

Važnost medijske pismenosti za konzumente medija

Bareza, Lina

Undergraduate thesis / Završni 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:111:251714>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-29**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Lina Bareza

**VAŽNOST MEDIJSKE PISMENOSTI
ZA KONZUMENTE MEDIJA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2022.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

LINA BAREZA

**VAŽNOST MEDIJSKE PISMENOSTI
ZA KONZUMENTE MEDIJA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš
Sumentor: mag.philol.angl. et mag.ling. Daria Mateljak

Zagreb, 2022.

Sadržaj

Sadržaj	4
Sažetak	5
Abstract	6
1. Uvod	7
2. Medijalizacija društva	8
3. Medijska pismenost	9
3. 1. Razvoj pojma pismenosti	10
3. 2. Medijska pismenost	10
3. 3. Medijska pismenost i srodne vrste pismenosti	13
4. Edukacija u području medijske pismenosti i kritičko mišljenje	15
4. 1. Važnost medijske pismenosti u borbi protiv dezinformacija	15
4. 2. Edukacija medijske pismenosti i kritičko mišljenje	16
5. Emocionalna pismenost u kontekstu medijske pismenosti	19
6. Zaključak	21
Popis literature	22

Sažetak

Medijska pismenost je proširena konceptualizacija pismenosti koja uključuje mogućnost pristupa i analize medijskih poruka, kao i stvaranje, promišljanje i poduzimanje radnji, koristeći moć informacija i komunikacije. Medijska pismenost nije ograničena na jedan medij i shvaća se kao skup kompetencija koje su bitne za rad, život i građanstvo. Obrazovanje medijske pismenosti je proces koji se koristi za unapređenje kompetencija medijske pismenosti, a namijenjen je promicanju svijesti o utjecaju medija i stvaranju aktivnog stava prema konzumiranju i stvaranju medija. Obrazovanje u medijskoj pismenosti dio je nastavnog plana i programa u Sjedinjenim Državama i nekim zemljama Europske unije, a interdisciplinarna globalna zajednica medijskih znanstvenika i edukatora sudjeluje u dijeljenju znanja putem znanstvenih i stručnih časopisa i nacionalnih udruga.

Završni rad bavi se ulogom medijske pismenosti u današnjem svijetu koji je prožet novim tehnologijama i time novim načinima komunikacije i prenošenja poruka. U tom svjetlu, analiziraju se srodni pojmovi, kao što su medijatzacija i srodne vrste pismenosti (digitalna, informacijska, emocionalna pismenost). Nadalje, obrađuje se tema obrazovanja u području medijske pismenosti koja je izrazito bitna, posebno za mlade ljude u digitalnom okruženju. U radu se posebno obrađuje veza emocionalne i medijske pismenosti.

Ključne riječi: medijska pismenost, medijatzacija, edukacija, dezinformacije

Abstract

Media literacy is an expanded conceptualization of literacy that includes the ability to access and analyze media messages, as well as create, reflect, and take action, using the power of information and communication. Media literacy is not limited to one medium and is understood as a set of competencies that are essential for work, life and citizenship. Media literacy education is a process used to improve media literacy competencies, and is intended to promote awareness of the impact of media and create an active attitude towards media consumption and creation. Media literacy education is part of the curriculum in the United States and some European Union countries, and an interdisciplinary global community of media scholars and educators participates in knowledge sharing through scientific and professional journals and national associations.

The final paper deals with the role of media literacy in today's world, which is imbued with new technologies and thus new ways of communication and transmission of messages. Related terms, such as mediatization and related types of literacy (digital, informational, emotional literacy) are analyzed in this light. Furthermore, the topic of education in the field of media literacy is dealt with, which is extremely important, especially for young people in a digital environment. The paper specifically deals with the connection between emotional and media literacy.

Key words: media literacy, mediatisation, education, disinformation

1. Uvod

Stari Grci su vjerovali da je za demokratsko društvo od vitalnog značaja imati pismene i obrazovane građane. U doba digitalnih informacija jednako je važno biti medijski pismen – biti sposoban razumjeti, procijeniti i koristiti digitalne multimedijske informacije. U tzv. digitalnom dobu jedina konstanta je da će se ono nastaviti razvijati i širiti za buduće generacije. S time dolazi i veliki razvoj i utjecaj medija, a važno je da se uz to razvija i medijska pismenost kako bismo pravilno razumjeli što nas okružuje. Od ključne je važnosti da se edukacija medijske pismenosti provodi već od rane školske dobi posebno sada kada je sve više djece izloženo medijima od najranije dobi - danas se djeca upoznaju s medijima i prije formalnog obrazovanja. Vještine medijske pismenosti ključne su za razvijanje znanja o društvenim, političkim i ekonomskim snagama koje utječu na medijski sadržaj.

Digitalna medijska tehnologija dovela je do ogromnog priljeva informacija, što dovodi u pitanje sposobnost pojedinaca da razviju kritičku distancu od sadržaja kojem su izloženi na stalnoj bazi. Medijska pismenost pruža strategije za sustavnu analizu sadržaja koji se prenosi kanalima masovnih komunikacija. No, medijska pismenost također promiče kritičko razmišljanje u širokom rasponu područja i pruža pojedincima vještine koje su potrebne za opstanak demokracije.

