

Stavovi studenata o medijskom obrazovanju te korištenju medija u informativne i edukativne svrhe

Orban, Jasmina

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:043154>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Jasmina Orban

**STAVOVI STUDENATA O MEDIJSKOM
OBRAZOVANJU TE KORIŠTENJU MEDIJA
U INFORMATIVNE I EDUKATIVNE SVRHE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

JASMINA ORBAN

**STAVOVI STUDENATA O MEDIJSKOM
OBRAZOVANJU TE KORIŠTENJU MEDIJA
U INFORMATIVNE I EDUKATIVNE SVRHE**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša

Zagreb, 2022.

SAŽETAK

Današnji mediji su temeljni izvori informacija i znanja te najčešći oblici kanala za distribuciju sadržaja. Suvremeno doba omogućilo je predavačima i studentima održavanje predavanja putem interneta i drugih masovnih medija. U ovome radu tematizira se pojam pozitivne prakse korištenja medija u nastavi te utjecaj interneta na kognitivne procese kod studenata. Vrijeme prije i tijekom pandemije omogućilo je nastavnicima da budu komunikatori koji stvaraju sadržaje putem medija prema brojnoj publici koju predstavljaju studenti. Središnja tema ovog diplomskog rada je ispitivanje stavova studenata o medijskom obrazovanju te korištenju medija u edukativne i informativne svrhe. Teorijskim dijelom rada su prikazani glavni aspekti medijskih tehnologija, a posebna je pozornost usmjerena na važnost medija u obrazovanju i korištenju novih oblika učenja. Teorija nam je pružila podlogu za analizu stavova studenata o medijskom obrazovanju i osvrtu na njihovo korištenje medija u edukativne svrhe. Istraživanje je, zajedno s teorijom, pokazalo da postaje nužno provoditi medijsko obrazovanje kroz koncept cjeloživotnog učenja, a sve to kako bi se medijska pismenost kontinuirano razvijala kod pojedinca i u konačnici imala svoj doprinos u zajednici. Skupinu ispitanika u provedenom istraživanju činila je studentska populacija sveučilišta u Republici Hrvatskoj. Odabran je prigodni uzorak koji čini 108 ispitanika. Istraživanje je provedeno metodom ankete.

Ključne riječi: masovni mediji, medijsko obrazovanje, edukativna uloga medija, informativna uloga medija, mediji u nastavi

SUMMARY

Today's media are basic sources of information and knowledge and the most common forms of content distribution channels. The modern age has enabled lecturers and students to hold lectures via the Internet and other mass media. The mass media have their bad sides, but we can find facts that show the positive side of the spread and use of the media. This paper discusses the concept of positive practice of using the media in teaching and the impact of the Internet on cognitive processes at students. The time before and during pandemic allowed teachers to be communicators who create mass communication through the media to large audience represented by students. The main topic of this paper is the examination of students' attitudes about media education and the use of media for educational and informative purposes. The theoretical part of the paper presents the main aspects of media technologies with special attention on the importance of media in education and the use of new forms of learning. The theory provided a basis for the analysis of students' attitudes about media education and a review of their use of media for educational purposes. The research, together with the theory, showed that it becomes necessary to implement media education through the concept of lifelong learning. All of that is for the purpose of media literacy continuously developing in the individual and ultimately has its own contribution in the community. The group of examinees in the research consisted of the student population of universities in The Republic of Croatia. A convenience sample was selected which consisting 108 respondents. The research was conducted using survey method.

Key words: mass media, media education, educational role of media, informative role of media, media in class

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Mediji	2
2.1. Funkcije, uloge i utjecaj medija.....	3
3. Mediji u obrazovanju.....	8
3.1. Povijest medijskog obrazovanja	9
3.2. Medijsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj	11
3.3. Medijsko obrazovanje nastavnika	13
3.4. Informacijska pismenost.....	14
4. Medijska pismenost	16
4.1. Medijska pismenost u nastavi.....	17
4.2. Novi oblici učenja	18
4.3. Korištenje novih oblika učenja.....	24
5. Predmet, ciljevi i hipoteze istraživanja.....	27
5.1. Rezultati istraživanja	28
6. Rasprava	41
7. Zaključak	42
8. Popis korištene literature	44
9. Popis grafikona i tablica	51
10. Prilozi	52

1. Uvod

Rast i razvoj medija potaknuo je Organizaciju Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) da 1977. godine definira medijsko obrazovanje kao prioritetno područje razvoja kulturnog obrazovanja u 21. stoljeću (Fedorov, 2008). Iako su se definicijom obuhvatili glavni aspekti medijskog obrazovanja koji se odnose na učenje i shvaćanje modernih oblika komunikacije (Media-education.journalism, 2012) nekoliko godina kasnije dolazi do Simpozija medijskog obrazovanja. Tada se pojavljuje potreba za širim opisom medijskog obrazovanja, a temeljem toga nastaje Grundwaldska deklaracija (Milunesco.unaoc.org, 2008).

Deklaracija sadrži ključne elemente medijskog obrazovanja i područja medijskog utjecaja koja se i danas razvijaju. Naime, ključni je cilj medijskog obrazovanja podučiti medijske korisnike da analiziraju i interpretiraju različite poruke (Unesdoc.unesco.org, n.p.). Daljnjim razvojem medija i usvajanjem Grunwaldske deklaracije dolazi do spoznaje kako je medijsko obrazovanje proces učenja i razumijevanja koji rezultira određenom razinom medijske pismenosti. Na taj način medijsko obrazovanje utječe na razvijanje kritičkog razmišljanja, aktivnog sudjelovanja i kreativnog izražavanja (Buckingham, 2007: 5).

U korist boljeg razumijevanja medija, njihovog utjecaja i navika korištenja u informativne i edukativne svrhe potrebno je potanko se upoznati s medijskim obrazovanjem do sada i informativnom ulogom koju mediji imaju danas. Zbog toga ćemo u prvom dijelu ovoga rada ukratko prikazati glavna obilježja medija i njihov utjecaj na javnost, dok se drugi dio rada bavi kratkim povijesnim prikazom medijskog obrazovanja i trenutnim stanjem u Republici Hrvatskoj. Treći dio rada bavi se medijskom pismenošću, a posljednji dio rada posvećen je istraživanju koje je provedeno metodom ankete među studentima, a čiji je cilj bio utvrditi stavove studenata o medijskom obrazovanju te korištenju medija u edukativne i informativne primarno za vrijeme pandemije koronavirusa. Naime, u pandemijsko vrijeme je došlo do zatvaranja odgojno-obrazovanih ustanova te su mediji preuzeli ključnu ulogu kao najvažniji izvori informacija čime su dokazali da su snažno sredstvo za informiranje, odgoj, obrazovanje i prenositelj informacija (Labaš, Begović, 2021: 7, 20). Mladi su se školovali od kuće što je pokazalo velike mogućnosti koje pružaju nove medijske tehnologije.

2. Mediji

Medij se u širem smislu definira kao sredstvo komunikacije između pošiljatelja i primatelja poruke, a karakterizira ga nekoliko značenja koja ovise o znanstvenom području njegova djelovanja (Jurčić, 2017: 128). Tako se u komunikacijskim znanostima razlikuje prezentacijski (glas), reprezentacijski (knjige, slike) i mehanički mediji koji podrazumijevaju telefon, televiziju i računalo (Zgrabljic Rotar, 2005: 3).

Masovni mediji su tisak, knjiga, televizija, radio, a mogu biti lokalni, nacionalni, privatni, javni, asocijativni, mediji trećeg sektora te *mainstream* mediji (Peruško, 2011: 15). Istovremeno, mediji su komunikacijski proizvodi, ali i organizacijske i kulturne institucije (Peruško, 2011: 15). Oni predstavljaju jedno od najmoćnijih sredstava putem kojeg se događaju promjene u društvu. Zbog svoje funkcije i uloge, teže inovacijama i unaprijeđenju društva (Reichmayr, 2001: 2). Također, mediji se shvaćaju i kao društvene institucije zbog toga što nastaju i razvijaju se u skladu s potrebom društva za komunikacijom i razmjenom informacija (Peruško, 2011: 254). Internet se u ovom slučaju ne ubraja u masovne medije jer nema institucionaliziranu proizvodnju kao masovni mediji, a istovremeno ima karakteristike dvosmjerne i interaktivne komunikacije (Peruško, 2011: 254). Internet je, kao novi medij, promijenio paradigmu tradicionalnih medija i načina komunikacije od jednog prema mnogima u komunikaciju jedan prema jednom (Zgrabljic Rotar, 2017: 64).

Razvoj pojedinih medija u literaturi je smješten u pet komunikacijskih revolucija. Prva od njih se odnosi na pojavu i širenje tiskanih medija koji su imali primat u izvoru informiranja. Druga komunikacijska revolucija pretpostavlja pojavu telegrafa, a onda i telefona. Iduća, odnosno trećom komunikacijskom revolucijom, smatra se vrijeme snimanja slike, zvuka te razvijanja filma (Shirky, 2008 prema Krajina, Perišin, 2008: 939). Četvrta komunikacijska revolucija povezuje se s pojavom televizije koja omogućuje izravno prenošenje slike i zvuka. Za razliku od telefona, televizija je, primjerice, stvorila društvene zajednice s nekim zajedničkim karakteristikama koje se mogu podijeliti na grupe gledatelja (Shirky, 2008 prema Krajina, Perišin, 2008: 939). Posljednja komunikacijska revolucij temelji se na internetu kao ključnom mediju koji korisnike pretvara u zajednice uz pomoć dvosmjerne komunikacije (Petrić, 2008 prema Krajina, Perišin, 2008: 939).

Iako je svaki medij različit i ima vlastite karakteristike koje odlikuju samo njega, svi mediji ipak imaju neke zajedničke karakteristike. Prva karakteristika odnosi se na specifični

komunikacijski cilj u kojem je, primjerice, glavni cilj televizije zabava, a novinama informacija (McQuail, 1988 prema Peruško, 2011: 20). Sljedeći element su tehnologije koje omogućavaju javnu komunikaciju, a one prema tome mogu imati djelovanje koje medij ograničava u pogledu vremena i prostora (radio, tisak, televizija) ili mu pak pruža neograničeno djelovanje. Zatim slijedi element društvene organizacije kojoj je naglasak na poruci, proizvodnji ili distribuciji medijskog sadržaja. Posljednji element, odnosno karakteristika koja je zajednička svim vrstama medija, podrazumijeva političku dimenziju i odnos medija prema društvu i državi (McQuail, 1988 prema Peruško, 2011: 22).

Nova pojava u komunikacijskim znanostima odnosi se na konvergirane medije, a odnose se na medijski sadržaj na zahtjev korisnika. Primjerice, razni novinski portali, radio ili pak televizija na zahtjev (Zgrabljic Rotar, 2017: 64). Pojavom medijske konvergencije i sadržaja na zahtjev korisnika, promijenio se i način distribuiranja određenog medijskog sadržaja. Primjerice, novine koje su iz tiska konvergirale u internet i razvile svoja *online* izdanja, nisu ograničene samo na fotografiju i tekst već imaju mogućnost video zapisa kao dodatnog medijskog alata (Obljetnica.hrt.hr, 2022). Medijski korisnik danas više ne mora razumjeti tehnologiju, već tehnologija mora razumjeti njega (Petrić, 2008 prema Krajina, Perišin, 2008: 938).

2.1. Funkcije, uloge i utjecaj medija

Strukturno-funkcionalnom teorijom postavljeni su temelji za analizu društvenih uvjeta i različitih posljedica koje masovni mediji imaju na javnost. S obzirom na to kako ne postoji jedna funkcionalna analiza, najšire prihvaćena se odnosi na temeljnu značajku funkcionalizma koja podrazumijeva interpretaciju podataka nakon utvrđivanja njihovih posljedica na veće sustave (Merton, 1957 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 34). U svakom sustavu moraju biti ispunjene funkcije prilagodbe, cilja, integracije te funkcija latentnog svladavanja napetosti kroz održavanje norme (Parsons, 1966 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 35). Strukturno-funkcionalna analizom povezuje se trenutno varijabilno ponašanje, odnosno funkcija, u stabilnu strukturu, odnosno sustav. Prema tome, nedostatak ovakve analize podrazumijeva odnos određenog sustava prema nekom okruženju. U sklopu toga razlikuju se zatvoreni i otvoreni sustavi. Potonji se temelji na količini različitih informacija koje sustav prihvaća i onih koje sustav predaje. Masovna komunikacija shvaćena kao socijalni sustav društva obuhvaća sve organizacije koje

stvaraju masovnu komunikaciju, a za što su važne reakcije javnosti na proizvedeni sadržaj masovnih medija (Kunzick, Zipfel, 2006: 6).

Funkcionalističke analize masovnih medija i društva za cilj imaju razumijevanje doprinosa masovne komunikacije na kvalitetu funkcioniranja društvenog sustava u cijelosti. Prve funkcije masovnih medija podrazumijevale su to da mediji imaju pozitivan utjecaj na ugled i autoritet pojedinaca i/ili skupina jer potvrđuju njihov društveni status, zatim da imaju potencijal pojačavati socijalne norme, ali mogu imati disfunkcionalan utjecaj i izazvati pasivnost (Lazarsfeld, Merton, 1948 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 37). Drugi autori su imali drugačiji pogled na funkcije pa su tako utvrdili da mediji imaju ulogu promatranja i kontrole okruženja, prema zahtjevima okruženja uspostaviti odnose između dijelova društva, prenijeti socijalnu baštinu sljedećoj generaciji (Lasswell, 1948) te funkciju zabave (Wright, 1960 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 37). Ipak, najšire prihvaćene društvene funkcije medija odnose se nad stvaranje javnosti, funkciju artikulacije, posredovanja, kompenzacije, socijalizacije, kompleksnosti, kritike i kontrole, integracije, odgoja i obrazovanja te informiranja (McQuail, 2000 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 38).

Prema Štefanu Rus-Molu i Ani Zagorac-Keršer (2005) najvažnije funkcije medija odnose se na povećanje opće informiranosti građana pružajući im kvalitetne informacije, artikulaciju javnih i društvenih problema u okvirima u kojima ih javnost može razumjeti, postavljanje prioriteta i društvenih tema, nadziranje državne vlasti i politike, socijalizaciju, integraciju među skupinama ljudi, zabavu te obrazovanje (Jurčić, 2017: 130).

Sličnu teoriju o funkcijama i ulogama medija navodi i Tena Martinić (1994) koja ističe kako je informacijska uloga medija najvažnija. Nakon nje slijedi selekcijska i interpretacijska funkcija koja je važna za povećanje kohezije u zajednici i podizanja svijesti o zajedničkim društvenim problemima. Sljedeća je eksplikacijska funkcija kojom se uspostavlja i održava kolektivna svijest, dok se na pojedinačnoj razini postiže integracija iz koje slijedi zajednička akcija. Estetska funkcija je važna jer se mediji, sa svim svojim mogućnostima, nameću kao novi umjetnički izražaj, a zabavljačka uloga medija omogućava pojedincu ili cijeloj zajednici opuštanje i zabavu. Posljednja, ali ne i manje važna, je obrazovna funkcija koja ima utjecaj na povećanje društvene kohezije, socijalizacije, ali i proširenje društvenih normi (Martinić, 1994 prema Jurčić, 2017: 132).

S obzirom na to da mediji, tradicionalni ili novi, oblikuju stvarnost i ljudsku svakodnevicu, logično je zaključiti kako utječu na navike, socijalizaciju i svakodnevnu komunikaciju. Prvotna

pretpostavka utjecaja medija odnosila se na to da mediji sa svojom masovnom komunikacijom služe za manipulaciju i kontrolu društva (Lasswell, 1927 prema Perse, Lambe, 2017: 7). Utjecaj se dijeli na više područja, on može biti namjieran i nenamjieran, direktan i indirektan, kratkoročan, srednjoročan i dugoročan te može biti kognitivan (razina znanja i stavova), konativan (utjecaj na ponašanje) i afektivan na razini osjećaja (Kunzick, Zipfel, 2006: 156). Svakako, utjecaj medija ovisi o tri čimbenika koji se odnose na sam sadržaj koji komunicira (ne)vjerodostojan komunikator, na osobu koja prima komunicirani sadržaj te situacijske uvjete u kojima prima i shvaća poruku (Kunzick, Zipfel, 2006: 157).

Znanstveno gledajući, psihološka i komunikacijska istraživanja su potvrdila četiri razvojne faze medijskog utjecaja. Prva od njih bilo je razdoblje Prvog svjetskog rata, a naziva se i faza svemoći medija. Tada je utjecaj medija imao najjači učinak na javnost zbog toga što se društvo shvaćalo kao zajednica pojedinaca kojima samo mediji služe kao izvor informacija (Esser, 2008 prema Verderer i sur., 2020: 7), a istovremeno je taj pojedinac slab i podložan manipulaciji (McQuail, 2010 prema Verderer i sur., 2020). Druga faza, odnosno faza oslabljenog utjecaja medija, započinje 1940-ih godina i odnosi se na činjenicu nepostojanja izravne veze između medijskog sadržaja i odgovora korisnika koji više nije bio aktivan kao u prethodnoj fazi (McQuail, 2010 prema Verderer i sur., 2020). Ovdje se prihvaća koncept selektivne pažnje i percepcije koji ima snažan utjecaj na pojedinca. Također, u ovom vremenskom razdoblju je došlo do shvaćanja kako identičan medijski sadržaj može različito djelovati na svakog pojedinca (Klapper, 1960 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 158–159). U sljedećoj, umjerenoj fazi utjecaja, mediji su se smatrali jačima nego u fazi oslabljenog učinka zbog toga što su ponovno uspjeli utjecati na kognitivne aspekte pojedinaca uz dugoročni učinak (Esser, 2008 prema Verderer i sur., 2020: 7). Četvrta i posljednja faza medijskog utjecaja započela je krajem 1970-ih, a nastavlja se i danas. U njoj mediji predstavljaju određenu sliku društvene stvarnosti, ali se suočavaju s pojedincima koji imaju mogućnost iznositi vlastito mišljenje ili iskustvo te na taj način stvoriti otpornost na jači utjecaj medija. Faza se još naziva i pregovaračka zbog toga što korisnici medijskog sadržaja pregovaraju između onih informacija koje im pružaju mediji i onoga što vjeruju, a tako raste korisnička moć (McQuail, 2010 prema Verderer i sur., 2020: 7).

