

Utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike

Stanić, Vlatka

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:162:514737>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-07**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za kroatistiku

Prijediplomski sveučilišni studij hrvatskog jezika i književnosti

Vlatka Stanić

Utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike

Završni rad

Zadar, 2023.

Sveučilište u Zadru

Odjel za kroatistiku
Prijediplomski studij hrvatskog jezika i književnosti

Utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike

Završni rad

Student/ica:

Vlatka Stanić

Mentor/ica:

Doc. dr. sc. Tin Lemac

Zadar, 2023.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Vlatka Stanić**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike** 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, 12. rujna 2023.

Sažetak

Knjiga i čitanje sve manje su postali zastupljeni u današnje vrijeme čemu doprinose upravo masovni mediji koji će se i pojasniti u ovome završnome radu. Nadalje, u radu će se prikazati i pojasniti i vrste masovnih medija kao i njihov utjecaj na čitanje i čitalačke navike, a upravo će se s tim ciljem provesti i empirijsko istraživanje pomoću anketnog upitnika na uzorku ispitanika s područja Republike Hrvatske, a ponajviše grada Zadra. Anketni će upitnik biti sastavljen od petnaest pitanja od kojih su prva dva osobna, tj. odnose se na spol i dob ispitanika, a ostalih 13 na njihove čitalačke navike, stavove i preferencije vezane za čitanje. Za izradu ankete koristit će se internetski servis Google Forms, a dobiveni će se odgovori prikazati i analizirati. Očekivanja postavljena na temelju anketnog istraživanja koje će se provesti podrazumijevaju činjenicu da su ispitanici razvili ljubav prema čitanju u djetinjstvu zbog čega i u kasnijoj dobi vole čitati. Međutim, očekuje se i da su upravo masovni mediji izvori preko kojih ispitanici nabavljaju svoja djela za čitanje te da većina ispitanika više voli čitati knjige u digitalnom nego u papirnatom obliku te da više svog vremena provodi na društvenim mrežama nego čitajući.

Ključne riječi: knjiga, čitanje, masovni mediji, empirijsko istraživanje

Summary: The influence of mass media on reading and reading habits

Books and reading have become less and less common nowadays, which is contributed by the mass media, which will be explained in this final paper. Furthermore, the paper will show and explain the types of mass media as well as their influence on reading and reading habits, and with this aim, empirical research will be conducted through a survey questionnaire on a sample of respondents from the Republic of Croatia, especially the city of Zadar. The survey questionnaire will be composed in such a way that it contains 15 questions, the first two of which are personal, i.e. refer to the sex and age of the respondents, and the other 13 to their reading habits, attitudes and preferences related to reading. The online service Google Forms will be used to create the survey, and the answers will be displayed and analyzed. The expectations set on the basis of the survey research that will be carried out imply the fact that the respondents developed a love for reading in childhood, which is why they also love to read at a later age. However, it is also expected that the mass media are the sources through which respondents acquire their works to read, and that most respondents prefer to read books in digital rather than paper form, and that they spend more of their time on social networks than reading.

Key words: books, reading, mass media, empirical research

Sadržaj

1. Uvod	4
2. Pojam i vrste medija	5
2.1. Pojam i obilježja medija	5
2.2. Vrste medija.....	7
2.2.1. Tradicionalni mediji.....	8
2.2.2. Novi mediji	9
3. Povezanost i utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike	10
3.1. Knjige - tradicionalni oblici čitanja	10
3.2. Novi (elektronski) oblici čitanja	13
3.3. Veza novih medija s knjigama.....	17
4. Istraživanje utjecaja masmedija na čitanje i čitalačke navike	18
4.1. Opis anketnog upitnika	18
4.2. Rezultati istraživanja	18
5. Zaključak.....	27
Literatura	28
Popis slika	30
Popis grafikona.....	31
Prilog	32

1. Uvod

Svijet već odavno ne može funkcionirati bez masmedija što je posebno naglašeno danas. Naime, mnogo je informacija potrebno stvoriti, prenijeti, kupiti i prodati što nije moguće bez masmedija. Masmediji su postali sastavni dio suvremenoga društva, a stalno se događaju promjene u vidu njihove dostupnosti i brzine prijenosa informacija. Oni izrazito utječu na pojedince te formiranje njihovih vlastitih stavova i percepcija, posebice oko događaja za koje nisu mnogo informirani. Kako sam naziv govori, masmediji su sredstva priopćavanja masi, tj. mnoštvu ljudi. Tradicionalni masovni mediji sve se jače vezuju s računalnom tehnologijom te nastaju razni novi mediji. Svi oni svojom brzinom i dostupnošću mogu dosegnuti veliku publiku. Masovni mediji kreiraju medijski sadržaj, imaju specifične tehnološke konfiguracije i u vezi su s nekom institucijom, rade sukladno zakonima, pravilima i kodeksima te prenose razne informacije.

Ciljevi su pojašnjenje termina i prikaz vrsta medija te pojašnjenje njihove povezanosti s čitanjem i čitalačkim navikama. Također, najveći se naglasak rada daje na prikaz provedenog istraživanja kojim se htjelo saznati kakvi su stavovi ispitanika o masmedijima, knjigama i čitanju te, zaključno, utječu li i koliko na navike čitanja.

Ovaj je završni rad strukturiran u pet poglavlja od kojih je prvo uvodno. U drugome se poglavlju pojašnjava pojam medija i njegove vrste, a treće poglavlje prikazuje povezanost i utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike. Četvrto poglavlje opisuje anketni upitnik koji je proveden te prikazuje i pojašnjava sve njegove dobivene rezultate. Peto poglavlje sadrži zaključna razmatranja autorice nakon čega se navode popis literature korištene prilikom pisanja rada te popis slika i grafikona.

2. Pojam i vrste medija

U prošlosti, a pogotovo danas, svijet nije mogao funkcionirati bez masovnih medija neovisno o tome kojeg je pojedinac podrijetla, obrazovanja te imovinskog stanja. Naime, mnoštvo je informacija koje je potrebno kreirati, prenijeti, kupiti i prodati, a to nije moguće bez masovnih medija (Malović, 2007).

2.1. Pojam i obilježja medija

Masovni su mediji sastavnica suvremenog društva te se razvijaju paralelno s njime. Iako suradnja s medijima traje oduvijek, mnogo se razlikuje suradnja iz prošlosti od današnje suradnje. Temeljna je uloga medija u prošlosti bila prikupljanje, obrada i slanje informacija u javnost što se zadržalo i danas, ali nastupile su promjene u dodirnim točkama s publikom. Naime, nastupile su promjene u dostupnosti i brzini prijenosa informacija što se posebno očituje u društvenim mrežama preko kojih se informacije šire velikom brzinom i nepredviđeno. Masovni mediji utječu i na pojedince te formiranje njihovih vlastitih stavova i percepcija, posebice oko događaja za koje nisu mnogo informirani (EQUESTRIS, 2022).

Masovni se mediji definiraju kao sredstva masovnog priopćavanja, tj. obuhvaćaju sva sredstva za komunikaciju i javno priopćavanje. Masovni mediji utječu na mnogo čitatelja, slušatelja i gledatelja, ovisno o vrsti. Publiku masovnih medija predstavljaju individualci koji selektivno i nekad kritički primaju i raznovrsno dekodiraju poruke i sadržaje medija, a najviše pod utjecajem društva. Zbog sve većeg broja medija, ima sve više publike i sve je raznovrsnija. Tradicionalni masovni mediji sve su više povezani s računalnom tehnologijom uslijed čega nastaju novi interaktivni mediji, poput Interneta koji više nije tipičan masovni medij. Upravo se zbog toga pojam masovnih medija sve češće zamjenjuje s pojmom komunikacijskih medija (Hrvatska enciklopedija, 2022).

Masovne je medije moguće definirati kao sredstva komunikacije, kao što su novine, radio, televizija ili Internet koji istovremeno, velikom brzinom, mogu steći veliku publiku. Masovni medij kreira medijski sadržaj, ima specifične tehnološke konfiguracije i u vezi je s nekom institucijom, radi sukladno zakonima, pravilima i kodeksima te prenosi razne informacije (EQUESTRIS, 2022).

Čitatelji novina i knjiga, slušatelji radijskih postaja, gledatelji televizije ili korisnici Interneta svakodnevno primaju jako puno informacija, a sva događanja preko medija publici prenose novinari koji predstavljaju „oči i uši milijuna primatelja masovnih medija“ (Malović, 2005).

Novinar je zaslužan za ostvarivanje informativne uloge medija iz razloga što ubrzava prijenos informacija, odabire ih te utječe na njihovo širenje. Međutim, ima zadatak i da brine o kulturi dijaloga koji se uspostavlja u medijima i društvu u cjelini. Mediji moraju, prvenstveno, promatrati okolinu jer samo oni imaju mogućnost pružanja informacija iz okoline. Uloga medija je „dobiti informaciju, pročistiti je i protumačiti pa pustiti u optjecaj“ (Bertrand, 2007: 17).

Medijima se mora osigurati društvena komunikacija i služiti građanima, a samim time i utjecati na njih. Upravo ono što pojedinac vidi ili čuje preko medija određuje njegov život. Medij je sredstvo prijenosa informacija i komunikacije, a kad se koristi unutar neke didaktičke funkcije, tada je nositelj i posrednik informacija u nastavi. Odabirom odgovarajućeg medija učenike se potiče na rad, kod njih se javlja interes te se pokazuju emocije, a korištenjem medija u procesu odgoja i obrazovanja učenici jednostavnije pamte nastavni sadržaj. Svaki masovni medij ima šest temeljnih funkcija:

- „informativsku,
- selekcijsku,
- eksplikacijsku,
- pedagošku,
- zabavnu i
- estetsku“ (Miliša, Tolić i Vertovšek, 2009: 14).