Rad se bavi medijskom pismošću u smislu važnosti za konzumente medija, utjecaja medija na društvo, važnosti obrazovanja o medijima i sl. Nakon uvodnog poglavlja, slijedi kratko poglavlje o pojmu medijizacije društva na koji se veže pojam medijske pismenosti. Četvrto poglavlje obrađuje temu edukacije u području medijske pismenosti, odnosno, objašnjava važnost obrazovanja u tom području te povezanost kritičkog mišljenja i medijske pismenosti. Peto poglavlje analizira vezu emocionalne i medijske pismenosti, posebno kod djece. Posljednje poglavlje sadrži zaključna razmatranja.

2. Medijalizacija društva

Koncept koji je najvažniji za razumijevanje važnosti medija za kulturu i društvo je medijalizacija. Pojam se koristio u brojnim kontekstima kako bi se okarakterizirao utjecaj medija na različite fenomene (Vučetić, Radovanović Šarenac, 2018). Medijalizacija nije univerzalni proces koji karakterizira sva društva. To je, prije svega, razvoj koji se posebno ubrzao posljednjih godina dvadesetog stoljeća u modernim, visoko industrijaliziranim i zapadnim društvima, tj. u Europi, SAD-u, Japanu, Australiji i dr. Kako globalizacija napreduje, sve više regija i kultura bit će pogođene medijalizacijom, ali mogu postojati značajne razlike u utjecaju medijalizacije. Globalizacija je usko povezana s medijalizacijom na način da globalizacija pretpostavlja postojanje tehničkih sredstava za proširenje komunikacije i interakcije na velike udaljenosti, a s druge strane, pokreće proces medijalizacije institucionaliziranjem posredovane komunikacije i interakcije u različitim novim kontekstima.

Medijalizacija označava i status medija kao neovisne institucije koja daje sredstva kojima komuniciraju druge društvene institucije i akteri. Mediji interveniraju i utječu na djelovanje institucija kao što su obitelj, politika, organizirana religija, itd., kojima pružaju virtualne zajedničke platforme za komunikaciju koje te institucije i akteri sve više koriste kao okvire za međusobnu interakciju.

Švedski medijski istraživač Kent Asp prvi je govorio o medijalizaciji političkog života, pri čemu je mislio na proces u kojem na politički sustav u velikoj mjeri utječu zahtjevi masovnih medija prilikom njihovih izvještavanja i prilagođavaju se njima (Peruško, 2019). Jedan oblik ove prilagodbe je kada političari svoje javne izjave formiraju u terminima koji personaliziraju i polariziraju pitanja kako bi poruke imale veće šanse za medijsku pokrivenost. Asp sve veću neovisnost medija od političkih izvora vidi kao još jedan znak medijalizacije u tome što mediji time dobivaju još veću kontrolu nad medijskim sadržajem (Hjarvard, 2008). Norveški sociolog Gudmund Hernes skovao je izraz medijski uvrnutog društva, što bismo mogli gledati kao preteču Aspovog pojma (Hjarvard, 2008). Hernes je tvrdio da mediji imaju temeljni utjecaj na sve društvene institucije i njihove međusobne odnose. Iako nije upotrijebio izraz medijalizacija, njegov koncept “medijski izokrenutog društva” i holistička perspektiva društva koju on

primjenjuje su suglasni u mnogim aspektima s ovdje iznesenom koncepcijom medijizacije (Hjarvard, 2008).

Koncept medijizacije također je primjenjiv u svjetlu rastuće uloge marketinga i potrošačke kulture. Jansson (2002) govori o općoj medijizaciji suvremene kulture, koju opisuje kao „proces kroz koji posredovani kulturni proizvodi dobivaju važnost kao kulturni referenti i stoga doprinose razvoju i održavanju kulturnih zajednica. Drugim riječima, medijizacija kulture je proces koji jača i proširuje područje medijske kulture” (Jansson, 2002). Dok je kultura nekoć bila ili prožeta hijerarhijom ukusa koja je prevladavala u kulturnim institucijama ili je bila povezana s lokalnim načinom života, mediji danas zauzimaju dominantan položaj kao pružatelji kulturnih proizvoda i uvjerenja.

Koncept medijizacije korišten je također za opisivanje utjecaja medija na znanost. Mediji igraju važnu ulogu u proizvodnji i distribuciji znanja te u tumačenju znanosti. Ujedno su i arena za javnu raspravu i legitimaciju znanosti.

Osim korištenja koncepta za opisivanje utjecaja medija na područja kao što su politika, potrošačka kultura ili znanost, neki istraživači su ga također povezali sa širom teorijom modernosti jer vide razvoj medija kao sastavni dio razvoja modernog društva (Hjarvard, 2008). Thompson govori o “medijaciji moderne kulture” koja je, ne manje važno, posljedica medijskog utjecaja (Hjarvard, 2008).

“Izumom tiskarskog stroja sredinom 15. stoljeća, rođena je tehnologija koja je omogućila kruženje informacija u društvu u neviđenom obujmu. Ovaj revolucionarni tehnološki događaj institucionalizirao je masovne medije (knjige, novine, časopise, itd.) kao značajnu snagu u društvu i omogućio komunikaciju i interakciju na velikim udaljenostima i među većim brojem ljudi, a omogućio je i kao nikad prije pohranjivati i akumulirati informacije tijekom vremena. Kao posljedica toga, masovni mediji pomogli su transformaciji agrarnog i feudalnog društva i stvaranju modernih institucija kao što su država, javna sfera i znanost. Naknadni razvoj drugih medija, poput radija, televizije i interneta, dodatno je naglasio proces modernizacije. Komunikaciju, koja je prije bila vezana za fizički susret pojedinaca, naslijedila je posredovana komunikacija gdje se odnos između pošiljatelja i primatelja mijenja u odlučujućim aspektima. U slučaju masovne komunikacije, pošiljatelji obično zadržavaju kontrolu nad sadržajem poruke, ali imaju vrlo mali utjecaj na to kako ga primatelj koristi; u slučaju interaktivnih medija, i pošiljatelj i primatelj mogu utjecati na sadržaj komunikacije, ali ipak situacija nije baš takva u fizičkoj komunikaciji licem u lice.” (Hjarvard, 2008)

