

Medijska pismenost na društvenim mrežama u Hrvatskoj

Keček, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:816034>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

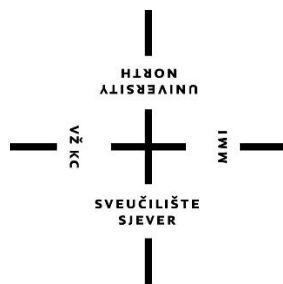
Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-03**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





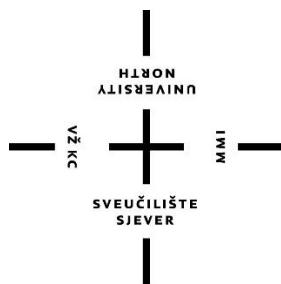
**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br.623/MM/2019

Medijska pismenost na društvenim mrežama u Hrvatskoj

Marija Keček, matični broj studenta: 0010161156

Varaždin, srpanj 2019. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju oblikovanje i primjenu

Završni rad br.623/MM/2019

Medijska pismenost na društvenim mrežama u Hrvatskoj

Student

Marija Keček, 0010161156

Mentor

Nikola Jozić, mag.rel.publ

Varaždin, srpanj, 2019 godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Marija Keček

MATIČNI BROJ 0010161156

DATUM 14.05.2019.

KOLEGIJ Poslovno komuniciranje

NASLOV RADA Medijska pismenost na društvenim mrežama u Hrvatskoj

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Media Literacy on Social Networks in Croatia

MENTOR mag.rel.publ Nikola Jozić

ZVANJE vanjski suradnik, predavač

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.dr.sc.Andrija Bernik - predsjednik
2. Nikolina Bolčević Horvatić, dipl. ing., pred. - član
3. pred. Nikola Jozić, mag.rel.publ. - mentor
4. doc.art. Robert Geček - zamjenski član
5. _____

Zadatak završnog rada

BROJ 623/MM/2019

OPIS

U ovom radu bit će objašnjeno na koje sve načine medijska pismenost utječe na razmjenu informacija na digitalnim komunikacijskim platformama. Pokazat će se kako brzi prodor interneta i sve veći broj korisnika društvenih mreža potiče ostale medije da se okrenu komuniciranju na društvenim mrežama. Povećavanjem broj korisnika, do izražaja dolazi drugačiji način komunikacije. Nalazimo se u eri četvrte industrijske revolucije gdje mreže na koje se spajamo imaju veliki značaj za razvoj društva i način komuniciranja. Sva društvena komunikacija se odvija preko digitalnih platformi. U nekoliko intervjua s digitalnim stručnjacima iz ključnih agencija na Hrvatskom tržištu ukazat će se na problematiku, ali i na dobre prakse rješavanja komunikacijskih problema, te na utjecaj medijske pismenosti na pozitivne komunikacijske ishode.

ZADATAK URUČEN

15.07.2019.



Predgovor

Zahvaljujem se svim profesorima, stručnim službama i ostalim djelatnicima Sveučilišta Sjever, preddiplomskog stručnog studija Multimedija oblikovanje i primjena. Posebno bih željela zahvaliti mentoru, mag.rel.publ. Nikoli Joziću bez čije svesrdne pomoći ne bih uspjela napisati ovaj rad, te djelatnicama Studentske službe.

Sažetak

U ovom radu prikazano je na koje sve načine medijska pismenost utječe na razmjenu informacija na digitalnim komunikacijskim platformama. Kako većina populacije koja se koristi društvenim mrežama jako često misli da medijska pismenost i pismenost materijalnog jezika ista vještina koju su stekli u osnovnoj školi, kako se održava stvarno značenje gramatičke i medijske pismenosti. Kako brzi razvitak, brzi napredak tehnologije zahtjeva promjenu znanja, vještine. Medij uzrokuju velike promjene u čovjekovom životu, oni postaju svakodnevni život pojedinca. Danas ne postoji čovjek koji nije upoznat barem s jednom digitalnom platformom. Što se tehnologija više razvija tako je društvo prisutno na više medijskih platforma. Medijske platforme prečesto imaju preveliki utjecaj na društvo, pojedinca koji ni ne primjećuje koliko mediji upravljaju njegovim životom. Problemi s kojima se susrećemo na društvenim mrežama od govora mržnje, krađe identiteta,.. Prikazano je koju ulogu imaju mediji pogotovo kod mlađe generacije, čije odrastanje se temelji na tehnologiji. Na koji način razvijati medijsku pismenost, te kako je ona ključna za današnje doba, ona predstavlja kritičko razmišljanje o medijima. Pravilno odabrana informacija potiče skepticizam koji razvija kritičko mišljenje, što uvelike potiče na formiranje pravih vrijednosti, podiže razinu odgovornosti. Prikazano je na koji način medijska pismenost i tehnologija utječu na svakodnevni život pojedinca. Koji su negativni utjecaji tehnologije na naše zdravlje. Kako ovisnost o tehnologiji i medija utječe na ljudski život. Dolaskom društvenih mreža promijenjen je način komunikacije među mladima, ali i utjecaj društvenih mreže na život pojedinaca. Na koji način Hrvati koriste društvene mreže, od komunikacije s prijateljima do poslovnog oglašavanja. U radu su prikazani intervjui s medijskim stručnjacima, njihova razmišljanja na koji način društvene mreže utječu na populaciju, te koja je njihova uloga kao pojedinca koji svakodnevno koristi društvene mreže za rad.

Ključne riječi

Mediji, medijska pismenost, digitalne platforme, tehnologija, društvene mreže.

Abstract

This paper shows how media literacy in all ways affects the exchange of information on digital communication platforms. Since most populations used by social networks often think that media literacy and literacy are the same skills they have gained in elementary school, how to maintain the true meaning of grammatical and media literacy. As rapid development, rapid technology advances require a change of knowledge, skills. Media causes major changes in human life, they become the everyday life of an individual. Today there is no one who is not familiar with at least one digital platform. As technology develops more, society is present on multiple media platforms. Media platforms often have too much influence on society, an individual who does not even notice how much the media manage his life. The problems we face on social networks from hate speech, identity theft, etc. The role of media in the younger generation is highlighted, whose growth is based on technology. How to develop media literacy and how it is key to today is a critical reflection on the media. Properly selected information encourages scepticism that develops critical thinking, which greatly promotes the formation of true values, raises the level of responsibility. It shows how media literacy and technology influence the daily life of an individual. What are the negative impacts of technology on our health. How dependence on technology and the media affects human life. With the arrival of social networks, the way of communication among young people has changed, as well as the impact of social networks on the lives of individuals. How Croats use social networks, from communicating with friends to business advertising. Interviews with media professionals, their reflections on how social networks affect the population and their role as an individual who utilizes social networks for daily use are presented in this paper.

Keywords

Media, media literacy, digital platforms, technology, social networks.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2.0 Pojam medijska pismenost.....	3
2.2 Medijska manipulacija društva.....	5
2.3 Medijsko nasilje na društvenim mrežama.....	8
2.4 Medijski odgoj mladih.....	12
2.5 Razvijanje medijske pismenosti.....	14
2.6 Kako izabrati pravu informaciju.....	16
3.0 Medijska pismenost i tehnologija u svakodnevnom životu.....	19
3.1 Negativni utjecaji moderne tehnologije.....	21
3.2 Ovisnost o tehnologiji.....	24
4.0 Društvene mreže.....	29
4.1 Društvene mreže u Hrvatskoj.....	32
5.0 Intervjui.....	34
6.0 Zaključak.....	39
7.0 Literatura.....	42

1. Uvod

Živimo u vremenu u kojem ubrzani razvoj suvremenih tehnologija omogućava da su nam informacije dostupne u tren oka. Elektronički mediji postaju dostupni svima, na bilo kojem mjestu na svijetu. Današnja djeca rađaju se s mobilnim uređajima, tabletima, odrastaju uz modernu tehnologiju, mladi zapravo s lakoćom prihvaćaju suvremenu tehnologiju, moderan način komuniciranja. Danas nas najnovija tehnologija prati u stopu, svaka nova promjena ili novi događaj odmah završi na društvenim mrežama. Informacije koje nas bombardiraju sa svih strana, iskaču poput plakata, reklama, sponzorirane informacije koje se prikazuju, ako smo komentirali ili pogledali sličnu informaciju. Konstante promotivne poruke koje svakodnevno primamo na mail. Na koje ne obraćamo pažnju, kao ni na bilo koju medijsku poruku jer to je samo poruka. Smatramo se jako medijski pismeni, a nismo ni svjesni koliko podsvjesne poruke, reklame, sve što vidimo na društvenim mrežama utječu na naš život, koliko nas oblikuju kao čovjeka.

Postavljamo si pitanje da li su ti događaji relevantni, da li objave koje vidimo na društvenim mrežama imaju ispravnu poruku. Kako iz hrpu informacija koje su nam dostupne izabrati onu koja nam je potrebna, da li je ta informacija rješenje našeg problema ili nam je dovela nove probleme. Kako se zaštititi od laži, kako ne upasti u zamku virtualnog svijeta. Sve više ljudi bježi od komunikacije, zatvaraju se u virtualni svijet, grade imaginarni život. Da li danas mediji nude bijeg u virtualnu stvarnost. Koja pokreće druga pitanja, premalo medijske pismenosti dovodi do ovisnosti, traženje krivog uzora na krivim mjestima. Djeca i mladi pronalaze uzore u slavnim osobama na temelju njihovih fotografija ne shvaćaju koliko ulogu tu igra tehnologija, da to što vide nije stvarna slika, nego način kako poznati dolaze do samopromocije, do lake zarade. Ako obratimo pažnju na informacije koje nam se serviraju na društvenim mrežama nije ni čudo da mladi nalaze krive uzore. Kad pogledamo objave vidjet ćemo da je jako malo objava o poznatim znanstvenicima, njihovim postignućima. S time mediji pokušavaju već prenijeti iskrivljenu sliku mladima, prikazati društvene mreže kao laki put do zarade. Čemu se truditi u životu, ako objavite nekoliko fotografija, dobar copy i evo sljedbenika. Što je poruka bolja, ako je uz nju objavljen atraktivna fotografija, ako poziva na akciju lako će naći put do krajnjih korisnika. Postavljamo si pitanje, da li medijski stručnjaci manipuliraju svima nama, izazivajući nam osjećaj ugone, prihvaćenosti u virtualnom svijetu. Poruke koje nam

šalju koji smisao imaju, da li nam žele prezentirati svijet koji ne postoji, pokušavajući nas navući na nešto što je imaginarno, nešto što nije relevantno stvarnom svijetu.

Da bi mediji mogli manipulirati ljudima nužno je da kontroliraju naše misli, da poruke koje odašilju da namjerno utječu na naše stavove, uvjerenja, tako da stvari koje ne prihvaćamo počinjemo jednostavno prihvaćati, smatrajući ih ispravnima, a da toga nismo ni svjesni. Ili nas žele poticati da zauzmemo drugačije stavove, na kvalitetnu komunikaciju. Moglo bi se reći da je medijska stvarnost, posljedica snova koji pobuđuju bijeg iz svakidašnjeg života. Često se susrećemo na društvenim mrežama s lažnim profilima gdje ljudi liječe svoje frustracije tako da izruguju druge. Trebamo biti svjesni da sve što objavimo na internetu postaje javno, da svi imaju pristup onome što objavljujemo. Društvo, mediji ne moraju biti nužno zlo koje će nas uvući u mračnu stranu socijalne izolacije koja izaziva ovisnost. Oni nam mogu pomoći da lakše dođemo do korisnih informacija, da naučimo nešto novo, da pomognemo drugima.

Brzi prodor interneta, jeftinija mobilna tehnologija potiče korisnike da se okreću društvenim mrežama. Povećavanjem broja korisnika dolazi drugačiji način komunikacije. Danas ne postoji tvrtka koja nema profil na jednoj od društvenih mreža, kako se nalazimo u eri četvrte industrijske revolucije gdje mreža na koje se spajamo imaju veliki značaj za razvoj društva, način komuniciranja. Sva društvena komunikacija se odvija preko digitalnih platforma . Tvrtke koriste društvene mreže kako bi privukle što veći broj korisnika.

