

Značaj informacijske i medijske pismenosti za generaciju Z

Čuljak, Mara

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:878555>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Diplomski rad br. 236/OJ/2022

Značaj informacijske i medijske pismenosti za generaciju Z

Mara Čuljak, 0111052005

Varaždin, lipanj 2023. godine



Sveučilište Sjever

Sveučilišni diplomski studij Odnosi s javnostima

Diplomski rad br. 236/OJ/2022

Značaj informacijske i medijske pismenosti za generaciju Z

Studentica:

Mara Čuljak, 0111052005

Mentorica:

Doc.dr.sc. Ivana Stanić

Varaždin, lipanj 2023. godine

SAŽETAK

Razvoj novih tehnologija promijenio je društvenu klimu i stil života. Stupilo se u takozvano digitalno doba gdje je u svjetlu novo nastale virtualno-tehnokratske paradigme došlo do pojave velikog broja novih medija i internetskih platformi, do kreiranja digitalnih baza različitih vrsta podataka i do ubrzanog umrežavanja svijeta informacija na svim razinama. Društvene mreže okupljaju milijarde ljudi na cijeloj planeti, gotovo da i nema više niti jednog kutka svijeta u kojem Internet kao globalni fenomen nije prisutan. Medijska pismenost i informacijska pismenost dobivaju na sve većoj važnosti jer se svakim danom medijske i informacijske okolnosti mijenjaju a protok informacija je sve brži i veći. Kao posljedica te činjenice javlja se potreba za redefiniranjem pojmova, novim pristupima u formiranju i implementaciji alata i vještina medijske i informacijske pismenosti i povrh svega javlja se potreba za proučavanjem odnosa novih generacija prema spomenutim vrstama pismenosti. U fokusu sve većeg interesa znanstvenika koji se bave gore spomenutim temama je takozvana generacija Z, to su mladi ljudi između 18 i 27 godine života koji su rođeni u dobu virtualnog hiperprostora i s novim tehnološkim uređajima u rukama, čak i prije upućivanja na formalno obrazovanje pripadnici ovih generacija su se služili uređajima kao što su mobilni telefoni, „touch screen“ tehnologija i tableti. Pitanje koje se postavlja u ovom radu je mogu li pripadnici generacije Z uz ovako brzi protok informacija i sadržaja, kada je gotovo svaki pojedinac izložen tisućama informacija dnevno, razlikovati valjane i istinite informacije od onih koje nisu relevantne i imaju li alate i kompetencije za procjenu sadržaja i kritički pristup informacijama kojima su svakodnevno izloženi. Empirijskim istraživanjem pokušava se utvrditi smatraju li pripadnici generacije Z da informacijska pismenost doprinosi njihovom osobnom napretku te koje medije smatraju valjanim izvorom informacija, i na koji način provjeravaju vjerodostojnost izvora informacija. Između ostalog, pokušati će se utvrditi njihov odnos prema različitim informacijskim platformama. Budućnost leži upravo u rukama spomenute generacije Z, koja se razlikuje od svih dosadašnjih generacija jer je od samog rođenja izložena modernoj tehnologiji i virtualnom prostoru u kojem se odvija „on line“ društvenost njihove generacije, te je stoga od iznimne važnosti da im se unutar toga suvremenog modela življenja i djelovanja ponudi isto takav suvremen model edukacije a to se može postići upravo proučavanjem njihova odnosa spram informacijske pismenosti.

Ključne riječi: informacijska pismenost, medijska pismenost, generacije, generacija Z, Internet

SUMMARY

The development of new technologies has changed the social climate and lifestyle. We have entered the so-called digital age, where in the light of the newly emerged virtual-technocratic paradigm, a large number of new media and internet platforms have appeared, along with digital databases of various types of data and accelerated networking of the world of information at all levels. Social networks gather billions of people worldwide, and there is hardly a corner of the world where the Internet, as a global phenomenon, is not present. Media literacy and information literacy are becoming increasingly important as the media and information landscape changes every day, with information flow becoming faster and larger. As a result, there is a need to redefine concepts and adopt new approaches in the formation and implementation of tools and skills related to media and information literacy, and above all, there is a need to study the attitudes of new generations towards these types of literacy. At the center of growing interest among researchers dealing with the aforementioned topics is the so-called Generation Z, which refers to young people between the ages of 18 and 27 who were born into the era of virtual hyperspace and with new technological devices in their hands. Even before formal education, members of these generations have used devices such as mobile phones, touch screen technology, and tablets. The question raised in this study is whether members of Generation Z, with such a rapid flow of information and content, can distinguish valid and truthful information from irrelevant ones, and whether they have the tools and competencies to evaluate content and approach the information they are exposed to on a daily basis critically. Through empirical research, an attempt is made to determine whether members of Generation Z consider information literacy to contribute to their personal progress, which media they consider valid sources of information, and how they verify the credibility of information sources. Among other things, their attitudes towards different information platforms will be examined. The future lies in the hands of the aforementioned Generation Z, which differs from all previous generations as they have been exposed to modern technology and the virtual space in which the "online" socialization of their generation takes place from birth. It is therefore of utmost importance to offer them a contemporary model of education within this modern model of living and functioning, which can be achieved by studying their relationship with information literacy.

Keywords: *information literacy, media literacy, generations, Generation Z, Internet*

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za odnose s javnostima	
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima	
PRISTUPNIK	Mara Čuljak	MATIČNI BROJ 0111052005
DATUM	30.6.2022.	KOLEGIJ Upravljanje informacijama
NASLOV RADA	Značaj informacijske i medijske pismenosti za generaciju Z	
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	The importance of information and media literacy for generation Z	

MENTOR	dr. sc. Ivana Stanić	ZVANJE	Docentica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac - predsjednica		
	2. doc.dr.sc. Gordana Lesinger - članica		
	3. doc.dr.sc. Ivana Stanić - mentorica		
	4. prof.dr.sc. Majda Tafra Vlahović-zamjenska članica		
	5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	236/OJ/2022
OPIS	

Internet kao medij nudi širok spektar informacija stoga je neizbježna činjenica da je sve veći broj osoba različitih generacija konzument interneta s ciljem informiranja i dolaženja do njima zanimljivih informacija. Zbog različitosti potreba i interesa generacija te njihovog sagledavanja na informacije do kojih dolaze neophodno je poznavanje informacijske i medijske pismenosti. Svrha rada je istražiti kako informacijama pristupa generacija Z u kontekstu procesa upravljanja informacija.

Diplomski rad započinje uvodom riječima uvodeći u temu diplomskog rada. Kroz teorijski okvir se pristupa na temelju dosadašnje relevantne literature kojom se ukazuje na sinergiju informacijske i medijske pismenosti s ciljem iznalaženja relevantnih informacija.

U empirijskom dijelu diplomskog rada kroz prigodan uzorak ispitanici su dionici generacije Z (od 18 do 27 godina starosti) anketnim upitnikom. Istraživanje se temelji na procjeni stavova ispitanika s obzirom na vjerodostojnost i istinitost informacija koje pretražuju putem interneta te na važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni rast i razvoj.

ZADATAK URUČEN

06.07.2022.



Ivana Stanić

Sadržaj

1. UVOD	3
2. MEDIJSKA PISMENOST.....	6
2. 1. Definiranje medijske pismenosti	7
2. 2. Značaj medijske pismenosti u suvremenom kontekstu	11
2. 3. Medijska pismenost i medijska edukacija	12
3. INFORMACIJSKA PISMENOST	15
3. 1. Definiranje informacijske pismenosti.....	15
3. 2. Informacijska pismenost i cjeloživotno obrazovanje	18
3. 3. Razlike između informacijske pismenosti i digitalne pismenosti	20
4. GENERACIJA Z I PRIPADNICI OSTALIH GENERACIJA	24
4.1. Suodnos informacijske i medijske pismenosti kod Z generacije.....	28
5. ISTRAŽIVANJE	32
5.1. Cilj i svrha istraživanja	32
5.2. Hipoteze istraživanja	33
5.3. Uzorak istraživanja	33
5.4. Metodologija.....	34
5.5. Prikaz rezultata istraživanja.....	35
5.5.1. Sociodemografska obilježja.....	36
5.5.2. Deskriptivna statistika	38
5.6. Rasprava	43
5.7. Ograničenja istraživanja	45
6. ZAKLJUČAK	46
7. LITERATURA.....	48
7.1. Knjige	48
7.2. Znanstveni članci.....	48

7.3. Linkovi i poveznice	50
7.4. Popis slika.....	50
7.5. Popis tablica.....	51
7.7. Prilog: anketni upitnik	51

1. UVOD

Suvremeni mediji, a posebice društveni mediji kod mlađih generacija imaju iznimno značajnu ulogu koja im sukladno tome oblikuje živote u smislu navika, slobodnog vremena i samog odnosa prema informacijama. Danas se do informacija se dolazi jako brzo, a često upravo zbog brzine dolaska do informacija izostavlja se provjera autentičnosti. Unatoč tome, mnogi ljudi još uvijek većinu medija odbacuju kao bezazlenu zabavu i tvrde da njihove poruke ne utječu na njih. (Bulger i Davison, 2021). Međutim, nalazi UNICEF-ovog istraživanja koje je provedeno u suradnji s Agencijom za elektroničke medije 2022, uključujući i istraživanje provedeno u sklopu ovog rada dosljedno pokazuju da na ljude utječu medijske poruke koje konzumiraju te kako ljudi i dalje nedovoljno kritički promatraju informacije koje dobivaju u medijima, uključujući i mlade. UNICEF-ovo istraživanje pokazuje kako je samo 37% mladih od 16 do 25 godina starosti imalo priliku učiti kako razvijati kritički odnos spram medijskih sadržaja. Upravo su to u najvećem dijelu pripadnici generacije Z koja je zapravo odrasla usporedno s razvojem digitalnih medija te su s digitalnim medijima na neki način „srasli“ toliko da im je život prije pojave istih gotovo nezamisliv. Društveni mediji primjerice, uvećavaju se i umnožavaju svakim danom i postaju toliko sveprisutni da je putem njih moguće pronaći beskonačno puno informacija bilo gdje i bilo kada na nebrojeno puno načina. Događa se svojevrsna eksplozija informacija, što dovodi do zasićenosti i često onemogućuje kritički odnos prema informaciji dobivenoj gotovo u realnom vremenu, sada imamo situaciju da se jedna informacija trenutačno zamjenjuje drugom, stvara se klima koja dozvoljava nekritičko usvajanje informacije koja se dalje plasira putem primjerice društvenih mreža a bez da se provjerava autentičnost informacije odnosno izvor.

Iako je velik dio pozornosti usmjeren na medijsku pismenost, često predstavljaju kao način zaštite pojedinaca od dezinformacija, zapravo je medijska pismenost samo sastavni dio šireg spektra suvremene pismenosti koja objedinjuje medijsku, informacijsku i digitalnu pismenost (Potter, 2018). Može se prema tome zaključiti da informacijska i medijska pismenost pomažu pojedincima da identificiraju dezinformacije na internetu. Nadalje, važno je i pitanje instrumenata koje odabiremo za procjenu svake vrste pismenosti, budući da su oni korišteni za medijsku pismenost uvelike iskrivljeni prema konvencionalnim medijima. (Potter, 2018). Moderni mediji zahtijevaju moderne pristupe i promjenu načina na koji sagledavamo stvari. Pitanje procjene validnosti neke informacije goruće je pitanje, stoga postoje razne inicijative

koje educiraju mlade kako da upravljaju informacijama, na koji način se može provjeriti informacija i točnost podataka. Općenito gledano, odnos prema medijima, internetu i medijskoj i informacijskoj pismenosti dramatično se razlikuje od generacije do generacije. Primarno obilježje generacije Z je neprestano korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Rupčić, 2021). To je generacija kojoj pripadaju mladi od 18 do 27 godina starosti te imaju potpuno drugačiju percepciju medija nego primjerice, „Baby -Boomeri“, poznati i kao X generacija, potonji su odrasli u vremenu televizije i papirnatih novina, smatraju se marljivom generacijom koja je bila angažirana na području borbe za političke promjene, sklona putovanjima i temeljnim obiteljskim vrijednostima (Miller, 2011) dok se pripadnici generacije Z nalaze u vremenima kada svjedočimo nastanku virtualne stvarnosti, stvara se čitavi novi prostor proširen na virtualnu sferu, tehnologija se stubokom promijenila, a samim time i plasiranje i dolazak do informacije, mijenja se i pojam pismenosti. Informatička pismenost uvjet je bez kojeg se ne može sudjelovati u virtualnoj stvarnosti, samim time, virtualna stvarnost uglavnom je rezervirana za pripadnike Generacije Z, koji su odrasli uz pametni telefon, svojevrsnu ekstenziju njihove osobe, stvarajući tako novu paradigmu u kojoj se do informacija dolazi brzo, lako, i preko različitih uređaja, gdje informacija poprima različite nove oblike. Informacija se često usvaja kao takva bez provjeravanja te se dijeli među vršnjacima iznimnom brzinom.

Kroz diplomski rad koji se sastoji od dva dijela i pet tematskih cjelina, detaljno će se obrazložiti uloga informacijske i medijske pismenosti kod generacije Z. Generacija Z jeste upravo ona generacija koja je po rođenju prisutna u informacijsko-digitalnoj sferi jer već od malih nogu koristi najmodernije tehnologije i uređaje. Samim time su i najranjiviji na negativne utjecaje medijskih i inih sadržaja koje mogu u svakom trenutku konzumirati bivajući u hiperprostoru gdje zbog brzine protoka informacija slabi mogućnost procjene valjanosti sadržaja. Nadalje izložiti će se osnovni pojmovi i koncepti kao što su medijska pismenost, informacijska pismenost i suodnos raznih vrsta pismenosti te njihove temeljne značajke. Drugo poglavlje objašnjava značaj medijske pismenosti u modernom vremenu gdje ćemo se baviti definiranjem pismenosti kao takve, različitim razinama pismenosti te ćemo sagledati kako se pismenost mijenjala od svih početaka pa sve do danas kada se svakodnevno susrećemo sa novim paradigmama glede vještina i znanja. U trećem pak poglavlju definirati će se informacijska pismenost kao neizbježan koncept koji svakim danom dobiva na važnosti uslijed brzih promjena u medijskoj stvarnosti. Analizirati će se sličnosti i razlike između medijske i informacijske pismenosti, staviti će se naglasak na važnost definiranja pojmova. Zatim će se

izložiti potreba za novim pristupima u obrazovanju po pitanju informacijske pismenosti unutar obrazovnog sistema, kao i potreba za širom društvenom akcijom glede cjeloživotnih edukacija koje omogućuju prvenstveno generaciji Z kao najizloženijoj neselektiranim i neprovjerenim informacijama da usvoji vještine i alate pomoću kojih će kritički pristupati digitalnim i svim ostalim sadržajima. U četvrtom poglavlju ovoga rada izložiti će se različite generacije od početka 20 stoljeća pa do današnjeg dana. Analizirati će se njihove osobine i stilovi života te okolnosti u kojima su formirali svoje stavove, a koje se prvenstveno odnose na tehnološki aspekt vremena u kojem su živjeli ili žive i na to kakav su odnos razvili spram tehnološkog razvoja, medija i informacija tijekom svoga vremena. Peto poglavlje a drugi dio ovoga rada odnosi se na empirijski dio rada u kojem će se prikazati i analizirati rezultati istraživanja. Istraživanje predstavlja uvid u strukturu pretraživanja i korištenja informacija među studentima. Istraživački rezultati dobiveni su primjenom pismene ankete na prigodnom uzorku 102 pripadnika referentne populacije, odnosno, na uzorku 102 studenata koji su u trenutku provođenja ispitivanja pohađali fakultete u Republici Hrvatskoj. Ovim istraživanjem se između ostalog želi prikazati na koji način generacija Z prepoznaje važnost informacijske i medijske pismenosti.