3. Medijska pismenost

3. 1. Razvoj pojma pismenosti

Kada razmišljamo o pojmu "pismenost", ono što najčešće prvo pada na pamet je čitanje, pisanje, govor i slušanje. To su temeljni elementi pismenosti. No, budući da danas ljudi koriste toliko različitih vrsta komunikacije u svakodnevnom životu, pojam pismenosti počinje se definirati kao sposobnost dijeljenja značenja kroz sustave simbola kako bi u potpunosti sudjelovali u društvu. U skladu s time, izraz pismenost, osim najočitijeg značenja, može obuhvaćati širok spektar kompetencija pa tako poznajemo informacijsku pismenost, računalnu pismenost, tehnološku pismenost, digitalnu pismenost, vizualnu pismenost, ekološku pismenost, internetsku pismenost, medijsku pismenost i sl. Postoje i druga područja pismenosti koja su manje uobičajena - svaki dan je moguće naići na novi koncept pismenosti. Riječ "pismenost" se može staviti ispred bilo kojeg pojma, a korištenje zajedno s ovim određenim pojmom označava posjedovanje potrebnih znanja i vještina u relevantnom području (Hrvatska enciklopedija, 2022). Na primjer, posjedovati političku pismenost ne znači biti političar, ali znači poznavati osnovne pojmove u politici, razumjeti vokabular struke i imati opće znanje o funkcioniranju i organima političkog sustava.

Mnoge nove vrste pismenosti razvile su se u razdoblju od zadnjih 50-ak godina. Mnogi međusobno usko povezani pojmovi opisuju novi skup kompetencija potrebnih za uspjeh u suvremenom društvu. To uključuje pojmove kao što su informacijska pismenost, medijska pismenost, medijsko obrazovanje, vizualna pismenost, i digitalna pismenost i sl. Svaki pojam povezan je s određenim praksama, intelektualnim naslijeđem i idejama.

3. 2. Medijska pismenost

Prema Europskoj povelji o medijskoj pismenosti, postoji sedam temeljnih kompetencija koje bi medijski pismeni ljudi trebali imati, a to su: učinkovito

korištenje medija, donošenje informiranih izbora oko pristupa medijskim sadržajima, razumijevanje stvaranja medijskog sadržaja, analiza medijskih tehnika i poruka, korištenje medija za komunikaciju, izbjegavanje štetnih medijskih sadržaja i korištenje usluga i medija za demokratska prava i građanske svrhe (Bachmair, Bazalgette, 2007).

U literaturi ima puno podataka o medijskoj pismenosti. Budući da pojam medija ima različita značenja za različite ljude, mogu postojati različita razmišljanja o ovom konceptu. Prema tome, donesene su brojne definicije medijske pismenosti, no još uvijek postoje određene nejasnoće u pogledu tog koncepta. Prema Centru za medijsku pismenost, medijska pismenost pruža okvir za pristup, analizu, evaluaciju i kreiranje informacija u različitim oblicima - od tiska do interneta.¹ Živimo u svijetu koji je zasićen medijima svih vrsta, od novina i radija preko televizije do interneta. Medijska pismenost omogućuje nam razumijevanje i procjenu svih medijskih poruka s kojima se svakodnevno susrećemo te donošenje bolje odluke o tome što ćemo čitati, gledati i slušati. Nadalje, pomaže nam da postanemo objektivniji, pronicljivi članovi društva. Medijska pismenost gradi razumijevanje uloge medija u društvu kao i bitne vještine istraživanja i samoizražavanja koje su potrebne građanima koji žive u demokratskom uređenju. Drugim riječima, medijska pismenost je sposobnost primjene vještine kritičkog razmišljanja na poruke, znakove i simbole koji se prenose putem masovnih medija.

Ulaskom u drugo i treće desetljeće 21. stoljeća, primjetno je da se interes za obrazovanje u području medijske pismenosti povećao, vjerojatno zbog sve veće prisutnosti medija u svakodnevnom životu, ali i zbog sve veće prisutnosti tog pojma. Taj proces traje još i danas te se znanje o medijskoj pismenosti sve više širi. Brojni odgajatelji, znanstvenici i medijski psiholozi, vide medijsku pismenost kao ključnu vještinu 21. stoljeća. Unatoč tome, mnogi ljudi još uvijek odbacuju medije kao bezazlenu zabavu i tvrde da nisu pod utjecajem njihovih poruka.

¹ Media Literacy: A Definition and More. Center for Media Literacy.

Medijski teoretičar W. James Potter zaključio je da sve medijske poruke uključuju četiri dimenzije: 1. Kognitivna: informacija koja se prenosi, 2. Emocionalna: temeljni osjećaji koji se izražavaju; 3. Estetska: sveukupna preciznost i umjetnost poruke; 4. Moralna: vrijednosti koje se prenose kroz poruku (Briggs, 2015).

Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) pokušava skrenuti pozornost na medijsku pismenost još od 1960. godine, a 19 zemalja okupljenih u Njemačkoj 1982. objavilo je Deklaraciju o medijskom obrazovanju. Deklaracija se odnosi na organizaciju programa osposobljavanja za djelatnike u obrazovanju kako bi povećali razinu njihovog razumijevanja medija, opremanje nastavnika odgovarajućim nastavnim metodama, poticanje istraživačkih i razvojnih aktivnosti u psihologiji, sociologiji i komunikacijskim znanostima u svrhu promicanja medijske pismenosti i aktivnosti koje imaju za cilj promicanje međunarodne suradnje u medijskom obrazovanju, koje također predviđa UNESCO (UNESCO, 1982).

Devedesete godine 20. stoljeća obilježili su kraj Hladnog rata, pojava interneta i sve veća globalizacija. To je utjecalo i na medije - prvenstveno se smanjila kontrola medija od strane državnih vlasti. Razvoj radija, filma, snimanja, masovne produkcije i oglašavanja, televizije, računala, interneta u 19. i 20. stoljeću utjecao je na kulturu našeg vremena do te mjere da je ogroman dio informacija kojima smo izloženi baziran na ekranu, a ne na papiru; na temelju slike, a ne riječi. Upravo zbog toga, 21. stoljeće može se gledati kao stoljeće komunikacijske revolucije koja je bitno utjecala na države, društvo i pojedince.

Komunikacija je jedna od bitnih ljudskih karakteristika koja daje smisao i vrijednost u društvenom životu. Upravo je komunikacija omogućila razvoj ljudske civilizacije do tako visoke razine. Zahvaljujući alatima masovne komunikacije, napredak društva izrazito je ubrzan. Pojavom ubrzanog tehnološkog razvoja krajem 19. stoljeća, povećao se i utjecaj medija na društvo. U 20. stoljeću došlo je do značajnog razvoja medijske pismenosti s razvojem komunikacijskih alata koji su nazvani mediji. Ubrzo slijedi i razvoj medijske pismenosti.

“U demokratskome ozračju važno je usredotočiti se na proaktivnu funkciju, tj. na promicanje kritičnosti i detekcije onih dvostrukih mjerila što ugrožavaju pravednost i prava običnih ljudi. Stoga medijsku pismenost ne moraju steći samo konzumenti nego isto tako i oni koji pružaju medijsku uslugu.” (Žitinski, 2009)

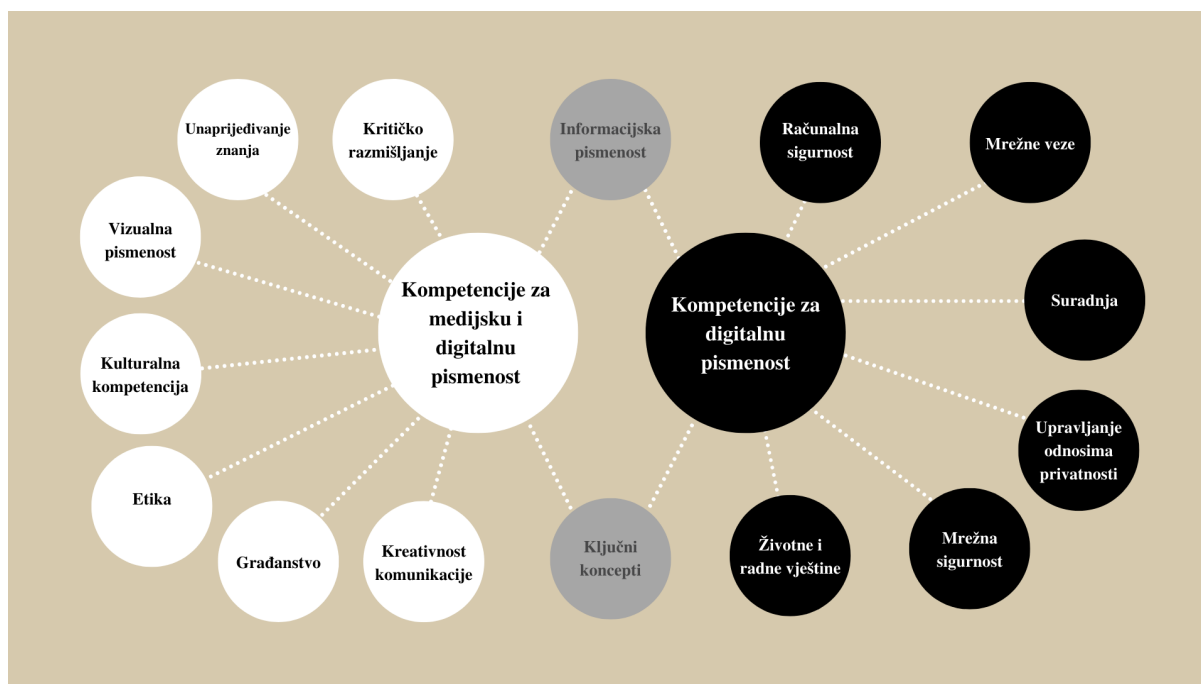
3. 3. Medijska pismenost i srodne vrste pismenosti

Medijska pismenost obično se povezuje s kritičkom analizom vijesti, oglašavanja i zabave u masovnim medijima. Zdravstvena medijska pismenost povezana je s istraživanjem utjecaja medija na donošenje pozitivnih izbora vezanih uz prehranu, tjelovježbu, predodžbu izgleda tijela, prevenciju nasilja i zlouporabu droga. Digitalna pismenost povezana je sa sposobnošću korištenja računala, društvenih medija i interneta.