2.0 Pojam medijska pismenost

Medijska pismenost se prvi puta pojavila početkom devedesetih u SAD-u, to je vještina koja ljudima omogućuje kritičko vrednovanje i stvaranje medija. U prošlosti se taj pojam odnosi na novine, radio, televiziju knjige,.. a danas ima široki spektar značaja. Danas medijska pismenost nije ograničena samo na jedan medij, ona se odnosi na internet, pametne uređaje, društvene mreže. Ona definira sposobnost pristupa, procjene, analize koristeći sve oblike medijske komunikacije. Ona gradi razumijevanje uloge medija u društvu. Sam pojam medijske pismenosti definiran je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanje poruka posredstvom medija". Ona je usmjerena na koncept medijske pismenosti za koja treba usvojiti mnoga različita sredstva znanja i vještine. [1] Mnoga razvijenija društva ne prepuštaju društvu da samo razvija medijsku pismenost nego se brine o njima, potičući ih na različite društvene strategije medijskog opismenjavanja. Ona gradi razumijevanje uloge medija u društvu, ono najvažnije od svega je da medijska pismenost ne znači zaštititi djecu od neželjenih poruka, nego ih podučiti kako prepoznati i razumjeti pravu poruku. Možemo reći da mediji ne utječu na našu kulturu, oni jesu naša kultura. Oni pokušavaju pomoći mladima da postanu kompetentni, da znaju kritički razmišljati, da znaju iščitati poruku koju im određeni medij prenosi, da postanu medijski pismeni u svim oblicima, da ne dopuste da mediji kontroliraju njihov život. Pokušavajući ih naučiti da sami znaju postaviti pravilna pitanja, iščitati pravilnu poruku iz onoga što im mediji prenose. Len Masterman, hvaljeni autor podučavanja medija, naziva medije "kritičkom autonomijom" ili sposobnošću razmišljanja za sebe. On tvrdi da pojedinac ne može imati puno dostojanstvo u demokratskom društvu ako ne zna doprinijeti raspravama tog vremena.[2] Možemo reći da medijska pismenost pruža okvir za pristup, stvaranje poruka u različitim oblicima od radija, televizije, društvenih mreža,.. Ona gradi razumijevanje uloge medija u društvu, kako i bitnu ulogu istraživanja sadržaja koji nam donose mediji. Možemo reći da je medijska pismenost sposobnost kritičke procjene i valjanost informacija koje nam prenose masovni mediji. Također možemo reći da je, medijska edukacija važna da shvatimo koja sve vrsta medija postoji u našim životima, da možemo shvatiti da mediju prenose stvarnost. Ona se odnosi da pojedinac sam može raspoznati kako pristupiti analiziranju, dešifriranju tiskanih elektroničkih poruka. Medijska pismenost osposobljava ljude da budu kritički mislitelji i kreatori, učinkoviti komunikatori. Možemo reći da medijska pismenost

nadograđuje temelj tradicionalne pismenosti i nudi nove oblike čitanja i pisanja, ona nas uči da budemo aktivni građani.[3] Ona se odnosi sva elektronska i digitalna sredstva koja se koriste za prijenos poruka, ona nam omogućuje sposobnost dekodiranja i kodiranja simbola koji se prenose putem medija i sposobnost sinteze, analize i stvaranje posredovanih poruka. [4] Ona nas uči vještinama podučavanja medijske pismenosti. Da bismo poslali odgovorni građani, produktivni trebamo steći stručnost o načinu na koji nam se obraćaju mediji na multi-senzornoj razini, utječući na način na koji mislimo, osjećamo i ponašamo se. Današnje informacijske platforme komuniciraju pomoću slike, zvuka, videa, da bi ih razumjeli moramo razviti širi skup medijske pismenost, moramo znati čitati zvuk, sliku, kombinaciju riječi. Možemo reći da veći dio sadržaja koji se nalazi na Internetu stvara sam korisnik. Nekad je pojedinac bio sam sposoban otkloniti kvar na određenom stroju pomoću uputa koje su došle sa strojem, tako danas može naučiti puno o medijskoj pismenosti. Što mu omogućava da može komunicirati bilo gdje s bilo kime na svijetu.

Živimo u svijetu gdje sve brzi napredak tehnologije zahtijeva promjenu znanja, vještine. Video zapis uvodi pojam medijske pismenosti kao ključ značaja poruke koji nam omogućuje da budemo promišljeni kada stvaramo vlastite poruke koje dijelimo da društvenim mrežama. Danas učimo iz svih medija koja nas okružuju TV-om, mobilnim aplikacijama, web-mjestima, video igrama, časopisima, stranicama s vijestima, znakovima, digitalnim plakatima, ambalažom, radijem, društvenim medijima i svim vrstama oglašavanja.

Malo ljudi u potpunosti razumije medije, na koji način komuniciraju s njima, te kako oni općenito utječu na društvo. Za primjenu medija moramo si postaviti pet ključnih pitanja. Tko je stvorio poruku? Koje kreativne tehnike se koriste da bi privukli ciljanu publiku? Kako različiti ljudi mogu razumjeti poruku na različite načine? Koji životni stil, koje vrijednosti zastupa ova poruka? Najvažnije pitanje koje si treba postaviti je zašto je poslana ova poruka, koja je svrha i smisao? Ova pitanja nam otvaraju put u svijet, koja nas uči odgovornom ponašanju prema medijima, uče nas da budemo bolji građani kad koristimo medije, da na drugačiji način dijelimo svoj život. Svima nam je potrebno obrazovanje o medijskoj pismenosti. Ako ćemo se svi držati ovih pitanja, učinit ćemo da svi budemo bolje medijski pismeni, učit ćemo jedni druge kako postati bolji građani. Kako iskoristi digitalne platforme da rade za nas.

2.2 Medijska manipulacija društva

Mediji uvelike utječu na naše živote, pogotovo masovni mediji (novine, televizija, internet,..) koji imaju veliki utjecaj na društvo. Nekad se najveća manipulacija vršila putem novina i radija. Dolaskom televizije dolazi do sve veće manipulacije društva, ona postaje planetarno i globalno najpopularnija, a samim time i najzastupljenija, svaka reklama ima dvosmisleno značenje. Planetarno popularnu televiziju zamjenjuje danas najzastupljeniji i najrazvijeniji Internet koji je pridonio ogromnoj promjeni i razvijenosti društva. Današnje vrijeme je nezamislivo bez interneta, koji je postao i svestrana navika modernog doba. Danas nam on ne služi samo za traženje korisnih informacija nego za gledanje filmova, igranje igrice,.. Mediji su se komercijalizirali, oglašavanje je glavna djelatnost medija, a reklame i manipulacija nas „gutaju“ a da to često ni ne primjećujemo. [5] Ako pogledamo bilo koju reklamu njezina je zadaća da nas navodi na kupnju, da shvatimo da je to nešto što je stvoreno za nas, nešto što nam je potrebno da bi se osjećali dobro. Svaka objava na Internetu nas poziva na određenu akciju, gdje mi kliknemo ili označimo nekog iz fore, a u stvarnosti onaj tko stoji iza objave ima za cilj privući što više korisnika, da vidi koja populacija reagira na njihove objave. Da li one imaju smisla, kako lako privući nove korisnike, na koji način ih izmanipulirati i učiniti ih svojim sljedbenicima. Usudila bi se nazvati društvene mreže nekom vrstom "sekte" koja ima za cilj što veći broj novih sljedbenika. Svaka društvena mreža ili svaki medij da bi bio što popularniji mora privući određeni broj korisnika. Društvene mreže su u utrci za što većom zaradom, pokazuju se kao unosan posao. Poznate ličnosti ostvaruju ogroman profit, reklamirajući određenu robnu marku. Zbog većeg doseg a sljedbenika njihova poruka ili reklama koju rade može ostvariti ogroman profit, a samim time postaju jako privlačni marketinškim stručnjacima, a time stječu titule brend ambasadora. Razvojem društvenih mreža otvaraju se mnoga vrata novih komunikacijskih vještina, pomoću kojih je jako lako doći do potencijalnog kupca. Povećavanjem broja korisnika, povećavaju se šanse za zaradom, a samim time privlače tvrtke da svoje oglašavanje ili svoju prodaju vrše preko određenog medija. Postoje razni brend ambasadori od mode, majčinstva, sporta, zdrave prehrane, putovanja,.. Oni sebi svojevrsan način predstavljaju određeni proizvod pokušavajući steći bliskost s publikom, a samim time ostvariti što veći profit. To je sve popularniji način komunikacije na društvenim mrežama koji postiže veliki doseg, potiče odličnu komunikaciju s publikom. Da bi se pojedinac mogao pravilno služiti digitalnim platformama on mora biti dobro medijski pismeni, da bi mogao razumjeti ili prenijeti ispravnu

poruku. Možemo reći da bilo koji oblik medija je posrednik između društva i institucije ili tvrtke koju zastupa. Oni uzrokuju velike promjene u čovjekovom životu, oni postaju svakodnevni život pojedinca. Danas ne postoji čovjek koji nije upoznat barem s jednom digitalnom platformom. Što se tehnologija više razvija tako je društvo prisutno na više medijskih platforma. Mediji nisu ni štetni ni korisni, a mogu biti i jedno i drugo. [6] Medijske platforme prečesto imaju preveliki utjecaj na društvo, pojedinca koji ni ne primjećuje koliko mediji upravljaju njegovim životom. Postajemo robovi modernog doba, a da toga nismo ni svjesni. Životi pojedinaca se raspadaju jer misli da njih život treba izgledati kao na društvenim mrežama. Ponekad društvo ne razumije skrivenu poruku koja se krije iza određene fotografije ili poruke. Ne shvaćaju da virtualni život manipulira njihovim životom, da je cilj svake objave medijski nepismenog korisnika učiniti njihovim "robom". Kad kažem robom mislim na nekog tko je zarobljen u životu društvenih mreža, u životu koji ni približno nije sličan stvarnome. Ne shvaćajući da mnoge tvrtke skupo plaćaju marketinške stručnjake da napišu dobru poruku, da snime odličnu fotografiju, da društvu prodaju "maglu" da ga učine ovisnim o njihovom proizvodu. Društvene platforme su moćan alat za ljude koji znaju iskoristiti njihov potencijal, ali isto tako su moćan alat za uništiti život pojedinca koji na vrijeme ne razlikuje zbilju od stvarnosti. Danas jako mali broj ljudi razumije medijsku manipulaciju društva, previše olako shvaćaju digitalne platforme. One upravljaju društvom, one odlučuju što će te danas ručati, što će te obući, kuda će te izaći,.. One oblikuju Vaš život uvlačeći Vas u tamnu stranu manipulacije. Stranu koja uništava pojedinca kao osobu, ne dozvoljava Vam da upravljate svojim mislima. Često čujemo priče pojedinaca kako svi imaju bolje živote od njih, gledajući na društvenim mrežama savršene fotografije sretnih parova, putovanja na kojima možda nisu ni bili. Nitko se ne zapita što se krije iza pozadine određene fotografije, kako je fotografija nastala, koju poruku žele poslati. Mediji ponekad dovode do zamaglivanja glavnih problema, odvlačeći na pažnju nebitnim stvarima. Nismo ni svjesni da većina ljudi koja oglašava svoje proizvode je plaćena po kliku, da se sve mjeri u dosegu kojeg je određeni proizvod ili brend ambasador postigao. Često nam idealiziraju stvarnu sliku života, koji bi nas natjerati na razmišljanje je li moguće da se takve stvari stvarno dešavaju? Je li moguće da ljudi stvarno svjesno prikazuju lažnu sliku? Od kud im pravo da lažu javnost? Kad pogledamo određeni video ili fotografiju zapitamo se kave misli, emocije korisnik želi pobuditi u nama, manipulira li on upravo sada nama navodeći nas da gledamo video ili fotografiju, da se zainteresiramo za njegov video, da nas potiče da razmišljamo na način koji nam on to prezentira

u videu ili na fotografiji. Da li je naglasak na emocijama, senzaciji, često moramo živjeti u nekom strahu od medija. Lažna svijest oduvijek je postojala samo su joj se rijetki uspjeli suprotstaviti ili su mislili o njoj, ostatak populacije nije se zamarao njome.

To predstavlja veliki problem zato je jako bitno da se od malih nogu javnost uči medijskoj pismenosti. Da se razvije svijest o manipulaciji, da se prepozna lažna poruka, odvlačenje pažnje s bitnih stvari na nebitne, kako raspoznati dobro od zla. Današnji roditelji djeci od malih nogu guraju modernu tehnologiju ne bi li se djeca zabavljala njima da oni imaju vremena za sebe. Ne pitajući se kakve posljedice ona ostavlja na djecu. Da li su oni dovoljno zreli, da li mogu logički razmišljati da bi shvatili što se događa ili s njih rade intelektualne robote, da li mogu raspoznati fikciju od realnosti.