2. MEDIJSKA PISMENOST

U današnjem društvu svjedoci smo pojave potpuno novih oblika proizvodnje, distribucije i recepcije teksta koji koriste digitalni elektronički mediji. Informacije su dostupne u nezamislivo velikim količinama i raznolikosti. Osim količinski, dostupne su na više medija i neizvjesne su kvalitete. Jedini način za rješavanje ovih problema je korištenje kombinacije vještina upravljanja informacijama i digitalnih alata. Prema Poterru (2018) virtualni svijet koji proizvodi te informacije ne sjedi 'vani', već napada 'stvarni' svijet. Ipak, ono što je digitalno podložno je ljudskom djelovanju i ljudskom razumijevanju. Tehnologija je samo alat, koji ne određuje kako moramo djelovati (Potter, 2018). Među tim okolnostima neophodno je steći razumijevanje i usvojiti smislene smjerove djelovanja korištenjem različitih pismenosti, kao što su primjerice medijska pismenost, informacijska pismenost itd. Razina konzumacije medija je kontinuirano visoka s tendencijom rasta i društvo je zasićeno medijima. Utjecaj medija na formiranje percepcije i stavova je sve evidentniji, uz to primjećuje se i važnost vizualne komunikacije i prijenos informacija vizualnim putem sve je veći. Učinkovito korištenje informacija u društvu i potreba za cjeloživotnim učenjem na koji način se upravlja informacijama dobivaju sve više na važnosti (Brown, 1998).

Može se zaključiti kako je suvremeno društvo zasićeno medijima svih vrsta, od novina preko radija do televizije pa naposljetku i interneta čija ekspanzija ne prestaje, upravo suprotno, raste eksponencijalno i to svakodnevno, čak i u ekonomski nerazvijenim dijelovima svijeta. Stvorila se potpuno nova platforma koja stvara potrebu za novom vrstom pismenosti i novim definicijama pismenosti. Medijska pismenost razvija sposobnost procjene svih medijskih poruka s kojima se svakodnevno pojedinac susreće, čineći ga kompetentnim da donosi bolje odluke o načinima percepcije sadržaja koje kroz medije konzumira. Također pomaže da postane osvješteniji i pronicljiviji član društva. Intervencije medijskog opismenjavanja i obrazovanje pomažu djeci i odraslima da prepoznaju utjecaj medija i daju im znanje i alate za ublažavanje njihova utjecaja (Livingstone, 2004).

U uvjetima globalizacije i funkcioniranja informacijskog društva masovni mediji utječu na percepciju okoline, što medijsko obrazovanje čini aktualnim u suvremenom svijetu. Često, međutim, mediji prenose informacije o činjenicama i događajima na način da izostave objektivnost u kruženju informacija. Stoga se može reći da se stvarna slika svijeta često ne

poklapa s njegovim odrazom u medijima. Kako je svakim danom sve veći i brži protok informacija, tako se intenziviraju pokušaji manipulacije društvom, proizvode se stavovi kod ljudi u smjeru koji je potreban „raznim igračima“. Stoga je važno otkloniti mogućnost da se podlegne pritisku medijske manipulacije i to kroz osviještenu medijsku edukaciju, razvijanjem kritičkog mišljenja i ostalih medijskih kompetencija (Bulger i Davidson, 2021).

2. 1. Definiranje medijske pismenosti

Kada se spominje pojam pismenost u prvom redu se misli na tradicionalnu definiciju pismenosti, na čitanje i pisanje. Ipak, u perspektivi suvremenih medija i mogućnosti komunikacija putem računalnih i telekomunikacijskih mreža, pismenost dobiva sasvim novu, širu dimenziju. Prema Potteru (2018) u teoriji medija i različitim interpretacijama medija, kako starih tako i novih, pojavljuje se pitanje postoji li jedna ili više pismenosti? Jesu li nove pismenosti potrebne za današnje komunikacijsko i informacijsko okruženje samo produžetak ili radikalni prekid prošlih tradicija znanja i učenja? Treba li akademska zajednica usmjeravati i su kreirati provedbu politike medijske pismenosti? Po svemu sudeći treba, jer potreba za novim opismenjavanjem izvan svake sumnje postoji. Neki bi mogli tvrditi da bismo pomalo osporavan izraz 'pismenost' trebali ostaviti njegovom podrijetlu u visokoj kulturi, no umrežavanje društva putem tehnologije u virtualnom svijetu nameće nužnost nove pismenosti, odbacujući arhaične ideje o pismenosti povezanoj sa svijetom autoritativnih tiskanih knjiga i tendenciju da se stigmatizira one koji takvu pismenost nemaju. U zapadnom svijetu Internet je dostupan gotovo svima i njime se koriste pojedinci s veoma različitim razinama obrazovanja. U skladu s navedenim stvaraju se nove potrebe, informacije više ne putuju dugo, vijesti se šire trenutno i internetski prostor je zasićen netočnim informacijama. Stoga je nedvojbeno rađanje novih pismenosti, računalne pismenosti, kibernetičke pismenosti, internetske pismenosti, mrežne pismenosti, digitalne pismenosti, informacijske pismenosti i sl. Shodno tome ne smijemo zanemariti starije prakse glede opismenjavanja i edukacije, treba vidjeti kako su moderne vrste pismenosti u nastanku povezane s postojećim terminima pismenosti kao što su: pisana pismenost, audiovizualna pismenost, kritička pismenost, vizualna pismenost, usmena pismenost, kulturna pismenost ili društvena pismenost. (Potter, 2018)

Ukoliko se nastoji definirati medijsku pismenost, nailazi se na različite poglede u suvremenom istraživanju medijske komunikacije i utjecaja medija na društvo. Jedna od najšire prihvaćenih definicija medijske pismenosti jest sposobnost procjene i analize medija u različitim oblicima (Kamerer, 2014). Nadalje, medijska pismenost se može definirati i kao gradiranje informacija, te korištenje tih istih informacija na ispravan način i na ispravnom mjestu uz sposobnost sagledavanja medijskih informacija selektivno i oprezno. Sve navedeno je temelj za razumijevanje u kojoj mjeri su mediji subjektivni a u kojoj mjeri su objektivni (Brown, 1998). Medijska pismenost može se također definirati kao sposobnost kodiranja ili dekodiranja medijskih poruka. Obuhvaća prijenosnu kompetenciju, obično namjerno oblikovanu u novinarskom obrazovanju, i receptivnu kompetenciju, univerzalnu, najčešće nesvjesno oblikovanu, uključujući sposobnost opažanja i interpretacije (Tyner, 2010). Još jedna definicija označava sposobnost kompetentnog komuniciranja u svim oblicima komunikacije, tiskanim i elektroničkim a koja se očituje u svjesnom korištenju, razumijevanju, analizi i kritičkom vrednovanju verbalnih, vizualnih i zvučnih poruka. (Maksl i sur., 2015)

Čini se da postoji prilično općenito slaganje oko nekih temeljnih ideja i opće prihvaćanje velikog broja perifernih ideja, tako da se razlike među definicijama više mogu pratiti u onome što svaki znanstvenik odluči naglasiti u određenoj definiciji. Prema Potteru (2018) primjerice, istraživanja o medijskoj pismenosti kao načinu suočavanja s medijskim porukama trebaju uključivati sve medije koji poruke prenose i komparirati ih. Po znanstvenicima poput Maksla i suradnika (2015) više se pažnje obraća na razvoj kompetencija kada se govori o medijskoj pismenosti. Tvrde da je u suvremenom užurbanom svijetu potrebno promijeniti samu paradigmu učenja te osmisliti nove načine prenošenja znanja koje će mladima u visokorazvijenom tehnološkom svijetu biti prihvatljivije nego li do sada ustaljenje tradicionalne prase koje se bave opismenjavanjem svake vrste.

U skladu s navedenim definicijama, prema autorima Makslu i suradnicima (2015) različite razine medijske pismenosti uključuju:

- osjećaj razumijevanja svih postojećih medija od novina do virtualnih zajednica koji podrazumijeva korištenje internetskih tražilica i sudjelovanje u virtualnim zajednicama, pristup kulturi, stvaranje međukulturnog dijaloga te učenje.

- kritički pristup prema kvaliteti i točnosti sadržaja, svjesnost o procjeni dobivene informacije, racionalno korištenje
- kreativno korištenje medija u smislu distribucijskog kanala koji može omogućiti stvaranje i širenje sadržaja i informacija različitog karaktera
- razumijevanje medijske ekonomije i intelektualnog vlasništva

Pojam medijska kompetencija nastala je iz pera Johna Culkina, isusovca, teoretičara medija i prijatelja Marshalla McLuhana. Prema Culkinu (1995) novi jezici kojima govori čovječanstvo su mediji, kao takvi još nisu shvaćeni a njihove zakonitosti tek se trebaju proučiti. Jezici su televizija, film i radio. Culkin je bio uvjeren kako je naša razina spoznaje i sposobnost zaključivanja direktno vezana za kvalitetu znanja koje možemo usvojiti i s kojim možemo racionalno i svrhovito raspolagati. Stoga je oblikovanje komunikacijskih vještina: slušanje, pisanje i gledanje smatrao najvažnijim elementom obrazovanja. Ovo obrazovanje ne može se ostaviti po strani. Potreban je novi koncept pismenosti koji također pokriva medijske jezike (Friesam i sur., 2014)

Medijska kvalifikacija u modernom društvu, ključna vještina u sektoru visoke tehnologije i temeljna kvalifikacija u gotovo svakom gospodarskom okruženju, čak i u obrtničkom sektoru, važna je za pravilno razumijevanje događaja i pojava. Ovaj izraz ne bi trebao biti ograničen na tehničke i manualne vještine. Također uključuje kognitivne i afektivne vještine koje bi svaki pojedinac s "medijskom pismenošću" trebao imati. Podržavanje medijske pismenosti razvija ne samo osnovne vještine, već i tehničke vještine, kritičku analizu i vještine rješavanja problema, kao i kompetencije i socijalne vještine (Potter, 2018).

Medijska pismenost ima paralele s tradicionalnom pismenošću, pa je prema tome medijska pismenost između ostaloga sposobnost apsorpiranja i manipuliranja informacijama koje dobijemo audiovizualnim putem umjesto klasičnog teksta. Na svojoj najjednostavnijoj razini medijska pismenost je sposobnost korištenja različitih medija i sposobnost razumijevanja primljenih informacija. Prema Livingstoneu (2004) medijska pismenost bavi se procesom razumijevanja i korištenja masovnih medija. Također se bavi pomaganjem učenicima i djeci da razviju informirano razumijevanje prirode masovnih medija, tehnika koje koriste i utjecaja tih tehnika. Točnije, kvalitetno obrazovanje je ono koje ima za cilj povećati razumijevanje i

zadovoljstvo učenika u tome kako mediji funkcioniraju, kako proizvode značenje, kako su organizirani i kako konstruiraju stvarnost. Medijska pismenost također ima za cilj pružiti učenicima sposobnosti i vještine za stvaranje medijskih proizvoda.

Treba imati na umu kako se medijska pismenost ne može steći u jednom koraku zbog stalnog širenja medija. I dalje se mora razvijati kroz cjeloživotne edukacije. Medijska pismenost trebala bi imati za cilj opremiti ljude svih dobi i društvenog statusa vještinama potrebnim za pristup, analizu, procjenu i stvaranje medijskih sadržaja na svim platformama. Prema Artu (2018) medijski pismen korisnik može kreativno koristiti različite oblike medija, odgovorno se odnoseći prema svojim osobnim podacima i podacima drugih korisnika s odgovarajućim poštovanjem. Korisnik je svjestan da je i pošiljatelj i primatelj, potrošač i proizvođač, znalac i učenik. Medijska pismenost počinje kod kuće s učenjem kako birati između dostupnih multimedijских usluga. U tom smislu, medijsko obrazovanje je vrlo važno za roditelje koji igraju odlučujuću ulogu u razvoju navika korištenja medija (Livingstone, 2004), upravo u okruženju primarne socijalizacije treba osvijestiti ulogu medijske pismenosti u životu mladog čovjeka, a to se jača kroz napore nacionalnih, vladinih i regulatornih tijela, te radom medijskih djelatnika i medijskih institucija.

Kada su se dominantni mediji pomaknuli s tiskanih na audiovizualne medije, davno usvojeni koncepti koji se tiče medija i medijskog sadržaja te konzumiranja sadržaja su se stubokom promijenili, primatelj sadržaja više nije pasivan nego je interaktivan. A medijski sadržaji se nalaze na različitim platformama u različitim oblicima, I svakim danom su raznolikiji. Ključna točka nije ta da računala zamjenjuju televiziju, kao što televizija nije zamijenila tisak već se ljudi sada bave medijskim okruženjem koje integrira tiskane, audiovizualne, telefonske i računalne medije. Dakle, potreban je konceptualni okvir koji obuhvaća te medije. Čini se da medijska pismenost obavlja posao koji je ovdje potreban: ona je panmedijska utoliko što pokriva tumačenje svih složenih, posredovanih simboličkih tekstova emitiranih ili objavljenih na elektroničkim komunikacijskim mrežama; u isto vrijeme, budući da je povijesno bila vezana uz određene medijske oblike i tehnologije, medijska pismenost u prvi plan stavlja tehnološku, kulturnu i povijesnu specifičnost pojedinih medija koji su se koristili u određenim vremenima i na određenim mjestima (Kamerer, 2014).

2. 2. Značaj medijske pismenosti u suvremenom kontekstu

Značaj medijske pismenosti ne opravdava se samo količinom nefiltriranog sadržaja kojoj je pojedinac izložen u medijima, posebice onim društvenim, pa ga stoga treba zaštititi od lažnih i neprikladnih sadržaja, nego i vitalnom ulogom informacija odnosno korištenja pravih informacija u smjeru razvoja demokracije, razvoja i konzumacije kulturnih sadržaja, i razvoju aktivnog civilnog društva koje kreira društvenu stvarnost. Iz svega nabrojanog proizlazi kako je medijska pismenost ključ društvenog napretka. Treba pri tome prihvatiti činjenicu kako su djeca i mladi, kod kojih poruke zabavnog karaktera i popularne kulture služe kao agens socijalizacije, izloženi velikim količinama medijskih poruka. Adolescenti provode sve više vremena konzumirajući zabavne medije koji uz klasičnu televiziju, uključuju suvremene televizijske platforme s popularnim sadržajima kao što su različite igrane serije, internet, popularnu glazbu, filmove i videoigre. Korištenje, manipuliranje i stvaranje informacija poprima sve veću važnost, posebno za učitelje, nastavnike i profesore, koji se sve više oslanjaju na internet i računalne alate. Nastavno na navedeno stanje i druge čimbenike, Europska komisija je 2007. godine usvojila stajalište o medijima a koje se temelji na činjenicama da postoje potrebe za izgradnjom boljeg razumijevanja načina na koji mediji funkcioniraju u digitalnom svijetu te da građani moraju bolje razumjeti ekonomsku i kulturnu dimenziju medija. Prema tome, medijsku pismenost karakterizira raznolikost perspektiva i mnoštvo definicija. (Jolls i Wilson, 2014)

Prema Silveiri (2020) medijska pismenost pokriva "panmediju", budući da uključuje tumačenje svih vrsta složenih, posredovanih simboličkih tekstova koji su dostupni "tradicionalnim" ili elektroničkim (digitalnim) sredstvima. Jedan od razloga za to je postojanje integriranog medijskog okruženja koje obuhvaća tiskane, audiovizualne i računalne medije te telefoniju. Podrijetlo ove integracije leži u činjenici da računala ne zamjenjuju televiziju, kao što televizija nije zamijenila tisak. Kao pojam, medijska pismenost uglavnom se primjenjivala samo na obrazovanje suvremenih generacija. Što se tiče konkretno Z generacije, to nije nužno ograničeno na formalnu nastavu u učionici, nego može postati dio izvanškolskih aktivnosti, ljetnih škola, društvenih organizacija i vjerskih grupa. Na temelju ideje da je dom mjesto gdje djeca provode većinu svog vremena koristeći medije, neki zagovornici medijske pismenosti usredotočili su se na pomoć roditeljima da razviju vještine medijske pismenosti svoje djece kroz aktivno usvajanje temeljnih znanja koje sami mogu prenijeti unutar vlastitog doma

(Silveira, 2020). Takav pristup također zahtijeva širu društvenu akciju i dobro organizirane edukacijske platforme koje će educirati roditelje kako bi oni mogli educirati djecu.

