

Medijska pismenost sinjskih srednjoškolaca

Barić, Draženka

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:661215>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-11**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za pedagogiju

Diplomski sveučilišni studij pedagogije (dvopredmetni)



Draženka Barić

**MEDIJSKA PISMENOST SINJSKIH
SREDNJOŠKOLACA**

Diplomski rad

Zadar, 2020.

Sveučilište u Zadru

Odjel za pedagogiju
Diplomski sveučilišni studij pedagogije (dvopredmetni)

MEDIJSKA PISMENOST SINJSKIH SREDNJOŠKOLACA

Diplomski rad

Student/ica:

Draženka Barić

Mentor/ica:

izv. prof. dr. sc. Jasmina Vrkić Dimić

Zadar, 2020.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Draženka Barić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **MEDIJSKA PISMENOST SINJSKIH SREDNJOŠKOLACA** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 9. prosinca 2020.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Medijska pismenost i suvremeno društvo.....	2
2.1. Mediji i masovni mediji.....	2
2.2 Medijska pismenost- pismenost 21. stoljeća	5
2.3. Medijska pismenost u odgojno-obrazovnom sustavu	10
2.4. Adolescenti i mediji	13
3. Metodologija rada.....	16
3.1 Predmet istraživanja	16
3.2 Cilj istraživanja	16
3.3 Zadatci istraživanja	16
3.5 Sudionici istraživanja	17
3.6 Mjesto i vrijeme istraživanja	19
3.7. Obrada podataka i ograničenja istraživanja.....	20
4. Analiza i interpretacija rezultata emprijskog istraživanja.....	21
4.1. Učestalost korištenja pojedinih medija.....	22
4.2. Svrhe u koje učenici koriste medije	30
4.3. Štetne strane medija	41
4.4. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti ispitanika.....	49
4.5. Medijska pismenost u odgojno obrazovnom sustavu.....	56
4.6. Procjena zadovoljstva učenika razvijenošću vlastitih medijskih kompetencija	63
5. Zaključak.....	65
6. Literatura.....	67
7. Popis tablica i slika	73
8. Prilog 1.....	76
9. Sažetak	83

1. Uvod

U današnjem suvremenom, informacijskom društvu mediji su dio naše svakodnevice. Knjige, novine, televizija, radio, internet izvor su informacija koje su nam nužne. Danas su mediji neizbježni i čine sastavni dio naših života. Oni mogu imati informativni, obrazovni, ali i zabavni karakter. Medije dijelimo na elektroničke i tiskane. Pod elektroničke medije ubrajamo film, radio, televiziju i računalo (kao i internet). S druge strane, pod tiskane medije ubrajamo knjige, novine, časopise, stripove i plakate. Osim pozitivnih strana medija, koje se prvenstveno odnose na njihov informativni, obrazovni i zabavni karakter, mediji također imaju i mnoge štetne karakteristike (odnosno funkcije), poput poticanja pretjeranog konzumerizma, manipulativnog karaktera, nasilja, stvaranja stereotipa, pornografije i slično. S obzirom na to da su sudionici i predmet ovog istraživanja srednjoškolci koji prolaze kroz razvojnu fazu adolescencije, svakako će biti zanimljivo uvidjeti koliko su mladi svjesni kako pozitivnih, tako i negativnih strana medija te u kojoj mjeri su podložni manipulaciji medija. Kako bismo odgovorno rabili medije, važno je (i neophodno) u današnje vrijeme biti medijski pismen. Medijska pismenost definira se kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke procjene različitih aspekata medija i medijskih sadržaja, kao i ostvarivanja komunikacije u različitim kontekstima“ (URL 1, 2007:3).

Medijska pismenost omogućuje ljudima da budu aktivni sudionici društva u kojem žive. Obitelj i roditelji imaju važnu ulogu u pripremi učenika za odgovorno uporabu medija, no uloga škole, kao obrazovne institucije koja ima za cilj pripremiti učenike za budući život, od neizmjerne je važnosti. U ovom radu bavit ćemo se pitanjem razvijenosti medijskih kompetencija sinjskih srednjoškolaca. U teorijskoj razradi reći će se nešto o utjecaju masovnih medija u suvremenom društvu te o važnosti kompetencija medijske pismenosti. Isto tako, bit će riječ o zastupljenosti medijske kulture u odgojno-obrazovnim ustanovama te o odnosu adolescenata i medija. Drugi dio rada donosi rezultate empirijskog istraživanja.

2. Medijska pismenost i suvremeno društvo

2.1. Mediji i masovni mediji

U suvremenom društvu teško možemo zamisliti dan bez uporabe medija i primanja informacija. Živimo u društvu koje je umreženo i povezano na visokoj razini. Kako bismo razumjeli značenje masovnih medija, prvo će se definirati pojam „medij“. Prema definiciji *Hrvatskog jezičnog portala*, „medij“ dolazi od latinske riječi „medius“ što znači „središnji“ (URL 2). Može se reći da je medij posrednik između pošiljatelja i primatelja informacija. Masovnim medijima označavamo one medije koji prenose poruke velikom broju, masama ljudi. Pojam masovnih medija javlja se nakon pojave i šire upotrebe radio prijamnika, televizije i novina kao prvih medija koji su prenosili poruke širem broju ljudi. Prema *Zakonu o medijima* iz 2004. godine „mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike“ (URL 3).

Danas postoje različite podjele medija, no najčešća i najprihvaćenija je ona na tradicionalne i nove medije. Pod tradicionalne medije ubrajamo radio, televiziju i tisak. Novi mediji još se nazivaju i digitalnim medijima. Glavna razlika između novih i tradicionalnih medija je u načinu na koji mediji odašilju poruke publici. Tradicionalne medije obilježava vertikalna komunikacija. Drugim riječima, radio, televizija i tisak odašilju poruke publici bez mogućnosti povratne reakcije. S druge strane, nove medije obilježava horizontalna komunikacija, odnosno interaktivnost. Iz tog razloga naziva ih se i digitalno-interaktivnim medijima. Marshall (2004) ističe kako je interaktivnost glavno obilježje novih medija i medijske kulture s kojim završava doba tradicionalnog širenja informacija. On smatra kako je publika novih medija aktivan primatelj poruka. Jenkins (2006) gleda na medijske proizvođače i potrošače kao na sudionike koji međusobno komuniciraju. Definira kulturu sudjelovanja (participatornu kulturu). Kultura sudjelovanja odnosi se na to da javnost nije samo potrošač medija, već i autor koji doprinosi kreiranju istih. Jenkins (2006) smatra da je aktivno sudjelovanje potrošača, odnosno publike, jedna od pokretačkih snaga u kretanju i širenju medija preko međunarodnih granica i medijskih sustava.

Prije nego nešto kažemo o utjecaju medija u današnjem društvu, važno je objasniti glavne funkcije medija. Osnove funkcije medija su informativna, odgojno-obrazovna i

zabavna (Labaš, Marinčić, 2018). Labaš i Marinčić (2018) proveli su 2013. godine istraživanje o navikama korištenja medija među učenicima sedmih i osmih razreda dviju osnovnih škola. Prema njihovom istraživanju većina djece upotrebljava medije u zabavne svrhe, odnosno 63,40% ispitanih, dok 19,60% njih medije rabi u informativne svrhe. Kada se govori o medijskim uređajima kojima se djeca najčešće koriste, autori su pretpostavili kako su mobilni uređaji najkorišteniji medijski uređaji među djecom. No, prema rezultatima navedenog istraživanja, na prvom mjestu je računalo te slijede televizija i mobilni uređaji. Učenici se računalom najčešće služe u informativne svrhe (66,7%), zatim u obrazovne (64,3%) i na kraju u zabavne (60%). Televiziju upotrebljavaju za informiranje u 24% slučajeva, u obrazovne svrhe u 24,1% slučajeva i za zabavu u 22,3% slučajeva. Mobilni telefoni su na trećem mjestu najkorištenijih medijskih uređaja u ovom istraživanju. Razlika između mobilnih telefona, računala i televizije je ta što učenici u puno većem postotku mobilne uređaje upotrebljavaju kao sredstvo zabave, njih 33,3%. U informativne svrhe rabi ih 19,1%, a u obrazovne svrhe svega 12,1% učenika (Labaš, Marinčić, 2018). Rezultati ovog istraživanja pokazuju kako se učenici medijima koriste prvenstveno u zabavne svrhe te nakon toga u informativne i odgojno-obrazovne svrhe. Kod interpretacije ovih rezultata važno je naglasiti kako je ovo istraživanje provedeno prije sedam godina. Razvoj tehnologije u proteklih sedam godina donio je nove trendove u korištenju medija i medijskih uređaja stoga se u ovom radu mogu očekivati drugačiji rezultati kada govorimo o najčešće korištenim medijima. Nadalje, s obzirom na inflaciju informacija koja se događa u suvremenom društvu i koja nas okružuje, valja nešto reći o utjecaju i važnosti koje mediji imaju u današnjem društvu, posebice kada se govori o djeci.

Burić (2010) navodi kako mediji danas imaju značajan utjecaj na kreiranje društvenih procesa, ali i potreba i trendova. Autorica smatra kako novi, masovni digitalni mediji nisu više puki prenositelji informacija i sadržaja već „žele biti dominantan kreator društvenih zbivanja“ (Burić, 2010:629). Može se reći kako su danas mediji distributeri masovne, popularne kulture. Publiku se potiče da gleda određene sadržaje; određene filmove, televizijske emisije, video igre, da pročita određene knjige. Mediji putem sadržaja koje pružaju i putem reklamnog oglašavanja imaju ogroman utjecaj na oblikovanje ukusa i samih životnih stilova ljudi, odnosno publike. Osim što živimo u informacijskom dobu, također živimo i u konzumerističkom vremenu kada smo okruženi brojnim informacijama o proizvodima i uslugama. Danas se sve više brišu granice između „ozbiljnih“ i „popularnih“ sadržaja u medijima te su se mediji sveli na kupnju i prodaju proizvoda i usluga koje Burić (2010) vidi

kao problematične kada se usmjeravaju prema djeci i mladima. Smatra kako je medijski prostor „ispunjen infozabavom, teletabloidima, infooglasima, pornooglasima“ (Burić, 2010: 630).

Knezović (2016) govori o manipulativnom karakteru masovnih medija. Lažne vijesti, odnosno plasiranje neprovjerenih i netočnih informacija, navodi kao štetan utjecaj masovnih medija. Manipulativni karakter medija važna je osobina današnjih medija kojima je prvenstvena korist stjecanje dobiti, ali i društvenog utjecaja. Kada steknu društveni utjecaj, mediji lako nameću publici trendove od toga kako se oblačiti, što jesti pa sve do izbora zanimanja te političkog opredjeljenja. Mladi su posebno izloženi manipulativnom utjecaju medija budući da su uronjeni u svijet umjetne stvarnosti (Knezović, 2016). Reklamno oglašavanje važan je dio suvremene medijske kulture. Ono utječe na ponašanje konzumenata medija, odnosno publike. Isto tako, reklamne poruke svojim sadržajem prenose određene stereotipe kojima povezuju proizvode za željenim predodžbama. Stvaranjem stereotipa, ali i plasiranjem lažnih vijesti, mediji izravno utječu na oblikovanje stavova, vrijednosti i ponašanja publike (Knezović, 2016, Server Globan i sur., 2018).

Društvene mreže jedan su od najčešće korištenih medija, posebno kada govorimo u učeničkoj populaciji. No, nedovoljna upućenost na odgovorno korištenje društvenih mreža može imati mnoge štetne posljedice za korisnike. Od nasilja na internetu, eksploatacije korisnika, pa do krađe osobnih podataka. S obzirom na velik broj korisnika internetskih platformi i velik broj podataka koje korisnici dijele na internetu, danas se ti podatci analiziraju i upotrebljavaju u razne svrhe. Big data relativno je nov fenomen koji se odnosi na novu mogućnost obrade i analize velikih količina podataka. Zbog mogućnosti koje ovako velik sustav podataka pruža, ovaj fenomen u posljednje vrijeme dobiva na sve većoj važnosti. U društvu dolazi do sve veće i raširenije primjene big data analize podataka. Najčešće je to od strane velikih korporacija u svrhu izvlačenja koristi, odnosno zbog privatnih interesa. To je zapravo i najpoznatiji način upotrebe big data sustava. Razne su mogućnosti koje društvo ima od analize big data sustava, no postavlja se pitanje i etičnosti, kao i pitanje zaštite osobnih podataka (Kitchin, 2014). Analiza velikih podataka ključna je sastavnica suvremenih oblika upravljanja i vladavine. Isto tako, veliki podatci se analiziraju u svrhu eksploatacije, odnosno podatci se koriste za profiliranje i ciljanje pojedinaca te je glavni cilj iskorištavanje, manipulacija i ostvarivanje dobiti. Kao jedan primjer zlouporabe osobnih podataka na *Facebooku*, navest će se primjer uporabe big data analiza kod predsjedničkih izbora u Americi iz 2016. godine (Boldyreva, 2018).

Naime, tvrtka *Cambridge Analytica* je prikupila osobne podatke 50 000 000 *Facebook* korisnika bez njihova znanja. Podatke je prikupljala putem aplikacije preko *Facebook* platforme. Svi korisnici koji su kliknuli na aplikaciju dopustili su da tvrtka prikupi, ne samo njihove osobne podatke, već i podatke njihovih *Facebook* prijatelja (Boldyreva, 2018). Podatci su se prikupljali pod krinkom korištenja u akademske svrhe, međutim korišteni su u komercijalne svrhe. Tvrtka *Cambridge Analytica* je optužena za pokušaj utjecanja na predsjedničke izbore u Americi iz 2016. godine. To je radila na način da je prema prikupljenim podacima mikro-targetirala birače pružajući im vijesti i poruke prilagođene njihovoj osobnosti, odnosno njihovim vrijednostima i političkoj orijentaciji (Boldyreva, 2018). Dakle, iz ovog primjera može se vidjeti koliki značaj imaju masovni mediji u današnjem društvu. Isto tako, možemo vidjeti koliko su podložni manipulaciji i iskorištavanju.

Kako bismo odgovorno upotrebljavali medije, potrebno je posjedovati određene medijske kompetencije. U tom procesu trebali bi sudjelovati roditelji, odgojno-obrazovne ustanove, ali i društvo općenito. U ovom radu pokušat će se odgovoriti na pitanje kako i na koje načine se u odgojno-obrazovnom sustavu razvijaju medijske kompetencije kod srednjoškolskih učenika. U poglavlju koje slijedi reći će se nešto više o pojmu medijske pismenosti kao jednog od najvažnijih oblika pismenosti u 21. stoljeću.

2.2 Medijska pismenost- pismenost 21. stoljeća

Medijska pismenost jedna je od ključnih kompetencija koje bi pojedinac trebao posjedovati u suvremenom društvu. S obzirom na činjenicu da su djeca danas izložena i podložna, pored pozitivnih, i negativnim medijskim utjecajima, važno je kod djece razvijati kompetencije medijske pismenosti kako bi se odgovorno koristila medijima i kako bi se smanjio njihov eksploatacijski učinak. Prije samog definiranja medijske pismenosti, reći će se nešto o svim oblicima suvremene pismenosti. Vrkić Dimić (2014) definira, uz standardni oblik pismenosti, četiri oblika suvremene pismenosti. To su informatička, informacijska, digitalna i medijska pismenost. Informatička pismenost naziva se još i računalnom, kompjuterskom ili IKT pismošću. Glavno obilježje informatičke pismenosti je visok stupanj znanja i umijeća u uporabi suvremenih računalnih alata (Vrkić Dimić, 2014). Glavne sastavnice informatičke pismenosti su hardverska pismenost, softverska pismenost i

aplikacijska pismenost (Stričević, 2011, prema Vrkić Dimić, 2014). Informacijska pismenost često se poistovjećuje s informatičkom pismenošću. Informacijska pismenost zapravo je uvjetovana informatičkom pismenošću. Drugim riječima, pojedinac mora biti informatički pismen kako bi bio informacijski pismen. „Informacijska pismenost, dakle, uključuje šire teme vezane uz načine na koje se unutar suvremenih tehnoloških okvira pristupa informacijama, kao i vještine potrebne za njihovo interpretiranje te sigurnu i učinkovitu uporabu“ (Vrkić Dimić, 2014: 384). Ono što je ključno kod informacijske pismenosti, i što je razlikuje od informatičke pismenosti, je obrada informacija koje primamo. Dakle, pojedinac, da bi bio informacijski pismen, mora biti aktivni primatelj informacija iz okruženja te ih interpretirati i kritički sagledavati. Treći oblik suvremene pismenosti kojeg definira Vrkić Dimić (2014) je digitalna pismenost. Digitalna pismenost odnosi se na razumijevanje multimedijjskih tekstova i hipertekstova. To podrazumijeva savladavanje informacija koje su dostupne putem interneta, a uključuje i digitaliziranu građu dostupnu primjerice u knjižnicama (Vrkić Dimić, 2014). Zadnji oblik pismenosti kojeg autorica definira je medijska pismenost. „Medijska se pismenost, najkraće rečeno, odnosi na sposobnost konzumiranja informacija dobivenih putem masovnih medija (TV, radio, novine, Internet i sl.) te kritičkog promišljanja o njima“ (Vrkić Dimić, 2014: 387). Dakle, u ovom kratkom pregledu oblika suvremene pismenosti može se vidjeti kako su svi navedeni oblici pismenosti povezani te se međusobno isprepliću.

Europska komisija definira medijsku pismenost kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke procjene različitih aspekata medija i medijskih sadržaja, kao i ostvarivanja komunikacije u različitim kontekstima“ (URL 1, 2007:3). Na konferenciji *National Leadership Conference on Media Literacy* održanoj 1992. godine medijska pismenost definirana je kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1992). Zgrabljic Rotar (2005) navodi kako medijska pismenost podrazumijeva različite vrste pismenosti poput informacijske, dokumentarne te pismenosti masovnih medija. Medijska pismenost razvija kod pojedinca određene vještine: tehničke (koje podrazumijevaju sposobnost pristupu medijima), kritičke (koje se odnose na razumijevanje medijskih sadržaja te sposobnost njihovog kritičkog razumijevanja) i praktične (odnose se na kreativno izražavanje, odnosno na stvaranje medijskih poruka) (Peruško, 2008). Dvije glavne značajke medijske pismenosti su razvijanje sposobnosti kritičkog mišljenja i kreativnog izražavanja. Razvojem kritičkog mišljenja pojedinac aktivno prima medijske poruke te ih interpretira i analizira. Ova značajka medijske pismenosti u uskoj je vezi s

informativskom pismenošću. Informativska pismenost širi je pojam od medijske pismenosti jer uključuje kritičko promišljanje i uporabu informacija dostupnih u svim oblicima, dok medijska pismenost obuhvaća samo informacije posredovane masovnim medijima (Vrkić Dimić, 2014). UNESCO sjedinjuje ova dva pojma te u svojim dokumentima i strategijama govori o medijskoj i informativskoj pismenosti (MIL) kao jedinstvenom konceptu (URL 4). UNESCO ovim konceptom objedinjuje skup kompetencija medijske i informativske pismenosti te naglašava važnost razumijevanja funkcije medija i drugih pružatelja informacija kao i kritičkog evaluiranja njihovog sadržaja (URL 4).

U suvremenom društvu od velike je važnosti biti medijski pismen. Bitno je medijski opismenjivati djecu, odnosno učenike, koji su danas najaktivniji korisnici medija, posebice novih, digitalno-interaktivnih medija. U prethodnom poglavlju su navedene neke od štetnih funkcija medija koje se prvenstveno odnose na prenošenje stereotipa, oblikovanje stavova kao i na odabir životnih stilova te, na kraju, samo ponašanje konzumenata medijskih poruka. Razvijene vještine medijske pismenosti važne su kako bi djeca i mladi odvojili svijet medija, umjetni svijet i stvarni svijet. Osim toga, u današnjem demokratskom društvu pojedinca je važno medijski obrazovati kako bi mogli biti aktivni i odgovorni građani. Poznato je da mediji prenose političke poruke kao i da oblikuju stavove pojedinaca. Stoga programi za stjecanje kompetencija medijske pismenosti trebaju obrazovati učenike i u sljedećim temama (Zgrabljčić Rotar, 2005):

- o različitim medijima (tisku, radiju i televiziji),
- o povijesti, produkcijskim i ekonomskim načelima funkcioniranja medija,
- te o tome u čijem su vlasništvu mediji i kakva je koncentracije moći kada je riječ o kontroliranju i upravljanju medijima

Dakle, kako bi budući učenici bili odgovorni, savjesni i aktivni sudionici društva važno je da su medijski pismeni. U procesu stjecanja njihovih medijskih kompetencija, potrebno je zajedničko sudjelovanje svih dijelova šire zajednice. No, ipak najveću ulogu imaju roditelji i škola. S obzirom na temu i opseg ovog rada govorit ćemo samo o školi, odnosno odgojno-obrazovnom sustavu kao jednom od najvažnijih dionika procesa medijskog opismenjavanja učenika. Tolić (2009) u svom radu govori o medijskoj pedagogiji kao posebnoj znanstvenoj disciplini koja se javila zbog sve većeg razvoja tehnologije i medija. Navodi kako je glavna zadaća medijske pedagogije bavljenje medijima, a polja istraživanja su

„medijski odgoj (...), medijska kultura, medijska didaktika (...), medijsko-znanstveno istraživanje, medijska socijalizacija i medijska etika“ (Tolić, 2009: 97). Tolić (2009) navodi kako se medijska pedagogija i njene temeljne zadaće mogu promatrati u užem i širem smislu. Medijska pedagogija u užem smislu primarno je usmjerena na pedagoške zahtjeve u praksi, na učenike i na utjecaj medija na nastavne procese. Medijska pedagogija u širem smislu odnosi se na teorijsko tumačenje medija i oslanja se na interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup. U sljedećoj tablici može se vidjeti što točno podrazumijeva medijska pedagogija u užem smislu, a što medijska pedagogija u širem smislu.

Medijska pedagogija u užem značenju	Medijska pedagogija u širem značenju
<ul style="list-style-type: none"> - primarni pristupi pedagojskim zahtjevima - koncentracija na pedagoške odnose u interkulturalnim i nastavničkim dimenzijama - koncentracija na djecu i mlade - demokratičnost pojedinca i individualizacija - pedagogija kao "dadilja" kroz život - transfer informacija 	<ul style="list-style-type: none"> - teorija djelovanja i teorijsko – znanstveni pristupi - masovna komunikacija, političke i društvene dimenzije - favoriziranje interdisciplinarnih i multidiscipliniranih pristupa - antropološki sociokulturni koncepti - globalne i interkulturalne perspektive

Tablica 1. Medijska pedagogija u užem i širem značenju (Schrob, 1995: 27 prema Tolić, 2009:98)

Valković (2016) u svom radu govori o povezanosti medija i pedagoško-medijskog djelovanja. On također smatra kako je nužno obrazovati učenike o medijskoj pismenosti te razvijati njihove medijske kompetencije te ističe važnost razvijanja kritičkog mišljenja u odgojno-obrazovnom sustavu. Navodi kako postoje razne dimenzije medijske pismenosti te izdvaja pet najvažnijih dimenzija na kojima bi se trebalo temeljiti razvijanje medijske pismenosti kod učenika. To su sljedeće dimenzije: kognitivna, etička, socijalna, estetska te dimenzija koja se odnosi na to da svrha medija nije samo informiranje već i izražavanje putem istih (Valković, 2016).

Valković (2016) zaključuje kako je krajnji cilj medijskog obrazovanja razviti kod učenika kritičko mišljenje kako bi mogli samostalno i odgovorno djelovati. Smatra kako se u školskim programima ne posvećuje dovoljno pažnje medijima i medijskom odgoju. Ključ uspjeha medijskog odgoja vidi u zajedničkom djelovanju šireg društva i politika uz pomoć kojih bi „svijet medija postao mjesto autentičnog prikaza života“ (Valković, 2016: 113).

Ciboci (2018) provela je istraživanje na temu medijske pismenosti kod učenika osmih razreda. U istraživanju je sudjelovalo 1000 osmaša iz različitih zagrebačkih škola. Autorica navodi kako je to prvo takvo istraživanje te upućuje na važnost istraživanja razine medijske pismenosti kod učenika u svim ostalim županijama, jer je potrebna cjelovita slika kako bi se kreirale odgovarajuće obrazovne politike koje se bave tom problematikom. Što se tiče tehničke dimenzije medijske pismenosti, odnosno pristupa medijima, ista autorica (2018) ističe kako učenici imaju pristup gotovo svim medijskim uređajima u svojim kućanstvima. Kada se govori o poznavanju medija, navodi kako se učenici nalaze na naprednoj razini te da „većina učenika posjeduje srednju razinu kritičkog vrednovanja i kreiranja medijskih sadržaja“ (Ciboci, 2018: 39). Ciboci (2018) zaključuje kako se učenici osmih razreda na kraju osnovnoškolskog obrazovanja nalaze na srednjoj razini medijske pismenosti. Dakle, učenici imaju pristup medijima, posjeduju znanje o njima, no nemaju dovoljno razvijene vještine kritičkog mišljenja i stvaranja medijskog sadržaja. Ciboci (2018) smatra kako bi učenici nakon završenog osnovnog obrazovanja trebali biti na visokoj razini medijske pismenosti, budući da se medijsko obrazovanje odvija jedino u osnovnim školama u sklopu nastave hrvatskoga jezika o čemu će više riječi biti u nastavku rada.

