

Kvantitativne i kvalitativne odlike medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja

Vučić, Đana

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:479428>

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

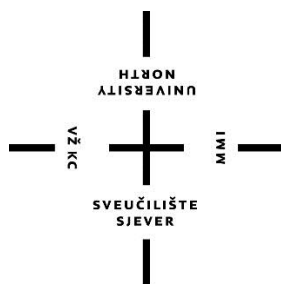
Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 7/PMM/2015

**Kvalitativne i kvantitativne odlike medijske
pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja**

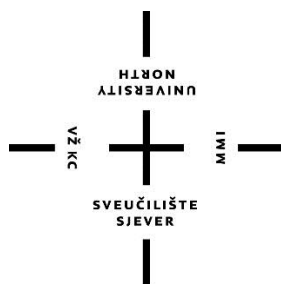
Student

Đana Vučić, matični br. 0155/2012.

Mentor

dr. sc. Dinka Kovačević, prof. v. š.

Koprivnica, rujan 2015. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za poslovanje i menadžment u medijima

Završni rad br. 7/PMM/2015

Kvalitativne i kvantitativne odlike medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja

Student

Đana Vučić, matični br. 0155/2012

Mentor

dr. sc. Dinka Kovačević, prof. v. š.

Koprivnica, rujan 2015. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za poslovanje i menadžment u medijima		
PRISTUPNIK	Đana Vučić	MATIČNI BROJ	0155/2012
DATUM	14. 09. 2015.	KOLEGIJ	Medijska pismen
NASLOV RADA	Kvantitativne i kvalitativne odlike medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja		
MENTOR	Dr. sc. Dinka Kovačević	ZVANJE	prof. visoke škole
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Izv.prof.dr.sc. Sead Alić, predsjednik Povjerenstva		
	2. Dr.sc. Dinka Kovačević, prof. visoke škole, mentorica		
	3. Doc.dr.sc. Franjo Maletić, član		
	4. Red.prof.dr.sc. Ljubica Bakić Tomić		
	5.		

Zadatak završnog rada

BRJ 7/PMM/2015

OPIS

Pojam medijske pismenosti definiran je na Konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija". Ovakav koncept medijske pismenosti polazi od medija kao pozitivnih izvora informacija i zabave za koje treba usvojiti ili osvijestiti teorijska znanja i pripadajuće vještine. Razvijena društva kontinuirano promoviraju strategije medijskog opismenijavanja. Ključni promotor je UNESCO koji je još '70-ih godina 20. stoljeća promovirao potrebu obrazovanja u području medija. Ideja je bila, a i danas je aktualna: uključiti medijski odgoj u obrazovne sustave svih razvijenih i manje razvijenih, zemalja. Od samih početaka koncept medijske pismenosti ili medijskog odgoja utemeljen je na komunikacijskim vrijednostima čija su uporišta temeljna ljudska prava.

U radu treba:

- Utvrditi suodnos kvantitativnih i kvalitativnih odlika medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja
- Navesti odlike medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja
- Istražiti pismenosti opstanka s posebnim osvrtom na medijsku pismenost
- Analizirati stanje medijske pismenosti u Hrvatskoj kroz anketno istraživanje u Koprivničko-križevačkoj županiji
- Definirati načela medijske pismenosti kao polazišta za uspješnu komunikaciju
- Vrednovati utjecaj pismenosti na kvalitetu komuniciranja na svim razinama

ZADATAK URUČEN



Predgovor

Ovaj završni rad zamišljen je kao doprinos nastojanjima da se medijskoj pismenosti u digitalnom dobu posveti više pozornosti. Sam rad temelji se na završetku jednog razdoblja u životu koji je bio pun smijeha, veselja, novih prijatelja, novih profesora koji su, ostavili pozitivan trag i tu je, svakako, nada za bolje sutra.

Ovim radom želi se predstaviti pojam medijske pismenosti, na koji način ikako ona danas utječe na samu percepciju pojedinca i društva u cjelini. Kroz rad se objašnjava i utjecaj masovne komunikacije na društvo.

Na kraju svog školovanja na Sveučilištu Sjever u Koprivnici želim se zahvaliti prije svega profesorima, ali i ostalom osoblju koje se angažiralo na stvaranju povoljnih uvjeta za rad i studiranje.

Najviše dugujem zahvalu profesorici Dinki Kovačević koja je pružila korisne povratne informacije i koja je pratila cijeli proces nastajanja završnog rada i svojim savjetima i entuzijazmom usmjeravala me kako da prevladam probleme koji su se pojavili prilikom istraživanja informacija, strukturiranja i komentiranja istih tijekom izrade završnog rada.

Sažetak

Kako bi lakše i brže komunicirali ljudi su se od samih početaka počeli služiti raznim predmetima, mimikom, crtežima i slikovnim pismom jer su željeli da njihove misli i poruke ostanu zapisane za buduće naraštaje. Jednostavno rečeno imali su oduvijek potrebu za usmenim i pisanim oblicima izražavanja. S tog se stajališta može govoriti o komunikaciji kroz povijest i na taj način pokazati koliko se današnji čovjek razlikuje od čovjeka, primjerice prije 100 godina. Važnu ulogu u obrazovnom procesu na svim razinama imaju višestruke pismenosti kao temeljni preduvjeti uspješne komunikacije u suvremenom digitalnom okruženju u kontekstu masovnih medija i masovne medijske publike. U takvom ozračju analiziraju se kvantitativne i kvalitativne odlike medijske pismenosti u kontekstu masovnog komuniciranja.

Ključne riječi: pismenost, medijska pismenost, masovno komuniciranje, medijska publika, promjene

Sadržaj

1. Uvod.....	5
2. Komunikacija kroz povijest	7
2.1. Komunikacija i njezine karakteristike.....	7
2.2. Masovno komuniciranje i masovni mediji	9
3. Pregled pismenosti kroz povijest	12
3.1. Oblici pismenosti	15
3.1.1. Medijska pismenost.....	16
3.1.2. Digitalna (virtualna) pismenost.....	17
3.1.3. Kulturalna pismenost	17
3.1.4. Informacijska pismenost	18
4. Medijska pismenost	20
4.1. Načela medijske pismenosti.....	22
4.2. Pismenost kao temeljni preduvjet uspješne komunikacije.....	24
5. Anketno istraživanje	26
5.1. Cilj anketnog istraživanja.....	26
5.2. Svrha istraživanja	26
5.3. Hipoteza	26
5.4. Uzorak ispitanika	27
5.5. Rezultati anketnog istraživanja	27
5.6. Zaključno o anketnom istraživanju	31
6. Zaključak.....	33
7. Literatura.....	34
Prilog	36
Anketni upitnik - Medijska pismenost u Hrvatskoj 2015	36

1. Uvod

Suvremeno društvo danas se ne može zamisliti bez medija masovnih komunikacija koji se, od svojega nastanka, šire sve brže i brže. Usporedno s tim procesom traju i javne rasprave o značajkama kao i funkcijama i utjecaju medija na sve brojniji auditorij. U medijima se prikazuju različiti sadržaji, ali najveći dio odnosi se na zabavu. Današnji mediji iz svih mogućih informacija stvaraju zabavan i privlačan sadržaj. Tako danas nije rijetka pojava da se i nasilje predstavlja kao jedan način zabave (igrice i crtani filmovi) te agresivni i nasilni crtani likovi djeci postaju omiljeni junaci i idoli. Neosporiv je utjecaj medija na društvo, osobito na djecu, a današnji mediji na sve moguće načine pokušavaju medijske sadržaje predstaviti zabavnima jer upravo je zabava najveći razlog zbog kojeg ljudi gledaju televiziju, slušaju radio, čitaju novine i koriste internet.

Glavna sastavnica rada je medijska pismenost bez koje ne bi bilo moguće razumjeti medije i njihove poruke koje svakodnevno okružuju i pojedinca i medijsku publiku kao zajednicu korisnika, odnosno konzumenata. Iz tih se razloga medije može nazvati „vjernim prijateljima i pratiteljima“ pojedinaca kroz svakodnevni život, a onda i društva u cjelini.

Cilj ovog završnog rada je istražiti koliko su ljudi danas upoznati s pojmom medijske pismenosti, kako je definiraju, jesu li dostatno medijski opismenjeni, na koji način komuniciraju s medijima i kako vrednuju sebe u medijskom okruženju sa stajališta medijski pismenog/manje pismenog korisnika medija i medijskih sadržaja.