U kontekstu suvremenog globaliziranog svijeta, medijska pismenost podupire širenje međukulturnog dijaloga, dakle podiže svijest o različitosti među kulturama u različitim krajevima svijeta a time doprinosi toleranciji i uvažavanju. Pomaže u suočavanju s izazovima koje postavljaju novi mediji poput interneta jer je on prvi i najvažniji izvor informacija, osobito za mlade, dok stariji još uvijek preferiraju tradicionalne medije poput novina, radija i televizije. Također treba imati na umu kako izvor sadržaja u novim medijima također može doći iz tradicionalnih vrsta medija. Dakle, ono što je važno i što ostaje jesu izvori i preneseni sadržaj, samo je medij drugačiji. Prema Bulgeru i Davidsonu (2021) djeca i mladi danas Internet doživljavaju kao prirodni instrument u svakodnevnom životu. No, iako ih se stereotipno naziva “predstavicima digitalne generacije”, trebaju im savjeti kako razvijati svoje digitalne kompetencije. Strategije medijskog opismenjavanja namijenjene mladima moraju odražavati raznolikost medijskih sadržaja i ići dalje od sigurnosti djece. To treba shvatiti kao ulaganje u njihovu budućnost i njihovo mjesto u društvu. Iako tehničke vještine nisu dovoljne, one ostaju temelj za razumijevanje i korištenje novih medija. Osim razumijevanja tu se postavlja i pitanje svijesti o sigurnosti i u kojoj mjeri različite skupine ljudi posjeduju vještine potrebne za optimalno korištenje potencijala interneta i znaju li štititi svoj identitet i osobne podatke prilikom korištenja interneta. Prijetnje sigurnosti osobnih podataka sve su podmuklije i višestruke, što nesvjesnim korisnicima predstavlja veliku prijetnju (Silveira, 2020).

2. 3. Medijska pismenost i medijska edukacija

Cilj medijske edukacije je razviti potpuno i kritičko razumijevanje prirode suvremenih medija, razumijevanje tehnika koje koriste i njihovog utjecaja. To je oblik obrazovanja čiji je cilj povećanje svjesnosti o načinu funkcioniranja medija, razumijevanje o načinima na koji se stvaraju značenja i kako ta značenja konstruiraju stvarnost i mnijenje. Prema Valtonenu (2019) ciljeve medijskog odgoja treba uskladiti s aktualnim stilovima korištenja medija, a samim time i praksom svakodnevnog života. Šire razumijevanje medija i medijskih platformi svih vrsta omogućuje upravo medijska pismenost, medijska pismenost između ostalog podrazumijeva i selektivnost i svijest o načinu funkcioniranja medija. Prema Fedorovu (2015) opismenjavanje u medijskom smislu omogućuje pojedincu da identificira i analizira izvore tekstova i sadržaja

koje konzumira, medijska pismenost osigurava sposobnost prepoznavanja konteksta i diskursa, političkog, kulturnog i društvenog, te povrh svega medijsko opismenjavanje razvija sposobnost vrijednosne prosudbe sadržaja.

Uzastopne inicijative odigrale su veliku ulogu u konsolidaciji međunarodne važnosti medijskog obrazovanja. Na ovom mjestu potrebno je istaknuti važnost Aleksandrijske proklamacije (2005.) o informacijskoj kompetenciji i cjeloživotnom učenju te spomenuti svjetski skup u Parizu 2007. (UNESCO Paris Agenda), na kojem je u odnosu na raniju Deklaraciju uključeno više država, naime predloženo je da se za 12 država izrade konkretne preporuke, u prvoj točki predlaže se da bez obzira na prirodu i tehnologiju medija, svi mediji moraju biti obuhvaćeni medijskim obrazovanjem na način koji je za taj specifičan medij adekvatan. Također je predloženo da se ova pitanja uvrste u programe što više škola, u skladu s idejom većeg pristupa kulturi i obrazovanju za što veći broj učenika. Takozvani inkluzivni koncept medijskog obrazovanja prema Fedorovu (2015) ima prioritete kao što su omogućiti pristup medijima svim ljudima kako bi svi mogli sudjelovati u suvremenim procesima demokratizacije društva. Nadalje, nužno je razvijanje sposobnosti kritičke analize poruka koje dobijemo u medijima, kao i promicanje ideje o kreativnim dimenzijama medijske komunikacije, naime, danas kada je većina platformi interaktivna, uputno je pozabaviti se svim dimenzijama komunikacije paralelno.

Kako bi se uspješno provela medijska edukacija i kako bi se potaknula viša razina medijske pismenosti, neophodno je kod djece i mladih stvoriti kritičko mišljenje i poticati njegov razvoj. Kritičko mišljenje je oblik meta-mišljenja, naziva se meta mišljenje jer podrazumijeva vještinu prepoznavanja osnovnih elemenata unutar sadržaja, dakle objekta i mišljenja, gdje mišljenje podrazumijeva provjeru podrijetla činjenica i vjerodostojnost informacija i njihovu procjenu pomoću univerzalnih kriterija kao što su: jasnoća, primjerenost, pouzdanost, istinitost i argumentiranost. Suština kritičkog mišljenja je višestruka i više kontekstualna analiza informacija. Prema Artu (2018) to je "aktivacija" refleksivnosti i metajezika, i kao rezultat toga, uočavanje skrivenih pretpostavki u njihovoj osnovi, u svrhu oblikovanja vlastite prosudbe ili donošenja odluke. Kritičko mišljenje stoga treba obuhvatiti strategije koje su specifične u smislu razumijevanja okruženja u kojem se nalaze, potrebno je prepoznati specifično kulturno okruženje i obrasce djelovanja u tom okruženju. Proces meta-razmišljanja obvezuje nas da odgovorimo na sljedeća pitanja: koje je značenje određene informacije za mene i kako se ona odnosi na moje znanje? Koje su njegove premise i pretpostavke? U kojem kontekstu je nastala

i zašto? Kako mogu koristiti i istražiti informacije kako bih procijenio njihovu vjerodostojnost i korisnost? Koje su posljedice/posljedice za mene i druge ljude? Kako bi provela ovaj proces, osoba koristi osnovne mentalne aktivnosti i operacije, kao što su: analiza i sintetiziranje informacija, traženje analogija, induktivno i deduktivno zaključivanje, organiziranje informacija (tj. grupiranje i kategoriziranje), procjena informacija s različitih gledišta te testiranje alternativnih rješenja (Art, 2018).

Prema Artu (2018) medijski pismena osoba postavlja temeljna pitanja, formulira ih slikovito i precizno; prikuplja i stječe najvažnije informacije i koristi različite perspektive za njihovu interpretaciju. Ova vještina treba biti predmet obrazovanja i obuke kako bi se ljudi zaštitili od pogubnih posljedica iracionalnih prosudbi i nepromišljenih odluka donesenih na temelju neprovjerenih informacija, iskrivljanja i podvala, kao i nereflektiranog i neselektivnog prihvatanja određenih prosudbi. Kritičko mišljenje je ono mišljenje čija je polazišna točka informacija, a karakterizira ga kompleksnost. Ono nije urođeno i svi ga trebamo a i možemo naučiti.

Medijsko opismenjavanje je stvaranje promjene perspektive o danoj nam ili ponuđenoj informaciji. Kada se želi postići stanje u kojem otkrivamo skrivene pretpostavke i namjere, i kada trebamo prepoznati namjerno kreirane lažne vijesti služimo se vještinama kritičkog mišljenja, razvijamo kritički odnos prema onome što nam je servirano te putem mentalnog procesa vršimo svojevrsnu denaturalizaciju, demistifikaciju i dekonstrukciju te specifične verzije stvarnosti s kojom smo se suočili. (Art, 2018)

Kada govorimo o medijskom opismenjavanju važno je stvoriti sposobnost razvijanja kritičke distance, naime, poruke koje se prenose putem kanala masovne komunikacije, društvenih mreža i interneta općenito dolaze do primatelja poruke velikom brzinom u velikom broju, stoga se razvoj analitičkih alata u pojedincu pomoću kojih će moći selektirati i procijeniti poruke čini vitalno važnim. Temeljno je važno na koji način donosimo zaključke o konzumiranom sadržaju i možemo li procijeniti dokaze o valjanosti informacije.

3. INFORMACIJSKA PISMENOST

Otkako je prvi put pojam informacijska pismenost ušao u profesionalni diskurs tijekom sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, koncept informacijske pismenosti izazvao je ogromnu količinu rasprava o njegovoj definiciji i implikacijama u informacijskom okruženju koje se stalno mijenja. Tijekom sedamdesetih usvojene su različite politike i smjernice informacijske pismenosti, prvenstveno zbog želje da se studentima pruži obuka potrebnu za pristup informacijama i njihovu procjenu. Velika promjena koju je informacijska pismenost donijela višestruko je ispitana i obrazložena. Literatura o kritičkoj informacijskoj pismenosti dovodi u pitanje mnoge široko rasprostranjene pretpostavke o informacijskoj pismenosti i samoj prirodi obrazovanja, pokrećući teme kao što su nemogućnost pedagoške neutralnosti i nekompatibilnost nastave temeljene na vještinama s angažmanom učenika u procesu učenja (Tewell, 2015). U suvremenom kontekstu informacijska pismenost bavi se informacijskim procesima na pragmatičnoj razini što podrazumijeva razumijevanje, analizu i provjeru točnosti izvora, odnosno usvajanje alata kojima ćemo doći do relevantne činjenice. Informacijska pismenost kao takva definirana je informacijskim okruženjem, te se u kontekstu pojave Weba 2.0, bitno promijenila u smislu složenosti i nestrukturiranosti informacija. Promjena se očituje na odmaku od samog pretraživanja prema vrednovanju i korištenju informacija. (Špiranec, 2014)

3. 1. Definiranje informacijske pismenosti

Informacijska pismenost razvija se nakon nagle ekspanzije tehnologije u drugoj polovici 20. stoljeća. Što je razvijenija tehnologija to je lakše stvaranje informacije, stoga se pojavila potreba za informacijskim opismenjavanjem ali i definiranjem pojma informacijske pismenosti u svrhu organiziranja, vrednovanja i kritičkog promišljanja informacija, te pristupa temi informacijskog opismenjavanja. Postoje različite definicije, prema programu koji je razvio UNESCO, programu „Information for all“, informacijska pismenost je nužan korak u razvoju društva znanja, Informacijska pismenost odnosi se na sposobnosti procjene kada postoji potreba za informacijama, te na to da se informacije mogu identificirati, locirati i učinkovito koristiti za predmet ili problem (Tamilchelvi i Senthilnathan, 2013). Nadalje imamo definiciju koja u fokus stavlja kritičke dimenzije pojma informacijske pismenosti, gdje se kaže kako se opismenjavanje u informacijskom smislu treba sastojati od primjerenog informacijskog sadržaja, dakle treba

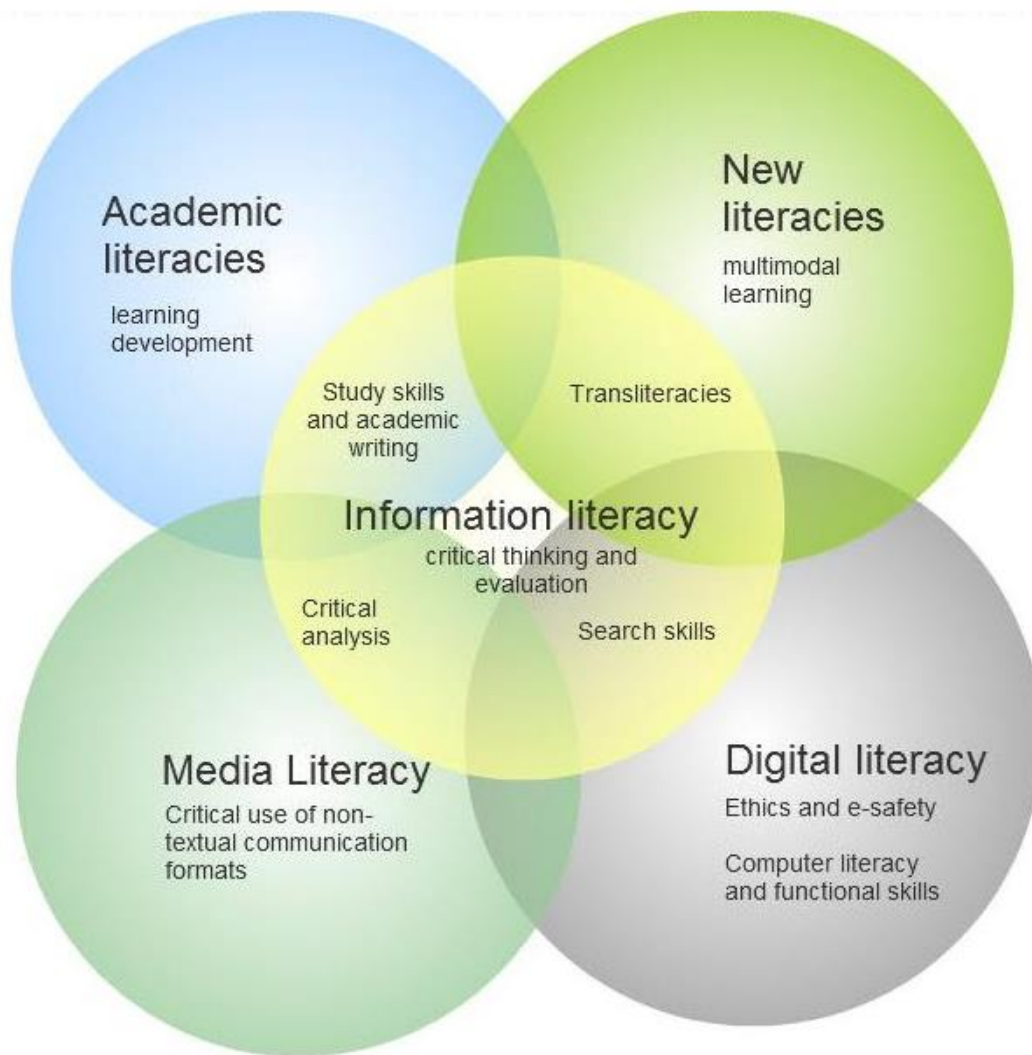
učiti o tome što je primjereni sadržaj i kako ga usvojiti sa svrhom dolaženja do one informacije koja će u datom trenutku zadovoljiti potrebu za informacijom, ovakav pristup uključuje i etičku komponentu i kritičku svijest o važnosti etičkog korištenja i plasiranja informacija. Neizmjerne je važno da se informacijska pismenost ne reducira samo na pojedine aspekte, nego da se objedine svi mogući aspekti i kulturni i politički i ekonomski, jer će takav pristup doprinijeti razvoju svijesti o informacijskoj pismenosti (Webber i Johnston, 2000). Prema Bartonu (2019) smatra se kako je informacijska pismenost kao pojam sve manje primjenjiv jer se odnosi na linearnost medija, a mi živimo u svijetu novih informacijskih krajolika i rapidnog širenja društvenih mreža pa se predlažu i novi pojmovi kao što je metapismenost, a koji će uključivati sve moderne društvene mreže i specifične načine funkcioniranja suvremenih digitalnih platformi na kojima se ljudi okupljaju kao u svojevrsne društvene zajednice, pa samim time na takvim platformama razvijaju i specifične oblike ponašanja, odnosno govora i stvaraju vlastita pravila.

Paul Zurkowski smatra se začetnikom pojma "informacijska pismenost", koju je definirao u svojem prijedlogu američkom Nacionalnom povjerenstvu za knjižnice i informacijsku znanost. Smatrao je kako je informacijska pismenost uspješno iskorištavanje informacijskih resursa i njihovo kritičko analiziranje (Webber i Johnston, 2000). Informacijska pismenost je skup sposobnosti koje od pojedinaca zahtijevaju da prepoznaju kada su informacije potrebne i da imaju sposobnost lociranja, procjene i učinkovite upotrebe potrebnih informacija. Informacijska pismenost osposobljava ljude u svim sferama života da traže, procjenjuju, koriste i učinkovito stvaraju i plasiraju informacije za postizanje svojih profesionalnih ciljeva, a samim time i društvenih i obrazovnih ciljeva (Eisenberg, 2008). Razvojem digitalnog svijeta, sve se više razmišlja o ljudskim pravima i unutar tog konteksta pa tako imamo i ljudsko pravo na uključenost u digitalni svijet i pristup digitalnoj i informacijskoj sferi što potiče uključenost na svim razinama.

Prema Eisenbergu (2008) informacijski osviještena osoba treba zadovoljiti sljedeće kriterije; svijest o tome kako i na koji način se baviti digitalnim svijetom, kako pronalaziti značenja u svim tim informacijama koje dobije, te kako informacije koristiti na etičan način, nadalje, treba razumjeti ulogu koju osoba sama može imati u komunikaciji. Konačno, od temeljne je važnosti da osoba bude educirana procijeniti vjerodostojnost i autentičnost informacija na koje nailazi u digitalnom i svakom drugom medijskom prostoru.