Nadalje, Ciboci i suradnici 2019. godine proveli su istraživanje o percepciji ravnatelja odgojno-obrazovnih ustanova o važnosti medijskog opismenjavanja u osnovnim školama. Rezultati istraživanja pokazali su kako su „ravnatelji nezadovoljni sustavom medijskog obrazovanja u Hrvatskoj, ali da i njima samima nedostaje znanja o medijima te da mnogi od njih ne prepoznaju važnost medijske pismenosti“ kao jedne od ključnih kompetencija u suvremenom društvu (Ciboci i sur. 2019: 76). Stoga autori daju preporuke za buduće kreiranje obrazovnih politika. Jedna od prvih preporuka je osigurati usavršavanja o medijskoj pismenosti za ravnatelje te osigurati predavanja za roditelje i nastavnike. Nadalje, potrebno je bolje opremiti škole medijima i medijskim uređajima budući da je to jedan od preduvjeta za ostvarivanje kompetencija medijske pismenosti (tehnološka komponenta medijske pismenosti). Isto tako, potrebno je osuvremeniti sadržaje medijske kulture u nastavi hrvatskoga jezika (Ciboci i sur. 2019).

2.3. Medijska pismenost u odgojno-obrazovnom sustavu

Nacionalni okvirni kurikulum temeljni je dokument koji na nacionalnoj razini definira i pruža smjernice za rad odgojno-obrazovnih ustanova. U ovom dijelu rada analizirat će se taj dokument kako bi uvidjeli u kojoj mjeri je zastupljno stjecanje kompetencija medijske pismenosti u hrvatskom odgojno-obrazovnom sustavu. No, prije samo analize *Nacionalnog okvirnog kurikuluma*, navest će se modeli odgoja za medije koji se najčešće primjenju u odgojno-obrazovnim sustavima. Erjavec (2005) izdvaja četiri modela odgoja za medije: odgoj za medije kao posebni predmet, odgoj za medije koji se poučava u sklopu drugog nastavnog predmeta (obično materinskog jezika), pojedini dijelovi odgoja za medije koji su uključeni u različite predmete te odgoj za medije kao slobodna aktivnost.

Kada se govori o medijima i medijskom obrazovanju u hrvatskom odgojno-obrazovnom sustavu, važno je istaknuti kako se nastavni predmet *Medijska kultura* navodi kao jedan od mogućih izbornih predmeta. Prvi model kojeg navodi Erjavec (2005), odgoj za medije kao poseban predmet, odnosi se na uvođenje obveznog ili izbornog nastavnog predmeta u odgojno-obrazovne ustanove. Problem kod tog modela je širina područja koje treba uvrstiti u nastavni plan i program (Erjavec, 2005).

Nadalje, pregledom *Nacionalnog okvirnog kurikuluma* (URL 5, 2011), može se reći da se ono spominje u četiri od sedam odgojno-obrazovnih područja. Ta područja su sljedeća: jezično-komunikacijsko područje, društveno-humanističko područje, umjetničko područje te kod tjelesnog i zdravstvenog odgojno-obrazovnog područja. Kod ishoda jezično-komunikacijskog odgojno-obrazovnog područja od učenika se očekuje, između ostaloga, da će „razviti potrebu za sadržajima medijske kulture te sposobnost kritičkoga pristupa različitim medijima i njihovim sadržajima“ (URL 5, 2011:55). Kada se govori o ishodima učenja društveno-humanističkog odgojno-obrazovnog područja, od učenika se očekuje da promišljaju informacije koje primaju putem javnih medija te da razumiju različite funkcije medija. Naglasak se stavlja na prepoznavanje načina na koje mediji utječu na oblikovanje stavova i vrijednosti ljudi (URL 5, 2011). Kod umjetničkog odgojno-obrazovnog područja posebno se ističe područje filmska i medijska kultura i umjetnost. Od učenika se očekuje kako će „aktivnom pažnjom pratiti filmska ostvarenja i medijske aktivnosti te primati njihove poruke, jednostavno opisati vlastiti doživljaj i sadržaj filmskih ostvarenja i medijskih aktivnosti, prepoznati osnovne estetske i etičke vrijednosti u filmskim ostvarenjima i medijskim

aktivnostima“ (URL 5, 2011: 214). Osim toga, prema ishodima učenja, učenike se potiče na kreiranje vlastitog medijskog sadržaja. Pojam medija i medijskog odgoja spominje se i kod tjelesnog i zdravstvenog područja. Učenici bi kroz to odgojno-obrazovno područje trebali usvojiti znanje o negativnim funkcijama medija. Kada se govori o rizičnim ponašanjima, učenici bi trebali znati prepoznati utjecaj medija na osnovne stavove o uporabi sredstava ovisnosti. Također bi trebali znati prepoznati i utjecaj medija i oglašavanja na prehrabene navike. Posebna tema posvećuje se i utjecaju medija na doživljavanje vlastitog tijela i izgleda (URL 5, 2011).

Jedna od šest međupredmetnih tema, prema *Nacionalnom okvirnom kurikulumu* (URL 5, 2011), je *Uporaba informacijske i komunikacije tehnologije*. Prema ciljevima učenja, učenici bi trebali biti sposobni kritički vrednovati izvore informacija, znati upotrijebiti informacije u određenom kontekstu, rabiti informacijsku i komunikacijsku tehnologiju (pretraživanje informacija, prikupljanje, pohranu, analiziranje, istraživanje..), razumijeti društvene posljedice korištenja i primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije te biti upoznati s pravnim i etičkim načelima uporabe informacijsko-komunikacije tehnologije (URL 5, 2011). Ovako postavljene odgojno-obrazovne ciljeve pri stjecanja medijskih kompetencija možemo prepoznati kao treći model odgoja za medije kojeg navodi Erjavac (2005). Kod trećeg modela, odnosno uključivanja odgoja za medije u različite predmete, Erjavac (2005) smatra kako on treba biti dio svih predmeta koji su povezani ili uključuju upotrebu medija te da nastavnici trebaju kod učenika razvijati kritički odnos prema medijskim sadržajima.

Pregledom *Nacionalnog okvirnog kurikuluma* (URL 5, 2011) može se vidjeti zastupljenost teme medija i medijskog odgoja i obrazovanja u hrvatskom odgojno-obrazovnom sustavu. Iako se ta tema spominje u četiri od sedam odgojno-obrazovnih područja općeg obaveznog i srednjoškolskog obrazovanja, medijsko obrazovanje većinom se provodi međupredmetno. No, jedini nastavni predmet koji u svom kurikulumu sadrži medijsko obrazovanje je *Hrvatski jezik i književnost*. Stoga će se u nastavku dati pregled predmetnog kurikuluma hrvatskog jezika. Jedan od odgojno-obrazovnih ciljeva učenja i poučavanja u nastavi hrvatskog jezika je sposobnost učenika da samostalno pronalazi informacije u različitim izvorima (ne samo digitalnim) te da o njima kritički promišlja. Isto tako, učenici bi trebali biti u mogućnosti procijeniti valjanost pojedine informacije, odnosno njezina izvora (URL 6, 2019). Nadalje, jedno od područja predmetnog kurikuluma hrvatskog jezika je područje kulture i medija. To predmetno područje, između ostaloga, obuhvaća kritičku evaluaciju medijskih poruka kao i kritičko promišljanje o društvenom utjecaju medija

i medijskih poruka. Isto tako, to predmetno područje uključuje i kreiranje medijskih poruka te njihovo odgovorno odašiljanje (URL 6, 2019). Ovdje se može prepoznati drugi model odgoja za medije kojeg Erjavec (2005) izdvaja. Stjecanje kompetencija medijske pismenosti u sklopu nastavnog predmeta materinskog jezika najčešći je oblik uključivanja odgoja za medije u odgojno-obrazovni proces (Erjavec, 2005). Erjavec (2005) navodi kako je taj model dobar upravo zbog usvajanja metode analize teksta, no smatra da bi se to nastavno područje trebalo obogatiti dodatnim poglavljima o medijskom jeziku, tehnikama uvjeravanja u medijima, učenju o načinima izražavanja u popularnim medijima i slično.

Kada se govori o četvrtom modelu odgoja za medije kojeg Erjavec (2005) navodi, a kojeg definira kao slobodnu aktivnost koja se odnosi na tečajeve i radionice kao i na izvanškolske aktivnosti, važno je spomenuti internetski portal *medijskapismenost.hr* (URL 7). Osnivači navedenog portala su Agencija za elektroničke medije i UNICEF, dok su samo neki od partnera Akademija dramske umjetnosti, Fakultet političkih znanosti i Učiteljski fakultet u Zagrebu. Glavni cilj portala *medijskapismenost.hr* je promidžba i isticanje važnosti stjecanja kompetencija medijske pismenosti. Na portalu se mogu pronaći mnogi korisni materijali, kako za učenike i mlade osobe, tako i za roditelje i nastavno osoblje (URL 7). Na portalu su postavljene i video lekcije, razni obrazovni materijali te se pružaju ideje kako implementirati medijski odgoj u odgojno- obrazovni proces. Isto tako, tu se mogu pronaći mnoge korisne informacije o događanjima, radionicama i projektima koje se bave temom medijske pismenosti (URL 8). Jedan od takvih projekata su *Dani medijske pismenosti* koji se održavaju već treću godinu zaredom. *Dane medijske pismenosti* organizira Agencija za elektroničke medije i UNICEF, a glavni pokrovitelji su Ministarstvo kulture i Ministarstvo znanosti i obrazovanja. Ovogodišnji *Dani medijske pismenosti* održali su se putem online videolekcija i drugih online aktivnosti zbog pandemije korona virusa. Podatci iz 2019. godine govore o veličini tog projekta; organizirano je ukupno 273 predavanja, radionica i drugih događanja u više od 90 mjesta u Hrvatskoj. U svim tim aktivnostima sudjelovalo je ukupno 16000 ljudi, od kojih je 13000 djece i mladih (URL 7).

Sve do sada navedeno ukazuje na to kako u hrvatskom društvu postoji određena svijest o značajnom utjecaju medija na naše društvo, posebno o njihovim štetnim učincima. Medijska pismenost dio je odgojno-obrazovnog sustava, kako kroz nastavu hrvatskog jezika, tako i kroz međupredmetne teme te kombinira sva četiri modela medijskog odgoja. Prepoznata je važnost obrazovanja mladih kao najizloženije skupine podložne medijskom utjecaju. S obzirom na to da uzorak ovog istraživanja čine srednjoškolci koji se nalaze u razvojnoj fazi adolescencije, u

nastavku rada nešto bit će riječ i o samim obilježjima te grupe te o utjecaju kojeg mediji imaju na njih.

2.4. Adolescenti i mediji

Adolescencija se može definirati kao prijelazno razdoblje odrastanja između djetinjstva i zrele dobi. Ono što adolescenciju razlikuje od ostalih životnih perioda je to što ona ima svoje psihološke osobnosti. Uz adolescenciju se najčešće vežu pojmovi puberteta, mladosti i tzv. razdoblja "bura i oluja". U ovoj životnoj fazi, osoba doživljava najveće promjene: od tjelesnog, kognitivnog, emocionalnog do socijalnog razvoja (Lacković-Grgin, 2005). Većina ljudi adolescenciju opisuje kao burno razdoblje, ispunjeno brojnim promjenama emocija i sukobima s okolinom. U ovoj fazi razvoja stvaraju se bliske emocionalne veze s ljudima koje mogu biti prijateljske ili romantične. Te veze karakterizira iskrenost i povjerenje u drugu osobu (Lacković-Grgin, 2005). Ono što je najvažnije u ovom razdoblju jest formiranje vlastitog identiteta, shvaćanje samoga sebe kao pojedinca s određenim osobinama, stavovima i vrijednostima, tj. razvijanje osjećaja vlastitog ja. „U ovoj se fazi mijenja svijet vrijednosti i odnosa adolescenta prema njemu, razvijaju se spoznajne sposobnosti, odnosno događa se prijelaz s konkretno-logičkog na formalno-logičko mišljenje (zaključivanje)“ (Ninčević, 2009: 122).

Postoje brojni čimbenici koji utječu na formiranje identiteta. Formiranje identiteta adolescenata ovisi o povratnim reakcijama kako odraslih, tako i vršnjačkih skupina. Drugim riječima, adolescenti pri formiranju identiteta traže odobravanje okoline. S obzirom na promjene u suvremenom društvu, „utjecaj crkve, države i obitelji, nekada ključnih socijalizacijskih sila u djetetovom životu, slabi pod utjecajima škole, medija, vršnjačkih skupina i konzumerizma“ (Car, 2013: 287). Današnji adolescenti pripadaju „Generaciji Z“. „Generacija Z“ označava grupu koja je rođena nakon 1995. i 2010. godine te koja dijeli neke zajedničke karakteristike (Fistrić, 2019). Glavno obilježje „Generacije Z“ je to što su ta djeca odrasla „na mobilnim uređajima, tabletima, prijenosnim računalima umreženim putem društvenih mreža, u doba 3D printanja namirnica i dijelova tijela“ (Fistrić, 2019: 130). Ta generacije rođena je u periodu razvoja interneta i širenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Nove tehnologije su njihovo prirodno okruženje uz kojeg su odrasli. S obzirom

na to, može se reći da imaju pozitivan stav prema uporabi novih tehnologija i medija, ali i bolje razvijene vještine informatičke pismenosti u odnosu na njihove roditelje.

No, već je objašnjeno da mediji, osim pozitivnih, imaju i negativne funkcije. Adolescenti su najranjivija skupina u tom pogledu, jer se nalaze u razvojnoj fazi kada i sami formiraju svoje stavove, odnosno svoj identitet. Novak je 2017. godine proveo istraživanje na temu odnosa adolescenata i medija. Cilj istraživanja bio je utvrditi u kojoj mjeri mediji utječu na stavove, vrijednosti i ponašanja adolescenata na temelju skale samoprocjene. Istraživanje je pokazalo kako ispitanici misle da mediji primarno utječu na konzumiranje i modu pa tek nakon toga na vrijednosni sustav i stavove adolescenata (Novak, 2017). Novak (2017) zaključuje kako ne obraćanje pažnje na utjecaj medija na ponašanja i stavove adolescenata, upravo otvara prostor medijima za veći utjecaj na navedeno te ističe važnost medijskog obrazovanja kako bi učenici mogli uočiti različite razine utjecaja medija koje samostalno ne mogu uočiti (Novak, 2017). Isto tako, prema rezultatima istraživanja, autor zaključuje kako mediji nemaju izravan utjecaj na adolescente kada je riječ o sadržajima koji nisu u skladu s njihovim stavovima i uvjerenjima. Ovo istraživanje pokazuje kako su adolescenti svjesni činjenice da mediji imaju utjecaj na njihove živote. Taj podatak ne bi trebao biti iznenađujuć s obzirom na to da su kroz osnovno školovanje imali određeno medijsko obrazovanje. No, ispitanici u ovom istraživanju nisu osvijestili sve negativne učinke medija, već samo dio njih te su samim time i dalje podložni medijskom utjecaju i manipulacijama.

Kada je riječ o odnosu negativnih učinaka medija i adolescenata, svakako je potrebno spomenuti stereotipno prikazivanje i nametanje standarda ljepote. Šego (2010) je provela istraživanje na uzorku adolescentica o utjecaju reklama na njihovo samopoimanje. Rezultati tog istraživanja pokazali su kako reklame imaju negativan učinak na samopercepciju i doprinose osjećaju manje vrijednosti kod mladih djevojaka te da osobe koje nisu zadovoljne svojim fizičkim izgledom češće padaju pod utjecaj reklamnog oglašavanja (Šego, 2010). Nadalje, Sever Globan i suradnice (2018) u svom radu o reklamama i rodnim stereotipima navode kako nametanje standarda ljepote kod adolescenata izaziva nezadovoljstvo vlastitim izgledom te manjak samopoštovanja. To može dovesti do raznih poremećaja prehrane poput bulimije i anoreksije kao i do pretjeranog vježbanja. Osim što utječu na ponašanje potrošača, reklame također stvaraju i određene stereotipe te na taj način povezuju određene proizvode sa željenim predodžbama. Samim time one djeluju na oblikovanje stavova i vrijednosti (Sever Globan i sur, 2018). Zaključuju kako reklamno oglašavanje ima velik utjecaj na mlade osobe

te da im se nameću određeni životni stilovi koje mladi usvajaju kao dio svog identiteta (Sever Globan i sur, 2018).

Čelik (2019) provela je istraživanje o dimenzijama virtualnog ponašanja adolescenata na uzorku od 134 učenika drugih razreda srednjih škola. Istraživanjem je dobila tri dimenzije virtualnog ponašanja adolescenata: intrinzičnu, ekstrinzičnu i rizičnu dimenziju. Intrinzična dimenzija odnosi se na komunikaciju i informiranost, ekstrinzična na socijalizaciju dok se rizična dimenzija odnosi na ovisnost i nasilje. Rezultati istraživanja pokazali su kako su adolescenti svjesni i pozitivnih i negativnih učinka medija, odnosno društvenih mreža te da je njihova uporaba društvenih mreža vrijednosno neutralno (Čelik, 2019). Nadalje, rezultati su pokazali kako nema razlika između intrinzičnog i ekstrinzičnog ponašanja adolescenata i adolescentica, no postoji statistički značajna razlika kada govorimo o rizičnom ponašanju. Adolescentice su sklonije poistovjećivanju virtualnog i stvarnog svijeta te su izložnije virtualnom nasilju na društvenim mrežama (Čelik, 2019). Jedna od tema o kojoj se u današnjem društvu dosta govori i koja je također proizvod negativnih funkcija uporabe medija, u ovom slučaju interneta, je upravo tema nasilja na društvenim mrežama. Vejmelka i suradnice provele su 2016. godine istraživanje o online aktivnostima i rizičnim ponašanjima adolescenata i virtualnom okruženju. Uzorak je sačinjavalo 358 učenika iz devet hrvatskih srednjih škola koje su izabrane metodom slučajnog odabira. Rezultati istraživanja pokazali su visoku prevalenciju ovisnosti o internetu (36,2%) i elektroničkog nasilja (50,7%) (Vejmelka i sur, 2016). Isto tako, rezultati ovog istraživanja pokazali su kako je slanje „instant“ poruka povezano sa sudjelovanjem u elektroničkom nasilju te da je češće korištenje društvenih mreža povezano s češćim doživljavanjem nasilja (Vejmelka i sur, 2016). „Nasilje putem interneta ostavlja veće posljedice od tradicionalnog nasilja jer se ono može pojaviti bilo kada i bilo gdje u virtualnom svijetu. Osobe koje doživljavaju nasilje putem interneta mogu biti zlostavljane 24 sata bez prestanka i na taj način negativne posljedice kao što su anksioznost, depresija ili smanjeno samopoštovanje mogu imati teži oblik i uz to mogu i trajati duže“ (Batori i Ćurlin, 2020: 112). Danas se često svjedoči kampanjama protiv nasilja na internetu te kao društvo shvaćamo težinu i veličinu tog problema. Nužno je savjetovati i educirati učenike, koji su žrtve bilo kakvog oblika nasilja na društvenim mrežama, da o tim problemima treba razgovarati kako s roditeljima, tako i sa djelatnicima odgojno-obrazovnih ustanova. Jedan vid nasilja na društvenim mrežama je i eksploatacija intimnih slika i videozapisa koje učenici danas sve češće šalju putem „instant“ poruka ili putem društvenih mreža.

3. Metodologija rada

3.1 Predmet istraživanja

Predmet ovog istraživanja je ispitati koje medije učenici najčešće rabe i u koje svrhe, koliko su učenici upoznati sa štetnim funkcijama medija, koja je razina njihove medijske pismenosti te kako i na koje se načine razvija njihova medijska pismenost kroz odgojno-obrazovni sustav.

3.2 Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je anketnim ispitivanjem učenika srednjih škola u gradu Sinju saznati koje medije učenici najčešće rabe i u koje svrhe, do koje razine su osvijestili štetne funkcije medija, ispitati razinu medijske pismenosti srednjoškolaca i uvidjeti prednosti i mane odgojno-obrazovnog sustava kada se govori o medijskom opismenjavanju.

3.3 Zadatci istraživanja

S obzirom na predmet i cilj istraživanja, zadatci istraživanja u ovom radu bili su na temelju odgovora ispitanika, učenika srednjih škola u gradu Sinju, dobivenih anketnim upitnikom:

1. ispitati kod učenika učestalost upotrebe pojedinih medija,
2. ispitati u koje svrhe učenici rabe medije,
3. ispitati koliko su učenici upoznati sa štetnim stranama medija,
4. ispitati razinu medijske pismenosti kod učenika,
5. saznati kako (kroz koje nastavne predmete i školske aktivnosti) odgojno-obrazovni sustav razvija medijsku pismenost kod srednjoškolaca

te ispitati postoje li razlike u odgovorima ispitanika temeljem praćenih nezavisnih varijabli: spol, obrazovni program i razred.

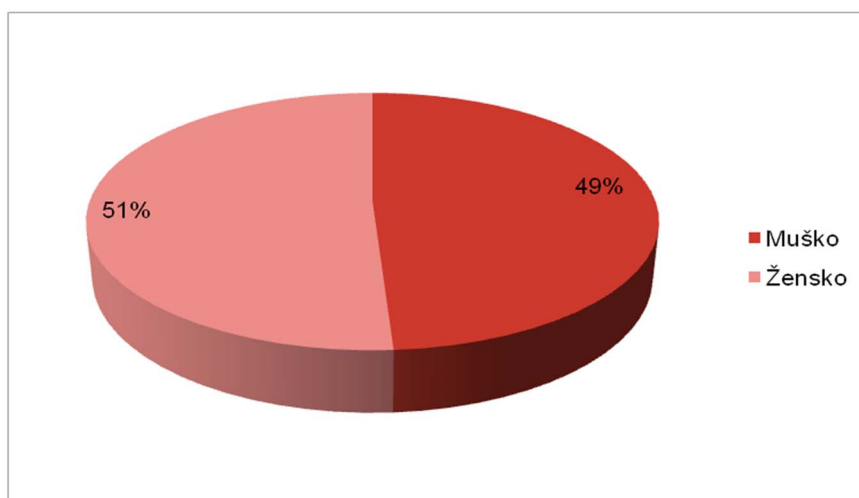
3.4 Metoda i instrument

U ovom istraživanju korištena je kvantitativna metoda istraživanja, a instrument je (online) anketni upitnik. Anketni upitnik (*Prilog 1*) je originalno sastavljen za potrebe ispitivanja medijske pismenosti sinjskih srednjoškolaca u skladu s predmetom istraživanja i istraživačkim zadacima.

Anketni upitnik sastavljen je od dvadeset pitanja. Prva četiri pitanja odnose se na opće karakteristike ispitanika, odnosno na nezavisne varijable. U drugoj skupini pitanja, korištena je skala *Likertova* tipa (pet stupnjeva) te je ta skupina uključivala tri pitanja. Dva pitanja sastavljena su od tvrdnji kojima su učenici izražavali slaganje odnosno neslaganje. Treće pitanje odnosilo se na čestinu korištenja pojedinih medija i medijskih uređaja. Dio upitnika čine alternativna pitanja s *Da/ Ne* ponuđenim odgovorima ispitanicima na odabir, dok preostali dio čine pitanja višestrukog izbora odgovora. Isto tako, u upitniku se nalaze i tri pitanja otvorenog tipa. Odgovori kod pitanja otvorenog tipa pri statističkoj obradi kodirani su u odgovarajuće kategorije te su na taj način statistički obrađeni.

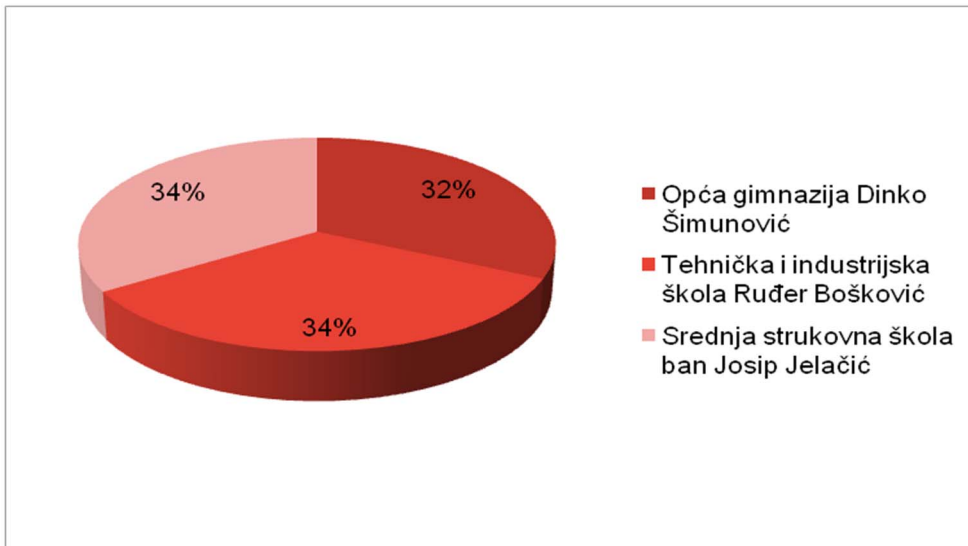
3.5 Sudionici istraživanja

U ovom istraživanju sudjelovala su 164 učenika sinjskih srednjih škola. Sudionici ovog istraživanja su učenici prvih, drugih, trećih i četvrtih razreda gimnazijskog i strukovnog srednjoškolskog usmjerenja. U ovom dijelu rada prikazat će se raspodjela ispitanika prema spolu, školi koju pohađaju, obrazovnom programu te razredu.