Upravo ova zabavna funkcija podrazumijeva upotrebu medija sa svrhom odmora, opuštanja i razonode. Naime, današnje djeca u trenucima dosade i dokolice pokušavaju pobjeći od stvarnosti te se prepuštaju medijskim sadržajima koji ih opuštaju, zabavljaju i rasterećuju od svakodnevnih briga. Pri tome se izlažu različitim sadržajima, kao što su vijesti, glazba, moda, film, a nerijetko i reklame raznih kompanija kako bi privukli potrošače na kupnju njihovih proizvoda. Masovnim se medijima prenose i izričaji popularne kulture, a neki su od njih glazbeni spotovi, časopisi, popularne serije i filmovi itd. (Labaš i Mihovilović, 2011).

Svi ti mediji dosta zabavljaju djecu u njihovo slobodno vrijeme, ali to često zna prerasti u manipulaciju djecom uslijed čega se stvara ovisnost. Kreiranje zabavnih i manipulativnih sadržaja mediji imaju negativan utjecaj na djecu u njihovom svakodnevnom životu. Tako su npr. oglašavanjem i širenjem konzumerizma, senzacionalizma te ostalim trendovima djeca često izložena nasilju i pornografiji (Labaš i Marinčić, 2008).

2.2. Vrste medija

Osnovna je podjela medija na one tiskane i elektroničke koji se dalje dijele kako je prikazano na Slici 1.



Slika 1. Vrste medija (Medijska kultura – Dođi, vidi, viči, 2022)

Iz ove je slike vidljivo da se u tiskane medije ubrajaju:

- knjige
- novine
- časopisi
- stripovi i
- plakati.

U elektroničke se medije ubrajaju:

- film
- radio
- televizija te
- računalo/Internet.

Postoji još mnogo podjela masovnih medija pa se tako razlikuje podjela na: tradicionalne (tisak, radio i televizija) i nove medije. (Internet, elektroničke publikacije i društvene mreže). S obzirom na razinu i doseg postoje lokalni, nacionalni i međunarodni mediji, a s obzirom na oblik vlasništva privatni, javni, državni i komunalni) te po programu i načinu prihoda javni ili komercijalni (EQUESTRIS, 2022).

Prema svome tipu razlikuju se: knjiga, tisak (novine), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD) - Hrvatska enciklopedija, 2022.

2.2.1. Tradicionalni mediji

U tradicionalne se medije ubrajaju tiskani, tj. „stari“ mediji koji uključuju knjige, novine, stripove i časopise. Gotovo svaka država, županija, grad i općina ima svoje tiskano izdanje. Novine ne stvaraju nužno društvenu zajednicu, ali u velikoj mjeri doprinose određivanju njenih granica i očuvanju jedinstva zajednice. Suvremene novine sadrže mnogo informacija jer prenose vijesti nastale kao rezultat samostalnog istraživanja novinara, ali i vijesti koje oni dobivaju od vanjskih stručnih suradnika i djelatnika odnosa s javnosti. Međutim, ako je sadržaj dostavljen ne znači da će se zaista i objaviti u novinama što ovisi o tome je li kvalitetan. Ukoliko je, pak, potrebno pojasniti neke informacije, najbolje je pristupiti novinarima i urednicima kako bi se zamišljena ideja prenijela istinito i potpuno. U ovom su području vrlo važne i novinske agencije koje mogu jednostavno doprijeti do široke publike i upravo je zato važno komunicirati s njima.

Knjiga predstavlja stari medij što ne znači da i književnost izumire. Naime, kako bi opstala u suvremenom dobu, književnost doživljava transformacije u razne oblike. Čitanje ne izumire, već „mijenja svoje ruho“ jer ono što je različito jest medij iz kojeg se čita. Naime, čini se da djeca današnjice zapravo čitaju više no ikada, i to zbog toga što su im djela za čitanje sve više dostupni, a često i prezentirani na zanimljiviji način. Zapravo nije najveći problem briga o tome iz kojeg medija djeca nešto čitaju već što se događa prilikom razumijevanja onoga što su pročitali (Gabelica, 2022).

Radio je još uvijek najbrži medij za prijenos informacija, a ponekad i lokalni medij kojemu najviše vjeruje lokalna zajednica. Lokalne radio postaje najslušanije su na svojem području, a broj svih radiopostaja raste iz dana u dan, što dodatno fragmentira tržište.

Radio predstavlja selektivan medij koji dopire u svaki društveni sloj i moguće ga je slušati bilo kada i bilo gdje. Također, pristupa mu se vrlo jednostavno te je jeftin, a budući da fleksibilno emitiran svoj sadržaj, vrijedan je kao dio strategije odnosa s medijima. Iako je radio najbrži, televizija je najdominantniji, tj. vodeći medij na globalnoj razini. Najznačajniji utjecaj ima vizualni faktor televizije jer daje naglasak na osobnost onoga tko govori. Televizor je nezamjenjiv medij jer se njime prenose informacije širokom publici (Gabelica, 2022).

2.2.2. Novi mediji

Usljed raširenosti društvenih i novih medija informacije su se počele vrlo brzo slati, i to u vrlo kratkome vremenu, a na velikoj udaljenosti. Internet nudi mnoštvo različitih mogućnosti, a potrebno je izdvojiti *web* stranice, e-mailove i društvene mreže putem kojih je moguće brzo pristupiti različitim informacijama te ih prenijeti drugima. Međutim, i ta brzina sa sobom nosi neke negativne posljedice, poput zatrpavanja uredništva informacijama, e-mailovima, pozivima itd. Stoga je jako važno da se medijski sadržaji koji se koriste preko Interneta pregledno i kvalitetno organiziraju. Novi mediji obuhvaćaju medije koji koriste ICT tehnologiju, a to su: Internet, društvene mreže (Twitter, Facebook, Four Square, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest, Last FM i druge nove ICT tehnologije) i sve su one stvorile društvo „građana Interneta“ (Plenković, 2012).

Novi su mediji zaslužni za promjenu paradigme tradicionalnog načina komuniciranja jednog prema mnogima u komunikaciju jedan prema jednome i u njih se ubrajaju: *e-mail*, videoigre, blog, *web*, društvene mreže (Twitter, Facebook i ostale). Sve su te društvene mreže nastale na platformi Interneta, a odlikuju se time da osobe koje ih koriste u isto vrijeme i proizvode njihov sadržaj. U suvremeno se doba konstantno razvijaju novi mediji koji imaju brojnu publiku koja je sve više zahtjevnija zbog čega je nužno konstantno provoditi istraživanja i analize te kritički vrednovati proizvodnju sadržaja medija. U ovo digitalno doba razvijena je nova publika kojoj trebaju nova znanja i vještine za komunikaciju u sve atraktivnijim medijima koje nudi medijska industrija. S porastom prostora digitalne komunikacije, mijenja se i shvaćanje ljudi svakih aspekata života. Upravo je zato važno u budućnosti se znati prilagoditi promjenama koje će nastupiti, a te promjene uključuju i masovne medije (Plenković, 2012).

3. Povezanost i utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike

Paralelno s porastom broja i razvojem masmedija, mijenjaju se i navike ljudi što uključuje i navike čitanja. Naime, ove su masmediji i čitalačke navike svakako su povezani, a kako i u kojoj mjeri prikazat će se u nastavku.

3.1. Knjige - tradicionalni oblici čitanja

U današnje su vrijeme pisana književnost i knjiga postali tradicionalni medij što ne znači da izumiru. Međutim, kako bi uspjeli opstati u suvremeno doba, književnost se pretvara u neke drugačije oblike. Naime, život suvremenog čovjeka teško je, pa čak i nemoguće, zamisliti bez knjige jer ga ona prati od vrtičke dobi. Knjiga je najznačajniji intelektualni medij koji je tisućama godina bio omiljen među mnogima, ali je onima koji ju baš i ne vole predstavljao problem (u smislu školovanja). Ipak, bez obzira voli li ju ili ne, svatko bi se trebao složiti da knjiga postaje sastavni i neizostavni dio ljudskoga života. Također, bez obzira na nove medije koji su se razvili u međuvremenu, i dalje postoje strastveni čitatelji koji, dok odabiru knjigu za čitanje, razmatraju njen sadržaj, ali i oblik, tj. format. Naime, ljudima koji putuju zasigurno nije jednostavno nositi knjigu neprikladna i velika oblika zbog čega prisežu jednostavnijim, manjim i praktičnim knjigama. Ukoliko, pak, strastveni čitatelj više vremena provodi kod svoje kuće i najviše čita za svojim radnim stolom, tada mu ne predstavlja problem ni veći format knjige (Manguel, 2001).

Kroz povijest se razvijalo društvo, tehnologija, pismenost te način upotrebe knjiga te se mijenjao i sami format knjiga, a sve u skladu s potrebama ljudi tog vremena. Dok su u Mezopotamiji bile aktualne knjige od 22 četvorna metra na kojima se ispisivao zakon, taj oblik knjige nikako nije bio prikladan za rukovanje njome, ali je ispunjavao funkciju vladara kao autoriteta. U to su se vrijeme počele razvijati i pločice četvrtastog ili duguljastog oblika koje su se povezivale koricama od kože, a nalikovale su današnjim svescima i bile su pogodne za čitanje i rukovanje. Korištenjem pergamenta, tj. materijala koji se dobiva od životinjske kože, a koji je moguće jednostavno presavijati i formirati razne oblike i veličine izrađivale su se knjige na jednostavniji način. Tako najstarije knjižice od tog materijala datiraju iz 3. stoljeća prije Krista (Manguel, 2001).