Prema tome, informacijska pismenost sastoji se iz različitih razina drugih oblika pismenosti, kao što je vidljivo na slici 1.:

Slika 1: grafički prikaz ispreplitanja različitih oblika pismenosti i informacijske pismenosti



Izvor: <https://libguides.madisoncollege.edu/InfoLitStudents> (pristup: 18. 12. 2022.)

Usprkos raznim rezervama prema pojmu informacijska pismenost, pojam je kao takav sve više prihvaćen kao najbolji termin koji se veže za edukaciju u kontekstu snalaženje u suvremenom svijetu brojnih neprovjerenih informacija. Kao alternativu razmatralo su vraćanje na prijašnju terminologiju ili stvaranje potpuno nove. Prvo rješenje može se opravdati činjenicom da su stari nazivi već dobro poznati i da ih možete pokušati koristiti za označavanje novih pitanja; s druge strane, sugeriraju određenu rutinu, povezuju se s vještinama poučavanja, a ne s pripremom za

samostalno razmišljanje, te sužavaju koncept na korištenje samo jedne vrste izvora. Druga opcija je stvaranje novog, eksplicitnijeg i relevantnijeg termina koji je univerzalno prihvaćen. Međutim, teško je odabrati bolji prijedlog kada se ne može biti siguran da i on neće naići na kritike. Stoga se koncept informacijske pismenosti, koji postoji već duže vrijeme, jednostavno učvrstio i vrijedi ga se držati (Eisenberg, 2008).

Postojanje različitih koncepata pod istim pojmom i dalje ostaje problem. Ako pod informacijskom pismošću smatramo vještine potrebne za upravljanjem informacijama, onda se takva definicija ne razlikuje mnogo od klasičnih definicije funkcionalne pismenosti općenito, pa onda nema previše smisla razlikovati pojam informacijske pismenosti. S druge strane, informacijska pismenost označava specifične kompetencije i tada je termin koji ih opisuje neophodan. Stoga, kako bi se naglasilo da se radi o razvijanju određenih vještina vezanih uz korištenje informacija i omogućavanje učinkovitog funkcioniranja u društvu, važno je upotrijebiti i pravilne termine.

3. 2. Informacijska pismenost i cjeloživotno obrazovanje

Informacije i načini informiranja iz dana u dan se mijenjaju i stoga je informacijska pismenost najuže povezana s idejom cjeloživotnog obrazovanja jer se jedino na takav način uspješno može naučiti vrednovati suvremene informacije i u kontekstu novih oblika informiranja pronaći modele koji će jamčiti da su informacije upotrebljive.

Cjeloživotno učenje je pružanje ili korištenje formalnih i neformalnih mogućnosti stjecanja znanja tijekom života ljudi kako bi se potaknuo kontinuirani razvoj i poboljšanje znanja i vještina potrebnih za zapošljavanje i osobno ispunjenje. (Eisenberg, 2008) Pojam cjeloživotno obrazovanje može a i ne mora biti povezan s drugim obrazovnim konceptima kao što su obrazovanje odraslih, obuka, kontinuirano obrazovanje, trajno obrazovanje i drugi pojmovi koji se odnose na učenje izvan formalnog obrazovnog sustava. Prema Jukić i Ringel (2013) u današnjem informacijskom društvu, najvažniji ishod učenja za sve učenike je njihova sposobnost da funkcioniraju kao samostalni cjeloživotni učenici koristeći svjesno i savjesno najnovije tehnologije na odgovoran način te time doprinose samom društvu Osnovni čimbenik za postizanje tog cilja je informacijska pismenost. U svijetu u kojem se informacije šire eksponencijalnom brzinom, a tehnologija koja omogućuje pristup velikom dijelu tih

informacija brzo se mijenja, potrebno je cjeloživotno obrazovanje. Kako se tehnologija brzo mijenja tako se kontinuirano stvara potreba za usvajanjem novih vještina. Edukacije izvan formalnog obrazovnog sustava poboljšavaju učinak gradiva koje je stečeno formalnim putem, i time potiče šire razumijevanje i kritički odnos prema informacijama što je zapravo u srži ideje o informacijskoj pismenosti. Važno je da ljudi razumije potrebu za cjeloživotnim educiranjem. (Eisenberg, 2008).

Informacijska pismenost čini temelj modernog pristupa učenju, zajednička je svim disciplinama, svim okruženjima za učenje i svim razinama obrazovanja. Omogućuje savladavanje sadržaja i proširivanje spoznaja, omogućuje pojedincu da postanu samostalniji i preuzmu veću kontrolu nad vlastitim učenjem. Prema autorima Tamilchelvi i Senthilnathan (2013) informacijski pismen pojedinac treba biti sposoban:

- odrediti opseg informacija koji mu je potreban i uključiti odabrane informacije u svoju bazu znanja
- učinkovito pristupati potrebnim informacijama i učinkovito ih koristiti
- kritički procijeniti informacije i njihove izvore
- razumjeti pitanja vezana uz korištenje informacija, pristup informacijama i korištenje informacija ispravno etički i zakonito.

Prema Lau (2006) cjeloživotno učenje i različite vrste opismenjavanja trebaju imati međusobno podržavajući odnos u smislu razvijanja strategija kroz organizacije, institucije i nacionalne države a sve u suradnji na globalnom nivou kako bi se što bolje snalazili u suvremenom društvu koje postaje prije svega informacijsko. Razvijanjem navike učenja kod cjeloživotnih učenika važno je ne samo za visokoškolske institucije koje sve više i više nude programe cjeloživotnog obrazovanja nego i za institucije uopće i za funkcioniranje unutar i s institucijama, time se stvaraju okviri za dobro funkcioniranje društva općenito. Treba raditi na tome da se pojedincima omogući pristup edukacijama, da razviju intelektualne sposobnosti rasuđivanja i kritičkog mišljenja te im institucionalno pomoći u izgradnji funkcionalnih okvira djelovanja, dati alate s ciljem obuke u smislu kako učiti. Na taj način fakulteti i sveučilišta, te druge

platforme i inicijative pružaju temelj za kontinuirani razvoj informiranih građana i članova zajednica (Lau, 2006).

Informacijski pismeni pojedinci učinkovitiji su potrošači informacijskih izvora. Uče prepoznati da su informacije pakirane na različite načine, da su pakirane korištenjem različitih tehnika, da služe različitim interesima i da sadrže različite vrijednosne poruke (Tamilchelvi i Senthilnathan, 2013). Informacijski pismeni pojedinci kritičniji su kada donose odluke o resursima koje koriste. Informacijski pismeni građani cijene vrijednost i snagu informacija. Oni vjeruju u potrebu za informacijama u rješavanje problema i pitanja u svojim životima, u svojim zajednicama i u društvu. Oni razumiju da informacija nije nužno znanje dok se ne analizira, ispita i integrira u njihov postojeći korpus znanja i iskustava. Oni su opremljeni da budu cjeloživotni učenici jer znaju kako učiti. Za informacijski pismenog radnika, radno mjesto je postalo mjesto stalnih promjena i neopisivih prilika. Prilagodba radnom okruženju koje se brzo mijenja značit će višestruke promjene karijere i posla. Rano opredjeljenje za učenje kao proces, a ne kao krajnji proizvod, i uloga informacijske pismenosti u ovom procesu, omogućit će radnicima da te promjene vide kao prijelazne, a ne kao traumatične (Tamilchelvi i Senthilnathan, 2013).

Na temelju navedenog može se ustvrditi da je informacijska pismenost neophodna vještina 21. stoljeća. Stjecanje informacijske pismenosti je stalan proces koji je potreban svima. Sve se svodi na predanost traženju kvalitetnih informacija. U kontekstu cjeloživotnog učenja koje se naglašava diljem svijeta u sve njegove četiri dimenzije; učiti znati, učiti činiti, učiti biti i učiti živjeti zajedno, potreba i značaj informacijske pismenosti poprima presudan značaj. Bez sumnje, informacijska pismenost može poslužiti kao katalizator za učinkovito cjeloživotno učenje ljudi diljem svijeta. Za uspjeh u svim područjima života ključna je poduka iz informacijske pismenosti

3. 3. Razlike između informacijske pismenosti i digitalne pismenosti

Veoma često se pogrešno smatra da su digitalna pismenost i informacijska pismenost iste stvari. Rasprava o ovoj perspektivi ovisi o definicijama digitalne pismenosti. Iako su te dvije pismenosti vrlo slične, može se raspravljati o tome da se digitalna pismenost razvila iz informacijske pismenosti i da nisu jednake u svom opsegu.

Tradicionalna perspektiva informacijske pismenosti postojala je prije digitalnog doba, a korijeni digitalne pismenosti su u informacijskoj pismenosti, ali postoje nijanse koje ih razdvajaju. Međutim, važno je prepoznati da definicija digitalne pismenosti neke osobe može odražavati njihovu profesionalnu ili životnu zajednicu. Još jedan argument koji bi netko mogao imati u raspravi o digitalnoj/informacijskoj pismenosti jest da je digitalna pismenost posebna vrsta pismenost. Profesor dizajna, ilustracije i fotografije može smatrati da je digitalna pismenost nova pismenost, što implicira da bismo mogli ukloniti "digitalni" aspekt iz pojma budući da je sve unutar opsega njegovog područja određeno razinom kompetencije digitalne pismenosti. U tom smislu, mora se priznati da će neki ljudi smatrati digitalnu pismenost novinom ili hobiem, dok će je drugi vidjeti kao temeljnu pismenost (Becker, 2018).

U suvremenom kontekstu, prema Beckeru (2018) digitalna pismenost povezuje se sa suvremenim pojmovima i promjenama koje su dovele do „digitalnog društva“. Glavni problem s pojmovima kao što su "tehnološka revolucija" i "informacijsko društvo" je taj što su to moćne metafore s pogrešnom porukom. Ovi izrazi stvaraju dojam da je društvena promjena određena samo tehnologijom. Tehnologija i promjene koje idu uz razvoj tehnologije proizvod su ljudskog djelovanja i interakcije tehnoloških uređaja i čovjeka. U zapadnim društvima posebice, a sve više i na globalnoj razini, gotovo svaki odrasli pojedinac posjeduje uređaj odnosno tehnologiju kojom pristupa digitalnoj sferi. Kako se razvija tehnologija tako se usporedo s tehnologijom stvaraju drugačiji obrasci ponašanja i novi tip društvenosti koji svoje polje djelovanja smješta u virtualnu sferu.

Digitalna pismenost može se shvatiti kao varijanta medijske pismenosti, koja se posebno odnosi na digitalne medije i internet. Može se protumačiti dvojako: dok se funkcionalna digitalna pismenost odnosi na praktične vještine i razumijevanje potrebno za online angažman, kritičnoj digitalnoj pismenosti treba pristupiti kao nečemu višem od puke sposobnosti evaluacije internetskih informacija. (Polizzi, 2020) U onoj mjeri u kojoj internet nudi i mogućnosti i ograničenja za demokraciju i građansko i političko sudjelovanje, kritična digitalna pismenost treba uključivati korisničko razumijevanje socio-ekonomskih pitanja koja podupiru način na koji se informacijama pristupa i kako se informacije koriste i proizvode u digitalnom dobu. Treba uključiti političko-ekonomska razmišljanja o tome kako oglašavanje i vlasništvo, na primjer, oblikuju način na koji se konzumira i stvara online sadržaj i s kojim implikacijama. U konačnici, korisnici bi trebali razumjeti kako korištenje interneta ima potencijal utjecati na

demokraciju te građansko i političko sudjelovanje. Prema Polizzi (2020) iz toga slijedi da kritičnoj digitalnoj pismenosti treba pristupiti kao skupu kritičnih sposobnosti, znanja i tumačenja koji su ključni u kontekstu društvenog djelovanja i društvene uključenosti u digitalno doba.

Preduvjet za postizanje digitalne pismenosti jest ostvarivanje digitalnih kompetencija. Elementi digitalne kompetencije za pojedinca uključuju uspostavljanje procesa u relevantnoj domeni. One stoga mogu uključivati vještine kao što su pronalaženje informacija na webu, obrada teksta i priprema dokumenata, elektroničku komunikaciju, stvaranje i rukovanje digitalnim slikama, korištenje proračunskih tablica, stvaranje prezentacija, objavljivanje na webu, stvaranje i korištenje baza podataka, simulacije i modeliranje, izdavaštvo, digitalne i interaktivne igre, proizvodnja multimedijских objekata i ovladavanje digitalnim okruženjima za učenje. Digitalne kompetencije razlikovat će se od osobe do osobe jer se njihove situacije i sposobnosti razlikuju i mijenjat će se tijekom vremena kako se razvijaju novi alati i sadržaji (Martin, 2008).

Digitalno je (gotovo) sveprisutno, a njegove mogućnosti su kreativne ponekada konstruktivne, ponekada destruktivne, posebice se to odnosi na mlade pripadnike Z generacije u potrazi za identitetom. Digitalni alati omogućuju pojedincu da se predstavi ostatku društva stvaranjem i emitiranjem vlastitih sadržaja. Prikupljanje podataka od strane vanjskih agencija je posvuda, na otvorenim digitalnim platformama kao što je korištenje tražilica ili kupnja putem interneta, kao i na onima u kojima je digitalni aspekt maskiran kao što je kupnja odjeće, prisustvovanje koncertu, letenje s jednog mjesta na drugo ili boravak u hotelima (Eshet, 2004).

Za razliku od digitalne pismenosti koncept informacijske pismenosti nadilazi tradicionalne i digitalne medije, jer se odnosi na sposobnost pristupa, identificiranja, lociranja, evaluacije, organiziranja i učinkovitog stvaranja, korištenja i komuniciranja informacija. U doba u kojem su informacije u velikoj mjeri posredovane digitalnim medijima, granica između informacijske i digitalne pismenosti na prvi pogled se čini nejasna, no neke razlike postoje, jedna od razlika je naprimjer lakša kontrola informacija i evaluacije informacija u sferi informacijske pismenosti kada ju gledamo s aspekta klasičnih poimanja analognog svijeta, u analognom okruženju lakše ćemo kontrolirati i količinu i sadržaj informacija, dok se u digitalnoj sferi izlažemo različitim informacijama, često oprečnim, popraćenim i multimedijalnim sadržajem koji nas doslovno zasipa sa puno informacija u isto vrijeme pa nije niti moguće sve kontrolirati po neki puta čak nije moguće ni opaziti sve informacije u isto vrijeme (Eshet, 2004). U analognom okruženju

proces stjecanja informacija je linearan pa je samim time lakše kontrolirati i organizirati informacije, a potreba za pismenošću ove vrste je manja, međutim u digitalnom okruženju postoji nebrojeno puno izvora iz kojih možemo dobiti raznovrsne informacije pa se nameće potreba za stjecanjem kompetencija pomoću kojih će pojedinac kritički pristupati informaciji.

4. GENERACIJA Z I PRIPADNICI OSTALIH GENERACIJA

Generacija je grupa ljudi određena godinama rođenja, odnosno razdobljem tijekom kojega je rođena. Pripadnike iste generacije karakteriziraju slična životna iskustva, slična okruženja, slične okolnosti i sličan sustav vrijednosti obilježen duhom vremena. Postoji određeno nesuglasje između različitih autora o tome gdje koja generacija u kontekstu godina rođenja počinje a gdje završava, to je zato što su različiti autori svoja istraživanja usmjeravali na različite teme; sociološke, ekonomske, antropološke, komunikološke i slično pa su samim time i dolazili do različitih rješenja ovisno o nalazima istraživanja pomoću različitih metoda društvenih istraživanja. No, postoji ipak svojevrsni okvir unutar kojeg možemo klasificirati različite generacije. Postoje dakle sljedeće grupe generacija o kojima se većina autora slaže; Veterani, Baby -boomeri, generacija X, Generacija Y, Generacija Z i potpuno nova, najmlađa, generacija Alfa.

Stroge granice u smislu preciznog određivanja granica gdje počinje jedna generacija a gdje druga nema, no ipak, možemo pregledom relevantnih istraživanja navesti razdoblja da bismo razmotrili obilježja svake pojedine generacije (Zemke i sur. 2000), što će nam dati bolji uvid u razumijevanje generacije Z i pomoći će nam da jasno diferenciramo generaciju koja je tema ovoga rada od svih ostalih prema njihovim karakterističnim obilježjima.