Mediji svojim djelovanjem trebaju osigurati pristup informacijama koje su u korist društva i donošenja važnih društvenih odluka. Hipotezom o jazu znanja postavlja se pitanje o tome mogu li mediji ispuniti zadaću jednakog informiranja jer se povećavanjem informacijske ponude ne povećava i znanje. U literaturi postoji pet ključnih činitelja nastanka jaza u znanju, a koji imaju veze s razinom obrazovanja (Tichendor, Donohue, Olien, 1970 prema Kunzick, Zipfel, 2006:

215). Prvi činitelj je medijski sustav (1) općenito koji podrazumijeva informacije o ključnim znanstvenim i političkim temama, a usmjereni su prema obrazovanijem dijelu javnosti. S tim u vezi, predznanje (2) kao sljedeći činitelj odnosi se na to da obrazovanije osobe zbog prijašnjih iskustava imaju šire predznanje o određenoj temi te da se zbog toga njihova pažnja usmjerava prema sličnom medijskom sadržaju koji lakše razumiju od manje obrazovanih (Tichendor, Donohue, Olien, 1970 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 215). Selektivno postupanje s informacijama (3) odnosi se na to da se obrazovanija javnost s namjerom koristi medijima čiji sadržaj prije prihvaćaju i zadržavaju. Za to su važne i komunikacijske sposobnosti (4) koje podrazumijevaju napredne vještine razumijevanja sadržaja vezanog uz, primjerice politiku i znanost, a što je izraženije kod obrazovanije populacije. Posljednji, ali ne i manje važan činitelj nastanka jaza u znanju odnosi se na društvene kontakte i teoriju o tome da obrazovanija javnost ima više kontakata i mogućnosti za razgovor o važnim društveno-političkim temama (Tichendor, Donohue, Olien, 1970 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 215).

Naknadnim istraživanjima utvrđeno je kako jaz u znanju može nastati i zbog toga što manje obrazovani imaju uvjetovanu ponudu informacija te manje prilika za njihov pronalazak i praćenje. Jaz je tako uvjetovan korištenjem dostupnih informacija, a istraživanja su pokazala kako obrazovanije osobe češće koriste postojeću ponudu informacija koju učinkovitije obrađuju (Wirth, 1997 prema Kunzick, Zipfel, 2006: 218). Dinamika medija i povećane informacijske ponude naziva se informacijski realizam, a on podrazumijeva dugotrajan proces u kojem novi mediji ne isključuju stare već i mediji međusobno utječu jedni na druge (Jenkins, 2006 prema Krajina, Perišin, 2008: 937).

Informacijsko društvo, kao dominantan pojam u raznim društvenim, ekonomskim i političkim sferama, označava napredak društva kroz umreženost i razvoj kreativnih industrija, odnosno medija. Tako nastaje e-društvo, kreativno i društvo znanja koje se temelji na uslugama, a u ovom slučaju to su informacije (Garnham, 2005 prema Krajina, Perišin, 2008: 938). Informacija se promatra kao ključna „valuta“ za uspjeh novih tehnologija i samim time napretka demokratskog društva (Krajina, Perišin, 2008: 938).

Razvojem pete komunikacijske revolucije, tiskani mediji se pojavljuju u internetskom izdanju i samim time mogu pružiti veliku količinu informacija koje su najčešće popraćene video materijalima, a koji na taj način nerijetko postaju ključni nositelji informacija (Krajina, Perišin, 2008: 940). Također, pomoću multimedijских platformi javnost ima mogućnost kontinuiranog

praćenja informacija i vijesti u stvarnom vremenu (Woelfel, 2008 prema Krajina, Perišin, 2008: 948).

U današnje vrijeme je činjenica da već u ranoj dječjoj dobi dolazi do upotrebe medija, a samim time i do stvaranja određenog utjecaja (Matyjas, 2015 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018: 274). Na taj način mediji počinju utjecati na pojedinca već u djetinjstvu te iz toga nastaje pojam medijskog djetinjstva, a koji ima sljedeće karakteristike: dnevna i višekratna prisutnost kod djece, količina vremena posvećena uporabi medija zajedno s načinom korištenja, zatim slijedi način na koji djeca primaju i percipiraju medijski sadržaj te učinci odnosa između djeteta i medija (Matyjas, 2015 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018: 275).

Mediji mogu imati negativne i pozitivne posljedice na znanje, a isto tako djeluju i na stajalište koje mogu jačati ili preoblikovati. Osim na znanje, mediji djeluju i na osjećaje i imaju potencijal potaknuti fiziološke reakcije te tako utjecati i na ponašanje korisnika (Potter, 2001 prema Jurčić, 2017: 134). Mediji mogu imati pozitivan utjecaj na osobni i društveni razvoj. U tom smislu imaju mogućnost razvitka tolerancije, mašte, kreativnosti, informiranog društva, obrazovanja, ali i smanjivanja razlike između društvenih slojeva (Jurčić, 2017: 135). Medijska pismenost uvelike doprinosi pozitivnom utjecaju medija, a samim time i stjecanju mnogih vrijednih društvenih karakteristika (Ivanović, 2014 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018). S druge strane, isti mediji mogu imati i negativan utjecaj jer mogu potaknuti na pretjerano konzumeričko društvo, manipulaciju informacijama, diskriminaciju, nasilje, pasivnost ili opsjednutost zabavom (Jurčić, 2017: 135). Općenito se može zaključiti kako mediji imaju i pozitivan i negativan utjecaj s obzirom na svoje karakteristike, razdoblje djelovanja, ali i na način korištenja koji ovisi o medijskom obrazovanju (Potter, 2001 prema Jurčić, 2017: 134).

3. Mediji u obrazovanju

Rečenicu kako danas živimo u digitalnom dobu potkrjepljuje činjenica da se u zadnjih dvadeset godina u potpunosti izmijenio način korištenja medijskih tehnologija. To znači da su mediji u potpunosti promijenili ljudske navike i stil života jer su se integrirali u svakodnevicu. Istovremeno, medijske i digitalne tehnologije stvaraju mnoštvo prilika za učenje i razumijevanje raznih pojava više nego ikada prije. Iako nude mnoge prednosti, zahtijevaju novi i otvoreni način razmišljanja kao i određenu razinu spremnosti za prihvaćanje i usvajanje novih sadržaja, koncepata te promjena općenito (Sukhova, 2016).

Za razumijevanje društva i društvenih promjena potrebno je shvatiti povijesne procese društvenog razvoja, jednako kao i aktere koji su na iste procese utjecali, kao što su to mediji (Dulčić, 2014: 88). Medije u procesu društvenog razvoja odlikuje stalna dinamika i uloga pokretača određenog djelovanja. Teoretičari medija ističu kako se u medijima uvijek vidi odraz društvenih odnosa (Dulčić, 2014: 90).

Najznačajnije promjene koje su donijeli mediji dijele se u četiri kategorije, a prva podrazumijeva tehnološki razvoj. Tehnološkim razvojem došlo je do masovnog širenja elektroničkih medija i većim izborom za korisnike (Buckingham, 2007: 3). Povezano s prethodnim, mediji su utjecali na kretanje i razvoj ekonomije. To znači da su u mnogim zemljama komercijalni mediji preuzeli glavnu ulogu prema različitim oblicima oglašavanja, promocijama i sponzorstvima. Sljedeći utjecaj medija odnosi se na cjelokupnu globalizaciju. To znači da globalne medijske organizacije prevladavaju na tržištu dok istovremeno nove tehnologije dozvoljavaju decentralizirane i lokalno stvorene zajednice (Buckingham, 2007: 3). Posljednje područje utjecaja medija odnosi se na društveni razvoj u kojem dolazi do stvaranja novih i individualiziranih oblika identiteta u kojem pojednici imaju autonomiju za uporabu i interpretaciju medijski kulturnih dobara (Buckingham, 2007: 5).

Slijedom navedenog, danas nije moguće razumjeti niti se baviti pitanjima o obrazovanju bez uključivanja medija. Obrasci tehnoloških i strukturnih promjena u kontekstu suvremenih medija predstavljaju značajne nove prilike, ali i opasnosti. Digitalni mediji, osobito internet, značajno povećavaju potencijal za aktivno sudjelovanje, a kako bi sudjelovanje doseglo pozitivne potencijale, društvu su potrebne održive obrazovne inicijative u sklopu medijskog obrazovanja (Buckingham, 2007: 6).

3.1. Povijest medijskog obrazovanja

Prema Vijeću Europe, medijsko obrazovanje se može odrediti kao nastavna praksa koja za cilj ima razvijanje kritičkog razmišljanja prema medijima (Assembly.coe.int, 2022). Isto tako, medijsko obrazovanje pomaže ljudima u ostvarivanju vlastitog prava na slobodu izražavanja i prava na informaciju. U takvom kontekstu medijskim obrazovanjem dolazi do demokratskog građanstva i razvijanja političke svijesti (Assembly.coe.int, 2022). Također, učenje o medijima i kroz medije trebalo bi biti usmjereno i na odrasle i na budućnost, a u tom smislu na medijsko obrazovanje se treba gledati kao na koncept cjeloživotnog učenja.

Ingrid-Francisca Reichmayr (2001: 7) navodi Kumarovu (2000) definiciju prema kojoj medijsko obrazovanje ima za cilj podići svijest i razumijevanje načina na koji mediji funkcioniraju, uloge u oblikovanju sadržaja te načina tumačenja medijskih poruka. Informacijski pismeni ljudi imaju koristi od mnoštva sadržaja koji im je raspoloživ u različitim formatima, a za takav pristup je prijeko potrebno obrazovanje koje ima odlučujuću ulogu u razvijanju vještina kreativnog i kritičkog mišljenja (Vrkić, Dimić, 2014: 4-5). Institucionalno obrazovanje za kritičko promišljanje medijima, medijskom sadržaju i njegovim vrijednostima, zadatak je svih aktera u društvu, ali je istovremeno i preduvjet za razvoj odgovornih korisnika te jačanje medijske pismenosti na svim razinama obrazovanja (Grmuša, 2016: 172).

Prva zemlja koja pokreće obrazovnu inicijativu u kontekstu medija je Francuska. Početkom 1920-ih godina u Parizu je održana prva nacionalna konferencija područnih ureda za filmsko obrazovanje. Prijedlog na konferenciji odnosio se na pripremu kinematografskih edukatora na sveučilištima dok se istovremeno promovirao pokret mladih novinara (Fedorov, 2008: 57). Autor Jacques Chevalier (1980) ističe kako je Francuska liga za obrazovanje inicirala pokret „Kino i mladi“ koji se temeljio na ujedinjenju djece koja bi sudjelovala u filmskim raspravama i tako razvijala kritičko mišljenje, kreativne vještine i umjetnički ukus (Fedorov, 2008: 58).

U isto vrijeme, u Velikoj Britaniji nastaje edukativni pokret kroz filmsko obrazovanje, a kasnije se proširuje na tisak, radio, televiziju i oglašavanje. Britanski filmski institut je osnovan kako bi se održavale različite konferencije, seminari, radionice za učitelje. Također, može se zaključiti da se 1930-ih godina u Velikoj Britaniji medijsko obrazovanje uglavnom usmjeravalo na pozitivne utjecaje medija (Buckingham, 2007: 6).

Povijest medijskog obrazovanja u, primjerice, Rusiji, je zbog režimske vladavine započeo tek sredinom prošlog stoljeća u obliku edukativnih seminara i konferencija. Za usporedbu, zemlje

koje već imaju uvedenu praksu medijskog obrazovanja su tada razvijale tzv. estetsku teoriju medijskog obrazovanja (Fedorov, 2008: 58). Ovo se ponajviše odnosi na Francusku koja je uvela tečajeve o filmskoj umjetnosti u gotovo sva sveučilišta, a uvođenje medijskog obrazovanja u osnovni školski kurikulum omogućen je krajem 1960-ih (Fedorov, 2008: 59).

Sličan splet događaja se odvijao i u Australiji gdje je medijski studij bio razvijen kao posebno područje koje se moglo studirati na sveučilištima. Nedugo nakon toga, medijski studiji postali su sastavni dio nastavnog plana i programa za više srednje škole (Lee, 2010: 5). U Britaniji se pojavljuje koncept „ekranskog obrazovanja“ u kojem su školski učitelji preuzeli inicijativu i osnovali Društvo za obrazovanje u filmu i televiziji. Istoimenom konceptu se pridružuju i druge zemlje kao što je, primjerice, Kanada. Glavno postignuće ondašnjih konferencija bilo je stvaranje informativnog odbora koji je s vremenom postao vjesnik budućim udrugama za medijski odgoj i obrazovanje (Tsvietkova, Beskorsa, Pryimenko, 2020: 7).

Dva desetljeća kasnije Francuska je postala prvak u stvaranju nacionalnog centra za obrazovanje medija koji pomaže nastavnicima iz različitih obrazovnih institucija da učinkovito integriraju masovne medije u proces obrazovanja. Ciljevi tog centra uvelike su slični onima koje danas imamo u raznim definicijama medijskog obrazovanja, a odnose se na razvijanje kritičkog razmišljanja, mogućnost uspoređivanja različitih izvora informacija, doprinos medija u obrazovanju i aktivnijem građanstvu. Nadalje, važno je istaknuti razvijanje tolerancije, pluralizma ideja, integracije dinamičnih pedagoških inovacija u obrazovne institucije, te korištenje raznih medija u pozitivne svrhe koje doprinose cjelokupnom razvoju društva (Fedorov, 2008: 60).

Ideja o medijskom obrazovanju početkom 21. stoljeća, slijedila je prethodno navedeni primjer Francuske. Tako su škole u Njemačkoj započele praksu integriranja medijskog obrazovanja u različite predmete poput geografije, društvene znanosti i umjetnosti. Unutar šireg područja medijskog obrazovanja razvijeno je nekoliko smjerova. Prvi je medijsko obrazovanje i odgoj koji definira ciljeve i određena pedagoška sredstva potrebna za njihovo postizanje, zatim slijedi medijska didaktika koja definira medije koji se mogu ili trebaju koristiti za postizanje istih ciljeva. Posljednji, treći smjer se odnosi na istraživanje medija u kojem se obuhvaćaju sve znanstvene aktivnosti potrebne za pronalažanje ili utvrđivanje ciljeva i hipoteza vezanih uz medije (Tulodziecki, 1989 prema Fedorov, 2008: 63-64).

Može se zaključiti kako je povijesni razvoj medijskog obrazovanja omogućio modele koji predstavljaju sintezu sociokulturnih, informativnih i pragmatičnih znanja. Tako se danas medijsko obrazovanje djelomično razmatra kao proces osobnog razvoja s i kroz masovne medije, odnosno razvoj komunikacijske kulture sa samim medijima uz kreativno i kritičko razmišljanje. Na to se nadovezuju vještine cjelovite percepcije i adekvatne interpretacije te vrednovanja različitih medijskih izvora (Fedorov, 2011: 76)

3.2. Medijsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj

Za razliku od prethodno navednih primjera kojima je prikazano postepeno uvođenje medijskog obrazovanja, u Republici Hrvatskoj je situacija drugačija. U razdoblju do ranih 2000-ih je razvijen model poučavanja o Kulturi i medijima u sklopu materinjeg jezika u osnovnim školama (Kanižaj, Car, 2015: 23). Zakonodavnim okvirom prema „Nastavnom planu i programu za osnovnu školu“ svrha nastavnog područja Kulture i medija se odnosi na: sposobnost za komunikaciju s medijima, recepciju i shvaćanje filma, radijske ili televizijske emisije te mogućnosti za kritičko vrednovanje televizijskih i radijskih emisija (MZOS, 2006 prema Kanižaj, Car, 2015: 27).

U hrvatskom obrazovnom sustavu vidljivi su samo dijelovi koncepta medijskog obrazovanja, a sustavni pristup kroz razvijene strategije ili zasebne politike nije postojao. Sam pojam blizak medijskom obrazovanju prvi put se spominje tek 2014. godine u Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije (Kanižaj, Car, 2015: 23). Agencija za odgoj i obrazovanje (AZOO) je održavala konferencije, seminare i razne radionice čiji je cilj bio osvijestiti potrebu za obrazovanje o medijima. Navedene aktivnosti su bile prepoznate samo unutar programa za obrazovanje profesora, no nisu službeno implementirane u osnovnoškolske i srednjoškolske kurikule (Kanižaj, Car, 2015: 23). U međuvremenu nastaju dva dokumenta jednakog naziva „Nacionalni program djelovanja za mlade“ u kojima se ne spominje tematika medijskog obrazovanja. Nakon toga, nastaje jedini strateški dokument „Nacionalni plan aktivnosti za prava i interese djece 2006.-2012.“ koji uključuje nekoliko ministarstava i mjera koje se tiču medijskog obrazovanja (Vlada RH, 2006. prema Kanižaj, Car, 2012: 23).

Kurikularnom reformom, koja je započela 2019. godine, donesena je Odluka o donošenju kurikuluma prema nastavnom predmetu Informatike za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj pri kojem je uveden predmet Obavezna Informatika u 5. i 6. razredu osnovne škole.