Pergament je bio najkorišteniji materijal za izradu knjiga u Europi sve do 12. stoljeća kada se u Italiji pojavio papir. U počecima izrada knjiga od papira najviše se pažnje pridavalo njihovom izgledu zbog čega su bile ukrašene iznimno bogato te su imale tvrde i vrlo ukrašene korice. Budući da se na tadašnjim knjigama više cijenio izgled nego sadržaj, one su gubile na svojoj praktičnoj vrijednosti. Potom je u razdoblju srednjega vijeka najčešća knjiga bila molitvenik koji se upotrebljavao u vjerskim službama, i to u rukopisnom ili tiskanom obliku. Knjiga je „doživjela“ revoluciju izumom tiskarskoga stroja jer se od tada mogao izrađivati veliki broj knjiga u kratkom vremenu što je rezultiralo njihovim naglim porastom. Dakle, tiskarski je stroj pružao brzinu, ujednačenost tekstova te jeftinoću. Također, njime se omogućila i dostupnost knjiga svakome, a ne samo onima privilegiranim (bogatima) uslijed čega je rastao i broj pismenih ljudi. Nakon toga se osnivao sve veći broj tiskara po svijetu od kojih je svakako značajna ona venecijanska koju je osnovao Aldus Pius Manutius i u kojoj je tiskao klasična djela na grčkom i latinskom jeziku. Tako je osigurao kvalitetnu i efikasnu pomoć u podučavanju studenata, a sa željom da udovolji zahtjevima brojnih čitatelja koji nisu više mogli koristiti velike sveske, odlučio je tiskati knjige i u mnogo manjem i prikladnijem obliku, tzv. oktavu (Maguel, 2001).

Također, Aldus je u tim izdanjima počeo koristiti i kurziv kojim se povećava sposobnost čitatelja da uživa čitajući, tj. da „upija ljepotu teksta koji čita“ (Kuvač-Levačić, 2013).

S vremenom je proizvodnja knjiga dovela do poremećaja iz razloga što su izdavači počeli voditi brigu samo o tome koliko će zaraditi, a ne o svijetu književnosti i društvu u cjelini. Pri kraju 19. stoljeća se u Engleskoj počinju izrađivati prve džepne knjižice mekog uveza koje su bile posebno prikladne za putnike. Zato su ove knjižice nastajale na željezničkim kolodvorima i štandovima za knjige u Londonu na kojima su se, osim knjiga, prodavali i mnogi tjednici te novine. Od onda su se knjige počele prodavati na svakojakim mjestima i bile su dostupne svima i zanimljive zbog svoje niske cijene i velikog izbora (Maguel, 2001).

S razvojem knjiga, širi se i razina pismenosti te sposobnosti čitanja koji su postali ključni preduvjeti za aktivno sudjelovanje i funkcioniranje pojedinaca u društvu. Čitanjem je moguće saznati željene informacije, obrazovati se, širiti i razvijati sposobnost mišljenja te se ljudi mogu razvijati te stjecati samopouzdanje. Osim toga, čitanje predstavlja i zabavu, kraćenje vremena, obogaćivanje emocionalnog aspekta života te povećanje kreativnosti i maštovitosti pojedinca (Kuvač-Levačić, 2013).

Iz navedenog proizlazi da se razlikuju dvije vrste čitanja:

- s ciljem pronalaska informacija i stjecanja znanja te
- s ciljem zabavljanja (Kuvač-Levačić, 2013).

Ove su vrste čitanja u čvrstoj vezi te se međusobno isprepliću jer čitanje s ciljem pronalaska informacija i stjecanja znanja utječe na motivaciju za čitanje s ciljem zabavljanja. S druge, pak, strane, čitanje s ciljem zabavljanja koje je stečeno u ranijoj životnoj dobi pozitivno utječe na akademske vještine. Osoba koja sigurno savlada tehniku čitanja može je razvijati tijekom cijelog svog života te je koristiti uvijek. Čovjeku čitanje pokazuje svijet koji život često ne može pokazati te mu može biti motivacija za potragu za nekim novim znanjima te otkrivanje novih pristupa starim znanjima. Iako veliki broj današnjih učenika nije ljubitelj knjiga i čitanja te na to gledaju kao na muku i gubljenje vremena, trebalo bi ih motivirati i dokazati im suprotno. Grosman (2010) navodi zbog čega je važno čitati:

- sposobnosti i znanja jezika ne smije se odgoditi „za kasnije“ jer je nedostatke u tom području kasnije teško odstraniti (učenicima bi trebalo, osim na nastavi književnosti i čitanja lektire, kroz ostale moguće načine predočiti važnost jezika),
- čitanjem književnih djela uči se o samim piscima i sadržajima teksta te o ljudima, običajima, kulturama itd.,
- čitanjem književnih djela čitatelj sazrijeva u načinu razumijevanja i formiranja predodžbi o likovima i događajima (redovnim čitanjem čitatelj uči naći i prepoznati procese te predviđati tijek radnje u knjizi),
- čitanje književnih djela značajno je i zbog aktivnog korištenja jezikom, prepričavanja svojih iskustava, usvajanja novih znanja i ostvarivanja uspjeha u tijeku školovanja, razvijanje kritičkog mišljenja te osobnog razvoja i
- razvijanje strategije čitanja koju čitatelj uvijek može koristiti, a koja predstavlja cilj čitanja (time se može skratiti vrijeme koje je neophodno za odabir određene literature za čitanje).

Iz prethodno navedenog se može zaključiti da čitanje u čovjekovu životu ima veliku važnost. Bogati rječnik, izražajnost, jasnoća u komunikaciji, uspjeh i snalaženje u svakodnevnim životnim situacijama – sve su to važne stavke koje mogu proizići iz odnosa čovjeka prema čitanju, a koji se oblikuje u njegovoj ranijoj životnoj dobi. Dakle, važan je način čitanja i odnos čitatelja i tekstova s kojima se susreće. Kako bi tekstu dao značenje, čitatelju je važno da posjeduje određeno znanje te iskustvo, ali i uvjerenje te određeni stav (Kuvač-Levačić, 2013).

3.2. Novi (elektronski) oblici čitanja

Kod razvoja svake vrijedne stvari, a ponajviše one posebno vrijedne za čovječanstvo, što je zasigurno knjiga, često se govori o njenoj budućnosti. Danas se uz povijest knjige (u tiskanom obliku) najčešće spominje Gutenberg i njegov izum tiskarskoga stroja, a pojavom knjige u elektroničkom obliku raspravlja se o njenoj budućnosti. Elektronička se knjiga prvi put spominje 1971. godine kada se započelo s distribucijom knjiga u digitalnom obliku. Knjiga je u tom obliku danas u velikoj mjeri prihvaćena i često upotrebljavana više nego knjiga u tiskanom obliku. Međutim, 1998. godine je nagradu Booker Prize ipak odnijela tiskana, a ne elektronička knjiga, ali je već 2001. godine elektronička knjiga dobila posebnu nagradu na najvećem sajmu knjige na svijetu u Frankfurtu.



Slika 2. Booker Prize (izrada autorice)

Iste su se te godine dodjeljivale nagrade u kategorijama za najbolja postignuća u objavljivanju elektroničke knjige. Otada se promijenilo mnogo toga u shvaćanjima elektroničke knjige i spoznala se višeznačnost pojma jer može značiti:

- vrstu publikacije, tj. sadržaj,
- sredstvo za čitanje i
- publikacija (Živković, 2012).

Devedesetih godina 20. stoljeća razmišljalo se treba li posebno definirati elektroničku knjigu, ali se ona pokazala vrlo dobrom i pouzdanom da se primjenjuje i danas. Naime, elektronička se knjiga tada definirala kao „jedna ili više računalnih datoteka omeđenog sadržaja koje su dostupne javnosti na mreži ili u materijalnom obliku“ (Živković, 2012: 87).

Osim teksta, elektronička knjiga može donijeti i sliku, zvuk i veze sa srodnim stranicama mreže te program za izmjene i dopune. Elektronička knjiga može biti interaktivna i dopuštati izmjene te dopune čitatelja i treba se označavati vlastitim međunarodnim standardnim knjižnim brojem. Elektronička knjiga može biti dostupna u raznim formatima, a svaki se format označava vlastitim brojem. Najčešći su formati elektroničke knjige:

- pdf,
- exe i
- html (Živković, 2012).

PDF je moguće čitati putem programa Acrobat Reader- a, a exe predstavlja računalni program knjige „same za sebe“ zbog čega za njeno čitanje uopće ne treba nikakav specijalan program. Kod html formata se knjiga čita uz pomoć Internet Explorera. Elektroničku je knjigu moguće čitati na zaslonu računala, i to ili na Internetu ili učitavajući je na svoje računalo. Za neke je elektroničke knjige potreban elektronički čitač koji se razvija paralelno s razvojem elektroničkih knjiga na tržištu. Upravo se zato velika pozornost pridaje digitalizaciji tiskanih knjiga. Nerijetko se koristi tehnika tzv. tisak na zahtjev kojom se tiskaju knjige utemeljene na digitalnoj tehnologiji, a omogućava se dostava određene elektroničke knjige s *web* stranice kupcu ondje, kada i gdje je to potrebno. Čitatelji na zaslonima svojih računala čitaju opsežne priručnike poput enciklopedija i rječnika čime koriste sljedeće prednosti digitalnih medija:

- mogućnost pretraživanja velike količine podataka te
- mogućnost povezivanja s ostalim mrežnim stranicama (Živković, 2012).