2.3 Medijsko nasilje na društvenim mrežama

Veliki problem s kojim se sve više susrećemo na društvenim mrežama je nasilje i govor mržnje. Kad pogledamo komentare na društvenim mrežama vidimo koliko mržnje, netrpeljivosti imaju mladi prema svojim vršnjacima. Facebook je glavna društvena mreža preko koje se širi nasilje i govor mržnje. Mladi objavljuju eksplicitne fotografije svojih školskih kolega, organiziraju tučnjave svojih vršnjaka, koje kasnije objavljuju, ne mareći za posljedice. Ostavljajući ponižavajuće poruke pune bijesa, brutalnih ispada. Prošle godine je na Snapchat – u osvanula uznemirujuća poruka djevojčici koja je nedavno bila ostala bez majke. Poruku su joj ostavile anonimne osobe, predstavljajući se kao njezini vršnjaci. Poruka je glasila: "Nemaš ni mamu ni tatu i sad ideš u dom. Neka ti, tako ti i treba, hvala bogu što si izgubila roditelje, sad nemaš više nikog" i " Još samo da ti i sestra umre i to je to, ali bolje da ti umreš prije nje, droljo". [6] Ona je bila još jedna žrtva svojih vršnjaka, žrtva medijske nepismenosti, ne djece nego njihovih roditelja. Oni su ti koji bi trebali djecu učiti kako funkcioniraju društvene mreže, na koji način trebaju komunicirati sa svojim vršnjacima. Prema istraživanju koje je proveo Centar za mirovinske studio pokazalo je kako je puno više neverbalnog, nego fizičkog nasilja. Puno smo puta mogli vidjeti ksenofobne poruke ispod neke fotografije ili objave na društvenim mrežama. Korištenje društvenih mreža se razlikuje prema sociokulturnim, psihološkim aspektima pojedinca. Kakvo ponašanje su pojedinci stekli u svojim obiteljima, takvo ponašanje prenose na okolinu u kojoj se nalaze. Ulazimo u potpuno novi oblik društva, koji je kvantni pomak od industrijskog doba dvadesetog stoljeća. Zahvaljujući cjelovitoj i sveprisutnoj povezanosti čovječanstva diljem svijeta, ušli smo u eru povezivanja i informacija 24/7. [7] Vrijeme kada nam je sve dostupno, bilo koja informacija nam se nalazi na dlanu, što povećava neverbalno zlostavljanje. Lakše se dolazi do podataka, lakše je nekog poniziti, a da se pritom ne otkriva identitet zlostavljača. U nekim aspektima, naše se društvo vraća na tradicionalnije kulturno orijentirane kulture, kao što su drevni Ateci, gdje će svatko stalno znati sve o jedni drugima. Slično tome, mi također možemo znati sve jedni o drugima u realnom vremenu, ali to znanje je postalo globalno dostupno.[7] Pojavom društvenih mreža, brzi razvoj tehnologije skinuo je privatnost s trona, danas sve što objavimo postaje javno u svega nekoliko sekundi. Društvene mreže mijenjaju ljudsko ponašanje na svim aspektima života, mijenjaju način komunikacije, razmišljanja, oblikuju naše stavove, oblikuju našu budućnost. Mreže kao suština odnosa, prešle su od jednostavnih obiteljskih veza i rodbinskih ili prijateljskih odnosa do vrlo složene mreže

veza koje uključuju ne samo poznanike već i potpune strance. Koncept “obitelji” i “prijatelja” redefiniran je socijalnim mrežama. [7] Društvene mreže drugačije formuliraju veze koje se stvaraju, a takve veze povlače i drugačije ponašanje. Korisnici društvenih mreža žele postati superiorniji u očima svoji prijatelja ne mareći za posljedice. Objavit će tučnjavu tinejdžera samo da privuku što veći broj svojih prijatelja, takvim ponašanjem šire i opravdavaju nasilje koje se dešava. Svi koji dijele njihov video, komentiraju ili lajkaju njihovu objavi isto sudjeluju i odobravaju ovakvu vrstu nasilja.

Da bi ste izbjegli zlostavljanje na internetu postoji pet pravila kojim se trebete voditi.

1.Socijalna isključenost

Socijalna isključenost može biti jedan od najblažih oblika internetskog zlostavljanja, ali može uzrokovati ozbiljne poteškoće. To može uključivati cijeli razred koji ne prihvaća zahtjev za prijateljstvom od određenog učenika. [8] Dijete koje se može osjećati odbačeno od društva, povlači se u sebe i s vremenom počinje trpjeti psihičko i fizičko zlostavljanje od svojih školskih kolega. Ako ga nakon nekog vremena i prihvate na društvenim mrežama, razlog neće biti prijateljski, nego da još više šire svoju netrpeljivost, da javno pokazuju svoje ponašanje prema kolegi. Da bi spriječili da nas netko može označiti na nekoj fotografiji, trebamo spriječiti da nas se može označiti, možemo prilagoditi web- postavke stranice na kojoj se nalazimo, tako da neko drugi ne može vidjeti naše označene fotografije.

2.Praćenje bez dopuštenja (uhođenje)

Praćenje, označavanje nekog imenom kod neke neugodne, klevetničke ili manipulirane slike - posebice bez njezina ili njegovog dopuštenja - oblik je zlouporabe na internetu, posebno kada je namjera da se kod te osobe izazove uznemirenost ili ismijavanje. [8] Ponekad označimo prijatelja iz fore na nekoj fotografiji, ali se nikad ne pitamo kako će se ta osoba osjećati. Nama je to zabava, a kod našeg prijatelja može izazvati ozbiljne posljedice kojih nismo ni svjesni.

3.Gorući, zasljepljujući komentari (ubojstvo karaktera)

To je praksa postavljanja pogrdnih komentara o drugoj osobi, objavljivanje neistinitih informacija o nekome kako bi se oštetio njezin ili njegov ugled. [8] Kad netko na društvenim mreža objavi nečiju seksualno orijentaciju. Samom objavom on pojedinca stavlja u nezgodan

položaj, krši pravilo privatnosti, samim time vrši zlostavljanje. Da bi spriječili takvu komunikaciju na društvenim mrežama trebamo paziti na komentare koje ostavljamo, svojim ponašanjem privlačimo tuđe ponašanje. Ako poštujemo nečiju privatnost, nitko neće dirati našu, samim time pokazujemo poštovanje prema samome sebi, ali i prema drugima.

4. Objava eksplicitnih fotografija

Mlađi korisnici posebno tinejdžerice objavljuju eksplicitne fotografije, misleći da laskaju same sebi, a time samo privlače pedofile koje u najblažem obliku mogu iskoristiti njihove fotografije za pornografiju. [8] Ako se nađete u takvoj situaciji možete prijaviti onog za kojeg znate da koristi vaše fotografije bez vašeg dopuštenja.

5. Krađa identiteta

Lažno predstavljanje koje može dovesti do izrugivanja, krađe nečijeg identiteta ili posuđivanja nečijeg imena, slike ili informacije o identitetu.[8] Često znamo vidjeti na Instagramu ili Facebooku kako netko od naši prijatelja objavljuje da nije znao da živi u Kanadi i ima dvoje djece. Netko je uzeo njihovu fotografiju, koju je stavio kako svoju sliku na profilu određene društvene mreže, malo ju je „fotošopirao“ tako je da je dodao nekoliko svoji detalja, misleći da će sakriti krađu fotografije. Za takvo ponašanje na društvenim mrežama postoje opcije gdje kliknete i piše vam prijavi profil, klikom na taj dio prijavili smo osobu koja je koristila naše fotografije.

U osnovi, internetsko nasilje je nastavak nasilničkog ponašanja koje se nastavlja u školi, ali osoba koja zlostavlja koristi novu tehnologiju kao što su web stranice, tekstualne poruke, društvene mreže i e-poruke kako bi osramotila, ponižavala, uznemiravala, zastrašivala ili prijetila drugim ljudima. [9] Razvitkom modernih tehnologija i društvenih mreža, postajemo njihovi robovi. Nasilničke video igrice potiču djecu na zlostavljanje. Djeca koja nisu dovoljno medijski pismena, ono što vide u video igricama smatraju dobro i to prenose na stvarni život. Njihove živote oblikuju virtualni likovi koje oni smatraju svojim idolima.

U vrijeme kada se sve odvija preko digitalnih platforma, teško se možemo zaštititi od negativnih stvari. Ali pravilnim korištenjem, ophođenjem s poštovanjem prema drugima, možemo spriječiti da nam se desi nešto od ovih koraka. Ali ako ste ipak žrtva medijskog nasilja na društvenim mrežama, blokirate svog zlostavljača, prijavite ga društvenoj mreži, prijavite ga

policiji. Ponekad ničim izazvani, spletom okolnosti postanemo žrtva internetskog zlostavljanja. Najvažnije je na vrijeme reagirati i spriječiti štetu koja nam može biti nanesena.

2.4 Medijski odgoj mladih

Mediji igraju veliku ulogu u društvu, pogotovo kod mlađih populacija čije se odrastanje temelji na informacijsko – komunikacijskih tehnologija, koje ima daju priliku za brzi razvoj, obrazovanje i napredak u društvu.

Jedan od glavnih ciljeva medijskog odgoja jest prepoznavanje medijskog djelovanja, manipulacijsko ili odgojno djelovanje, analiza i procjena medijskih proizvoda, razlučiti fikciju od stvarnosti, prepoznati funkciju medijskog sadržaja. Možemo reći da su mediji najeksplicitniji nositelji simboličkih poruka. [9] Potrebno je puno medijskog odgoja, da bi mladi mogli kritički razmišljati. Da bi mogli raspoznati značenje medijskih simbola koje ima pruža nova informacijsko – komunikacijska tehnologija. Trebamo si postaviti pitanje kako brzi razvitak medijskih tehnologija dovodi do razvitka mladih, kako medijski utječe na njihov razvitak, njihovo razmišljanje. Kako medijski razvitak iskoristiti u školstvu, na koji način razviti nove vještine brzog učenja novih stvari, na koji način obogatiti učenje medijskog obrazovanja i medijske pismenosti. Trebamo razmisliti na koji način iskoristiti brzi razvitak medija u društvene svrhe. S ovakvim pristupom i načinom traženja odgovora možemo brzi razvitak medijsko – komunikacijske tehnologije učiniti društveno i kulturno korisnim za daljnje razvijanje društva. Analiziranjem i iskorištavanjem medija u dobrobit društva možemo spriječiti njegovo manipulativno djelovanje na mlade.

Medijski odgoj po zadatku medijske pedagogije ima za funkciju interpretirati sve razine i aspekte medijskog društva i pojedinačnog medija koji su nužni za razvitak mlađih generacija. Medijski odgoj se bavi usvajanjem medijske pismenosti i ovladavanjem medijskih kompetencija. Jedan od glavnih ciljeva medijskog odgoja jest prepoznavanje medijskog djelovanja, manipulacije ili odgojnog djelovanja, razlučiti fikciju od stvarnosti, prepoznati polivalentnost medijskih sadržaja i formi. Da bi razumjeli medijski odgoj moramo znati razliku između medijskog odgoja i medijske pismenosti.

Istraživanja koja su provedena u svijetu dokazuju da djeca dnevno provedu više od šest sati na digitalnim platformama. Ako mladi na dobar način koriste medije oni mogu obogatiti njihove živote, iako prekomjerno vrijeme provedeno na internetu ili krivi način korištenja određenog medija može ostaviti teške posljedice na djeci i mladima. Djeca prije nego krenu u

školu provedu nekoliko tisuća sati koristeći razne medije. Oni su izloženi nasilju i neprikladnom sadržaju, koji se kasnije manifestiraju na njihove živote. Nasilje koje vide u video igricama, neprikladni crtani filmovi, reklame pune nasilja. Gdje bi se i naglasila uloga samih roditelja, da njihova prisutnost prilikom gledanje crtanih filmova može uvelike pridonijeti sadržaju kojeg njihova djeca gledaju. Da bi roditelji mogli pravilno medijski odgajati djecu, oni sami bi trebali biti dobro medijski pismeni. Većina roditelja misli da mediji ne mogu nanijeti štetu njihovoj djeci, tako da većina roditelja ni ne razgovara sa svojoj djecom o sadržaju kojeg je njihovo dijete vidjelo. Postavljamo si pitanje da li su mediji prijatelji akademskog svijeta? Da li oni mogu postati saveznici u odgoju mladih? Oni su glavni saveznici za odgoj i napredovanje mladih. Samo trebamo naći način i iskoristiti ih, dešifrirati njihove poruke, da bismo ih znali razumjeti. Kad gledamo iz društvenog stajališta mladi baš nisu jednaki pred medijima. U školama bi djecu osim čitanja i pisanja trebali učiti kako kontrolirati medijski jezik, kako razumjeti poruku koju im mediji prenose, te kako biti aktivan i svjestan korisnik medijskog jezika. Medijsko obrazovanje se odnosi na znanje i ponašanje; koristi interdisciplinarnost i predlaže opće aktivnosti koje zahtijevaju cijeli skup vještina. Uvođenjem medija u škole pomaže tinejdžerima u stjecanju vještina da postanu kreativni i da na pravilan način znaju iščitati određenu poruku, a time postanu informirani primatelji poruka. To im podiže svijest da upoznaju faze mudrosti, da se upoznaju da uče osnovne pojmove, te kako koristi osnovne faze rasuđivanja. Treba naučiti mlade kako na pravilan način izraziti svoje mišljenje u medijima. Kako da njihova poruka ima neki značaj, a ne da pišu gluposti. U mnogim Europskim država medijska pismenost se uvelike uči u školama, gdje uče mlade pravilnom načinu ponašanja na digitalnim platformama.

Da bi bili aktivni medijski slušatelji, korisnici, moramo usvojiti najviše informacije vezane za medije, a posebno audiovizualne. Prema mišljenju stručnjaka audiovizualna slika može se zaista iskoristi u razbijanju medijske pismenosti, jer djeca imaju prilike u školama puno toga naučiti o zvuku i slikama. Pravilnim odgojno obrazovnim pristupom možemo djecu učiniti medijskim obrazovanim ljudima. Ovakvim pristupom možemo doći do odgovora i rješenja ključnih za mladu generaciju medijskog odgoja.