U prvom poglavlju govori se o komunikacijskom razvojnom procesu, karakteristikama komunikacije i u tom kontekstu se predstavljaju masovno komuniciranje i masovni mediji.

U drugom poglavlju navode se povijesni podaci o razvoju pismenosti s posebnim pokazateljima kako se ona razvijala nekada i kakva je razina pismenosti danas. Posebno se predstavljaju oblici pismenosti kroz karakteristike ključnih „pismenosti opstanka“, bez kojih danas u vremenu suvremenih informacijsko-komunikacijskih

tehnologija ne bi bilo moguće kvalitetno funkcionirati u svim područjima ljudske djelatnosti.

Središnji dio završnog rada govori o medijskoj pismenosti odnosno pojmu, definiciji i, karakteristikama. Cilj rada je i provjeriti kolika je medijska opismenjenosti kako funkcionira njezina primjena u svakodnevnoj praksi. Za potrebe ovoga rada provedeno je online anketno istraživanje čiji se rezultati detaljno analiziraju i komentiraju u kontekstu obrazovnih programa, kompetencija i vještina.

U nastavku govori se o načelima medijske pismenosti i pismenostima općenito kao osnovnim preduvjetima za kvalitetnu dvosmjernu komunikaciju.

Na kraju su završna razmišljanja o zadanoj temi i popis korištene literature, kao i prilog, izvorni online anketni upitnik.

2. Komunikacija kroz povijest

Iako govor nije jedini oblik ljudskog komuniciranja, oduvijek je bio osnovni preduvjet i uvjet za razumijevanje i uspješno komuniciranje na relaciji čovjek-čovjek, grupa-grupa, masa-masa u međusobnoj razmjeni informacija uživo ili kroz pisanu komunikaciju. Prema brojnim i kontinuiranim istraživanjima ljudskih sposobnosti „psihološke pretpostavke za govor prvi put su se pojavile kod homohabilisa koji je živio prije 2.33 milijuna i 1.4 milijuna godina. Kako je „prvi govor“ bio vrlo jednostavan i bez sintakse, njegova upotreba potakla je povećanje mozga, čime i predispozicije za razvoj jezika sa sintaksom. Poboljšavajući glasovni aparat, čovjek je istovremeno poboljšavao mnoge druge oblike komunikacije pored jezične.“¹

Komunikacija je oduvijek dvosmjerni ili višesmjerni proces sporazumijevanja čije je ishodište bilo u znakovima i simbolima koji su u pozitivnom ili negativnom smislu izazivali reakcije sugovornika. „Danas se smatra kako znakovi imaju dvije osnovne funkcije: Funkciju prezentacije, koju imaju simboli te ekspresivnu funkciju, koju imaju signali.“² Čovjek u 21. stoljeću na poslovnom, obiteljskom, političkom ili nekom drugom aspektu, direktno ovisi o svojoj sposobnosti da dobro i vješto komunicira.

2.1. Komunikacija i njezine karakteristike

„Riječ komunikacija potječe od latinske riječi comunis, ae,f. što znači zajednički, odnosno communicare – učiniti, općiti, uopćiti. Jednostavno rečeno – komunicirati znači priopćiti, biti u vezi, spajati. Prema jednoj od mnogobrojnih definicija komunicirati znači dijeliti informaciju s drugima, u tom procesu sugovornici se međusobno obogaćuju. Informacija kojima su sugovornici obogaćeni

¹http://arhiva.medri.hr/katedre/Psijhijatrija/dokumenti_za_novosti/psiholoskirazvojcovjeka.pdf, dostupno 09.09.2015.

²<http://rss.archives.ceu.hu/archive/00001017/01/18.pdf>, dostupno 09.09.2015.

s drugima kroz govorni i kontaktni izričaj uz uvjet da svi od njih prilikom razmjene izrečenim misli i značenja tih misli ispravno interpretira, razumije i shvati primljenu informaciju, te da uzvratno odgovori na nju iz okoline kako bi se nesmetano odvijao tijek komunikacijskog procesa.³

Nije jednostavno točno odrediti pojam komunikacije. Najprihvatljivije shvaćanje jest kako je komunikacija uvijek aktivnost određenog organizma, iako neki autori zasnivaju svoje teorije na shvaćanju da se komunikacija ne odvija samo među živim bićima, već među pojavama i predmetima (npr. kada pada kiša, zemlja se natopi vodom i dolazi do komunikacije između pojave i žive prirode). Ipak, to ne znači kako je komunikacija privilegirana pojava u ljudskoj zajednici. Ovaj proces se odvija i među drugim živim bićima, npr. među životinjama, pticama...

„Sposobnost skupljanja i obrade informacija do određene mjere posjeduje svaki organizam, ali ta je sposobnost ograničena za različite vrste. Najrazvijenija je kod čovjeka i ona čini veliki dio ponašanja ljudi (prenošenje značenja, iznošenje ideja i iskustava, namjerno obznanjivanje određenih sadržaja...). Pri tome, ljudi često koriste različita tehnička sredstva, koja sama po sebi nisu komunikacija, već sredstva za njeno ostvarivanje.“⁴

Komunikacija između ljudi ne može se svesti samo na namjerno upućene poruke. Nju predstavljaju i nenamjerni izrazi lica ili stava, na koje neka druga osoba reagira, odnosno koji pokazuju nešto o toj osobi (npr. je li sretna ili žalosna). Prema mišljenju znanstvenika istraživača komunikacija se može najkraće i najjednostavnije definirati kao *interakcija putem znakova*. U tom smislu komunikacijski proces se ne može tumačiti ka jednosmjerni protok informacija jer, „samo obraćanje nekome ne znači da smo uspostavili uspješnu komunikaciju.“⁵

³M. Lamza-Maronić, J. Glavaš: Poslovno komuniciranje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2008., str., 8.

⁴http://www.ufri.uniri.hr/files/nastava/nastavni_materijali/razvojna_psihologija.PDF, dostupno 09.09.2015.

⁵https://bib.irb.hr/datoteka/559063.KOMUNIKACIJA_U_NASTAVI.pdf, dostupno 10.09.2015.

„U kontekstu komunikacije medij nije isto što i kanal. Medij ili kod se odnosi na način na koji je poruka kodirana. Misli možemo prevesti na različite kodove ili medije, primjerice govorne ili pisane riječi, različite znakove, boje, slike, mirise, materijale ili bilo koju kombinaciju spomenutog. Svakodnevna upotreba izraza „medij“ odnosi se na uglavnom komercijalne masovne komunikacije kao što su televizija radio i novine. Ono što većina ljudi zove 'medijem', komunikacijski teoretičari smatraju 'kanalom'.⁶

2.2. Masovno komuniciranje i masovni mediji

Suvremeni život u današnjim uvjetima ne može se odvijati bez procesa masovnog komuniciranja na svim razinama društva. Mediji su posvuda oko nas, npr. ako ne gledamo televiziju, surfamo na internetu, ako nismo na internetu, slušamo radio ili listamo novine, čitamo knjigu, pregledavamo magazine... Radio i televizija danas predstavljaju jedan od glavnih izvora informacija u svakodnevnom životu na razini individualnog korištenja. Na istoj razini funkcioniraju pametni telefoni, tableti i laptopi koje ljudi svakodnevno koriste tijekom obavljanja poslova i u trenucima opuštanja, odnosno rekreacije tijela i duha. Navedeni „alati“ omogućuju brži, efikasniji i kontinuirani pristup svim novim informacijama iz svijeta, zemlje i neposrednog okruženja. U ovim oblicima informiranja i komuniciranja danas uvelike su zaslužne na prvom mjestu društvene mreže koje slijede još uvijek aktualni klasični mediji.

Osim zabave i informiranja, danas milijuni ljudi zarađuju putem interneta, npr., postavljanjem video snimke na YouTube, pisanjem blogova o hrani, umjetnosti, modi ili prodajom automobila i osobnih stvari putem online site-ova.