Prema Zemkeu i suradnicima (2000) generacija Veterani ili Tradicionalisti, rođeni od 1922. do 1943. godine generacija čije su uspomene iz djetinjstva vezane za Drugi svjetski rat, bili su izloženi ratnim stradanjima i svime što ratne prilike donose, te su samim time i formirali određene svojim iskustvima shodne stavove o životu, radu, vrijednostima i politici. U Americi to su ljudi koji su osjetili Veliku depresiju. Izrazito su disciplinirani i konzervativnog su karaktera, naviknuti na težak rad i vode se logičkim zaključivanjem. To je generacija koja je osjetila svojevrsnu surovost života koja mlađim naraštajima uglavnom nije toliko bliska te se mlađi ljudi s iskustvima ove generacije teško mogu poistovjetiti.

Prema autorima Tayloru i Gao (2014) rođene od 1943. do 1960. godine nazivamo Baby Boom generacija. Nakon Drugog svjetskog rata slijedi razdoblje ekonomskog zamaha, stvaraju se nove prilike te se događa veliki napredak i u tehnološkom i u političkom pa tako i u socijalnom smislu. Odrastaju u relativno optimističnom vremenu, u kojem su njihovi roditelji bili u stanju

osigurati im veće mogućnosti koje nisu imali sami. Ovo razdoblje karakterizira izrazito visoka stopa nataliteta. Karakterno ova generacija mogla se nazivati idealistima, živjeli su veoma slobodno u usporedbi na generacije prije njih, bavili su se filozofskim pitanjima, osnovali društvene grupe i propitivali autoritete. Ova je generacija bila po svoj prilici izrazito ego centrirana pa ih neki autori nazivaju i „ja“ generacija, doživljavali su sebe i svoje mišljenje kao veoma relevantno u odnosu na ukupno stanje stvari, živjeli su u trenutku. (Zemke i sur. 2000).

Generacija X, prema Milleru (2011), rođena je u razdoblju između od 1961. do 1981. godine. Pripadnici ove generacije odrasli su u sjeni Baby-boomera, koji su mnogo vremena provodili na poslu gradeći karijeru, iz toga razloga smatraju se generacijom koja se osjećala ponešto izolirano i napušteno, pa se često naziva i „izgubljenom“ generacijom. Ova se kategorija ljudi u većem dijelu usmjeravala na kvalitetne obiteljske odnose radije nego na biznis, balans između obiteljskog i poslovnog života za ovu je skupinu veoma bitan. Miller (2011) tvrdi kako je ovo najsretnija generacija, koja je sebi osigurala jako dobru umreženost među svojim pripadnicima, generacija koja je razvila visoku stopu solidarnosti te marljiv odnos prema životu. Jedna od specifičnosti ovih ljudi jeste da žive kvalitetan društveni život te žive veoma aktivnim životnim stilom. Generacija X je upravo ona generacija koja je svjedočila stvaranju osobnih računala, napretka moderne tehnologije i ekspanzije medija, te su prvi koji su koristili računala i računalne tehnologije na poslu, stoga se može reći kako je ovo tehnološki osviještena generacija. (Levickaitė, 2010).

Prema Elliotu (2016) generacija Y ili popularno nazvana Milenijalci rođena je u razdoblju od 1981. do 2000 godine. Generacija je to koja odrasta u visokotehnološkom okruženju. Takozvana „Internet generacija“ odnosno. Rođeni uglavnom u razdoblju bez rata, karakteriziraju ih urbani stavovi i progresivni stilovi života, osim toga veoma su idealistični i fokusirani na osobni i profesionalni razvoj. Upravo na ovu generaciju razvoj novih digitalnih medija ima značajan utjecaj jer se stvara nova paradigma odnosa prema poslu i životu uslijed novog, brzog i sveobuhvatnog protoka informacija do koji se prije teže dolazilo. Digitalna era utječe na razvoj novih načina komunikacije preko interneta, stvaranje internetskih zajednica i slično. Pristup osobnim računalima ovoj je generaciji omogućio efikasnu i trenutačnu komunikaciju. (Glass, 2007). Ovo je prva generacija koja koristi elektronsku poštu, koja je odrasla s mobilnim telefonima i koja je od djetinjstva doživljavala ekspanziju tehnologije i tehnološkog razvoja u svakom smislu. Karakteristično je da je iznimno veliki broj pripadnika ove generacije fakultetski obrazovan, vrlo su dobro informirani, no s druge strane rijetko rade

u struci za koju su se obrazovali. Imaju nešto drugačiju perspektivu glede radnog mjesta za razliku od drugih generacija, te se lakše odlučuju za promjenu karijere i razna doškolovanja u cilju promjene karijere i radnog mjesta. Milenijalci su po svoj prilici medijski pismeni pojedinci i imaju visoka očekivanja kada je u pitanju kvaliteta i dostupnost medijskih sadržaja (Gould, 2014). Ovo je generacija koja prethodi generaciji Z te s njima dijeli neke zajedničke interese i motive. Za razliku od svojih nasljednika generacije Z, milenijalci su oni koji su rasli zajedno s novim dostignućima na području razvoja interneta kao globalnog fenomena i svih njegovih mogućnosti kao i pojavljivanja prvih društvenih mreža, generacija Z je nekako odmah priučena na novu virtualnu stvarnost te se u njoj vrlo brzo snalazi (Turner, 2015).

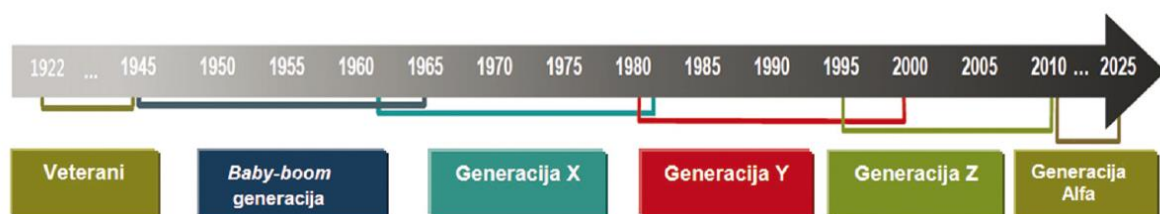
Prema Prenskom (2001) generacija Z koja je i središnja tema ovog radu jesu mladi ljudi rođeni u razdoblju od 1995. do 2010. godine. Ovo je generacija koja je rođena u digitalnom i hiper - umreženom svijetu, ovo je jedinstvena generacija koja se već prije polaska u osnovnu školu služi mobilnim uređajima, računalima i društvenim mrežama te različitim aplikacijama na računalima. Smatra se kako su pripadnici ove skupine propulzivni i visokomotivirani samo u smjeru vlastite interesne sfere i skloni brzim promjenama. Reić (2015) smatra kako se njihov odnos prema informacijama znatno razlikuje od svih do sada spomenutih generacija i to u smislu obrade informacija. Njima je pristup informacijama znatno olakšan te naginju multimedijalnom sadržaju i grafičkom i slikovnom prikazu. Ovo je generacija koja je do sada najviše tehnološki osviještena u svakom pogledu te riječi. Smatra se kako je ovo generacija koja mijenja stubokom sam pristup prema radu i poslu, naime, oni se ne zadovoljavaju trenutnim ponudama na tržištu rada i uvjetima koji im se nude nego se okreću ka samostalnom radu i ka inovativnom visokotehnološkom pristupu koji će im osigurati primanja za zadovoljenje egzistencijalnih potreba, ovo je također generacija koja je ekološki osviještena iz toga proizlazi kako će mnoga buduća profesionalna zanimanja ove generacije biti usmjerena upravo na očuvanje okoliša i slične teme. Osim toga to su osobe koje su navikle raditi nekoliko stvari odjednom i to na efikasne načine uz pomoć visoke tehnologije jer su sposobni primiti puno informacija odjednom i s njima paralelno upravljati. To su budućí znanstvenici i istraživači koji će preoblikovati svijet onako kako misle da je najbolje za njih. (Reić, 2015).

Generacija Z, poznata i pod različitim nazivima (centennials, post-millennials, iGen, Gen Zers) već je neko vrijeme predmet sve većeg interesa, ponajviše zato što se smatra autentično digitalnom generacijom s obzirom na to da je prva rođena u potpuno razvijenom tehnološkom okruženju. Ovu populacijsku nišu čine mladi ljudi rođeni između sredine 1990-ih i ranih godina

ovog stoljeća, iako se demografi, sociolozi i akademici ne slažu baš oko godina koje ta generacija točno obuhvaća. Ova generacija ima mnogo sličnosti s milenijalcima (rođenima između ranih 1980-ih i sredine 1990-ih). Obje su generacije dio globalizacije i osvita digitalnog društva. Također dijele masovnu upotrebu uređaja povezanih s internetom, što je utjecalo na način na koji uče i pristupaju znanju. Međutim, postoje razlike između dviju generacija koje proizlaze iz društveno-ekonomskog konteksta i tehnološkog napretka u kojem su rođene i socijalizirane, promjene koje, prema objavljenim studijama, utječu na percepciju okoline, prevladavanje određenih vrijednosti i njihov odnos s poslom. Što se tiče razlika između milenijalaca i drugih proizašlih iz tehnološkog konteksta, istraživanje ukazuje na eksploziju interneta, koja se dogodila 1994. godine, kao prekretnicu koja razdvaja dvije generacije, jer je transformirala prakse digitalne interakcije. Došlo je do eksponencijalnog povećanja broja izvora informacija, te fleksibilnije, zajedničke i mobilne organizacije i prijenosa informacija. Milenijalci su doživjeli rađanje društvenih mreža, a neki od njih su u tom razdoblju postali punoljetni, pa se smatraju prvim digitalnim migrantima. S druge strane, generacija Z nikada nije poznavala svijet bez društvenih mreža i u kojem je mobilna povezivost na dnevnom redu (podsjetimo, iPhone je lansiran 2007. godine). Oni su stoga mladi ljudi "oblikovani" ovim novim komunikacijskim tehnologijama i sa sposobnošću usmjeravanja svoje pažnje prema inovacijama i dizajnu svojih profesionalnih života (Pérez-Escoda, 2021).

Stoga je Generacija Z prva generacija koja je radikalno pogođena digitalizacijom, do te mjere da je, prema riječima Isaaca Leeja, predsjednika Univision Newsa, utjecala na njih više od kulturnih, identitetskih, rasnih ili jezičnih aspekata, što ih, s druge strane, čini najhomogenijom generacijom modernog doba. Prema Pérez-Escoda (2021) Nedostaje im memorija prije pametnog telefona, stalno su na društvenim mrežama i imaju tehnologiju Internet 2.0 ugrađenu u svoje živote. Namjerno lažne informacije (lažne vijesti) same su po sebi izvor stalne brige jer se brzo i opsežno šire zbog strategije izazivanja odgovora ogorčenja, straha i iznenađenja.

Slika 2. Grafički prikaz pojedinih generacija prema godini rođenja i razdoblju



Izvor: Rimac, 2012., prema Grail Research Analysis, 2011.

4.1. Suodnos informacijske i medijske pismenosti kod Z generacije

Medijska i informacijska pismenost sastoji se od znanja, stavova i zbroja vještina potrebnih da se zna kada i koje su informacije potrebne, gdje i kako dobiti te informacije, kako ih kritički procijeniti i organizirati kada se pronadu; i kako ga koristiti na etički način. Koncept se proteže izvan komunikacijskih i informacijskih tehnologija kako bi obuhvatio učenje, kritičko razmišljanje i interpretativne vještine preko i izvan profesionalnih i obrazovnih granica. Medijska i informacijska pismenost uključuje sve vrste informacijskih izvora: usmene, tiskane, i digitalne. Perez-Escoda (2021) tvrdi kako je medijska i informacijska pismenost osnovno ljudsko pravo u sve više digitalnom, međuovisnom i globalnom svijetu te prema tome treba promicati veću društvenu uključenost. Jedna od gorućih suvremenih tema jeste i pitanje informacijskog siromaštva, dakle na koji način se može premostiti jaz između informacijskih bogatih i informacijski siromašnih. Medijska i informacijska pismenost osnažuje i obdaruje pojedince znanjem o funkcijama medija i informacijskih sustava i uvjetima pod kojima oni funkcioniraju.

Prema autorima Jacobsonu i Mackeyu (2014) u svijetu u kojem se razvija Z generacija neophodna je kvaliteta informacija koje primamo jer ta kvaliteta uvelike određuju izbore i postupke koji iz njih proizlaze, uključujući sposobnost uživanja temeljnih sloboda i sposobnost samoodređenja i razvoja. Za spomenutu generaciju neophodna je i vještina procjene relevantnosti i pouzdanosti informacija, jer danas pristupamo golemim količinama informacija s čime se ljudsko društvo nije nikada prije u povijesti susrelo, te će u budućnosti svaki obrazovni sistem morati posvetiti pažnju toj novonastaloj situaciji u smislu edukacije mladih. (Jacobson i Mackey, 2014). Sveprisutnost interneta kao i različiti medijski i informacijski kanali ostavljaju dojam kako je većina populacije transformirana u korisnike različitih medijskih i informacijskih platformi, formata, aplikacija i sl. govori se o ulasku u digitalno doba koje mijenja stil života na mnogo razina. Digitalno se može pronaći gotovo svuda, što se odnosi i na fakultete i na škole, Čini se kako se upravo u školama i na fakultetima u suvremenom okruženju formira digitalni građanin, pa tako spomenute institucije ima za cilj educirati studente i učenike o važnosti kritičkog odnosa prema medijima i suvislog korištenja istih, jer će na taj način moći smislenije djelovati unutar zajednice kao informirani građanin (Pérez-Escoda, 2021).

Kada govorimo o generaciji Z i suodnosu medijske i informacijske pismenosti kod istih, važno je naglasiti kako ne samo da pripadnici ove generacije pa i svih drugih generacija moraju postati medijski pismeni u pogledu tradicionalnih medija i tradicionalnih servisa za prijenos sadržaja i informacija nego sada moraju postati pismeni u pogledu bogatstva nove tehnologije i razvoja aplikacija koje omogućuju posve nove načine prijenosa informacija i u konačnici i nove stilove života (Mackey i Jacobson, 2011). Društvene mreže postale su prevladavajuće okruženje za druženje, informiranje i zabavu, uključujući obrazovanje. Njihova proliferacija među najmlađom populacijom nameće se kao nezabilježen društveni fenomen, pa se problemi koji proizlaze iz porasta dezinformacija i nedostatka odgovarajuće medijske i informacijske pismenosti dodatno naglašavaju među ovom populacijom koja većinu vremena provodi u interakciji na društvenim mrežama (Jacobson i Mackey, 2014).

Pripadnici generacije Z su posebno spretni kada je riječ o pronalaženju i korištenju medija za zabavu i rekreaciju. Ali koliko mogu koristiti te iste uređaje za pronalaženje smislenih odgovora, provođenje istraživanja temeljenog na dokazima, poticanje rasprave ili praćenje vijesti? S obzirom na to da se susreću se sa svim vrstama sadržaja i trebali bi biti opremljeni alatima pomoću kojih će znati što je vrijedno, a što ne; što je stvarno a što nije. Razlučivanje nadilazi lažne vijesti i odnosi se na njihovu sposobnost obrade i tumačenja informacija. (Rozkosz, 2014) Moraju biti sposobni samostalno obrađivati, analizirati i donositi dobre odluke, a medijska i informacijska pismenost može pomoći da razviju te vještine.

Konzumacija medija čini se relevantnim pitanjem, s fokusom na generaciju Z koja se smatra populacijom izloženijom digitalnim medijima. Ti su mladi prva generacija koja je rođena u digitalnom svijetu. Ono što ovu generaciju razlikuje od svake druge generacije je to što su oni elektronički najpovezanija generacija u povijesti. Od djetinjstva su odrasli u okruženju u kojem se koriste (Geck, 2017):

- mrežni preglednici i prijenosna računala
- mobilni telefoni
- širokopolasni i bežični pristup internetu;

- video igre.

Dans (2020) govori o tome kako nam se čini se da su mladi ljudi na neki način prožeti većom sviješću o tome kako digitalni svijet funkcionira, međutim tu postoji opasnost da se produbi problem jer implicira da ih nema potrebe podučavati kako najbolje iskoristiti internet. Jednostavna je istina da nijedna generacija nije više ili manje spremna od prethodne za bilo što: nema genetskih razlika između generacija i generacija, evolucija ide sporo, a do promjena vrste dolazi kroz mutacije koje se događaju slučajno i na neki način uvjetuju reproduktivni uspjeh nekih pojedinaca u odnosu na druge. Drugim riječima, apsolutno je pogrešno misliti da je genetika generacije Z drugačija od genetike njenih roditelja ili baka i djedova. Genetika ne funkcionira tako (Dans, 2020).