O odnosu između tiskane i elektroničke knjige i dalje će zasigurno raspravljati stručnjaci koji proučavaju knjige te oni koji su ljubitelji knjige. Međutim, najčešće će korisnik posegnuti za onim što je u ponudi, ovisno o situaciji. Ukoliko ima ikakav izbor, tj. ako se isti sadržaj nudi u tiskanom i u elektroničkom obliku, tada će se odlučiti za oblik, tj. format ili medij koji je najviše primjeren njegovoj potrebi za čitanjem (Živković, 2012).

Razvojem tehnologije rastao je i interes čitatelja za elektroničkim knjigama uslijed čega su se razvili i novi jeftiniji te popularniji oblici. Jedan je od njih džepna knjiga koja ima uniformirani

izgled, maleni format i nisku cijenu. Te su se knjige prodavale u novinskim kioscima, robnim kućama, u pošti itd., a vrlo bogata tradicija izdavanja jeftinih knjiga bila je razvijena u mnogim europskim zemljama. Na tadašnju revoluciju jeftinih izdanja treba promatrati kao revoluciju u proizvodnji te sve što nije uspjelo u tom razdoblju, uspjelo je izdavačima džepnih knjiga. Naime, knjiga je dostigla toliku nisku cijenu da su i ljudi najnižeg životnog standarda mogli imati neka od najboljih djela svjetske književnosti (Stipčević, 2006).

Sljedeći je oblik strip koji povezuje vizualnu i tekstualnu komunikaciju, a razvija se još od 19. stoljeća. U današnje se vrijeme strip smatra jednim od najčitanijih oblika knjige i upravo se zato smatra da zaslužuje mnogo pažnje. Periodičke publikacije u 20. stoljeću novine doživljavaju uspjeh unatoč tome što su se pojavili novi oblici masovne komunikacije kao što su televizija, radio itd. Broj naslova i naklada konstantno je rastao te su novine postajale „najčitaniji oblik tiskopisa u cijelom svijetu.“ (Stipčević, 2006: 56).

Razlikuje se mnoštvo vrsta novina, ovisno o tome tko su njeni čitatelji. Stoga se, osim dnevnih novina koje su svakodnevne, tiskaju i novine namijenjene pripadnicima vjerskih zajednica, političkih stranaka, društvenih slojeva itd. Također, popularne su i tzv. bulevarske novine u kojima se nalaze vijesti za koje se pretpostavlja da bi bile zanimljive širokom krugu čitatelja. Počeo se sviše shvaćati važnost utjecaja dnevnih novina na ljude na način da se organizaciji prodaje pridavala velika pažnja. Novine su do čitatelja dospijevale putem prodajnih mjesta kao što su kiosci, ostale trgovine ili, pak, putem pretplate (poštar je donosio novine na kućna vrata). Kako bi se privukla specifična publika, u novine su se ubacivale i rubrike koje obrađuju razne sportske, literarne, kazališne i druge teme. Razvojem masovnih medija bila je nužna veća koncentracija na prijenos trenutnih vijesti, ali i analizu političkih i gospodarskih problema kao i lokalnih vijesti. Razvojem znanosti i tehnologije u 20. stoljeću razvijali su se i znanstveni te stručni časopisi. Časopisi su postali najefikasniji prijenosnici informacija o novim otkrićima i novim tehnologijama na području znanosti, umjetnosti i tehnologije. „Pojavom novosti na različitim područjima pojavljuju se i specijalizirani časopisi koji omogućuju znanstvenicima brz pristup informacijama o novijim rezultatima unutar svoje znanstvene discipline“ (Stipčević, 2006: 57).

Razvijanjem tiskanih knjiga pojavila su se i zanimanja vezana za umjetničko oblikovanje i ukrašavanje knjiga. Raskošan uvez knjige bio je posebno važan u vrijeme cara Konstantina koji ih je naručivao za knjige Svetog pisma i za potrebe crkve. S vremenom sve više raste važnost

slike kao sredstva komuniciranja te slika postaje značajan medij za komunikaciju između pismenih i nepismenih ljudi. Stoga su nastajali svitci s prikazima iz Biblije koje su đakoni koristili na misama uz propovijedi, a slika dolazi do izražaja i kasnije kada nastaju knjige u kojima tekst ima potpuno podređenu ulogu (Stipčević, 2006).

Kolika je bila važnost vizualnog dojma za knjigu dokazuje razdoblje šire popularnosti džepne knjige kada se puno pozornosti posvećivalo koricama knjige. Dok su se u 19. stoljeću razvijali razni tehnički postupci za reproduciranje fotografija, u 20. su se stoljeću razvili nacionalni te individualni stilovi i nastupilo je usavršavanje ilustriranja uz pomoć fotografija (Manguel, 2001).

Potom su se razvile i elektroničke knjige te, kao i tiskane, imaju mnoštvo prednosti. Međutim, kako digitalno doba sve više napreduje i razvija se, sve je više zanimanja za tehnologiju te je broj „klasičnih“ čitatelja sve manji iz dana u dan. Upravo se s razvojem tehnologije sve više knjige čitaju u elektroničkom obliku što ima sljedeće prednosti:

1. dostupnost velikog broja knjiga na Internetu,
2. jednostavna poboljšanja e-čitača,
3. manje potrošenog novca i vremena,
4. korisnost za vid čovjeka te
5. mogućnost dijeljenja sadržaja knjiga (Reily, 2020).

Zasigurno najveća prednost električnih knjiga jest njihova laka prenosivost, tj. mogućnost da se nose bilo gdje bez ikakve brige da će se oštetiti ili izgubiti (može im se pristupiti svugdje i uvijek). Sljedeća je prednost jednostavna poboljšanja e-čitača jer nije potrebno tražiti i kupovati knjige već je dovoljno samo kliknuti na ažuriranja kako bi se nabavila najnovija izdanja knjige. Izdavači i pisci knjiga jednostavno ažuriraju elektroničke knjige, a pri tome korisnici ne moraju kontaktirati izdavačku kuću kako bi predložili izmjene. Ideja elektroničke knjige zasniva se na uštedi vremena i novca jer je sve dostupno uvijek, i to u roku od nekoliko sekundi. Također, nije potrebno obilaziti knjižnice i druge ustanove s ciljem posudbe ili kupnje knjige već je sve dostupno „na zaslonu“. Još je jedna velika prednost čitanja elektroničkih izdanja knjiga ta što se veoma jednostavno može podesiti osvjetljenje ekrana kako bi ono najviše odgovaralo očima čitatelja.

Veći dio čitatelja elektroničkih knjiga ima ugrađen noćni režim kojim ne naprežu oči, a možda je jedan od najvećih problema čitanja u elektroničkom formatu taj što učenici imaju pristup raznoraznim sadržajima na Internetu. Za razliku od tiskanih izdanja, knjigu u elektroničkom formatu može istovremeno čitati nekoliko ljudi. Dok se tiskano izdanje knjige može posuditi jednoj osobi, sadržaj elektroničke knjige moguće je podijeliti s više ljudi u isto vrijeme (Reily, 2020).

3.3. Veza novih medija s knjigama

Knjiga kao „stari“, tradicionalni medij koristi se u školovanju jako dugo, a kao novitet u školi i održavanju nastave javljaju se novi mediji. Međutim, posljednjih se godina javlja problem sve češćeg korištenja masmedija kod djece uslijed čega se gubi interes za čitanjem. Čitanje je vrlo važno za razvijanje djetetovih sposobnosti linearnog, uzročno-posljedičnog razumijevanja, ali treba biti svjestan činjenice da je njihova podražajnost jednostavno drugačija. Ukoliko se zaista želi djecu motivirati na čitanje, potrebno je oduprijeti se strahu od novih medija. Naime, naspram knjige koja se uvijek prikazuje kao nešto pozitivni, novi mediji nisu zlo, tj. nešto negativno. Rješenje se nalazi u kombinaciji tih medija jer se već dugi niz godina književnost prelijeva u ostale medije, npr. u film, pa u strip itd. Ti svi oblici prilagodbe u današnje su vrijeme prilično uspješno uključeni u nastavu. Naime, nerijetko se u nastavi upravo strip koristi za objašnjenje nekih pojmova, a gotova svaka čitanka koristi strip kako bi se učenicima objasnili teški jezični i pravopisni pojmovi. Osim toga, i za film je postalo posve normalno da je uključen u nastavu i upravo se zato postavlja pitanje zašto se ne bi na taj način prihvatili i novi mediji u, npr. nastavi. Naime, uvođenje novih medija u nastavu zahtijeva oživljavanje praktične nastave. Tako bi se prilikom učenja novoga gradiva učenicima mogao pustiti neki film koji se bavi tom temom ili se, pak, može zatražiti od učenika da pretraže određene informacije na Internetu. Kako bi se djeca potaknula na uspješno savladavanje lektire, trebalo bi im osigurati prostor i vrijeme za čitanje te zanimljive materijale. Navedeno bi se moglo ostvariti uvođenjem jednog školskog sata koji će biti posvećen isključivo čitanju, prvenstveno iz tiskanih knjiga. Međutim, već se u mnoge škole uvelo korištenje tableta i računala preko kojih se piše, čita i prati nastava. Upravo je to znak da knjige u pravom smislu polako padaju na drugo mjesto, a prvo zauzimaju masmediji. Međutim, važno je vidjeti koliko i na koji način masmediji utječu na čitanje učenika i njihove čitalačke navike što će se istražiti i prikazati u nastavku rada.