Nakon uspješne eksperimentalne faze, za učenike nižih razreda uvodi se predmet Izborne Informatike (od 1. do 4. razreda osnovne škole). U svrhu edukacije profesora i školskog osoblja (stručnih suradnika, ravnatelja, nastavnika), uz jedan savjetnički posjet svim osnovnim i srednjim školama održan i regionalni te županijski stručni skup (Vlada RH, 2006, prema Kanižaj, Car, 2012: 23).

Također, nastaje ideja o e-Školi i razvoju sustava digitalno zrelih škola koja do 2023. godine za cilj ima doprinjeti digitalnoj transformaciji obrazovnih procesa, unaprijediti digitalnu zrelost škole kroz strateško vođenje te općenito unaprijediti digitalne kompetencije nastavnika i drugih odgojno-obrazovnih djelatnika (Mzo.gov.hr, 2020). Ipak, u nedostatku zakonskih regulativa i usporenoj putanji medijskog obrazovanja unutar školskog kurikula, dolazi do aktivacije neformalnih udruga i društava koji preuzimaju inicijativu i provode aktivnosti medijskog obrazovanja djece, roditelja i nastavnika. Neke od udruga i društava su: Muzeoterapija, Global, Bacači Sjenki, Medionauti, GONG-a, Telecentar, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK) i drugi (Gong.hr, 2017).

Primjerice, Muzeoterapija je namijenjena učenicima osnovnih i srednjih škola, a za cilj ima potaknuti motivaciju za razvitak kulturnih navika i sudjelovanje u umjetničkim sadržajima. Global novine pripadaju studentskoj populaciji i bave se pitanjima vezanima uz kulturu i sport, a novoosnovana udruga nastavlja aktivnosti važne za medijsko obrazovanje mladih (Gong.hr, 2017). Nadalje, Bacači Sjenki „razvijaju kulturu djece, mladih, ljudi treće životne dobi te profesionalaca kroz inovativan cjelogodišnji program medijskog, filmskog, informatičkog i informacijskog opismenjavanja i stručnog usavršavanja“ (Bacaci-sjenki.hr, 2021). Zatim, Medionauti je informativno-edukativni program zamišljen u obliku televizijske emisije s ciljem pružanja obrazovanja medija u suvremenom digitalnom društvu. Medijska pismenost GONG-a je program koji priprema nastavnike za podršku razvoju medijskog obrazovanja kroz teorijski dio, radionice i radne listove. Slijedi Telecentar čiji programi podrazumijevaju istraživanje potreba za stvaranje i provedbu novih kurikuluma (Gong.hr, 2017). Posljednje, ali ne i manje važne, su aktivnosti koje provodi Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK), a koje su primarno usmjerene na usavršavanje djece, roditelja, učitelja, odgojitelja i stručnih suradnika u vrtićima i školama.

Medijsko obrazovanje treba formirati inovativne strukture u kojima se razvijaju mediji s odgojnom ulogom. Kvalitetno medijsko obrazovanje pomaže pri stvaranju odgovornih i medijski pismenih korisnika. Može se zaključiti kako je to u današnje vrijeme neophodno za

svakodnevnu komunikaciju i posao te se s razlogom medijsko obrazovanje smatra jednim od ključnih oblika pismenosti u ovome stoljeću (Ciboci Perša, Levak, Beljo, 2021: 558). Kritisčka medijska pismenost je nužan uvjet za osposobljavanje pojedinaca jer nudi alate i okvire za sudjelovanje u procesima stvaranja boljeg društva (Kellner, Share, 2005: 381-382). Medijska pismenost potiče smjernice za život, rad i građanstvo 21. stoljeća (Thoman, Jolls, 2004: 18), a medijsko obrazovanje je ključno kod donošenja racionalnih odluka te pokretanja promjena u sustavu (Gitlin, 1990).

Zaključno, mogućnosti za pozitivne i moderne promjene u sklopu medijskog obrazovanja nastupile su ulaskom Hrvatske u Europsku uniju. Ipak, i dalje u hrvatskom obrazovnom sustavu ne postoji službeni dokument u kojem je definirano medijsko obrazovanje.

3.3. Medijsko obrazovanje nastavnika

Najvećom preprekom medijskom obrazovanju u Republici Hrvatskoj mnogi smatraju nepostojanje literature o medijima i medijskoj kulturi. Obrazovni sustav treba nuditi učiteljima mogućnosti da osnažuju učenike da umjesto pasivnih primatelja znanja, budu samostalni aktivni stvaraoci novog znanja (Špiranec, Banek Zorica, Lasić-Lazić, 2012). Kvaliteta ove vrste obrazovanja u Hrvatskoj je zanemarena, prepuštena entuzijazmu nastavnika i njihovoj volji za organiziranje nastavnih sadržaja (Labaš, 2015: 23-27). Štoviše, potrebno je promijeniti način obrazovanja nastavnika kako bi razvili kompetencije za prenošenje znanja djeci i mladima (Tolić, 2008 prema Maksimović, Petrović, Osmanović, 2015: 917). Stručno usavršavanje nastavnika doprinosi stvaranju pozitivne slike o medijima u odgojno-obrazovnom sustavu (Stanić, Mlinarević, Novoselić, 2017: 70-80).

Nastavničke kompetencije obuhvaćaju stečena znanja, vještine, izgrađene stavove, prihvaćene vrijednosti i navike, dok stručna kompetencija podrazumijeva stručno znanje i odnosi se na nastavnikovu sposobnost organiziranja i ostvarivanja stručnih sadržaja u radu s učenicima (Visinko, 2014: 19). Stručna kompetencija, uz navedeno, podrazumijeva poznavanje medija i njihovo djelovanje (Grmuša, 2020: 158).

Značajan problem u medijskom obrazovanju nastavnika predstavlja i obrazovna politika koja ističe pretrpanost nastavnog programa te da su, primjerice, određeni znanstveni predmeti važniji od medijskog obrazovanja (Buckingham, 2002 prema Ciboci Perša, Levak, Beljo, 2021: 561).

Kako bi nastavnici uvidjeli važnost i ovog novog „predmeta“, moraju sami biti svjesni temeljnih znanja i praksi u vezi, a u tom kontekstu im je potrebno pružiti ključna teorijska i praktična medijska znanja koja bi posljedično prenosili svojim učenicima (Scheibe, 2004, prema Ciboci Perša, Levak, Beljo, 2021: 561). Temeljem navedenog, nastavnicima je nužno omogućiti usavršavanje za vrijeme studija, ali i stalne treninge medijske pismenosti s obzirom da se radi o znanstvenom području koje je stalno podložno promjenama (Baker, 2004, prema Ciboci Perša, Levak, Beljo, 2021: 561).

3.4. Informacijska pismenost

Ova vrsta pismenosti osnovni je uvjet za učenje za život, stjecanje znanja i vještina, organizacijsko osnaživanje, društvenu uključenost te inovacije (Struges, Gastinger, 2010: 197). Informacijska pismenost je vidljivo isprepletena s cjeloživotnim učenjem te je zato treba promatrati u širem kontekstu, odnosno kako kod pojedinca stvarati kritičko mišljenje i kritičku osviještenost etičkog korištenja informacija (Špiranec, Banek Zorica, Lasić-Lazić, 2012: 128). Širenje i razvoj informacijskog društva utemeljenog na informacijskim tehnologijama doprinijeli su povećanju gospodarske aktivnosti, kroz povećanu proizvodnju i distribuciju informacije (Maletić, 2014: 107). Na putu u društvo znanja informacija nije samo prenositelj poruke niti simbolička reprezentacija, ona je sve više nezaobilazan dijalog, most kojim pojedinac stječe i pohranjuje nova znanja na učinkovit i etičan način (Maletić, 2014; 107).

Informacijska pismenost postaje sve više važan skup vještina bez kojih će se pojedinac izgubiti u novim medijskim i informacijskim prostorima (Špiranec, 2011: 7). Važno je da informacijska pismenost bude promatrana kao odgovor na kulturni, društveni i ekonomski razvoj informacijskog društva. Za njeno usvajanje ključna je suradnja svih sudionika u procesu učenja, ponajviše nastavnika i informacijskih stručnjaka (Špiranec, Banek Zorica, Lasić-Lazić, 2012: 128–129). Informacijsko se opismenjivanje sastoji od usvajanja primjerenoga informacijskog ponašanja u svrhu dolaženja informacije koja će zadovoljiti potrebu i to bez obzira na medij, a uključuje i kritičku osviještenost o važnosti korištenja dobivenih informacija (Webber, Johnston, 2000: 384). Nužno je da informacijska pismenost bude odgovor na kulturni i društveni napredak informacijskog društva. Cilj opismenjivanja u obrazovnom sustavu je razvijati kritičku svijest, odnosno prosuđivanje tehnologija i dekonstrukcija medijskog sadržaja

u društvenom kontekstu, pri čemu je rješenje zagovaranje višeg kvalitetnog obrazovanja (Vajzović i sur., 2021).

4. Medijska pismenost

Medijska pismenost se tumači kao skup vještina prilikom korištenja medija koje su potrebne za razumijevanje virtualnog svijeta i njegovog sadržaja (Gabelica Šupljika, 2009: 65). Skup vještina medijske pismenosti (7) prvotno podrazumijevaju analizu kojom se poruka rastavlja na značajne elemente (1) i evaluaciju (2) kojom se uspoređuje poruka prema određenim standardima. Nakon toga slijedi grupiranje elemenata poruke (3) te indukcija (4) kojom se zaključuje uzorak na malom skupu elemenata, a potom generalizira na sve elemente u poruci. Nakon indukcije slijedi dedukcija (5) kojom se koriste opća načela za razumijevanje pojedinosti. Sinteza (6) služi za slaganje svih elemenata u novu strukturu, a posljednjom vještinom, zaključivanjem (7) stvara se značenje i razumijevanje poruke (Potter, 2019). Uz skup vještina, suvremeni koncept medijske pismenosti sadrži sljedeća načela:

1. Medijska pismenost znači učiti o svim medijima, kako bi se razumjeli specifični simboli jezika pojedinih medija (Peruško, 2003 prema Zgrabljic Rotar, 2005).
2. Mediji mogu biti i korisni i štetni jer imaju mogućnost oblikovanja identiteta.
3. Medijska pismenost nužna je nastavnicima i roditeljima kako bi razumjeli nadolazeće generacije i pravilno ih odgojili jer mediji danas imaju važnu ulogu u svakodnevnom životu (Zgrabljic Rotar, 2005).
4. Medijskom pismenošću se potiče reflektivna i produktivna razina te se omogućuje praktično razumijevanje medijske i ekonomske politike (Zgrabljic Rotar, 2005).

S obzirom na to da ne postoji usuglašena definicija za medijsku pismenost, među najšire prihvaćenima se ističe definicija prema kojoj se medijska pismenost tumači kao sposobnost pristupa, analize, procjene i daljnju komunikaciju poruke u različitim oblicima (Auferheide, 1993). Medijska pismenost u takvom kontekstu ima proaktivnu svrhu kojom se promiče kritičko razmišljanje i sposobnost razumijevanja složenih pitanja (Žitinski, 2009: 237). Ona je temelj za daljnju izgradnju medijskih kompetencija. One pak, pružaju mogućnost identifikacije medijskih poruka u širem kontekstu koji može ovisiti o ekonomskim, socijalnim, političkim i kulturnim čimbenicima (Malović i sur., 2014). Postoji nekoliko načina za promicanje svijesti i razumijevanja za medijsku pismenost. Prvi od njih obuhvaća obrazovanje djece i odraslih u formalnom kurikulumu i uz pomoć nacionalnih nastavnih programa. Sljedeći podrazumijeva javno povjerenje i razumijevanje znanosti, a nakon kojeg slijedi model mjerenja tiskane pismenosti u koji bi bili uključeni audiovizualni mediji (Livingstone, 2004).

4.1. Medijska pismenost u nastavi

Kao što je prethodno spomenuto, medijska pismenost se u hrvatskom obrazovnom sustavu provodi najviše u sklopu nastave hrvatskog jezika od prvog do osmog razreda osnovne škole (Ciboci, 2018: 24). U tom kontekstu, osim medijskog odgoja, u predmet hrvatskog jezika uključena su četiri nastavna područja: hrvatski jezik/gramatika, književnost, jezično izražavanje te medijski odgoj/medijska kultura (Erjavec, Zgrabljić, 2000: 95).

Prilikom primjene određenog medija u nastavi, nastavnik treba biti svjestan da tijekom nastave treba angažirati što veći broj učenikovih osjetila (Labaš, Marinčić, 2016: 4-28). U takvom slučaju, medijski kompetentniji učitelji ostvaraju pozitivan učinak na komunikaciju putem medija koje koriste u nastavničkom procesu. Sudjelovanje nastavnika u kreiranju medijskih sadržaja pokazalo se izrazito važnim za stvaranje pozitivne slike o medijima kod učenika (Stanić, Mlinarević, Novoselić, 2017: 80).

Za uspješno medijsko opismenjavanje osoba mlađe životne dobi nužna je suradnja djelatnika unutar obrazovnog sustava, no problem je u tome što se nastavnici, ni sami ne znaju pravilno služiti medijima i iskoristiti sav njihov potencijal. Uz nužno obrazovanje tijekom studija, nastavnicima je potrebno omogućiti cjeloživotno medijsko obrazovanje (Majdenić, 2019: 41–44). „Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje“ definira digitalnu kompetenciju kao sposobnost kritičke uporabe informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Mzo.gov.hr, 2011). Nadalje, u međupredmetnoj temi koja se bavi uporabom informacijskih i komunikacijskih tehnologija uočava se važnost stvaranja odgovarajućeg pristupa svim učenicima u svim nastavnim predmetima. Prema tome, ciljevi su sljedeći: osposobljenost za prepoznavanje, izbor i prikazivanje informacija, učinkovita uporaba informacijsko-komunikacijskih tehnologija, razvijanje svijesti o primjeni navedenih tehnologija u društvu te razvijanje etičnih načela za njihovo interaktivno korištenje (Mzo.gov.hr, 2011).

Nastavno na Nacionalni okvirni kurikulum, 2013. godine je predstavljen izvještaj u kojem je potvrđeno kako medijska pismenost još uvijek nije prepoznata u Republici Hrvatskoj. Ipak, godinu dana kasnije dolazi do prihvatanja „Strategije znanosti, obrazovanja i tehnologije“ s kojom je usvojena financijska, informacijska i medijska pismenost (Ciboci, Osmančević, 2015: 123).

Velik broj dosadašnjih istraživanja medijskog obrazovanja zanemarivao je ostale čimbenike koji utječu na medijsku pismenost, dok su se istraživali samo aspekti utjecaja i konzumacije medijskih sadržaja (Ciboci, 2018: 26). Ipak, indikatori koji trebaju biti uključeni u istraživanje te pokazuju razinu medijske pismenosti su sposobnosti pojedinca, ali i dostupnost informacija, medijska politika, obrazovanje i uloga dionika uključenih u medijsku zajednicu (Celot, Perez Tornero, 2009 prema Ciboci, 2018: 26). Među najvažnijim indikatorima za kvalitetnu medijsku pismenost u nastavi ističu se indikatori medijskog odgoja koji podrazumijevaju prisutnost medijske pismenosti u nastavnom programu te podloga medijskog obrazovanja nastavnika. Zatim slijedi indikator medijske politike pod kojim se smatraju zakoni i pravne regulacije vezane uz aktivnosti medijske pismenosti (Celot, Perez Tornero, 2009 prema Ciboci, 2018: 26).

4.2. Novi oblici učenja

Ubrzani razvoj informacijskih tehnologija, posebno interneta, utjecao je na sve segmente društva, pa tako i na obrazovanje. Koncept učenja na daljinu nije novost. Početak takvog učenja seže do druge polovice 19. stoljeća i dopisnog učenja (Kiryakova, 2009: 30). Razvoj radija i televizije omogućio je dostupnost učenja na daljinu većem broju ljudi, no tek je razvoj interneta potaknuo uspostavu cjelovitih studija na daljinu. Mediji u obrazovanju imaju raznolike primjene koje sežu od prikupljanja baza podataka, nastavnih programa i sadržaja, pisanja ispita, predavanja zadaća, pa sve do igara za učenje. Mogućnosti koje pružaju novi mediji odnose se na „interaktivni dodir s objektima učenja, mogućnosti prilagodbe određenim preduvjetima za učenje, povratnu informaciju uz određene aktivnosti učenja, istraživanje i simulacije ili na mreži zasnovano stvaranje po mjestima distribuiranih sekcija za učenje u virtualnim prostorima“ (Nadrljanski, Nadrljanski, Bilić, 2007: 531).

Danas se javlja integracija e-učenja u tradicionalni, „školski“, oblik učenja u kojem se tehničke mogućnosti umrežavanja putem interneta povezuju s klasičnim oblicima učenja. Nove tehnologije donose i nove mogućnosti za suradnju i virtualnu socijalnu zajednicu. Koncept učenja u tom slučaju predstavlja virtualni životni prostor u kojem se odvija obrazovanje, komunikacija, socijalizacija, ali i igra (Rodek, 2011: 24). Kvalitetan multimedijски materijal ima potencijal utjecati na povećanu motiviranost za učenjem (Issing, 1995 prema Rodek, 2011: 22). Zbog kombiniranja različitih multimedijских sadržaja kao što su tekstovi, zvučni zapisi, animacije ili interaktivni programi, svaki pojedinac može odrediti svoj tempo i način učenja.

Prema istraživanju Gorana Gabrilo i sur. (2009) studenti ističu kako e-učenje smanjuje troškove te obogaćuje nastavni proces (Gabrilo, Rodek, 2009: 297).