Mediji su danas prenositelji i proizvođači poruka. Osim navedenog, oni daju i smisao porukama pa su na taj način posrednici svakodnevnih zbivanja u stvarnom svijetu. Središnja funkcija medija je biti informativni posrednik na relaciji poruka-

⁶M. J. Rouse, S. Rouse: Poslovno komuniciranje, Masmedia, Zagreb, 2005., str., 43.

korisnik/konzument. Svakako treba spomenuti i ulogu socijalizacije, integracije, kao i političku i ekonomsku funkcija.

„Masovna komunikacija obuhvaća tisak, radio, televiziju i znači javan (nema ograničenja recipijenta), indirektan (postoji prostorna ili vremenska distanca među komunikacijskim partnerima) prijenos izjava uz pomoć tehničkih sredstava (medij) koji se zbiva jednostrano (nema promjene uloga između pošiljatelja i primatelja), usmjeren je na disperzivnu publiku (sadržaj se ne percipiraju zajedno nego u različitim situacijama).“⁷

„Tehnološki napredak neprestano pomiče granice korištenja masovnih komunikacija. Masovno komuniciranje počelo je novinama koje su do danas ostale jedna od najvažnijih masovnih medija i uza sve teškoće s kojima se susreću, preživjele su nove, uvijek atraktivnije masovne medije kao što su radio, televizija i danas Internet.“⁸

„Ako je početak masovnog komuniciranja bio tada kada su novine postale nezaobilazan izvor informiranja, gdje je kraj masovne komunikacije? Izvjesno je da današnji mediji koji se temelje na primjeni računalne tehnologije i umrežavanju nisu zadnja riječ suvremene tehnologije. Svakog danas nas iznenadi neko poboljšanje, neka do sada nepoznata mogućnost, neki novi gadget. Kraj je teško predvidjeti i stoga što se tehnologija ne razvija skokovito, već ima svoju stalnu uzlaznu putanju, a komercijalna promjena je ona koja čini bum na tržištu.“⁹

Masovna komunikacija se, prema mišljenju većine teoretičara, ne može zbivati bez masovnih medija.

„Masovna komunikacija podrazumijeva „institucije i tehnike uz pomoć kojih specijalizirane skupine primjenjuju tehnološka sredstva kako bi diseminirale simboličke sadržaje raznorodnom i široko rasprostranjenom auditoriju. Definicija masovne komunikacije implicira i definiciju masovnih medija. Kažemo da su to društvene institucije koje nepristrano, trenutačno i javno posreduju velik broj

⁷M. Kunczik: Masovni mediji i njihov utjecaj na društvo, u S. Malović (ur.), Masovno komuniciranje, Golden marketing-Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever, Zagreb 2014., str. 21.

⁸Ibid, str.55.

⁹Ibid, str.56.

informacija velikom, heterogenom i raznovrsnom građanstvu. Uloga masovnih medija je informirati, educirati i zabaviti. Unatoč novim tehnologijama i promjenama javne komunikacije, za masovne medije institucija ostaje ključan pojam. Masovni mediji su institucije, zakonski reguliran izvor informiranja, a sukladno tome i pošiljatelji poruka djeluju u okviru institucionalno određenih uloga, sukladno etičkim kodeksima, zakonima, pravilnicima¹⁰

Zaključno o komunikaciji i komunikacijskim procesima može se reći i naglasiti njihov izniman doprinos u nastajanju klasičnih i suvremenih medija, medijskih procesa i medijskih industrija u svekolikom razvoju čovjeka kao pojedinca i na kraju društva u svim oblicima i načinima djelovanja.

¹⁰N. ZgrabljićRotar, Digitalno doba, Masovni mediji i digitalna kultura, udžbenici Sveučilišta u Zadru, Zadar, 2011. , str. 32.

3. Pregled pismenosti kroz povijest

„Latinsku i grčku pismenost poučavali su učitelji u javnim školama ili kod bogatih obitelji (privatno u kući) gdje su nastavi prisustvovala zajedno gospodareva djeca i djeca kućnih robova. Ovaj drugi dio obrazovanja je bio znatno rašireniji, dok su djeca običnih ljudi, osobito djevojčice ostajala neškolovana budući da školovanje nije bilo obavezno. Učenici su pisanje vježbali na ulomcima keramike ili na povoštenim drvenim tablicama, urezujući slova iglom i brišući ih plosnatim krajem igle. Tablice su također korištene u poslovnim uredima i privatnim gospodarstvima za bilježenje računa i rokova. Obrazovani ljudi koji su sudjelovali u gradskoj upravi pisali su knjige, pjesme i govore na svicima papirusa ovijenim oko drvene palice, a korišteni su i listovi od uglačane kože koji su uvezivani u knjige. Na papiru i pergamentu pisalo se perom od metala ili od trske i tintom koja se po potrebi mogla oprati.“¹¹

„Što se tiče Hrvatske na tlu Vinodola nađeni su prvi pisani materijali na hrvatskom jeziku koji su tada imali veliki značaj, a danas imaju veliku povijesnu vrijednost za hrvatski jezik. Najpoznatiji hrvatski pisani spomenik na glagoljici je Bašćanska ploča. Ona je izvorna pregrada ili paravan koja je dijelila puk od svećenstva. Predstavlja značajan izvor o postojanju hrvatskog naroda, jezika i razvitka.“¹²

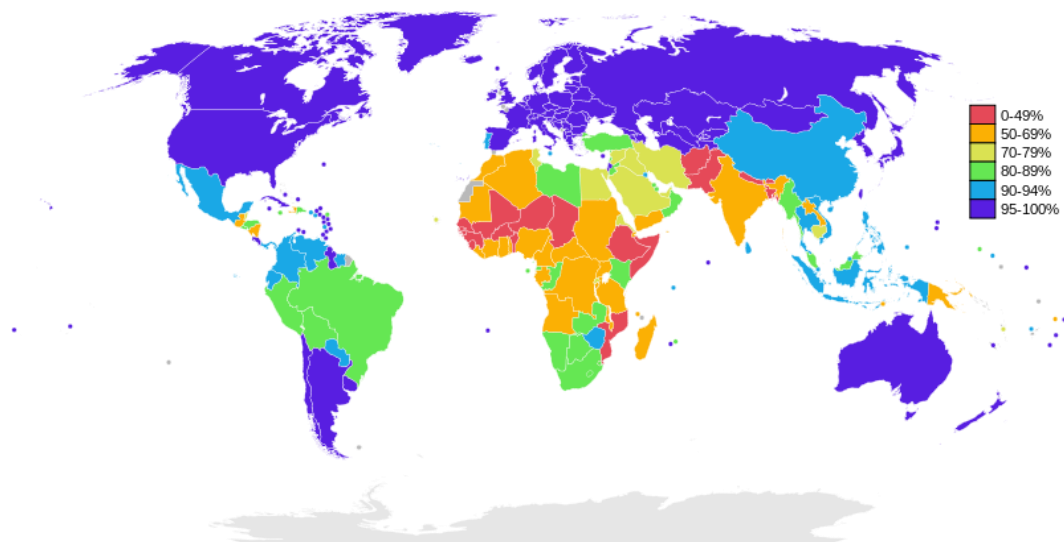
Govoriti danas o pismenosti znači i spomenuti podatke koji govore kako je „oko 82% svjetske populacije pismeno. U Hrvatskoj pismeni čine 98,1% stanovništva, što je svrstava na 5. mjesto. U svijetu je dana jedna od 5 osoba nepismena, a 2/3 od toga su žene. 75 milijuna djece ne idu u školu.“¹³ Od navedenih 98,1% pismenih u Hrvatskoj njih 99,3% su muškarci, a 97,65 su žene.

¹¹http://free-bj.t-com.hr/logoped/materijali/pismen_cip.htm, dostupno 24.06.2015.

¹²http://free-bj.t-com.hr/logoped/materijali/pismen_cip.htm, dostupno 24.06.2015.

¹³<http://www.cjelozivotno-ucenje.hr/me%C4%91unarodni-dan-pismenosti.aspx>, dostupno 24.06.2015.

Na slici koja slijedi prikazuju se podaci o pismenosti na globalnoj razini prema podacima rađenim u 2007. godini S obzirom na odmak od 8 godina, danas je situacija u pozitivnom smislu puno bolja.



Slika 1.1. Prikaz pismenosti u svijetu

Izvor: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Pismenost>, dostupno 24.06.2015.