4. Istraživanje utjecaja masmedija na čitanje i čitalačke navike

U ovom će se poglavlju prikazati dobiveni rezultati provedenog istraživanja o utjecaju masmedija na čitanje i čitalačke navike koje se provelo putem anketnog upitnika.

4.1. Opis anketnog upitnika

Tijekom istraživanja za ovaj rad korištene su sljedeće metode:

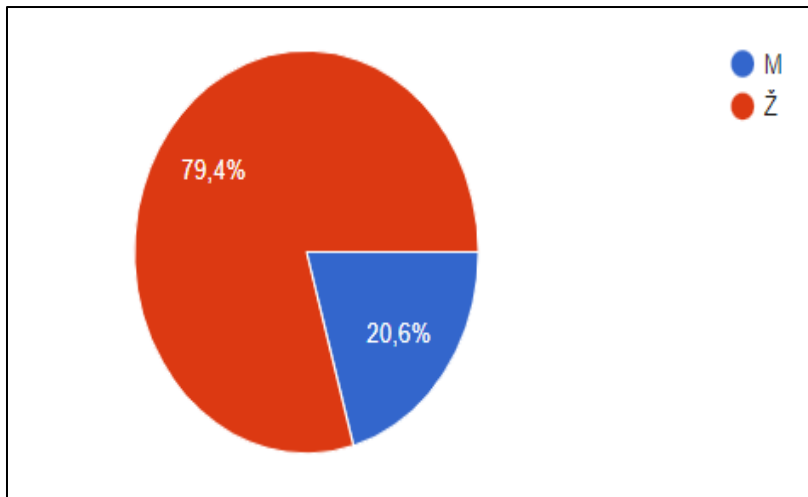
- induktivna metoda,
- deduktivna metoda,
- metoda analize,
- metoda sinteze,
- komparativna metoda i
- metoda anketiranja.

Metodu anketiranja sačinjava anketni upitnik koji se ispitanicima slao putem Facebooka i Whatsapp. Uzorak čini 103 ispitanika na području Republike Hrvatske, a najviše s područja grada Zadra.

Anketni upitnik obuhvaća 15 pitanja od kojih su prva dva osobna, tj. odnose se na spol i dob ispitanika, a ostalih 13 na njihove čitalačke navike, stavove i preferencije vezane za čitanje. Za izradu ankete korišten je internetski servis Google Forms, a odgovori su pristizali u razdoblju od 01. do 31. srpnja 2022. godine. U nastavku će se analizirati prikupljeni podaci.

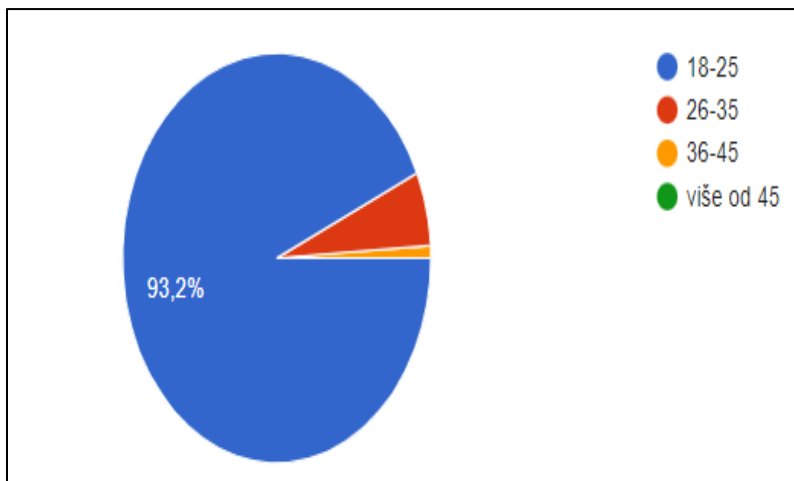
4.2. Rezultati istraživanja

Prvo što se željelo saznati od ispitanika jest kojega su spola, a odgovore na to pitanje prikazuje grafikon 1. Iz tog se grafikona može vidjeti da je većina ispitanika, tj. njih. 79,4% ženskog, a njih 20,6% muškoga spola.



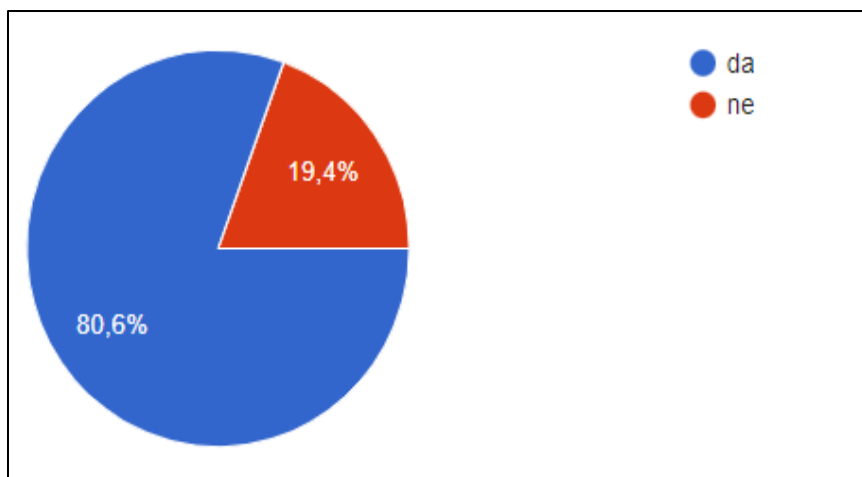
Grafikon 1. Spol ispitanika (izrada autorice)

Sljedeće što se željelo saznati od ispitanika jest njihova dob što prikazuje grafikon 2.



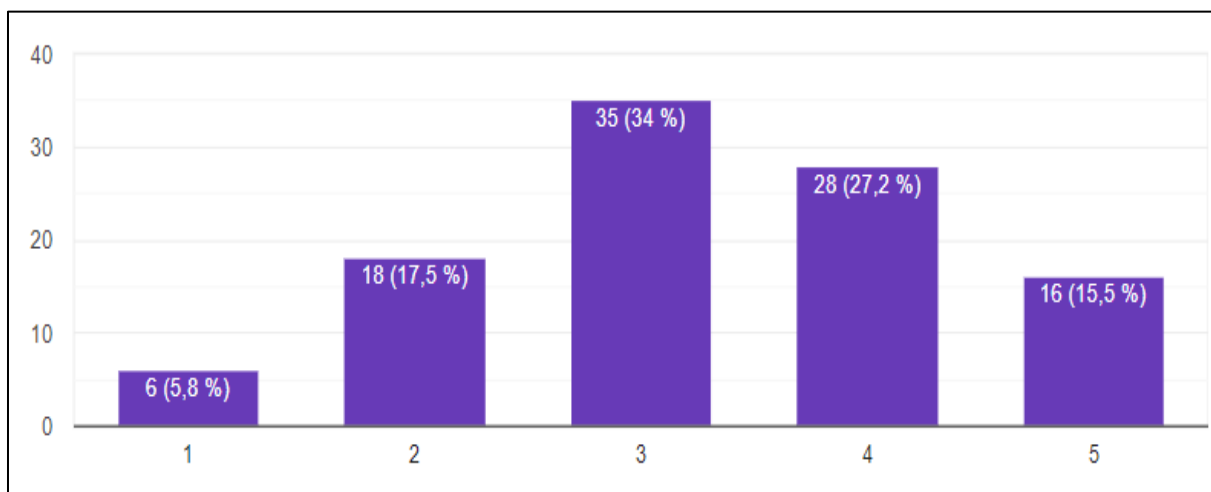
Grafikon 2. Dob ispitanika (izrada autorice)

Iz ovog se grafikona može vidjeti da gotovo svi ispitanici (93,2%) imaju između 18 i 25 godina (populacija studenata). Potom njih 5,8% ima između 26 i 35, a samo 1% između 36 i 45 godina. Iz trećeg se pitanja željelo saznati od ispitanika vole li čitati, a dobiveni su odgovori prikazani grafikonom 3.



Grafikon 3. Ljubav prema čitanju (izrada autorice)

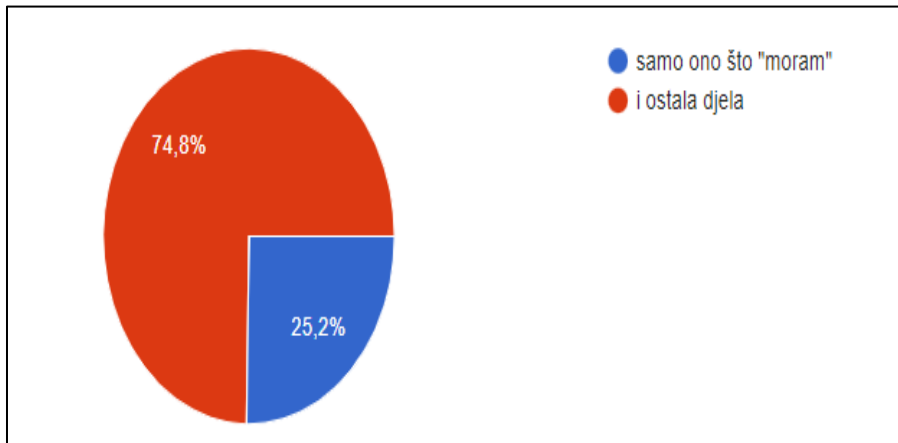
Iz grafikona 3. se može vidjeti da tri četvrtine (80,6%) ispitanika voli, dok jedna četvrtina njih (19,4%) ne voli čitati. Sljedeći grafikon prikazuje dobivene odgovore na pitanje „Koliko često čitate?“ pri čemu 1 označava jako rijetko, a 5 jako često.