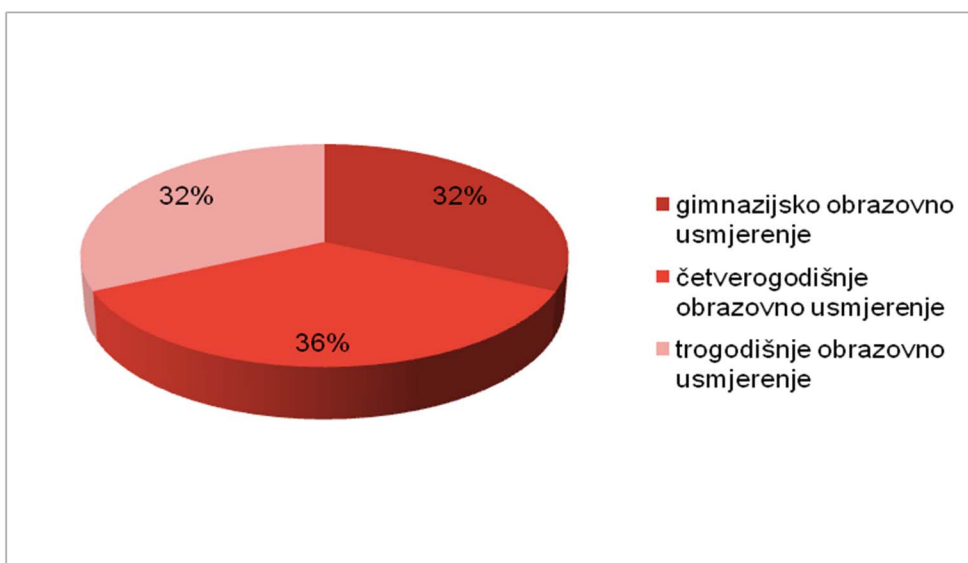
Slika 1. Struktura ispitanika s obzirom na spol

Iz *Slike 1.* vidljivo je kako je u ovom istraživanju sudjelovao gotovo jednak broj učenika i učenica. Nešto je veći broj učenica ($f=83$) u odnosu na učenike ($f=81$), no može se reći kako je raspodjela ispitanika prema spolu podjednaka.



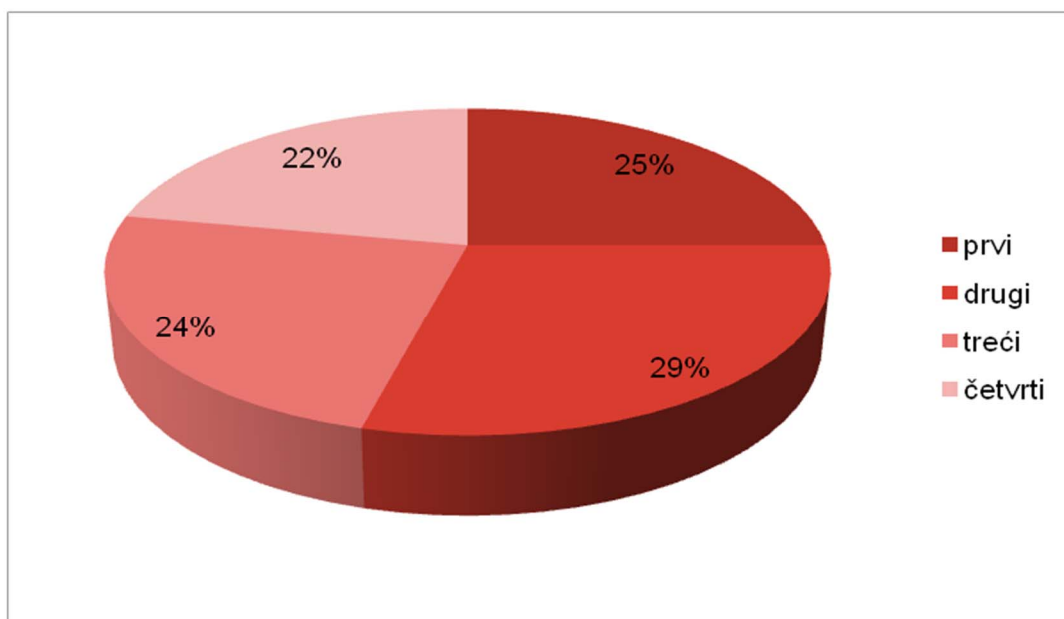
Slika 2. Struktura ispitanika prema školi koju pohađaju

Slika 2. prikazuje strukturu ispitanika koji su sudjelovali u ovom istraživanju. Može se reći kako je raspodjela ispitanika podjednaka u odnosu na škole. Najmanji broj ispitanika dolazi iz Opće gimnazije Dinka Šimunovića (32%), dok podjednak broj (34%) dolazi iz dviju sinjskih strukovnih škola, Tehničke i industrijske škole Ruđera Boškovića i Srednje strukovne škole bana Josipa Jelačića.



Slika 3. Struktura ispitanika prema obrazovnom programu

Na *Slici 3.* prikazana je distribucija ispitanika prema obrazovnom programu kojeg pohađaju. Učenicima je u upitniku bilo postavljeno pitanje da navedu svoje usmjerenje te su obradom rezultata (kodiranjem) dobivene tri kategorije odgovora- gimnazijski obrazovni program, četverogodišnji obrazovni program i trogodišnji obrazovni program. U ovom istraživanju najveći broj ispitanika pohađa četverogodišnji obrazovni program (36%), dok je raspodjela između gimnazijskog i trogodišnjeg obrazovnog programa podjednaka (32%).



Slika 4. Struktura ispitanika prema razredu

Slika 4. prikazuje raspodjelu ispitanika prema razredu kojeg pohađaju. Najveći broj ispitanika pohađa drugi razred (29%), zatim prvi (25%) te treći (24%), dok najmanji broj ispitanika pohađa četvrti razred (22%).

3.6 Mjesto i vrijeme istraživanja

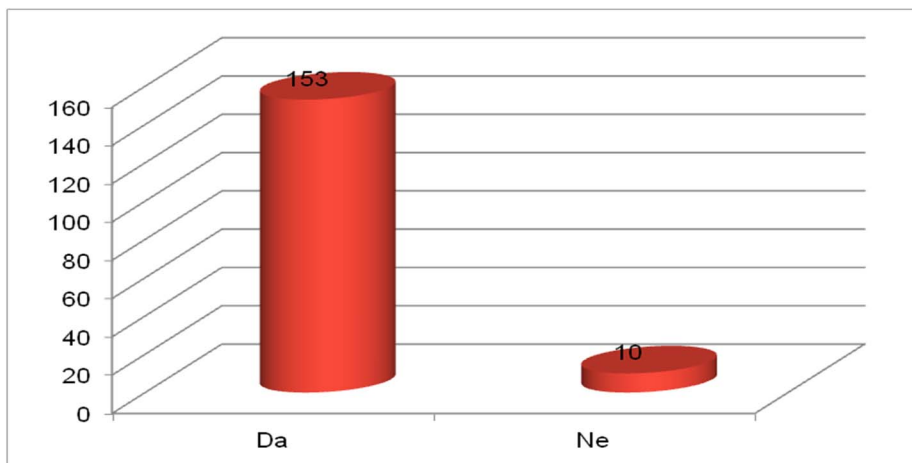
Mjesto istraživanja je Sinj, odnosno tri sinjske srednje škole: Opća gimnazija Dinko Šimunović, Tehnička i industrijska škola Ruđer Bošković i Srednja strukovna škola ban Josip Jelačić. Istraživanje je provedeno u lipnju i srpnju 2020. godine putem online anketnog upitnika.

3.7. Obrada podataka i ograničenja istraživanja

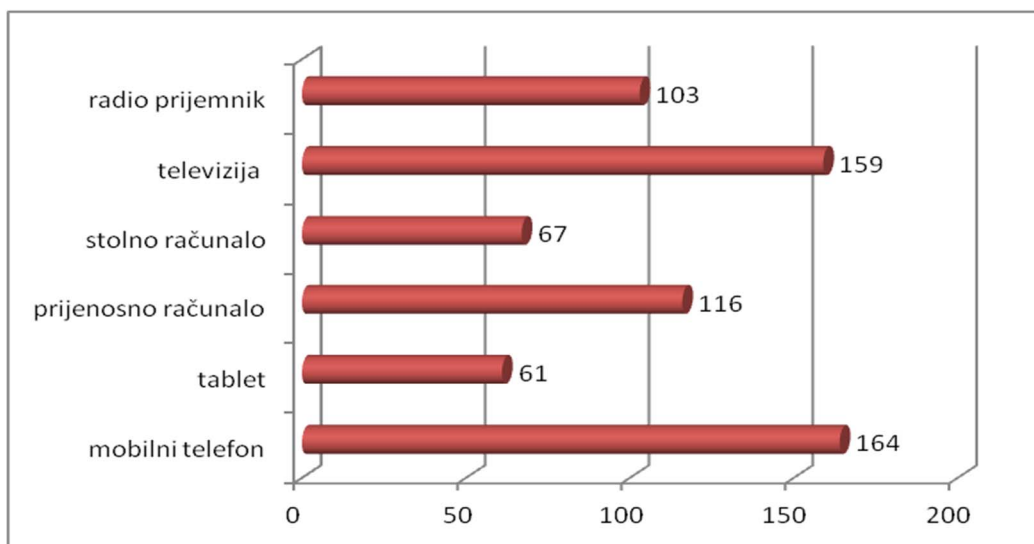
Nakon provedenog istraživanja, pitanja otvorenog tipa kodirana su u odgovarajuće kategorije te je statistička obrada izvršena u programu *Microsoft Excel 2010*. U obradi je korištena deskriptivna statistika te su izračunate frekvencije (f), postotci (%), aritmetičke sredine (M) i standardne devijacije (Sd). Analizirani rezultati prikazani su grafički tablicama i grafikonima. Ograničenje i nedostatak ovog istraživanja je što učenici putem anketnog upitnika sami procjenjuju svoje znanje i kompetencije medijske pismenosti.

4. Analiza i interpretacija rezultata empirijskog istraživanja

Prije same analize i interpretacije rezultata, prema zadacima ovog istraživanja i prema nezavisnim varijablama, važno je vidjeti imaju li učenici tehničke predispozicije za uporabu (novih) medija i participaciju u novoj medijskoj kulturi. To je ispitano kroz dva pitanja. Prvo pitanje odnosi se na posjedovanje internetskog priključka u kućanstvu, a drugo na posjedovanje određenih medijskih uređaja.



Slika 5. Posjedovanje internetskog priključka u kućanstvu (f)



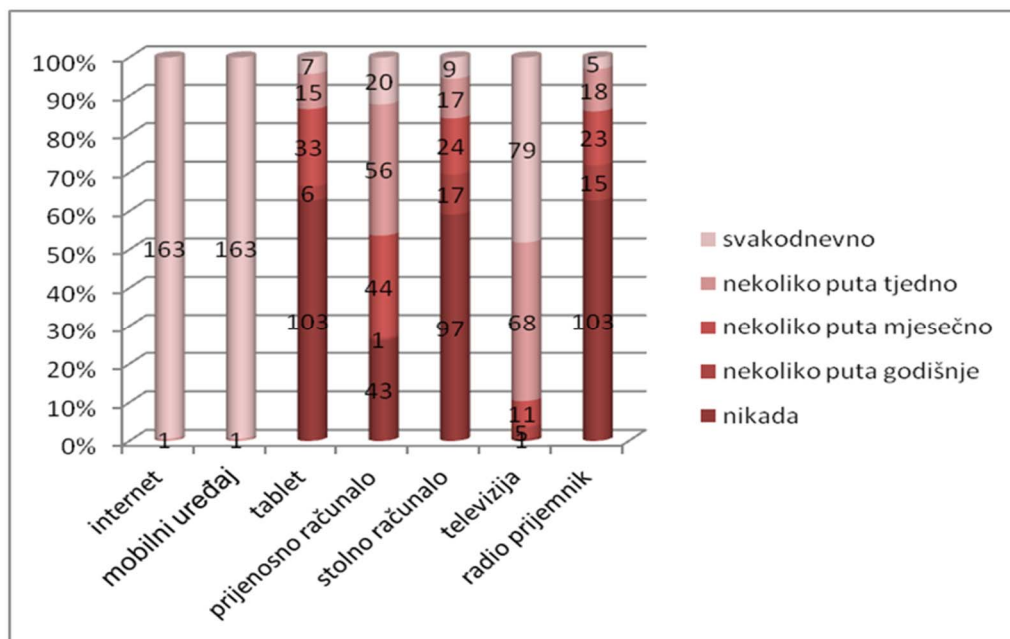
Slika 6. Posjedovanje medijskih uređaja (f)

Kao što se može vidjeti na *Slici 5.*, gotovo svi učenici posjeduju internet priključak u svom kućanstvu ($f=154$). Isto tako, svi učenici posjeduju mobilni uređaj ($f=164$) te skoro svi učenici imaju televizor u svom kućanstvu ($f=159$). Malo više od dvije trećine učenika

posjeduje prijenosno računalo ($f=116$), dok nešto više od trećine učenika posjeduje stolno računalo ($f=67$). Radio prijemnik u svom kućanstvu imaju 103 učenika, dok najmanji broj učenika posjeduje tablet ($f=61$). Istraživanje provedeno 2020. godine, na reprezentativnom uzorku, pokazalo je da 99,1% učenika u dobi od 15 do 17 godina posjeduje barem jedan vlastiti medijski uređaj, a najčešće je to mobilni telefon (Ciboci i sur., 2020). Dobiveni podatci u ovom istraživanju potvrđuju podatke dobivene na reprezentativnom uzorku. Posjedovanje vlastitih medijskih uređaja omogućuje učenicima da budu aktivni sudionici medijske kulture, no također sa sobom donosi određene rizike. Ti rizici prvenstveno se odnose na nedostak roditeljskog nadzora nad sadržajima i medijskim porukama koje učenici primaju putem medija. Učenici samostalno, i u većini slučajeva, bez ograničenja primaju medijske poruke, stoga ih je važno obrazovati kako bi odgovorno upotrebljavali medije i kritički promišljali medijske poruke.

4.1. Učestalost korištenja pojedinih medija

Prvi zadatak ovog istraživanja bio je ispitati učestalost uporabe pojedinih medija i medijskih uređaja te utvrditi razlike s obzirom na nezavisne varijable (spol, obrazovni program i razred). Prvi dio ovog zadatka odnosi se na ispitivanje učestalosti uporabe pojedinih medijskih uređaja.



Slika 7. Učestalost uporabe pojedinih medijskih uređaja i interneta (f)

Na *Slici 7.* prikazana je distribucija odgovora ispitanika na pitanje „Koliko često koristite pojedine medijske uređaje i Internet?“. Iz *Slike 7.* vidljivo je da skoro svi učenici, odnosno njih 99,39%, svakodnevno upotrebljavaju mobilne uređaje i internet. Mobilne uređaje i internet slijedi televizija kao treći najčešće korišteni medijski uređaj kod ispitanih učenika. Svakodnevno televiziju gleda gotovo polovica učenika, točnije njih 48,17%. Na trećem mjestu najčešće korištenih medijskih uređaja je prijenosno računalo. Gotovo polovica učenika, 46,34% , prijenosno računalo upotrebljava svakodnevno ili nekoliko puta tjedno. Učenici rjeđe rabe stolno računalo, tablet i radio prijemnik. Od ukupnog broja ispitanika, njih 59,15% navodi kako nikada ne rabi stolno računalo, dok je za tablet i radio prijemnik ta brojka nešto veća i iznosi 62,8%. Iz navedenog može se zaključiti kako učenici najčešće upotrebljavaju internet, mobilni uređaj i televiziju. Prema istraživanju iz 2013. godine koje su proveli Labaš i Marinčić (2018) na uzorku učenika osnovnih školi, najkorišteniji medijski uređaj bio je računalo te nakon toga mobilni uređaji i televizija. Danas je situacija bitno drugačija. Glavni razlog zbog čega učenici danas u puno manjoj mjeri rabe računala je taj što su mobilni uređaji zapravo evaluirali u „mala računala“. Njihova glavna svrha više nije samo komunikacija između osoba. Danas se putem mobilnih uređaja mogu gledati serije i filmove, čitati knjige, igrati igrice, učiti, snimati fotografije, itd... To je također jedan od mogućih razloga zbog čega učenici u ovom istraživanju u puno manjem broju navode kako gledaju televiziju, nego što su to pokazivali podatci većine medijskih istraživanja od prije samo nekoliko godina. No isto tako, ovi podatci govore o promjenama obiteljske dinamike. Kao što je već navedeno, prije svega nekoliko godina najkorišteniji medijski uređaj kod djece bila je televizija. Televizija se uobičajeno nalazi u zajedničkoj prostoriji u kućanstvu i zajedničko gledanje televizije može se promatrati kao obiteljska aktivnost. Isto tako, kod aktivnosti gledanja televizije, često se određene medijske poruke komentiraju, odnosno raspravlja se o njima. Roditelji su u većoj mjeri upućeni u sadržaje koje gledaju njihova djeca i medijske poruke koje primaju putem tog medija. S druge strane, kod uporabe mobilnih uređaja, djeca se povlače u „privatnu“ sferu. To potvrđuje i podatak da djeca rijetko upotrebljavaju stolno računalo (koje se također često nalazi u zajedničkoj prostoriji u kućanstvima), dok prijenosno računalo gotovo polovica ispitanih učenika rabi svakodnevno ili više puta tjedno. Ono što se može zaključiti temeljem ovih podataka je da se djeca pri uporabi medija i medijskih uređaja povlače u privatnu sferu.

U nastavku ovog poglavlja prikazat će se i ustanoviti postoje li razlike u upotrebi pojedinih medijskih uređaja s obzirom na spol, obrazovni program i razred.

	M (m)	Sd (m)	M (ž)	Sd (ž)
radio prijammnik	1,9	1,2	1,7	1,2
televizija	4,4	0,8	4,2	0,7
stolno računalo	2,2	1,4	1,7	1,1
prijenosno računalo	3,2	1,4	2,9	1,3
tablet	1,7	1,3	2	1,2
mobilni uređaj	5	0,1	5	0
internet	5	0,1	5	0,1

Tablica 2. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na spol

	M (gop)	Sd (gop)	M (čop)	Sd (čop)	M (top)	Sd (top)
radio prijemnik	1,8	1,1	1,9	1,3	1,8	1,3
televizija	4,1	0,8	4,3	0,9	4,6	0,5
stolno računalo	2,1	1,3	2,1	1,4	1,6	1,1
prijenosno računalo	3,6	1,2	3,2	1,2	2,3	1,3
tablet	1,9	1,2	1,9	1,3	1,8	1,2
mobilni uređaj	5	0	5	0,1	5	0
internet	5	0	5	0,1	5	0

Tablica 3. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program

	M (p)	Sd (p)	M (d)	Sd (d)	M (t)	Sd (t)	M (č)	Sd (č)
radio prijemnik	2	1,3	1,9	1,3	1,8	1,2	1,5	0,9
televizija	4,5	0,6	4,3	0,8	4,5	0,6	4	1
stolno računalo	2	1,2	1,9	1,2	1,6	1,1	2,3	1,5
prijenosno računalo	2,8	1,4	3	1,3	2,8	1,4	3,6	1,3
tablet	2	1,4	2	1,3	1,8	1,2	1,7	1,2
mobilni uređaj	5	0	5	0	5	0	5	0,2
internet	5	0	5	0	5	0	5	0,2

Tablica 4. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na razred

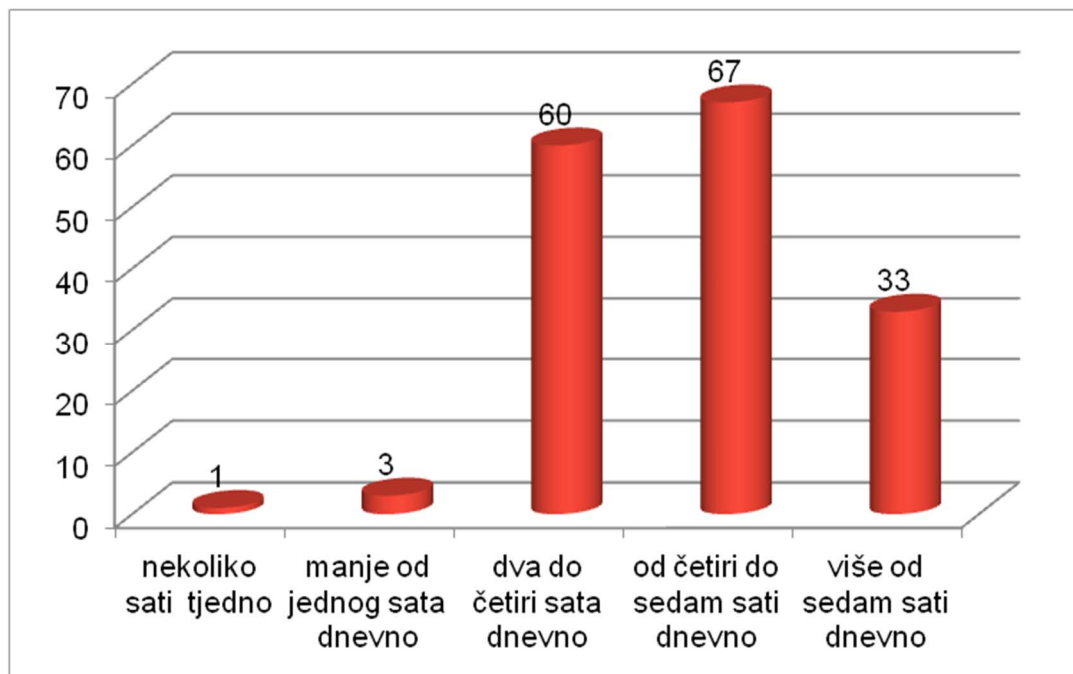
U *Tablici 2.* prikazana je distribucija odgovora ispitanika na pitanje o učestalosti uporabe pojedinih medijskih uređaja i interneta s obzirom na spol. Iz navedene tablice može se vidjeti kako postoje određene razlike u čestini uporabe pojedinih medijskih uređaja. Učenici češće slušaju radio prijemnik ($M=1,9$), rabe prijenosno ($M=3,2$) i stolno računalo ($M=2,2$) te češće gledaju televiziju ($M=4,2$) u odnosu na učenice. S druge strane, učenice nešto češće rabe tablet ($M=2,0$) od učenika. S obzirom na spol može se reći kako učenici češće rabe sve navedene medijske uređaje, osim tableta kojeg češće rabe učenice i interneta i mobilnih uređaja koje rabe svi učenici podjednako često. Kod pregleda rezultata različitih medijskih istraživanja navedenih u ovom radu, nisu ustanovljene razlike u navikama upotrebe medijskih uređaja. Jedino istraživanje koje je pokazalo određene razlike u uporabi medija s obzirom na spol je istraživanje autora Knižaja i Maleša (2019). Međutim, te razlike odnose se na razlike uporabe medija na različite načine, odnosno u različite svrhe o čemu će više riječi biti u nastavku rada.

Kada se govori o razlikama u učestalosti uporabe pojedinih medijskih uređaja i interneta s obzirom na obrazovni program učenika, u *Tablici 3.* može se vidjeti kako postoje određene razlike kod uporabe televizije, prijenosnog računala i stolnog računala. Učenici koji pohađaju trogodišnji obrazovni program najčešće gledaju televiziju ($M=4,6$). Slijede ih učenici četverogodišnjih obrazovnih programa ($M=4,3$) te učenici gimnazijskih obrazovnih programa ($M=4,1$) koji u najmanjoj mjeri gledaju televiziju. Značajnije razlike javljaju se kod čestine uporabe prijenosnog računala. Prijenosnim računalom najčešće se koriste učenici gimnazijskog obrazovnog programa ($M=3,6$), zatim učenici četverogodišnjeg obrazovnog programa ($M=3,2$) dok prijenosno računalo najrjeđe upotrebljavaju učenici koji pohađaju trogodišnji obrazovni program ($M=2,3$). Učenici gimnazijskih i četverogodišnjih obrazovnih programa češće navode kako se koriste stolnim računalom ($M=2,1$) u odnosu na učenike trogodišnjih obrazovnih programa ($M=1,6$). Određena istraživanja potvrđuju vezu između uporabe prijenosnih i stolnih računala te postizanja boljeg akademskog uspjeha (Brčina, 2015). Općenito govoreći, prijenosna i stolna računala imaju najviše alata koji učenicima olakšavaju učenje. Isto tako, istraživanje Bezinović i Ristić Dedić (2004) pokazalo je da učenici gimnazijskih obrazovnih programa najviše vremena provode pripremajući se za nastavu.

Iz *Tablice 4.* vidljivo je da također postoje određene razlike i u učestalosti uporabe pojedinih medijskih uređaja i interneta prema različitim razredima. Radio prijemnik najčešće rabe učenici prvih razreda ($M=2,0$), a najrjeđe učenici četvrtih razred ($M=1,5$). Učenici prvih

razreda također najviše gledaju televiziju ($M=4,5$), dok učenici četvrtih razreda najmanje gledaju televiziju ($M=4,0$). Nadalje, učenici trećih razreda najmanje od svih razreda koriste se stolnim računalom ($M=1,6$) dok ga najčešće rabe učenici četvrtih razreda ($M=2,3$). Učenici četvrtih razreda također najčešće rabe i prijenosno računalo ($M=3,6$), u odnosu na učenike drugih razreda.

Nakon što se utvrdila učestalost uporabe pojedinih medijskih uređaja i interneta, u nastavku će biti prikazano koliko vremena učenici provode u uporabi medija. Odgovori su podijeljeni u pet kategorija. Najmanja kategorija odnosi se na nekoliko sati tjedno provedenih u uporabi medija, dok se najveća kategorija odnosi na više od sedam sati dnevno provedenih u uporabi pojedinih medija.