Pismenost je danas jedna od najvažnijih kompetencija za što bolje snalaženje na svim razinama društva. Treba staviti naglasak na njegovu važnost za svakog pojedinca, ali i za cijelo društvo u samom digitalnom okruženju i zato „UNESCO sugerira da je razvoj društva i pojedinca nemoguć bez posjedovanja vještina bitnih šest vrsta pismenosti. U pismenosti opstanka uvrštava sljedeće:

- Osnovna pismenost
- Računalna pismenost
- Medijska pismenost
- Obrazovanje na daljinu i e-učenje

- Kulturalna pismenost
- Informacijska pismenost¹⁴

„Osnovna i računalna pismenost jasna je sama po sebi , a što je s ostalim pismenostima? Medijska pismenost obuhvaća pristup medijima, njihovo razumijevanje i kritički pristup sadržajima. Obrazovanje na daljinu i e-učenje obuhvaća niz vještina potrebnih za učenje u online okruženju. Odnosi se na sposobnost korištenja elektroničkih sustava za učenje na daljinu. Kulturalna pismenost prema tumačenju UNESCO podrazumijeva znanje kako zemlje, religije, etničke grupe, tradicionalna vjerovanja, simboli, običaji i oralna tradicija utječu na stvaranje, spremanje, zaštitu, arhiviranje, postupanje s informacijama te širenje informacija i znanja korištenjem tehnologija. Informacijska pismenost je najsloženija od navedenih pismenosti jer sadrži elemente svih prethodnih. Informacijska pismenost se poučava u školi i knjižnici, a postoji nekoliko standarda koji daju okvir za poučavanje. UNESCO govori o 11 faza informacijske pismenosti:

- svijest o informacijskoj potrebi
- sposobnost definiranja informacijske potrebe koja nastane kada treba riješiti problem ili donijeti odluku
- sposobnost otkrivanja postoji li potrebna informacija ili ne
- sposobnost pronalaženja potrebne informacije ako ona postoji
- sposobnost kreiranja potrebne informacije koja je nedostupna (tzv. stvaranje novog znanja)
- razumijevanje pronađene informacije ili znanje o tome gdje potražiti pomoć
- sposobnost organiziranja, analize, interpretacije i evaluacije informacije te vrednovanje izvora
- sposobnost prijenosa i prezentacije informacije drugima pomoću primjerenih medija
- znanje kako iskoristiti informaciju za rješavanje problema ili donošenje odluke

¹⁴http://os-mursko-sredisce.skole.hr/knjiznica?news_id=91, dostupno 08.09.2015.

- znanje o tome kako zaštititi, spremi, zapisati i arhivirati informaciju za ponovno korištenje
- znanje o tome kako postupiti s informacijom kad više nije potrebna ili kako zaštititi informaciju od zlouporabe¹⁵

Agencija za obrazovanje odraslih je u povodu Međunarodnog dana pismenosti 8. rujna 2015. održala tribinu pod nazivom „Pojam pismenosti u 21. stoljeću“. Tom prigodom v.d. ravnatelja Agencije za obrazovanje odraslih Mile Živčić, u kontekstu važnosti pismenosti istaknuo je sljedeće: „Pismenost je jedan od najvećih izazova našeg društva jer bez nje ne možemo podizati niti elementarne, a kamoli kompleksnije društvene i gospodarske razine. Bez obzira na to kako definiramo pismenost, potrebno je naglasiti da je ona samo jedan od segmenata cjeloživotnog učenja i kao takva jedan je od preduvjeta za stvaranje društva znanja, razvoja tolerancije, multikulturalnosti i, u konačnici, uspješnije sudjelovanje na tržištu rada“¹⁶

Na istom skupu govorilo se o pismenostima 21. stoljeća „ koje uz vještine pisanja, čitanja i računanja, uključuje i osposobljenost za čitanje s razumijevanjem, vještine komuniciranja, znanja stranih jezika i korištenja suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, koje omogućuju kvalitetno razumijevanje prirodnih i društvenih zbivanja, osposobljenost za rješavanje problema, vještine i spremnosti za timski rad, prihvaćanje drugih i drugačijih te osposobljenost za trajno učenje.“¹⁷

3.1. Oblici pismenosti

U današnjem vremenu u kojem postoji dugačka ljestvica vrsta pismenosti iskristalizirale su se one koje su važne u digitalnom dobu. „U svom dokumentu posvećenom pismenostima 21. stoljeća UNESCO, naglašavajući njihovu važnost za pojedinca i društvo u digitalnom okruženju, naziva ih pismenostima opstanka,

¹⁵ http://os-mursko-sredisce.skole.hr/knjiznica?news_id=91, dostupno 08.09.2015.

¹⁶ <http://www.asoo.hr/default.aspx?id=755>, dostupno 08.09.2015.

¹⁷ Ibid

preživljavanja (survival literacies), sugerirajući time da je razvoj društva i pojedinca nemoguć bez posjedovanja vještina bitnih šest vrsta pismenosti (Horton, 2007.). U pismenosti opstanka uvrštava sljedeće:

1. Osnovna pismenost
2. Računalna pismenost
3. Medijska pismenost
4. Obrazovanje na daljinu i e-učenje
5. Kulturalna pismenost
6. Informacijska pismenost¹⁸

Svaka od ovih pismenosti pojedinačno važna je, a sve one zajedno kao skup potrebnih znanja i vještina pomažu svakom pojedincu da se na što jednostavniji i kvalitetniji način obrazuje i kasnije kvalitetno i kompetentno obavlja različite stručne poslove.

3.1.1. Medijska pismenost

Prema navedenom jedna od najvažnijih pismenosti 21. stoljeća je medijska pismenost. „Pojam medijske pismenosti konačno je definiran na američkoj konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine te je ona određena kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.“¹⁹ Medijska pismenost je glavna tema ovog završnog rada te će se ona kasnije detaljno razraditi.

¹⁸ http://os-mursko-sredisce.skole.hr/knjiznica?news_id=91 , dostupno 09.09.2015.

¹⁹ http://www.zbornica.com/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=250&Itemid=108 , dostupno 09.09.2015.

3.1.2. Digitalna (virtualna) pismenost

„Digitalna pismenost odnosi se na sposobnost čitanja i razumijevanja hiperteksta ili multimedijских tekstova, a uključuje razumijevanje slika, zvukova i teksta dinamičkog nesekvencijalnog hiperteksta.

Iako većina autora o digitalnoj pismenosti govori u odnosu na informacije dostupne putem Interneta, koncept se odnosi i na digitaliziranu građu, koja je primjerice dostupna u knjižnicama.

Konkretnе vještine obuhvaćene ovim terminom uključuju donošenje suda o online izvorima, pretraživanje Interneta, upravljanje multimedijalnom građom, komuniciranje putem mreže.²⁰

Kompetencije i vještine digitalne pismenosti danas se prakticiraju „na svakom koraku“ u gotovo svim svakodnevnim aktivnostima na svim razinama, od učenja, razonode, planiranja, rješavanja problemskih pitanja... na internetu je dostupno mnoštvo informacija koje svi mogu konzumirati, od novina, knjiga, raznih tekstova, do videosnimki u vrijeme kada odgovara svakom konzumentu pojedinačno.

3.1.3. Kulturalna pismenost

„Kulturalna(multikulturalna) pismenost obuhvaća znanje i razumijevanje kako tradicija, vjerovanja, simboli, ikonografija i tradicionalna sredstva komunikacije (oralna komunikacija) korištenjem tehnologija utječu na kreiranje, spremanje, postupanje, prenošenje, zaštitu i arhiviranje informacija i znanja – kako kulturni čimbenici utječu na efikasno korištenje informacijskih tehnologija.“²¹

²⁰<http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1>, dostupno 25.07.2015.

²¹http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6VLBw4iHse0J:www.nsk.hr/wp-content/themes/nk/savjetovanje2011/Ivanka_Stricevic.ppt+&cd=1&hl=hr&ct=clnk&gl=hr, dostupno 02.09.2015.

Kulturalna pismenost se shvaća kao pismenost različitih kultura, etičkih pripadnosti, jezika, vjerske opredijeljenosti pojedinaca koji žive na istom području, ali ne dolaze u međusobne kontakte.