Sve više nastavnika, uz klasične oblike nastave, koristi se tehnologijom e-učenja kao sredstvom za bolje i kvalitetnije praćenje ostvarenosti ishoda učenja. Ovisno o intenzitetu i načinu korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija razlikuju se nekoliko oblika e-učenja. Prvi oblik se odnosi na klasičnu nastavu (1), odnosno nastavu u učionici. Drugi oblik nastave održava se pomoću informacijsko-komunikacijskih tehnologija (2), tehnologija koje su u službi poboljšanja klasične nastave. Zatim slijedi treći oblik pod kojim se navodi hibridna ili mješovita nastava (3) koju karakterizira kombinacija nastave u učionici i nastave s pomoću informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Posljednik oblik podrazumijeva *online* nastavu (4) koja je uz pomoć informacijsko-komunikacijskih tehnologija u cjelini organizirana na daljinu (Martinović, 2018: 150).

Također je važno spomenuti razliku između asinkronog i sinkronog učenja. Asinkrono učenje ne održava se u realnom vremenu i smatra se fleksibilnijim od sinkronog učenja. Asinkrono učenje je kada studenti uče istu stvar u različito vrijeme te s različitim mjestima. Asinkrono učenje može biti učioničko i *online*. Primjer asinkronog učenja je čitanje knjiga, izrada zadaća, priprema projektnog zadatka ili seminara u učioničkoj nastavi, dok su to u *online* okruženju digitalni nastavni materijali, videozapisi, elektronička pošta, komunikacija putem foruma i slično (Kucina Softic, 2022: 8-9). Dok se sinkrono učenje odvija kada dvoje ili više ljudi komuniciraju u stvarnom vremenu. Sinkrono učenje može se odvijati u učionici gdje su svi fizički prisutni, *online* uživo (u realnom vremenu) putem telefona, primjerice instant poruka na koje se odmah odgovara (Kučina Softić, 2022: 9).

U Republici Hrvatskoj, trend *online* obrazovanja započeo je za vrijeme epidemije COVID-19. Naime, zbog pandemije koja je započela početkom 2020. godine, fizički su bile zatvorene odgojno-obrazovne ustanove. Samim time se dodatno pogoršala situacija vezana uz obrazovnu i društvenu neuravnoteženost. Također, problem predstavlja i činjenica da se u obrazovnim ustanovama ne odvija samo akademsko nego i socijalno učenje, interakcija i podrška (Unicef, 2020). Stoga je uloga nastavnika u ovom slučaju višestruka, a odnosi se na pedagošku ulogu s jasno određenim ciljevima i usredotočenošću na relevantno. Sijedi socijalna uloga koja podrazumijeva jednaku komunikaciju s učenicima uz promicanje interaktivnosti. Slijede upravljačka uloga koja dolazi s osjećajem strpljivosti i dostupnosti za učenike, dok je posljednja uloga ona tehnička u kojoj nastavnici imaju dužnost upoznati učenike s tehnologijom (Berge,

1995 prema Logožar, 2021: 351). Istovremeno se od učenika očekivala prilagodba na novo nastavno okruženje koje im nameće da samostalno i disciplinirano upravljaju vlastitim učenjem (Logožar, 2021: 349).

Iako postoje prijepori između autora o prednostima i nedostacima e-učenja, neke od prednosti su neovisnost o mjestu, ali i vremenu održavanja nastave, kao i veća individualizacija nastavnog procesa i dostupnost nastavnih sadržaja. Također, kao prednost e-učenja navodi se učinkovitost (Zgrebec, 2020: 53). Naime, nastavni sadržaj se može reproducirati više puta što omogućava da student upamti više nego u učionici (Jukić, 2017: 94-95). „E-učionica otvorena je 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, što omogućuje najefikasnije moguće iskorištavanje vremena“ (Blašković, Mandušić, 2018: 119).

S druge strane, kao glavni nedostatak se javlja nužnost posjedovanja opreme i pristup internetu (Dukić, Mađarić, 2012: 70). Osim toga, ističe se i socijalna izolacija. Dina Jukić (2017) navodi dvije vrste socijalne izolacije koje su moguće u *online* okruženju, a to su izolacija od nastavnika i izolacija od drugih studenata (Jukić, 2017: 95). Posljedično, socijalna izolacija dovodi do nedostatka motivacije, a ona je ključna da bi učenje bilo učinkovito. Također, potrebno je tehničko znanje studenata za uspješno korištenje *online* platformi za učenje. Jedan od glavnih nedostataka koje studenti navode su tehničke poteškoće kao što su problemi s registriranjem, sporo učitavanje radne površine, gubitak spremljenog teksta, problemi sa zvukom i slično (Jukić, 2017: 95).

Glavni problemi koje donosi *online* obrazovanje podrazumijevaju utjecaj stresa i osjećaja anksioznosti zbog potrebe za pojačanom koncentracijom i drugačijim načinom učenja (Unicef, 2020). To je povezano s digitalnim jazom koji se odnosi na mogućnost pristupa tehnologiji te nedostatkom podržavajućeg okruženja za učenje. Problem predstavljaju i digitalne kompetencije u sklopu pedagoških, a koje nisu dovoljne za kvalitetnu realizaciju *online* učenja. Tome se pridodaje problem ograničenog razumijevanja za ocjenjivanje i kombinirano učenje (Unicef, 2020). Kako bi se efikasno riješila aktualna problematika *online* nastave, predložene su sljedeće mjere za razvoj i unaprjeđenje hibridnog obrazovnog sustava: reformacija nastavnih programa, promjena u politici ocjenjivanja u duhu individualnog smjera učenja, transformacija pedagoške prakse, individualizacija nastave, implementacija socioloških i emocionalnih vještina u nastavni plan te iskorištavanje potpunog potencijala virtualnog okruženja za učenje (Unicef, 2020). Sukladno tome, u obrazovnom sustavu može se pronaći nekolicina *online*

programa koji su uvelike pomogli u održavanju kontinuiteta nastavnog programa (Merlin, Moodle, Microsoft Teams, Google Classroom, Zoom).

Sustav Merlin je 2007. postavljen te se od tada kontinuirano razvija i nadograđuje. Merlin je preveden na hrvatski jezik i sadrži mnogobrojne dodatke i dorade za potrebe nastavnika. Utemeljen je na sustav Adobe Connect i prema tome predstavlja virtualni prostor za e-učenje (Srce, 2022). Tako Merlin, kao akademska mreža koja se pojavila u sveučilišnom radu, nudi mnogobrojne raznolike sadržaje. Nastavnici pomoću Merlina mogu održavati svoja predavanja na inovativan i zanimljiv način. Primjerice, imaju mogućnost stavljanja prezentacija koje su vidljive studentima u svakom trenutku, mogu uspostaviti komunikaciju sa studentima putem *chata*, organizirati *online* predavanja ili seminare, bilježiti prisutnost na predavanjima ili čak održavati kolokvije (Cetina, 2012: 155-156).

Sustav za e-učenje Moodle, zajedno sa sustavom e-portfolio utemeljenim na sustavu Mahara, sustavom za webinare utemeljenom na sustavu Adobe Connect te poveznicom s Informacijskim sustavom visokih učilišta (ISVU) (Srce, 2022) čini virtualno okruženje za e-učenje (engl. virtual learning environment – VLE) Merlin. Moodle je sustav *online* učenja koji se može primijeniti u gotovo svim nastavnim predmetima, a poseban je po tome što nudi mogućnost individualnog praćenja zadataka i rada svakog učenika. Alati omogućavaju fleksibilno vrednovanje, analizu rezultata, praćenje učeničkih aktivnosti i prilagodbu nastavnog sadržaja svakom ponaosob (Jugo i sur., 2012 prema Marin, 2019: 96). Sustav Moodle jedan je od vodećih sustava za upravljanje učenjem s više od 160 000 registriranih sjedišta u više od 242 zemalja diljem svijeta (Moodle, 2022).

Merlin je povezan osim sa sustavom ISVU i s uslugom Srca MojOblak. To je sustav za udaljeno pohranjivanje podataka koji se temelji na sustavu ownCloud. Korisnici Merlina mogu izravno sučeljem sustava Moodle pristupiti svojim datotekama na sustavu MojOblak te ih postaviti u svoj e-kolegij. Osim usluge MojOblak, korisnicima su dostupni i drugi repozitoriji poput GoogleDrivea, Dropboxa, Box.neta gdje studenti dobivaju 20 GB prostora. Svi sustavi dostupni su posredovanjem sustava jedinstvene autentifikacije korisnika. Sustav AAI@EduHr autentifikacijska je i autorizacijska infrastruktura sustava znanosti i visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj (Srce, 2022). Za svaku akademsku godinu uspostavlja se nova inačica sustava Moodle. Nastava se provodi na sustavu Merlin za tekuću akademsku godinu, a e-kolegiji iz prijašnjih akademskih godina i dalje su dostupni nastavnicima i studentima. Nastavnicima je dostupan i sustav Moodle2Test na kojemu mogu testirati sustav i razvijati svoje

e-kolegije bez studenata. Izrađeni sadržaj se može vrlo jednostavno prenijeti u e-kolegij na sustavu Merlin i omogućiti pristup studentima (Srce, 2022). Čest je u primjeni u sustavu visokoga obrazovanja u svijetu, a tako i u Hrvatskoj te je pouzdana platforma koja sa svakom novom verzijom donosi i nove mogućnosti. Također, u razvoju Moodle sustava sudjeluje velika zajednica, dostupni su mnogobrojni dodatci koji osiguravaju nove mogućnosti sustava te je dostupna i bogata razvojna dokumentacija (Moodle, 2022). Sustav Moodle redovito se razvija. Aktualna inačica je 4.0, a za dosadašnje inačice dostupna je podrška (u obliku izdavanja „zakrpa” za sigurnosne propuste) tijekom određenog razdoblja (Moodle, 2022). Također, postoje alati za administraciju koji omogućuju upravljanje datotekama i sudionicima (studentima, demonstratorima, asistentima) te statistika korisnika koja daje uvid u to koliko su sudionici bili aktivni tijekom kolegija te koje su aktivnosti i resurse pratili u sustavu (Srce, 2022).

Microsoft Teams je *online* platforma za timski rad u Office 365 sustavu, a karakterističan je po tome što osim osnovnih funkcija za nastavu na daljinu, uključuje mogućnost video konferencije. Microsoft Teams je mjesto na kojem se mogu povezivati pojedinci u tim, dodavati kanali, otvarati i dijeliti zadaci (pojedinačno ili cijelom timu), datoteke, kartice, započinjati rasprave, zakazivati sastanci te dodavati tekst koji može mijenjati cijeli tim (Mzo.gov.hr, 2022). Na taj način razvija se suradničko učenje kao proces međuvršnjačke interakcije koju posreduje i strukturira mentor. Rasprava se može poticati predstavljanjem specifičnih koncepata, problema ili scenarija, a vodi se pomoću učinkovito usmjerenih pitanja, uvoda i pojašnjenja koncepata i informacija te pozivanja na prethodno naučeno gradivo (Martin, Tapp, 2019: 62, prema Jordan i sur., 2008). Također, Microsoft Teams je platforma koja se može koristiti u okruženju licem u lice sa snimljenim predavanjima koji su automatski objavljeni na „streamu“ tako da se učenici koji nisu mogli prisustvovati nastavi uživo mogu u bilo kojem trenutku pridružiti predavanju. Ono što je prednost Microsoft Teamsa u *online* okruženju odnosi se na gledanje i slušanje snimljenog predavanja naknadno, a također postoji mogućnost pojedinačnih virtualnih predavanja i/ili konzultacija (Poston, Apostel, Richardson, 2019: 2).

Google Classroom je u doslovnom prijevodu Google učionica koja omogućava suradnju između nastavnika i učenika. Stvaranje virtualne učionice za dijeljenje nastavnog sadržaja, zadataka i materijala pomaže nastavnicima jednostavnije koordinirati proces učenja. Uz to, škole mogu izabrati hoće li ili ne dopustiti i roditeljima/skrbnicima pristup sažetku učeničke aktivnosti. Ako nastavnici odaberu da roditelji imaju pristup virtualnoj učionici, tada roditelji

primaju na vlastitu e-poštu informacije o, primjerice, nedostajećem radnom zadatku, nadolazećim nastavnim aktivnostima ili jednostavno informaciju o potrebnoj komunikaciji s nastavnikom. Uz to, važna karakteristika Google virtualna učionice je ta da isprepliće alate kao što su Google Docs, Google Drive i Gmail te nastavnicima omogućava pružanje povratne informacija učeniku u stvarnom vremenu (Go-travels.com, 2022). Istraživanja su pokazala kako su studenti uglavnom zadovoljni Google učionicom što pruža dodatnu motivaciju za intenzivnijim integriranjem u nastavne procese. Prednost korištenja Google učionice u tradicionalnom tipu nastave odnosi se na potencijal za promicanje vještina razmišljanja i logičkog zaključivanja prilikom rješavanja određenog problema (Shaharane, Jamil, Rodzi, 2016: 6–8). Nadalje, ova će platforma omogućiti nastavnicima da svoje lekcije maksimalno integriraju s tehnologijom u obrazovnom kontekstu u zamjenu za rad na papiru, pružajući obrazovne materijale i ocjenjivanje učenika. Učinkovit je način za suradnju, obrazovno vodstvo i kontinuirano praćenje učenja (Osman Basher, 2017: 46).

Zoom je još jedan od videokonferencijskih alata za provođenje *online* nastave, a specifičan je po tome što je najbliži nastavi u pravoj učionici i bio je najpopularniji alat za vrijeme početka pandemije COVID-19. Zoom omogućava korisnicima u videokonferencijama pristup s različitim digitalnih uređaja, dijeljenje ekrana s drugim sudionicima poziva, pisanje po virtualnoj ploči i snimanje sastanaka (Medijskapismenost.ba, 2021).

U proteklih nekoliko godina Zoom je imao niz sigurnosnih problema, o pitanju privatnosti i nedostatku zaštite podataka; uključujući “Zoom bombardiranje” to jest neželjeni, ometajući upad, općenito od strane internetskih trolova, u videokonferencijski poziv (Ghani i sur., 2021: 172). Prvenstveno Zoom nije razvijen kao alat za akademsku učionicu, njegove mnoge konfiguracije i operativni softver više su usmjereni na korporativne korisnike nego na nastavnike ili učenike. No, to ne znači da se Zoom ne može učinkovito koristiti u obrazovnim okruženjima, samo treba voditi računa o različitim konfiguracijama, kao što su posebna ograničenja u besplatnoj verziji (Ghani i sur., 2021: 172).

Besplatni račun nudi domaćinima mali izbor opcija, uključujući mogućnost organiziranja događaja. Sastanci su orijentirani na *online* interaktivne aktivnosti u kojima članovi razmjenjuju znanja različitih oblika. Zoom omogućuje domaćinu da utiša sudionike, iako bi svim sudionicima trebala biti odobrena opcija da uključe svoj glas. Sastanci u *online* izdanju omogućavaju do 100 članova te vremensko ograničenje od 40 minuta (Ghani i sur., 2021: 171). Zoom također ima značajku čekaonice. Ova funkcija potiče domaćina da podijeli sudionike,

odnosno učenike u mnogo manjih skupina, a domaćin može posjetiti svaku skupinu kako bi provjerio da je u tijeku izlaganje sudionika i rasprava (Ghani i sur., 2021: 176). Također, ima izuzetno dobre značajke poput dijeljenja zaslona, snimanja zaslona, timskih razgovora i povijesti koja se može pretraživati. Ne samo to, već svojim sastancima možete dodati prilagođene pozadine.

4.3. Korištenje novih oblika učenja

E-učenje omogućava olakšanu komunikaciju između nastavnika i učenika dok istovremeno promiče inovativne obrazovne i personalizirane sadržaje. Najviše izražena kvaliteta e-učenja je fleksibilnost koja zahtijeva visoku razinu samodiscipline i kvalitetnog upravljanja vremenom (Kearsly, 2000 prema Katavić, Milojević, Šimunković, 2018: 97). *Online* obrazovanje se smatra inovacijom koja ima potencijal osigurati bolje obrazovne prilike te kvalitetu obrazovanja podići na sasvim novu razinu. Također, doprinosi medijskom obrazovanju jer, poput medijske pismenosti, pomaže izgraditi kulturu kritičkog razmišljanja, asinkronu i sinkronu komunikaciju te općenito naviku korištenja multimedijalnih sadržaja u obrazovanju (Katavić, Milojević, Šimunković, 2018: 98). E-učenje se mora temeljiti i na usavršavanju sustava za upravljanje sadržajem i procesima učenja te mora posjedovati mogućnosti za oblikovanje, spremanje i dijeljenje obrazovnog materijala, testiranje i ocjenjivanje znanja učenika, upravljanje procesom učenja te administriranje sudionika (Marin, 2019: 94).