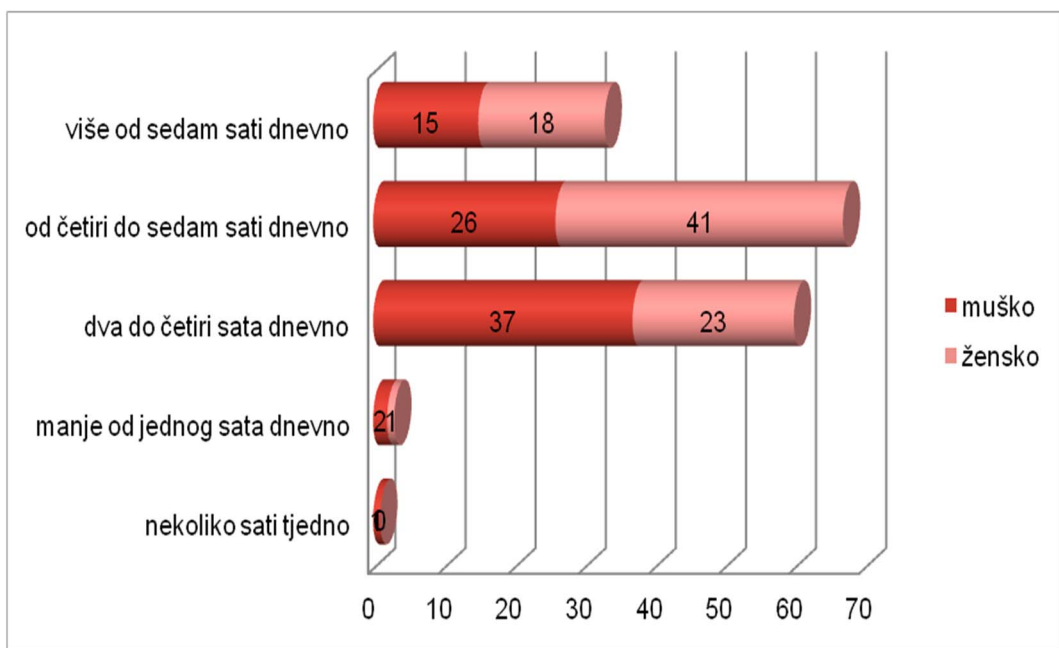


Slika 8. Vremenska odrednica korištenja medija (*f*)

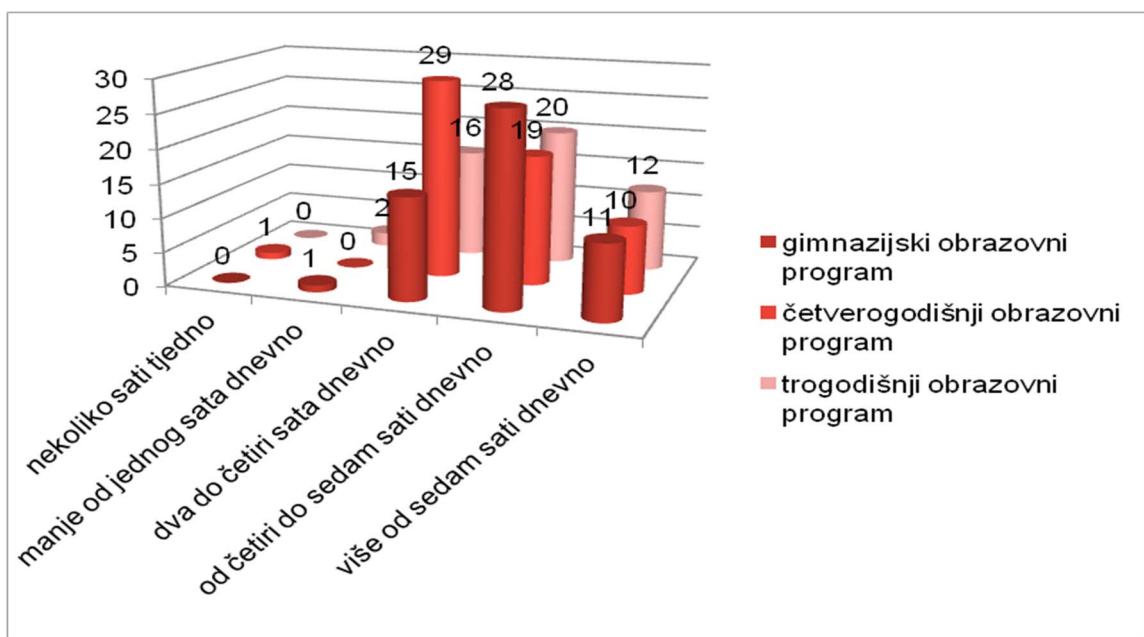
Na Slici 8. prikazana je distribucija odgovora ispitanika na pitanje koliko vremena provode u uporabi medija. Većina ispitanika, točnije njih 40,85%, odgovorila je kako dnevno provodi između četiri i sedam sati koristeći se medijima. Dodamo li toj broju odgovore ispitanika koji su naveli kako dnevno provode više od sedam sati u uporabi medija (20,12%), može se reći kako malo manje od dvije trećine ispitanika (60,98%) dnevno provodi više od četiri sata u uporabi medija. Od preostalih 39,02% ispitanika, većina ih provodi između dva i četiri sata dnevno rabeći medije, točnije njih 36,59%. Ciboci i suradnici (2020) u istraživanju provedenom na uzorku učenika u dobi od 10 do 17 godina, dobili su rezultate koji ukazuju na

to da sa porastom dobi učenika, raste i vrijeme provedeno u uporabi interneta. Unatoč preprekama stručnjaka kako djeca ne bi trebala provoditi više od tri sata dnevno u uporabi interneta, rezultati njihovog istraživanja pokazali su da gotovo jedna četvrtina ispitanih provodi dnevno više od četiri sata u uporabi interneta (Ciboci i sur, 2020).

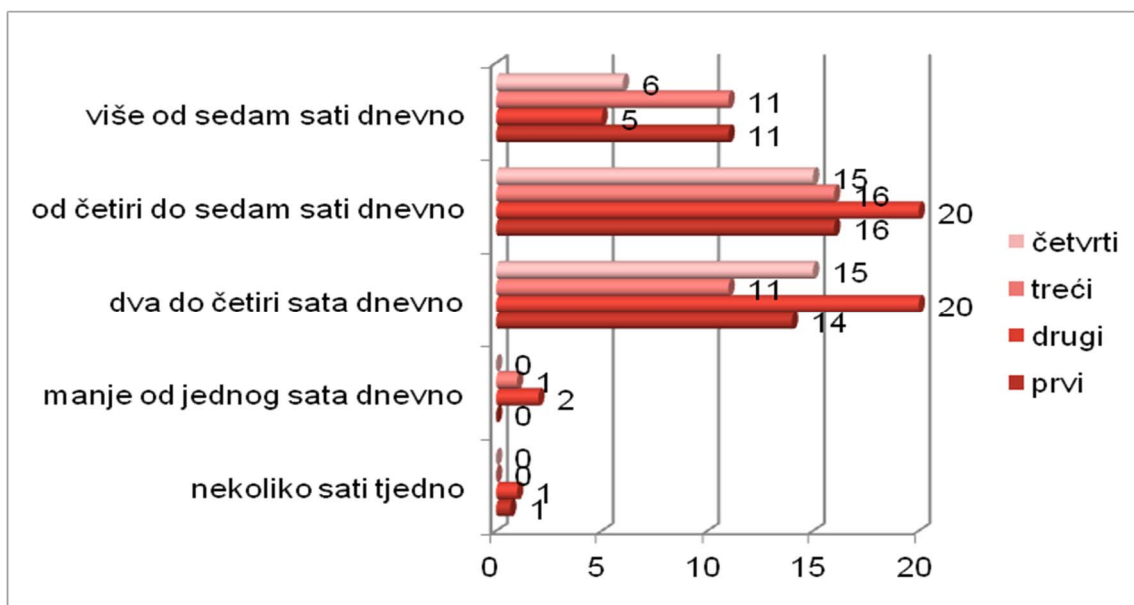
Rezultati ovog istraživanja pokazuju kako gotovo dvije trećine učenika provodi više od četiri sata dnevno koristeći se medijima. Ovi podatci su zabrinjavajući i poražavajući, ali isto tako govore da mladi danas većinu svog slobodnog vremena provode u uporabi medija. Pedagogija slobodnog vremena „uključuje osmišljavanje, kreiranje, poticanje i slobodan izbor aktivnosti kojima ćemo se baviti u slobodno vrijeme“ (Pešorda, 2007: 37). No ono što treba imati u vidu interpretirajući ove rezultate je struktura uzorka. Sinjske škole pohađaju djeca iz okolnih, ruralnih područja i ona čine jedan dio ovog uzorka. Drugi dio uzorka čine učenici s područja grada Sinja. Sinj je mala sredina od svega 24 826 stanovnika (URL 8) i kao takva jednostavno ne pruža mladima odgovarajuće sadržaje koji bi im omogućili kvalitetno provođenje slobodnog vremena, a taj nedostatak sadržaja posebno je izražen u ruralnim sredinama. Nedostatak sadržaja svakako se može povezati sa pretjeranom uporabom medija i medijskih uređaja. S druge strane, adolescenti se nalaze u razvojnog području za koji je važna komunikacija „licem u lice“ za razvitak vještina u međuodnosima (Dadić, 2014). Međutim, prebacivanjem komunikacije u virtualni prostor i pretjeranom upotrebom medija, Dadić (2014) navodi kako može doći do otuđenja mladih. Isto tako, pretjerana upotreba medija donosi promjene u dinamici i strukturi obiteljskih veza. Zbog užurbanog načina života koje nosi današnje vrijeme, roditelji zanemaruju pretjerano upotrebljavanje medija kod djece. Često nisu svjesni da mediji imaju mnoge štetne funkcije koje se mogu negativno odraziti na njihovu djecu, posebice u razvojnoj fazi adolescencije. Medijska istraživanja koja se bave odnosom medija i mladih te roditelja pokazala su kako roditelji često „bježe“ od odgovornosti kada se govori o mladima i konzumiranju medijskih sadržaja (Labaš, 2015). Čest je slučaj da su djeca kompetentnija od roditelja po pitanju uporabe medija, posebice novih medija. Današnji adolescenti pripadaju generaciji koja je odrasla uz nove tehnologije i naziva ih se „digitalnim urođenicima“, dok njihovi roditelji pripadaju generaciji „digitalnih pridošlica“ (Miloš, 2017). Brojna istraživanja „potvrđuju i činjenicu da roditelji često niti ne nadziru što djeca rade u svojim sobama, ne pokušavaju saznati za što i kako djeca koriste internet ili mobitel, posebno pametne telefone“ (Labaš, 2015:108).



Slika 9. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultata s obzirom na spol (f)



Slika 10. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (f)



Slika 11. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultatat s obzirom na razred (f)

Slika 9. prikazuje strukturu odgovora ispitanika o vremenu kojeg provode koristeći se medijima s obzirom na spol. Prema Slici 9. može se vidjeti da su učenice zastupljenije u kategorijama odgovora koji se odnose na vremenski period „od četiri do sedam sati dnevno“ ($f=41$) i u kategoriji „više od sedam sati dnevno“ ($f=18$). S druge strane, veći broj učenika ($f=37$) zastupljen je u kategoriji „dva do četiri sata dnevno“. Iz ovog prikaza vidljivo je kako učenice provode više vremena u uporabi medija i konzumiranju medijskih sadržaja u odnosu na učenike.

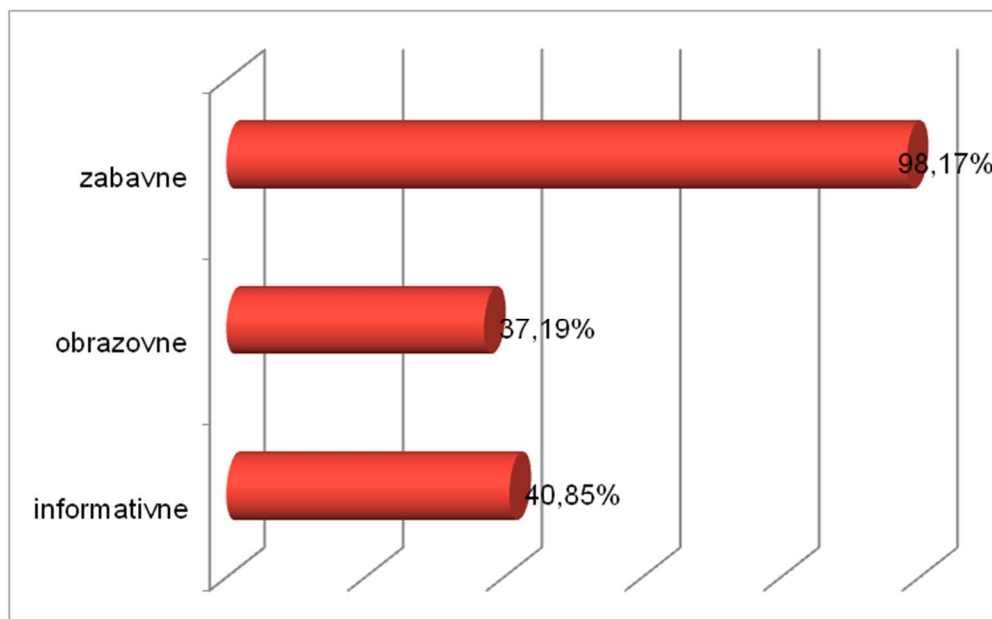
Nadalje, kada se govori o razlikama u vremenskoj odrednici uporabe medija s obzirom na obrazovni program, ne postoje značajnije razlike u odgovorima koji se odnose na vrijeme uporabe medija. Određene razlike primjećuju se kod kategorija „od dva do četiri sata dnevno“ i „od četiri do sedam sati dnevno“. Učenici gimnazijskog obrazovnog programa najzastupljeniji su u kategoriji „od četiri do sedam sati dnevno“ ($f=28$). Slijede ih učenici trogodišnjeg obrazovnog program ($f=20$) i na kraju učenici četverogodišnjeg obrazovnog programa ($f=19$). Od dva do četiri sata dnevno u korištenju medijima najviše provode učenici četverogodišnjeg obrazovnog program ($f=29$), zatim učenici trogodišnjeg obrazovnog programa ($f=16$) te učenici gimnazijskog obrazovnog programa ($f=25$).

Kada se govori o razlikama među ispitanicima o vremenu provedenom u uporabi medija prema razredu, iz Slike 11. može se vidjeti kako postoje određene razlike u odgovorima ispitanika. U odgovorima koji se odnose na kategoriju „više od sedam sati

dnevno“ provedenih u uporabi medija najzastupljeniji su prvi ($f=11$) i treći razredi ($f=11$), dok su drugi ($f=5$) i četvrti razred ($f=6$) zastupljeni u manjoj mjeri. U kategorijama „od četiri do sedam sati dnevno“ i „dva do četiri sata dnevno“ najveći broj odgovora je onih učenika koji pohađaju drugi razred ($f=20$), dok su ostali odgovori podjednako zastupljeni, osim u kategoriji „dva do četiri sata dnevno“ gdje su učenici trećih razreda ($f=11$) u nešto manjem broju zastupljeni u odnosu na preostala dva razreda.

4.2. Svrhe u koje učenici koriste medije

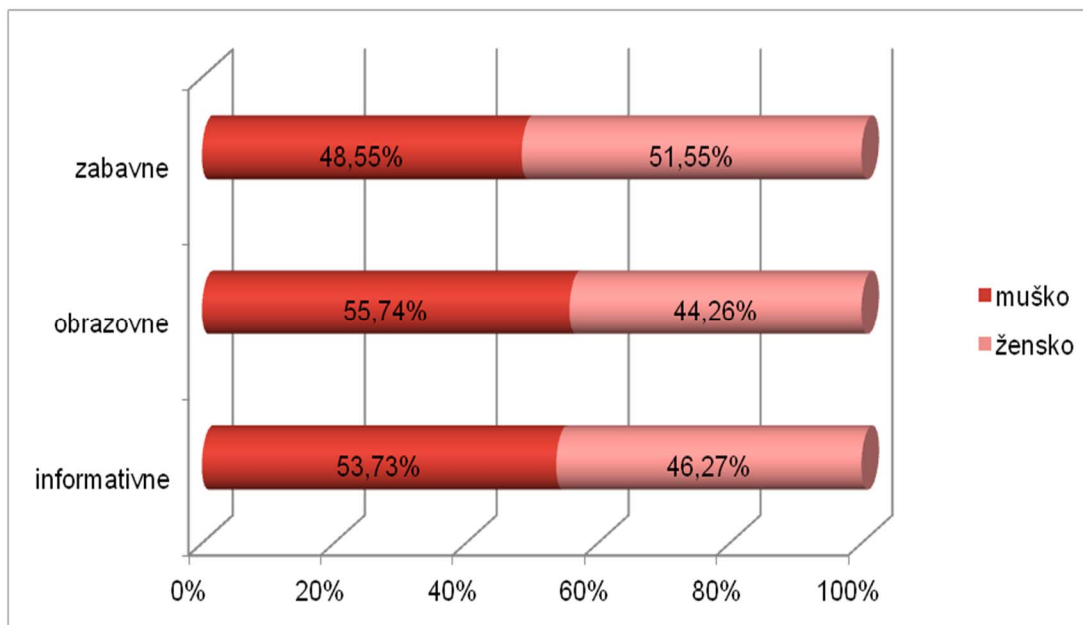
Drugi istraživački zadatak bio je ispitati u koje svrhe učenici rabe medije i ispitati postoje li razlike među odgovorima s obzirom na nezavisne varijable. U prvom dijelu prikazat će se u koje svrhe učenici najčešće upotrebljavaju medije: zabavne, obrazovne ili informativne. U drugom dijelu bit će prikazani rezultati ljestvice koja se sastojala od petanest tvrdnji koje se odnose na načine upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja.



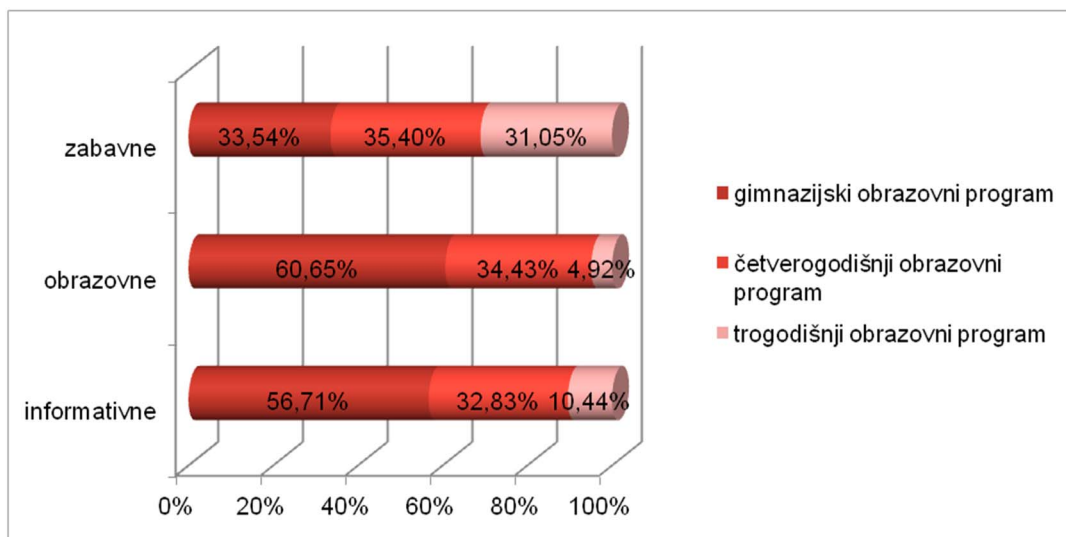
Slika 12. Svrhe u koje učenici koriste medije

Kod pitanja „U koje svrhe koristite medije“ ispitanici su trebali označiti sve kategorije koje se odnose na njih. Iz Slike 12. vidljivo je kako gotovo svi, odnosno 98,17% ispitanih učenika, upotrebljava medije primarno u zabavne svrhe. Ukupno 40,85% ispitanika navodi kako medije upotrebljava u informativne svrhe, dok samo 37,19% ispitanika navodi kako

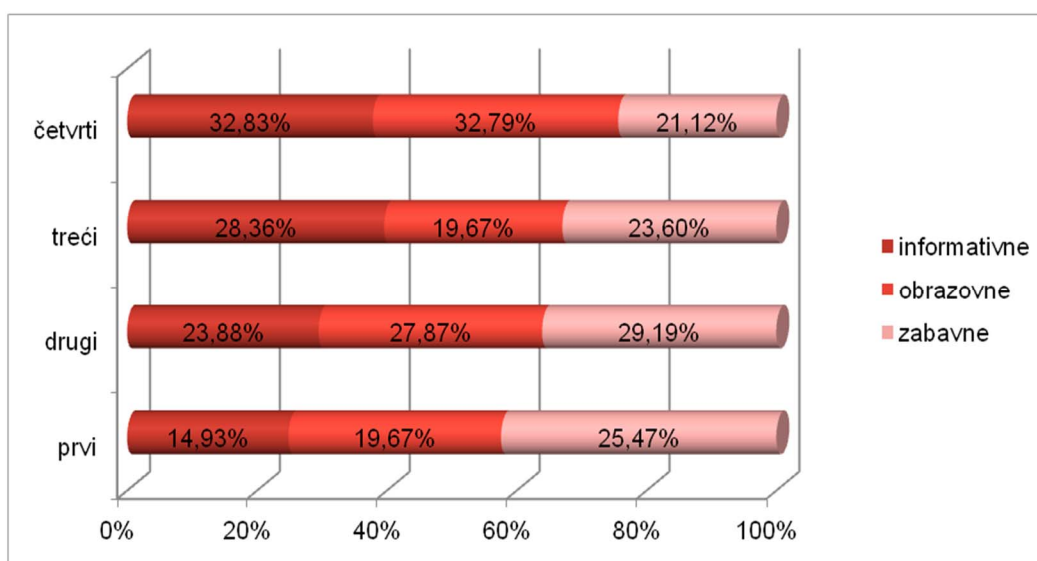
medije i medijske sadržaje upotrebljavaju u obrazovne svrhe. Kada se ovi rezultati usporede sa rezultatima istraživanja provedenog 2013. godine, primjećuju se značajne razlike. Prema odgovorima učenika osnovnih škola dobiveni su rezultati prema kojima 63,4% učenika medije upotrebljava u zabavne svrhe, a 19,6% njih medije rabi u informativne svrhe (Labaš i Marinčić, 2018). Vidljivo je kako je došlo do promjene trendova kada se govori o svrhama uporabe medija. Od prvotne informativne funkcije, danas su mediji, barem kada se govori o djeci, postali sredstvo zabave. Perinić (2009) navodi kako su suvremeni masovni mediji komercijalizirani. Tržište masovnih medija postaje sve zasićenije te se mediji prilagođavaju uvjetima istog kako bi zadržali konkurentnost; svoje sadržaje prilagođavaju potrebama potrošačkih grupa, odnosno publike (Perinić, 2009). S druge strane, medijska publika preplavljena je takvim sadržajima. Prethodno je već navedeno koliko vremena učenici dnevno provode u uporabi medija. Može se reći da mediji uzurpiraju slobodno vrijeme učenika, stoga su sadržaji koje konzumiraju i medijske poruke koje primaju od iznimne važnosti (posebno u razdoblju formiranja identiteta). Uloga informalnog učenja postaje sve važnija. Učenici usvajaju znanja posredovana medijima u slobodnom vremenu i ono „nije strukturirano s obzirom na vrijeme i cilj“ (Rodek, 2011: 17). To je još jedan od razloga zbog čega je važno informacijski i medijski opismenjivati djecu.



Slika 13. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na spol



Slika 14. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program



Slika 15. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na razred

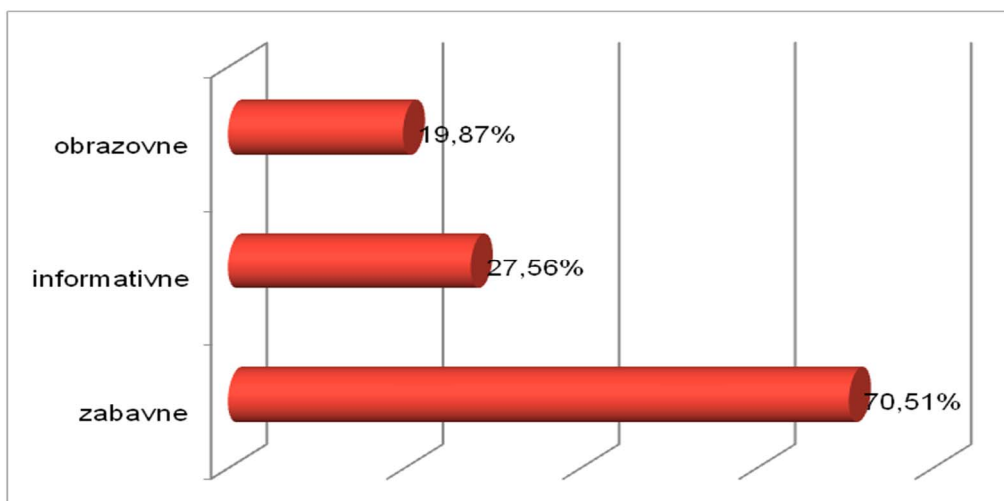
Slika 13. prikazuje distribuciju odgovora ispitanika na pitanje o svrhama u koje upotrebljavaju medije prema spolu. Iz Slike 13. vidljivo je kako ne postoje značajnije razlike u odgovorima ispitanika prema spolu. Od ukupnog broja ispitanika koji se medijima koriste u zabavne svrhe ($f=161$), nešto je veći udio učenica (51,55%) u odnosu na učenike (48,55%). Učenici češće upotrebljavaju medije u informativne svrhe (53,73%) u usporedbi s učenicama (46,27%). Učenici (55,74%) također češće od učenica (44,26%) upotrebljavaju medije u obrazovne svrhe. Dobivene rezultate potvrđuje i istraživanje koje su proveli Knižaj i Maleš

(2019). Njihovo istraživanje pokazalo je kako učenici i učenice imaju različite navike kod uporabe digitalnih medija; učenice digitalne medije češće rabe za pristupanje društvenim mrežama i ostvarivanje komunikacije (i to najčešće putem mobilnih telefona), dok su učenici više orijentirani na informativne sadržaje i više prate televizijske programe (Knižaj i Maleš, 2019). Rezultati ovog istraživanja pokazali su da učenici internet i mobilne uređaje rabe podjednako, dok učenici češće upotrebljavaju gotovo sve druge medijske uređaje u odnosu na učenice (osim tableta).