2.5 Razvijanje medijske pismenosti

U vrijeme kad je brzi razvoj novih tehnologija doseže svoj vrhunac, razvijanje medijske pismenosti je ključno za brzi razvoj i razumijevanje novih tehnologija. Danas se ljudi povezuju jednim dodirom na ekranu. Jako je važno da korisnici novih tehnologija razumiju i znaju svakodnevno raspoznati i koristiti medijsku pismenost. To je vještina koju bi trebali znati svi koji se koriste pametnim uređajima. Možemo reći da učenje pisanja i čitanja ima mnogo zajedničkog s učenjem medijske pismenosti. Sam time kad učimo pisati to znači da ćemo znati raspoznati značenje riječi koju smo napisali, a time učimo i raspoznati druge stvari. Raspoznati medije je ključno u razvitku pismenosti, dobro smisljena poruka je ključ dobre medijske komunikacije. Mediji nam u velikoj mjeri pružaju osjećaj stvarnosti, oni su odgovorni za veći dio onog što stvaramo tijekom života. Oni imaju veliki utjecaj na politiku i samim time utječu na mnoge društvene promjene. Kao što je Marshall McLuhan primijetio svaki medij ima svoju gramatiku i šifrira stvarnost na poseban način. Možemo reći da nam mediji prezentiraju stvarnost na način koji njima više odgovara, ako žele više zaraditi pustiti će vijest koja će imati odličnu najavu ili naslov, samo da privuku što veći broj korisnika. Ako nas žele odmaknuti od stvarnih događaja, iz obične vijesti napraviti će cijelu dramu samo da zamaskiraju vijest za koju ne žele da javnost zna. Medijska pismenost uključuje postavljanje i razumijevanje određenih pitanja. Ako pratimo korake medijske pismenosti oni nam omogućuju da sami naučimo što je određeni dio medija, zašto je stvoren i o čemu taj dio medija želi da razmišljamo. Digitalizacija je uvelike olakšava stvaranje digitalnih platforma, a samim time je omogućila brzo širenje sadržaja [13] Definicija potreba za medijskom objavom i obrazovanjem proizlazi iz komunikacijskih prava i prava na informaciju koji proizlaze iz ljudskih prava zaštićenim međunarodnim dokumentima. I međunarodne organizacije, kao i Europska unija, prepoznaju važnost medijskog odgoja i obrazovanja dokumentima kao što su Deklaracija o medijskom odgoju (Declaration of Media Education, 1982. godine), a Direktivama 2007/65/EC te 2010/13/EU države članice EU – a obavezuju se na izvještavanje o medijskom obrazovanju svake tri godine. [11] Možemo reći da razvijenijem medijske pismenosti razvijamo jednu od najvećih vještina 21. stoljeća, to znači da razvijamo vještine kritičkog razmišljanja, da znamo dobro analizirati sadržaj koji nam se pojavljuje. Možemo dobro osmisliti sadržaj koji ćemo objaviti na društvenim mrežama. Zanimljiva je činjenica da su žene te koje žele više biti medijski pismene, one su te koje žele biti uspješnije na društvenim mrežama od muškaraca. Postavljamo si pitanje da li su žene te koje

žele više učiti o medijskoj pismenosti ili se samo žele više pojavljivati na digitalnim platformama? Većim razvijanjem medijske pismenosti razvijat ćemo znanje koje ćemo moći prenijeti na mlađe generacije, a samim time štitit ćemo sebe i druge od govora mržnje, a ujedno ćemo ostvariti puni potencijal na digitalnim platformama. Danas su djeca i mladi najviše izloženi medijima, gdje susreću razne načine komunikacije, od fotografija, video poruka, reklama,.. Medijska pismenost se može razvijati na bilo koje načine, od radionica koje se nude do uvođenja kao obaveznog predmeta u škole. Danas djeca nalaze krive uzore jer ne razumiju sadržaj koji im je prezentiram. Sve veći razvoj dječjih igrica koja se pomoću aplikacija pametnih telefona spajaju na internet, onemogućuju roditeljima da imaju punu kontrolu. Nove tehnologije tjeraju roditelje da uče o medijskoj pismenosti da bi mogli zaštititi vlastitu djecu. Oni su ti koji će djeci postaviti pravila na koji način će koristiti medije, kako će se odnositi prema drugima. Kad bi djeca razumjela kakav utjecaj ima nešto na njih, mogla bi donijeti ispravnu odluku. Razvijanjem medijske pismenosti moći će raspoznati stvarnost od iluzije, lakše će shvatiti poruku koja im se prikazuje, te će dobro iskoristiti sadržaj koji im se nudi. Da bi uspjeli dešifrirati ulogu medija što nam oni govore, trebali bi dobro znati razumjeti poruku autora. Tko je napisao poruku? Zašto se baš ta poruka pojavljuje? Za koga je ta poruka? Kojim tehnikama se koristi onaj tko je stvorio poruku? Na koji način se može percipirati poruka?

Razvijati medijsku pismenost je ključno za današnje doba, ona predstavlja kritičko razmišljanje o medijima, koja nam omogućuje da koristimo medije na ispravan način. Da možemo procijeniti kako će mediji utjecati na naše misli, osjećaje, stavove. Razvijanjem medijske pismenosti možemo učiniti da mediji rade za nas, oni su širi koncept pismenosti. Mediji su ti koji stvaraju stvarnost, koji pokreću svijet, poznavanjem medija i razvijanje medijske pismenosti pruža nam mogućnost da sami stvaramo medije, da stvaramo drugačiji svijet.

2.6 Kako izabrati pravu informaciju

Doći do informacija koje želimo nikad nije bilo lakše, brzim razvojem interneta i modernih tehnologija sve nam je postalo dostupno na dlanu. Kad nešto želimo istražiti na bilo kojem mjestu samo utipkamo u svoje pametne uređaje informaciju koju tražimo i evo podataka. Nitko se od nas ne zapita da li je informacija koju tražimo relevantna ili je netko dobro postavio ključne podatke kad je radio optimizaciju tražilica. Web nam omogućuje pristup većini informacija na Internetu putem preglednika, on nam omogućuje da se možemo povezati s drugim sličim informacijama na internetu. Internet zbog svoje komunikacijske komponente i globalne rasprostranjenosti ne može izbjeći ulogu javnog komunikacijskog kanala i infrastrukturne potpore javnoj sferi.[12] On stvara novu društvenu komunikaciju, omogućuje samo-prezentaciju korisnika.

Ponekad teško raspoznavamo koja je informacija istinita, a koja lažna, bez činjenica, bez izvora ili citata. Ponekad informacije mogu biti dobra propaganda da bi privukle što veći broj korisnika. Najviše lažnih vijesti se širi na društvenim mrežama. Najviše lažnih vijesti susrećemo prilikom političkih kandidatura za izbore. Tada nam se u velikoj mjeri serviraju vijesti koje želimo čuti, ono što će privući veći broj građana. Hillary Clinton je 8. prosinca 2016. održala govor u kojem je spomenula "epidemiju zlonamjernih lažnih vijesti i lažne propagande koja je preplavila društvene medije tijekom 2017 godine". Ukazala je kolike posljedice mogu ostaviti lažne informacije na ljude. Neki su novinari tada njezinu izjavu smatrali teorijom zavjere jer je izazvala velike rasprave na društvenim mrežama.[4] Ponekad lažnu vijest percipiramo kako istinu jer se trenutno poklapa s našim uvjerenjima i stavovima. Kada znamo koju informaciju trebamo, možemo odabrati pravi izvor kako doći do nje. [13] Pravilnim odabirom izvora putem kojeg dolazimo do informacija, smanjujemo vjerojatnost da ćemo naletjeti na laž. Istraživanje koje je provedeno na Sveučilištu Stanford u kojem su sudjelovali studenti, stručnjaci za provjeru činjenica i sveučilišni profesori, na temelju kojeg su ocjenjivali web stranice, tražili su informacije o društvenim i političkim pitanjima, na temelju kojih su prosuđivali valjanost informacija.[12] Zanimljivo je da se veći broj ispitanika dao izmanipulirati već na samom početku. Logotipi i nazivi stranica lako manipuliraju ljude, ma koliko oni bili obrazovani. Većina ljudi se vodi logikom s kojih stranica dolaze, kakav logotip imaju i na temelju toga donose zaključke o relevantnosti informacija. Postavlja se pitanje da li možemo pronaći pouzdane

informacije na internetu? Imamo toliko informacija na raspolaganju, da pravilan odabir može biti pravi izazov. Loš odabir kojim ne može razlikovati istinu i laž, može povući niz pogrešnih odluka, koje nas mogu dovesti u nezgodan položaj. Istraživanje koje je proveo Stanford History Education Group u siječnju 2015. i lipnju 2016. godine na temelju 56 zadataka u 12 država, prikupili su i analizirali 7.804 odgovora studenata. Došli su do zaključka iako se oni bez problema služe društvenim mrežama, ali medijska pismenost im nije na zavidnoj razini. Prema rješenjima zadataka njihovi rezultati su bili daleko zabrinjavajući. [4] Ljudi često koriste informacije, a da ne provjere odakle dolaze, tko ih je napisao. Kada vide nešto što im treba posežu za tom informacijom bez razmišljanja. Umjesto da provjere izvor, analiziraju, filtriraju i onda da vide koliko je informacija relevantna. Da bi mogli odabrati pravu informaciju prvo trebamo dobro razmisliti o njoj, analizirati, znati koju vrstu informacije tražimo i tek tada ju možemo odabrati. Da li nam ta informacija treba za znanstveni rad ili ju samo želimo podijeliti s prijateljima na društvenim mrežama. Mnoge informacije koje uzimamo s digitalnih platforma nam se čine relevantne jer su potkrijepljene brojkama i analizama, a kad detaljno analiziramo podatke shvatimo da nisu vjerodostojni. Da bi spriječili donošenje pogrešnih odluka informacije koje pronađemo moramo obavezno filtrirati, tako ćemo naći ono što nam je korisno. Trebamo pronaći pouzdane izvore što u današnje vrijeme nije lako, ali pravilnim filtriranjem pročitanog sadržaja dovodi nas do pouzdanih informacija. Pronaći idealan sadržaj koji nam treba, onaj koji odaberemo ovisi o našim potrebama. [9] U nekoliko koraka možemo izbjeći dugotrajno pretraživanje da bismo došli do točnih informacija. Samim time ne gubimo vrijeme na nepotrebno čitanje dodatnih članaka koji nemaju veze s našim istraživanjem. Najvažnije da informaciju koju nađemo analiziramo, pretražujemo ju na izvorima koji su pouzdani, da provjerimo vjerodostojnost autora, da pogledamo statistiku, da sami procijenimo web lokaciju s koje uzimamo podatke. Korisnici društvenih mreža često dijele odrađene vijesti, a da nisu ni pročitali o čemu se radi. Prije nego nešto podijelite pročitate, istražite izvor i tek tada dijelite. Ako mislite da je priča lažna možete komentirati i argumentirano objasniti zašto mislite da je to laž. Takvim stavom širimo kvalitetne informacije, sprečavamo širenje laži.

Pravilno odabrana informacija potiče skepticizam koji razvija kritičko mišljenje, što uvelike potiče na formiranje pravih vrijednosti, podižemo razinu odgovornosti, koja doprinosi kvaliteti informacija koje odabiremo. Kada trebamo donijeti kvalitetnu odluku ključna nam je kvalitetna informacija, tj. kvalitetan proces samog odlučivanja. Odabrati pravu informaciju ne

zahtijeva samo znanje već obuhvaća sposobnost razumijevanja, kritičkog vrednovanja, te svijest korištenja čitavog raspona informacija. Web stranice rijetko sadrže izvorne informacije, da bismo saznali odakle dolazi informacija, da li je ona točna moramo pronaći točan izvor odakle dolazi. Kad nađemo izvor informacije moramo pročitati recenzije o izvoru, da vidimo što drugi misle o tome, tako ćemo najlakše saznati koliko je naš izvor točan. Ako dođemo do činjenica koje pokazuju da izvor informacije nije relevantan, ponovo pokrećemo cijeli postupak ispočetka. Možemo reći da informacija predstavlja kvalitetan podatak, ona je skup činjenica za donošenje kvalitetnih odluka.

3.0 Medijska pismenost i tehnologija u svakodnevnom životu

Brzi razvoj tehnologije mijenja svijet oko nas, oblikuje naš razvoj i medijsko opismenjavanje društva. Tehnologija nam može biti korisna samo ako se učinkovito koristi, međutim ljudi ju ponekad ne koriste kako bi izvukli svu učinkovitost tehnologije. Danas mladi čim sjednu negdje ne razgovaraju jedni s drugima nego uzmu pametne uređaje i prvo što rade provjeravaju svoje profile na društvenim mrežama. Danas je teško sresti mlađu osobu koja nema barem jedan profil na nekoj od digitalnih platforma. Kad nekome kažete da danas pametni uređaj ne koristi barem jedan dan to je nezamislivo, tehnologija je uvelike promijenila naše živote. Možemo reći da tehnologija upravlja nama, ali da bi nam bila korisna mi moramo upravljati tehnologijom. Ona nam je uvelike olakšava život, zaposlenoj mladoj osobi je nezamislivo otići u banku i čekati u redu da plati račune, kad nam je tehnološki razvitak donio mogućnosti da jednim klikom učimo sve. Jedno od područja gdje je tehnologija ostvarila najveći utjecaj je u području komunikacije. Razgovor s ljudima izvan naše neposredne okoline nekada je bio težak proces, zahtijevajući fizička pisma i puno strpljenja. Većinu prošlog stoljeća, profesionalna komunikacija uključivala je pisanje pisama, faksiranje ili trošenje sati na telefon. Više ne, E-pošta je sada primarni način poslovne komunikacije na današnjem radnom mjestu. [13] Razvijanjem tehnologije, razvijalo se čovječanstvo, stvorio se novi način komunikacije, medijske komunikacije. U današnje vrijeme je nezamislivo da se ne možemo javiti iz bilo kojeg mjesta na svijetu. Razvijamo drugačije načine komunikacije koji nam olakšavaju svakodnevnu komunikaciju. Digitalne tehnologije nadilaze abecednu pismenost kako bi istražile način na koji se zvuk, slika i tekst mogu uključiti u obrazovanje.[17] Računala i internet transformirali su obrazovanje. On-line obrazovanje pružilo je prilike za učenje bez presedana ljudima širom svijeta. Predavanja i lekcije mogu se učiti na web stranicama u pisanom ili video obliku, čineći informacije pristupačnijima. Sve informacije koje želimo mogu biti dostupne i dostupne su 24 sata dnevno, zahvaljujući World Wide Webu. [5] Tehnologija nam olakšava i razvija način na koji učimo, na koji gledamo svijet oko sebe, ona je jako važna u obrazovanju jer pravilnim korištenjem dolazimo do kvalitetnog obrazovanja. S jedne strane, informacijska pismenost naglašava važnost pristupa informacijama, te procjenu i etičku uporabu takvih informacija. [15] Kad prihvatimo tehnologiju kako sredstvo učenja onda drugačije gledamo na sami razvitak i prednosti koji nam nosi. Kada prihvatimo da medijska pismenost i tehnologija idu zajedno, tada stječemo znanja koje nam omogućava bolje razumijevanje i kritičko razmišljanje. Ona nas uči

kako na nove načine interpretirati medije. Pod pojmom tehnologija podrazumijevamo fizičke stvari, mobitel, tablet, računalo, dok su mediji sredstvo komunikacije. Kada spojimo medije i tehnologiju dobijemo način prijenosa komunikacije. Da bi mogli koristiti digitalne platforme moramo koristiti tehnologiju koja nam omogućava da koristimo medije preko kojih komuniciramo. Tehnologija ima veliki napredak na zdravstvenu industriju. Ona omogućuje liječnicima da rano otkrivaju bolesti, a samim time pospješuju izgleda za izlječenje. Možemo reći da su tehnologija i medijska pismenost danas uvelike povećale kvalitetu naših života.