3.1.4. Informacijska pismenost

„Koncept informacijske pismenosti stasao je usporedno s napretkom informacijske i komunikacijske tehnologije u ranim 70-ima 20. st., a termin prvi put 1974. godine koristi Paul Zurkowski, u tom razdoblju čelna osoba američke informacijske industrije, definirajući informacijsku pismenost kao učinkovito korištenje informacija u kontekstu rješavanja problema „²²

Informacijska pismenost odnosi se na razvijene vještine brzog pronalaženja potrebnih informacija u određenom trenutku, učinkovito korištenje u svrhu proširivanja znanja i stjecanja novih istraživačkih vještina. Važnost ove pismenosti je iznimna jer je ona polazište za rast i razvoj ostalih pismenosti opstanka.

„Informacijska opismenjenost je ključ za postizanje uspjeha u okružju prožetom informacijskim tehnologijama, da je preduvjet produktivnosti u demokratskom društvu te da omogućuje snalaženje u promjenljivoj okolini. Sve definicije informacijske pismenosti sadržavaju sljedeće elemente:

- sposobnost učinkovitog traženja informacija
- upućenost pri odabiru i vrednovanju informacija
- lakoća i lagodnost korištenja širokog raspona medija
- svijest o problemu pouzdanosti i vjerodostojnosti informacija
- učinkovitost prenošenja informacija drugima.“²³

Iz navedenih smjernica informacijske pismenosti mogu se iščitati njezine ključne kompetencije, potrebne za cjeloživotno obrazovanje koje su „polazišta suvremenih

²² <http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1>, dostupno 25.072015.

²³ Ibid

nacionalnih prosvjetnih politika i međunarodnih dokumenata iz područja obrazovanja kao jedan od raznovrsnih oblika opismenjivanja za 21. st. Uz informacijsku pismenost učestalo se susreću termini poput računalne, medijske, internetske ili digitalne pismenosti, pri čemu valja podsjetiti da je riječ o doduše srodnim, ali različitim konceptima. U koncepte suvremene pismenosti, osim informacijske ubraja medijsku, knjižničnu, informatičku i digitalnu pismenost definirajući svaku posebno.²⁴

²⁴<http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1>, dostupno 25.07.2015.

4. Medijska pismenost

„Pojam medijske pismenosti definiran je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao 'sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija'. Ta je definicija usmjerena na koncept medijske pismenosti koji polazi od medija kao pozitivnih izvora informacija i zabave, a za njih treba usvojiti ili osvijestiti mnoga različita znanja i vještine. Razvijeniija društva ne ostavljaju pojedincima da se samostalno brinu i nesustavno snalaze u stjecanju tih znanja, nego potiču različite društvene strategije medijskog opismenjavanja, slijedeći pozitivne međunarodne primjere i preporuke. UNESCO je još sedamdesetih godina prošloga stoljeća potaknuo pitanje obrazovanja za medije. Temeljeći ideju na važnosti koju mediji imaju u životu pojedinaca i obitelji, zatražili su da se na međunarodnoj razini sastanu znanstvenici kako bi istražili načine uključivanja medijskog odgoja u obrazovne sustave svih razvijenih, pa i manje razvijenih, zemalja. Od potpisivanja Deklaracije o medijskom odgoju 1982. godine do danas, koncept medijske pismenosti ili medijskog odgoja donekle se mijenjao, ali je ostao utemeljen na osnovnoj ideji – komunikacijskim pravima koja proistječu iz osnovnih ljudskih prava što su zajamčena dokumentima međunarodne zajednice, ponajprije Poveljom Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima (1945) i Europskom konvencijom o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950).“²⁵

„Medijska pismenost je skup gledišta koje u korišćenju medija aktivno primjenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo.“²⁶

„Rađanje ideje o medijskoj pismenosti kao konceptu vezujemo za rane sedamdesete godine prošlog stoljeća kad nekolicina inovativno motiviranih mladih pedagoga, nastavnika, na stručnim skupovima školskih okruga u SAD-u, neovisno jedni o drugima, potiče raspravu o jedinstvenu pristupu provedbi nastave iz predmeta koji nije dio obvezna kurikuluma, prvotno poznatog pod nazivom „teachingmedia“. Zapravo je riječ o svojevrsnoj distrikciji od pojma medijska kompetencija koja se

²⁵<http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismmed.pdf>, dostupno 24.06.2015.

²⁶J. Potter: Medijska pismenost, Multimedia,Clio, Beograd, 2011., str. 47.

često rabi u svim znanstvenim disciplinama i diskursima, ali i kao svojevrsna pomodna krilatica u svakodnevnu govornom jeziku.²⁷

Medijska pismenost predstavlja se kao umijeće snalaženja u društvu u kojem funkcioniraju masovna kultura i masovni mediji. U tom okruženju funkcionira i medijska publika, okružena medijima i njihovim svakodnevnim izvorom/vrtlogom novih informacija kojih je u svakoj sekundi sve više i više. Još jedan razlog više zašto je potrebno dobro poznavati svaki medij pojedinačno i biti medijski pismeni.

Medijski pismen znači biti i medijski osviješten, odnosno znati kako se služiti medijskim informacijama, kako ih razumjeti, iskoristiti i vrednovati učinke svoga rada. Kako smo kao pojedinci svakodnevno izloženi velikom mnoštvu različitih sadržaja koje posreduju mediji, sami moramo odlučiti što ćemo prihvatiti, a što ne.

„Medijsko opismenjavanje građana u digitalnom dobu postalo je jednim od ključnih koncepta suvremenog obrazovanja. Medijska pismenost je put prema kulturi interaktivne javne komunikacije. U svim dijelovima društvene prakse kao što su obrazovanje, kultura, politika, javne uprave. Medijska pismenost izgradit će zahtjevnije građane i kreativnije sudionike javne komunikacije koji mogu pridonijeti kvaliteti novih medijskih izričaja.“²⁸

Kako bi provjerili što ljudi zapravo misle o medijskoj pismenosti i samim utjecajima kojima smo izloženi, napravljena je anketa pod naslovom Medijska pismenost u Hrvatskoj, gdje se pokazalo što je za ljude sama medijska pismenost i koliko su ljudi zapravo medijski opismenjani.

²⁷F. Maletić: Medijska pismenost, u S. Malović (ur.), Masovno komuniciranje, Golden marketing-Tehnička knjiga, Sveučilite Sjever, Zagreb 2014., str., 139.

²⁸N. ZgrabljicRotar, Digitalno doba, Masovni mediji i digitalna kultura, udžbenici Sveučilišta u Zadru, Zadar, 2011., str.31.

4.1. Načela medijske pismenosti

Suvremena tehnologija označava kontinuitet novih mogućnosti u medijskoj industriji i u skladu s tim stvaraju se i novi zahtjevi povezani s novim, inoviranim programima za obrazovanje medijskih korisnika. Zahtjevi su opravdani jer uz računala, u obrazovni krug potrebno je uključiti sve medije: televiziju, novu DVD tehnologiju, digitalne fotoaparate i kamere, digitalne radijske prijamljke, satelitske programe i široku lepezu suvremenih mobitela, tableta... svi oni zajedno su u svakodnevnoj upotrebi koja je upitne kvalitete i nedostatnog znanja. Ono što je potrebno jesu određena znanja o tehnologiji i načinu korištenja, što posljedično uključuje kontinuitet medijskog opismenjavanja. Interaktivna televizija i online radio, kao inovirani oblici klasičnog radija i televizije zahtijevaju nova znanja jer se i oni prilagođavaju novim zahtjevnim potrebama korisnika, što govori o cjeloživotnom učenju i stručnom usavršavanju. Uz navedeno ne smiju se zaboraviti pametni mobiteli i telefoni koji svakodnevno povećavaju broj svojih usluga i postaje i na taj način promiču načinom ljudsku komunikaciju na višu razinu. Uzalud je Nokia stvorila slogan: "Osoba koja je najvrjednija vaše komunikacije, jest ona koja je pokraj Vas!" - današnje vrijeme sve je više vrijeme komunikacije na daljinu – a mediji su u tome odigrali najveću ulogu. Osim tehnološkog medijskog opismenjavanja, suvremeni koncept medijske pismenosti sadržava i sljedeća načela:

29

- **Nije dovoljno u procese učenja uključiti samo najnovije medije.**

„Medijska pismenost znači učiti i proučavati o svim medijima – tisku, televiziji i radiju, od samih početaka do danas, način na koji funkcioniraju, tko kontrolira i posjeduje same medije, kakva je koncentracija medijskog vlasništva i njezine posljedice.