Grafikon 4. Učestalost čitanja (izrada autorice)

Iz dobivenih se rezultata može vidjeti kako najviše ispitanika (34%) čita „srednje često“, tj. niti jako rijetko niti jako često. Zatim, 27,2% ispitanika čita često, 15,5% jako često, a njih 17,5% rijetko te 5,8% jako rijetko. Dakle, može se zaključiti da je ipak većina ispitanika na ovoj „desnoj“ strani, tj. na strani veće učestalosti čitanja.

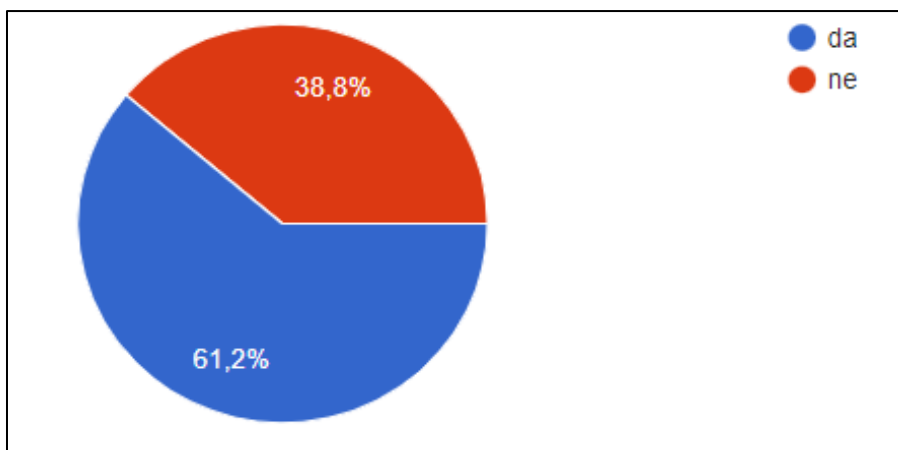
Peto pitanje anketnog upitnika obuhvaćalo je ono što ispitanici čitaju, tj. čitaju li samo ono što „moraju“ u sklopu svog školovanja ili, pak, i neka ostala djela. Dobiveni su odgovori prikazani grafikonom 5.



Grafikon 5. Što čitaju ispitanici (izrada autorice)

Iz grafikona 5. se može vidjeti da manji dio ispitanika (njih 25,2%) čita samo ono što „mora“, a ostali (njih 74,8%) ipak čita i ostala djela.

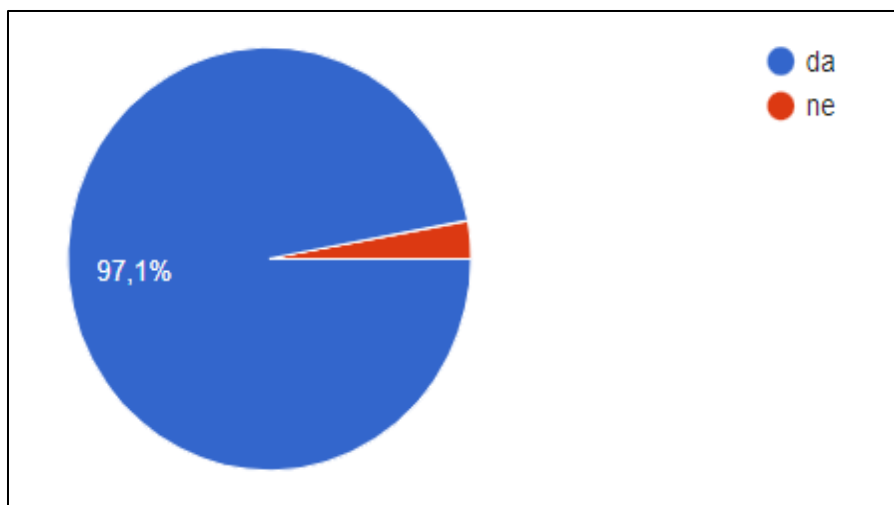
Tijekom čitanja je čitatelju ponekad potrebna pomoć za razumijevanje pročitano, a jesu li ispitanici imali potrebe za takvom pomoći pokazuje grafikon 6.



Grafikon 6. Pomoć oko razumijevanja i analize pročitano (izrada autorice)

Iz grafikona 6. je vidljivo kako je malo više od polovice ispitanika (njih 61,2%) imalo potrebe za pomoći oko razumijevanja i analize onoga što su pročitali.

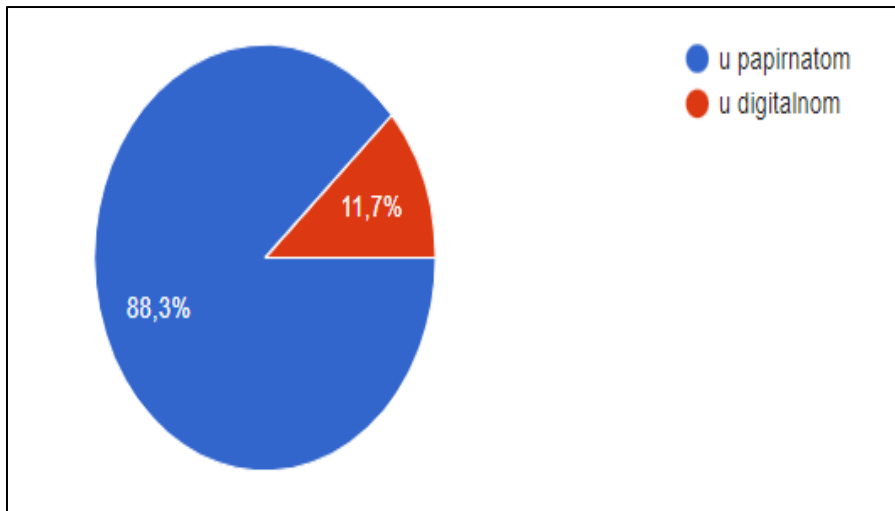
Sedmo pitanje anketnog upitnika odnosilo se na izvor djela za čitanje na koje su ispitanici sami upisivali svoje odgovore. Gotovo su svi odgovorili da djela za čitanje nabavljaju preko knjižnice, manji dio njih preko Interneta i tek poneki preko prijatelja i plakata. Iako je knjižnica (još uvijek) glavni izvor nabavljanja djela za čitanje, sljedeće se pitanje postavilo ispitanicima jesu li upoznati s mogućnošću čitanja knjiga preko Interneta. Odgovori na to pitanje prikazani su na grafikonu 7.



Grafikon 7. Mogućnost čitanja knjiga preko Interneta (izrada autorice)

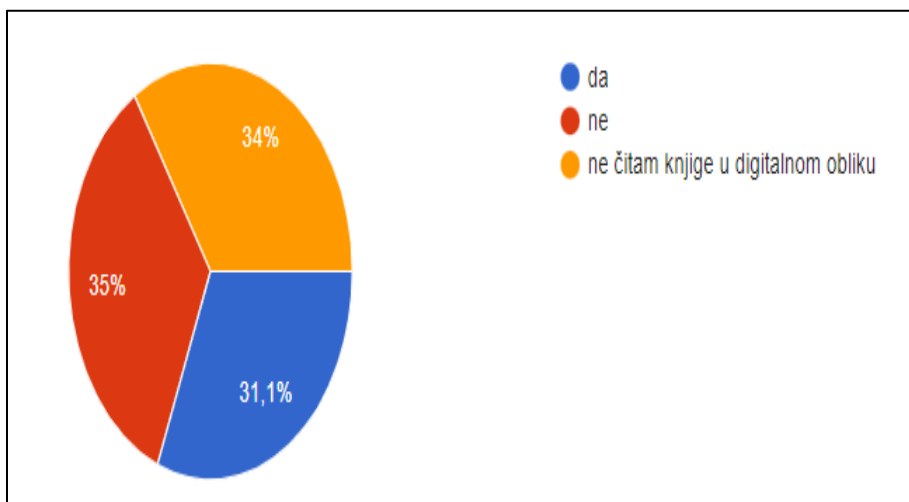
Iz grafikona je jasno vidljivo kako gotovo svi znaju za mogućnost čitanja knjiga preko Interneta. Naime, samo njih troje, tj. 2,9% ne zna za tu mogućnost.

Nadovezujući se na prethodno, u devetome se pitanju od ispitanika željelo saznati vole li više čitati knjige u papirnatom ili digitalnom obliku, a odgovori su prikazani na grafikonu 8.