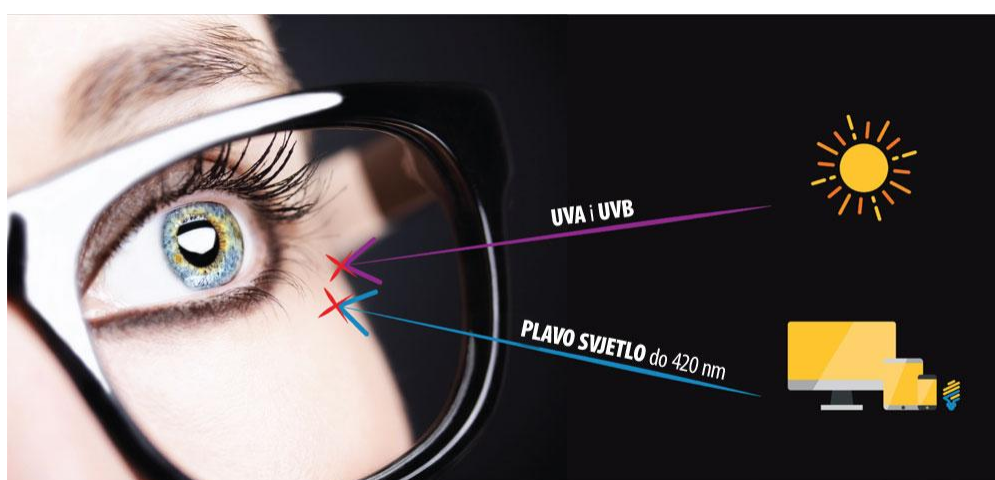
3.1 Negativni utjecaji moderne tehnologije

Moderna tehnologija nam uvelike olakšava život, svi znamo njezine pozitivne strane, ali ona ima i svoje negativne strane koje uvelike utječu na naše živote. Možemo reći da ona na društvenim mrežama izaziva efekt staklenog zvona. Sve društvene mreže stavljene su od određenih algoritama iz razloga da bi se korisnici trebali dobro potruditi da dođu do drugačijeg razmišljanja, dok većina korisnika to ne radi i tako dolazi do efekta staklenog zvona. Većinom se na društvenim mrežama okružimo ljudima koji imaju slična mišljenja našim, a ostali kao da ne postoje.

Tehnologija može uništiti naše fizičko i mentalno zdravlje, važno je da ju dobro razumijemo, da ju možemo pravilno iskoristiti. Prema istraživanju Common Sense Media, roditelji i tinejdžeri provode do 9 sati dnevno na pametnim uređajima, a djeca do 8 godina provode 2 sata i 19 minuta. [18] Provođenje toliko vremena za ekranima može znatno oštetiti vid, tjera nas da sjedimo više sto dovodi do pretilosti, bolova u leđima, glavobolje,... Moderna tehnologija je učinila da društvo u cjelini postane nesocijalno. [10] Koliko puta roditelji kažu da komuniciraju sa svojim djetetom putem poruka, umjesto da sjednu i razgovaraju. Zapitajte se koliko puta sjednete da odmorite i što prvo učinite uzmete svoj pametni telefon u ruke i provjeravate društvene mreže, odmarate i živite u svome virtualnom svijetu, a da propuštate stvarni život. Djeci se odmalena guraju smartphonei i tableti u ruke kako bi im se zaokupila pažnja i time smirila fizička aktivnost. S vremenom ovaj pogodni trik postaje problem. Sadržaj kojim djeci odvlačimo pažnju previše stimulira njihov mozak i s vremenom im ništa drugo ne može biti zabavno. [18] Djeca nekontrolirano koriste različite medije, dolaze do informacija koje ih u tome trenu zabavljaju. Vrijeme koje je potrebno da djeca dođu do informacije procjenjuje se u prosjeku na dvije sekunde, ali ako ne dođu do informacije u istom trenu gube strpljenje i sam time pokazuje netrpeljivost i agresivnost, što se kasnije rezultira na vanjski svijet. Brojna istraživanja su dokazala da djeca koja redovito koriste internet i igraju video igre pokazuju više tjeskobe i depresije. Ponekad prevelika izloženost djece modernoj tehnologiji može uvelike smanjiti fokus na druge stvari.

Brojna istraživanja su dokazala da prevelika izloženost upotrebi modernih tehnologija može uzrokovati atrofiju sive tvari, smanje ili gubitak volumena tkiva. Poznato je da siva tvar kontrolira funkcije kao što su pamćenje, kontrola mišića, emocije, govor, odlučivanje,

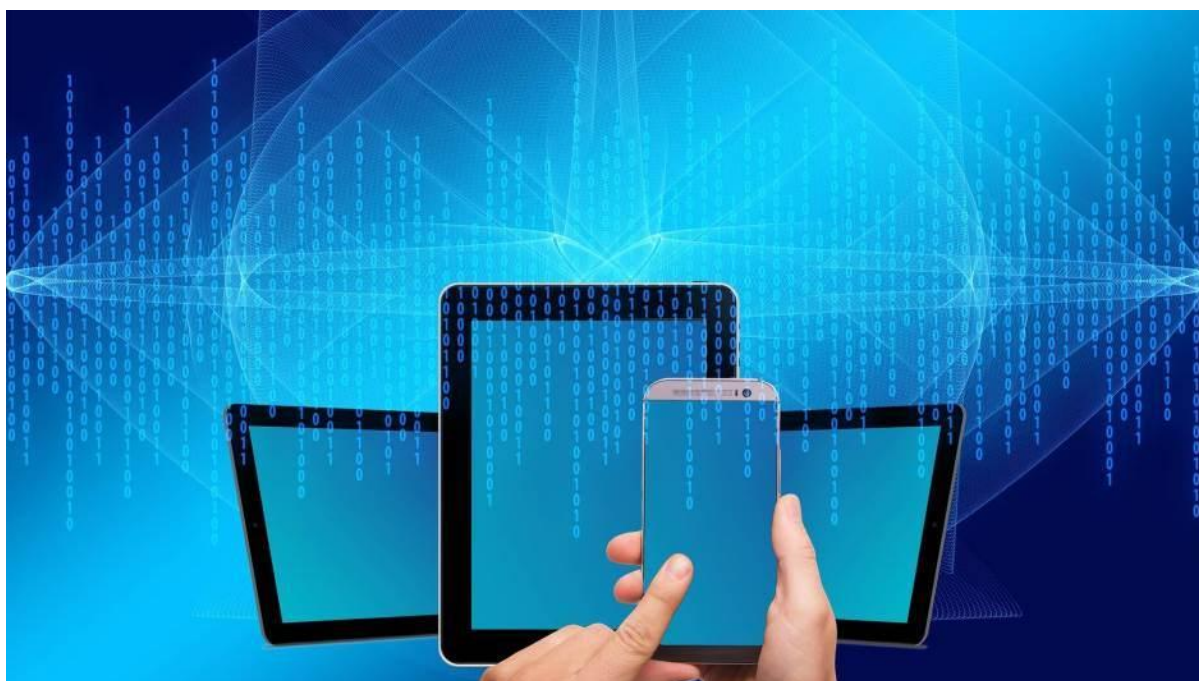
samokontrola i osjetilna percepcija kao što su gledanje i slušanje. Veliki zdravstveni problem čini nesanica koju uzrokuju dva faktora – prevelika stimuliranost od sadržaja kojeg gledamo prije spavanja i drugi mnogo ozbiljniji faktor je izloženost plavoj svjetlosti koju emitiraju LED ekrani, a koja sprečava proizvodnju melanina u mozgu, hormona kojim se uspavljujemo. [18] Danas ćemo rijetko naći osobu koja prije spavanja nije na jednom od pametnih uređaja, a da nije ni svjesna koje ozbiljne posljedice ima izloženost svjetlosti koja dolazi s pametnih uređaja, a nismo ni svjesni koliku štetnost ima plava svjetlost noću. Ona ima utjecaj na naše tijelo tako da naše tijelo pod njezinim utjecajem funkcionira kao po danu, što dovodi do uzroka nesаницe. Da bi se zaštitili od utjecaja koji imaju pametni uređaji na nas, trebali što više vremena provoditi vani na dnevnoj svjetlosti, a nekoliko sati prije spavanja bi trebali izbjegavati uređaje koji imaju moć plave svjetlosti. Koja uzrokuje peckanje, suženje očiju, glavobolje, ona može imati ozbiljne posljedice na naše zdravlje, a da toga nismo ni svijeni, možemo ju nazvati bolešću modernog doba.



Slika 1 Štetnost plavog svjetla

Tehnologija uzrokuje nedostatak privatnosti, gdje svatko može s nekoliko klikova miša pronaći nečiju adresu i konkretne informacije o toj osobi, tako da oni mogu koristiti viruse i hakiranje koji pomažu u pronalaženju informacija koje žele dobiti, mogu dobiti mjesto na Google Mapsu i mogu znati nečiju životnu priču na Facebooku. [13] Možemo reći da moderna tehnologije i razvitak medija su uvelike je utjecali na odnose među ljudima koji su se značajno promijenili. Rezultat i utjecaj društvenih mreža uvelike utječe da dijelove naše rutine od privatnosti, slobode, neovisnosti, obrazovanja,...

Tehnologija nas učinila da postajemo ovisni o njoj da te mjere, da kad nam netko oduzme pametni uređaj da postajemo nervozni i nemirni, što je znak velike ovisnosti o pametnoj tehnologiji. Povećana potražnja za novim tehnologijama i napredak tehnologija rezultirali su mnogim tvornicama za proizvodnju i preradu. Kako naporno rade na stvaranju najboljih tehnologija za društvo i poslovanje, oslobađaju štetne kemikalije i plinove koji zagađuju našu okolinu, a to je rezultira klimatskim promjenama (globalno zagrijavanje). Dakle, što više tehnologije proizvodimo, to više štetimo okolišu. [19] U zadnje vrijeme veliki je naglasak na ekološkoj proizvodnji, da bi se smanjila štetnost proizvodnje nove tehnologije, mnoge tvornice su se okrenule ekološkoj proizvodni, npr: električni bicikli, automobili. Jedan pod poznatih proizvođača računala Lenovo je proizveo je ekološko prijenosno računalo ThinkPad X300, oni su koristili tehnologiju koja ne šteti okolišu kao što su Lcd staklo bez arsena, te pozadinsko staklo bez žive, što omogućuje manju potrošnju energije nego imaju dosadašnja računala.



Slika1 2 Štetnost tehnologije

Možemo reći da tehnologija sama po sebi nije štetna, ali na način na koji ljudi koriste tehnologiju da dođu do svojih ciljeva određuje njezinu štetnost. Važno je da kontroliramo naše korištenje tehnologije kako ona ne bi utjecala na naše zdravlje i na našu ljudsku interakciju. Iako danas ne možemo bez tehnologije, ali bi trebali svjesno ograničiti njezino korištenje. Trebamo si postaviti pitanje da li virtualni život vrijedi visoke cijene, kako što je naše zdravlje.