Istraživanja koja su provedena prije same pandemije pokazala su kako učenici i studenti koji se koriste medijima u svrhu samostalnog istraživanja ili rješavanja nastavnih zadataka imaju bolja postignuća u nastavi, a što se duže koriste medijima i medijskim tehnologijama ostvaruju i bolje rezultate (Aypay, 2010 prema Ivić, Blagojević, 2022: 97). Istraživanje o korištenju i učincima medija u obrazovanju provedeno je u dvije faze. Prva je obuhvaćala razdoblje prije pandemije kada je nastava bila tradicionalno i uživo, a druga faza se odnosila na razdoblje tijekom pandemije kada se nastava održavala *online* ili hibridno. Jedno od pitanja u istraživanju odnosilo se na poznavanje Moodle sustava za koje su studenti odgovorili kako su s Moodlom upoznati, ali se s Loomenom nisu susreli sve do *online* nastave. Također, studenti su istaknuli da imaju uglavnom pozitivno iskustvo s korištenjem navedenih programa u vlastitom učenju i obrazovanju (i prije i tijekom pandemije). Nadalje, istraživanjem se potanko ispitivao stav

studenta, pozitivan ili negativan, u vezi korištenja Moodla u obrazovanju prije i tijekom pandemije. Prema tome, ispitana populacija studenata je izrazila djelomično pozitivan stav prema navedenom sustavu kada je u pitanju predaja nastavnih ili domaćih zadataka, a isti stav je i kada je riječ o mogućnosti grupnog rada na platformi (Ivić, Blagojević, 2022: 99–102). Nadalje, većina ispitanih studenata (tijekom pandemije) ima pozitivan stav prema korištenju različitih sustava za upravljanje učenjem, a najviše ih preferiraju kada se radi o izvoru nastavnih sadržaja i obrazovnih materijala te jednostavne predaje radnih zadataka. Manji dio ispitanika je tijekom pandemije imao negativan stav kada se radilo o razmjeni općenitih informacija i mogućnosti grupnog rada i suradnje s drugim kolegama (Ivić, Blagojević, 2022: 105). Zaključno, medijski alati koji su se počeli intenzivnije koristiti u nastavi tijekom pandemije sada su se integrirali u nastavni proces i služe kao podrška nastavi koja se odvija uživo ili hibridno. Primjerice, ispiti koji su se u *online* nastavi i u početku pandemije postavljali u Loomen, imali su negativan odraz na studente i njihov stav prema istom. Danas se koriste kao pomoćni alat kojim se provjerava ili ispituje nastava održavana uživo. Ono što je pozitivno pri ovakvom hibridnom modelu provođenja nastave odnosi se na brzu povratnu informaciju koju imaju i studenti i profesori, a istovremeno profesori imaju veću kontrolu pri ispitivanju (Ivić, Blagojević, 2022: 105–109).

Rezultati istraživanja Yudh Arifani i Putri Karya Dwi Bawanti (2021) pokazuju da je *online* učenje pomoću aplikacije Zoom tijekom pandemije imalo pozitivan učinak na poboljšanje govornih vještina, samostalno učenje te da se učenici osjećaju sigurnije i sposobniji upravljati vremenom (Arifani, Bawanti, 2021: 59).

Druga istraživanja su također potvrdila kako je korištenje medija u obrazovanju najučinkovitije kada mediji služe kao potpora profesoru, a ne kao njegova potpuna zamjena. Uz to, najbolja funkcija medija u obrazovanju je upravo ona kojom se povećava kvaliteta nastave, omogućava personalizirana nastava kojom se povećava aktivno sudjelovanje studenata te se proširuje mogućnost za daljnje djelovanje (Vegas, 2022). Nadalje, Shawn Apostel i sur. u svom su istraživanju na Sveučilištu Bellarmine (2019) uvidjeli da korištenje medija može imati negativan utjecaj na posjećenost i sudjelovanje u nastavi. U svojim rezultatima primijetili su da neki studenti namjerno propuštaju nastavu s izlikom naknadnog gledanja sadržaja što se, naravno, često ne ispoštuje (Apostel i sur., 2020: 2-3). Također, autori upozoravaju na to da treba uzeti u obzir da neće svi učenici imati pristup tehnologiji.

Daniel Surry i sur. (2005) naznačili su da se uključivanje obrazovnih inovacija u učenje može suočiti s raznim preprekama, poput arhitekture tehnologije, kompetencija učenika, tehničke kvalitete i motivacije nastavnika. Bez obzira na to koliko je moćan izum, bez odgovarajuće primjene ima malu funkciju (Surrey i sur., 2005 prema Ghani i sur., 2021: 173). Za zemlje poput Hrvatske, koje imaju ograničena sredstva i tehnološke vještine u usporedbi s razvijenijim zemljama, ove zabrinutosti postaju sve očitije.

Abdul Ghani i sur. proveli su 2021. istraživanje o učenju učenika u kontekstu aplikacije Zoom kao video učionice. Prema rezultatima, 40% učenika slaže se s učinkovitošću aplikacije Zoom tijekom *online* nastave, što znači da je učenje pozitivno utjecalo na učenike korištenjem aplikacije Zoom, međutim, 18% učenika se ne slaže s učinkovitošću aplikacije Zoom. Nadalje, 40% učenika se suočava s poteškoćama oko brzine veze što predstavlja i najveći problem sa Zoom aplikacijom (Ghani i sur., 2021: 174). Nedostatak mogućih vizualnih znakova koje nudi neverbalna komunikacija drugih ljudi dovest će do gubitka interesa, a može i dehumanizirati interakciju između sudionika. Interakcija s drugima pomoću video ekrana također može biti teža, što dovodi do smanjene pažnje i osjetljivosti na vanjske smetnje (Ghani i sur., 2021: 177). Postoji nekoliko zamki koliko god korisni bili obrazovni mrežni sustavi. Kada se usvoji nova tehnologija, postojat će razdoblje za upoznavanje korisnika s tehnologijom, što može dovesti do kašnjenja u njezinu usvajanju u standardnom procesu. Takva tehnološka ograničenja, uključujući loš pristup internetu koji dovodi do propuštenih veza, sporog videa uživo ili kvarova kamere, također mogu utjecati na konačne rezultate. Uspostava sustava za e-učenje koji može opslužiti velik broj korisnika nije jednostavan posao i zahtijeva ulaganje u računalnu infrastrukturu i ljudske resurse.

Za djelatnike u obrazovnom sustavu ispostavilo se da je važnije nego ikada prije posjedovati potrebne kompetencije za održavanje nastave na daljinu uz pomoć informacijsko-komunikacijske tehnologije. Nastavnici iznenada trebaju koristiti nove medije na inovativan i kreativan način, a često ne iskorištavaju sve prednosti medijskih tehnologija jer najčešće za to nisu osposobljeni (Anetta, Shymanski, 2008). Primjerice, negativan stav prema grupnom radu u izrazito *online* nastavnom okruženju upućuje na to da se studente treba poticati i navikavati na medije kao alate pomoću kojih mogu surađivati s kolegama i prenositi vlastite ideje. Tako se postavlja pitanje imaju li nastavnici dovoljno kompetencija, izuzev mogućnosti stručnog usavršavanja, za korištenje medija u edukativne svrhe, za održavanje vlastitog nastavnog programa i daljnjeg medijskog opismenjavanja mladih.

5. Predmet, ciljevi i hipoteze istraživanja

Nakon teorijskog dijela rada slijedi prikaz provedenog istraživanja koje je kvantitativne prirode. Takva istraživanja imaju za cilj pružiti brojčani opis istraživane pojave (Milas, 2005: 47). Istraživanje je provedeno metodom anonimne ankete u kojoj je sudjelovala skupina ispitanika koju čine studenti sveučilišta u Republici Hrvatskoj. Skupinu ispitanika činila je studentska populacija. Zbog nemogućnosti da u istraživanju sudjeluju svi studenti u Republici Hrvatskoj odabran je prigodni uzorak koji čini 108 ispitanika.

Glavni predmet istraživanja su stavovi studenata prema medijskom obrazovanju. Svrha istraživanja bila je uvidjeti stavove studenata iz različitih područja obrazovanja o korištenju medija u informativne i edukativne svrhe s ciljem dodatnog neformalnog obrazovanja. Osim toga, cilj je utvrditi postoji li potreba medijskog obrazovanja unutar formalnog obrazovnog sustava te koliko često se koriste mediji u nastavi. Na temelju navedenih ciljeva, proizašle su sljedeće istraživačke hipoteze:

(H1): Studenti koriste medije u informativne i edukativne svrhe.

(H2): Većina studenata zna definirati pojam medijskog obrazovanja.

(H3): Prema mišljenju studenata nastavnici nemaju dovoljno kompetencija za implementaciju medijskih alata u *online* nastavi.

Istraživanje je provedeno putem *online* ankete koja se sastojala od 47 pitanja pri čemu 10 pitanja otvorenog tipa i 20 pitanja zatvorenog tipa (*vidi više u Prilogu*). Anketa započinje sociodemografskim pitanjima. Zatim slijedi dio ankete koji propitkuje upoznatost ispitanika s edukativnim *online* alatima te stavove o *online* nastavi. Treći dio ankete preispituje poznavanje značenja pojmova medijskog obrazovanja te medijske i informacijske pismenosti. U četvrtom dijelu ankete ispituje se korištenje medijskih alata u edukativne i informativne svrhe, a posljednji dio ankete obuhvaća 17 pitanja u kojima je korištena Likertova ljestvica (*vidi više u Prilogu*). Ovdje su ponuđeni odgovori različitog opsega između pozitivne i negativne krajnosti uz koje je naveden i neutralni odgovor (Lamza, Posavec, 2011: 21).

5.1. Rezultati istraživanja

Prije samog početka opisivanja rezultata istraživanja važno je ukratko opisati demografske karakteristike ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 69,4% žena i 30,6% muškaraca, a što se tiče dobi ispitanika, najviše studenata je u dobi između 18 i 28 godina (88,89%), dok 11,11% ispitanika ima od 29 do 39 godina.

Idućim setom pitanja propituje se razina upoznatosti ispitanika s različitim medijskim alatima. Najveći broj ispitanika (91%) odgovorio je da su upoznati sa Zoomom, dok je 89% ispitanika upoznato s e-poštom (Tablica 1). Također, pitanje o tome koje medijske alate poznaju, ispitanicima je pružilo mogućnost dodatnog upisa alata te mogućnost višestrukog odgovora. Prema tome, 1% ispitanika naveo je Omega, Big Blue Button i Discord, a 6% ispitanika upisalo je Google Meet, dok je 3% ispitanika navelo Moodle.

Tablica 1. Upoznatost ispitanika s medijskim alatima

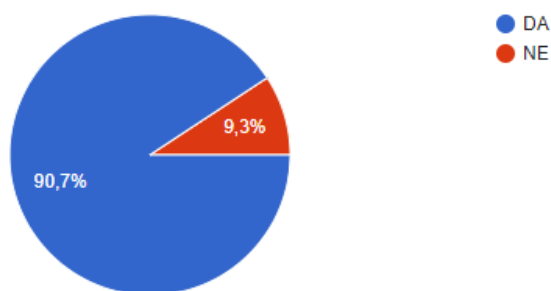
Online alat:	N	%
E-mail	96	89%
Merlin	73	68%
Loomen	40	37%
Microsoft Teams	90	83%
Skype	81	75%
Google Classroom	71	66%
Zoom	91	84%
Moodle	3	3%
Omega	1	1%
Google Meet	6	6%
Big Blue Button	1	1%
Discord	1	1%

Nakon pitanja o poznavanju medijskih alata, slijedilo je pitanje vezano uz različite medijske alate koje ispitanici koriste u edukativne svrhe. Najveći broj ispitanika, njih 84%, u edukativne svrhe koristi e-poštu. Drugi najpopularniji medijski alati su Merlin, Loomen i Microsoft Teams (Tablica 2). Pitanje o korištenju medijskih alata u edukativne svrhe je također omogućavalo dodatan upis i mogućnost višestrukog odgovora. Tek 1% ispitanika naveo je Omega i Big Blue Button, dok je 5% ispitanika upisalo Google Meet.

Tablica 2. Korištenje medijskih alata u edukativne svrhe

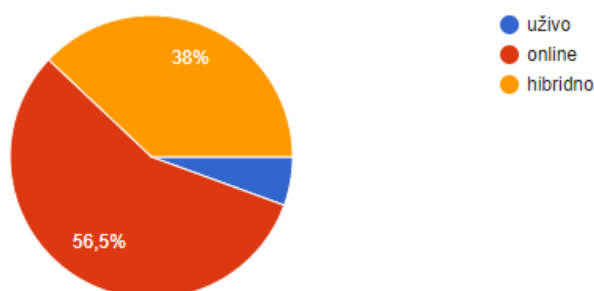
Online alat:	N	%
E-mail	91	84%
Merlin	49	45%
Loomen	13	12%
Microsoft Teams	53	49%
Skype	15	14%
Google Classroom	36	33%
Zoom	80	74%
Moodle	3	3%
Omega	1	1%
Google Meet	5	5%
Big Blue Button	1	1%

Na pitanje jesu li tijekom pandemije imali *online* nastavu, 90,7% ispitanika odgovorilo je potvrdno, a samo je 9,3% odgovorilo da nisu imali *online* nastavu (Grafikon 1).



Grafikon 1. *Online* nastava tijekom pandemije (N=108)

Zanimalo nas je i na koji je način *online* nastava, ako je postojala, organizirana i provedena tijekom pandemije. Na to je pitanje 56,5% ispitanika odgovorilo kako je nastava organizirana u potpunosti *online*, 38% hibridno te je njih 13,5% odgovorilo da se nastava provodila samo uživo (Grafikon 2).



Grafikon 2. Provođenje nastave za vrijeme pandemije koronavirusa (N=108)

Kako bismo bolje uvidjeli na koji način je izgledala nastava iz prethodnog pitanja, postavili smo pitanje vezano uz medijske alate koji su tada korišteni. Ovo pitanje omogućavalo je dodatan upis alata i mogućnost višestrukog odgovora. U najvećem broju ispitanici su naveli e-poštu (80%), a slobodnim upisom odgovora naveli su Moodle (4%), Google Meet (7%) i Big Blue Button (3%) što je vidljivo u Tablici 3.

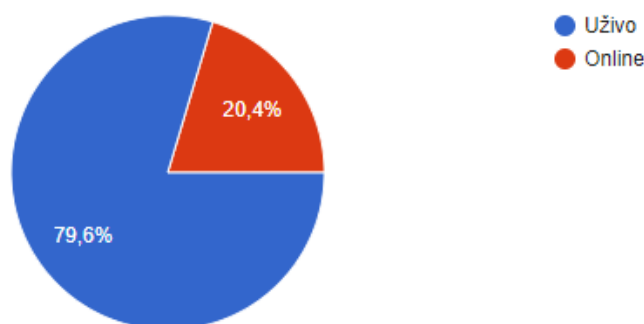
Tablica 3. Korištenje medijskih alata tijekom *online* nastave

Online alat:	N	%
E-mail	86	80%
Merlin	40	37%
Loomen	10	9%
Microsoft Teams	48	44%
Skype	9	8%
Google Classroom	31	29%
Zoom	82	76%
Moodle	4	4%
Google Meet	7	6%
Big Blue Button	3	3%

Nakon što smo ispitali upoznatost s medijskim alatima, provjerili smo stavove studenata o načinu održavanja nastave. Na pitanje odgovara li im više nastava uživo ili *online*, 75% ispitanika odgovorilo je kako preferira nastavu uživo, dok je 25% ispitanika odgovorilo kako više preferira *online* nastavu. Ispitanici su imali mogućnost kratkog obrazloženja vlastitog odgovora, a najčešći odgovori se temelje na mišljenjima kako interakcija tijekom *online* nastave nije kvalitetna kao nastava uživo. Zatim smatraju kako im je teže obraćati i zadržati pažnju na predavanje dok istovremeno imaju mogućih problema s internetskom vezom ili uređajem putem kojeg su spojeni na predavanje. Također, tvrde da je kvalitetniji kontakt uživo gdje predavač može vidjeti prema ponašanju studenata treba li mijenjati koncept i tijek predavanja (sporije, brže, glasnije, opuštenije). Uz to, više preferiraju kontakt uživo jer im koncentracija traje duže i imaju veću razinu aktivnog sudjelovanja u komunikaciji s profesorom. Pri tome smatraju kako dvosmjerna komunikacija izostaje u *online* modelu predavanja. Dio ispitanika koji pak preferira *online* nastavu smatra kako imaju mogućnost lakše i jednostavnije organizacije vremena te da ne gube vrijeme na putovanje, a uz to tvrde i kako su se neki materijali dobivali s različitim videima i vježbama, a što se može naknadno gledati. Zaključno, smatraju da su na taj način samostalno određivali tempo učenja koji im najviše odgovara.

Sukladno prethodnom pitanju, ispitanici su većinski odgovorili (75,9%) da je, za njih, nastava uživo učinkovitija. Naime, smatraju kako se za njih *online* nastava odrazila negativno jer su osjetili gubitak motivacije za učenjem, a prenošenje znanja im se općenito činilo otežano. Ostatak ispitanika koji se zalaže za *online* nastavu dodatno to obrazlaže kroz mišljenje da su *online* predavanja učinkovitija, fleksibilnija i konciznija.

Zatim je uslijedilo ispitivanje studentskog stava o nastavničkim preferencijama vezanim uz *online* ili nastavu uživo. Na pitanje preferiraju li nastavnici nastavu uživo ili *online*, 79,6% ispitanika dijeli mišljenje kako nastavnici isto kao i studenti preferiraju nastavu uživo (Grafikon 3).



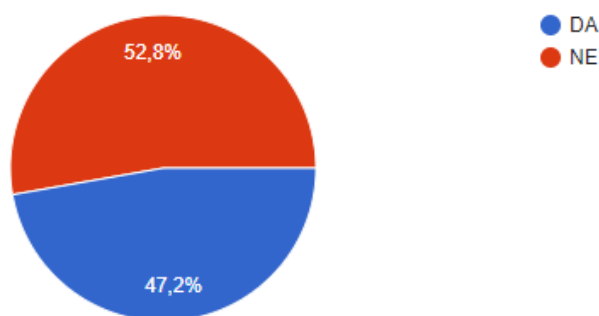
Grafikon 3. Stav studenata o nastavničkim preferencijama *online* nastave (N=108)

Ukratko su objasnili svoje mišljenje koje je slično njihovom vlastitom, a to znači da smatraju kako profesori imaju manju razinu povjerenja tijekom *online* predavanja u smislu dolazaka i prisutnosti na predavanju, praćenja nastavnog sadržaja te pisanja kolokvija ili ispita. Također, kao razlog zašto smatraju da i profesori više preferiraju nastavu uživo, naveli su da je većina njihovih profesora nepovjerljiva prema tehnologiji. Također, da profesori nisu zainteresirani za vlastiti razvoj informatičkih sposobnosti dok su neki jednostavno starije dobi i bilo im je potrebno znatno više vremena za prilagodbu i uspostavu kvalitetne komunikacije sa studentima.