Grafikon 8. Čitanje knjiga u papirnatom i digitalnom obliku (izrada autorice)

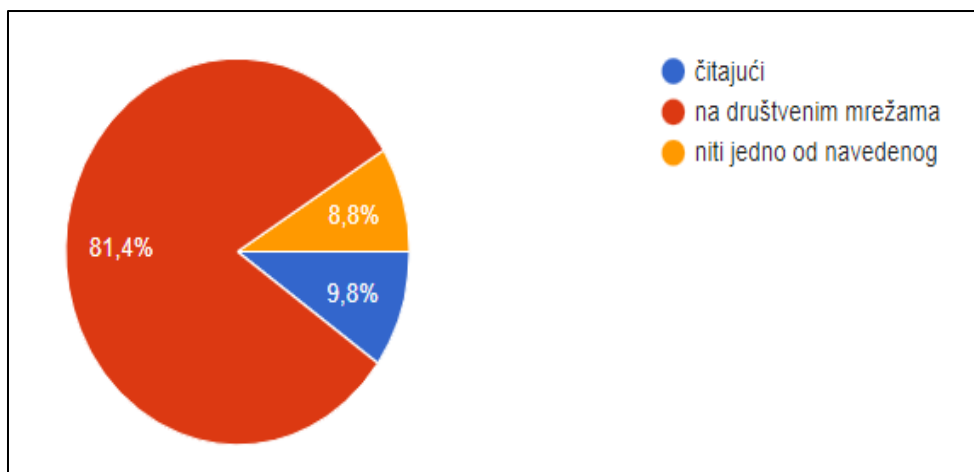
Iz grafikona je vidljivo da veći dio ispitanika (njih 88,3%) voli više knjige čitati u papirnatom, dok ostali više vole u digitalnom obliku.



Grafikon 9. Poteškoće kod čitanja knjiga u digitalnom obliku (izrada autorice)

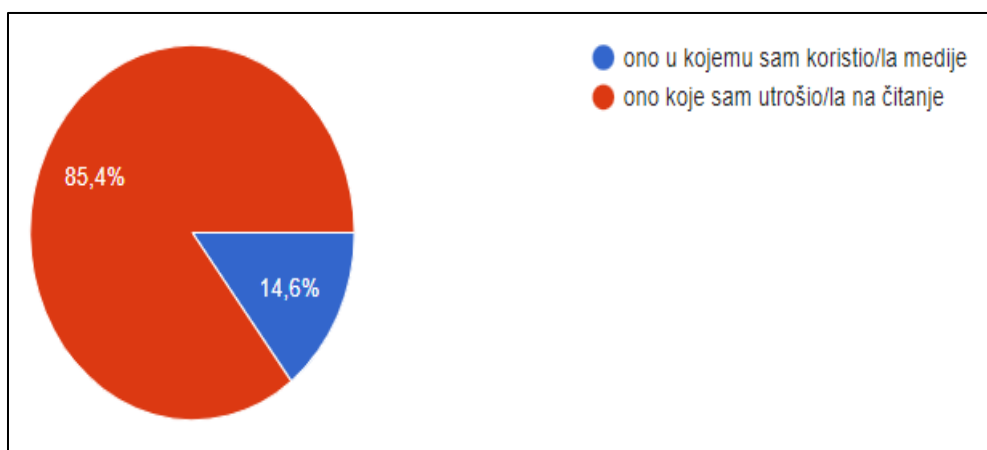
Iz grafikona 9. je vidljivo da njih 34% ne čita knjige u digitalnom obliku, a od ostalih koji čitaju, njih pola ima, a pola nema poteškoća kod čitanja u digitalnom obliku.

U sljedećem se pitanju htjelo saznati provode li ispitanici više svog slobodnog vremena čitajući ili na društvenim mrežama, a odgovore prikazuje grafikon 10.



Grafikon 10. Provođenje slobodnog vremena (izrada autorice)

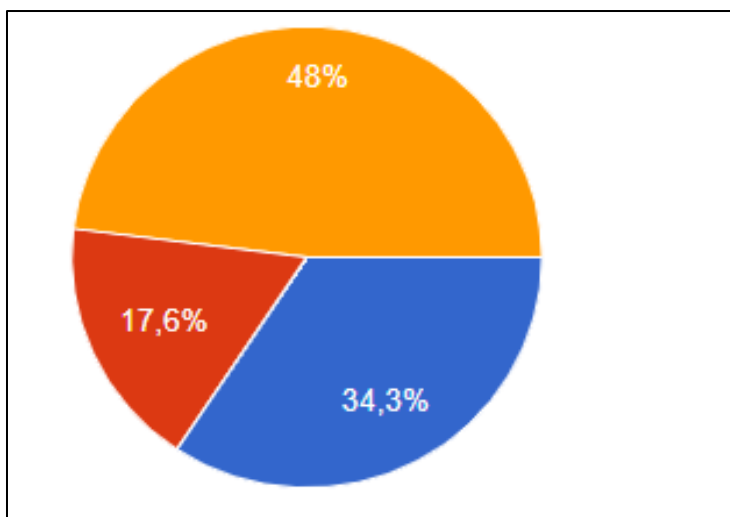
Iz grafikona 10. je vidljivo da većina ispitanika (njih 81,4%) provodi više svog slobodnog vremena na društvenim mrežama, njih 9,8% čitajući, a ostalih 8,8% niti jedno niti drugo. Dvanaesto pitanje anketnog upitnika odnosilo se na mišljenje ispitanika smatraju li dragocjenije provedeno vrijeme ono u kojemu su koristili medije ili koje su utrošili na čitanje, a odgovori su prikazani u grafikonu 11.



Grafikon 11. Dragocjeno vrijeme (izrada autorice)

Iz ovog se grafikona može vidjeti da 85,4% ispitanika smatra da je vrijeme utrošeno na čitanje dragocjenije od vremena u kojemu se koriste mediji, a njih 14,6% smatra suprotno.

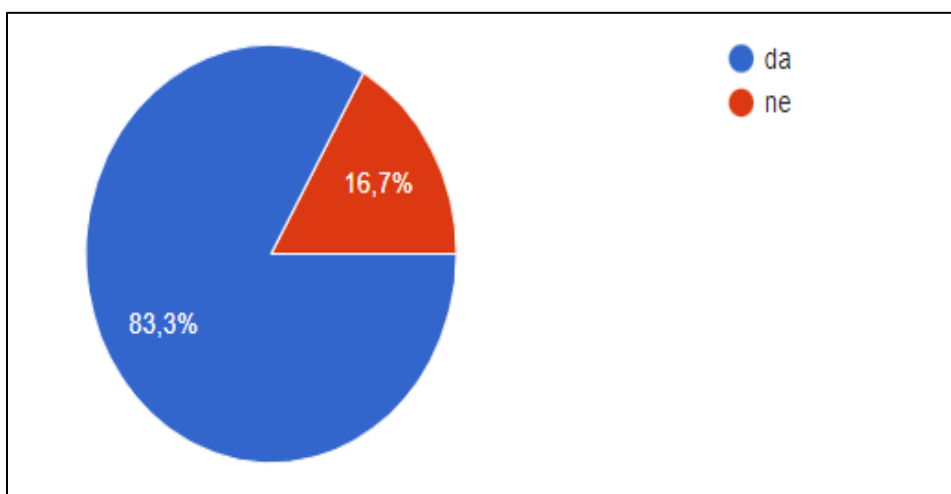
Sljedeće se pitanje odnosilo na stajalište ispitanika da su mediji poučni, a odgovori su prikazani na grafikonu 12.



Grafikon 12. Poučnost medija (izrada autorice)

Gotovo polovina ispitanika smatra medije poučnima, njih 17,6% smatra suprotno dok njih 34,3% ne zna jesu li poučni ili ne za njih.

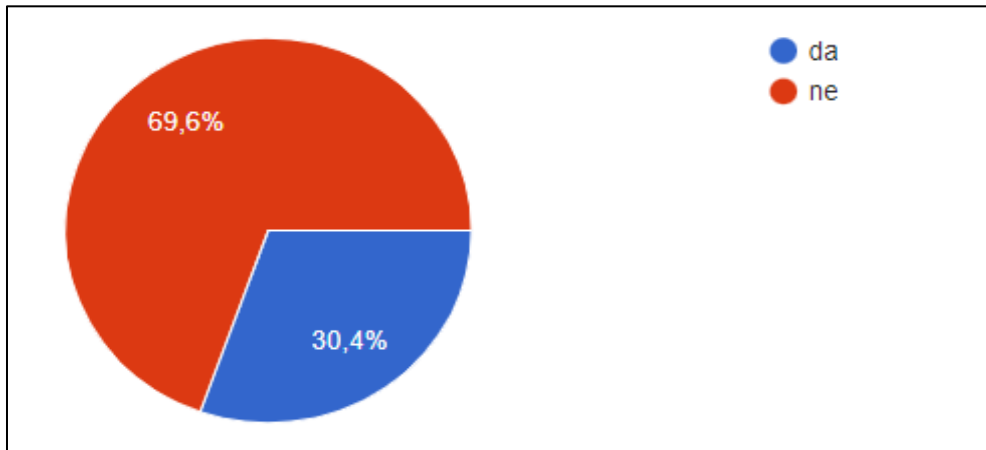
Posljednja dva pitanja anketnog upitnika odnosila su se na utjecaj medija na posudbu, tj. kupnju knjige. Tako se četrnaestim pitanjem željelo saznati jesu li ispitanici ikada pod utjecajem nekog medija odlučili kupiti ili posuditi neku knjigu za čitanje, a odgovore prikazuje grafikon 13.



Grafikon 13. Utjecaj masmedija na kupnju ili posudbu knjige za čitanje (izrada autorice)

Iz ovog je grafikona vidljivo da je 83,3% ispitanika odlučilo pod utjecajem medija kupiti ili posuditi neku knjigu za čitanje, dok njih 16,7% to nije.

Posljednjim pitanjem anketnog upitnika htjelo se saznati jesu li ispitanici ikada, pod utjecajem medija, odlučili da neće kupiti ili posuditi određenu knjigu za čitanje. Odgovore prikazuje grafikon 14.



Grafikon 14. Utjecaj masmedija na kupnju ili posudbu knjige za čitanje (izrada autorice)

Naime, iz grafikona se vidi da je njih 30,4% nekada, pod utjecajem medija, odlučilo da neće kupiti ili posuditi neku knjigu za čitanje, a kod ostalih 69,6% to nije slučaj.