3.2 Ovisnost o tehnologiji

Korisnici pametne tehnologije konstantno gledaju u svoje uređaje bez obzira da li imaju novi obavijesti ili ne. Da li ste se ikad zapitali, da li nas je moderna tehnologija učinila opsesivnima, da li radije gledamo u pametne uređaje ili razgovaramo sa svojim ukućanima. Većina nas dođe kući s posla i umjesto da razgovara sa svojim partnerima, svatko sjedi na svojoj strani sa svojim uređajem. Modernom tehnologijom gubi se svaki ljudski kontakt, ponekad čak jedni drugima šaljemo poruke, a jedni od drugih udaljeni smo samo nekoliko koraka. Stručnjaci strahuju da korištenje moderne tehnologije u bilo kojem kutku Vašeg doma je ozbiljan pokazatelj ovisnosti o tehnologiji, čak napominju da takva ovisnost je opasna kao i bilo koja druga. Dokazano je da ovisnost o tehnologiji može dovesti do slabijeg pamćenja. Svijet se razvija kako bi uključio tehnologiju u svaki aspekt našeg života. Zbog tog novog oslanjanja gubimo sposobnost da se brinemo o sebi na prirodan način. Pogledajte samo kako su GPS sustavi promijenili način na koji ljudi putuju. Ljudi više ne mogu čitati kartu. [21] Danas kad putujete negdje najvažnije je da Vam je baterija na pametnom uređaju puna, uključite GPS on će Vam reći kuda trebate ići, bez da razmišljate. Takav nam način života znatno olakšava i omogućava da možemo ići bilo gdje, gdje postoji dostupnost mreže. Kad bi nam netko na nekoliko sati oduzeo uređaj i poslao nas na određenu lokaciju, najvjerojatnije bi se javio osjećaj tjeskobe i straha od nepoznatog. Nema pametnog uređaja koja bi nas usmjerio kamo trebamo ići, moramo se osloniti sami na sebe što je problem jer bez svog pametnog uređaja mi ne funkcioniramo.



Slika1 3 Moderan život

Postali smo toliko ovisni o modernoj tehnologiji, da kad ju ne koristimo, mi ju sanjamo kako ju koristimo. Da li ste si ikad postavili pitanje, da li je problem u tehnologiji ili u nama, da li je problem u načinu korištenja tehnologije. Ona nam je omogućila sve, ali mi sami sebe činimo njezinom robom, a ne ona nas. Tehnologija ima nekoliko svojih nedostataka ali i prednosti.

1. Zabava

Ako se želite zabavljati ne morate izlaziti iz kuće. Microsoft i Nintendo su čak predstavili Kinect i Wii koji u stvarnom vremenu bilježe vaše kretanje i simuliraju vaše kretanje u igri koju igrate s odgovarajućim konzolama.[21] Samim time što osjete kod kuće zatvarate se u virtualni svijet, gubi se komunikacija, kontakt sa stvarnim svijetom, smatramo da smo sami sebi dovoljni.

2. Socijalizacija (društvo)

Biti društveni danas znači da na popisu prijatelja imate mnogo "prijatelja", iako većinu njih ne poznajete osobno. Ljudi su spremniji na razgovor ili interakciju u digitalnom svijetu nego u stvarnom životu.[21] Virtualni svijet vodi u samoću, depresivnost, on nikad ne može biti zamjena za stvarni svijet. Takvom komunikacijom ne možemo ostvariti neverbalnu komunikaciju, jer takva nam komunikaciju ne može pokazati iskrenost i osjećaje osobe s kojom komuniciramo, ne možemo iščitati što se nalazi u pozadini komunikacije.

3. Putovanja

Prijenosni GPS sustavi su bili zasebni uređaj i malo skuplji, sada pametni telefoni i automobili imaju ugrađen GPS. [21] Većina mladih ljudi danas ne zna čitati kartu, kad trebaju nekud ići u svoje pametne telefone upišu polazište i odredište i GPS im izračuna vrijeme koje im je potrebno da stignu tamo, te prikazuje i govori kako se trebaju kretati.

4. Razgovor

Većina naših daljinskih interakcija danas se obavlja putem tekstualnih poruka, e-pošte i putem aplikacija i platformi za razmjenu poruka putem interneta.[21] Rijetko će tko od nas priznati da mu lakše poslati poruku nego nazvati nekog, danas se razgovor smatra gubljenjem vremena. Neki ljudi idu toliko u krajnost da umjesto riječi koriste emotikone.

5. Brza dostupnost informacija

Sada imamo Google, Wikipediju, YouTube i druge web-lokacije utemeljene na znanju.[21] Koliko nam je to velika prednost jer do svih informacija dolazimo u trenu, danas još mnogi odlaze u knjižnicu i traže u knjigama odgovore.

Tehnologija nam može olakšati život samo ako ju znamo pravilno koristiti, inače će nas učiniti svojom robom.

Prema istraživanjima postaje određeni znakovi da je osoba previše ovisna o tehnologiji.

1. Nema interneta, nema posla [21]

U današnje vrijeme većina tvrtki je ovisna o tehnologiji, koliko puta se došli u banku i niste ništa mogli riješiti jer im je pao sustav. Sustav je ugašeni, sve prestaje raditi na Vama je da čekate ili dođete drugi put.

2. Korištenje kalkulatora za jednostavne izračune [21]

Koliko puta trebate izračunati koliko je 10% od 35, većina nas poseže odmah za kalkulator umjesto da tako jednostavan zadatak brzo izračunamo u glavi. Današnji učenici koriste kalkulatore za svaku sitnicu, koju mogu izračunati na papiru ili u glavi.

3. Proizvod kojeg ste naručili preko interneta nije ono što očekujete [21]

Koliko puta ste naručili nešto, pa Vam je stiglo prekasno ili nije bilo uopće ono što ste naručili. Često čujem ljude koji kupuju odjeću preko interneta, da određeni artikl na slici izgleda savršeno, ali kad stigne tada slijedi razočaranje. Kad se traži

povrat novaca ili zamjena robe tada nastaju ogromni problemi, ili ne možete vratiti robu ili ta stranica jednostavno više ne postoji.

4. E-knjige [21]

Većina današnje djece čita e- knjige, ne iz razloga jer su knjige dostupne na njihovim pametnim uređajima. Koliko je to velika prednost, toliko je i nedostatak jer djeca postaju ovisna o mobitelima, tabletima, ne vide ništa oko sebe nego samo gledaju u ekrane.

5. Ne živimo u trenutku [21]

Koliko puta vidite dvoje ljudi u šetnji da se fotografiju, ili da jedan drugog fotografira, umjesto da uživaju u trenutku oni ga žele snimiti. Kad ste na koncertu većina podiže telefone i snima koncert, umjesto da uživa u koncertu.

6. Ovisnost o mobitelu [21]

Rijetko tko od nas može provesti nekoliko sati, to sam i rekla previše, jer bez naših pametnih uređaja mi kao da ne postojimo. Osjećamo se nepotpuno, hvata nas panika i tjeskoba.

7. Više se ne sjećamo brojeva telefona koje smo znali ranije [21]

Kad nekog želimo nazvati samo kliknemo na njegovo ime i gotovo, da nam se desi da ostanemo bez svojeg pametnog uređaja, ne bi se imali kome obratiti jer se ne sjećamo brojeva telefona.

8. Previše simulacija [21]

Simulacijske igre su zabavne, one služe kako bi se izoštrile i poboljšale analitičke sposobnosti i sposobnosti odlučivanja učenika. Ali ponekad bi trebali pustiti djecu da sama upravljaju ili izrađuju vlastite projekte, kako bi dobili osjećaj odgovornosti.

9. Zatvaranje trgovina, puno više on-line trgovina [21]

On-line trgovine postale su jako popularne razvitkom tehnologije, sve je dostupno u samo nekoliko klikova mišem. Ali kupnjom preko interneta zatvaraju se trgovine, sve više ljudi ostaje bez posla, a mi se zatvaramo u virtualni svijet.



Slika1 4 On-line trgovine

10. Dječja igrališta su prazna [21]

Danas djeca umjesto da vrijeme provode igrajući se vani, sjede za tabletima igrajući igrice. Roditelji su zadovoljni jer imaju svoj prostor, ne pitajući koji sadržaj njihova djeca gledaju ili kave posljedice pretjerano sjedenje za pametnim uređajima može ostaviti na njih.

11. Gubitak kreativnosti [21]

Današnja djeca nisu kreativna, da bi stekli kreativnost oni ju moraju učiti, moraju sami naći misaone procese kojima će doći do rješenja, ideja.

Tehnologija nam uvelike olakšava život, može nam biti korisna samo ako ju znamo pravilno koristiti. Ne smije dozvoliti da tehnologija upravlja nama nego bi mi trebali upravljati njome. Ovisnost o tehnologiji možemo nazvati modernom bolešću 21. stoljeća, koju možemo spriječiti odgovornim korištenjem.

4.0 Društvene mreže

Društvene mreže su promijenile način na koju mladi danas komuniciraju, one su postale svakodnevni oblik komunikacije, bilo privatne ili poslovne. Možemo reći da su društvene mreže web - lokacije koje okupljaju ljude, da dijele interese, razgovaraju, sklapaju prijateljstva. Za razliku od tradicionalnih medija koji stvaraju ne više od deset ljudi, stranice društvenih medija sadrže sadržaj stotine ili čak milijuna ljudi. Korisnici društvenih mreža imaju osjećaj da pridaju određenoj zajednici istomišljenika, okružujući se prijateljima, poznanicima,... One uvelike olakšavaju život ljudi koji imaju problem s kretanjem, pomoću njih oni održavaju svoje kontakte s prijateljima, razmjenjuju iskustva. Društvene mreže su često brzi izvor informacija, čak prije nekih drugih konvencionalnih medija. Danas je sasvim normalno da uz jutarnju kavu skrolamo po svojem pametnom uređaju i provjerimo aktualne vijesti, notifikacije na društvenim mrežama. Danas živimo u eri 4. Industrijske revolucije gdje internet i društvene mreže igraju veliku ulogu za naš razvoj kao pojedinca, ali i za društvo općenito. Da bi radili bilo gdje u industriji morate biti donekle informatički pismeni, jer sve je on-line. Postoji jedna izreka koja kaže ako niste on-line, kao da ne postojite. Možemo reći da su društvene mreže najbrže rastuća industrija u svijetu, Facebook je još uvijek jedna od najpopularnijih društvenih mreža s više od milijardu korisnika.

Društveno umrežavanje može imati društvenu svrhu, poslovnu svrhu, ili oboje, putem web-mjesta kao što su Facebook, Twitter, LinkedIn i Instagram, među ostalima. [23]. Cilj društvenih mreža je da privuku što veći broj korisnika, bilo privatnih bilo poslovnih. U današnje vrijeme sve više tvrtki ima svoj profil, radi oglašavanje svojih proizvoda barem na jednoj od društvenih mreža.



Slika1 5 Slaganje mreža

Marketinški stručnjaci koriste društvene mreže za povećanje prepoznatljivosti branda i poticanje lojalnosti robnih marki. [23] Dobrim strateškim upravljanjem stranicom marketinški stručnjaci potiču korisnike društvenih mreža da posjete stranicu određene tvrtke. Dijeljenjem zanimljivog sadržaja, slika, videozapisa povlače nove sljedbenike, potičući ih da komentiraju i dijele sadržaj. Sigurno nagađate da jedna od najpopularnijih i najkorištenijih društvena mreža u svijetu je Facebook s ukupno oko dvije milijarde novih korisnika. Facebook se nedavno suočio sa gubitkom preko milijun svojih korisnika jer trećoj strani dopustio pristup osobnim podacima korisnika. Facebook ima 1,59 milijardi mjesečno aktivnih korisnika. Druga najpopularnija društvena mreža je WhatsApp. Usprkos tome što je vlasništvo Facebooka ova platforma stoji kao neovisan entitet, a služi za komunikaciju ljudi širom svijeta. WhatsApp broji jednu milijardu približno aktivnih korisnika. Treća nama možda u Hrvatskoj nepoznata mreža je Tencent QQ ona služi kao instant messaging platforma društvenih medija. Koristi se za slanje poruka, videozapisa, glasovnih poruka. Njezina specifičnost je u tome što ima ugrađeni prevoditelj za prijevod razgovora.



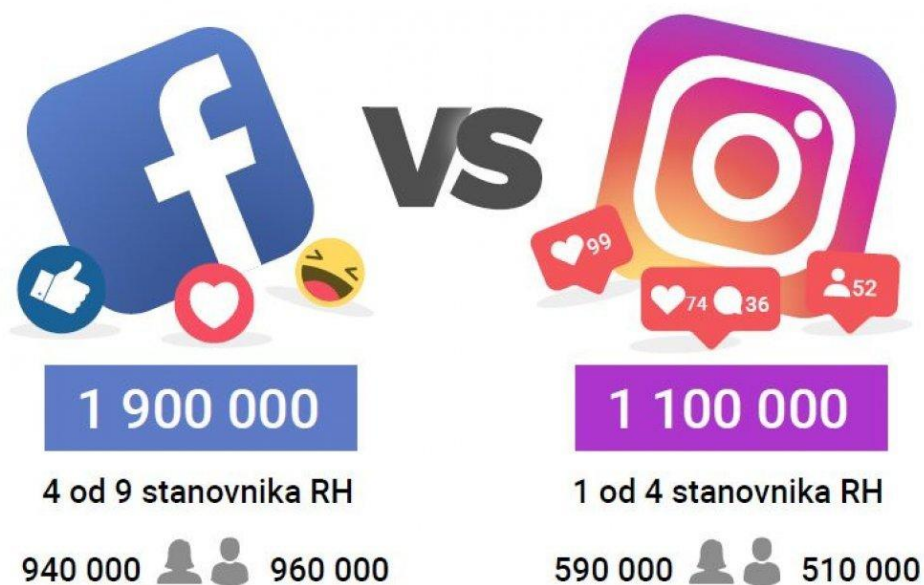
Slika1 6 Društvene mreže

U svijetu postoji šezdeset i pet društvenih mreža koje ljudima omogućavaju komunikaciju, razmjenu podataka, a tvrtkama služe za reklamiranje ili prodaju njihovih proizvoda. Hrvatima znaju za osam društvenih mreža među kojima su najkorišteniji Facebook, Instagram, Viber, WhatsApp.