Kada se govori o razlici odgovora prema obrazovnom programu, iz *Slike 14.* jasno se vidi da postoje razlike u uporabi medija za obrazovne i informativne svrhe. Od ukupnog broja učenika koji se koriste medijima medije u obrazovne svrhe, 60,65% učenika pohađa gimnazijski obrazovni program, 34,43% četverogodišnji obrazovni program, dok 4,92% učenika pohađa trogodišnji obrazovni program. Nadalje, od ukupnog broja učenika koji medije rabe kao sredstvo informiranja, 56,71% njih su učenici gimnazijskog obrazovnog programa, 32,83% su učenici koji pohađaju četverogodišnji obrazovni program te preostalih 10,44% su učenici koji pohađaju trogodišnji obrazovni program. Dakle, učenici gimnazijskih obrazovnih programa se u dosta većoj mjeri služe medijima u svrhe informiranja i obrazovanja.

Kada se govori o razlikama u obrazovnim programima, važno je istaknuti kako učenici upisuju određene obrazovne programe s obzirom na postignuti uspjeh u osnovnoj školi. Ako se uzme u obzir da se medijsko obrazovanje provodi u osnovnim školama te činjenica da su učenici gimnazijskih obrazovnih programa postigli bolji obrazovni uspjeh na kraju završenog osnovnog školovanja, može se zaključiti kako imaju razvijenije kompetencije medijske pismenosti. Drugim riječima, bolje se snalaze u medijskom okruženju te samim tim znaju bolje upotrebljavati informacije koje dobivaju posredstvom medija.

Slika 15. prikazuje distribuciju rezultata o svrhama uporabe medija prema razredima. Kada se govori o informativnim svrhama korištenja medija, može se vidjeti kako se učenici četvrtih razreda najčešće izjašnjavaju da rabe medije u te svrhe (32,83%), zatim slijede treći razredi (28,36%), drugi (23, 88%) i na kraju prvi (14,93%). Nadalje, medije u obrazovne svrhe također rabe učenici četvrtih razreda (32,79%), zatim učenici drugih razreda sinjskih srednjih škola (27,87%), dok učenici trećih i prvih razreda u podjednakom broju rabe medije u obrazovne svrhe (19,67%). Prema rezultatima istraživanja, medije u zabavne svrhe najčešće rabe učenici drugih razreda (29,19%), zatim učenici prvih razreda (25,47%), te učenici trećih (23,6%) i prvih (21,12%) razreda. Dakle, učenici četvrtih razreda češće rabe medije u obrazovne i informativne svrhe.



Slika 16. Svrhe u koje učenici koriste medije prema pretraživanju na internetu

Slika 16. prikazuje distribuciju odgovora ispitanika prema sadržajima koje pretražuju na internetu. Ovo pitanje bilo je pitanje otvorenog tipa te su odgovori kodirani u tri kategorije: zabavne, informativne i obrazovne. U obradu je ušlo 156 odgovora, odnosno 8 odgovora je eliminirano iz obrade. To su odgovori kod kojih su ispitanici stavili točku u prostor za odgovor ili nejasni odgovori koji ne pružaju nikakve informacije o sadržaju kojeg učenici pretražuju na internetu, poput odgovora *tražim ono što me zanima; sve; ne znam; sve i svasta;...* Nakon obrade podataka, rezultati su pokazali kako učenici najčešće pretražuju sadržaje na internetu zabavnog karaktera (70,51%). Neki od odgovora koji spadaju u tu kategoriju jesu slijedeći: *Filmove i serije; Sadržaje vezane za putovanja, beauty savjete; Rezultate utakmica i nogomet; rezultati utakmica; Vježbe, prehrana, kozmetika, odjeća; Kladionica; Volim pretraživati sadržaje o kuhanju;...* Nakon zabavnih sadržaja, učenici najčešće pretražuju informativne sadržaje (27,56%) poput ovih: *o koroni; Vijesti; vremensku prognozu; Novine; Sportske vijesti, Sadržaje o kojima se želim više informirati; Informativni sadržaj; O pandemije COVID19 trenutno;...* Najmanji broj učenika na internetu pretražuje edukativne sadržaje, njih 19,87%. Neki od njih su: *Sadržaje koji su mi potrebni pri učenju; Većinu potrebno za školu; vezano za školu; za školu sta mi treba; U vezi državne mature; Aplikacije za školu;...* Osim podjele na zabavnu, informativnu i obrazovnu svrhu uporabe medija, u istraživanju je, pomoću petnaest tvrdnji koje se odnose na načine upotrebe pojedinih medija, također ispitana svrhovitost uporabe različitih medija i medijskih uređaja. Zbog opsega ovog istraživanja nisu navedeni svi mediji, već je istraživanje usmjereno (većim dijelom) na upotrebu i korištenje novih medija (s obzirom na uzorak kojeg čine „digitalni

urođenici“). Tvrđnje se odnose na načine upotrebe novina, knjiga, stripova, radija, televizije, stolnog i prijenosnog računala, mobilnog uređaja i interneta.

	nikada (f)	rijetko (f)	ponekad (f)	često (f)	uvijek (f)	M	Sd
Na televiziji gledam vijesti.	40	45	61	16	2	2,4	1
Knjige čitam iz zabave.	74	39	32	13	6	1,7	1,5
Internet koristim za informiranje.	4	17	46	64	33	2,7	1,3
S prijateljima komuniciram putem mobilnog telefona.	2	2	15	36	109	4,5	0,8
Radio slušam samo zbog glazbe.	44	18	37	28	37	3	1,5
Stolno/ prijenosno računalo koristim kao pomoć u učenju.	48	23	36	44	13	2,7	1,3
Kada čitam novine, uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.	50	55	37	15	7	2,2	1,1
Internet koristim za zabavu.	3	3	12	47	99	4,4	0,9
Mobilni telefon koristim kao pomoć pri učenju.	28	27	41	45	23	3	1,3
Na televiziji gledam samo filmove i serije.	5	4	30	64	61	4	1
Čitam samo one knjige koje moram zbog škole.	39	28	35	29	33	2,9	1,5
U slobodno vrijeme čitam stripove.	127	19	14	4	0	1,4	0,7
U novinama pročitam samo one stranice koje su vezane za sport.	78	19	40	18	9	2,2	1,3
Volim slušati radio zbog kratkih i sažetih vijesti.	115	21	21	5	2	1,5	0,9
Stolno/ prijenosno računalo koristim za igranje video igrica.	71	32	29	13	19	2,3	1,4

Tablica 5. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja (f)

Tablica 5. prikazuje u koje svrhe učenici upotrebljavaju pojedine medije i medijske uređaje. Iz priložene tablice možemo vidjeti kako se učenici u najvećoj mjeri koriste mobilnim uređaje u svrhu komunikacije s prijateljima (M=4,5), internet za zabavu (M=4,4) i televiziju na kojoj gledaju filmove i serije (M=4,0). Sve te tvrdnje odnose se na upotrebu medijskih uređaja u svrhu zabave te također označavaju medijske uređaje za koje su učenici naveli da ih najčešće rabe. Učenici rjeđe upotrebljavaju internet (M=2,7) i televiziju (M=2,4) u svrhe informiranja, dok se ponekad koriste mobilnim uređajem u obrazovne svrhe (M=3) Stolno i prijenosno računalo učenici češće rabe kao pomoć pri učenju (M=2,7), nego u zabavne svrhe (igranje video igrice) (M=2,3). Rezultati ovog istraživanja pokazuju kako dio učenika upotrebljava nove medije i medijske uređaje kao pomoć pri učenju (mobilne uređaje, prijenosno i stolno računalo). Rodek (2011) smatra kako nove tehnologije donose i „novu kulturu učenja“ . U sklopu „nove kulture učenja“ autor raspravlja o mogućnostima digitalnih medija i promjenama koje će se postepeno događati u odgojno-obrazovnom sustavu. Govori o e- učenju kao novom modelu učenja uz primjenu novih tehnologija. Takav način učenja „predstavlja virtualni životni prostor u kojem se mogu odvijati značajni procesi – obrazovanje, igra, komunikacija, socijalizacija“ (Rodek, 2011:24). Rodek (2011) navodi kako je učenje „situacijski i socijalni proces“ te smatra da će za njegovo uspješno provođenje u budućnosti biti potrebna upotreba digitalnih medija te da će pri procesu usvajanja znanja biti važan virtualan prostor u kojem će se odvijati procesu komunikacije i suradnje. (Rodek, 2011:24). Nadalje, kada je riječ o tradicionalnim, odnosno tiskanim medijima, učenici danas rijetko čitaju novine, knjige i stripove. Tvrdnja „Kada čitam novine, uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.“ ima prosječnu vrijednost M=2,2, kao i tvrdnja koja se odnosi na čitanje vijesti iz sporta. Kada se govori o knjigama, učenici u većem broju navode kako čitaju one knjige koje moraju zbog škole (M=2,9), nego što čitaju knjige u slobodno vrijeme (u svrhu zabave) (M=1,7). Stripove, kao treći tiskani mediji, učenici gotovo nikada ni ne čitaju (M=1,4). Kao što je već navedeno, učenici rijetko slušaju radio, a kada ga slušaju, u većem broju ga slušaju u svrhu zabave (M=3), nego u svrhu informiranja (M=1,5). Danas su sve informacije dostupne *online*. Većina tiskanih medija ima internetske inačice, odnosno svoje portale. S obzirom da su generacije koje su sudjelovali u ovom istraživanju „digitalni urođenici“, ovi rezultati nisu iznenađujući. U nastavku će biti prikazano postoje li razlike u načinima upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja s obzirom na nezavisne varijable.

	M (m)	Sd (m)	M (ž)	Sd (ž)
Na televiziji gledam vijesti.	2,5	1	2,2	1
Knjige čitam iz zabave.	2,1	1,1	2	1,1
Internet koristim za informiranje.	3,6	0,9	3,6	1,1
S prijateljima komuniciram putem mobilnog telefona.	4,6	0,6	4,4	1
Radio slušam samo zbog glazbe.	3,2	1,6	2,8	1,4
Stolno/ prijenosno računalo koristim kao pomoć u učenju.	3	1,3	2,4	1,3
Kada čitam novine, uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.	2,4	1,2	2,1	1
Internet koristim za zabavu.	4,4	0,8	4,4	0,9
Mobilni telefon koristim kao pomoć pri učenju.	3,4	1,2	2,7	1,3
Na televiziji gledam samo filmove i serije.	4	1	4,1	1
Čitam samo one knjige koje moram zbog škole.	3	1,4	2,8	1,5
U slobodno vrijeme čitam stripove.	1,3	0,7	1,4	0,7
U novinama pročitam samo one stranice vezane za sport.	2,1	1,4	2,2	1,1
Volim slušati radi zbog kratkih i sažetih vijesti.	1,7	1	1,4	0,7
Stolno/ prijenosno računalo koristim za igranje video igrica.	2,3	1,4	2,2	1,3

Tablica 6. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na spol

	M (gop)	Sd (gop)	M (čop)	Sd (čop)	M (top)	Sd (top)
Na televiziji gledam vijesti.	2,6	0,9	2,6	1	1,9	1
Knjige čitam iz zabave.	2,8	1,2	1,9	1	1,2	0,5
Internet koristim za informiranje.	4	0,9	3,6	1	3,3	1
S prijateljima komuniciram putem mobilnog telefona.	4,5	0,9	4,4	0,9	4,7	0,6
Radio slušam samo zbog glazbe.	3,4	1,4	2,9	1,6	2,6	1,5
Stolno/ prijenosno računalo koristim kao pomoć u učenju.	3,6	0,9	2,9	1,3	1,5	0,9
Kada čitam novine, uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.	2,6	1,4	2,4	1,2	1,7	0,7
Internet koristim za zabavu.	4,4	0,7	4,2	1,1	4,7	0,5
Mobilni telefon koristim kao pomoć pri učenju.	3,5	0,9	3,5	1,1	2	1,3
Na televiziji gledam samo filmove i serije.	4	0,9	4	1	4,1	1
Čitam samo one knjige koje moram zbog škole.	3,5	1,3	3,3	1,2	1,9	1,2
U slobodno vrijeme čitam stripove.	1,4	0,8	1,5	0,8	1,2	0,6
U novinama pročitam samo one stranice koje su vezane za sport.	1,8	1,1	2	1,3	2,7	1,3
Volim slušati radio zbog kratkih i sažetih vijesti.	1,6	0,9	1,6	1	1,3	0,9
Stolno/ prijenosno računalo koristim za igranje video igrica.	2,4	1,4	2,3	1,4	2	1,3

Tablica 7. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program

	M (p)	Sd (p)	M (d)	Sd (d)	M (t)	Sd (t)	M (č)	Sd (č)
Na televiziji gledam vijesti.	2,4	1,1	2,3	1	2,2	1	2,6	0,9
Knjige čitam iz zabave.	1,8	0,9	1,9	1	1,9	1,2	2,6	1,3
Internet koristim za informiranje.	3,9	0,9	3,5	1	3,5	0,9	3,7	1,1
S prijateljima komuniciram putem mobilnog uređaja.	4,7	0,7	4,4	0,8	4,6	0,9	4,5	0,9
Radio slušam samo zbog glazbe.	3,5	1,5	2,7	1,5	2,6	1,6	3,2	1,3
Stolno/ prijenosno računalo koristim kao pomoć u učenju.	2,3	1,4	2,7	1,2	2,4	1,4	3,5	1,1
Kada čitam novine uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.	2	0,9	2,5	1	1,9	1,1	2,4	1,3
Internet koristim za zabavu.	4,6	0,8	4,4	0,8	4,5	0,8	4,2	1
Mobilni telefon koristim kao pomoć pri učenju.	2,8	1,6	3,1	1,2	2,9	1,3	3,4	0,9
Na televiziji gledam samo filmove i serije.	4,1	1	4	0,9	4,3	0,9	3,8	1
Čitam samo one knjige koje moram zbog škole.	2,8	1,7	2,9	1,4	2,6	1,4	3,4	1,3
U slobodno vrijeme čitam stripove.	1,3	0,7	1,5	0,9	1,2	0,6	1,3	0,7
U novinama pročitam samo one stranice koje su vezane uz sport.	2,5	1,2	2,3	1,1	2,3	1,6	1,6	1
Volim slušati radio zbog kratkih i sažetih vijesti.	1,3	0,7	1,7	1,2	1,4	0,8	1,6	0,8
Stolno/ prijenosno računalo koristim za igranje video igrica.	2,1	1,4	2,7	1,5	2,1	1,4	2,1	1,2

Tablica 8. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na razred

Iz Tablice 6. vidljivo je da postoje razlike u odgovorima ispitanika prema spolu u jednom dijelu tvrdnji. Najveće razlike primjećuju se kod upotrebe medija u obrazovne svrhe.

Učenici u većem broju rabe mobilne uređaje kao pomoć u učenju ($M=3,4$) te stolno i prijenosno računalo u obrazovne svrhe ($M=3,0$). Osim toga, primjećuju se određene razlike kod upotrebe medija u informativne svrhe. Prema *Tablici 6.* vidljivo je da učenici češće od učenica upotrebljavaju medije i medijske uređaje u informativne svrhe. To se odnosi na gledanje vijesti na televiziji ($M=2,5$) i informiranje putem novinskog tiska ($M=2,4$). Kada se govori o upotrebi medija u zabavne svrhe, značajnija razlika u odgovorima učenika javlja se kod jedne tvrdnje. Ona se odnosi na tvrdnju „Radio slušam samo zbog glazbe“. Prosječna vrijednost odgovora učenika je $M=3,6$ dok je kod učenica prosječna vrijednost odgovora nešto manja i iznosi $M=2,8$. Kod ostalih tvrdnji nema značajnih razlika u odgovorima ispitanika. Može se zaključiti kako postoje određene razlike u odgovorima s obzirom na nezavisnu varijablu spol, odnosno da učenici u većoj mjeri upotrebljavaju medije i medijske uređaje u informativne i obrazovne svrhe, što potvrđuju i rezultati već spomenutog istraživanja Knižaja i Maleša (2019).

U *Tablici 7.* prikazana je distribucija srednjih vrijednosti odgovora na pojedine tvrdnje s obzirom na razlike u obrazovnom programu ispitanika. Najveće razlike primjećuju se kod tvrdnji koje se tiču uporabe medija u obrazovne svrhe. Tu se primjećuju razlike kod tri tvrdnje. Prva tvrdnja odnosi se na upotrebu stolnog i prijenosnog računala u obrazovne svrhe. Učenici koji pohađaju gimnazijski obrazovni program najčešće rabe stolno ili prijenosno računalo u obrazovne svrhe ($M=3,6$). Slijede ih učenici četverogodišnjih obrazovnih programa ($M=2,9$) te učenici trogodišnjih obrazovnih programa ($M=1,5$). Kod tvrdnje o uporabi mobilnih telefona u obrazovne svrhe, učenici koji pohađaju gimnazijske i četverogodišnje obrazovne programe postižu istu prosječnu vrijednost odgovora, $M=3,5$, dok učenici koji pohađaju trogodišnji obrazovni program rijetko rabe mobilne telefone kao pomoć u učenju ($M=2$). Nadalje, učenici gimnazijskog obrazovnog programa najčešće od svih ispitanih čitaju knjige koje „moraju zbog škole“ ($M=3,5$). Na ovu tvrdnju približne odgovore daju i učenici četverogodišnjih obrazovnih programa ($M=3,3$). Učenici trogodišnjih obrazovnih programa postižu najmanje vrijednosti, odnosno rijetko čitaju knjige u obrazovne svrhe ($M=1,9$). Učenici gimnazijskih obrazovnih programa najviše su opterećeni nastavnim obvezama i najviše vremena provode pripremajući se za nastavu (Bezinović i Ristić Dedić, 2004). Nešto više od 45% ispitanih učenika gimnazijskih obrazovnih programa provodi dnevno više od 3 sata pripremajući se za nastavu, dok je kod ispitanika koji pohađaju trogodišnji obrazovni program taj postotak znatno niži i iznosi 17% (Bezinović i Ristić Dedić, 2004). U skladu sa rezultatima ovog istraživanja, ne iznenađuju podatci prema kojima učenici

gimnazijskih obrazovnih programa u najvećoj mjeri rabe medije i medijske uređaje kao pomoć pri učenju. Odgovori učenika razlikuju se i kod informativnih i zabavnih svrha uporabe medija. Kod upotrebe medija u informativne svrhe, najveće razlike vidljive su kod gledanja vijesti na televiziji, gdje odgovori učenika trogodišnjih obrazovnih programa imaju manje srednje vrijednosti ($M=1,9$) u odnosu na odgovore učenika koji pohađaju četverogodišnje ($M=2,6$) i gimnazijske ($M=2,6$) obrazovne programe. Isto tako, učenici trogodišnjih obrazovnih programa najmanje čitaju vijesti putem novinskog tiska ($M=1,7$), dok s druge strane od svih ispitanih skupina najčešće čitaju sportske vijesti u novinama ($M=2,7$). Kod zabavnih svrha uporabe medija, iz *Tablice 7.* može se vidjeti kako učenici gimnazijskog obrazovnog programa najčešće čitaju knjige iz zabave ($M=2,8$) i slušaju radio zbog glazbe ($M=3,4$).

Tablica 8. prikazuje strukturu odgovora ispitanika o načinima upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja s obzirom na razlike prema razredu. Kada se govori o upotrebi medija u obrazovne svrhe, primjećuje se razlika između razreda u tvrdnjama koje se odnose na upotrebu stolnog/ prijenosnog računala i mobilnog uređaja. Stolno i prijenosno računalo u obrazovne svrhe najviše upotrebljavaju učenici četvrtih razreda ($M=3,5$). Isto tako, učenici četvrtih razreda najčešće, u odnosu na ostale razrede, rabe mobilni uređaj kao pomoć u učenju ($M=3,4$). Učenici drugih razreda najčešće čitaju vijesti putem novinskog tiska ($M=2,5$). Nakon njih, novine najčešće čitaju učenici četvrtih razreda ($M=2,4$) te prvih razreda ($M=2$), dok novosti iz države i svijeta putem novinskog tiska najmanje prate učenici trećih razreda ($M=1,9$). S druge strane, sportske vijesti putem novina najviše čitaju učenici prvih ($M=2,5$) razreda, zatim drugih ($M=2,3$) i trećih ($M=2,3$), dok je najmanji broj učenika četvrtih ($M=1,6$) razreda koji prate sportske vijesti preko novina. Kada se govori o upotrebi medija u zabavne svrhe, učenici četvrtih ($M=2,6$) razreda navode kako znatno češće čitaju knjige u slobodno vrijeme u odnosu na svoje kolege iz trećih ($M=1,9$) drugih ($M=1,9$) i prvih ($M=1,8$) razreda. Video igrice ponekad igraju učenici drugih ($M=2,7$) razreda, dok učenici prvih, treći i četvrtih ($M=2,1$) razreda navode kako rijetko igraju igrice.

4.3. Štetne strane medija

Treći istraživački zadatak u ovom istraživanju bio je ispitati koliko su učenici upoznati sa štetnim stranama medija. U teorijskom dijelu već su navedene neke od štetnih strana

medija. Može se reći da mediji imaju manipulativni karakter te oblikuju životne stilove konzumenata koji ne sagledavaju kritički medijske poruke. U tablici koja sadržava petnaest tvrdnji o negativnim stranama medija, nastojalo se ispitati koliko učenici pridaju pažnje i koliko su svjesni negativnih strana medija te samim time koliko su podložni manipulaciji.

U Tablici 9. prikazana je distribucija odgovora ispitanika kroz frekvencije, aritmetičke sredine i standardne devijacije. Nakon interpretacije i analize rezultata cjelokupnog uzorka, prikazane će biti razlike u odgovorima ispitanika s obzirom na nezavisne varijable: spol, obrazovni program i razred.

	U potpunosti se slažem (f)	Uglavnom se slažem (f)	Niti se slažem niti ne slažem (f)	Uopće se ne slažem (f)	U potpunosti se ne slažem (f)	M	Sd
Mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola.	19	42	44	38	21	3	1,2
Bio/la sam izložena nasilju putem medija.	7	14	16	30	97	4,2	1,2
Mediji potiču jezičnu nekulturu.	30	41	51	26	16	2,7	1,2
Moji osobni podatci dostupni su na društvenim mrežama.	8	40	35	35	46	3,4	1,3
Mediji obiluju nasilnim sadržajem.	36	47	42	28	11	2,6	1,2
Mediji imaju manipulativni karakter.	65	42	39	10	8	2,1	1,1
Osjećam se sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama.	22	49	44	28	21	2,9	1,2
Mediji stereotipno prikazuju različite	53	47	35	20	9	2,3	1,2

grupe ljudi.							
Kada komuniciram putem medija trudim se izražavati književno.	16	23	32	42	51	3,5	1,3
Mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija.	24	49	53	20	18	2,8	1,2
Osobno poznajem sve svoje prijatelje na društvenim mrežama.	32	47	25	28	32	2,9	1,4
Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama.	17	33	21	32	61	3,5	1,4
Mediji nam nameću idealne standardne ljepote.	63	48	33	13	7	2,1	1,1
Pridržavam se dobnog ograničenja određenog za pojedine medijske sadržaje.	14	12	25	20	93	4	1,3
Mediji obiluju seksualnim sadržajem.	62	42	37	16	7	2,2	1,2

Tablica 9. Negativne strane medija (f)

Iz ovih podataka može se vidjeti da je mali broj učenika bio izložen (sustavnom) nasilju u medijima ($M=4,2$), dok veći broj učenika navodi kako su primili uvredljivu ili prijeteću poruku putem medija ($M=3,5$). Nasilju u medijima posvećuje se mnogo prostora u hrvatskom javnom diskursu. Elektroničko nasilje ili *cyberbullying* najčešći je tip nasilja u medijima. S obzirom da mladi većinu vremena koje provode u upotrebi medija, provode upravo u uporabi digitalnih medija (što potvrđuju rezultati ovog istraživanja), važno je podizati

svijest o posljedicama elektroničkog nasilja nad mladima. Elektroničkom nasilju u većoj mjeri su izložena starija djeca, odnosno adolescenti (Ciboci i sur, 2020). Elektroničko nasilje može izazvati ozbiljnije posljedice na razvoj mladih osoba nego „tradicionalni“ oblici (vršnjačkog) nasilja jer se to nasilje može dogoditi u bilo kojem trenutku te publika u virtualnom svijetu može biti puno veća (Ciboci i sur, 2020). Stoga je važno u odgojno-obrazovnim ustanovama provoditi preventivne programe koji bi se trebali baviti načinima zaštite korisnika u virtualnom prostoru kao i poticanjem na prijavljivanje doživljenog nasilja. Kada se govori o zaštiti osobnih podataka u medijskom prostoru, velika većina ispitanih učenika navodi kako ne objavljuje transparentno svoje osobne podatke na društvenim mrežama ($M=3,4$), oko polovice učenika poznaje svoje prijatelje na društvenim mrežama te se osjeća sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama ($M=2,9$). Ovo nam govori kako su učenici svjesni rizika koje sa sobom nosi neodgovorno ponašanje na društvenim mrežama. Nadalje, najveći broj učenika izražava neslaganje sa tvrdnjama koje se odnose na pridržavanje dobnog ograničenja određenog za pojedine medije ($M=4$) i književno izražavanje pri komunikaciji putem medija ($M=3,5$). Kod digitalnih medija dobnog ograničenja za većinu dostupnih medijskih sadržaja zapravo i ne postoje (pristup aplikacijama, sadržaji na društvenoj mreži Youtube, internetskih preglednika). Dobna granica za priključivanje društvenoj mreži Facebook je 13 godina (URL 9). Istraživanje o aktivnostima i upotrebi društvenih mreža mladih adolescenata pokazalo je kako je dobnog ograničenja pristupanja društvenim mrežama puno niža od postavljene i iznosi u prosjeku 10,1 godinu (Rattinger, 2017). Kod televizijskih sadržaja, postoje tri kategorije dobnih granica (12, 15 i 18 godina) koje se primjenjuju uz određene medijske sadržaje (URL 10). Dobna ograničenja za pojedine medijske sadržaje postavljaju se kako bi se djecu zaštitilo od štetnih sadržaja (koji bi mogli imati posljedice na njihov razvoj). Kod nepoštivanja dobnih ograničenja može se primjetiti i manjak roditeljske kontrole nad sadržajima koje djeca konzumiraju. Taj nedostatak kontrole može biti rezultat nedovoljne upućenosti roditelja u štetne funkcije medija, stoga je potrebno, osim učenika, educirati i roditelje jer su oni najvažniji medijski socijalizatori (posebice kada se govori o mlađoj djeci). Kada je riječ o štetnim funkcijama medija, posebna pažnja posvećuje se njihovom manipulativnom karakteru. Sudionici ovog istraživanja uglavnom se slažu s tvrdnjama koje se odnose na manipulativni karakter medija ($M=2,1$), na nametanje idealnih standarda ljepote ($M=2,1$), zasićenost medijskog prostora seksualnim sadržajima ($M=2,2$) te na stereotipno prikazivanje pojedinih skupina u medijima ($M=2,3$). Nadalje, učenici su ambivalentni u vezi tvrdnji koje se odnose na promicanje prekomjerne upotrebe alkohola od strane medija ($M=3$) te na tvrdnju da mediji obiluju nasilnim sadržajima ($M=2,6$). Ovi rezultati ukazuju na to da su učenici svjesni

činjenice kako mediji koriste manipulacijske tehnike, no nisu osvijestili sve učinke manipulacijskih tehnika (poput promicanja prekomjerne upotrebe alkohola), što svakako ostavlja prostora za manipulaciju. U odgojno-obrazovnim ustanovama potrebno je više tematike posvetiti „skrivenim“ funkcijama medija kako bi ih učenici do kraja osvijestili te ih samim time mogli prepoznati i na njih odgovorno reagirati.