Iz svih prethodno prikazanih rezultata provedenog istraživanja, moglo bi se zaključiti kako većina ispitanika voli čitati i radi to umjereno, niti prerijetko niti prečesto. Također, veliki dio njih ne čita samo ono što im je obvezno u sklopu obrazovanja već i ostala djela po vlastitom izboru, a tijekom čitanja im je ponekad potrebna pomoć oko razumijevanja i analize pročitanog sadržaja. Što se, pak, tiče, izvora iz kojega ispitanici saznaju za djela koja će čitati, najčešće se radi o knjižnici, a u dosta manjoj mjeri Internetu, prijateljima i ostalim izvorima. Međutim, gotovo su svi oni upoznati s mogućnošću čitanja knjiga putem Interneta, ali više njih voli čitanje obavljati u tiskanom (papirnatom) obliku. Vrlo važna informacija u provedenom anketnom upitniku jest ona oko toga provode li ispitanici više svog slobodnog vremena čitajući ili na društvenim mrežama na što je odgovoreno da je ipak veliki dio njih radije na društvenim mrežama. Međutim, gotovo su svi svjesni da je dragocjenije vrijeme koje utroše na čitanje nego provedu na korištenjem medija. Osim toga, mediji u dosta velikoj mjeri utječu na odluke ispitanika o kupnji ili posudbi nekog djela za čitanje.

5. Zaključak

U prošlosti, a posebno danas, svijet nije mogao funkcionirati bez masovnih medija jer je puno informacija koje treba kreirati, prenijeti, kupiti i prodati što nije moguće bez masovnih medija. Masovni su mediji sastavnica suvremenog društva te, iako suradnja s njima traje oduvijek, uvelike je različita suradnja iz prošlosti i današnja suradnja. U prošlosti je glavna svrha medija bila prikupiti, obraditi i slati informacije u javnost što se zadržalo i danas, ali su se promijenile dodirne točke s publikom. Naime, promijenile su se dostupnost i brzina prijenosa informacija što se posebno očituje u društvenim mrežama preko kojih se informacije šire velikom brzinom i bez mogućnosti predviđanja. Masovni mediji utječu i na pojedince te formiranje njihovih vlastitih stavova i percepcija, posebice oko događaja za koje nisu mnogo informirani. Dakle, ovi su mediji sredstva masovnog priopćavanja te imaju utjecaja na masu, tj. mnoštvo gledatelja, slušatelja i čitatelja, ovisno o pojedinoj vrsti medija. Publiku masovnih medija čine individualci koji selektivno i, ponekad, kritički primaju i dekodiraju poruke i sadržaje medija, a najviše pod utjecajem društva. Publika masovnih medija sve je brojnija i raznovrsnija zbog čega se razvijaju novi, suvremeni masovni mediji koji polako preuzimaju prevlast nad onim tradicionalnim. U skladu s time, i čitanje pomalo postaje sve manje zastupljeno, barem u onom tradicionalnom obliku. Međutim, usporedno s rastom broja i razvojem masmedija, mijenjaju se i navike ljudi što uključuje i navike čitanja. Naime, u današnje su vrijeme pisana književnost i knjiga postali tradicionalni medij što ne znači da izumiru. Međutim, kako bi uspjeli opstati u suvremeno doba, književnost se pretvara u neke drukčije oblike. Život suvremenog čovjeka teško je, pa čak i nemoguće, zamisliti bez knjige koja je postala najvažniji intelektualni medij te sastavni i neizostavni dio njegova života.

U ovome su se radu prikazali rezultati anketnog upitnika iz kojih je vidljivo da većina ispitanika voli čitati iako to ne čine prečesto. Naime, najčešće čitaju djela koja su im obvezna u sklopu njihova školovanja, ali i izvan toga te ih radije čitaju u tiskanom obliku. Međutim, pomalo je zabrinjavajuća činjenica, a pretpostavlja se da će to biti još više naglašeno u budućnosti, da veći dio ispitanika više svog slobodnog vremena voli provoditi na društvenim mrežama nego čitajući. Također, predviđa se da će u budućnosti ipak prevladavati preferencija čitanja knjiga u digitalnom obliku te da će se do sve više informacija dolaziti upravo preko masovnih medija što će, konačno, rezultirati još nižim stupnjem čitanja knjiga.

Literatura

1. Bertrand, C-J. (2007) Deontologija medija. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
2. EQUESTRIS. Dostupno na: <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/> [24. lipnja 2022.]
3. Gabelica, M. Mediji i tehnologija. Dostupno na: https://www.bib.irb.hr/591962/download/591962.Poticanje_citanja_uz_nove_medije.pdf [24. lipnja 2022.]
4. Grossman, M. (2010) U obranu čitanja: čitatelj i književnost u 21. stoljeću. Zagreb: Algoritam.
5. Hrvatska enciklopedija. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=39312> [24. lipnja 2022.]
6. Kuvač-Levačić, K. (2013) Razvoj i vrste čitanja, tipologija čitatelja s obzirom na čitanje „neknjiževnih“ tekstova. Čitanje za školu i život. IV. simpozij učitelja i nastavnika hrvatskoga jezika. Zagreb: Zbornik radova.
7. 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*, Vol. 12 No. 15. 1-32.
8. Labaš, D., Mihovilović, M. (2011) Masovni mediji i semiotika popularne kulture, *Kroatologija 2 (1)*. 95-122
9. Malović, S. (2005) Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
10. Malović, S. (2007) Mediji i društvo. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
11. Manguel, A. (2001) Povijest čitanja. Zagreb: Prometej.
12. Medijska kultura – Dođi, vidi, viči. Dostupno na: <https://sites.google.com/site/medijskakultura2osvarazdin/home/mediji-i-vrste-medija> [24. lipnja 2022.]
13. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009) Mediji i mladi – prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
14. Plenković, M. (2012) Mediji i tehnologija. *Media, culture and public relations 3*, 2. 108-110.
15. Reily, M. Mozaik knjiga – Pet prednosti čitanja knjige u elektroničkom formatu. Dostupno na: <https://mozaik-knjiga.hr/blog/pet-prednosti-citanja-knjiga-u-elektronskom-formatu/> [21. srpnja 2022.]

16. Stipčević, A. (2006) Povijest knjige. 2. prošireno i dopunjeno izdanje. Zagreb: Matica hrvatska.
17. Živković, D. (2012) Elektronička knjiga: knjiga između prošlosti i budućnosti. *Knjižničar/Knjižničarka Vol. 3 No. 3*. 8-12.

Popis slika

<u>Slika 1. Vrste medija</u>	7
<u>Slika 2. Booker Prize</u>	13

Popis grafikona

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	19
Grafikon 2. Dob ispitanika	19
Grafikon 3. Ljubav prema čitanju	20
Grafikon 4. Učestalost čitanja	20
Grafikon 5. Što čitaju ispitanici.....	21
Grafikon 6. Pomoć oko razumijevanja i analize pročitanog	21
Grafikon 7. Mogućnost čitanja knjiga preko Interneta	22
Grafikon 8. Čitanje knjiga u papirnatom i digitalnom obliku	23
Grafikon 9. Poteškoće kod čitanja knjiga u digitalnom obliku	23
Grafikon 10. Provođenje slobodnog vremena.....	24
Grafikon 11. Dragocjeno vrijeme.....	24
Grafikon 12. Poučnost medija.....	25
Grafikon 13. Utjecaj masmedija na kupnju ili posudbu knjige za čitanje.....	25
Grafikon 14. Utjecaj masmedija na kupnju ili posudbu knjige za čitanje.....	26

Prilog

Anketni upitnik Utjecaj masmedija na čitanje i čitalačke navike

1. Spol:

- M
- Ž

2. Dob:

- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- više od 45

3. Volite li čitati?

- da
- ne

4. Koliko često čitate?

1 – jako rijetko

2 – rijetko

3 – niti rijetko niti često

4 – često

5 – jako često

5. Čitate li samo ono što „morate“ (djela koja su u školi bila za lekturu te neophodna dijela za studiranje) ili i ostala djela?

- samo ono što „moram“
- i ostala djela

6. Je li Vam nekada bila potrebna pomoć oko razumijevanja i analize pročitanog djela?

- da
- ne

7. Preko kojih izvora nabavljate djela za čitanje?

8. Jeste li upoznati s mogućnosti čitanja knjiga preko Interneta?

- da
- ne

9. Volite li više čitati knjige u papirnatom ili digitalnom obliku?

- u papirnatom
- u digitalnom

10. Ako čitate knjige u digitalnom obliku, stvara li Vam to kakve poteškoće?

- da
- ne
- ne čitam knjige u digitalnom obliku

11. Provodite li više svog slobodnog vremena čitajući ili na društvenim mrežama?

- čitajući
- na društvenim mrežama
- niti jedno od navedenog

12. Smatrate li dragocjenije provedeno vrijeme ono u kojemu ste koristili medije ili ono koje ste utrošili na čitanje?

- ono u kojemu sam koristio/la medije
- ono koje sam utrošio/la na čitanje

13. Smatrate li da su mediji poučni za Vas?

- da
- ne
- ne znam

14. Jeste li ikada pod utjecajem medija odlučili kupiti ili posuditi neku knjigu za čitanje?

- da
- ne

15. Jeste li ikada pod utjecajem medija odlučili da ne postoji nikakva mogućnost za kupnju ili posudbu neke knjige za čitanje?

- da
- ne