4.1 Društvene mreže u Hrvatskoj

Hrvati ne zaostaju previše za ostatkom svijeta kad su u pitanju društvene mreže, možemo čak reći da su one hit među Hrvatima. Oni koriste društvene mreže za komunikaciju s prijateljima, ali isto tako tvrtke koriste Facebook i Instagram za svoje oglašavanje. Hrvati su uvelike prigrlili trend zarade na društvenim mrežama, pokušavajući iz njih izvući maksimalan profit. Isto tako su svjesni da ne treba samo tako prigrliti najnovije trendove, nego pokušavaju razumjeti motive koji stoje iza svega.

Okrećući se marketinškim stručnjacima kao bi im mogli pri kreiranju komunikacijskih strategija. Facebook i dalje drži prvo mjesto među najpopularnijom društvenom mrežom u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, nakon njega je YouTube, Instagram, slijede ih WhatsApp, Twitter,... Za Facebook možemo reći da je bio među prvim koji je premašio granicu od milijardu korisničkih računa. Facebook omogućuje pristup raznim aplikacijama, pomoću kojih se možete povezati sa svojim prijateljima, ali i oglašavati razne proizvode svojih tvrtki. U Hrvatskoj su najzastupljenije društvene mreže su Facebook i Instagram. Prema istraživanju koje je provela marketinška agencija Arbona, kakve su navike Hrvata na društvenim mrežama. Da li više Hrvati koriste Facebook ili Instagram.[17]



Slika1 7 Omjer korisnika

Za istraživanje su uzeli ukupan broj korisnika Facebooka i Instagrama prema dobnoj skupini, spolu, broj aktivnih korisnika prema grupama interesa, ukupan broj aktivnih korisnika prema županijama i gradovima. Došli su do zaključka da društvene mreže podjednako vole muškarci i žene. Ukupan broj korisnika Facebooka u Hrvatskoj je 1,9 milijuna, možemo reći da je tu odnos muškarca i žene podjednak. Instagram više vole žene, nego muškarci. Najviše aktivnih korisnika na Facebooku ima između 25 i 34 godine, dok na Instagram koristi mlađa generacija. Ali kad pogledamo gradove vidjet ćemo da najviše korisnika Facebooka, Instagrama ima u Gradu Zagrebu, što je bilo za očekivati jer je jedan od najvećih gradova.

GRAD	FACEBOOK	INSTAGRAM	RAZLIKA
Dubrovnik	23 000	14 000	9 000
Karlovac	21 000	11 000	10 000
Osijek	61 000	33 000	28 000
Pula	34 000	19 000	15 000
Rijeka	82 000	44 000	38 000
Sisak	17 000	8 400	8 600
Split	99 000	66 000	33 000
Zadar	44 000	28 000	16 000
Zagreb	680 000	410 000	270 000

Slika1 8 Statistika korisnika po gradovima

Hrvati mislile da ako nisu aktivni na barem jednoj društvenoj mreži da ispadaju čudaci. Kad pogledamo statistiku možemo vidjeti da su žene te koje su najaktivnije na društvenim mrežama. Možemo se postaviti pitanje da su one te koje žele prezentirati svoj život drugima? Da li su one te koja traže pažnju ili odobravanje "prijatelja" ili žele pokazati svoj društveni status? Kako bilo žene obožavaju društvene mreže, ali ni muškarci previše ne zaostaju za njima.

5.0 Intervjui

U nekoliko intervjuua s digitalnim stručnjacima iz ključne agencije na Hrvatskom tržištu, te intervju prodajnog inženjera elektrotehnike, prikazana je problematika medijske pismenosti. U intervjuima smo se dotaknuli dobrih rješenja komunikacijskih problema, te utjecaj medijske pismenosti na društvenim mrežama u Hrvatskoj. Stručnjak iz područja industrije nam je objasnio koja je njegova uloga i odgovornost, na koji način može promijeniti medijsku pismenost.

Hrvoje Vlah, prodajni inženjer, Tipteh Zagreb d.o.o

On smatra da je medijska pismenost u Hrvatskoj je tek u svojim začetcima. Glavni razlozi su pristup školstva, načina života i razine znanja građana. Za razliku od razvijenijih zemalja pristup potrebnoj tehnologiji za medijsko izražavanje još uvijek nije dovoljno rasprostranjen. Kaže da u današnjoj industriji za brzom i točnom informacijom je sve veća. Medijska pismenost se nameće kako jedna od najpotrebnijih vještina svakog pojedinca u industriji. Korištenje mreža znatno ubrzava protok informacija, a brzi protok informacija nosi opasnost krive informacije ili informacije u krivim rukama. Promjena i prilagodba načina dijeljenja informacija je odgovornost svakog pojedinca u industriji. Velika se važnost mora pridodavati otkrivanju novih načina komuniciranja, kao i implementacija na svim potrebnim razinama procesa. Osim odgovornosti učenja ostalih svakako je potrebno staviti naglasak na ograničenja, odnosno da informacije ne padnu u krive ruke. Nije moguće govoriti o manipulaciji gledajući kroz prizmu medija, što ne znači da ne postoje. Mediji su u današnje vrijeme sredstvo ka cilju, te ih uvijek treba uzimati sa određenom rezervom. Sve dobivene informacije je potrebno sagledati iz više kutova, te onda donijeti zaključke. Što više pogleda na istu informaciju individua ima to je zaključak bliži istini. Medijska pismenost je obaveza budućnosti čija implementacija je danas veća započela.

Integracija bilo kakve platforme je odgovornost koja utječe na okolinu individue, te je potrebno osim učenja obratiti pozornost i na aspekt sigurnosti. Činjenica je da informacija svaki dan postaje vrjednija.

Jura Pruša, community manager u 404 agency

On kaže da ne znam kako točno definirati medijsku pismenost kao pojam, pogotovo kad ih povezujemo s društvenim mrežama, ali mediji sve više pridaju pozornost i značenje koje ti kanali imaju. Društvene mreže su postale mjesto ne samo našeg povezivanja s ljudima, već i izvorom vijesti do kojih dolazimo. Veliki broj medija u Hrvatskoj prebacuje svoj fokus, način dinamike i komunikacije te, uz dijeljenje sadržaja, potiče angažiranost korisnika kroz komentiranje i rasprave. Društvene mreže jesu dio društva. Uz stvaranje i kreiranje privatnih profila i bilježenja trenutaka iz vlastitog života, svoj prostor pronalaze i brandovi koji ove platforme koriste kao kanale za svoje predstavljanje sadašnjim i potencijalnim korisnicima. Oglasi koji nam se svakodnevno prikazuju, vijesti koje čitamo i osobe koje poznajemo samo 'preko fejsa' sigurno utječu na naše ponašanje, bilo da je riječ o vlastitom brandiranju, percipiranju, prikupljanju informacija ili poticanju želje ili novih interesa. Na pitanje koje opasnosti bi trebalo ukazati prilikom korištenja društvenih mreža? Na ovo pitanje kaže kao i u većini nam odmah pada na pamet privatnost. Svakako bi trebalo naglasiti i govor mržnje koji se često zanemaruje – jer je to samo govor. Mislim da nije toliko bezopasan i da je potrebno 'odgajati' naraštaje kako bi postojala određena kultura dijaloga ili monologa. Moja odgovornost je dijeliti informacije na način da ne koristim znanje kako bih manipulirao vrijednostima branda, već kako bih zainteresirao, informirao, zabavio te pravovremeno i ažurno reagirao na zahtjeve korisnika i klijenata. Manipulacija je termin koji smatram negativnim i sigurno da postoji u svim aspektima informiranja, od politike pa do sezonskih sniženja u dućanima. Mislim da se to neće smanjiti pa odgovornost i promjenu treba možda prebaciti na ljude, odnosno korisnike. Obrazovanjem i obraćanjem veće pozornosti o temi komunikacija približit ćemo se novom korisniku koji konzumira sadržaje na razboritiji način.

Radom u agenciji dobivamo uvid u kompletan proces dijeljenja sadržaja s našim korisnicima. Od komunikacije s klijentom, internih procesa i kreiranja sadržaja pa sve do dosega našeg targeta i komuniciranja s njim. Sve se to odvija u dinamičnoj strukturi i fleksibilnom lancu u kojem svaka karika dodaje vrijednost kako bi se na najbrži i najbolji način dostavio konačan 'proizvod'. Za svakog klijenta kreira se strategija komuniciranja koja čini taj proizvod ili uslugu različitom i prepoznatljivom na tržištu pa upravo agencije nose veliku odgovornost. Kreiraju evente, vizualne identitete, PR članke, vode društvene mreže koje 'nikad ne spavaju'.

Tatjana Komljenović, social media strategist u 404 agency

Ona kaže da medijska pismenost na društvenim mrežama najjednostavnije rečeno – još uvijek nije dovoljno razvijena. Medijska pismenost koja bi nam trebala pomoći da se u svijetu društvenih mreža, gdje se nalazi ogromna količina informacija, snađemo i zaštitimo od lažnih informacija, je još u povojima. Drago mi je da se na tome radi, da se djecu, a i starije uči o kritičkom razmišljanju i sagledavanju svih informacija, ali to je i dalje nedovoljno. Postoji čak i istraživanje koje kaže da čak 81% građana RH smatra da se djecu ne educira dovoljno o utjecaju medija na njih i na odrasle. Ako uzmemo u obzir, da su društvene mreže najčešći oblik medija s kojim djeca dolaze u susret, onda su ovakve činjenice poprilično zabrinjavajuće, ali u svakom slučaju, drago mi je da barem radi nešto po tom pitanju. S obzirom da su danas društvene mreže neizostavan dio naše svakodnevice, njihov utjecaj na društvo je neizbježan, jer su promijenile i mijenjaju još uvijek način na koji gledamo sebe i druge oko nas. Iako se danas sve više može čitati o njihovom negativnom utjecaju (fake news, cyberbulling, ovisnost...) bitno je istaknuti i onaj pozitivni poput: brža, jednostavnija i jeftinija komunikacija s drugim osobama, povezivanje s osobama bez obzira na njihovu lokaciju u svijetu, dostupnost i dijeljenje informacija i zabavnog sadržaja, pomaganje rastu poslovanja kompanija i sl. S dostupnošću Interneta, broj korisnika na društvenim mrežama se eksponencijalno povećava, ali se njihova personalizacija i individualnost logično - gube.

Do prije deset godina zanimanje *community managera*, osobe zadužene za komunikaciju na društvenim mrežama, praktički nije ni postojao, a danas su u mnogim kompanijama oni neizostavan dio tima jer je upravo ovisnost društva o društvenim mrežama dovela do toga da je potrebna takva osoba u kompaniji. Što će biti za još deset godina, iskreno ne znam, ali s obzirom na našu ovisnost o društvenim mrežama, vjerujem da ćemo otvoriti još barem pet profila na njima. Opasnosti na koje bi trebalo ukazati prilikom korištenja društvenih mreža kaže da prva, i po meni najozbiljnija, opasnost je **krađa osobnog identiteta**. Proteklih šest mjeseci, bili smo svjedoci [mnogih lažnih Facebook stranica](#) koje su se predstavljale kao neke od hrvatskih kompanija te provodile lažne nagradne igre ili natječaje. Ljudi su im slali vlastite podatke, nerijetko i fotografije osobnih iskaznica, koji su se potom upotrebljavali u svrhu zloupotrebe (npr. sklapanje raznih ugovora i sl.). Druga velika opasnost je **cyberbullying – elektroničko nasilje**. Iako prisutno i kod odraslih, punoljetnih osoba, najčešće su njime pogođeni upravo oni koji su i

najranjiviji – djeca. Vrijeđanje, ismijavanje te otvaranje lažnih profila kod djece i tinejdžera je postalo svakodnevica. Nedavno je objavljeno istraživanje u kojem su izneseni poprilično šokantni podatci – svako četvrto dijete u Hrvatskoj je bilo žrtva cyberbullinga. Dijelom za to krivim(o) školstvo koje treba djecu i tinejdžere više educirati o zlouporabi društvenih mreža, ali i o posljedicama koje zlostavljana djecu nakon toga osjećaju. Osim školstva, veliku ulogu bi u tome trebali imati i roditelji koji bi s djecom, od njihove najranije dobi kad počnu biti izložena društvenim mrežama, trebali pričati o odgovornom ponašanju na istima, ali i pokazati dobrim primjerom - što mnogi danas, nažalost, ne rade. Tu se opet vraćam na osobne podatke. Mnogi roditelji nisu svjesni da objavljivanjem fotografija djece, označavanjem lokacija gdje se trenutno nalaze i slično, stvaraju „*digital footprint*“, koji se djetetu možda neće svidjeti kad dođe u dob da napravi svoj vlastiti profil na društvenim mrežama. Također, do svih tih informacija o (maloljetnoj) osobi uvijek može doći i neka treća osoba koja nema dobre namjere (tzv. Internet predatori). Zahvaljujući Općoj uredbi o zaštiti osobnih podataka tj. GDPR-u, ovakve informacije o nama samima možemo do neke mjere ukloniti s Interneta, ali velika većina ljudi će se složiti u jednome – što je jednom objavljeno na Internetu i društvenim mrežama, zauvijek ostaje na njemu/njima. Treća opasnost je **asocijalnost i ovisnost o društvenim mrežama**. Iako sam pojam društvene mreže implicira da služe za međusobnu komunikaciju ljudi, istraživanja pokazuju da su nas zapravo udaljile. Ironično, ali istinito, jer mnogi ljudi danas poistovjećuju razgovor na društvenim mrežama s razgovorom „licem u lice“. Tu dolazimo do druge stvari, a to je ovisnost o društvenim mrežama. U Hrvatskoj još nije toliko prepoznata, ali globalno je „uz bok“ ostalim ovisnostima. Osim za vrijeme spavanja, ljudi su uz svoje ekrane vezani više od 10h dnevno – bilo to uz laptose, tablete ili pametne uređaje, a 95% vremena čitaju i gledaju sadržaj upravo na društvenim mrežama jer one pružaju sve u jednom – edukativni sadržaj (čitanje vijesti na Facebook stranicama raznih portala), zabavni sadržaj (mačke i psi su i dalje ogromni hit na društvenim mrežama), komunikacija s drugim ljudima... i dr. Kao odgovornost medijskog stručnjaka kaže da ona osobno, ne vidi da bi kao pojedinac mogla napraviti neku veliku razliku. Ali ono što bih svakako voljela, je više se angažirati u radu s djecom. Još u ranim počecima društvenih mreža, doživjela sam izlaganje cyberbullingu od strane kolega iz razreda, stoga bih voljela upravo djeci i tinejdžerima pričati o elektroničkom nasilju, njegovom ranom prepoznavanju, posljedicama i sl. Osim djece, voljela bih pričati i s roditeljima, koji danas na

svakodnevnoj bazi koriste barem dvije društvene mreže, i upoznati ih s opasnostima koje vrebaju prilikom objavljivanja previše detalja i fotografija njihove djece.

