z vplivom, ki sta ga imela na družbo tiskarski ali parni stroj. Krovni termin, s katerim smo označili trenutno tranzicijo iz industrijske družbe, je **informacijska družba**.

V slovenskem kolektivnem imaginariju še vedno odmeva slogan “svet ni eden, svetova sta dva”, a za potrebe boljšega razumevanja družbene realnosti moramo razumeti, da je ta metafora preprosto nehala biti koristna. V resnici smo priče in protagonisti nastanka nove, **hibridne oblike življenja**, ki združuje dva, prej ločena svetova. Praktično ni aktivnosti posameznika (od zmenka, prek domačih nalog, do potovanja), ki bi jih bili sposobni uspešno izpeljati brez rabe internetnih in komunikacijskih naprav. Zaradi tega govorimo o “z internetom korigirani realnosti”.

Druga izrazito pomembna podmena za razumevanje preobrazbe naše družbe (fenomen že zdavnaj ni omejen na anglosaški svet) je **povečana medsebojna odvisnost** družbenih akterjev. Razmerje moči in vzajemnega vpliva se je prelevilo iz izrazito piramidalne strukture v bistveno bolj organsko, podobno ekosistemu. Danes vsak vsakogar vidi, in z vsakim lahko komunicira. Enako vsak na vsakega lažje vpliva.

Tretja ter za starše in učitelje morda ključna uvodna informacija je, da so naši otroci in dijaki – za razliko od nas, preddigitalnih Zemljanov – sposobni zelo organsko, intuitivno dojemati to hibridno obliko življenja, v kateri smo vsi bolj povezani in soodvisni kot kadarkoli prej. Medtem ko moramo mi, starejši, narediti dva zahtevna mentalna koraka (naučiti se novega in odnaučiti starega sveta), imajo mlajši naraščaji preprosto nalogo: razumeti svet. Ta na videz



trivialna razlika v realnosti povzroča pomembno posledico: **izmeščanje avtoritete** (v prejšnjih generacijah so starejši lahko bili vodiči skozi življenje, danes niti sebe v njem ne morejo najti).

Zadnja zahtevna in morda posebej neprijetna resnica o novem svetu je, da družbene mreže implicitno zelo **poenostavljajo afinitetno združevanje in skupno akcijo**. *Za razliko od prejšnjih časov, ko je bilo vzajemno prepoznavanje po skupnih afinitetah, danes zadostuje enostavno spletno iskanje; po tem skoraj avtomatiziranem združevanju je dogovor o skupni akciji samo en korak stran.* To močno vpliva na morebitne namene nadzoroovanja mladih ljudi.



## družbeni mediji

Družbeni mediji – za razliko od industrijskih, enosmernih – temeljijo na izraziti prisotnosti uporabnikov ter njihovih vsebin in komunikacij. Poznamo 6 tipov družbenih medijev, vsakega s svojo specifikjo, ki trenutno privlačijo milijone ljudi in združujejo nesluteno skupno energijo.

**1. Kolaborativni projekti**, kot je Wikipedija, v katerih se

veliko uporabnikov združuje in skupaj ustvarja vsebino, ker se zavedajo, da združeni lahko dosežejo več kot sami. Wikipedija je po obsegu in po ugledu daleč najpomembnejša platforma za širjenje znanja.

**2. Blogi** so eno- ali več-osebni spletni dnevnik različnih formatov, osredotočeni na osebno življenje posameznika ali katerokoli širšo temo. Blogom rečemo tudi osebni mediji, ker omogočajo samoizražanje in doseganje posameznikov, ki v preddigitalnem času preprosto ni bilo mogoče.

**3. Vsebinske skupnosti** so specifično usmerjene na objavo in deljenje posameznih tipov vsebin. Najbolj znane so YouTube (za video) in Flickr (za slike).

**4. Spletna družbena omrežja** omogočajo uporabnikom, da izgradijo profile in se med seboj povezujejo. Vsekakor najbolj razširjen je Facebook, zelo popularni so še Twitter, MySpace in LinkedIn.

**5. Virtualne igre** so spletne platforme, v katerih milijoni uporabnikov nastopajo s svojimi avatarji. Najbolj razširjen je World of Warcraft.

**6. Virtualni svetovi** so podobni virtualnim igram, vendar uporabniki sami gradijo svoj prostor in niso omejeni s pravili in cilji igre. Najbolj znan virtualni svet je Second life.

### *Reče se družbeni mediji*

*Slovenščina je verjetno edini jezik, ki s posebnim izrazom označuje družabnost (družabne igre, družabna kronika) in družbenost (družbena odgovornost). Izraz Social Media zato prevajamo kot družbeni mediji, da bi poudarili odgovorno rabo. Prevod družabni mediji implicira igrivost in neresnost, ter s tem usmerja uporabnike izraza v ozko razumevanje pojma.*

## **napotila na dodatne dejavnosti**

### **pred ogledom filma**

Medijski prispevki so večinoma tabloidno intonirani in razširjajo dušebrižništvo in moralno paniko. Četudi je v svetovnem merilu mogoče najti določeno število zlorab družbenih omrežij v zvezi s spolno nedotakljivostjo otrok, je realnost teh tveganj izrazito minimalna, zato predlagamo konstruktiven pristop k temi.

### **za učitelje in za starše**

**Naredite svoj profil na Facebooku** in se povežite z mladostniki. Tako boste dosegli dvoje: vključili se boste v življenje otrok in jim pomagali pri realizaciji potencialov. Ob tem boste dobili priložnost povrniti si nekaj avtoritete, ki jo je generacija staršev in učiteljev implicitno izgubila, ko je mlada generacija našla svoj komunikacijski kanal.