	M (m)	Sd (m)	M (ž)	Sd (ž)
Mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola.	2,5	1,1	3,6	1,1
Bio/la sam izložena nasilju putem medija.	4	1,2	4,3	1,1
Mediji potiču jezičnu nekulturu.	2,9	1,1	2,6	1,3
Moji osobni podatci dostupni su na društvenim mrežama.	3,2	1,2	3,7	1,3
Mediji obiluju nasilnim sadržajem.	2,9	1,2	2,3	1,1
Mediji imaju manipulativni karakter.	2,1	1,1	2,1	1,2
Osjećam se sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama.	3	1,2	2,8	1,3
Mediji stereotipno prikazuje različite grupe ljudi.	2,3	1,1	2,3	1,3
Kada komuniciram putem medija, trudim se izražavati književno.	3,6	1,2	3,5	1,4
Mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija.	3	1,1	2,5	1,2
Osobno poznajem sve svoje prijatelje na društvenim mrežama.	3,1	1,4	2,7	1,5
Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama.	3,6	1,3	3,4	1,6
Mediji nam nameću idealne standardne ljepote.	2,3	1,2	2	1,1
Pridržavam se dobnog ograničenja određenog za pojedine medijske sadržaje.	3,7	1,5	4,5	1,1
Mediji obiluju seksualnim sadržajem.	2,4	1,1	2	1,2

Tablica 10. Negativne strane medija- distribucija s obzirom na spol

	M (gop)	Sd (gop)	M (čop)	Sd (čop)	M (top)	Sd (top)
Mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola.	2,7	1,2	2,9	1,2	3,5	1,1
Bio/la sam izložena nasilju putem medija.	4,2	1,2	4	1,3	4,4	0,9
Mediji potiču jezičnu nekulturu.	2,4	1,2	2,7	1,3	3,1	1,1
Moji osobni podatci dostupni su na društvenim mrežama.	3,5	1,4	3,5	1,2	3,3	1,2
Mediji obiluju nasilnim sadržajem.	2,3	1,1	2,5	1,2	2,9	1,1
Mediji imaju manipulativni karakter.	1,7	0,9	2,3	1,3	2,9	1,1
Osjećam se sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama.	2,9	1,3	3,2	1,2	2,5	1,1
Mediji stereotipno prikazuje različite grupe ljudi.	2	1	2,3	1,3	2,7	1,2
Kada komuniciram putem medija, trudim se izražavati književno.	3,2	1,2	3,3	1,4	4,2	1,1
Mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija.	2,7	1,1	3	1,3	2,5	1,1
Osobno poznajem sve svoje prijatelje na društvenim mrežama.	2,4	1,3	2,8	1,4	3,5	1,4
Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama.	3,8	1,4	3,1	1,4	3,8	1,3
Mediji nam nameću idealne standardne ljepote.	1,7	0,9	2,2	1,3	2,4	1,1
Pridržavam se dobnog ograničenja određenog za pojedine medijske sadržaje.	3,6	1,5	3,9	1,4	4,6	0,7
Mediji obiluju seksualnim sadržajem.	2	0,9	2,2	1,3	2,4	1,3

Tablica 11. Negativne strane medija- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program

	M (p)	Sd (p)	M (d)	Sd (d)	M (t)	Sd (t)	M (č)	Sd (č)
Mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola.	3,1	1,1	3,1	1,1	3,2	1,4	2,7	1,3
Bio/la sam izložena nasilju putem medija.	4,3	1,1	4,3	1,1	3,8	1,2	4,4	1,2
Mediji potiču jezičnu nekulturu.	2,8	1,2	3	1,3	2,5	1,1	2,6	1,2
Moji osobni podatci dostupni su na društvenim mrežama.	3,9	1,2	3,5	1,3	3,1	1,2	3,2	1,3
Mediji obiluju nasilnim sadržajem.	2,8	1,4	2,5	1,1	2,6	1,1	2,4	1,2
Mediji imaju manipulativni karakter.	2,4	1,2	2,3	1,2	1,8	1,1	1,8	1
Osjećam se sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama.	2,7	1,2	2,7	1,2	2,9	1,2	3,1	1,3
Mediji stereotipno prikazuje različite grupe ljudi.	2,5	1,3	2,4	1,3	2,1	1,1	2,1	1,1
Kada komuniciram putem medija, trudim se izražavati književno.	3,9	1,3	3,4	1,3	3,7	1,3	3,2	1,3
Mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija.	2,6	1,3	2,8	1,1	2,7	1,2	2,9	1,1
Osobno poznajem sve svoje prijatelje na društvenim mrežama.	3	1,4	2,5	1,3	3,2	1,4	2,8	1,5
Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama.	3,6	1,5	3,7	1,4	3,3	1,3	3,4	1,5
Mediji nam nameću idealne standardne ljepote.	2,4	1,2	2,1	1,1	2	1	2	1,2
Pridržavam se dobnog ograničenja određenog za pojedine medijske sadržaje.	4,1	1,2	4,2	1,3	4,2	1,3	3,5	1,5
Mediji obiluju seksualnim sadržajem	2,3	1,3	2,2	1,2	2	1,1	2,2	1,1

Tablica 12. Negativne strane medija- distribucija rezultata s obzirom na razred

U *Tablici 10.* mogu se vidjeti razlike u odgovorima ispitanika prema spolu. Najveća razlika primjećuje se kod tvrdnje koja se odnosi na to da mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola. Učenici u puno većoj mjeri u odnosu na učenice izražavaju slaganje sa navedenom tvrdnjom ($M=3,6$). Značajnije razlike primjećuju se i kod tvrdnji koje se odnose na pridržavanje dobnog ograničenja za pojedine medijske sadržaje, da mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija te na dostupnost osobnih podataka na društvenim mrežama. Učenici se više nego učenice pridržavaju dobnih ograničenja ($M=3,7$) te bolje čuvaju svoju privatnost ($M=3,2$) na društvenim mrežama. Nadalje, učenice ($M=2,5$) su svjesnije negativnih funkcija medija te izražavaju veće slaganje sa tvrdnjom da mediji obiluju nasilnim sadržajima u odnosu na učenike ($M=2,9$).

Tablica 11. prikazuje strukturu odgovora ispitanika s obzirom na nezavisnu varijablu obrazovni program. U tabličnom prikazu vidljivo je da na većinu tvrdnji učenici gimnazijskog obrazovnog programa izražavaju najmanje vrijednosti, nakon toga učenici četverogodišnjih obrazovnih programa te na kraju učenici trogodišnjih obrazovnih programa. Nekoliko tvrdnji je iznimka poput tvrdnje „Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama“ gdje učenici četverogodišnjih obrazovnih programa ($M=3,1$) izražavaju u većoj mjeri slaganje s tom tvrdnjom u odnosu na učenike gimnazijskih i trogodišnjih obrazovnih programa ($M=3,8$). U skladu s ovom tvrdnjom, učenici četverogodišnjih obrazovnih programa u većoj mjeri navode kako su bili izloženi nasilju putem medija ($M=4$), te se najmanje osjećaju zaštićenima i sigurnima na društvenim mrežama ($M=3,2$). Postojanje određenog obrasca u rezultatima odgovora ispitanika na ostale tvrdnje, upućuje na to da postoje određene razlike među različitim obrazovnim programima kada je riječ o percepciji učenika o štetnim stranama medija. Negativne učinke medija u najvećoj mjeri prepoznaju učenici gimnazijskih obrazovnih programa, dok su učenici trogodišnjih obrazovnih programa najmanje svjesni negativnih učinaka i posljedica medija i medijskih sadržaja. No osim pretpostavke da su učenici gimnazijskih obrazovnih programa bolje usvojili medijske kompetencije tijekom osnovnoškolskog procesa (zbog bolje postignutog uspjeha potrebnog za upis gimnazijskih programa), učenike gimnazijskih programa u najvećoj mjeri se potiče na stjecanje kompetencija samostalnog i kritičkog razmišljanja (Bezinović i Ristić Dedić, 2004). Razvijanje kompetencija kritičkog mišljenja u najmanjoj mjeri je zastupljeno kod učenika trogodišnjih obrazovnih programa (Bezinović i Ristić Dedić, 2004). U radu je već objašnjena važnost kritičkog promišljanja medijskih sadržaja i poruka. Stoga se može reći da su manje

razvijene kompetencije kritičkog mišljenja učenika trogodišnjih strukovnih škola povezane sa slabijom percepcijom negativnih funkcija medija.

Kada se govori o razlikama među odgovorima ispitanika prema razredu kojeg pohađaju, iz *Tablice 12.* vidljivo je da ne postoje značajnije razlike u odgovorima ispitanika. Generalno rečeno, prema srednjim vrijednostima postignutim za pojedine tvrdnje može se zaključiti kako učenici četvrtih razreda postižu nešto više vrijednosti i samim time bolje razumiju koje su štetne strane upotrebe medija. No, važno je napomenuti kako u tu skupinu ne ulaze učenici trogodišnjih obrazovnih programa. Dakle, u tu kategoriju uključeni su samo učenici gimnazijskih i četverogodišnjih obrazovnih programa za koje smo već ustanovili kako bolje percipiraju negativne funkcije medija u odnosu na učenike trogodišnjih obrazovnih programa.

4.4. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti ispitanika

Četvrti istraživački zadatak ovog istraživanja odnosio se na ispitivanje razine medijske pismenosti učenika triju sinjskih srednjih škola. Učenici su odgovarali na trinaest tvrdnji koje se odnose na kompetencije medijske pismenosti. Tvrdnje se odnose na odgovorno korištenje medija i kritičko iščitavanje medijskih poruka. Učenici bi tijekom školovanja trebali razviti kritičko mišljenje te je upravo zbog toga naglasak u ovom istraživanju stavljen na tu dimenziju medijske pismenosti. Kao i u prethodnoj analizi, prvo će se dati pregled rezultata ukupnog uzorka te nakon toga vidjeti postoje li razlike u odgovorima ispitanika s obzirom na nezavisne varijable.

	U potpunosti se slažem (f)	Uglavnom se slažem (f)	Niti se slažem niti se ne slažem (f)	Uopće se ne slažem (f)	U potpunosti se slažem (f)	M	Sd
Mogu razlikovati istinitu od lažne vijesti.	23	63	38	28	12	2,7	1,1
Kroz školovanje sam imao/imala priliku sudjelovati u pisanju sastava, eseja, članka	23	28	16	23	74	3,6	1,5

koji su bili objavljeni u nekom od medija (novine, časopisi, portali).							
Informacije na Wikipediji su uvijek točne.	3	47	50	22	42	3,3	1,2
Svim medijima upravljaju državne vlasti.	36	43	50	22	13	2,6	1,2
Informacije koje pronađem na internetu smijem koristiti bez navođenja izvora.	10	33	45	3	41	3,4	1,2
Volim komentirati i iznositi svoje mišljenje na društvenim mrežama.	17	43	20	48	36	3,3	1,3
Mediji nam pokušavaju nametnuti određene stavove.	67	49	26	16	6	2,1	1,1
Kada pročitam neku vijest, uvijek provjerim izvor informacije.	10	18	33	36	67	3,8	1,3
U novinskom članku razlikujem informaciju/ vijest od autorovog mišljenja.	35	55	37	25	12	2,5	1,2
Mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima.	47	49	38	17	13	2,4	1,2
Više vjerujem vijestima koje pročitam na društvenim mrežama nego onima koje vidim na televiziji.	35	26	38	30	35	3	1,4
Dezinformacije (netočne informacije) imaju za cilj upravljati mišljenjem publike.	79	34	38	7	6	1,9	1,1
Važno je kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija.	79	32	33	10	10	2	1,2

Tablica 13. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti (f)

Učenici najveće slaganje iskazuju s tvrdnjama koje se odnose na manipulativni karakter medija. Slažu se s tvrdnjama da je cilj dezinformacija upravljanje mišljenjem publike (M=1,9), da je važno kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija (M=2) te da nam mediji pokušaju nametnuti određene stavove (M=2,1). Iz tabličnog prikaza može se zaključiti kako velik broj učenika smatra kako mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima (M=2,4) te da dijele mišljenje da medijima upravljaju državne vlasti (M=2,6). Kao što je već navedeno, jedna od glavnih sastavnica medijske pismenosti upravo je kritička refleksija i interpretiranje medijskih poruka (Tolić, 2009). Atribut „manipulacija“ danas se sve češće veže uz medije i medijske sadržaje. Manipulativni karakter odnosi se na širenje dezinformacija i lažnih vijesti u svrhu oblikovanja stavova konzumenata tih poruka. Nadalje, bitna stavka u manipulacijskom karakteru medija jesu i reklame koje su važan dio medijskih politika. „Reklamne poruke ne utječu samo na potrošačko ponašanje, već svojim riječima i slikama prenose stereotipe, prikriveno povezujući proizvode sa željenim predodžbama. Na taj način djeluju gotovo kao socijalizacijski čimbenici, oblikujući stavove, vrijednosti i ponašanja. To je posebno problematično kada su u pitanju najranjivije društvene skupine, djeca i mladi“ (Server Globan i sur, 2018: 89). Putem medijskih poruka i sadržaja djeci i mladima se nameću određeni životni stilovi koje djeca usvajaju, što ima posebnu težinu kada govorimo o adolescentima koji se nalaze u razdoblju formiranja identiteta. Kako ne bi bili podložni medijskim utjecajima, važno je kod učenika razviti kritičko mišljenje. Velika većina učenika navodi kako razlikuje informaciju od autorovog mišljenja (M=2,5) te da zna prepoznati lažne vijesti (M=2,7). Može se reći da učenici nisu pasivni, već aktivni primatelji medijskih poruka. S druge strane, dio učenika više vjeruje vijestima koje pročitaju na društvenim mrežama, dok drugi dio više vjeruje onim vijestima koje vide na televiziji (M=3). Nadalje, može se reći da veći dio učenika ne zna da ne smiju upotrebljavati informacije pronađene na internetu bez navođenja izvora (M=3,4) dok veći dio učenika zna da informacije pronađene na Wikipediji nisu uvijek točne (M=3,4). Mali broj učenika provjeri izvor neke informacije koju pročitaju (M=3,8) te većina njih nije sudjelovala u stvaranju medijskog sadržaja tijekom dosadašnjeg obrazovanja (M=2,7). Isto tako, većina učenika ne participira, odnosno ne iznosi svoje mišljenje na društvenim mrežama (M=3,3). Ovi rezultati pokazuju da učenici pokazuju razvijene kompetencije medijske pismenosti kod tvrdnji koje uključuju kritičko promišljanje o medijskim sadržajima, dok slabije razvijene kompetencije pokazuju kod tvrdnji koje se odnose na znanje o medijima kao i o etičnosti upotrebe medijskih sadržaja. Prikupljeni

podatci upućuju na nedovoljnu zastupljenost odgoja za medije u odgojno-obrazovnom sustavu, ali otvaraju i pitanja o aktualnosti sadržaja koji se uče u sklopu medijske kulture u nastavi Hrvatskog jezika o čemu će više riječi biti u nastavku rada.

	M (m)	Sd (m)	M (ž)	Sd (ž)
Mogu razlikovati istinitu od lažne vijesti.	2,5	1,2	2,8	1,1
Kroz školovanje sam imao/imala priliku sudjelovati u pisanju sastava, eseja, članka koji su bili objavljeni u nekom od medija (novine, časopisi, portali).	3,6	1,5	3,6	1,5
Informacije na Wikipediji su uvijek točne.	3,4	1,2	3,2	1,1
Svim medijima upravljaju državne vlasti.	2,7	1,3	2,5	1,1
Informacije koje pronađem na internetu smijem koristiti bez navođenja izvora.	3,4	1,3	3,4	1,2
Volim komentirati i iznositi svoje mišljenje na društvenim mrežama.	3,5	1,3	3,1	1,3
Mediji nam pokušavaju nametnuti određene stavove.	2	1,1	2,1	1,1
Kada pročitam neku vijest, uvijek provjerim izvor informacije.	3,8	1,2	3,8	1,3
U novinskom članku razlikujem informaciju/ vijest od autorovog mišljenja.	2,4	1,1	2,7	1,2
Mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima.	2,3	1,2	2,5	1,3
Više vjerujem vijestima koje pročitam na društvenim mrežama, nego onima koje vidim na televiziji.	3,2	1,3	2,8	1,5
Dezinformacije (netočne informacije) imaju za cilj upravljati mišljenjem publike.	1,8	1,1	2,1	1,1
Važno je kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija.	1,9	1,2	2,2	1,2

Tablica 14. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na spol

	M (gop)	Sd (gop)	M (čop)	Sd (čop)	M (top)	Sd (top)
Mogu razlikovati istinitu od lažne vijesti.	2,3	1	2,7	1,2	2,9	1,2
Kroz školovanje sam imao/imala priliku sudjelovati u pisanju sastava, eseja, članka koji su bili objavljeni u nekom od medija (novine, časopisi, portali).	3	1,6	3,4	1	4,4	1
Informacije na Wikipediji su uvijek točne.	3,8	1,1	3,4	1,2	2,7	1
Svim medijima upravljaju državne vlasti.	2,6	1,1	2,8	1,3	2,3	1,1
Informacije koje pronađem na internetu smijem koristiti bez navođenja izvora.	3,9	1,1	3,5	1,3	2,7	1
Volim komentirati i iznositi svoje mišljenje na društvenim mrežama.	3,8	1,2	3,1	1,3	2,8	1,3
Mediji nam pokušavaju nametnuti određene stavove.	1,8	1	2,3	1,2	2,1	1,1
Kada pročitam neku vijest, uvijek provjerim izvor informacije.	3,5	1,3	3,7	1,2	4,3	1,2
U novinskom članku razlikujem informaciju/vijest od autorovog mišljenja.	2,1	1	2,7	1,2	2,9	1,2
Mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima.	2,1	1,1	2,6	1,3	2,5	1,3
Više vjerujem vijestima koje pročitam na društvenim mrežama, nego onima koje vidim na televiziji.	3,1	1,4	3,1	1,4	2,9	1,5
Dezinformacije (netočne informacije) imaju za cilj upravljati mišljenjem publike.	1,6	0,9	2,2	1,2	2	1
Važno je kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija.	1,6	1	2,3	1,3	2,2	1,2

Tablica 15. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program

	M (p)	Sd (p)	M (d)	Sd (d)	M (t)	Sd (t)	M (č)	Sd (č)
Mogu razlikovati istinitu od lažne vijesti.	2,9	1,1	2,6	1,2	2,8	1,2	2,3	0,9
Kroz školovanje sam imao/imala priliku sudjelovati u pisanju sastava, eseja, članka koji su bili objavljeni u nekom od medija (novine, časopisi, portali).	4,1	1,4	3,2	1,5	3,5	1,5	3,6	1,6
Informacije na Wikipediji su uvijek točne.	3,1	1,1	3,4	1,2	3,3	1,3	3,6	1
Svim medijima upravljaju državne vlasti.	2,5	1,1	2,7	1,3	2,3	1,2	2,9	1,2
Informacije koje pronađem na internetu smijem koristiti bez navođenja izvora.	3,2	1,2	3,4	1,3	3,4	1,3	3,6	1,1
Volim komentirati i iznositi svoje mišljenje na društvenim mrežama.	3	1,2	3,5	1,3	3	1,4	3,5	1,3
Mediji nam pokušavaju nametnuti određene stavove.	2,2	1,1	2,2	1,2	1,9	1,1	1,9	1,1
Kada pročitam neku vijest, uvijek provjerim izvor informacije.	3,9	1,3	3,8	1,3	4,3	1	3,3	1,2
U novinskom članku razlikujem informaciju/ vijest od autorovog mišljenja.	2,9	1,3	2,4	1,1	2,5	1,1	2,5	1,1
Mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima.	2,6	1,2	2,4	1,3	2,3	1,3	2,1	1,1
Više vjerujem vijestima koje pročitam na društvenim mrežama, nego onima koje vidim na televiziji.	2,9	1,5	3,5	1,4	2,3	1,3	3,3	1,4
Dezinformacije (netočne informacije) imaju za cilj upravljati mišljenjem publike.	2,2	1,2	2	1,1	1,8	1	1,8	1,1
Važno je kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija.	2,3	1,3	2	1,2	1,9	1,2	1,8	1,2

Tablica 16. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na razred

Tablica 14. prikazuje distribuciju odgovora ispitanika s obzirom na spol. Iz tabličnog prikaza može se vidjeti da kod nekoliko tvrdnji postoje razlike između odgovora učenika i učenica. Učenici više vrijednosti postižu na tvrdnjama koje se odnose na razlikovanje istinite i lažne vijesti (M=2,5), razlikovanje informacije i autorovog mišljenja u novinskom članku (M=2,4), na manipulativni karakter dezinformacija (M=1,8) te važnost kritičkog sagledavanja medijskih poruka (M=1,9). S druge strane, učenice češće izražavaju svoje mišljenje na društvenim mrežama (M=3,1) i više vjeruju vijestima koje pročitaju na društvenim mrežama od učenika (M=2,8).

Kada je riječ o razlikama u odgovorima među učenicima različitih obrazovnih programa, iz *Tablice 15.* vidljivo je da učenici gimnazijskih obrazovnih programa imaju najrazvijenije kompetencije medijske pismenosti, dok učenici trogodišnjih obrazovnih programa imaju najslabije razvijene kompetencije medijske pismenosti. Učenici gimnazijskih obrazovnih programa izražavaju najveće slaganje sa skoro svim navedenim tvrdnjama. Slijede ih učenici četverogodišnjih obrazovnih programa. Učenici trogodišnjih obrazovnih programa postižu najslabije rezultate na skali samoprocjene kompetencije medijske pismenosti. Odstupanja od ovog obrasca vidljiva su kod nekoliko tvrdnji. Učenici četverogodišnjih obrazovnih programa u najmanjoj se mjeri slažu s tvrdnjama da je dezinformacijama cilj upravljanje mišljenjem publike (M=2,2), da mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima (M=2,6) te s tvrdnjom da nam mediji pokušavaju nametnuti određene stavove (M=2,3). Ova odstupanja od obrasca mogu se povezati s razvijenijim kompetencijama kritičkog mišljenja kod učenika gimnazijskih obrazovnih programa (Bezinka i Ristić Dedić, 2004). Učenici gimnazijskih obrazovnih programa u većoj mjeri kritički promišljaju medijske poruke koje primaju što ostavlja manje prostora za medijsku manipulaciju. S tim može biti povezana njihova percepcija o manipulativnosti medija koja je manja u odnosu na druge dvije obrazovne skupine.

U *Tablici 16.* prikazana je distribucija razlika u odgovorima ispitanika s obzirom na razred kojeg učenici pohađaju. Učenici četvrtih razreda u najvećoj mjeri izražavaju slaganje sa skoro svim tvrdnjama pa prema tome može se zaključiti kako su oni medijski pismeniji u odnosu na druge razrede. Isto tako, učenici drugih razreda na četiri tvrdnje postižu najbolje rezultate dok u drugim tvrdnjama ne odstupaju značajno od rezultata učenika četvrtih razreda.

Odgovori učenika trećih razreda također se ne razlikuju značajno (u većini tvrdnji) od odgovora učenika četvrtih razreda, dok se za učenike prvih razreda može reći kako imaju najslabije razvijene kompetencije medijske pismenosti. Ovo je svakako zanimljiv nalaz istraživanja. S obzirom da je stjecanje medijskih kompetencija dio osnovnoškolskog obrazovanja, očekivano je kako će učenici prvih razreda imati najrazvijenije kompetencije. No, s druge strane, otvara se pitanje u kojoj mjeri se kod učenika osnovnih škola potiče razvijanje kritičkog mišljenja kao jedne od najvažnijih sastavnica medijske pismenosti. Dakle, svi učenici uče o kompetencijama medijske pismenosti u osnovnim školama, dok učenici viših razreda srednjih škola pokazuju razvijenije kompetencije medijske pismenosti (iako odgoj za medije nije dio kurikuluma većine strukovnih srednjih škola). Prema ovim rezultatima može se zaključiti kako se kompetencije samostalnog i kritičkog mišljenja u većoj mjeri razvijaju u srednjim školama.