Medijska pismenost može se gledati kao krovni termin koji obuhvaća srodne vrste pismenosti i može se koristiti sveobuhvatno, kako bi se obuhvatio cijeli niz kognitivnih, emocionalnih i društvenih kompetencija koje uključuju korištenje tekstova, alata i tehnologija; vještine kritičkog mišljenja i analize; vježbanje sastavljanja poruka i kreativnost; sposobnost promišljanja i etičkog razmišljanja; kao i aktivno sudjelovanje kroz timski rad i suradnju.

Medijska pismenost, informacijska pismenost i digitalna pismenost tri su najzastupljenija koncepta koji se usredotočuju na kritički pristup medijskim porukama.

Vještine i kompetencije za digitalnu i medijsku pismenost usko su povezane međusobno, kao i s dodatnim “vještinama 21. stoljeća“ koje su potrebne za život i rad u društvima bogatim medijima i informacijama. Primjerice, ključni koncepti za medijsku pismenost – da su mediji konstruirani; da publika pregovara o značenju; da mediji imaju komercijalne, društvene i političke implikacije; te da svaki medij ima jedinstvenu estetsku formu koja utječe na način na koji se sadržaj predstavlja – podjednako su primjenjivi na gledanje vijesti na televiziji kao i na traženje informacija o zdravstvenim stanjima na internetu.



Slika 1. Kompetencije medijske i digitalne pismenosti. Izvor: https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf

Iako se i digitalna i medijska pismenost oslanjaju na istu temeljnu vještinu kritičkog mišljenja, činjenica da je većina digitalnih medija umrežena i interaktivna postavlja dodatna pitanja i zahtijeva dodatne posebne vještine: medijska pismenost općenito se fokusira na podučavanje ljudi da budu kritički angažirani potrošači medija, dok se digitalna pismenost više odnosi na omogućavanje pojedincima da sudjeluju u digitalnim medijima na pametan, siguran i etičan način (Hobbs, 2010). Međutim, digitalna pismenost ne zamjenjuje niti prati medijsku pismenost, već se nadograđuje na nju, uključujući nove koncepte koji proizlaze iz dimenzije umrežene interaktivnosti. Također, mnoga digitalna pitanja ne mogu se razumjeti bez tradicionalne medijske pismenosti. Na primjer, mladi ne mogu u potpunosti razumjeti zašto internetske usluge žele prikupiti njihove osobne podatke bez istraživanja komercijalnog aspekta tih usluga, što je tradicionalna briga medijske pismenosti. Čak i uloga algoritma (kao što je Googleov algoritam pretraživanja ili Facebookov News Feed) u oblikovanju našeg online iskustva i ponašanja zapravo se možemo razumjeti samo kroz leću medijske pismenosti jer je u tom slučaju bitno prepoznati da su te alate napravili ljudi i da oni nisu neutralni alati, već odražavaju pristranosti i pretpostavke svojih tvoraca.

4. Edukacija u području medijske pismenosti i kritičko mišljenje

Edukacija o medijskom opismenjavanju ključna je za odrasle, kao i za djecu. To nije nešto što se jednom nauči i ostaje za čitav život. Radi se o praktičnim vještinama i, što je jednako važno, o znanju i svijesti o digitalnom okruženju i načinu na koji ono funkcionira. U tom smislu, to je proces koji traje cijeli život jer se digitalna i medijska okruženja neprestano razvijaju.

4. 1. Važnost medijske pismenosti u borbi protiv dezinformacija

Medijska pismenost je važan alat u borbi protiv dezinformacija. Javnost koja je kritički i digitalno pismena moći će bolje procijeniti informacije s kojima se susreće na internetu, identificirati izvore kojima mogu vjerovati i donositi dobro informirane odluke kao građani i potrošači. Biti medijski pismen otvara mogućnosti za potpunije i kreativnije uključivanje u svijet medija.

Vrijednost medijske pismenosti u borbi protiv dezinformacija ne treba promatrati izolirano. Zabrinutost oko internetskih dezinformacija pojavile su se tek posljednjih godina dok rad na medijskom opismenjavanju traje desetljećima i ima širu ulogu u građanstvu. Problem dezinformacija posebno se aktualizirao pojavom pandemije COVID-19 i plasiranjem i kruženjem velikog broja raznih teorija, “vijesti” i sl. (Cincelli i sur. 2020; Casero-Ripollés, 2020). Iako je širenje dezinformacija oduvijek bio alat za postizanje raznih političkih, financijskih i sl. interesa, društvene mreže su utjecaj i širenje ovog fenomena dovele na novu razinu. Mladi ljudi danas u velikoj mjeri danas koriste društvene mreže kao sredstvo informiranja (Jones, 2020).

Pérez-Escoda i sur. (2021) na temelju istraživanja provedenog u Španjolskoj na pripadnicima tzv. Generacije Z² zaključuju kako mladi ne koriste alate za provjeravanje činjenica, a većina ih čak nije znala da to postoji. Iako su svjesni

² Rođeni između 1995. i 2012.

manjka vjerodostojnosti društvenih mreža, intenzivno ih konzumiraju pod pretpostavkom da neprestano dobivaju lažne vijesti zbog kojih se osjećaju manipuliranima, nepovjerljivima i ugroženima.

Smatra se da medijska pismenost može biti rješenje za određeni problem kao što su dezinformacije (ili online sigurnost, digitalna uključenost, govor mržnje, radikalizacija itd.) te navedeno upućuje na potrebu za uvođenjem jačeg obrazovanja u području medijske pismenosti.