Sukladno prethodnim pitanjima, istraživanjem je analiziran stav studenata o tome pruža li *online* nastava profesorima i studentima više slobodnog vremena nego nastava uživo gdje se većina ispitanika (78,7%) složila da takav oblik nastave pruža više slobodnog vremena.

Nakon analiziranih stavova studenata o nastavi uživo i *online*, istraživanjem je bilo važno utvrditi i upoznatost s ključnim pojmovima za ovaj rad. Prvo nas je zanimala upoznatost ispitanika s pojmovima medijske i informacijske pismenosti na što je više od polovice potvrdno odgovorilo na pitanje. Oni koji su potvrdno odgovorili su ukratko laički definirali medijsku pismenost kao potrebno znanje za uspješno korištenje raznih medija, zatim kao razumijevanje medija, medijskog sadržaja, kritičko promišljanje te analizu medijskog sadržaja. Nekolicina odgovora odnosila se na to da je medijska pismenost mogućnost odabira i usvajanja korisnih informacija i kao i razumjevanje te provjera njihove točnosti. Nadalje, informacijsku pismenost su definirali kao znanje koje pomaže u pronalasku, korištenju i primjećivanju kvalitetnih informacija od onih lažnih. Nekolicina je pak definirala informacijsku pismenost kao znanje o korištenju novih tehnologija te su se nadovezali na *online* nastavu i promatrali informacijsku pismenost kroz prizmu sposobnosti i vještine profesora/studenata za korištenje sve dostupne tehnologije za poboljšano odvijanje (hibridnog) predavanja.

Na pitanje jesu li upoznati s pojmom medijskog obrazovanja gotovo polovica ispitanika (52,8%) je odgovorila da nije upoznata (Grafikon 4).

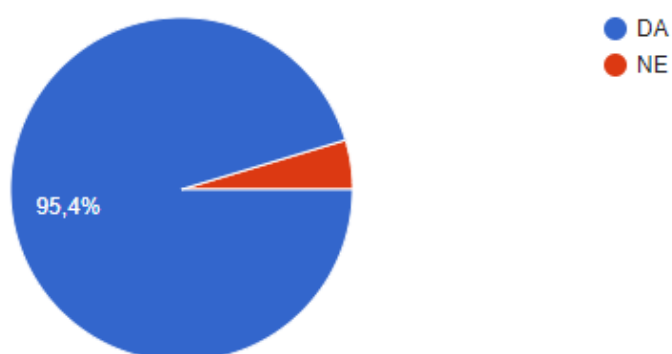


Grafikon 4. Upoznatost s pojmom medijskog obrazovanja (N=108)

Oni ispitanici koji su potvrdno odgovorili na prethodno pitanje ukratko su definirali medijsko obrazovanje kao učenje o medijima uz istovremeno stvaranje, analizu, razumijevanje i kritičko vrednovanje medijskih sadržaja u svrhu kvalitetnijeg aktivnog sudjelovanja u digitaliziranom društvu. Također, smatraju kako je medijsko obrazovanje edukacija ili samoedukacija putem medija, put prema stjecanju vještina medijske pismenosti te razvijanje svijesti medijskog utjecaja na svakodnevni život.

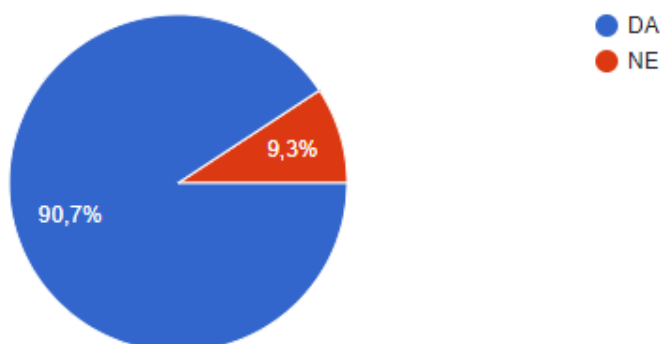
Mišljenja su i da medijsko obrazovanje omogućava pojedincima shvaćanje važnosti medija te da ih uči pametnom i kvalitetnom korištenju istih. Ovo pitanje opovrgnulo je našu drugu hipotezu koja je glasila da većina studenata zna definirati pojam medijskog obrazovanja. Iako je riječ o maloj razlici, ipak se samo 47,2% naših ispitanika izjasnilo da razumiju pojam medijskog obrazovanja.

Nakon što smo ispitili upoznatost s ključnim pojmovima, slijedila su pitanja o korištenju medija u informativne svrhe. Čak 95,4% ispitanika smatra kako se mediji mogu koristiti u informativne svrhe (Grafikon 5).



Grafikon 5. Korištenje medija u informativne svrhe (N=108)

Ipak, nešto manji postotak (90,7%) smatra kako se mediji mogu koristiti u edukativne svrhe (Grafikon 6).



Grafikon 6. Korištenje medija u edukativne svrhe (N=108)

Ispitanici su ukratko objasnili odgovor na pitanje korištenja medija u informativne svrhe. Smatraju kako se mediji primarno koriste u informativne svrhe te da pružaju korisnicima informacije u aktualnom vremenu dok istovremeno dopiru do široke javnosti. Također smatraju kako je putem medija jednostavnije pretraživanje i samostalno istraživanje o nekoj temi dok ipak treba paziti na dezinformacije.

Nadalje, ispitanici su ukratko objasnili odgovor i na pitanje korištenja medija u edukativne svrhe. U tom slučaju smatraju da mediji mogu služiti u svrhu edukacije putem raznih programa prilagođenih određenim dobnim skupinama kao što je primjerice organizacija predavanja i nastave za studente ili osnovnoškolce. Mišljenja su i da edukativna svrha medija vidi i u samoj integraciji medija u novonastale situacije kao što je epidemija COVID-19. Tvrde kako mediji omogućavaju jednostavnije širenje edukativnog sadržaja i nastavnih materijala poput prezentacija, članaka, seminara itd.

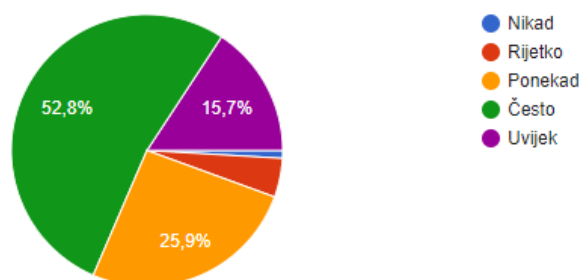
Na pitanje koje vrste medija osobno preferiraju koristiti u edukativne svrhe, više od polovice ispitanika (90%) je odgovorilo da koriste internet (Tablica 4).

Tablica 4. Korištenje medija u edukativne svrhe

Naziv medija:	N	%
TV	44	41%
Radio	17	16%
Tisak	21	19%
Internet	97	90%
Društvene mreže	43	40%
Knjiga	4	4%

Ispitanici su ukratko objasnili svoj odgovor na prethodno pitanje i naveli su da im internet omogućava brzo pronalaženje informacija, a da je knjiga medij u koji ipak imaju najviše povjerenja. Također, za internet smatraju kako im nudi mnoštvo tečaja, predavanja, znanstvenih časopisa, članaka, knjiga u *online* obliku koji su lako dostupni u bilo koje vrijeme.

Potom smo ih upitali koliko često samostalno koriste medije u edukativne svrhe. Ovdje je 15,7% ispitanika odgovorilo kako uvijek koristi medije u edukativne svrhe, dok je nešto više od polovice (52,8%) odgovorilo kako ih često koristi (Grafikon 7).



Grafikon 7. Koliko često koriste medije u edukativne svrhe (N=108)

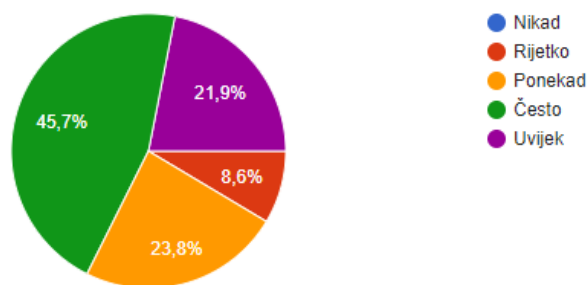
Na pitanje koje vrste medija preferiraju koristiti u informativne svrhe, više od polovice ispitanika odgovorilo je da koriste internet (82%) i društvene mreže (55%) što je vidljivo u Tablici 5.

Tablica 5. Korištenje medija u informativne svrhe

Naziv medija:	N	%
TV	52	48%
Radio	27	25%
Tisak	20	19%
Internet	89	82%
Društvene mreže	59	55%

S obzirom na to da je ovo pitanje također imalo mogućnost dodatnog upisa alata i višestrukog odgovora, ispitanici su ukratko objasnili odgovor na prethodno pitanje. Naveli su kako za informativne svrhe češće koriste internet jer je brži i jer im je uvijek pri ruci, ali ako žele detaljnije saznati stručne informacije o nekoj temi traže knjige.

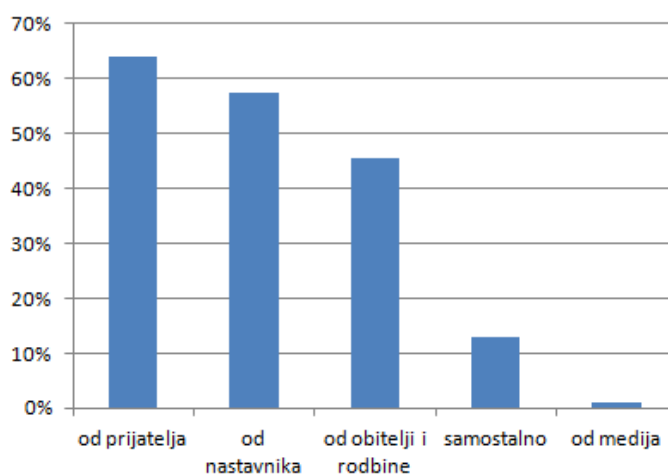
Potom smo ih upitali koliko često samostalno koriste medije u informativne svrhe, a 21,9% ispitanika odgovorilo je kako uvijek koriste medije u informativne svrhe, dok ih 45,7% koristi često (Grafikon 8).



Grafikon 8. Koliko često koriste medije u informativne svrhe (N=108)

Prethodnim setovima pitanja, odnosno propitkivanjem odnosa ispitanika prema medijima kao alatima za informiranje i educiranje, može se reći kako smo potvrdili prvu hipotezu koja je tvrdila kako studenti koriste medije u edukativne i informativne svrhe. Također, može se zaključiti kako prednost pri tome daju internetu zbog količine informacija, brzine i fleksibilnosti, ali da se ipak pouzdaju u knjigu koju također mogu pronaći i na internetu u digitalnom obliku.

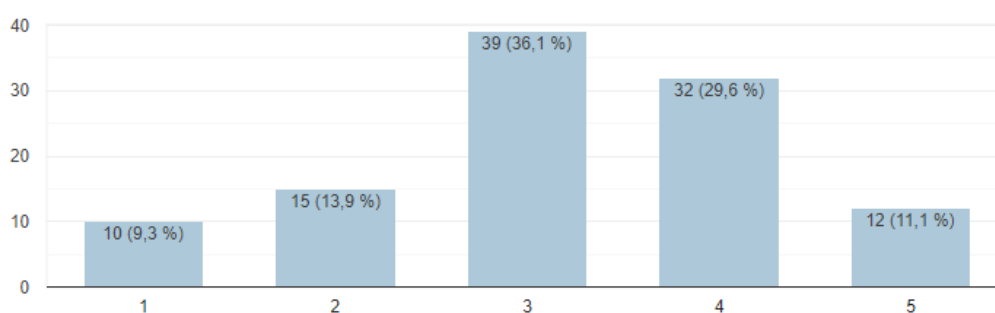
Nadalje, slijedilo je pitanje od koga su saznali za medije koje samostalno koriste. Ovo pitanje omogućavalo je dodatan upis i mogućnost višestrukog odgovora. Na ovo pitanje je 67% ispitanika odgovorilo kako je za medije čulo od prijatelja, 59% od nastavnika te 14% samostalnim istraživanjem (Grafikon 9).



Grafikon 9. Od koga su ispitanici saznali za medije koje samostalno koriste (N=108)

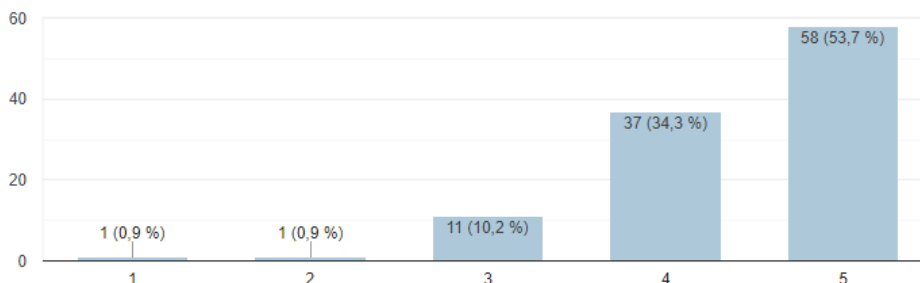
Nakon toga su uslijedile tvrdnje gdje su ispitanici trebali označiti u kojoj mjeri se slažu s navedenim. Nekolicina tvrdnji odnosila se na ispitanike, a ostatak na njihovo mišljenje o prilagodbi nastavnika na *online* alate. Sljedeći set pitanja sadrži Likertovu ljestvicu u kojoj broj 1 znači da se ispitanik u potpunosti ne slaže s postavljenom tvrdnjom, 2 označava djelomično neslaganje, 3 niti se slaže niti se ne slaže, 4 djelomično se slaže i 5 u potpunosti se slaže.

Tvrdnju da su mediji temeljni izvori znanja potvrdilo je 29,6%, no 36,1% ispitanika označilo je kako se niti slaže niti ne slaže s navedenom tvrdnjom (Grafikon 10).



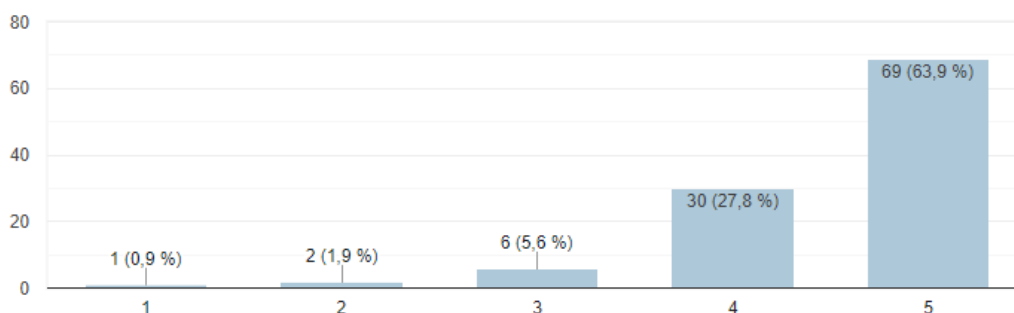
Grafikon 10. Mediji su temeljni izvori znanja (N=108)

Međutim, 38,9% ispitanika u potpunosti se slaže s tvrdnjom da su mediji temeljni izvori informacije, a 33,3% se djelomično slaže. Više od polovice ispitanika (53,7%) se u potpunosti slaže da mediji pružaju široki spektar informacija koje su lako dostupne i mogu se koristiti u informativne svrhe (Grafikon 11).



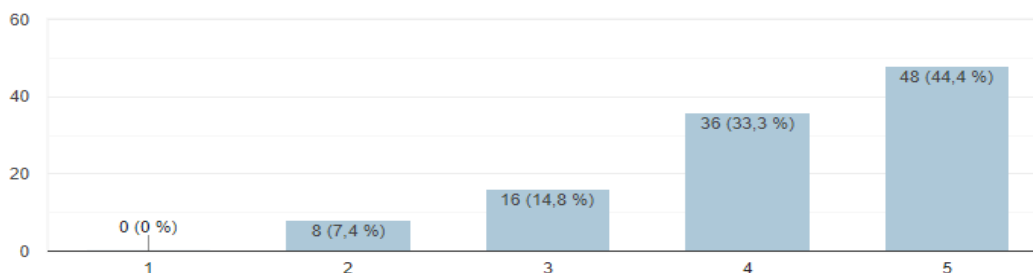
Grafikon 11. Mediji pružaju široki spektar informacija koje su lako dostupne i mogu se koristiti u informativne svrhe (N=108)

S tvrdnjom da upotreba medija u nastavi doprinosi boljem pamćenju djelomično se složilo 38,9% ispitanika, dok se čak 5,6% ispitanika u potpunosti nije složilo s navedenom tvrdnjom. Nadalje, čak 63,9% ispitanika u potpunosti se slaže kako se s razvojem novih tehnologija povećala i nužnost posjedovanja medijskih vještina (Grafikon 12), 68,5% da su nove tehnologije omogućile bržu razmjenu informacija, 74,1% da nove tehnologije omogućavaju povećanu proizvodnju i distribuciju informacija te 66,7% da je dostupnost informacija u današnje vrijeme omogućena samo jednim klikom.