4.5. Medijska pismenost u odgojno obrazovnom sustavu

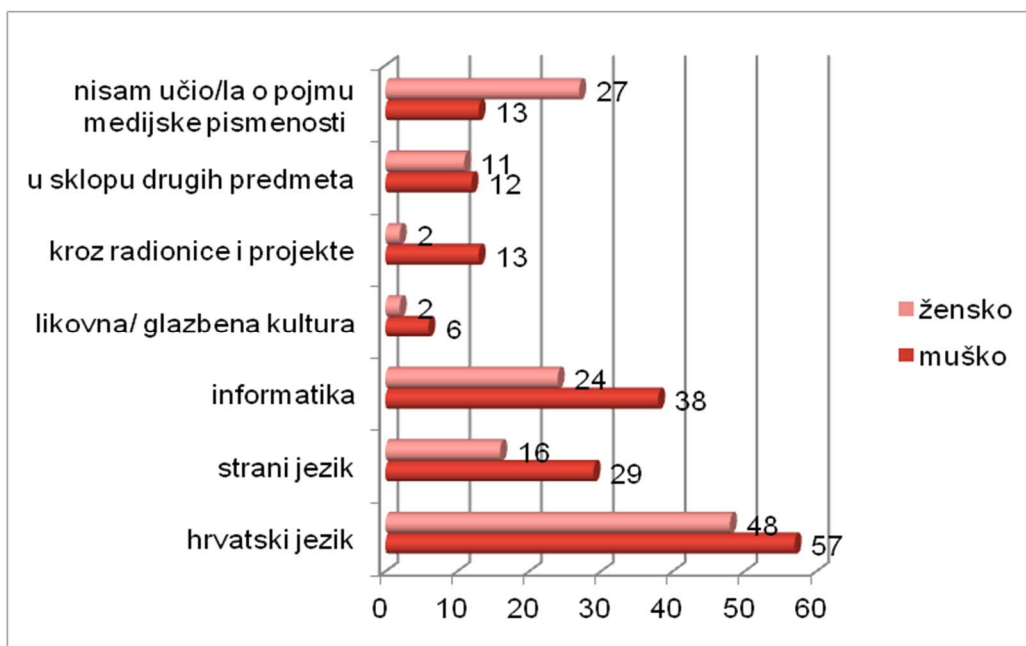
Peti zadatak ovog istraživanja bio je ispitati kroz koje se predmete i školske aktivnosti u odgojno- obrazovnom sustavu potiče učenike na razvijanje medijske pismenosti. Kao što je već navedeno u teorijskom dijelu, medijska kultura dio je osnovnoškolskog nastavnog plana i programa Hrvatskog jezika i književnosti. Isto tako, razvijanje kompetencija medijske pismenosti navodi se u NOK-u kao međupredmetna tema.

U prvom dijelu ovog poglavlja prikazano će biti kroz koje su nastavne predmete ili školske aktivnosti učenici učili o pojmu medijske pismenosti te će se vidjeti postoje li razlike u odgovorima ispitanika s obzirom na nezavisne varijable. U drugom dijelu prikazana će biti mišljenja učenika o potrebi za učenjem medijske pismenosti te mišljenja učenika o kompetentnosti njihovih nastavnika za poučavanje medijske pismenosti.

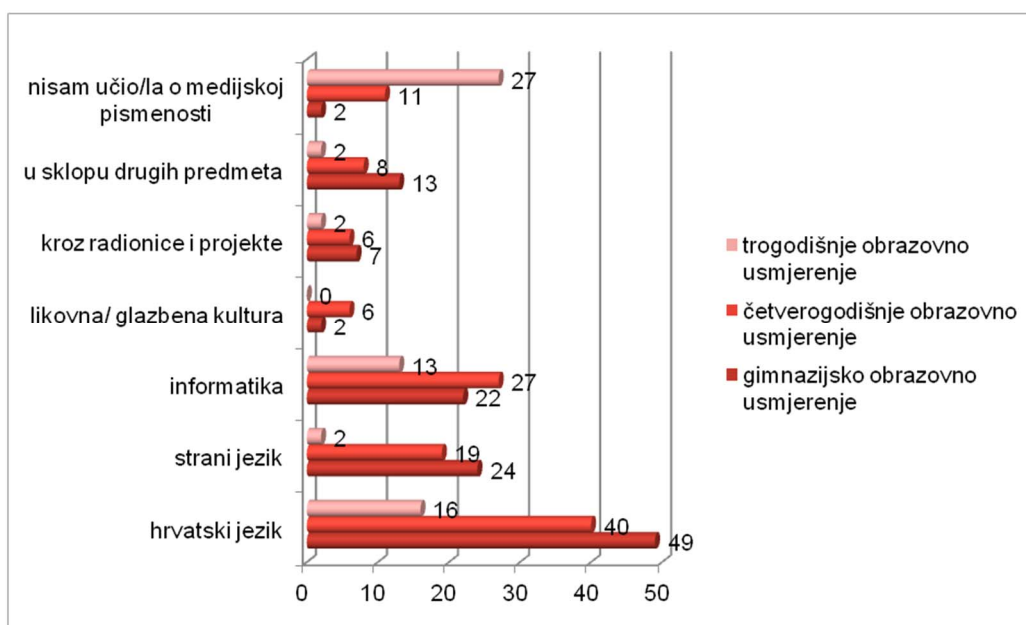


Slika 17. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja

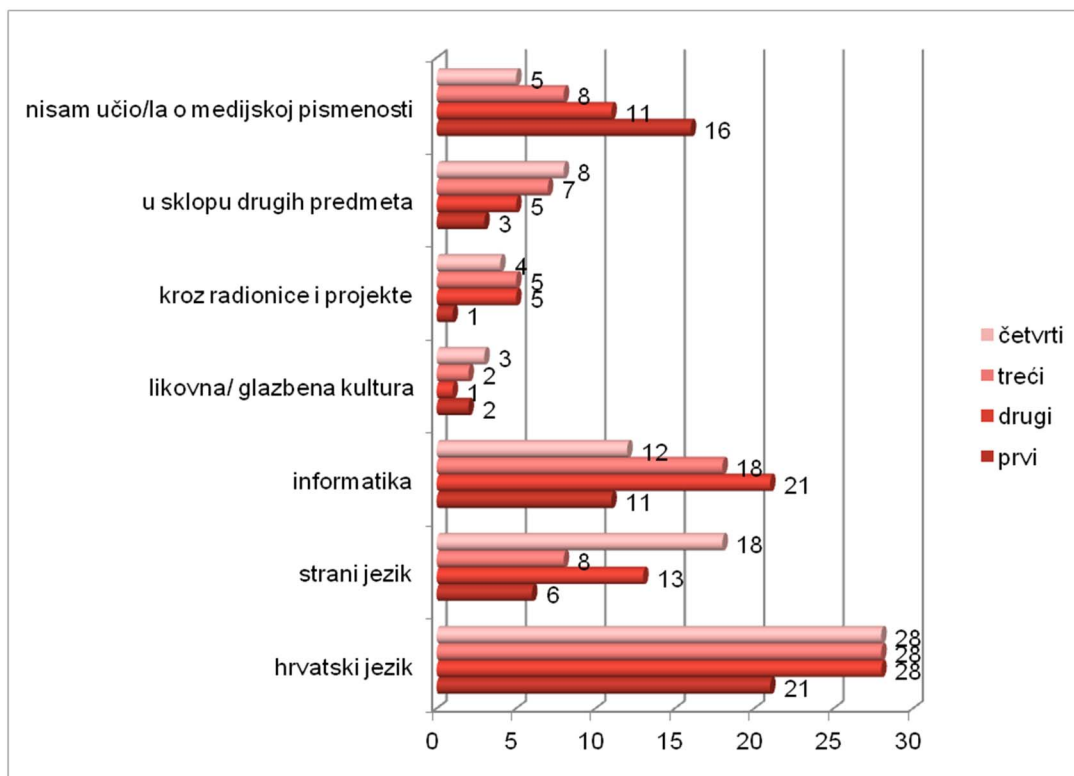
U pitanju koje se odnosilo na ispitivanje u kojim su nastavnim predmetima ili aktivnostima učenici učili o medijskoj pismenosti, učenici su imali mogućnost višestrukog izbora. Drugim riječima, učenici su navodili sve predmete u kojima su učili o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja. Kao što je na *Slici 17.* vidljivo, dvije trećine učenika navode kako su o pojmu medijske pismenosti učili kroz nastavu hrvatskog jezika (65,22%). Nakon nastave hrvatskog jezika, učenici su o pojmu medijske pismenosti u najvećem broju slučajeva učili na nastavi informatike (38,51%) i stranog jezika (27,95%). Manji dio učenika navodi kako su o medijskoj pismenosti učili putem radionica i projekata (9,32%) te u nastavi likovne i glazbene kulture (4,97%), dok 14,28% ispitanih navodi kako su o pojmu medijske pismenosti učili u sklopu drugih predmeta. Iznenađuje podatak prema kojem gotovo četvrtina ispitanih učenika navodi kako tijekom dosadašnjeg školovanja nije učila o pojmu medijske pismenosti (24,84%). Dakle, od ukupno 75,16% učenika koji navode da su tijekom dosadašnjeg školovanja učili o pojmu medijske pismenosti, 65,22% njih navodi da su o navedenom pojmu učili upravo u nastavi hrvatskog jezika. Rezultati istraživanja koje je provedeno na uzorku nastavnika hrvatskog jezika pokazalo je da neki nastavnici posvećuju medijskoj kulturi i do 30 sati godišnje, dok neki ne posvećuju niti jedan sat (Ciboci i Osmančević, 2015: 134). To može biti jedan od razloga zbog kojih gotovo četvrtina ispitanih učenika navodi kako tijekom dosadašnjeg školovanja nije učila o medijima i medijskoj pismenosti budući da je medijska kultura sastavni dio nastave hrvatskog jezika u osnovnim školama.



Slika 18. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema spolu (f)



Slika 19. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema obrazovnom programu (f)

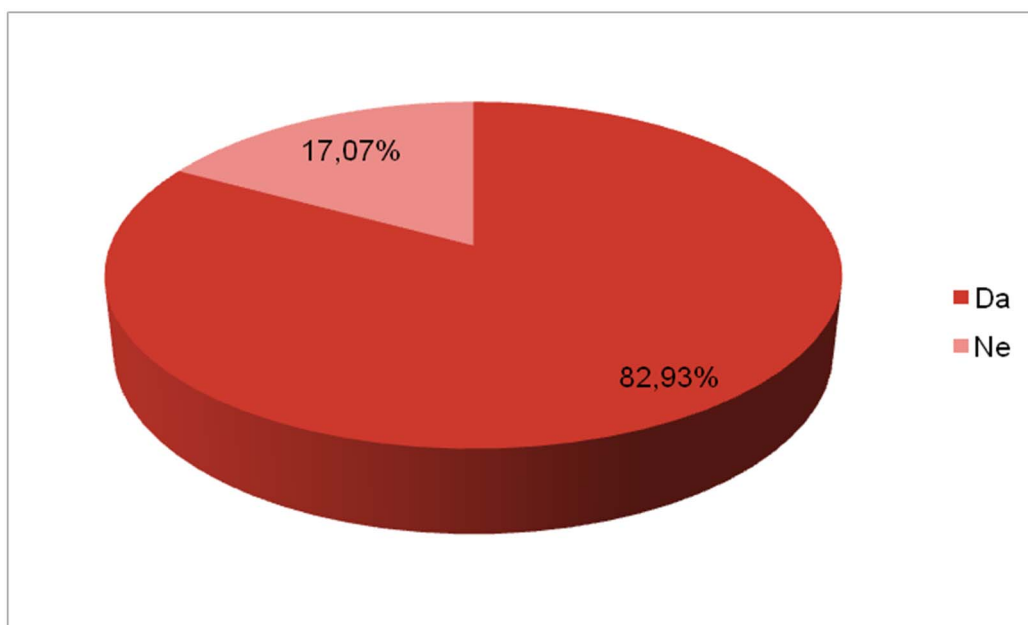


Slika 20. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema razredu (f)

Kada se govori o razlikama u rezultatima prema spolu ispitanika, na *Slici 18.* može se vidjeti da učenici u većem broju u odnosu na učenice navode kako su učili o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja u svim navedenim predmetima, dok s druge strane učenice u većem broju navode kako nisu učile o pojmu medijske pismenosti.

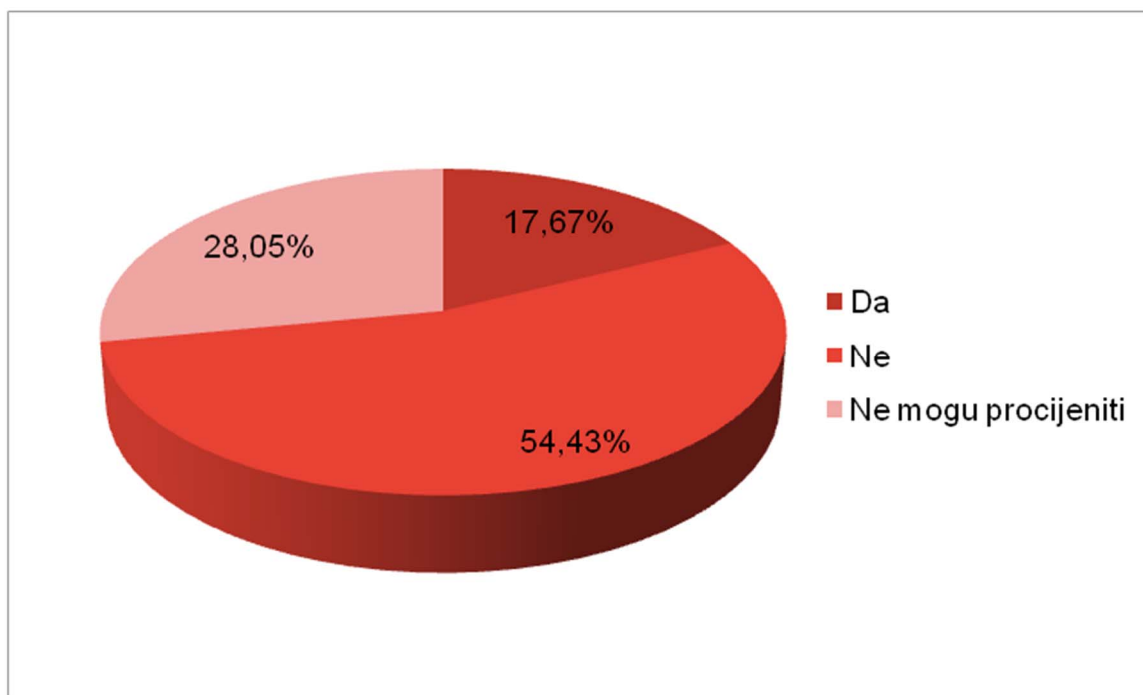
Kao i kod razlika u odgovorima učenika s obzirom na spol, i ovdje može se primjetiti određen obrazac u razlikama odgovora ispitanika. Učenici trogodišnjih obrazovnih programa u najmanjem broju navode da su učili u pojmu medijske pismenosti kod svih ponuđenih opcija odgovora, dok u najvećem broju navode kako nisu tijekom dosadašnjeg školovanja učili o pojmu medijske pismenosti. S druge strane, učenici gimnazijskih obrazovnih programa u najvećem broju navode kako su učili o pojmu medijske pismenosti kod skoro svih ponuđenih predmeta (uključujući i radionice i projekte) te u najvećem broju navode kako su učili o pojmu medijske pismenosti. Učenici četverogodišnjih obrazovnih programa, prema odgovorima ispitanika, nalaze se između učenika gimnazijskih i trogodišnjih obrazovnih programa. Iznimke su predmeti informatike, likovne i glazbene kulture kod kojih najveći broj učenika četverogodišnjih obrazovnih programa navodi da su učili o pojmu medijske pismenosti.

Što se tiče razlika u odgovorima ispitanika prema razredu kojeg pohađaju, može se reći kako učenici prvih razreda u najmanjoj mjeri navode kako su tijekom dosadašnjeg školovanja učili o pojmu medijske pismenosti te u najvećoj mjeri iskazuju kako nisu učili o pojmu medijske pismenosti. Kod učenika ostalih razreda vidljivo je da postoje značajnije razlike kod predmeta informatike i stranog jezika. Učenici drugih razreda u najvećem broju navode kako su na nastavi informatike učili o medijskoj pismenosti, dok najveći broj učenika četvrtih razreda navodi kako su o pojmu medijske pismenosti učili na nastavi stranog jezika.



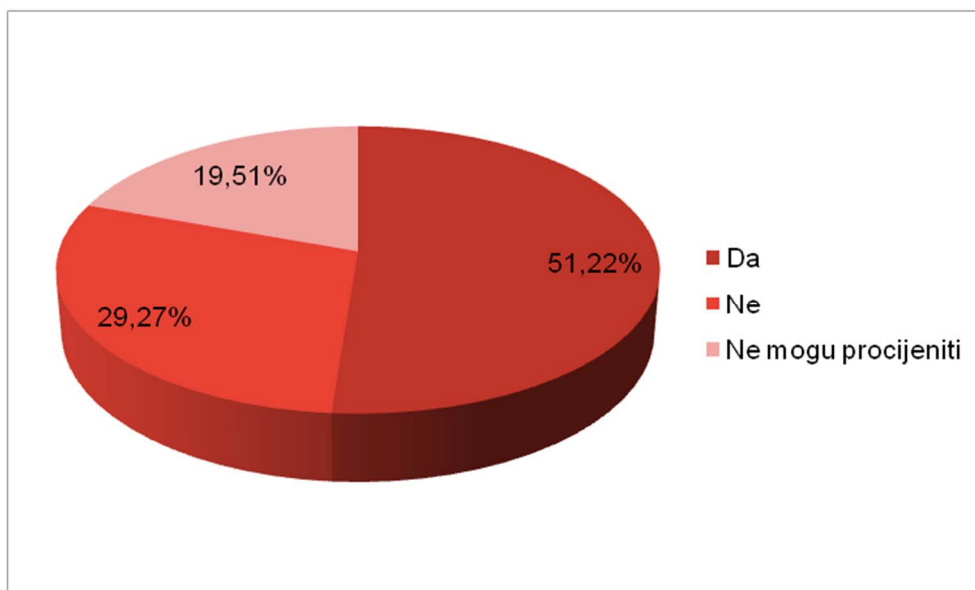
Slika 21. Mišljenje učenika o potrebi učenja o medijskoj pismenosti u školi

Na slici 21 prikazano je mišljenje učenika o potrebi učenja o medijskoj pismenosti u školi. Na temelju podataka vidljivo je kako 82,93% ($f=136$) učenika smatra kako bi trebali više učiti o pojmu medijske pismenosti u školi. Ovaj podatak govori kako većina učenika prepoznaje važnost posjedovanja medijskih kompetencija u današnjem suvremenom društvu. Isto tako, može se zaključiti kako učenici nisu zadovoljni dosadašnjim stečenim znanjem o medijskoj pismenosti te da smatraju kako nije dovoljno zastupljena u odgojno- obrazovnom sustavu.



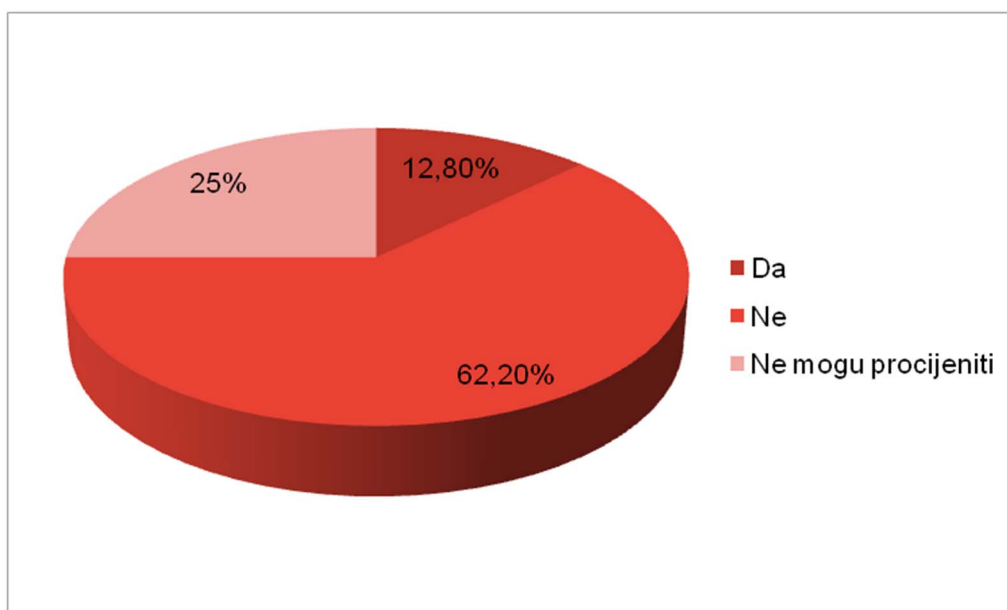
Slika 22. Mišljenje učenika o kompetentnosti nastavnika da ih poučavaju medijskoj pismenosti

Svega 17,67% učenika smatra da su njihovi nastavnici kompetentni da ih poučavaju o medijskoj pismenosti. Njih 28,05% ne može procijeniti, dok više od polovice učenika, 54,43%, navodi kako smatra da nastavnici ne posjeduju kompetencije medijske pismenosti. Budući da učenici najviše o medijskoj pismenosti uče na nastavi hrvatskog jezika, Ciboci i Osmančević (2015) proveli su istraživanje na temu kompetentnosti nastavnika hrvatskog jezika za provođenje medijske kulture u osnovnim školama. Analizom naobrazbe koje stječu budući nastavnici hrvatskog jezika na različitim sveučilištima u Hrvatskoj, autori su zaključili da postoje velike razlike u kompetencijama budućih nastavnika kada govorimo o medijskoj pismenosti. Usporedbe radi, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci nudi studentima kroatistike 27 kolegija koji uže ili šire obrađuju pojam medija i medijske pismenost, dok Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu nudi studentima tri takva predmeta (Ciboci i Osmančević, 2015). Ubrzan razvoj tehnologije zahtjeva od nastavnika cjeloživotno učenje kako bi usavršili svoje kompetencije. Osim bolje naobrazbe tijekom fakultetskog obrazovanja, nastavnici, a posebice nastavnici hrvatskog jezika, trebali bi se dodatno usavršavati putem seminara i radionica.



Slika 23. Spremnost učenika da sudjeluju na radionicama i izvanškolskim aktivnostima na temu medijske pismenosti

Više od polovice ispitanih učenika (51,22%) navodi kako bi sudjelovalo na radionicama i izvanškolskim aktivnostima na kojima bi učenici obrađivali teme i stjecali kompetencije medijske pismenosti. Malo manje od trećine učenika (29,27%) navodi kako ne bi sudjelovalo u takvim aktivnostima, dok ih 19,51% ne može procijeniti.



Slika 24. Predmeti ili izvannastavne aktivnosti u kojima učenici iznose vlastito mišljenje o određenoj temi

Na *Slici 23.* prikazana je distribucija odgovora na pitanje imaju li učenici u školi predmete ili neke izvannastavne aktivnosti (npr. debatni klub) u kojima učenici iznose svoje mišljenje o određenoj temi. Većina učenika navodi kako nema (62,20%) ili ne može procijeniti (25%) ima li takve predmete ili izvannastavne aktivnosti u svojoj školi. Svega 12,80% učenika navodi kako imaju takve predmete i/ili izvannastavne aktivnosti.

Neki od primjera situacija i predmeta u kojima učenici izražavaju vlastito mišljenje su slijedeći: *Sat razrednog odijela i psihologija. Pričamo o tome što nam smeta i što mi mislimo da treba poboljšati u našoj školi i okolici u kojoj se nalazimo.; Na satu engleskog i hrvatskog jezika često provodimo debate na neku određenu temu.; SRZ kada je riječ o ubojstvima ili neprimjerenim sadržajima svak iznosi svoje mišljenje te prokomentiramo situaciju; Sociologija, psihologija o nekim društvenim temama ili problemima.; Filozofija, raspravljanje o popularnim i kontroverznim temama.; Na vjeronauku o pobačaju.; Na vjeronauku, hrvatskom, engleskom kad su neke teme o kojima se može raspravljat.* Ovi podaci su svakako poražavajući jer bi jedna od temeljnih zadaća suvremenih škola trebala biti razvijanje kritičkog mišljenja kod učenika. Kada je riječ o važnosti kritičkog mišljenja i medijske pismenosti, može se reći da su to dva neodvojiva pojma. Drugim riječima, jedna od glavnih sastavnica medijske pismenosti je razvijenost kritičkog mišljenja. Žitinski (2009) navodi kako medijske kompetencije uključuju i podrazumijevaju sposobnost svjesnog korištenja medija te intepretiranja medijskih poruka i načina na koje su one prikazane.

4.6. Procjena zadovoljstva učenika razvijenošću vlastitih medijskih kompetencija

Na samom kraju, učenicima je bilo postavljeno pitanje da na ljestvici od jedan do pet procijene koliko su zadovoljni razvijenošću svojih medijskih kompetencija. Broj jedan je označavao da uopće nisu zadovoljni, dok se broj pet odnosio na to da su u potpunosti zadovoljni medijskim kompetencija koje posjeduju. Ova samoprocjena učenika pokazat će koliko su učenici zadovoljni razinom svoje medijske pismenosti. Isto tako, taj rezultat može se protumačiti i kao mišljenje učenika o (većoj) potrebi stjecanja medijskih kompetencija tijekom školovanja.