²⁹<http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismed.pdf>, dostupno 24.06.2015.

Funkcija medija je društvena odgovornost, djelovanje u interesu javnosti i potreba pojedinaca, društva u cjelini i posebice manjih i slabijih skupina, kao što su djeca, pa u tom smislu moraju promovirati raznovrsnost i kvalitetu programa.³⁰

- **Mediji nisu ni štetni ni korisni,**

„Iako se javnost najčešće bavi opasnom i štetnom stranom medija, pretjeranim nasiljem, pornografijom, stereotipima, senzacionalizmima i žutilom, oni mogu biti i koristan izvor zabave i informacija. Oba načina utječu za društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta djece i odraslih osoba, pa i nacionalnih identiteta.“³¹

- **Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili.**

„Mediji imaju važnu ulogu u životu obitelji i djece, pa bi roditelji trebalo preispitati svoje medijske navike i navike svoje djece, te će na taj način volje razumjeti same medije i lakše će komunicirati sa djecom i razmijeniti njihove potrebe i slično.

Djeca provode u prosjeku 3 do 4 sata dnevno uz televiziju i druge medije, dakle najveći dio slobodnog vremena, a nemaju oblikovan kritički odnos prema medijskim sadržajima, te su podložnija i više izvrgnuta njihovim štetnim posljedicama. Razgovor s djecom je važan, jer "proces za uspostavu pune odgovornosti za medijsko okruženje prikladno djetetu uključuje razvijanje partnerstva i suradnje za djecu i s djecom", ističe se u naporima međunarodnih stručnjaka za uključenu djece u procese demokratizacije društva.³²

³⁰Ibid

³¹<http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismmed.pdf> ,dostupno 24.06.2015.

³²Ibid

- **Medijska pismenost osim reflektivne razine, potiče i produktivnu razinu**

„Djecu je važno potaknuti i omogućiti im rad s medijima, kod kuće ili u školi, omogućiti im razumijevanje medija, medijskih politika, ekonomske produkcije i slično. U tome škole imaju veliku ulogu, jer organiziranjem raznih radova u školskim novinama, djecu je važno potaknuti i osigurati im rad ili suradnju sa nekim televizijskim ili radijskim kućama, te ih na taj način pomalo pripremati na izazove i opasnosti koje nudi sam internet.“³³

- **Države su u svojim medijskim, kulturnim i obrazovnim politikama dužne poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece.**

„Također su pozvane poštovati i primijeniti međunarodne preporuke i deklaracije koje, na temelju istraživanja medija i medijskih utjecaja, predlažu najbolja zakonska rješenja i potiču međunarodnu znanstvenu suradnju te obrazovnu politiku koja će otvoriti put medijskom opismenjavanju na svim obrazovnim razinama.“³⁴

4.2. Pismenost kao temeljni preduvjet uspješne komunikacije

U ljudskoj je prirodi oduvijek bila potreba za komuniciranjem, izražavanjem vlastitih misli i osjećaja, razmjenom iskustava, zapisivanjem i crtanjem. Ovom popisu nedostaju umjetničko i kreativno izražavanje i konstantna potreba ostaviti sve ono dobro budućim generacijama, odnosno zapisati u obliku rukopisnih bilježaka ili ozbiljnijih oblika - knjiga, članak, slika, notni zapis... Tako je nastalo pismo, čijim su se razvojem sve misli, nove ideje i želje mogle i ostvariti do današnjih dana.

„Prema nekim starijim podacima, pismenost je pojam koji se odnosi na poznavanje pisma, umijeće čitanja i pisanja. Danas pismenost ima malo drugačiju ulogu. Više nije dovoljno sve navedeno nego nam je i potrebna informatička pismenost. Kao vještina, pismenost je nekada bila potrebna samo onim ljudima koji se školuju, a danas je potrebna baš svima. Ona je postala jedan od najvažnijih

³³Ibid

³⁴Ibid.

atributa za postizanje različitih osobnih ciljeva i za obavljanje uloga u školi, na radnom mjestu, u obitelji i u društvu. Razina pismenosti utječe na: stjecanje naobrazbe, mogućnost zaposlenja, uspješnost na radnom mjestu, kvalitetu života, zdravstvenu prosvjećenost, korištenje slobodnog vremena, opću naobrazbu.³⁵

³⁵http://free-bj.t-com.hr/logoped/materijali/pismen_cip.htm, dostupno 24.06.2015.

5. Anketno istraživanje

Anketno istraživanje *Medijska pismenost u Hrvatskoj 2015* provedeno je u sklopu završnog rada. Anketni upitnik je strukturiran u online obliku i ispitanici koji će se uključiti u ovo istraživanje su anonimni online korisnici. Istraživanje (anketa) provodi se metodom internetskog anketiranja ispitanika na području Koprivničko-križevačke županije.

5.1. Cilj anketnog istraživanja

Ovo istraživanje ima dva osnovna cilja:

- Prvi cilj je prikupljanje informacija o razumijevanju pojma medijska pismenost, kroz odgovor na pitanje: Koliko ste ljudi zapravo upoznati s pojmom medijska pismenost?
- drugi cilj je dobiti stvarne pokazatelje o medijskoj pismenosti u praksi kroz odgovore na pitanja: Koliko su ljudi zaista medijski opismenjeni? i Što oni misle o svojim medijskim kompetencijama i vještinama?

5.2. Svrha istraživanja

Osnovna svrha ovako strukturiranog istraživanja je dobiti povratne informacije iz neposredne svakodnevne prakse o razvijenosti, odnosno stupnju usvojenih kompetencija i vještina u jednoj od ključnih pismenosti u 21. stoljeću - medijskoj pismenosti.

5.3. Hipoteza

Na temelju dva cilja i svrhe istraživanja može se postaviti sljedeća hipoteza:

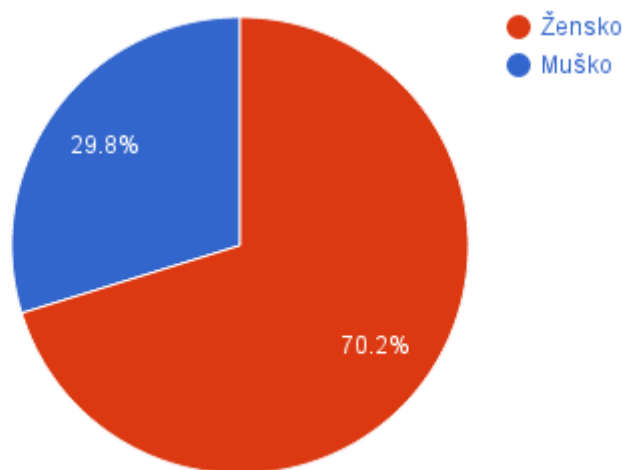
- Medijska pismenost i medijsko obrazovanje, kao ključne sastavnice cjeloživotnog učenja i usavršavanja, imaju odgovarajuće mjesto u društvu kroz obrazovne programe na svim razinama obrazovanja u Koprivničko-križevačkoj županiji

5.4. Uzorak ispitanika

Online anketom obuhvaćen je uzorak od 94 ispitanika koji su odgovorili na 6 pitanja. Prvi dio pitanja odnosi se na dob i spol ispitanika. Drugi dio odnosi se na poznavanje medijske pismenosti i kada bi po njihovom mišljenju trebalo početi razvijati medijsku pismenost. Posljednji dio pitanja odnosi se na to koliko su sami medijski pismeni i ako bi imali mogućnost usavršavanja ili dodatnih prekvalifikacija, koji dio medijske pismenosti bi odabrali.

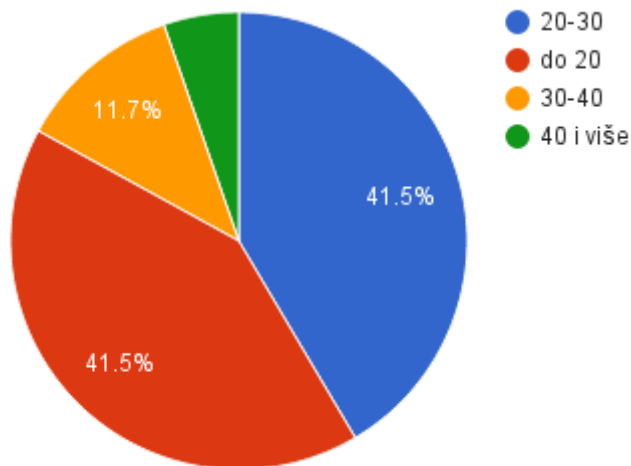
Anketa će biti dostupna online 24 sata te se u tom razdoblju planira prikupiti relevantan broj odgovora ispitanika. Od ispitanika se traži da izaberu jedan od više ponuđenih odgovora. Ispod svakog grafikona neće se navoditi izvor podataka jer je ovo vlastito istraživanje, kao i obrada podataka.