“U razdoblju dominacije različitih vrsta medija i medijskih platformi čini se da je posjedovanje osnovnih znanja o ulozi novih medijskih tehnologija, ali i sposobnost kritičkoga promišljanja i propitivanja medijskih sadržaja, kategorički imperativ koji se postavlja pred svakoga pojedinca u “globalnome selu”. Čini se da nikada u povijesti čovječanstva nije bilo izazovnije vrijeme u pogledu količine različitih medijskih sadržaja s kojim se publika svakodnevno susreće.” (Vučetić, 2019)

4. 2. Edukacija medijske pismenosti i kritičko mišljenje

Sposobnost razvijanja kritičke distance od poruka koje se prenose kanalima masovne komunikacije od vitalne je važnosti za pojedince koji taj sadržaj konzumiraju. Vještine kritičkog razmišljanja o masovnoj komunikaciji bitne su vještine preživljavanja u tehnološkom i potrošačkom društvu. Međutim, važnost obrazovanja odnosno edukacije o medijskoj pismenosti ide dalje od same analize medijskog sadržaja jer pruža vještine kritičkog mišljenja na način da usvoje ili zadrže sposobnost donošenja neovisnih zaključaka na temelju sustavne procjene dokaza. Prema Hobbs i Frostu (2003), obrazovanje o medijskoj pismenosti poboljšava kritičko razmišljanje u širokom rasponu područja. Prva velika empirijska studija koja je mjerila stjecanje vještine medijske pismenosti u SAD-u, zaključila je da je uključivanje analize medijskih poruka u srednjoškolsko obrazovanje poboljšalo način na koji učenici čitaju, gledaju i razumiju pisane, audio i video sadržaje, te kako analiziraju i tumače razne poruke.

Istraživanjem iz 2021. godine (Xiao, Su, Lee, 2021) potvrđena su ranija istraživanja o medijskoj pismenosti među različitim demografskim skupinama. Određene etničke skupine u SAD-u manje su kritički nastrojene prema sadržajima

u medijima od bijelaca zbog navikama u korištenju medija među etničkim skupinama, odnosno kulturnim razlikama. Nadalje, što se tiče spola, rezultati studije pokazali su da su žene sklonije kritički i logički konzumirati nove medijske sadržaje od muškaraca.

Upravo zbog elementa kritičkog mišljenja, disciplina medijske pismenosti je u svojoj biti apolitična (Arke, 2005). Pedagozi medijske pismenosti uče ljude kako razmišljati, a ne što da misle, odnosno potiču pojedince da razviju neovisnost mišljenja koja je prijeko potrebna za opstanak demokracije. Obrazovanje u području medijske pismenosti pomaže djeci i odraslima da prepoznaju utjecaj medija i daju im znanje i alate za ublažavanje njihovog utjecaja, da prepoznaju i reagiraju na predrasude te da prihvaćaju različitost.

Osim toga, niz studija je pokazalo da obrazovanje u području medijske pismenosti smanjuje nezadovoljstvo vlastitim tijelom i izgledom koje se često javlja kao rezultat konzumiranja medijskih poruka (Halliwell, Easun, Harcourt, 2011). U jednom takvom istraživanju, adolescenticama je prikazan video Dove Self-Esteem Fund prije nego što su im prikazane slike izrazito mršavih modela. Dok je kontrolna skupina pokazala rezultate koje karakterizira nisko zadovoljstvo i poštovanje vlastitog tijela nakon gledanja slika modela, skupina koja je prva pogledala video nije iskusila ove negativne učinke u tako velikoj mjeri.

“Tako se na različite formalne i neformalne načine već od dječjih vrtića, preko osnovnih i srednjih škola, pa do sveučilišta i cjeloživotnog obrazovanja medijskim odgojem i obrazovanjem pokušava ojačati korisnike medija, nastoji ih se upoznati s medijima i njihovim funkcioniranjem te ih podučiti na koji način mogu postati svjesni i kritični korisnici najrazličitijih medijskih sadržaja, osobito onih koji nam se danas prenose putem novih medija, interneta i društvenih mreža.” (Labaš, 2015).

Medijsko obrazovanje u osnovnim školama u Republici Hrvatskoj provodi se unutar predmeta Medijska kultura u redovnoj nastavi Hrvatskog jezika (Ciboci, 2018). Tek je 2015. godine provedeno prvo istraživanje u Hrvatskoj po pitanju medijske pismenosti među osnovnoškolcima (učenici 8. razreda), na uzorku od 1000 učenika s područja grada Zagreba. Za istraživanje je korišten anketni upitnik koji se koristio za istraživanje razine medijske pismenosti u drugim članicama

Europske unije. Rezultati istraživanja pokazali su da su tradicionalni mediji puno manje zastupljeni u životima učenika osmih razreda od novih medija. Vlastita procjena učenika o znanju o medijima pokazuje da nedovoljno poznaju masovne medije - najviše znaju o internetu i televiziji, a najmanje poznaju radijski medij i novine. Što se znanja o medijima tiče, rezultati su pokazali da dječaci i djevojčice imaju podjednaka znanja o medijima, no primjerice jako puno učenika medijima smatra uređaje pomoću kojih se pristupa pojedinim masovnim medijima.

Rezultati su pokazali da učenici imaju pristup gotovo svim medijima u svojim kućanstvima, što samo po sebi upućuje na važnost postojanja dobro strukturiranog obrazovanja o medijima, kako u osnovnim školama, tako i daljnjim fazama obrazovanja. Zaključak je da učenici osmih razreda posjeduju srednju razinu medijske pismenosti, kritičkog vrednovanja i stvaranja medijskih sadržaja.