**Naučite se, kako delujejo tudi drugi družbeni mediji** in predstavite svoja razmišljanja in izkušnje otrokom. Videli boste, da boste dobrodošli sogovorniki, posebej če se izognete eksplicitni *ex cathedra* drži in raje ponudite skupno raziskovanje.



## **po ogledu filma**

Ogled filma **Socialno omrežje** in pogovori o naravi in smislu družbenih medijev ter informacijske družbe lahko pripomorejo k ponovni vzpostavitvi naravnega trikotnika učenci-starši-učitelji. Spodaj navajamo nekaj možnih prijemov, s katerimi bi bilo dobro začeti ta proces.

### **za učitelje**

Vprašajte se – ali raje skupaj z učenci raziščite – kako bi lahko izkoristili usmerjenost mladih na spletna družbena omrežja v kontekstu učnega programa. Nekaj možnosti:

- Naredite eksperiment s skupnim pisanjem gesel za **Wikipedijo** (seminarske naloge vaših učencev po ocenjevanju običajno končajo svojo življenjsko pot v nekem predalu; namesto tega ponudite, da bi seminar pisali v obliki članka za Wikipedijo in ga tam objavili).
- Povabite otroke, da postanejo i-reporterji dogajanja v šoli (ali razredu) na svojih **Facebook** straneh. Naj fotografirajo in opisujejo vse, kar se jim zdi zanimivo, in “tagajo” svoje zapiske in slike z vnaprej postavljenim profilom šole (ali razreda).
- Priredite šolsko (ali razredno) tekmovanje v igranju kolaboracijskih **iger**, pogovorite se z dijaki o tem.

### **za starše**

Glede družbenih medijev je vloga staršev enaka tisti, ki jo imate v vseh drugih aspektih odraščanja vaših otrok. Če jim ne boste sledili, razumeli njihovih talentov in strasti, ne boste ponudili prave podpore. Standarden pristop z reproduciranjem pogojev vašega lastnega odraščanja ne more pomagati, ker so okoliščine tako zelo drugačne, da je tveganje preveliko. Namesto tega predlagamo naslednje:

- Zaprošite svojega otroka, da vam pomaga narediti ali **izboljšati vašo Facebook stran**. Sprehodite se skupaj skozi vse nastavitve. Sprašujte o tem, kako ima vaš otrok urejeno zasebnost (izdajanje osebnih podatkov, objavo slik, odobravanje tujih “tagov” in podobno).
- Potrudite se, da skupaj z otroki **določite čas**, primeren za rabo družbenih medijev, ki ima čisto družaben pomen. Po nekaterih raziskavah je dve uri interneta in medijev na dan neka meja, po kateri se povečajo tveganja s psihološkimi težavami (od zasvojenosti do asocialnosti).

- Naredite skupaj z otrokom kakšno **domačo nalogo**, ki vključuje rabo Wikipedije in drugo spletno iskanje. Vnesite skupaj kakšen popravek v obstoječe geslo ali celo predlagajte pisanje novih.
- Poiščite virtualne **igre, ki jih lahko igrate skupaj** z otroki. Pomembna je povezava z otrokom, vsebina igre zato lahko variira od pingvinov do česa zahtevnejšega. Pomagajte otrokom razumeti, da je digitalna povezanost pomembna tako kot vse druge.



## **umestitev v učni načrt**

Medtem ko lahko v domačem okolju razmeroma hitro reagiramo na spremembe v življenjskih okoliščinah, učni programi niso znani po prilagajanju hitro spreminjajoči se realnosti. To je najbolj razvidno iz skoraj popolne odsotnosti fenomenologije informacijske družbe iz učnih načrtov za osnovne in srednje šole.

Film **Socialno omrežje** je lahko sprožilec ne samo diskusij, ampak tudi konkretnih projektov v sklopu praktično **vsakega predmeta** v zadnji triadi osnovne šole ali v srednji šoli.

**Sodelovanje** med vsemi akterji izobraževalnega procesa je postalo bistveno bolj popolno kot prej. Učitelji, starši in učenci lahko na konkreten in direkten način vzpostavijo komunikacijo in soustvarijo pogoje za boljšo izobrazbo.

**Kognitivnost** sama je dobila novo barvo in učenci imajo lažji dostop do znanja kot v kateremkoli drugem zgodovinskem obdobju. Dostop ni samo enosmeren (branje, gledanje), ampak dvosmeren in omogoča udeležbo učencev v ustvarjanju in izboljšavi učne snovi.

## **priporočena literatura in viri**

### **knjige**

Nicholas Christakis in James Fowler: *Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives* (2009)

Clay Shirky: *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations* (2008)

Steven Berlin Johnson: *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter* (2005)

### **spletne povezave**

Uradna stran filma (ang.): <http://www.thesocialnetwork-movie.com/>

Internet Movie Database (ang.): <http://www.imdb.com/title/tt1285016/>

Center za varnejši internet: [www.safe.si](http://www.safe.si)

Starševstvo v digitalni dobi (ang.): [www.parentinginthedigitalage.com](http://www.parentinginthedigitalage.com)

Common Sense Media (ang.): [www.common Sense Media.org](http://www.common Sense Media.org)

Parenting in Digital Age Blog (ang.): [digitalparenting.wordpress.com](http://digitalparenting.wordpress.com)

Raising Digital Kids (ang.): [raisingdigitalkids.wikispaces.com](http://raisingdigitalkids.wikispaces.com)