5.5. Rezultati anketnog istraživanja



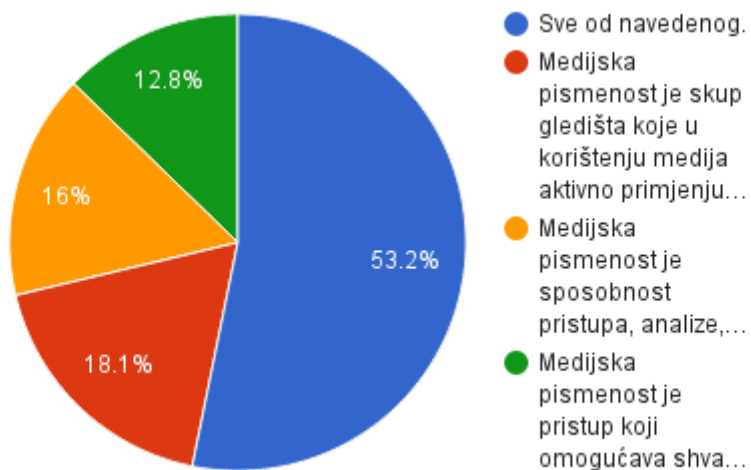
Grafikon 5.1. Spol ispitanika

Istraživanje je uključilo 70,2% osoba ženskog spola, odnosno 66 ispitanica i 29,8% osoba muškog spola, odnosno 28 ispitanika.



Grafikon 5.2.*Dob ispitanika*

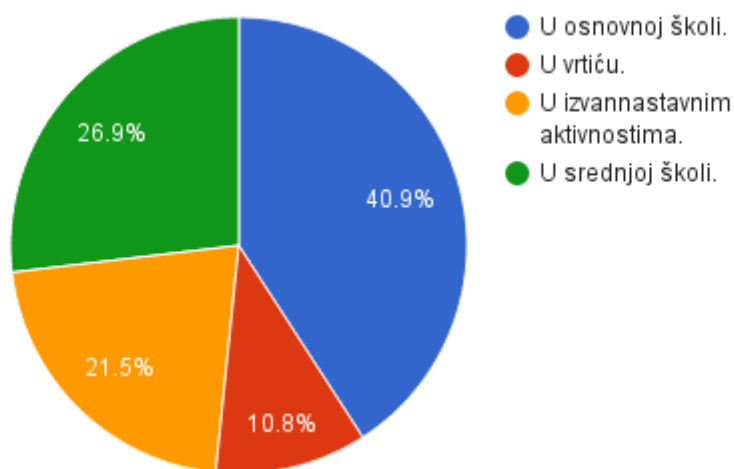
Istraživanju su prisustvovala 4 različite dobne skupine: do 20 godina -39 osoba; 20-30 godina -39 osoba; 30-40 godina -11 osoba 40 i više godina -5 osoba.



Grafikon 5.3.*Medijska pismenost*

U odgovoru na pitanje: *Što je za Vas medijska pismenost?* navedene su tri definicije medijske pismenosti, ispitanici su odlučili sljedeće: njih 17, odnosno 18,1% misle da je **Medijska pismenost skup gledišta koje u korištenju medija**

*aktivno primjenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo; njih 16, odnosno 16% misle da je **Medijska pismenost sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija**; njih 12, odnosno 12,8% misle da je **Medijska pismenost pristup koji omogućava shvaćanje uloge medija u društvu, te upućuje na osnovne vještine za analizu i kreaciju medijskih poruka**;49, odnosno 53,2 % misle da je medijska pismenost **Sve od navedenog**.*

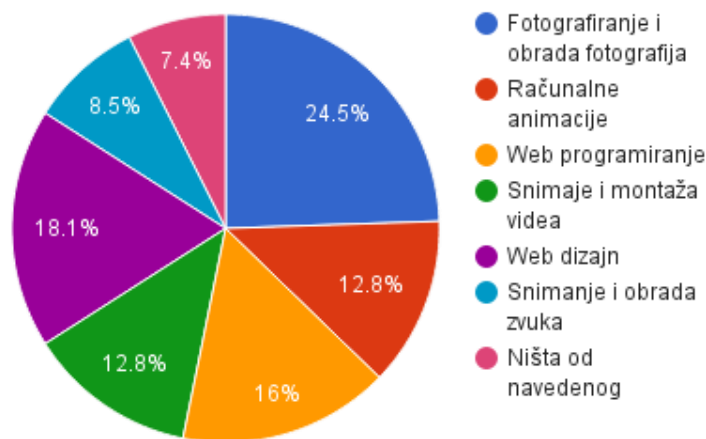


Grafikon 5.4. Razvoj medijske pismenosti

Sljedeće pitanje odnosilo se na to *Kada i gdje razvijati medijsku pismenost?* Ispitanici su ovako odgovorili: medijsku pismenost treba razvijati **U osnovnoj školi** misli 40,9% ispitanika, odnosno 54, njih 10, odnosno 10,8% misli da medijsku pismenost treba razvijati **U vrtiću**, 20, odnosno 21,5% misli da medijsku pismenost treba razvijati U izvannastavnim aktivnostima i njih 24, odnosno 26,9% misle da medijsku pismenost treba razvijati **U srednjoj školi**.

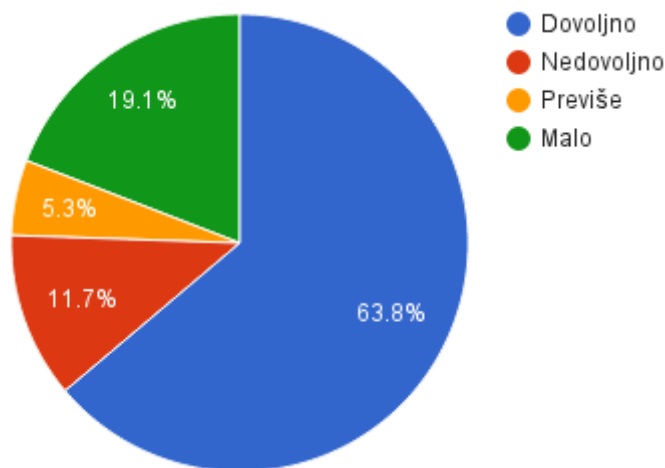
Dobiveni rezultati su svakako nešto što bi trebalo uzeti u obzir, jer su u današnje vrijeme digitalni mediji svuda oko nas. Djeca od najranije dobi imaju neki od smart (pametnih) uređaja i svakako im trebaju znanja i vještine kako bi se znala njima služiti. Najveći postotak ispitanika smatra kako razvijanje medijske pismenosti

treba početi u osnovnoškolskoj dobi, što i nije začuđujuće zbog trenda jer se djeca u najranijoj dobi služe navedenim smart uređajima (mobiteli, tableti, laptopi,...).



Grafikon 5.5. Izbor programa u procesu usavršavanja

Peto postavljeno pitanje ispitanicima bilo je: *Kada bi imali mogućnost medijskog usavršavanja ili osposobljavanja za koje programe bi se odlučili?* Odgovori su sljedeći: najviše ispitanika odabralo je **Fotografiranje i obradu fotografija**, čak njih 23, odnosno 24,5% ispitanika; 12, odnosno 12,8% ispitanika izabrali su **Računalne animacije**; onih koji su se odlučili za **Web programiranje** je 15, odnosno 16%; **Snimanje i montaža** odabralo je njih 12, odnosno 12,8%; **Web dizajn** zanima njih 17, odnosno 18,1% ispitanika; za **Snimanje i obradu zvuka** zainteresiranih je 8, odnosno 8,5% i na kraju oni koji se nisu odlučili za usavršavanje ili osposobljavanje i izabrali su **Ništa od navedenog** je 7, odnosno 7,4% ispitanika.