Mediji imaju ogromnu moć u oblikovanju mišljenja javnosti/društva. U zadnjih godinu dana puno se pričalo o algoritmima društvenih mreža koje pogoduju pojedinim političkim strankama/kandidatima, ali kod nas, za sada, nije bilo sličnih većih slučajeva. Ono što kad nas mediji rade su „click-bait“ članci koji imaju senzacionalne naslove zbog prirode ljudske znatiželje. Naravno, što više klikova znači više ljudi na samom portalu, što u konačnici donosi više novca od oglašivača. Moje osobno mišljenje je da kod nas, mediji ne manipuliraju iz nekog višeg, „zločestog“ cilja, nego jednostavno radi profita. Mislim da osobno ne mogu puno promijeniti osim čekati da se ispuni obećanje Marka Zuckerbga koji je rekao kažnjavati portale s takvim naslovima i nadati se da kod nas neće doći do ozbiljnijeg fake newsa od članaka o slavnim osobama.

6.0 Zaključak

Živimo u svijetu gdje sve brzi napredak tehnologije zahtjeva promjenu znanja, vještine, gdje malo ljudi u potpunosti razumije medije, na koji način komuniciraju s njima, te kako oni općenito utječu na društvo. Da bi se pojedinac mogao pravilno služiti digitalnim platformama on mora biti dobro medijski pismeni, da bi mogao razumjeti ili prenijeti ispravnu poruku. Možemo reći da bilo koji oblik medija je posrednik između društva i institucije ili tvrtke koju zastupa. Oni uzrokuju velike promjene u čovjekovom životu, oni postaju svakodnevni život pojedinca. Danas ne postoji čovjek koji nije upoznat barem s jednom digitalnom platformom. Medijske platforme prečesto imaju preveliki utjecaj na društvo, pojedinca koji ni ne primjećuje koliko mediji upravljaju njegovim životom. Postajemo robovi modernog doba, a da toga nismo ni svjesni. Mediji ponekad dovode do zamagljivanja glavnih problema, odvlačeći na pažnju nebitnim stvarima.

Veliki problem s kojim se sve više susrećemo na društvenim mrežama je nasilje i govor mržnje. Kad pogledamo komentare na društvenim mrežama vidimo koliko mržnje, netrpeljivosti imaju mladi prema svojim vršnjacima. Facebook je glavna društvena mreža preko koje se širi nasilje i govor mržnje. U vrijeme kada se sve odvija preko digitalnih platforma, teško se možemo zaštititi od negativnih stvari, ali pravilnim korištenjem, ophođenjem s poštovanjem prema drugima možemo spriječiti puno toga. Da bi bili aktivni medijski slušatelji, korisnici, moramo usvojiti najviše informacije vezane za medije, a posebno audiovizualne. Pravilnim odgojno obrazovnim pristupom možemo djecu učiniti medijskim obrazovnijim ljudima. Ovakvim pristupom možemo doći do odgovora i rješenja ključnih za mladu generaciju medijskog odgoja. Razvijanjem medijske pismenosti možemo učiniti da mediji rade za nas, oni su širi koncept pismenosti. Mediji su ti koji stvaraju stvarnost, koji pokreću svijet, poznavanjem medija i razvijanje medijske pismenosti pruža nam mogućnost da sami stvaramo medije, da stvaramo drugačiji svijet. Takvim stavom širimo kvalitetne informacije, sprečavamo širenje laži. Pravilnim odabirom informacija potičemo skepticizam koji razvija kritičko mišljenje, što uvelike potiče na formiranje pravih vrijednosti, podižemo razinu odgovornosti, koja doprinosi kvaliteti informacija koje odabiremo.

Razvitkom tehnologije uvelike se razvija medijska pismenost koja mijenja način komunikacije društva, olakšava komunikaciju, a samim time i brži dolazak do informacija.

Koliko tehnologija ima pozitivnih učinka, toliko i negativnih, ona nam uvelike olakšava život, može nam biti korisna samo ako ju znamo pravilno koristiti. Ne smijemo dozvoliti da tehnologija upravlja nama nego bi trebali upravljati njome. Ovisnost o tehnologiji možemo nazvati modernom bolešću 21. stoljeća, koju možemo spriječiti odgovornim korištenjem.

Razvitak tehnologije doveo je do razvitka društvenih mreža, koje su promijenile način na koji mladi danas komuniciraju, one su postale svakodnevni oblik komunikacije, bilo privatne ili poslovne. Hrvati su uvelike prigrlili trend zarade na društvenim mrežama, pokušavajući iz njih izvući maksimalan profit. Isto tako su svjesni da ne treba samo tako prigrliti najnovije trendove, nego pokušavaju razumjeti motive koji stoje iza svega.

U Varaždinu, 19.08.2019

Keček Marija



Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, MARIJA KEČEK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom MEDIJSKA PISME NOST NA DEUŠTVENIM MREŽAMA U HRVATSKOJ (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Marija Keček
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, MARIJA KEČEK (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom MEDIJSKA PISME NOST NA DEUŠTVENIM MREŽAMA U HRVATSKOJ (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Marija Keček
(vlastoručni potpis)

7.0 Literatura

1. Patricia, Aufderheide, Charles, Firestone, Katharina Kopp, CML, Aspen Institute Report of the National Leadership Conference on Media Literacy, preuzeto 10.06.2019, url: <https://www.medialit.org/reading-room/aspens-institute-report-national-leadership-conference-media-literacy>
2. Patricia, Aufderheide, Charles, Firestone, Katharina Kopp, CML, Aspen Institute Report of the National Leadership Conference on Media Literacy , preuzeto 10.06.2019, url: <https://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-definitionand-more>
3. Tracie, Potts, NAMLE, Media Literacy Defined, preuzeto:10.06.2019, url: <https://namle.net/publications/media-literacy-definitions/>
4. Tracie, Potts, NAMLE, Media Literacy Defined, preuzeto:15.06.2019, url: <https://namle.net/publications/media-literacy-definitions/>
5. Nenad, Vertovšek, Anja Tomović, Srce, preuzeto: 15.06.2019, Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije
6. Nada, Zgrabljčić, Rotor, Izdavač: Mediacentar Sarajevo, Godina izdanja :2005, Naslov: Medijska pismenost i civilno društvo
7. Mia, Petrić, 100posto, Zna li što na internetu rade Vaša djeca?, preuzeto 30.06.2019, url: <https://100posto.hr/news/vrsnjacko-nasilje-u-hrvatskoj-postaje-sve-brutalnije-roditelji-preuzmite-stvar-u-svoje-ruke-evo-najbrutalnijih-ispada>
8. Elizabeth, Hartney, verywellmind, 5 Types of Internet Abuse Used to Cyberbully, preuzeto 01.07.2019, url: <https://www.verywellmind.com/five-types-of-internet-abuse-used-to-cyberbully-22282>
9. Miliša, Tolić, Vertovšek, Izdavač:Školska knjiga, Godina izdanja:2009, Naslov: Mediji i mladi : prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji
10. Fsw.gov.mt, Preuzeto:01.07.2019, url: <https://fsws.gov.mt/en/onlineabuse/Pages/types-of-abuse.aspx>
11. Letinić, Horvat, Sesar, Berković, Mrakovčić, Kontošić, Miloš, Morić, Gong i Kurziv, 2016, Čitajmo između redaka, url: https://www.gong.hr/media/uploads/med_pismenost_pub.pdf
12. Zrinjka, Peruško, Izdavač: Naklada Jelenski i Turak, Hrvatsko sociološko društvo, Godina izdanja:2008, Naslov: Mediji, kultura i civilno društvo

13. Elizabeth, Hartney, verywellmind, 5 Types of Internet Abuse Used to Cyberbully, preuzeto: 01.07.2019, url: <https://www.verywellmind.com/five-types-of-internet-abuse-used-to-cyberbully-22282>
14. Greg, Technology for business, Edwards, Technology in Everyday Life, preuzeto 30.06.2019 url: <https://jfg-nc.com/technology-in-everyday-life/>
15. Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, Sheung, Izdavač: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Paris, France, Godina izdanja: 2011, Naslov: Media and Information Literacy, Curriculum for Teachers
16. Vaishali, Sinha, Quora, What are the positive and negative effects of technology?, preuzeto:02.07.2019, url: https://www.quora.com/What-are-the-positive-and-negative-effects-of-technology?redirected_qid=37007523
17. Kathleen, Tyner, Izdavač: Routledge, New York, Godina izdanja: 2014, Naslov: Literacy in a Digital World
18. Sarah E., Vaala, Amy B., Jordan, Common Sense Media, Media Use as a Context for Cognitive, Development, preuzeto:02.07.2019,url: <https://www.sciencedirect.com/topics/psychology/common-sense-media>
19. Vaishali, Sinha, Quora, What are the positive and negative effects of technology, preuzeto:02.07.2019, url: https://www.quora.com/What-are-the-positive-and-negative-effects-of-technology?redirected_qid=37007523
20. Karehka, Ramey, useoftechnology, Technology and society – impact of technology on society, preuzeto: 02.07.2019,url: <https://www.useoftechnology.com/technology-society-impact-technology-society/>
21. Jon,Capistrano, XENLife, Are We Too Dependent on Technology, preuzeto: 03.07.2019, url: <https://xenlife.com.au/are-we-being-too-dependent-on-technology/>
22. Will, Kenton, Investopedija, Social Networking, preuzeto:04.07.2019,url: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp>
23. Damir, Rukavina, tportal.hr, Društvene mreže u Hrvata: Facebook i dalje najpopularniji, Instagram ga prati u stopu, preuzeto: 04.07.2019, url:<https://www.tportal.hr/tehnoclanak/drustvene-mreze-u-hrvata-facebook-i-dalje-najpopularniji-a-instagram-ga-prati-u-stopu-20190117>

7.1 Izvori fotografija

1. Slika 1.1 Štetnost plavog svjetla, mibo-lens, preuzeto: 04.07.2019, url: <http://mibo-lens.hr/dioptrijske-naocale-2/uvalblue-zastita-od-stetne-plave-svjetlosti/>
2. Slika 1.2 Štetnost tehnologije, hr.n1, preuzeto: 04.07.2019, url: <http://hr.n1info.com/Tehnologija/a378941/Je-li-5G-tehnologija-sigurna-za-ljude.html>
3. Slika 1.3 Moderan život, linkedin, preuzeto: 04.07.2019, url: <https://www.linkedin.com/pulse/addicted-maybe-tech-yet-definitely-compulsive-conor-cusack-mpa/>
4. Slika 1.4 Online – trgovine, linkedin, preuzeto: 04.07.2019, url: <https://www.linkedin.com/pulse/retail-warfare-brick-and-mortar-vs-online-akshit-kaushik/>
5. Slika 1.5 Slaganje mreža, arbona, preuzeto: 04.07.2019, url: <https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/drustvene-mreze-477/477>
6. Slika 1.6 Društvene mreže, horizont, preuzeto: 04.07.2019, url: <https://www.horizont.com.hr/top-6-razloga-zasto-koristiti-drustvene-mreze-13-blog>
7. Slika 1.7 Omjer korisnika, t-portal, preuzeto: 04.07.2019, url: <https://www.tportal.hr/tehnoclanak/drustvene-mreze-u-hrvata-facebook-i-dalje-najpopularniji-a-instagram-ga-prati-u-stopu-20190117>
8. Slika 1.8 Statistika korisnika po gradovima, t-portal, preuzeto:04.07.2019, url: <https://www.tportal.hr/tehnoclanak/drustvene-mreze-u-hrvata-facebook-i-dalje-najpopularniji-a-instagram-ga-prati-u-stopu-20190117>