Istina je da je generacija Z rođena u svijetu u kojem je internet već postojao i da će s njim biti upoznati od malih nogu, što bi zauzvrat moglo utjecati na procese učenja temeljene na iskustvu. Ali ovo iskustvo daje vrlo nejednake rezultate i, prije svega, nedovoljno strukturirane ili formalizirane, moguće je, naime, da pripadnici Generacije Z manje vjeruju lažnim vijestima od svojih roditelja, baka i djedova, ali to uopće ne znači da nekako su "imunizirani" protiv njih. (Dans, 2020).

Ako edukacija o tome kako pristupiti informacijama, kako provjeriti činjenice i koristiti kritičko prosuđivanje ne postane središnji dio obrazovnog procesa, tada će veliki broj pripadnika ove i svih generacija, najvjerojatnije, odrastati vjerujući u mnoštvo lažnih vijesti i informacijskog smeća koje kruži online. Čini se da odluka Finske da formalizira poučavanje ovih vještina, umjesto pretpostavke da su djeca nekako "rođena spremna", dobro funkcionira i trebala bi poslužiti kao model drugim zemljama. U Finskoj je naime, podučavanje medijske pismenosti uključeno u službeni kurikulum, te se na taj način kroz obrazovni sustav uče temelji za vještine kritičkog sagledavanja medijskih sadržaja. Ranjivost na lažne vijesti ne ovisi samo o dobi, već u velikoj mjeri o našem online iskustvu, spremnosti da uložimo trud u provjeru činjenica i drugim čimbenicima, kao što je slušanje istih laži koje se stalno ponavljaju (Pérez-Escoda, 2021).

Prema Dewiu i suradnicima (2021) situacija je takva da iako ti mladi imaju rana iskustva s digitalnim tehnologijama, nemaju duboko razumijevanje unutarnjeg funkcioniranja interneta ili načina na koji komercijalne tražilice rangiraju rezultate. Ti su mladi često samo upoznati s

vrhom internetskog ledenog brijega. Na primjer, nisu upoznati s informacijama koje su dio nevidljivog weba ili dubokog weba, dinamički generiranih web stranica. Takve web baze podataka često su skrivene od rezultata tražilice i teško ih je pronaći čak i onima koji se smatraju poznavateljima weba. Nadalje, ova generacija je slabo upoznata s elektroničkim izvorima koji nisu besplatni na Internetu, poput baza podataka komercijalnih pretplata (Dewi i sur, 2021).

Geck (2017) u svom radu objašnjava kako je jako česta pojava da mladi ove generacije počnu koristiti Internet puno prije nego li dobiju bilo kakvu formalnu uputu o lociranju i i ocjenjivanju web stranica, sadržaja i preglednika, također navodi kako mladi metodom pokušaja i promašaja instinktivno shvate da su prve stranice na pregledniku relevantnije od onih na dnu, no i to povlači za sobom niz problema, naime, oni ne rade nikakvu pažljivu procjenu rezultata. Ova strategija korištenja samo najviše rangiranih rezultata, dohvaćenih na prvoj stranici i automatskog zanemarivanja ostalih implicira da ovi mladi pretraživači ne procjenjuju pažljivo niti jedan rezultat i samo gledaju prve i najgledanije i najposjećenije rezultate kao istinite i vrijedne. Rijetko se pitaju odakle su informacije došle, tko je na njima radio i tko je stvarao bazu podataka te je li ona relevantna. Prema Pew Internetu i American Life Projectu, neprofitnoj organizaciji koja proučava digitalno ponašanje, statistike o korištenju interneta za dovršavanje domaćih zadaća među ovom približnom dobnom skupinom neprestano rastu (Geck, 2017)..

Preferirana metoda pretraživanja interneta ove generacije je započeti s Google pretraživanjem, čak i ako to možda nije najučinkovitije ili najbrže sredstvo za pronalaženje odgovora. Pretjerano oslanjanje ove generacije na Google kao prvi izbor za pronalaženje odgovora ukazuje na to da oni možda nisu svjesni drugih strategija i izvora pretraživanja informacija, posebno tiskanih materijala koji su prikladniji za odgovore na određene vrste pitanja. Ovi mladi samouvjerenost koriste Google jer pronalaze desetke tisuća rezultata u nekoliko sekundi. Njihova interakcija s Googleom čini da se osjećaju samodostatnima, pametnima i moćnima pri dohvaćanju mnogih rezultata. Često nemaju metakognitivne vještine da znaju kada prestati koristiti Google i slične alate za pretraživanje i isprobati drugu strategiju pretraživanja informacija. Nadalje, ti mladi pretraživači često neoprezno koriste Google kako bi odredili ili izmjerili značaj teme ili pojedinca, što dovodi do pogrešnih zaključaka. (Dewi i sur., 2021).

5. ISTRAŽIVANJE

U empirijskom dijelu rada iznijet će se hipoteze, svrha i ciljevi istraživanja, opisati će se postupak i metodologija, populacija i struktura uzorka te primijenjeni instrumentarij kao i metode, procedure i analitički postupci korišteni za obradu prikupljenih podataka

Predmet ovoga istraživanja predstavlja uvid u strukturu pretraživanja i korištenja informacija među studentima Republike Hrvatske¹.

Ustanoviti će se u kojoj mjeri studenti Republike Hrvatske razlikuju informacijsku od informatičke pismenosti, u kojoj mjeri provjeravaju vjerodostojnost informacija koje se pretražuju putem Interneta te u kojoj mjeri informacijsku i medijsku pismenost smatraju važnim za osobni napredak.

Odabrana je empirijska kvantitativna metoda istraživanja, a istraživački rezultati dobiveni su putem primjene anketnog upitnika konstruiranog za potrebe ovog rada. Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku referentne populacije, konkretno na 102 pripadnika iste. Uzorak čini 102 studenta pripadnika generacije Z koji su u trenutku provođenja istraživanja pohađali fakultete u Republici Hrvatskoj

5.1. Cilj i svrha istraživanja

Osnovni cilj ovoga istraživanja je na temelju kvantitativnog istraživanja na prigodnom uzorku ispitati hipoteze kojima se želi prikazati na koji način generacija Z prepoznaje važnost informacijske pismenosti. Iz navedenog proizlazi specifični cilj kojim će se prikazati razlikovanje informacijske od informatičke pismenosti, provjeravanja vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta, korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija.

¹ Termini „student“ i „ispitanik“ upotrebljavaju se u generičkom značenju, odnose se na oba spola te ne predstavljaju diskriminaciju niti jednog od spolova.

Svrha rada je dobit uvid u informacijsku pismenost generacije Z te na temelju istraživanja doći do spoznaja kako informacijama pristupa generacija Z.

Odabrano je kvantitativno empirijsko anketno istraživanje, u kojem socio-demografske karakteristike ispitanih (spol ispitanih, dob ispitanih, vrsta završenog srednjoškolskog obrazovanja, naziv studija kojeg su ispitanici pohađali u vrijeme provođenja istraživanja te mjesto u kojem su ispitanici živjeli prije dolaska na studij) predstavljaju nezavisne varijable, koje su mjerene nominalnim varijablama; dok razina provjeravanja vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta te važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj predstavljaju zavisne varijable.

5.2 Hipoteze istraživanja

Na temelju postavljenog cilja istraživanja, i proučavanja dosadašnjih empirijskih istraživanja spomenute tematike i pregledom relevantne literature različitih autora, formirane su sljedeće hipoteze:

P₁: Ispitati prepoznaje li generacija Z važnost provjere vjerodostojnosti informacija.

H₁: Generacija Z prepoznaje važnost provjere vjerodostojnosti informacija.

P₂: Ispitati doprinosi li informacijska pismenost osobnom napretku i razvoju generacije Z.

H₂: Informacijska pismenost doprinosi osobnom napretku generacije Z.

5.3 Uzorak istraživanja

Populacija na kojoj se prikupljeni rezultati poopćavaju obuhvaća pripadnike generacije Z koji u trenutku istraživanja pohađali fakultete u Republici Hrvatskoj. Uzorak od 102 studenata pripadnika generacije Z smatra se referentnom populacijom te je na tom uzorku provedeno istraživanje. Uzorak je prigodan. S obzirom na činjenicu da je istraživanje provedeno na prigodnom uzorku, zaključci i nalazi te uočene tendencije će poslužiti samo kao grubi indikator parametara unutar populacije.

5.4 Metodologija

Podaci koji se analiziraju u sklopu ovog diplomskog rada prikupljeni su od kolovoza 2022. do veljače 2023. godine, podaci će se analizirati empirijskim kvantitativnim metodama, rezultati koje ćemo predstaviti ovim istraživanjem dobiveni su putem primjene pismene ankete na prigodnom uzorku od 102 studenta pripadnika generacije Z, koji pripadaju referentnoj populaciji. Pripadnici referentne populacije, dakle studenti pripadnici generacije z u trenutku provođenja ankete pohađali su fakultete u Republici Hrvatskoj.

Kao metoda prikupljanja podataka odabrana je pismena anketa, primijenjena je PAPI tehnika poznata još i kao „papir-olovka“ metoda. To je metoda osobnog pismenog anketiranja sudionika u istraživanju gdje se ispitanicima podijeli po jedan primjerak isprintanog anketnog upitnika. Opisana metoda ima prednosti kao što je eliminacija utjecaja anketara na odgovore i na sudionika u istraživanja, no s druge strane postoje i neki nedostaci opisane metode a koji podrazumijevaju smanjenu kontrolu nad postupkom i samim tijekom postupka, nije moguće utvrditi jesu li ispitanici razumjeli anketna pitanja. S druge strane istraživač nije u mogućnosti reagirati tijekom postupka i smanjiti mogućnost nedostajućih odgovora. Stručni anketari u ovom slučaju ne mogu rabiti profesionalne neutralne tehnike koje potiču davanje odgovora na postavljena pitanja bez da utječu na odgovore ispitanika. Između ostalog nije moguće utvrditi jesu li ispitanici bili na neki način ometeni ili spriječeni tijekom same ankete niti je li tijekom popunjavanja anketnog lista došlo do nekih drugih poteškoća ili nepredviđenih događaja a koji bi mogli utjecati na kvalitetu i tijek prikupljanja odgovora odnosno rezultata koji su predstavljeni u ovom radu (Lamza - Posavec, 2004).

U svrhu prikupljanja relevantnih podataka a koji će biti u skladu sa ciljevima i svrhom ovog istraživanja konstruiran je anketni upitnik. Anketni upitnik sastojao se od 10 pitanja. Od tih 10 pitanja 9 je anketnih pitanja bilo zatvorenoga tipa i to u formi jednoznačnog odgovora gdje su ispitanici imali mogućnost između različitog broja ponuđenih odgovora imali mogućnost odabira jednog od ponuđenih različitih odgovora. Jedno anketno pitanje bilo je otvorenog tipa a ono se odnosilo na vrstu studija koji ispitanici pohađaju

Nominalne skale odgovora pridružene su zatvorenim pitanjima s različitim brojem kategorija ili ordinalne ljestvice procjene različitog broja stupnjeva. Pri tome, četiri su predmeta mjerenja (učestalost korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija, učestalost korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu, razina provjeravanja vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta te važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj), mjerni instrument je višečestični, dok su preostali predmeti mjerenja (socio-demografske karakteristike ispitanih te razlikovanje informacijske od informatičke pismenosti) mjereni putem jednočestičnih mjernih instrumenata.

Anketni upitnik se sastoji od šest predmeta mjerenja:

- a) socio-demografske karakteristike ispitanih
- b) razlikovanje informacijske od informatičke pismenosti,
- c) učestalost korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija
- d) učestalost korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu
- e) razinu provjeravanja vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta
- f) važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj.

5.5. Prikaz rezultata istraživanja

Prikupljeni podaci obrađeni su i analizirani u statističkom programskom paketu za socijalne znanosti, IBM SPSS-u 26 („*Statistical Package for the Social Sciences*“). Dobiveni podaci u ovom istraživanju analizirani su postupcima deskriptivne statistike. U okviru metoda i procedura deskriptivne statistike koristile su se univarijatne tehnike, uz korištenje odgovarajućih deskriptivnih statističkih pokazatelja, nadalje, koristila se distribucija frekvencija, te postotna raspodjela odgovora, osim toga koristile su se prosječne vrijednosti,

modalne vrijednosti i standardna devijacija. Svi podaci prikazani su tabličnim i grafičkim prikazima.².

5.5.1. Sociodemografska obilježja

Socio-demografske karakteristike ispitanih obuhvatile su njihovu spolnu strukturu, dobnu strukturu, vrstu studija kojeg su ispitanici pohađali u trenutku provođenja istraživanja, završeno srednjoškolsko obrazovanje te socio geografske karakteristike okruženja u kojem su ispitanici živjeli prije polaska na studij (veličina mjesta primarne socijalizacije).

S obzirom na spolnu strukturu ispitanih, istraživačkim je uzorkom obuhvaćeno 60% ženskih studentica (N=61) te 40% (N=41) muških studenata.

S obzirom na dobnu strukturu, najveći udio ispitanih, njih 43% (N=44), u trenutku provođenja istraživanja imali su između 18 i 20 godina starosti; 36% ispitanih (N=37) u trenutku provođenja istraživanja imali su između 21 i 23 godine starosti; 19% ispitanih (N=19) u trenutku provođenja istraživanja imali su između 24 i 26 godina starosti; dok je najmanji udio ispitanih sudionika istraživanja, njih 2% (N=2) u trenutku provođenja istraživanja imao 27 godina.

S obzirom na vrstu studija kojeg su ispitanici pohađali u trenutku provođenja istraživanja, najveći udio ispitanih, njih 42% (N=43) u trenutku provođenja istraživanja pohađao je studij sociologije; 19% ispitanih (N=19) u trenutku provođenja istraživanja pohađali su studij komunikologije; 16% ispitanih (N=16) u trenutku provođenja istraživanja pohađali su studij računarstva; 11% ispitanih (N=11) u trenutku provođenja istraživanja pohađali su Učiteljski fakultet; 10% ispitanih (N=10) u trenutku provođenja istraživanja pohađali su studij ekonomije; dok je 3% ispitanih (N=3) u trenutku provođenja istraživanja pohađalo medicinski fakultet.

S obzirom na završeno srednjoškolsko obrazovanje, 69% ispitanih (N=70) posjeduju gimnazijsko srednjoškolsko obrazovanje, dok 31% ispitanih (N=32) posjeduju strukovno srednjoškolsko obrazovanje

² Decimalni brojevi zaokruženi su radi preglednosti podataka.

S obzirom na socio geografske karakteristike okruženja u kojem su ispitanici živjeli prije polaska na studij, odnosno, obzirom na stupanj urbaniziranosti naselja u kojem su ispitanici živjeli prije polaska na studij, više od polovice ispitanika, njih 51% (N=52) primarno je socijalizirano u urbanim sredinama, dok ih je 49% (n=50) primarno socijalizirano u ruralnim sredinama.

Socio-demografska struktura ispitanika studenata Republike Hrvatske, prikazana je u Tablici 1.

Tablica 1. Socio-demografska struktura ispitanika studenata Republike Hrvatske

<i>Varijabla</i>	<i>Kategorije varijable</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Spolna struktura</i>	<i>Žene</i>	<i>61</i>	<i>59,8</i>
	<i>Muškarci</i>	<i>41</i>	<i>40,2</i>
<i>Dobna struktura</i>	<i>Od 18 do 20 godina</i>	<i>44</i>	<i>43,1</i>
	<i>Od 21 do 23 godine</i>	<i>37</i>	<i>36,3</i>
	<i>Od 24 do 26 godina</i>	<i>19</i>	<i>18,6</i>
	<i>27 godina</i>	<i>2</i>	<i>2,0</i>
<i>Vrsta studija</i>	<i>Sociologija</i>	<i>43</i>	<i>42,2</i>
	<i>Komunikologija</i>	<i>19</i>	<i>18,6</i>
	<i>Računarstvo</i>	<i>16</i>	<i>15,7</i>
	<i>Učiteljski fakultet</i>	<i>11</i>	<i>10,8</i>
	<i>Ekonomija</i>	<i>10</i>	<i>9,8</i>
	<i>Medicina</i>	<i>3</i>	<i>2,9</i>
<i>Završeno srednjoškolsko obrazovanje</i>	<i>Gimnazija</i>	<i>70</i>	<i>68,6</i>
	<i>Strukovna škola</i>	<i>32</i>	<i>31,4</i>
<i>Tip mjesta primarne socijalizacije</i>	<i>Urbana sredina</i>	<i>52</i>	<i>51,0</i>
	<i>Ruralna sredina</i>	<i>50</i>	<i>49,0</i>

Izvor: Autorica, 2023

5.5.2. Deskriptivna statistika

Obzirom na razlikovanje informacijske od informatičke pismenosti, gotovo svi ispitanici, njih 98% (=100), razlikuju informacijsku od informatičke pismenosti, dvoje ispitanika (2%) ne razlikuju informacijsku od informatičke pismenosti.