Grafikon 5.6. Medijska pismenost ispitanika

Zadnje pitanje u anketnom ispitivanju bilo je: *Koliko su ispitanici medijski pismeni?* Njih 61, odnosno 63,8% misli da je **dovoljno** medijski pismeno; 11, odnosno 11,7% misli da je **nedovoljno** medijski pismeno; 5, odnosno 5,3% smatra da je **previše** medijski pismeno i na kraju njih čak 17, odnosno 19,1 % smatra kako je **malo** medijski pismeno.

5.6. Zaključno o anketnom istraživanju

Na temelju ovog anketnog istraživanja može se zaključiti kako je medijska pismenost jedna od ključnih kompetencija u današnje vrijeme. Prema pokazateljima ispitanici (može se pretpostaviti i velika većina ostalih u Županiji i šire) su svakako zainteresirani za daljnje obrazovanje i žele učiti o novim tehnologijama i novim otkrićima, kako bi išli ukorak s vremenom i bili u potpunosti kompetentni na tržištu rada.

U današnje vrijeme kada je apsolutno sve dostupno svima, od tehnologije do digitalnih medija, potrebno je i svakodnevno usavršavanje. Svake minute se u svijetu na tržištu pojavi „novi proizvod“ nove tehnologije, nova digitalna

komponenta i zbog toga svoje znanje mora obnavljati svaki pojedinac, što je češće moguće.

Ovim anketnim ispitivanjem su dobiveni svakako dobri pokazatelji koji potvrđuju kako se sve više ljudi uključuje u proces digitalnog opismenjivanja i boljeg razumijevanja medija, što znači da su na pravom putu prema kvalitetnim medijskim kompetencijama i vještinama. Ono što je najzanimljivije je svakako dobna granica, odnosno dobni pokazatelj kada treba djecu upoznati i kada ona trebaju učiti o medijima i medijskoj pismenosti. Ta dobna granica se s vremenom smanjuje i ispitanici smatraju kako bi djeca trebala u što ranijoj dobi učiti o medijima i pismenosti, što znači u predškolskoj dobi.

Na kraju zahvaljujem se svim ispitanicima koji su izdvojili svoje vrijeme i sudjelovali u ovom istraživanju i omogućili dobivanje kvalitetnih pokazatelja za bolje razumijevanje složenih procesa u području medijske pismenosti i medijskog obrazovanja..

6. Zaključak

Medijska pismenost i biti medijski pismen u tom području danas je veoma važno. Tehnologije i masovni mediji se mijenjaju i razvijaju u sve većem mahu. Kako bi bili u korak s vremenom i novim tehnologijama, potrebno je obrazovanje i edukacija. Koliko je samo važna pismenost dokazuje i činjenica da se 08.09. obilježava Međunarodni dan pismenosti koji ima za cilj podsjetiti zajednicu na status pismenosti i obrazovanja svih dobnih skupina na globalnoj razini.

Mediji su jedni od najvećih sadržaja današnjice. Oni postoje i razvijaju se od najstarijih vremena, ne nastaju već ih prati razvoj tehnologije i misli, te život bez njih čine nezamislivim. Mediji nas informiraju, educiraju, zabavljaju, pomažu nam u razvoju, socijalnih odnosa. Jednostavno medijima zadovoljavamo većinu naših potreba. Njihova je uloga i utjecaj veliki, svaki od njih ima svoj poseban jezik, no svima je zajednička priroda medija, a to je komunikacija među ljudima pomoću različitih tehnologija.

U sklopu završnog rada napravljeno je anketno istraživanje na temu Medijska pismenost u Hrvatskoj, gdje su na regionalnoj razini, točnije u Koprivničko-križevačkoj županiji, ispitanici svojim odgovorima i stavovima pokazali koliko se zapravo ljudska percepcija o samoj pismenosti uvelike promijenila. Dobiveni rezultati pokazuju kako, ako uzmemo u obzir one najmlađe, a to su djeca, u sve ranijoj dobi posjeduju neki od pametnih telefona ili tableta. S obzirom na takav trend, gdje roditelji djeci u sve ranijoj dobi djeci poklanjaju takve „igračke“, ne iznenađuju podaci prikupljeni anketnim istraživanjem da najveći broj ispitanika smatra kako bi upoznavanje s medijskom pismenosti i samo medijsko obrazovanje trebalo početi već u osnovnoj školi. Može se krenuti i korak dalje, a to su programi medijskog opismenjavanja u predškolskoj dobi, osobito za predškolsku dob.

7. Literatura

- [1]http://arhiva.medri.hr/katedre/Psihijatrija/dokumenti_za_novosti/psiholoskirazvojcovjeka.pdf, dostupno 09.09.2015.
- [2] M. Lamza-Maronić, J. Glavaš: Poslovno komuniciranje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2008.
- [3]http://www.ufri.uniri.hr/files/nastava/nastavni_materijali/razvojna_psihologija.PDF, dostupno 09.09.2015.
- [4]https://bib.irb.hr/datoteka/559063.KOMUNIKACIJA_U_NASTAVI.pdf, dostupno 10.09.2015.
- [5] M. J. Rouse, S. Rouse: Poslovno komuniciranje, Masmedia, Zagreb, 2005.
- [6] S. Malović, F. Maletić, G. Vilović, N. Kurtić, Masovno komuniciranje, Golden marketing-Tehnička knjiga, Sveučilite Sjever, Zagreb 2014.
- [7] N. ZgrabljicRotar, Digitalno doba, Masovni mediji i digitalna kultura, udžbenici Sveučilišta u Zadru, 2011.
- [8]http://free-bj.t-com.hr/logoped/materijali/pismen_cip.htm, dostupno 24.06.2015.
- [9]<http://www.cjelozivotno-ucenje.hr/me%C4%91unnarodni-dan-pismenosti.aspx>, dostupno 24.06.2015.
- [10]http://os-mursko-sredisce.skole.hr/knjiznica?news_id=91, dostupno 08.09.2015.
- [11]<http://www.asoo.hr/default.aspx?id=755>, dostupno 08.09.2015.
- [12]http://www.zbornica.com/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=250&Itemid=108, dostupno 09.09.2015.
- [13]<http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1>, dostupno 25.07.2015.

[14]http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6VLBw4iHse0J:www.nsk.hr/wpcontent/themes/nk/savjetovanje2011/Ivanka_Stricevic.ppt+&cd=1&hl=hr&ct=clnk&gl=hr, dostupno 02.09.2015.

[15]<http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismed.pdf>, dostupno 24.06.2015.

[16]J. Potter,. Medijska pismenost, Multimedia Clio, Beograd, 2011.

[17]N. ZgrabljicRotar, Digitalno doba, Masovni mediji i digitalna kultura, udžbenici Sveučilišta u Zadru, Zadar, 2011.

Prilog

Anketni upitnik - Medijska pismenost u Hrvatskoj 2015

1.SPOL

- Žensko**
- Muško**

7. DOB

- Do 20
- 20-30
- 30-40
- 40 i više

2.ŠTO JE ZA VAS MEDIJSKA PISMENOST?

- Medijska pismenost je sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredovanih pomoću medija.
- Medijska pismenost je skup gledišta koje u korištenju medija aktivno primjenjujemo kako bismo protumačili značenje poruka koje primamo.
- Medijska pismenost je pristup koji omogućava shvaćanje uloge medija u društvu te upućuje na osnovne vještine za analizu i kreacije medijskih poruka.
- Sve od navedenog

3.KADA I GDJE RAZVIJATI MEDIJSKU PISMENOST?

- U vrtiću
- U osnovnoj školi
- U srednjoj školi
- U izvannastavnim aktivnostima

4.KADA BISTE IMALI MOGUĆNOST MEDIJSKOG USAVRŠAVANJA ILI OSPOSOBLJAVANJA ZA KOJE PROGRAME BISTE SE ODLUČILI?

- Web programiranje
- Web dizajn
- Fotografiranje i obrada fotografija
- Snimanje i obrada zvuka
- Računalne animacije
- Snimanje i montaža videa
- Ništa od navedenog

6.PO VAŠEM MIŠLJENJU, KOLIKO STE MEDIJSKI PISMENI?

- Malo
- Dovoljno
- Nedovoljno
- Previše