S druge strane, rezultati istraživanja koje je završeno u SAD-u 2013. pokazali su da je obrazovanje o medijskoj pismenosti postalo dio svake razine američkog obrazovnog sustava (Schmidt, 2013). Obrazovanje o medijskoj pismenosti tako postoji od vrtića do fakulteta. Iako u visokom obrazovanju postoji manje konkretnih kolegija koji su posvećeni medijskoj pismenosti, te se kompetencije obrađuju odnosno integrirane su u kurikulum kroz različite oblike nastave. Ipak, upitna je kvaliteta nastave medijske pismenosti u nižim razinama obrazovanja - potreba je dodatna obuka odgojitelja, učitelja i pedagoga. Sve u svemu, potreba za obrazovanjem u području medijske pismenosti svakako je prepoznata u okviru obrazovnog sustava.

5. Emocionalna pismenost u kontekstu medijske pismenosti

Često se u javnom prostoru spominje utjecaj medija na mentalno zdravlje, a posebno su osjetljiva skupina u toj domeni adolescenti. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) definira mentalno zdravlje, ne samo kao odsutnost mentalnog poremećaja, već i kao stanje dobrobiti u kojem pojedinci ostvaruju svoj potencijal, uče se nositi s svakodnevnim životnim stresovima i sposobni su proaktivno prolaziti kroz sve životne izazove (WHO, 2001), time dajući pozitivan doprinos svojim zajednicama. U tu svrhu “nema zdravlja bez mentalnog zdravlja” (WHO, 2013). Nažalost, prema procjeni WHO-a, svaki četvrti europski građanin barem jednom u životu susreće se s nekom vrstom psihičkog poremećaja. Stoga je promicanje mentalnog zdravlja među glavnim prioritetima javnog zdravstva u Europi.

Emocionalna pismenost bavi se posjedovanjem socijalnih i emocionalnih vještina koje promiču pozitivno ponašanje te potiče pozitivne društvene, bihevioralne, emocionalne i akademske, odnosno poslovne rezultate (Bedford, 2019). Uključuje razumijevanje vlastitih osjećaja te osjećaja drugih ljudi te sposobnost življenja u miru s drugim članovima društva kroz samoregulaciju i mirno rješavanje sukoba. Medijska pismenost se, s druge strane, bavi pismenošću u digitalnom dobu i posjedovanjem vještina potrebnih za uspješno snalaženje u digitalnim medijima i tehnologijama. Međutim, također se smatra pristupom učenja 21. stoljeća koji učenicima omogućuje pristup, evaluaciju, analizu i stvaranje medija, u različitim oblicima. To je osobito relevantno za novu generaciju, koja je odrasla okružena internetom, a odnedavno i digitalnim i društvenim medijima. Ta nova generacija ima bogato znanje o korištenju tehnologije i sklona je svakodnevnom provođenju puno vremena na korištenje digitalnih tehnologija, koja im pruža brojne prednosti u prilagođavanju svog života. No, s druge strane, povećanje korištenja digitalnih tehnologija može dovesti do negativnog utjecaja na mentalno zdravlje. Smanjena je svakodnevna komunikacija licem u lice, koja je ključan dio društvene interakcije što utječe na socijalne i emocionalne kompetencije. Korištenje društvenih mreža, digitalnih medija i digitalne tehnologije općenito negativno

utječe na samopoštovanje i međuljudske odnose te utječe na način da pojedinci manje pažnje posvećuju svojim emocijama i samosvijesti.

Zbog toga postoji potreba za aktivnostima kojima će se poticati ljudi, a posebno mladi, da se dobro informiraju kad je riječ o medijima i njihovom utjecaju na mentalno zdravlje, kako bi se spriječili njihovi štetni učinci (npr. izlaganje dezinformacijama, oblikovanje nerealnih standarda ljepote i sl.). Primijećeno je da programi medijske i emocionalne pismenosti mogu poticati pozitivne životne vještine i promicati pozitivno razmišljanje i ponašanja, koja su ključna u promicanju mentalnog zdravlja među adolescentima, te prevenciji antisocijalnih ponašanja i psihičkih bolesti. Medijska pismenost također je važna za razvoj vještina mladih potrebnih za održavanje demokracije i građanski angažman (Martens, Hobbs, 2015). Od ključnog je značaja za mlade kritizirati, razumjeti i tumačiti stalni tok informacija koje im se prenose te donijeti vlastite sudove.

Iako su medijska i digitalna pismenost važne vještine za eru digitalne transformacije, od velike je važnosti paralelno stjecanje emocionalnih i socijalnih kompetencija. No, kako bi se učinkovito koristila, potrebno je posjedovati znanja u području društvenih odnosa i očuvanja mentalnog zdravlja.

6. Zaključak

Medijska pismenost, kao i ostale srodne vrste pismenosti glavni su alati za sigurno i funkcionalno sudjelovanje pojedinaca i zajednica u globalnom društvu znanja. Od iznimne je važnosti da pojedinci imaju mogućnost razvijanja kognitivnih, tehničkih i društvenih vještina i kapaciteta koji im omogućuju učinkovitu kritičku analizu medijskog sadržaja te sposobnost donošenja informiranih odluke o tome koje medije koriste i kako ih koristiti; razumjeti etičke implikacije medija i novih tehnologija te učinkovito komunicirati i stvarati sadržaj.