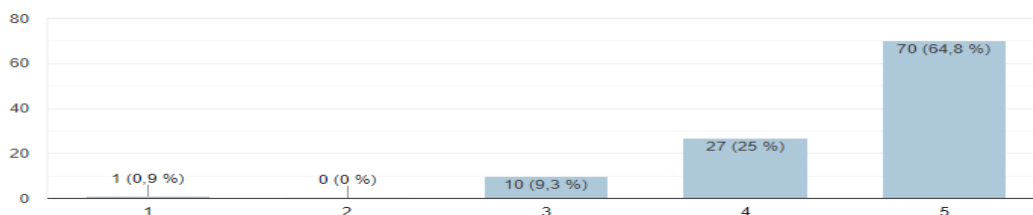
Grafikon 13. S razvojem novih tehnologija povećava se nužnost posjedovanja medijskih vještina (N=108)

Za tvrdnju da današnje generacije imaju mogućnost korištenja medijskih alata koje prethodne generacije nisu imale u potpunosti se složila većina ispitanika (78,7%). Zatim, nešto manje od polovice ispitanika (44,4%) se u potpunosti složilo s tvrdnjom da su obrazovne ustanove ključne za posredovanje znanja i vještina (Grafikon 13).



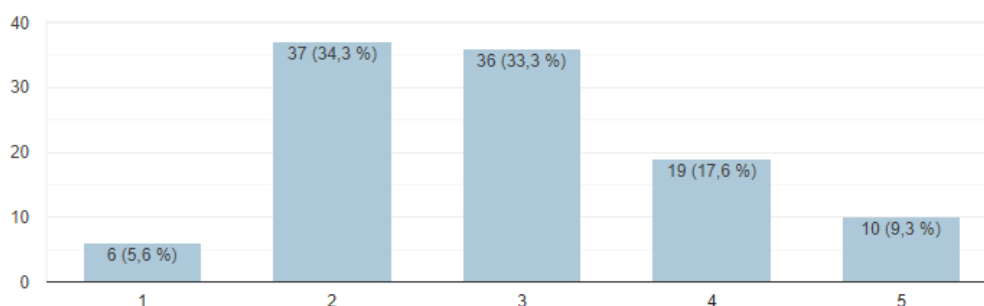
Grafikon 13. Obrazovne ustanove su ključne za posredovanje znanja i vještina medijske te informacijske pismenosti (N=108)

Sukladno tome, 64,8% ispitanika smatra kako obrazovne ustanove trebaju poticati kritičko vrednovanje medijskih sadržaja (Grafikon 14).



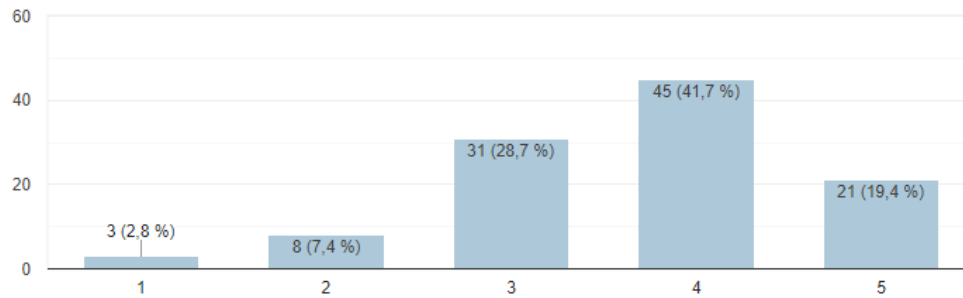
Grafikon 14. Obrazovne ustanove trebaju poticati kritičko vrednovanje medijskih sadržaja (N=108)

Nadalje, čak 61,1% ispitanika u potpunosti se slaže da obrazovni sustav treba pružiti nastavnicima resurse za organiziranje medijske nastave, a negativan stav ispitanika zabilježen je kod tvrdnje da djelatnici obrazovnog sustava posjeduju visoko razvijene medijske i informacijske kompetencije, gdje je većina ispitanika označila da se s navedenom tvrdnjom djelomično ne slaže (34,3%), odnosno da se niti slažu niti ne slažu (33,3%) što je vidljivo u Grafikonu 15.



Grafikon 15. Djelatnici u obrazovnom sustavu posjeduju visoko razvijene medijske informacijske kompetencije (N=108)

Tvrdnju da nastavnici svakodnevno u radu sa studentima koriste različite medije kao korisne izvore informacija djelomično je potvrdilo 41,7 % ispitanika (Grafikon 16).



Grafikon 16. Nastavnici svakodnevno u radu sa studentima koriste različite medije kao korisne izvore informacija (N=108)

Stavovi studenata na prethodni set pitanja o nastavnicima i korištenju medijskih alata nagovještavaju kako je treća hipoteza koja tvrdi da nastavnici nemaju dovoljno kompetencija za implementaciju medijskih alata u *online* nastavi, potvrđena. Navedeno iskustvo ispitane skupine studenata potvrdilo je ono što smo u radu naveli kroz teoriju – nedovoljno medijsko obrazovanje djelatnika koji i sami trebaju prenositi medijsko znanje, ali i znanje o medijima.

6. Rasprava

Mediji se danas prožimaju kroz svaki aspekt našeg života, a upravo je zbog toga od izuzetne važnosti medijsko obrazovanje koje naknadno rezultira određenom razinom medijske pismenosti. Iako su donositelji odluka u društvu toga najčešće svjesni, ipak ne provode zakonske regulative i nemaju adekvatan plan za medijsko obrazovanje u obaveznom nastavnom programu. Upravo to nas je motiviralo za ovaj diplomski rad kako bi se utvrdilo koliko je medijsko obrazovanje zaista zastupljeno u nastavi, a koliko se koriste mediji u informativne i edukativne svrhe kod odabrane studentske populacije.

Početna točka istraživanja bila je određivanje hipoteza. Prva hipoteza je tvrdila da studenti koriste medije u informativne i edukativne svrhe. Druga hipoteza pretpostavlja da većina studenata zna definirati pojam medijskog obrazovanja. Posljednja, treća hipoteza pretpostavlja da, prema mišljenju i iskustvu studenata, nastavnici nemaju dovoljno kompetencija za implementaciju medijskih alata u *online* nastavu. Istraživanje je provedeno *online* putem, a uključivalo je studentsku populaciju u Republici Hrvatskoj. Temeljem dobivenih rezultata istraživanja možemo reći kako su dvije od tri prethodno postavljene hipoteze potvrđene.

Dobiveni rezultati otkrili su kako studenti koriste medije u informativne i edukativne svrhe, a da je nešto manje od polovice ispitanika upoznato s pojmom medijskog obrazovanja. Također, iskustvo ispitanih studenata potvrdilo je i posljednju hipotezu o nedovoljnom medijskom obrazovanju profesora. Istraživanje i teorija su potvrdili kako su obrazovne institucije ključne za posredovanje medijskog znanja i obrazovanja, a da isto tako trebaju poticati kritičko vrednovanje medijskih sadržaja. Problem se javlja u nedovoljnom angažmanu upravnih tijela koja imaju moć uvrstiti medijsko obrazovanje i učenje o medijima kao poseban nastavni predmet od samog početka školovanja.

Pomoću teorijske osnove i konkretnog istraživanja, možemo zaključiti kako niti studenti nisu u potpunosti upoznati sa značenjem pojma medijskog obrazovanja. Kombinacijom studentskog (ne)znanja i njihovog iskustva s nastavnim djelatnicima ukazuje na nužnost provedbe medijskog obrazovanja odraslih koji sami nemaju dovoljno motivacije ili sredstava za učenje o medijima i s medijima. Ovo je izuzetno važno jer nastavnici koji su svjesni uporabe medija u nastavi uživo ili *online* nastavi imaju potencijal izgraditi (medijski) pismenije osobe koje će u svakom trenutku znati „pročitati“ medij i njegov sadržaj, moći pokrenuti pozitivne promjene u društvu i iskoristiti pun potencijal medija.

7. Zaključak

Tema ovog diplomskog rada bili su stavovi studenata o medijskom obrazovanju i uporabi medija u informativne i edukativne svrhe. Rad se sastojao od dva dijela, teorijskog i istraživačkog. U uvodnom teorijskom dijelu upoznali smo se s pojmom medija, kratkom povijesti medijskog obrazovanja, medijskom pismenošću i stanjem istog u Republici Hrvatskoj. To nam je služilo kao osnova za bolje razumijevanje samih pojmova, ali i promjena koje donose.

Nadalje, teorijska analiza nam je pružila podlogu za istraživanje na konkretnoj javnosti za koju se smatra da je budućnost zemlje. Postavili smo tri hipoteze od kojih smo jednu opovrgnuli, a ostale dvije potvrdili. Studenti smatraju kako su obrazovne ustanove ključne za posredovanje znanja i vještina medijske pismenosti te da se nastavnicima trebaju omogućiti resursi za organiziranje medijske nastave. Uz pomoć teorijske osnove i konkretnog istraživanja, možemo zaključiti kako medijsko obrazovanje zajedno s medijskom pismenošću ima veliku ulogu u kreiranju stavova o medijima, stoga je važno obrazovanje kako bi se stav o medijskom utjecaj kretao u pozitivnom smjeru.

Živeći u svijetu napretka medija i informacija, svakodnevno se služimo različitim digitalnim alatima. Suvremene tehnologije omogućavaju korisnicima kreiranje vlastitih materijala u različitim formatima, interakciju i dijeljenje sadržaja s drugima. U okviru ove teme postavljalo se pitanje jesu li nastavnici adekvatno pristupili pruženim mogućnostima obrazovnog programa te jesu li se oslonili na korištenje tradicionalnih medija ili su prihvatili mogućnosti novih tehnologija. Veliki broj djelatnika u obrazovnom sustavu nije bilo spremno za inicijative koje nisu bile u redovnim okvirima nastave. Odgovornost nastavnika očitovala se kroz brigu o kvaliteti sadržaja koji je bio plasiran prema mladim ljudima putem informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Pandemija je pomaknula granice standardnog učenja i dolaženja do potrebnog sadržaja. Omogućila je potragu za onim što je potrebno, odnosno samostalno istraživanje.

S napretkom tehnologije mijenja se i naša percepcija prema okolini. Bez obzira na moć nove tehnologije *online* učenje neće u potpunosti zamjeniti učenje licem u lice. Trebamo biti svjesni da su mediji sustav koji se neprestano mijenja i sastavni su dio modernog društva. Važno je istaknuti kako novi mediji povećavaju potencijal za aktivno sudjelovanje pojedinca i promjene u društvu, a da su za to prijeko potrebne zakonske regulative i održive obrazovne inicijative u

sklopu medijskog obrazovanja. To znači da medijsko obrazovanje treba biti usmjereno na sve uzraste i na budućnost te se na njega treba gledati kao na koncept cjeloživotnog učenja.

Dosadašnja istraživanja pokazala su kako učenici imaju pristup svim medijima čime se nameće dužnost kvalitetnog medijskog obrazovanja kroz nastavne programe. Također, formalni obrazovni sustav i dalje nema adekvatnu mjeru za uvođenje medijskog obrazovanja u školski kurikulum. Nadalje, za uspješno medijsko opismenjavanje osoba mlađe životne dobi nužna je suradnja djelatnika unutar obrazovnog sustava, no problem je u tome što nastavnici, koji ih pripremaju za snalaženje u životnim okolnostima, ni sami se ne znaju pravilno služiti medijima. Osim tijekom studija, nastavnicima je potrebno omogućiti cjeloživotno medijsko obrazovanje s obzirom na to da je riječ o području koje se stalno razvija.

8. Popis korištene literature

1. Arifani, Y. i Bawanti, Putri K. D. (2021.) Students' Perceptions of Using Zoom Application on Mobile Phone in Improving Speaking Skills During Online Learning at Ban Loeiwangsai School, Loei Province, Thailand, *Journal of English Teaching, Literature, and Applied Linguistics*, sv. 5 (1): 54-61.
2. Auferheide, P. (1993.) *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*, Queenstown Maryland: Communications and Society Program, the Aspen Institute.
3. Blašković, L. i Mandušić, D. (2018.) Utjecaj korištenja sustava za e-učenje na uspješnost učenja studenata agronomskog fakulteta, *Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva*, sv. 80 (2): 117- 127.
4. Buckingham, D. (2007.) Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet, *Research in Comparative and International Education*, sv. 2 (1): 1-13.
5. Ciboci, L. (2018.) Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu, *Medijske studije*, sv. 9 (17): 23-46.
6. Ciboci Perša, L., Levak, T., Beljo, A. (2021.) Kritičko vrednovanje dezinformacija u medijima unutar formalnog obrazovnog sustava u vrijeme pandemije koronavirusa, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, sv. 59 (3): 557-575.
7. Ciboci, L., Osmančević, L. (2015.) Kompetentnost nastavnika hrvatskog jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama (121-139). U: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.) *Medijska pismenost- preduvjet za odgovorne medije, Zbornik radova sa 5. regionalne konferencije*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, str. 1- 139.
8. Cetina, E. (2012). Akademska mreža Merlin kao novi način rada u sveučilišnoj nastavi, *Pravnik: časopis za pravna i društvena pitanja*, sv. 46 (92): 155-156.
9. Dukić, D. i Mađarić S. (2012.) Online učenje u hrvatskom visokom obrazovanju, *Tehnički glasnik*, sv. 6 (1): 69-72.
10. Dulčić, D. (2014.) Masovni mediji i postmoderno društvo, *Mediji, kultura i odnosi s javnostima*, sv. 5 (1): 87-97.

11. Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018.) Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi, *Communication Management Review*, sv. 4 (1): 270-283.
12. Ivić, V., Blagojević, L. (2022.) Korištenje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom učenika i studenata prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19, *Napredak: časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*, sv. 163 (1-2): 93–113.
13. Erjavec, K., Zgrabljic Rotar, N. (2000.) Odgoj za medije u školama u svijetu Hrvatski model medijskog odgoja, *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, sv. 6 (1): 89 – 107.
14. Fedorov, A. (2008.) Media Education around the World: Brief History, *Acta Didactica Napocensia*, sv. 1 (2): 2-14.
15. Fedorov, A. (2011.) Modern Media Education Models, *Acta Didactica Napocensia*, sv. 4 (2): 1-10.
16. Gabelica-Šupljika, M. (2009.) Zašto je važno da djeca budu medijski pismena? Pogled iz Ureda pravobraniteljice za djecu (62-69). U: Hadžiselimović, Dž., Plavšić, M., Predgrad J., Rusijan Ljuština, V. (ur.) *Psihologija mediji etika, iskustva i promišljanja za bolju suradnju*, Pula: Društvo psihologa Istre- Associazione psicologi dell'Istria, Naklada Slap, str. 7-171.
17. Gabrilo, G. i Rodek, J. (2009.) Učenje putem interneta – mišljenja i stavovi studenata, *Školski vjesnik: časopis za pedagoški teoriju i praksu*, sv. 58 (3): 281-299.
18. Ghani, A., Minhas, S., Hussain, T., Sajid, K., & Pakistan, L. (2021.) Exploring students online learning: A study of zoom application, *Gazi University Journal of Science*, sv.34 (2): 171-178.
19. Gitlin, T. (1990.) *Media literacy: education for a technological age*, Center for Media Literacy.
20. Grmuša, T. (2020.) Valentina Majdenić, *Mediji, tekst, kultura*, Zagreb: Naklada Ljevak, 191 str., *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, sv. 26 (2): 156 - 158.
21. Grmuša, T. (2016.) Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije: zbornik radova s 5. regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija, ur. Viktorija Car, Lejla Turčilo, Marijana Matović. Sarajevo: Fakultet političkih nauka, 2015., 150 str., *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, sv. 22 (1): 170 - 172.

22. Jukić, D. (2017.) Tehnička pripremljenost i motiviranost studenata hrvatskih sveučilišta za online oblik nastave, *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, sv. 63 (1): 93-102.
23. Jurčić, D. (2017.) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, sv. 21 (1): 127-136.
24. Kanižaj, I., Car, V. (2015.) Hrvatska: nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti. U: Car V., Turčilo L., Matović, M. (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, str. 19-38.
25. Katavić, I., Milojević, D., Šimunković, M. (2018.) Izazovi i perspektive online obrazovanja u Republici Hrvatskoj, *Obrazovanje za poduzetništvo- E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, sv. 8 (1): 95-107.
26. Kellner, D., Share, J. (2005.) Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy, *Discourse: studies in the cultural politics of education*, sv. 26 (3): 369-386.
27. Kiryakova, G. (2009.) Review of distance education, *Trakia Journal of Sciences*, sv. 7 (3): 29-34.
28. Krajina, Z., Perišin, T. (2008.) Digitalne vijesti: Mediji, tehnologija i društvo, *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja*, sv. 18 (6) (104): 935-956.
29. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006.) Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, 2. izdanje, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert Stiftung.
30. Labaš, D. (2015.) Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije, *Knjižničar/Knjižničarka: e-časopis Knjižničarskog društva Rijeka*, sv. 6 (6): 22-32.
31. Labaš, D., Marinčić, P. (2016.) Mediji kao sredstvo zabave u očima djece, *MediANali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, sv. 12 (15): 1-32.
32. Labaš, D., Begović, P. (2021.) Medijske navike, povjerenje publike i lažne vijesti u doba koronavirusa, *Communication Management Review*, sv. 6 (1) : 6-28.
33. Lamza Posavec, V. (2011.) *Kvantitativne metode istraživanja: anketa i analiza sadržaja*, Zagreb: Fakultet hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu.
34. Lee, A. Y. L. (2010.) Media Educatin: Definitions, Approaches and Development around the Globe, *New Horizons in Education*, sv. 58 (3): 1-13.
35. Livingstone, S. (2004.) What is media literacy?, *Intermedia*, sv. 32 (3): 18-20.
36. Majdenić, V. (2019.) *Mediji, tekst i kultura*, Naklada Ljevak, Zagreb.

37. Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., Kurtić, N. (ur.). (2014). *Masovno komuniciranje*, Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga.
38. Marin, G. (2019.) Sustavi e-učenja u promicanju novih pristupa vrednovanja, *Magistra ladertina*, sv. 14 (1): 1-22.
39. Martin, L. i Tapp, D. (2019.) Teaching with Teams: An introduction to teaching an undergraduate law module using Microsoft Teams, *Innovative Practice in Higher Education*, sv. 3 (3), 58-66.
40. Milas, G. (2005.) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, 1. izdanje, Zagreb: Naklada Slap.
41. Martinović, Z. (2018.) Otvoreni sustavi za učenje na daljinu, U: I. Hebrang Grgić, (ur.), *Otvorenost u znanosti i visokom obrazovanju*, Zagreb: Školska knjiga, str. 144-152.
42. Nadrljanski, M., Nadrljanski, Đ., Bilić, M. (2007.) Digitalni mediji u obrazovanju, *I. međunarodna znanstvena konferencija "The Future of Information Sciences (INFuture2007) : Digital Information and Heritage": zbornik radova*, str. 527-537 .
43. Peruško, Z. (2011.) Uvod u medije, *Politička misao: časopis za politologiju*, sv. 48 (1): 254-257.
44. Peruško, Z. (2011.) *Uvod u medije*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
45. Perse, E. M., Lambe, J. (2017.) *Media Effects and Society*, 2. izdanje, New York: Routledge.
46. Potter, W. J. (2019.) *Media Literacy*, 9. izdanje, Los Angeles: SAGE.
47. Reichmayr, I. F. (2001.) *U prilog medijskog obrazovanju*, Media Online.
48. Rodek, S. (2011.) Novi mediji i nova kultura učenja, *Napredak: Časopis za interdisciplinirana istraživanja u odgoju i obrazovanju*, sv. 152 (1): 9-28.
49. Stanić, I., Mlinarević, I., Novoselić, M. (2017.) Medijske kompetencije učitelja razredne nastave, *Life and school: journal for the theory and practice of education = Leben und schule*, sv. LXIII (1): 69 - 81.
50. Shahinaz A. O. B. (2017.). The impact of Google classroom application on the teaching efficiency of pre-teachers, *International Journal of Social Sciences and Education*, sv. 7(2): 45-54.
51. Struges P., Gastinger A. (2010.) Information Literacy as a Human Right, *Libri*, sv. 60: 195-202.
52. Špiranec, S., (2011) Suvremeni pristupi učenju ili pledoaje za informacijsku pismenost, *Zrno*, sv. 97 – 98 (123 – 124): 5 – 8.

53. Špiranec, S., Banek Zorica, M., Lasić-Lazić, J. (2012.) Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeno u informacijskom opismenjivanju, *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, sv. 18 (1): 125-142.
54. Thoman, E., Jolls, T. (2004.) *Media Literacy – A National Priority for a Changing World*. *American Behavioral Scientist*, sv. 48 (1): 18-29.
55. Tsvietkova, H., Beskors, O., Pryimenko, L. (2020.) Development of media education in Canada: a brief history, *The International Conference on History, Theory and Methodology of Learning*, sv. 75: 1-10.
56. Vajzović, E., Hibert, M., Turčilo, L., Vučetić, V. i Silajdžić, L. (2021.) *Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
57. Visinko, K. (2014.) *Čitanje: poučavanje i učenje*, Zagreb: Školska knjiga.
58. Vorderer, P., Park, D. W., Lutz, S. (2020.) A History of Media Effects Research Traditions. U: Oliver M. B., Raney Arthur A., Bryant J., (ur.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 1. izdanje, New York: Routledge.
59. Vrkić Dimić, J. (2014.) Suvremeni oblici pismenosti, *Školski vjesnik: časopis za pedagošku teoriju u praksi*, sv. 63 (3): 381-394.
60. Webber, S. i Johnston, B. (2000.) Conceptions of information literacy: new perspectives and implications, *Journal of Information Science*, sv. 26 (6(2000.)): 381.-397.
61. Zgrabljic Rotar, N. (2017.) Novi mediji digitalnog doba. U: Josić, Lj., ur. *Informacijska tehnologija i mediji 2016.*, Zagreb: Hrvatski studiji sveučilišta u Zagrebu.
62. Zgrabljic Rotar, N. (2005.) Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji, str. 9-44, u: Zgrabljic Rotar, N. (ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar.
63. Zgrebec, A. (2020.) E-učenje kao motivator: istraživanje stavova studenata Fakulteta političkih znanosti, *Mali Levijatan*, sv:7 (1): 50-63.
64. Žitinski, M. (2009.) Što je medijska pismenost?, *Obnovljeni Život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, sv. 64 (2): 233-245.

Internetski izvori

1. Assembly.coe.int (2022.) „Parliamentary Assembly“, <http://www.assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTMLen.asp?fileid=16811&lang=enwww.vs.edu.mk> (stranica posjećena 27. srpnja 2022.).
2. Bacaci-sjenki.hr (2021.) „O nama – Bacači Sjenki“, (<https://bacaci-sjenki.hr/about/>) (stranica posjećena 22. srpnja 2022.).
3. Djecamedija.org (2022.) „Djeca medija“, <https://djecamedija.org/> (stranica posjećena 29. srpnja 2022.).
4. Gong.hr (2017.) „Važnost medijskog obrazovanja“, <https://gong.hr/2017/10/30/vaznost-medijskog-obraz/>, (stranica posjećena 27. srpnja 2022.).
5. Go-travels.com (2022.) „Saznajte više o Google Učionici“, <https://hr.go-travels.com/38235-what-is-google-classroom-4082285-1084862> (stranica posjećena 25. srpnja 2022.).
6. Hrt.hr (2022.) „Leksikon Hrvatske radiotelevizije“, <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/k/konvergencija-medija> (stranica posjećena 20. srpnja 2022.).
7. Kučina Softić, S. (2022.) „E-učenje i online tečajevi“, https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&view=bt&ver=1r3avea29p7xl#attid%253Datt_18321f964cc09d5f_0.12_cfac1f11_6c01fab9_4d078964_85e9c554_a536cb6a%25252Fkucina-softic-2022-e_uchenje_i_online_tecajevi-srce_536-5dzq wz-s.pptx, (stranica posjećena 10. rujna 2022.).
8. Media-education.journalism.hk, „UNESCO & Media Education“ (2012.) http://media-education.journalism.hkbu.edu.hk/?page_id=232, (stranica posjećena 19. srpnja 2022.).
9. Medijskapismenost.ba (2021.) „Alati za online saradnju i komuniciranje – Zoom i MS Teams“, <https://medijskapismenost.ba/hr/alati-za-online-saradnju-i-komuniciranje-zoom-i-ms-teams-2/> (stranica posjećena 28. srpnja 2022.).
10. Milunesco.unaoc.org (2008.) „Grunwald Declaration on Media Education“, <https://milunesco.unaoc.org/mil-resources/grunwald-declaration-on-media-education/> (stranica posjećena 19. srpnja 2022.).
11. Moodle (2022.) „Moodle Statistics“, <https://moodle.net/stats> (stranica posjećena 09. rujna 2022.).
12. Mov.com.hr (2021.) „Medijsko obrazovanje je važno.MOV“, <https://mov.com.hr/> (stranica posjećena 29. srpnja 2022.).

13. Mzo.gov.hr (2011.) „Nacionalni okvirni kurikulum“, /[Nacionalni okvirni kurikulum.pdf](https://mzos.hr/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf) (mzos.hr) (stranica posjećena 26. srpnja 2022.).
14. Mzo.gov.hr (2020.) „e-Škole: Razvoj sustava digitalno zrelih škola“, <https://mzo.gov.hr/vijesti/e-skole-razvoj-sustava-digitalno-zrelih-skola-ii-faza/3952> (stranica posjećena 18. kolovoza 2022.).
15. Mzo.gov.hr (2022.) „Microsoft Teams za obrazovanje“, https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/InformacijskaInfrastruktura/JavnaVUiJavniZI/TeamsforEducation_QuickGuide_hr-HR.PDF (stranica posjećena 29. srpnja 2022.).
16. Poston, J., Shawn, A., Richardson, K. (2020.) „Encompass Using Microsoft Teams to Enhance Engagement and Learning Using Microsoft Teams to Enhance Engagement and Learning with Any Class: It's Fun and Easy “, https://www.researchgate.net/publication/344842183_Encompass_Encompass_Using_Microsoft_Teams_to_Enhance_Engagement_and_Learning_Using_Microsoft_Teams_to_Enhance_Engagement_and_Learning_with_Any_Class_It's_Fun_and_Easy_with_Any_Class_It's_Fun_and_Easy (stranica posjećena 08. rujna 2022.).
17. Shaharane, I. N. M., Jamil, J. M., Rodzi, A. S. S. M. (2016.) „The application of Google Classroom as a tool for teaching and learning“, https://www.researchgate.net/publication/313717807_The_application_of_Google_Classroom_as_a_tool_for_teaching_and_learning (stranica posjećena 08. rujna 2022.).
18. Srce (2022.) „Što je AAI@EduHr?“, <http://www.aaiedu.hr/o-sustavu/sto-je-aaieduhr> (stranica posjećena 09. rujna 2022.).
19. Sukhova, M. (2016.) „Digital Transformation: History, Present, and Future Trends“ *Auriga.com*, <https://auriga.com/blog/2016/digital-transformation-history-present-and-future-trends/> (stranica posjećena 22. srpnja 2022.).
20. Unesdoc Digital Library (1982.) „International Symposium on Education of the Public in the Use of Mass Media: Problems, Trends and Prospects“, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052766_eng (stranica posjećena 20. srpnja 2022.).
21. Unicef.org (2020.) „Izgradnja na krizu otpornih obrazovnih sustava tijekom i nakon pandemije COVID-19“, <https://www.unicef.org/croatia/izvjesca/izgradnja-na-krizu-otpornih-obrazovnih-sustava-tijekom-i-nakon-pandemije-covid-19> (stranica posjećena 08. rujna 2022.).
22. Vegas, E. (2022.) „Educational technology post-COVID-19: A missed opportunity?“, <https://www.brookings.edu/blog/education-plus-development/2022/03/11/education-technology-post-covid-19-a-missed-opportunity/> (stranica posjećena 18. kolovoza 2022.).

9. Popis grafikona i tablica

Grafikon 1. *Online* nastava tijekom pandemije

Grafikon 2. Provođenje nastave za vrijeme pandemije koronavirusa

Grafikon 3. Stav studenata o nastavničkim preferencijama *online* nastave

Grafikon 4. Upoznatost s pojmom medijskog obrazovanja

Grafikon 5. Korištenje medija u informativne svrhe

Grafikon 6. Korištenje medija u edukativne svrhe

Grafikon 7. Koliko često koriste medije u edukativne svrhe

Grafikon 8. Koliko često koriste medije u informativne svrhe

Grafikon 9. Od koga su ispitanici saznali za medije koje samostalno koriste

Grafikon 10. Mediji su temeljni izvori znanja

Grafikon 11. Mediji pružaju široki spektar informacija koje su lako dostupne i mogu se koristiti u informativne svrhe

Grafikon 12. S razvojem novih tehnologija povećava se nužnost posjedovanja medijskih vještina

Grafikon 13. Obrazovne ustanove su ključne za posredovanje znanja i vještina medijske te informacijske pismenosti

Grafikon 14. Obrazovne ustanove trebaju poticati kritičko vrednovanje medijskih sadržaja

Grafikon 15. Djelatnici u obrazovnom sustavu posjeduju visoko razvijene medijske informacijske kompetencije

Grafikon 16. Nastavnici svakodnevno u radu sa studentima koriste različite medije kao korisne izvore informacija

Tablica 1. Upoznatost ispitanika s medijskim alatima

Tablica 2. Korištenje medijskih alata u edukativne svrhe

Tablica 3. Korištenje medijskih alata tijekom *online* nastave

Tablica 4. Korištenje medija u edukativne svrhe

Tablica 5. Korištenje medija u informativne svrhe

10. Prilozi

ANKETNI UPITNIK

1. Spol: M Ž
2. Dob: _____
3. Za koje ste *online* alate čuli? (više mogućnosti odgovora)
 - E-mail
 - Merlin
 - Loomen
 - Microsoft Teams
 - Skype
 - Google Classroom
 - Zoom
 - Neke druge (navesti koje):
4. Koje ste *online* alate aktivno koristili u edukativne svrhe? (više mogućnosti odgovora)
 - E-mail
 - Merlin
 - Loomen
 - Microsoft Teams
 - Skype
 - Google Classroom
 - Zoom
 - Neke druge (navesti koje):
5. Tijekom pandemije, jeste li imali *online* nastavu?
DA NE
6. *Online* nastava održavana je:
 - na svim predmetima
 - djelomično
 - nije održavana

7. Na koji način se nastava provodila?

- uživo
- *online*
- hibridno

8. Koje medijske alate ste koristili tijekom *online* nastave zajedno s nastavnicima? (više mogućnosti odgovora)

- E-mail
- Merlin
- Loomen
- Microsoft Teams
- Skype
- Google Classroom
- Zoom
- Neke druge (navesti koje):

9. Preferirate li nastavu uživo ili *online*.

- Uživo
- *Online*

10. Ukratko objasnite vaš odgovor na prethodno pitanje. _____

11. Koji oblik nastave smatrate efikasnijim?

- Uživo
- *Online*

12. Ukratko objasnite vaš odgovor na prethodno pitanje. _____

13. Po vašem mišljenju, preferiraju li nastavnici nastavu uživo ili *online*.

- Uživo
- *Online*

14. Ukratko objasnite vaš odgovor na prethodno pitanje. _____

15. Smatrate li da online nastava pruža nastavnicima i studentima više slobodnog vremena nego nastava uživo.

DA NE

16. Jeste li upoznati s pojmom medijskog obrazovanja?

DA NE

17. Ako je vaš odgovor DA, ukratko objasnite pojam medijskog obrazovanja. _____

18. Jeste li upoznati s pojmovima medijske i informacijske pismenosti?

DA NE

19. Ako je vaš odgovor DA, ukratko objasnite navedene pojmove. _____

20. Smatrate li da se mediji mogu koristiti u informativne svrhe?

DA NE

21. Objasnite odgovor na prethodno pitanje. _____

22. Smatrate li da se mediji mogu koristiti u edukativne svrhe?

DA NE

23. Objasnite odgovor na prethodno pitanje. _____

24. Koje vrste medija preferirate koristiti u edukativne svrhe? (više mogućnosti odgovora)

- TV
- Radio
- Tisak
- Internet
- Društvene mreže
- Neke druge (navesti koje):

25. Objasnite odgovor na prethodno pitanje. _____

26. Koliko često samostalno koristite medije u edukativne svrhe?

- Nikad
- Rijetko
- Ponekad
- Često
- Uvijek

27. Koje vrste medija preferirate koristiti u informativne svrhe? (više mogućnosti odgovora)

- TV
- Radio
- Tisak
- Internet
- Društvene mreže
- Neke druge (navesti koje):

28. Objasnite odgovor na prethodno pitanje. _____

29. Koliko često samostalno koristite medije u informativne svrhe?

- Nikad
- Rijetko
- Povremeno
- Često
- Uvijek

30. Kako ste saznali za medije koje samostalno koristite? (više mogućnosti odgovora)

- od prijatelja
- od nastavnika
- od obitelji i rodbine
- nešto drugo (navesti od koga):

Na sljedećim tvrdnjama, označite broj na skali od 1 do 5 koji se odnosi na vas gdje je 1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – djelomično se ne slažem, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – djelomično se slažem, 5 – u potpunosti se slažem.

1. Koristim medije u informativne svrhe. 1 2 3 4 5

2. Koristim medije u edukativne svrhe. 1 2 3 4 5
3. Mediji su temeljni izvori znanja. 1 2 3 4 5
4. Mediji su temeljni izvori informacija. 1 2 3 4 5
5. Mediji pružaju široki spektar informacija koje su lako dostupne i mogu se koristiti u informativne svrhe. 1 2 3 4 5
6. Upotreba medija u nastavi doprinosi boljem pamćenju. 1 2 3 4 5
7. S razvojem novih tehnologija povećava se nužnost posjedovanja medijskih vještina. 1 2 3 4 5
8. Razvoj novih tehnologija omogućio je bržu razmjenu informacija. 1 2 3 4 5
9. Razvoj novih tehnologija omogućio je povećanu proizvodnju i distribuciju informacija. 1 2 3 4 5
10. Dostupnost informacija danas je omogućena samo jednim klikom. 1 2 3 4 5
11. Današnje generacije imaju mogućnost korištenja medijskih alata koje prethodne generacije nisu imale. 1 2 3 4 5
12. Obrazovne ustanove su ključne za posredovanje znanja i vještina medijske te informacijske pismenosti. 1 2 3 4 5
13. Obrazovne ustanove trebaju poticati kritičko vrednovanje medijskih sadržaja. 1 2 3 4 5
14. Kritičko vrednovanje dostupnih informacija u medijima vrednuju medijska i informacijska pismenost. 1 2 3 4 5

Na sljedećim tvrdnjama, označite broj na skali od 1 do 5 koji se odnosi na nastavnike gdje je 1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – djelomično se ne slažem, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – djelomično se slažem, 5 – u potpunosti se slažem.

1. Obrazovni sustav treba pružiti nastavnicima resurse za organiziranje medijske nastave. 1 2 3 4 5
2. Djelatnici u obrazovnom sustavu posjeduju visoko razvijene medijske i informacijske kompetencije. 1 2 3 4 5
3. Nastavnici svakodnevno u radu sa studentima koriste različite medije kao korisne izvore informacija. 1 2 3 4 5