Učestalost korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija mjerena je višestručnim mjernim instrumentom koji se sastojao od šest čestica (šest različitih vrsta medija), kojima je pridružena ordinalna ljestvica procjene Likertova tipa od pet stupnjeva (od 1 - „Uopće se ne slažem“ do 5 - „U potpunosti se slažem“), na kojoj niži skalni rezultat indicira manje učestalo korištenje referentnog medija, dok viši skalni rezultat indicira učestalije korištenje referentnog medija.

Sudeći prema pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija, ispitanici studenti Republike Hrvatske u najvećoj mjeri koriste Internet ($M \pm SD = 4,54 \pm 0,75$), u manjoj mjeri koriste društvene mreže ($M \pm SD = 3,38 \pm 1,50$), internetske novinske portale i magazine ($M \pm SD = 3,38 \pm 1,45$) te televiziju ($M \pm SD = 2,06 \pm 1,05$), dok u najmanjoj mjeri koriste tiskane medije ($M \pm SD = 1,81 \pm 1,18$) i radio ($M \pm SD = 1,70 \pm 0,93$). Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija, prikazani su Tablici 2.

Tablica 2. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija

U kojoj mjeri koristite sljedeće medije kada želite doći do određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija?							
Čestice	1- Uopće se ne slažem (%)	2- Donekle se ne slažem (%)	3- Niti se slažem, niti se ne slažem (%)	4- Uglavnom se slažem (%)	5- U potpunosti se slažem (%)	M	SD
Televizija	36,3	34,3	19,6	6,9	2,9	2,06	1,05
Internet	1,0	1,0	6,9	25,5	65,7	4,54	0,75
Radio	53,9	30,4	8,8	5,9	1,0	1,70	0,93

Društvene mreže	18,6	11,8	13,7	24,5	31,4	3,38	1,50
Tiskani mediji	58,8	17,6	11,8	6,9	4,9	1,81	1,18
Internetski portali i magazini	18,6	9,8	12,7	32,4	26,5	3,38	1,45

Izvor: Autorica, 2023

Učestalost korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu mjerena je višestručnim mjernim instrumentom koji se sastojao od četiri čestice, kojima je pridružena ordinalna ljestvica procjene Likertova tipa od pet stupnjeva (od 1 - „Uopće se ne slažem“ do 5 - „U potpunosti se slažem“), na kojoj niži skalni rezultat indicira manje učestalo korištenje referentnog formata, dok viši skalni rezultat indicira učestalije korištenje referentnog formata.

Sudeći prema stupnju slaganja s pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu, ispitanici studentima Republike Hrvatske pripadnici generacije Z u najvećoj mjeri za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu koriste znanstvene i stručne baze podataka ($M \pm SD = 4,13 \pm 1,07$), u manjoj mjeri koriste članke na novinskim portalima ($M \pm SD = 3,11 \pm 1,38$) i Wikipediju ($M \pm SD = 2,89 \pm 1,52$), dok u najmanjoj mjeri koriste blogove ($M \pm SD = 2,10 \pm 1,26$). Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu, prikazani su Tablici 3.

Tablica 3. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu

Na koji način na Internetu najčešće dolazite do traženih informacija za stjecanje svojih znanja ili proširivanje spoznaja?							
Čestice	1- Uopće se ne slažem (%)	2- Donekle se ne slažem (%)	3- Niti se slažem, niti se ne slažem (%)	4- Uglavnom se slažem (%)	5- U potpunosti se slažem (%)	M	SD

Wikipedija	30,7	12,9	8,9	31,7	15,8	2,89	1,52
Članci u novinskim portalima	19,6	15,7	13,7	36,3	14,7	3,11	1,38
Znanstvene i stručne baze podataka	2,9	6,9	12,7	29,4	48,0	4,13	1,07
Blogovi	47,5	17,8	15,8	14,9	4,0	2,10	1,26

Izvor: *Autorica, 2023*

Razina provjeravanja vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta, mjerena je višečestičnim mjernim instrumentom koji se sastojao od četiri čestice, kojima je pridružena ordinalna ljestvica procjene Likertova tipa od pet stupnjeva (od 1 - „*Uopće se ne slažem*“ do 5 - „*U potpunosti se slažem*“) te ocjenom vlastite sposobnosti procjenjivanja vjerodostojnosti i istinitosti informacija s obzirom na stečena znanja tijekom obrazovanja, koja je mjerena jednostavnim indikatorom (pitanjem: „U kojoj se mjeri slažete s tvrdnjom po kojoj imate izvrsnu sposobnost procjenjivanja vjerodostojnosti i istinitosti informacija s obzirom na stečena znanja tijekom obrazovanja?“).

Sudeći prema pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju provjere vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta, ispitani studenti Republike Hrvatske u najvećoj se mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj provjere pouzdanost izvora prilikom pretraživanja putem Interneta ($M \pm SD = 4,00 \pm 0,96$), u manjoj se mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj provjere tko dijeli informacije ($M \pm SD = 3,86 \pm 1,03$), dok se u najmanjoj mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj se oslanjaju na vlastiti osjećaj prilikom pretraživanja putem Interneta ($M \pm SD = 2,16 \pm 1,14$) te tvrdnjom po kojoj ne provjeravaju vjerodostojnost izvora već samo traže informaciju bez obzira na izvor ($M \pm SD = 1,87 \pm 1,19$). Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju provjere vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta, prikazani su Tablici 4.

Tablica 4. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju provjere vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta,

Provjera vjerodostojnosti informacija koje pretražujem putem interneta.							
Čestice	1- Uopće se ne	2- Donekle se ne	3- Niti se slažem, niti se ne	4- Uglavnom	5- U potpunosti	M	SD

	slažem (%)	slažem (%)	slažem (%)	se slažem (%)	se slažem (%)		
Provjerim pouzdanost izvora	1,0	5,0	24,8	31,7	37,6	4,00	0,96
Provjerim tko dijeli informacije	4,0	4,0	24,8	36,6	30,7	3,86	1,03
Oslanjam se na vlastiti osjećaj	40,0	20,0	26,0	12,0	2,0	2,16	1,14
Ne provjeravam vjerodostojnost izvora već samo tražim informaciju bez obzira na izvor	54,9	19,6	14,7	4,9	5,9	1,87	1,19

Izvor: Autorica, 2023

Važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj mjerena je višestručnim mjernim instrumentom koji se sastojao od pet čestica, kojima je pridružena ordinalna ljestvica procjene Likertova tipa od pet stupnjeva (od 1 - „Uopće se ne slažem“ do 5 - „U potpunosti se slažem“), na kojoj niži skalni rezultat indicira manju važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj, dok viši skalni rezultat indicira veću važnost informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj.

Sudeći prema stupnju slaganja s pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju važnosti informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj, ispitanici Republike Hrvatske slažu se s tvrdnjom po kojoj je medijska pismenost utjecala na njih da mogu razviti kritički odnos prema sadržaju u medijima ($M \pm SD = 4,16 \pm 0,72$); tvrdnjom po kojoj informacijska pismenost pridonosi razlučivanju točne od netočne informacije ($M \pm SD = 4,16 \pm 0,76$); tvrdnjom po kojoj medijska i informacijska pismenost doprinose njihovim komunikacijskim vještinama ($M \pm SD = 4,15 \pm 0,83$) te tvrdnjom po kojoj njihovo poznavanje informacijske i medijske pismenosti potiče razvoj kritičkog mišljenja ($M \pm SD = 4,06 \pm 0,74$), dok se u manjoj mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj će im stečena znanja informacijske i medijske pismenosti omogućiti lakše zapošljavanje ($M \pm SD = 3,34 \pm 1,29$). Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju važnosti informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj, prikazani su Tablici 5.

Tablica 5. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju važnosti informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj,

Važnost informacijske i medijske pismenosti za moj osobni i profesionalni rast i razvoj							
Čestice	1- Uopće se ne slažem (%)	2- Donekle se ne slažem (%)	3- Niti se slažem, niti se ne slažem (%)	4- Uglavnom se slažem (%)	5- U potpunosti se slažem (%)	M	SD
Smatram da moje poznavanje informacijske i medijske pismenosti potiče razvoj kritičkog mišljenja		2,0	18,0	52,0	28,0	4,06	0,74
Smatram da će mi stečena znanja informacijske i medijske pismenosti omogućiti lakše zapošljavanje	12,7	11,8	24,5	30,4	20,6	3,34	1,29
Medijska i informacijska pismenost doprinosi mojim komunikacijskim vještinama		4,9	12,7	45,1	37,3	4,15	0,83
Medijska pismenost utjecala je na mene da mogu razviti kritički odnos prema sadržaju u medijima		2,0	12,9	52,5	32,7	4,16	0,72
Informacijska pismenost pridonosi razlučivanju točne od netočne informacije		1,0	19,0	43,0	37,0	4,16	0,76

Izvor: Autorica, 2023

5.6. Rasprava

Prvo postavljena hipoteza; generacija Z prepoznaje važnost provjere vjerodostojnosti informacija, sudeći prema pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju provjere vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem Interneta, može biti prihvaćena. Naime, ispitani studenti predstavnici generacije Z u Republici Hrvatskoj u velikoj se mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj provjere pouzdanost izvora prilikom pretraživanja putem Interneta ($M \pm SD = 4,00 \pm 0,96$) pri čemu se tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 69% ispitanih te tvrdnjom po kojoj provjere tko dijeli informacije ($M \pm SD = 3,86 \pm 1,03$) pri čemu se tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 67% ispitanih. S druge pak strane, u maloj se mjeri slažu s tvrdnjom po kojoj se oslanjaju na vlastiti osjećaj prilikom pretraživanja putem Interneta ($M \pm SD = 2,16 \pm 1,14$) pri čemu se tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 14% ispitanih te tvrdnjom po kojoj ne provjeravaju vjerodostojnost izvora već samo traže informaciju bez obzira na izvor ($M \pm SD = 1,87 \pm 1,19$) pri čemu se tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 11% ispitanih (Tablica 5). Samim time zaključuje se kako generacija Z prepoznaje važnost provjere vjerodostojnosti informacija. Nastavno na prvo postavljenu hipotezu koja je ovim istraživanjem potvrđena valja uzeti u obzir i druga relevantna istraživanja ove problematike, te ćemo u skladu s tim razmotriti druga relevantna istraživanja. Istraživanje odnosno meta analiza o Google generaciji autora Lasić -Lazić i suradnika iz 2020. godine ukazuje na to da ispitanici pokazuju iznimnu sklonost korištenja Interneta u obrazovne svrhe, osim toga analiza je pokazala kako ispitanici imaju problem u razvijanju strategije pretraživanja i nešto teže svoje potrebe formiraju u konkretan informacijski upit. Nadalje, ispitanici iskazuju stav o tome kako im je važno vrednovanje informacijskih izvora, no idu linijom manjeg otpora, odnosno, primjenjuju samo one kriterije koji od njih ne zahtijevaju dodatne provjere i aktivnosti koje idu uz dodatne provjere izvora. Analizom je utvrđeno da ispitanici imaju iznimne vještine u korištenju novih tehnologija, no način procesiranja informacija je relativno površan u smislu da se baziraju na kvantitetu podataka više nego na kvalitetno tumačenje podataka i izvora. Zaključuje se kako su mladi izrazito ranjivi kada se govori o medijskim navikama i odnosa prema informacijama i podacima, te je veoma važno omogućiti im da izgrade kvalitetnu sliku o informacijskom okruženju gdje će se informacijskim opismenjavanjem početi baviti već na početku formalnog obrazovanja. U pilot istraživanju autora Jokić i suradnika iz 2016, a koje se odnosilo na vještine

informativske i medijske pismenosti studenata u Osijeku, kojim su bili obuhvaćeni studenti prve godine preddiplomskog studija na filozofskom fakultetu 2012 (N=28) i studenti prve godine diplomskog studija informativskih znanosti (N=15), dakle, od ukupno 43 studenata odazvalo se 41, (odziv 95,34 posto), od toga 28 studenata (17 žena, 11 muškaraca) s prve godine preddiplomskog studija (odziv 100 posto) i 13 studenata (12 žena, 1 muškarac) s prve godine diplomskog studija (odziv 86,66 posto). Nalazi u dijelu istraživanja koje se odnosi na pretraživanje i vrednovanje informacija ukazuju na sljedeće; pri pretraživanju su žene bolje vladale tehnikama dolaženja do relevantnih informacija pa su ostvarile uspješnost od 38, 79 posto, dok su muškarci ostvarili 29,16 posto uspješnosti, u zadatku koji se odnosio na procjenu relevantnosti i vjerodostojnosti online izvora muškarci su riješili sa 50 posto uspješnosti dok su žene ostvarile uspjeh od 75,86 posto. Ukazano je na potrebu za provođenjem longitudinalnih studija ovoga tipa jer je uočeno na nekoliko mjesta kako su studenti diplomskih studija nešto vještiji od studenata preddiplomskog studija. Korist od ovakvih istraživanja imaju i profesori i studenti jer će potaknuti daljnje opismenjivanje.

Drugo postavljena hipoteza; informativska pismenost doprinosi osobnom napretku generacije Z također se može smatrati prihvaćenom, sudeći prema stupnju slaganja s pojedinačnim indikatorima mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju važnosti informativske pismenosti također mogu biti prihvaćene. Naime, ispitani studenti pripadnici generacije Z u Republici Hrvatskoj slažu se s tvrdnjom po kojoj je informativska i medijska pismenost utjecala na njih da mogu razviti kritički odnos prema sadržaju, ($M \pm SD = 4,16 \pm 0,72$) pri čemu se s tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 85% ispitanih, tvrdnjom po kojoj informativska pismenost pridonosi razlučivanju točne od netočne informacije ($M \pm SD = 4,16 \pm 0,76$) pri čemu se s tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 80% ispitanih, tvrdnjom po kojoj medijska i informativska pismenost doprinose njihovim komunikacijskim vještinama ($M \pm SD = 4,15 \pm 0,83$) pri čemu se s tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 82% ispitanih, te tvrdnjom po kojoj njihovo poznavanje informativske i medijske pismenosti potiče razvoj kritičkog mišljenja ($M \pm SD = 4,06 \pm 0,74$) pri čemu se s tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 80% ispitanih,, dok se u manjoj mjeri slažu jedino s tvrdnjom po kojoj će im stečena znanja informativske i medijske pismenosti omogućiti lakše zapošljavanje ($M \pm SD = 3,34 \pm 1,29$) pri čemu se s tvrdnjom uglavnom ili u potpunosti slaže 51% ispitanih. Navedenoj hipotezi u prilog ide i varijabla koja se odnosi na pretraživanje informacija s ciljem stjecanja novih znanja iz koje je razvidno da generacija Z, prepoznaje i koristi znanstvene i stručne baze podataka i to njih 48% što govori o tome da imaju razvijene strategije pretraživanja i informirani su o načinima

dolaženja do stručne literature te su razvili kompetencije formuliranja upita na način da ciljano pretražuju stručnu literaturu. Samim time zaključuje se kako informacijska pismenost doprinosi osobnom napretku generacije Z. U istraživanju Škorić i suradnika iz 2012 studenti Medicinskog fakulteta u Zagrebu njih čak 69 posto smatra kako je uvođenje kurikuluma koji potiče informacijsku pismenost potrebno studentima medicine. Ispitanici prepoznaju važnost stjecanja kompetencija informacijske pismenosti. Nadalje, 60 posto studenata smatra da će im u daljnjem studiranju koristiti stečene vještine, dakle smatraju da im vještine te vrste pridonose povećanju sposobnosti i savladavanju obveza u budućnosti. Konferencija „Važnost medijske pismenosti u vremenu društvenih mreža i umjetne inteligencije” održana 2023. godine u Rijeci u sklopu UNICEF -ovog projekta medijske pismenosti okupila je veliki broj eminentnih stručnjaka. U više od 605 događanja u 185 gradova i mjesta u svim županijama uključilo se više od 30 tisuća sudionika, uglavnom djece, što jasno ukazuje na činjenicu da mladi shvaćaju medijsko i informacijsko opismenjavanje kao važnim za vlastiti razvoj. Navedena istraživanja ukazuju da društvo identificira važnost informacijske pismenosti što ide u prilog navedenom istraživanju.