Globalizacija, informacijske tehnologije i prisutnost medija u svakodnevnom životu oblikovali su moderno društvo. Ne samo da medijski sadržaji i informacije postaju dostupni svima, nego i svatko dobiva priliku kreirati medijski sadržaj. Zbog prisutnosti medija i ogromne količine informacija u 21. stoljeću potrebno je stjecanje specifičnih vještina koje se smatraju medijskom pismenošću. Medijska pismenost podrazumijeva sposobnost pristupa medijima i medijskim sadržajima, analizu medijskog sadržaja i komunikaciju u različitim kontekstima. Stoga je bitno koristiti, razumjeti i kreirati medijski sadržaj. Osobito je mladima potrebno razumijevanje prirode medija, posebice masovnih medija, njihovih tehnika i utjecaja na oblikovanje vrijednosti, stava i ponašanja.

Pojava dezinformacija je posebno došla do izražaja za vrijeme pandemije COVID-19 kad se u medijima pojavilo more oprečnih i neutemeljenih vijesti.

Dakle, medijska pismenost je vještina koju treba stjecati u nadziranom obrazovnom okruženju. Smatramo li primarnim ciljem obrazovanja pripremu za život, onda se obrazovanje o medijima nameće samo po sebi. Stoga bi suvremeno obrazovanje trebalo stvoriti uvjete za razvoj i unapređenje komunikacijskih vještina učenika i kritičkog pristupa medijima i medijskim sadržajima kako u obrazovanju tako i u svakodnevnom životu. Nadalje, potrebno je promišljati načine provedbe i aktivnosti kojima će se stjecati, razvijati i unaprijediti medijska pismenost među učenicima, nastavnicima i opću populaciju.

Popis literature

Arke, E. (2005) Media Literacy and Critical Thinking: Is There a Connection? Duquesne University. <https://core.ac.uk/download/pdf/234048502.pdf> (20. 5. 2022.)

Bachmair, B. i Bazalgette, C. (2007). The European charter for media literacy: meaning and potential. *Research in Comparative and International Education*, 2 (1), 80-87

Bedford, K. (2019) What is Social and Emotional Literacy? Innovative Resources <https://innovativeresources.org/what-is-social-emotional-literacy/> (22. 5. 2022.)

Briggs, A. (Ed.). (2015, December). *New Media Final, Question 1*. Media Literacy. <http://newmedia2010.pbworks.com/w/page/33874586/Media%20Literacy> (04.09.2022.)

Casero-Ripollés, A. Impact of Covid-19 on the media system (2020). Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Prof. Information* 29

Ciboci, L. (2018). Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu. *Medijske studije*, 9 (17), 23-46. <https://doi.org/10.20901/ms.9.17.3>

Cinelli, M. i sur. (2020) The COVID-19 social media infodemic. *Science Report* 10

Halliwell E, Easun A, Harcourt D. Body dissatisfaction: Can a short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls? *Br J Health Psychol.* 2011;16(2):396-403. doi:10.1348/135910710x515714

Hjarvard, S. H. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review* 29, 105–134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>

Hobbs, R. (2010). “Digital and Media Literacy: A Plan of Action”. The Aspen Institute Communications and Society Program 2010. https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf

Hobbs, R., Frost, R. (2003) Measuring the acquisition of media - literacy skills. Reading Research Quarterly 38 (3) Babson College, Wellesley, Massachusetts, USA
https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs_and_Frost_RRQ_2003_0.pdf

Jones, K. (2020). How COVID-19 Has Impacted Media Consumption, by Generation. <https://www.visualcapitalist.com/media-consumption-covid-19/>

Labaš, D. (2015). Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije. *Knjižničar/Knjižničarka*, 6. (6.), 22-32. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/233032>

Martens, H., Hobbs, R. (2015). How media literacy supports civic engagement in a digital age. *Atlantic Journal of Communication*, 23(2), 120-137.

Media Literacy: A Definition and More. Center for Media Literacy.
<https://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>

Peruško, Z. (2019). Medijalizacija i društvena promjena: prilog istraživanju medijalizacije politike. *Politička misao*, 56 (1), 163-187.
<https://doi.org/10.20901/pm.56.1.06>

pismenost. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 19. 5. 2022.
<<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48456>>.

Pérez-Escoda, A., Pedrero-Esteban, L. M., Rubio-Romero, J., & Jiménez-Narros, C. (2021). Fake News Reaching Young People on Social Networks: Distrust Challenging Media Literacy. *Publications*, 9(2), 24.
<http://dx.doi.org/10.3390/publications9020024>

Schmidt, H. C. (2013) Media Literacy Education from Kindergarten to College: A Comparison of How Media Literacy Is Addressed across the Educational System. *The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education* 5:1 (2013) 295-309

UNESCO (1982). Grunwald Declaration on media education
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf

Vučetić, V. (2019). MEDIJSKA PISMENOST KAO KLJUČNA KOMPETENCIJA 21. STOLJEĆA. *South Eastern European Journal of Communication*, 1 (2), 37-46. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/233226>

Vučetić, V. i Radovanović Šarenac, D. (2018). IZAZOVI MEDIJATIZACIJE DRUŠTVA . Hum, 13 (19), 134-155. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/212442>

Žitinski, M. (2009). Što je medijska pismenost?. *Obnovljeni Život*, 64. (2.), 233-245. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/37272>

Xiao, X., Su, Y., & Lee, D. K. L. (2021). Who Consumes New Media Content More Wisely? Examining Personality Factors, SNS Use, and New Media Literacy in the Era of Misinformation. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305121990635>