	M	Sd
ukupno	3,3	1
muško	3,5	0,9
žensko	3,1	1
gimnazijski obrazovni program	3,5	0,9
četverogodišnji obrazovni program obrazovni program	3,5	1
trogodišnji obrazovni program	2,9	1
prvi razred	3,3	1
drugi razred	3,3	1
treći razred	3,3	1
četvrti razred	3,5	0,9

Tablica 17. Zadovoljstvo učenika razvijenošću vlastitih medijskih kompetencija- distribucija rezultata ukupnog uzorka i razlika u nezavisnim varijablama

Iz priložene *Tablice 17.* vidljivo je da su učenici srednje zadovoljni vještinama medijske pismenosti koje posjeduju ($M=3,3$). Učenici ($M=3,5$) su zadovoljniji svojim kompetencijama medijske pismenosti u odnosu na učenice ($M=3,1$). Kada je riječ o razlikama prema obrazovnom programu, učenici trogodišnjih obrazovnih programa ($M=2,9$) iskazuju manje zadovoljstvo razinom medijske pismenosti koju posjeduju u odnosu na učenike četverogodišnjih ($M=3,5$) i gimnazijskih ($M=3,5$) obrazovnih programa što je u skladu s analizom rezultata dobivenih empirijskim istraživanjem. Također, može se reći kako su učenici četvrtih razreda ($M=3,5$) zadovoljniji svojim medijskim kompetencijama u odnosu na prve ($M=3,3$), druge ($M=3,3$) i treće ($M=3,3$) razrede.

5. Zaključak

Rezultati ovog istraživanja pokazali su kako učenici većinu svog slobodnog vremena provode u uporabi medija konzumirajući većinom zabavne medijske sadržaje. Iako većim dijelom prepoznaju manipulativni karakter medija, učenici nisu u potpunosti osvijestili sve štetne funkcije medija. Zbog toga je potrebna suradnja odgojno-obrazovnih i gradskih institucija te obitelji. Prije svega, kada govorimo o području Sinja, mladima je potrebno ponuditi više sadržaja kojim bi ispunili svoje slobodno vrijeme te na taj način smanjili pretjeranu upotrebu medija i medijskih uređaja (koja često dovodi do ovisničkog ponašanja). Nadalje, osim obrazovanja učenika, potrebno je medijski opismenjavati roditelje koji su najvažniji subjekti kada govorimo o učenju odgovornih ponašanja učenika u upotrebi medija. Osim toga, važno je osigurati edukacije za nastavnike, posebice nastavnike Hrvatskog jezika, kako bi osuvremenili (i stekli) znanja o medijima, budući da preko polovice ispitanih učenika smatra da njihovi nastavnici ne posjeduju odgovarajuće kompetencije da ih poučavaju medijskoj pismenosti.

Isto tako, važno je kod učenika poticati razvijanje kritičkog razmišljanja. Skoro dvije trećine ispitanih učenika navodi kako u školi nema predmete koji ih potiču na iznošenje vlastitog mišljenja. Pritom bi se posebna pažnja trebala obratiti na trogodišnje strukovne programe, budući da upravo oni imaju najmanje razvijene kompetencije medijske pismenosti. Nadalje, rezultati ovog istraživanja pokazuju kako učenici ne posjeduju dovoljno znanja o medijima, posebice kada je riječ o etičnoj upotrebi medijskih sadržaja (citiranje, provjera izvora informacije). Potrebno je osuvremeniti program medijske kulture koji se provodi u osnovnim školama te ga proširiti i na srednjoškolsko obrazovanje. Može se reći da to mišljenje dijele i sudionici ovog istraživanja, budući da više od četiri petine učenika smatra kako bi trebali više učiti o medijskoj pismenosti.

Također, svi učenici imaju tehničke predispozicije za sudjelovanje u medijskom i informacijskom društvu. Jedna od preporuka ovog istraživanja je svakako (veće) uključivanje digitalnih medija u odgojno-obrazovni proces, primjerice pri pisanju domaće zadaće. Na taj način učenike bi se poticalo da medije u većoj mjeri upotrebljavaju u obrazovne i informativne svrhe. Osim toga, poticalo bi ih se na usvajanje kompetencija informacijske pismenosti koja je neodvojiva od medijske pismenosti. Isto tako, studenti pedagogije trebali bi tijekom studija steći napredno znanje o medijskoj pismenosti kako bi, kao članovi stručnog

tima u odgojno-obrazovnim ustanovama, bili u mogućnosti pružiti podršku nastavnicima i učenicima. Što se tiče obrazovnih politika, potrebno je provesti istraživanje na reprezentativnom uzorku kako bi se utvrdila razina medijske pismenosti učenika i nakon toga kreirati odgovarajuću obrazovnu politiku.

Medijska pismenost je pismenost 21. stoljeća. Odgojno-obrazovni sustav mora odgovoriti na nove izazove, ali i potrebe društva. Pedagoško djelovanje usmjereno je na pokretanje društvenog razvoja. Pedagogija treba i mora svojim naputcima za praktično djelovanje pridonositi da odgoj i obrazovanje budu u skladu s duhom vremena, a ovo vrijeme je vrijeme digitalnih tehnologija i čini dio prirodnog okruženja mladih generacija.

6. Literatura

Pisani izvori:

Aufderheide, P. (1992), *A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Maryland: The Aspen Institute.

Batori, M. i Ćurlin, M. (2020), Nasilje putem interneta među adolescentima. *Zdravstveni glasnik*, 6 (1): 104-114. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/239152> (26.08. 2020.)

Bezinović, P., Ristić Dedić, Z. (2004), *Škola iz perspektive učenika: Smjernice za promjene*. Institut za društvena istraživanja u Zagrebu: Centar za istraživanje i razvoj obrazovanja . Dostupno na: https://www.idi.hr/drzavnamatura/dokumenti/skola_iz_perspektive_ucenika.pdf (06. 10. 2020.)

Boldyreva, E. (2018), *Cambridge Analytica: Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process*. Conference: 18th PCSF 2018 - Professional Culture of the Specialist of the Future Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/330032180_Cambridge_Analytica_Ethics_And_Online_Manipulation_With_Decision-Making_Process (28. 08. 2020)

Brčina, D. (2015), Računalo i mediji. Diplomski rad, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

Burić, J. (2010), Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija. Etika i tržišne manipulacije potrebama mladih. *Filozofska istraživanja*, 30 (4): 629- 634. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/68567> (26. 08. 2020.)

Car, S. (2013), Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi. *Pedagogijska istraživanja*, 10 (2): 285-292. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=191595 (04. 10. 2020)

Ciboci, L. (2018).) Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu. *Medijske studije*. 9 (17): 23- 46. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/204240> (28. 08. 2020)

Ciboci, L. i Osmančević, L. (2015). Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama. U: Car, V., Turčilo, L. i Matović, M. (ur), *Medijska pismenost –Preduvjet za odgovorne medije, Zbornik radova s 5.*

znanstvene konferencije *Vjerodostojnost medija*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 121-139.

Ciboci, L. i sur. (2019), Percepcija ravnatelja osnovnih škola o važnosti medijske pismenosti u primarnome obrazovanju. *Communication Management Review*. 4 (1): 60-77. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/223653> (28.08. 2020.)

Ciboci, L i sur., (2020), *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu*. Impresum: Zagreb.

Čelik, A. (2019), Dimenzije virtualnog ponašanja adolescenata. *Školski vjesnik: časopis za pedagojsku teoriju i praksu*, 68 (2): 413- 425. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=341520 (29. 08. 2020)

Dadić, K. (2014), Digitalno djetinjstvo i obitelj. *Libri et liberi: časopis za istraživanje dječje književnosti i kulture*, 3 (2): 464- 467. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/132571> (29. 08. 2020)

Erjavec, K. (2005), Odgoj za medije: od koncepta do školske prakse, u: Zgrabljić Rotar, N. (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo* (str. 2-30), Sarajevo: Mediacentar.

Fistrić, M. (2013), Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z, *Communication Management Review*, 4(1): 120-139. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/223656> (04. 10. 2020)

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York - London: New York University Press.

Labaš, D., Marinčić, P. (2018), Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 12 (15): 1-32. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/195548> (27. 08. 2020)

Labaš, D. (2015), „Djeca medija“- mladi obrazuju mlade Medijska pismenost. U: Car, V., Turčilo, L. i Matović, M. (ur), *Medijska pismenost –Preduvjet za odgovorne medije*, *Zbornik radova s 5. znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija*. Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 105- 117.

Lacković-Grgin, K. (2005). *Psihologija adolescencije*. Jastrebarsko: Naklada slap.

- Marshall, D. P. (2004). *New Media Culture*. London: Arnold.
- Miloš, I. (2017), Digitalni urođenici i digitalni pridošlice. *Hrvatski jezik: znanstveno-popularni časopis za kulturu hrvatskoga jezika*, 4(2): 11- 12. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/187307> (06. 10. 2020)
- Ninčević, M. (2009), Izgradnja adolescentskog identiteta u današnje vrijeme. *Odgojne znanosti*, 11 (1): 119- 141. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/40005> (27. 08. 2020)
- Kitchin, R. (2014). *The data revolution*. Sage: Los Angeles.
- Knezović, K. (2016), Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete. *Diacovensia: teološki prilozi*, 24 (4): 645- 666. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/171269> (27. 08. 2020.)
- Kuhar, M. (2005). Medijske reprezentacije tjelesnog izgleda i samopredodžba mladih. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*. 11 (1): 97- 112. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/22995> (26. 08. 2020.)
- Novak, K. (2017), Adolescenti i mediji: povjerenje s rezervom?. *Bogoslovska smotra*, 87 (1): 79-97. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181570> (28. 08. 2020)
- Perinić, J. (2009), Tržišnim zakonitostima do suvremenog medijskog diskursa. *Medijski dijalozi*, 2 (3): 61-73.
- Peruško, Z. (2008). *Mediji, kultura i civilno društvo*. Zagreb:Hrvatsko sociološko društvo.
- Pešorda, S. (2007), Kurikulum povijesti i slobodno vrijeme učenika. *Povijest u nastavi*, 9(1): 37-50. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/24891> (05. 10. 2020)
- Rattinger, M. (2017), Aktivnosti i društvene mreže u slobodnom vremenu mladih tinejdžera. *Školski vjesnik: časopis za pedagošku teoriju i praksu*, 66(2): 222- 237. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=275767 (07. 10. 2020)
- Rodek, S. (2010), Novi mediji i nova kultura učenja. *Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*. 152(1): 9-28. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/82749> (06. 10. 2020)

Server Globan, I., Plenković, M., Varga, V. (2018), Reklame i rodni stereotipi: važnost medijske pismenosti. *Media, Culture and Public Relations*, 9 (1-2): 81-94. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/214350> (28. 08. 2020)

Šego, J. (2010), Taj agresivni reklamnokulturni svijet. Invazija promidžbenih poruka i mogućnost uređenja nemarkiranog prostora. u: D. Labaš (ur), *Mediji i društvena odgovornost*. Zagreb, Hrvatski studiji, 163-208.

Tolić, M. (2009), Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 22 (2): 97-103. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/47431> (26. 08. 2020)

Valković, J. (2016), Utjecaj medija na socijalizaciju. *Riječki teološki časopis*, 47 (1): 99- 116. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170107> (26. 08. 2020)

Vejmelka, L. i sur. (2016). Online aktivnosti i rizična ponašanja adolescenata u virtualnom okruženju. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*. 26 (1): 59-78. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/178527> (27. 08. 2020)

Vrkić Dimić, J. (2014). Suvremeni oblici pismenosti. *Školski vjesnik: časopis za pedagoški teoriju i praksu*. 63 (3): 381-394. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=200650 (28. 08. 2020)

Zgrabljic Rotar, N. (2005). Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. u: Zgrabljic Rotar, N. (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Mediacentar, 9-45

Mrežni izvori:

URL 1: European Commission, 2007. Dostupno na:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

URL 2: Hrvatski jezični portal. Dostupno na:

<http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>

URL 3: Zakon o medijima (2004). Dostupno na:

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004_05_59_1324.html

URL 4: Media and Information Literacy. Dostupno na:

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>

URL 5: Nacionalni okvirni kurikulum. Dostupno na:

http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf

URL 6: Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj. Dostupno na:

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html

URL 7: Medijska pismenost.hr. Dostupno na:

<https://www.medijskapismenost.hr>

URL 8: Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, popis 2011. Dostupno na:

https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/h01_01_01_zup17_3891.html

URL 9: Uvjeti korištenja društvene mreže Facebook. Dostupno na:

<https://www.facebook.com/legal/terms>

URL 10: Što znače programske oznake 12, 15 i 18 kada je riječ o nasilju

<https://www.medijskapismenost.hr/sto-znace-programske-oznake-1215-i-18-kada-je-rijec-o-nasilju/>

7. Popis tablica i slika

Tablica 1. Medijska pedagogija u užem i širem značenju (str. 8)

Slika 1. Struktura ispitanika s obzirom na spol (str. 17)

Slika 2. Struktura ispitanika prema školi koju pohađaju (str. 18)

Slika 3. Struktura ispitanika prema obrazovnom programu (str. 18)

Slika 4. Struktura ispitanika prema razredu (str. 19)

Slika 5. Posjedovanje internetskog priključka u kućanstvu (str. 20)

Slika 6. Posjedovanje medijskih uređaja (str. 20)

Slika 7. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta (str. 21)

Tablica 2. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na spol (str. 23)

Tablica 3. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 23)

Tablica 4. Učestalost korištenja pojedinih medijskih uređaja i interneta- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 23)

Slika 8. Vremenska odrednica korištenja medija (str. 25)

Slika 9. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultata s obzirom na spol (str. 26)

Slika 10. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 27)

Slika 11. Vremenska odrednica korištenja medija- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 27)

Slika 12. Svrhe u koje učenici koriste medije (str. 29)

Slika 13. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na spol (str. 30)

Slika 14. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 30)

Slika 15. Svrhe u koje učenici koriste medije- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 31)

Slika 16. Svrhe u koje učenici koriste medije prema pretraživanju na internetu (str. 32)

Tablica 5. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja (str. 34)

Tablica 6. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na spol (str. 36)

Tablica 7. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 37)

Tablica 8. Načini upotrebe pojedinih medija i medijskih uređaja- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 38)

Tablica 9. Negativne strane medija (str. 42)

Tablica 10. Negativne strane medija- distribucija s obzirom na spol (str. 44)

Tablica 11. Negativne strane medija- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 45)

Tablica 12. Negativne strane medija- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 46)

Tablica 13. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti (str. 49)

Tablica 14. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na spol (str. 51)

Tablica 15. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na obrazovni program (str. 52)

Tablica 16. Samoprocjena kompetencija medijske pismenosti- distribucija rezultata s obzirom na razred (str. 53)

Slika 17. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja (str. 56)

Slika 18. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema spolu (str. 57)

Slika 19. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema obrazovnom programu (str. 57)

Slika 20. Učenje o pojmu medijske pismenosti tijekom dosadašnjeg školovanja- distribucija rezultata prema razredu (str. 58)

Slika 21. Mišljenje učenika o potrebi učenja o medijskoj pismenosti u školi (str. 59)

Slika 22. Mišljenje učenika o kompetentosti nastavnika da ih poučavaju medijskoj pismenosti (str. 60)

Slika 23. Spremnost učenika da sudjeluju na radionicama i izvanškolskim aktivnostima na temu medijske pismenosti (str. 61)

Slika 24. Predmeti ili izvannastavne aktivnosti u kojima učenici iznose vlastito mišljenje o određenoj temi (str. 61)

Tablica 17. Zadovoljstvo učenika sa razvijenošću vlastitih medijskih kompetencija- distribucija rezultata ukupnog uzorka i razlika u nezavisnim varijablama (str. 63)

8. Prilog 1

Anketni upitnik

Dragi učenici,

pred vama se nalazi anketni upitnik koji se bavi temom medijskih kompetencija srednjoškolaca. Anketa je anonimna što znači nitko neće provjeravati vaše odgovore. Sve što ćete reći strogo je povjerljivo i koristit će se isključivo kao skupina podataka za statističku obradu u pisanju diplomskog rada. Budući da tvrdnje u anketi odražavaju vaše mišljenje i da nema točnih i netočnih odgovora, molim vas da odgovarate iskreno.

Hvala! :D

***VAŽNO**

U ovom upitniku pojam „**mediji**“ odnosi se na radio, televiziju, novine, knjige, internet (**kao i društvene mreže- Facebook, Instagram, Snapchat, Whatsapp, Viber...**)

1. Kojeg si spola?

- muško

- žensko

2. Koju školu pohađaš?

- Gimnazija Dinka Šimunovića

- Srednja strukovna škola bana Josipa Jelačića

- Tehnička i industrijska škola Ruđera Boškovića

3. Kojeg si usmjerenja ?

4. Koji razred pohađaš?

- prvi
- drugi
- treći
- četvrti

5. Posjeduje li tvoje kućanstvo internet priključak?

- Da
- Ne

6. Označi koje od navedenih uređaja posjeduješ u svom kućanstvu (označi sve odgovre koje se odnose na tebe):

- radio prijemnik
- televizija
- stolno računalo
- prijenosno računalo
- tablet
- mobilni telefon

7. U tablici označi koliko često koristiš pojedine udređaje/ medije.

svakodnevno	nekoliko puta	nekoliko puta	nekoliko puta	nikada
	tjedno	mjesečno	godišnje	

radio prijemnik

televizija

internet

stolno računalo

prijenosno računalo

tablet

8. Koliko vremena provodiš u korištenju medija (uključujući i društvene mreže)?

- nekoliko sati tjedno

- manje od jednog sata dnevno

- dva do četiri sata dnevno

- četiri do sedam sati dnevno

- više od sedam sati dnevno

9. U sljedećoj tablici za svaki pojedinu tvrdnju označi odgovor koji se odnose na tebe:

uvijek često ponekad rijetko nikada

Na televiziji gledam vijesti.

Knjige čitam iz zabave.

Internet koristim za informiranje.

S prijateljima komuniciram putem smartphona.

Stolno/ prijenosno računalo najčešće koristim kao pomoć u učenju.

Radio slušam samo zbog glazbe.

Kada čitam novine, uvijek pročitam najnovije vijesti iz države i svijeta.

Internet koristim za zabavu.

Koristim mobilni uređaj kao pomoć pri učenju.

Na televiziji gledam filmove.

Čitam samo one knjige koje moram zbog škole.

U slobodno vrijeme čitam stripove.

Kada čitam novine, uvijek pročitam samo stranice koje su vezane uz sport.

Internet koristim u obrazovne svrhe.

Volim slušati radio zbog kratkih i sažetih vijesti.

Stolno/ prijenosno računalo koristim za igranje videoigrica.

10. Koje sadržaje najčešće pretražuješ na internetu?

11. U koje svrhe najčešće koristiš medije (označi sve odgovore koji se odnose na tebe)?

- informative (vijesti, vremenska prognoza...)

- obrazovne (dokumentarci, školski programi...)

- zabavne (filmovi, sport...)

12. U sljedećim tvrdnjama na ljestvici od pet odgovora za svaku pojedinu tvrdnju označi onaj odgovor koji se odnosi na tbe.

Uopće se ne
slažem

Uglavnom se
ne slažem

Niti se slažem
niti ne slažem

Uglavnom se
slažem

U potpunosti se
slažem

Mediji promiču prekomjernu upotrebu alkohola..

Bio/la sam izložena nasilju putem medija.

Mediji potiču jezičnu nekulturu.

Moji osobni podaci dostupni su na društvenim mrežama.

Mediji obiluju nasilnim sadržajem.

Mediji imaju manipulativni karakter.

Osjećam se sigurno i zaštićeno na društvenim mrežama.

Mediji stereotipno prikazuju različite grupe ljudi (žene, nogometaše, muslimane).

Kada komuniciram putem medija trudim se izražavati književno.

Mediji imaju više pozitivnih nego negativnih funkcija.

Osobno poznajem sve svoje prijatelje na društvenim mrežama.

Dogodilo mi se da sam dobio/la uvredljivu ili prijeteću poruku na društvenim mrežama.

Mediji nam nameću idealne standarde ljepote.

Pridržavam se dobnog ograničenja za pojedine medijske sadržaje.

Mediji obiluju seksualnim sadržajem.

13. Tokom cjelokupnog dosadašnjeg školovanja učio/la sam o medijskoj pismenosti u sklopu:
(označi sve odgovore koje se odnose na tebe)

- hrvatskog jezika

- stranog jezika

- informatike

- likovne/ glazbene kulture

- kroz radionice i projekte

- u sklopu drugih predmeta (navedi)_____

- nisam učio/la o pojmu medijske pismenosti

14. Smatraš li da bi u školi više trebali učiti o medijima i kompetencijama medijske pismenosti?

- Da

- Ne

15. Smatraš li da su tvoji nastavnici dovoljno kompetenti, odnosno, da posjeduju dovoljno znanja i vještina da bi učenike mogli poučavati medijskoj pismenosti?

- Da

- Ne

- Ne mogu procijeniti

16. Bi li sudjelovao/la u radionicama i drugim izvanškolskim aktivnostima koje se tiču teme medijske pismenosti, ukoliko bi ih tvoja škola organizirala?

- Da

- Ne

- Ne mogu procijeniti

17. Imaš li u školi predmet(e) ili neke izvannastavne aktivnosti (npr. debatni klub) u kojima učenici iznose svoje vlastito mišljenje o određenoj temi?

- Da

- Ne

- Ne mogu procijeniti

18. Ako je tvoj odgovor DA možeš li, molim te, navesti takav primjer (o kojem se predmetu radi ili aktivnosti, o čemu ste raspravljali)?

19. U slijedećim tvrdnjama na ljestvici od pet odgovora za svaku pojedinu tvrdnju označi onaj odgovor koji se odnosi na tebe.

Uopće se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem niti ne slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem
-----------------------	--------------------------	----------------------------------	-----------------------	---------------------------

Mogu razlikovati istinitu od lažne vijesti.

Kroz školovanje sam imao/imala priliku sudjelovati u pisanju sastava, eseja, članka koji su bili objavljeni u nekom od medija (novine, časopisi, portali).

Informacije na Wikipediji su uvijek točne.

Svim medijima upravljaju državne vlasti.

Informacije koje pronađem na internetu smijem koristiti bez navođenja izvora.

Volim komentirati i iznositi svoje mišljenje na srušenim mrežama.

Mediji nam pokušavaju nametnuti određene stavove.

Kada pročitam neku vijest, uvijek provjerim izvor informacije.

U novinskom članku razlikujem informaciju/ vijest od autorovog mišljenja.

Mediji nameću pogrešne vrijednosti mladima.

Više vjerujem vijestima koje pročitam na društvenim mrežama nego onima koje vidim na televiziji.

Dezinformacije (netočne informacije) imaju za cilj upravljati mišljenjem publike.

Važno je kritički sagledavati informacije koje dobivamo putem medija.

20. Na ljestvici od jedan do deset procjeni koliko si zadovoljan/a s razvijenošću svojih kompetencija medijske pismenosti. (1- Uopće nisam zadovoljan/na ; 5- U potpunosti sam zadovoljan/na)

1 2 3 4 5

9. Sažetak

Medijska pismenost sinjskih srednjoškolaca

Cilj ovog rada bio je ispitati koliko, u koje svrhe učenici triju sinjskih srednjih škola upotrebljavaju medije i medijske uređaje te koliko imaju razvijene kompetencije medijske pismenosti. U teorijskom dijelu rada raspravlja se o ulozi koju masovni mediji imaju u suvremenom društvu te o važnosti medijske pismenosti kao nove pismenosti 21. stoljeća. Nadalje, prikazano je koliko je i u kojim nastavnim područjima medijska pismenost zastupljena u odgojno- obrazovnom sustavu te se problematizira odnos adolescenata i medija. Uzorak ovog istraživanja sačinjen je od 164 učenika triju sinjskih srednjih škola. Istraživanje je provedeno metodom online anketnog upitnika te je obrada podataka uključivala deskriptivnu statistiku. Neki od najvažnijih rezultata ovog istraživanja su da svi učenici svakodnevno upotrebljavaju internet i mobilne uređaje. Oko dvije trećine ispitanih učenika dnevno provede više od četiri sata u upotrebi medija koje gotovo svi učenici rabe prvenstveno u zabavne svrhe. Učenici su svjesni manipulativnog karaktera medija, stereotipnog prikazivanja pojedinih skupina u medijima te objektivizacije i seksualizacije ljudskog tijela. Učenici kritički promišljaju i interpretiraju medijske poruke i sadržaje. Četvrtina ispitanih učenika navodi kako tijekom dosadašnjeg školovanja nije učila o kompetencijama medijske pismenosti. Najveći broj onih koji su učili o medijskoj pismenosti, učili su kroz nastavu hrvatskog jezika te nakon toga informatike i stranog jezika.

Ključne riječi: mediji, medijska pismenost, adolescenti, odgojno- obrazovni sustav

Media Literacy of Sinj High School Students

The aim of this paper was to examine to what extent and for what purposes the students of the three high schools in Sinj use the media and media devices and to what extent they have developed media literacy competencies. The theoretical part of the paper discusses the role that the mass media has in modern society and the importance of media literacy as a new form of literacy of the 21st century. Furthermore, it is shown how much and in which teaching areas media literacy is represented in the educational system. The relationship between adolescents and the media is also problematized. The sample of this research consisted of 164 students from three high schools in Sinj. The research was conducted using the online survey questionnaire and the data processing included descriptive statistics. Some of the most important results of this research are that all students use the Internet and mobile devices daily. About two-thirds of the students spend more than four hours a day using media and almost all of them use it primarily for entertainment purposes. Students are aware of the manipulative character of the media, the stereotypical portrayal of certain groups in the media, and the objectification and sexualization of the human body. Students critically reflect on and interpret media messages and content. A quarter of the surveyed students state that they have not learned about media literacy competencies during their schooling so far. Most of those who learned about media literacy, learned about it through the teaching of the Croatian language, computer science and through a foreign language.

Keywords: media, media literacy, adolescents, educational system