5.7. Ograničenja istraživanja

Kada govorimo o ograničenjima istraživanja u sklopu ovog diplomskog rada prije svega valja spomenuti prigodni uzorak gdje je mogućnost generalizacije prikupljenih rezultata ograničena, odnosno, relativno je ograničena generalizacija tendencija i zaključaka koji su uočeni u okviru predstavljenog istraživačkog uzorka na referentnu populaciju. Takva ograničenja ne bi trebala utjecati na doprinos ovog istraživanja niti na relevantnost predstavljenih rezultata u smislu ostvarivanja cilja a to su nove znanstvene spoznaje.

6. ZAKLJUČAK

U teorijskom dijelu ovoga rada predstavljen je i definiran koncepte medijske i informacijske pismenosti, obrađen je i pojam digitalne pismenosti koji je sve prisutniji u suvremenom diskursu. Smatra se važnim navesti da su granice između pojmova medijska pismenost, informacijska pismenost i ostalih vrsta pismenosti pitanje na koje će znanstvenici u budućnosti zasigurno pokušavati dati dodatne odgovore i putem istraživanja dolaziti će do novih uvida po pitanju samog definiranja spomenutih termina. Pregledom teorijske građe utvrdilo se kako svi pojmovi slijede jedan iz drugog i jedan na drugoga se konceptualno naslanjaju, no ipak, a što je razvidno u ovome radu, postoji evidentna i dobro analizirana diferencijacija između različitih pismenosti. Informacijska pismenost mnogo je općenitiji pojam koji podrazumijeva pismenost na puno razina, no još uvijek se donekle makar u teorijskom razmatranju odnosi na linearnost dobivanja informacija, upravo zato se javlja potreba za revidiranjem pojma i znanstvene paradigme kada govorimo o pismenosti uopće. Upravo iz tih razloga u ovom je radu u fokusu generacija Z koja se kako je objašnjeno u radu, od samoga rođenja nalazi u sasvim promijenjenim tehnološkim okolnostima u odnosu na sve druge generacije. Upravo iz razloga što se svijet ubrzano mijenja a svaki pojedinac, posebno mladi ljudi izloženi su enormno velikim količinama informacija na dnevnoj bazi, potrebe za edukacijom o korištenju novih medijskih i internetskih platformi koje dijele i proizvode sadržaj veće su nego ikada. Nadalje, smatra se kako se nove generacije nedovoljno kritički odnose prema sadržajima koje konzumiraju, paradoks je da što su mladi ljudi informiraniji na jednoj razini to su manje skloni provjeriti istinitost te informacije na drugim razinama, kao što je potvrđivanje vjerodostojnosti izvora i autentičnost. Ovim istraživanjem je otkriveno da pripadnici generacije Z smatraju informacijsku pismenost važnom za svoj osobni napredak, nameće se zaključak kako su voljni produbljivati svoja znanja i vještine glede informacijske pismenosti. Ultimativan stav je brzina dolaženja do potrebne informacije pa se samim time često zanemaruje ikakav kritički pristup i provjera autentičnosti sadržaja. Čini se kako je potreba za edukacijom u smislu informacijske i medijske pismenosti veća nego ikada, i vjerojatno je sudeći po iskustvima nekih drugih zemalja dobro zauzeti stav da se takav program uvede formalno u škole. Generacija Z drugačije percipira stvarnost od svih svojih prethodnika što je i razumljivo s obzirom na virtualnost njihove svakodnevnice, gdje je doslovno unutar virtualnog prostora moguće kreirati sasvim novi identitet odnosno proširiti i rekreirati svoj vlastiti identitet i dovesti ga preko granica prostora, što nikada prije nije bilo moguće. Načini i brzina povezivanja u virtualnom svijetu i u

svijetu gdje se informacije dijele i gdje informacije putuju s jednog kraja svijeta na drugi u realnom vremenu bez ikakve latencije dovode sasvim sigurno i do nekih negativnih efekata. Smanjuje se kritičko promišljanje o sadržajima koji se konzumiraju, često su mladi ljudi krivo informirani ili nedovoljno educirani kako da informaciju provjere i potvrde njenu autentičnost. U sklopu empirijskog istraživanja utvrdilo se kako što se ovdje predstavljenog uzorka tiče, studenti pripadnici generacije Z u Republici Hrvatskoj prepoznaje važnost provjere vjerodostojnosti informacija. Osim toga ispitanici se slažu da medijska pismenost općenito doprinosi njihovom osobnom napretku kao i mogućnosti profesionalnog razvoja u budućnosti, što je vrlo dobar pokazatelj jer ukazuje na osviještenost ispitanika o važnosti razvijanja i usvajanja novih vještina i znanja u smislu medijskog i informacijskog opismenjavanja. Bitno je primijetiti kako ispitanici u većoj mjeri pozitivno gledaju na pitanje medijske i informacijske pismenosti te smatraju kako bi razvoj takovih vještina pridonio njihovom budućem profesionalnom razvoju. Rezultati dobiveni istraživanjem u sklopu ovog diplomskog rada ukazuju na to da se pripadnici generacije Z zanimaju za pitanja informacijske pismenosti, samim time otvara se prostor za istraživače koji se bave društvenim fenomenima i stručnjake različitih profila da se pozabave ovom tematikom ubuduće, prostor za širenje istraživačkog konteksta unutar ove teme je golem posebno u Republici Hrvatskoj gdje smo na samom začelju EU kada govorimo o digitalnoj transformaciji a koja se upravo odvija paralelno sa stasanjem generacije Z. Upravo su to generacije koje ulaze na tržište rada u ovome trenutku, no ulaze s potpuno drugačijim perspektivama od prethodnih generacija. Njihova paradigma odnosa prema svijetu i poslu jeste tehnokratska i digitalna, oni su pripadnici digitalne generacije i stoga je uputno provoditi studije koje se bave informacijskim vještinama mladih ljudi kako bi što bolje shvatili potrebe i mogućnosti ove generacije.

7. LITERATURA

7.1. Knjige

1. Potter, W. J. (2018). *Media literacy*. London: Sage Publications.
2. Tyner, K. (2010). *Media literacy*. London: Routledge.
3. Lau, J. (2006) *Guidelines on information literacy for lifelong learning*, IFLA Veracruz,

7.2. Znanstveni članci

1. Webber, S., & Johnston, B. (2000). Conceptions of information literacy: New perspectives and implications. *Journal of Information Science*, 26(6), 381-397.
2. Barton, C. C. (2019). Critical Literacy in the Post-Truth Media Landscape. *Policy Futures in Education*, 17(1), 1-13.
3. Brown, J. A. (1998). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*, 48(1), 44-57.
4. Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20.
5. Bulger, M., & Davison, P. (2021). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 1-21.
6. Kamerer, D. (2014). Media Literacy. *Communication Research Trends*, 33(2), 4-25.
7. Friesem, Y., Beltran, D. Q., & Crane, E. (2014). Media now: A historical review of a media literacy curriculum. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 1-19.
8. Reić, A. (2015, 12. studenog). Nova generacija mladih – generacija Z [New generation of youth - Generation Z]. *Portal Europeo de la Juventud*.
9. Jukić, R., & Ringel, J. (2013). Cjeloživotno učenje – put ka budućnosti [Lifelong learning - path to the future]. *Andragoški glasnik*, 17(1), 25-35.
10. Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), 98-103. doi:10.1108
11. Levickaitė, R. (2010). Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World Without Borders (The Case of Lithuania). *LIMES*, 3(2), 170-183.
12. Kamerer, D. (2014). Media Literacy. *Communication Research Trends*, 33(2), 4-25.
13. Lasić-Lazić, J., Špiranec, S., & Banek Zorica, M. (2012). Izgubljeni u novom obrazovnom okruženju – pronađeni u informacijskom opismenjavanju [Lost in the new

- educational environment - found in information literacy]. *Medijsko istraživanje*, 18(1), 128. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/file/127116> (pristup 17.5.2022)
14. Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 7(2), 29-45.
 15. Friesem, Y., Beltran, D. Q., & Crane, E. (2014). Media now: A historical review of a media literacy curriculum. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 3-18.
 16. Jolls, T., & Wilson, C. (2014). The core concepts: Fundamental to media literacy yesterday, today and tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 68-78.
 17. Silveira, P. (2020). Fake news consumption through social media platforms and the need for media literacy skills: A real challenge for Z generation. In *INTED2020 Proceedings* (pp. 5150-5158). doi: 10.21125/inted.2020.1236
 18. Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11.
 19. Valtonen, T. (2019). Media Literacy Education in the Age of Machine Learning. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 20-36.
 20. Fedorov, A. (2015). *Media Literacy Education*. Moscow: ICO "Information for all.
 21. Art, S. (2018). Media literacy and critical thinking. *International Journal of Media and Information Literacy*, 3(2), 66-71.
 22. Worsnop, C. M. (2004). *Media literacy through critical thinking*. Washington State Office of Superintendent of Public Instruction and NW Center for Excellence in Media Literacy.
 23. Tewell, E. (2015). A decade of critical information literacy: A review of the literature. *Communications in Information Literacy*, 9(2), 24-43.
 24. Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103-113.
 25. Lazić-Lasić, J., Špiranec, S., & Banek Zorica, M. (2012). Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeni u informacijskom opismenjivanju [Lost in new educational environments - found in information literacy]. *Medijska istraživanja*, 18(1), 125-142. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/85384> (pristup 15.5.2023)
 26. Jokić, A., Koljenik, D., Faletar Tanacković, S., & Badurina, B. (2016). Vještine informacijske i informatičke pismenosti studenata informacijskih znanosti u Osijeku: pilot-istraživanje [Information and computer literacy skills of information science students in Osijek: a pilot study]. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 59(3-4), 63-92. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/187610> (pristup 25.5.2023)

27. Škorić, L., Šember, M., Markulin, H., & Petrak, J. (2012). Informacijska pismenost u nastavnom programu diplomskog studija Medicinskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu [Information literacy in the curriculum of the graduate study of the Faculty of Medicine, University of Zagreb]. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 55(3-4), 17-28. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/106571> (pristup 2.4.2023)
28. Balabanić, I. (2021). Vesna Lamza Posavec: Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi. *Društvena istraživanja*, 30 (3), 637-639. <https://doi.org/10.5559/di.30.3.09> (pristup 15.4.2023)

7.3. Linkovi i poveznice

1. Rupčić, N. (2021). Značajke post-milenijalaca ili generacije Z kao novih sudionika na tržištu rada [Characteristics of post-millennials or Generation Z as new participants in the labor market]. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 15(1-2), 47-60. Retrieved from <https://doi.org/10.51650/ezrvs.15.1-2.3> (pristup 5.5.2023)
2. Taylor, P., & Gao, G. (2014). Generation X: America's neglected 'middle child'. Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/05/generation-x-americas-neglected-middle-child/> (pristup 25.5.2023)
3. Miller, L. (2017). Paradigm Shift: Why Radio Must Adapt To Rise Of Digital. Musonomics. Retrieved from http://musonomics.com/musonomics_report_paradigm_shift_why_radio_must_adapt_to_the_rise_of_digital_08.29.2017.pdf (pristup 25.5.2023)
4. UNICEF Croatia. (n.d.). Sve više građana, djece i mladih želi učiti o medijskoj pismenosti [More and more citizens, children, and young people want to learn about media literacy]. Retrieved from <https://www.unicef.org/croatia/mediji/sve-vise-gradana-djece-i-mladih-zeli-uciti-o-medijskoj-pismenosti> (pristup 2.6.2023)

7.4. Popis slika

Slika 2: grafički prikaz ispreplitanja različitih oblika pismenosti i informacijske pismenosti

Slika 2. Grafički prikaz godina rođenja pripadnika pojedinih generacija

7.5. Popis tablica

Tablica 2. Socio-demografska struktura ispitanih studenata Republike Hrvatske

Tablica 2. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih medija za pronalaženje određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija

Tablica 3. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju učestalosti korištenja različitih formata za dolaženje do traženih informacija za stjecanje znanja ili proširivanje spoznaja na Internetu

Tablica 4. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju provjere vjerodostojnosti informacija koje se pretražuju putem interneta

Tablica 5. Odabrani deskriptivni statistički pokazatelji pojedinačnih indikatora mjernog instrumenta namijenjenog mjerenju važnosti informacijske i medijske pismenosti za osobni i profesionalni rast i razvoj

7.7. Prilog: anketni upitnik

Poštovani kolege i kolegice,

molim Vas da pažljivo pročitate sadržaje ili navedene tvrdnje te iskreno odgovorite.

Anketa je anonimna. Podatci su strogo povjerljivi i nitko osim istraživača neće imati uvid u podatke iz upitnika. Iz tog se razloga nadamo Vašim iskrenim odgovorima kako bismo dobili što potpuniji uvid u temu informacijske pismenosti kod generacije Z.

Molim Vas zaokružite odgovor u slijedećim upitima.

Spol: a) Ž b) M

Dob (godine starosti):

a) 18-20

b) 21-23

c) 24-26

d) 27

Naziv studija koji polazite: _____

Završeno srednjoškolsko obrazovanje:

a) gimnazija b) strukovna škola

Mjesto u kojem ste živjeli prije dolaska na studij:

- a) urbana sredina
b) ruralna sredina

Razlikujete li informacijsku od informatičke pismenosti?

- a) Da b) Ne

Molimo Vas razmislite o sljedećim tvrdnjama i procijenite u kojoj mjeri se s njima slažete te za svaku navedenu tvrdnju zaokružite na skali odgovor.

- 1-uopće se ne slažem
2-donekle se ne slažem
3-niti se slažem, niti se ne slažem
4-uglavnom se slažem
5-u potpunosti se slažem

Medij koji najviše koristim kada želim doći do određene informacije potrebne za stjecanje znanja ili dobivanje relevantnih informacija je:						
1.	Televizija	1	2	3	4	5
2.	Internet	1	2	3	4	5
3.	Radio	1	2	3	4	5
4.	Društvene mreže	1	2	3	4	5
5.	Tiskani mediji	1	2	3	4	5
6.	Internetski novinski portali i magazini	1	2	3	4	5
7.	Ostalo	1	2	3	4	5
Ako ste naveli ostalo.						
Navedite što koristite: _____						
Na koji način na Internetu najčešće dolazite do traženih informacija za stjecanje svojih znanja ili proširivanje spoznaja?						
8.	Wikipedija	1	2	3	4	5
9.	Članci u novinskim portalima	1	2	3	4	5
10.	Znanstvene i stručne baze podataka	1	2	3	4	5
11.	Blogovi	1	2	3	4	5
12.	Ostalo	1	2	3	4	5
Ako ste naveli ostalo. Molim Vas navedite na koji način: _____ –						
Provjera vjerodostojnosti informacija koje pretražujem putem interneta.						

13.	Provjerim pouzdanost izvora	1	2	3	4	5
14.	Provjerim tko dijeli informacije	1	2	3	4	5
15.	Oslanjam se na vlastiti osjećaj	1	2	3	4	5
16.	Ne provjeravam vjerodostojnost izvora već samo tražim informaciju bez obzira na izvor	1	2	3	4	5
Važnost informacijske i medijske pismenosti za moj osobni i profesionalni rast i razvoj						
17.	Smatram da moje poznavanje informacijske i medijske pismenosti potiče razvoj kritičkog mišljenja.	1	2	3	4	5
18.	Smatram da će mi stečena znanja informacijske i medijske pismenosti omogućiti lakše zapošljavanje.	1	2	3	4	5
19.	Medijska i informacijska pismenost doprinosi mojim komunikacijskim vještinama.	1	2	3	4	5
20.	Medijska pismenost utjecala je na mene da mogu razviti kritički odnos prema sadržaju u medijima.	1	2	3	4	5
21.	Informacijska pismenost pridonosi razlučivanju točne od netočne informacije.	1	2	3	4	5

LIBROM
ALISTIBAINA

Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

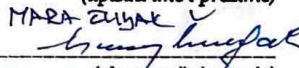
IZJAVA O AUTORSTVU

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, MARA ŽUJAK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ZNAČAJ IHPOLITIKO I NEPISANJE PISANJE 17 20 40 50 60 70 80 90 100 (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

MARA ŽUJAK

(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. 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.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.