

# Važnost medijske pismenosti u modernom društvu

---

Tataj, Jana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:445533>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU  
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMET  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ

JANA TATAJ

**VAŽNOST MEDIJSKE PISMENOSTI U  
MODERNOM DRUŠTVU**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

Doc. dr. sc. Luka Alebić

SUMENTOR:

Dr.sc. Snježana Barić-Šelmić, poslijedoktorandica

Osijek, 2024.

## Sažetak

Tema ovog završnog rada je važnost medijske pismenosti u modernom društvu. Rad se sastoji od nekoliko poglavlja koja pružaju teorijsku analizu interneta, razmatraju ulogu medija, istražuju pojam medijske pismenosti i njezin utjecaj na različite aspekte društva. Svrha rada je istaknuti značaj medijske pismenosti u suvremenom svijetu te istražiti kako se medijska pismenost može primijeniti na društvene medije, kako utječu slavne osobe i influenceri te kako se može razviti kritička medijska pismenost kod pojedinaca. Također će se istražiti veza između medijske pismenosti i razvoja djece. Sažetak svih ovih poglavlja zajedno pruža uvid u važnost medijske pismenosti kao alata za razumijevanje, analizu i kritičko vrednovanje informacija koje nam pružaju mediji, te kako medijska pismenost može doprinijeti razvoju društva u digitalnom dobu.

**KLJUČNE RIJEČI; internet, lažne vijesti, masovni mediji, medijska pismenost, novi mediji**

## **Abstract**

The topic of this thesis is the importance of media literacy in modern society. The paper consists of several chapters that provide a theoretical analysis of the Internet, consider the role of the media, explore the concept of media literacy and its impact on various aspects of society. The purpose of the work is to highlight the importance of media literacy in the modern world and to investigate how media literacy can be applied to social media, how celebrities and influencers influence, and how critical media literacy can be developed in individuals. The link between media literacy and children's development will also be explored. The summary of all these chapters together provides an insight into the importance of media literacy as a tool for understanding, analyzing and critically evaluating the information provided by the media, and how media literacy can contribute to the development of society in the digital age.

**KEYWORDS; fake news, internet, media literacy, mass media, new media**

## Sadržaj

Sažetak .....	0
Abstract.....	0
<b>1. UVOD.....</b>	<b>1</b>
<b>2. TEORIJSKA ANALIZA MEDIJA .....</b>	<b>2</b>
<b>2.1. Masovni mediji.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2. Elektronički mediji .....</b>	<b>4</b>
<b>2.3. Novi mediji.....</b>	<b>6</b>
<b>2.4. Važnost razumijevanja medija .....</b>	<b>8</b>
<b>2.5. Zlouporaba medija.....</b>	<b>9</b>
<b>2.6. Dezinformacije i lažne vijesti u medijima.....</b>	<b>11</b>
<b>2.7. Cenzura na društvenim mrežama .....</b>	<b>13</b>
<b>2.8. Nametnute životne vrijednosti putem medija.....</b>	<b>15</b>
<b>2.9. Medijska pedagogija.....</b>	<b>16</b>
<b>3. MEDIJSKA PISMENOST .....</b>	<b>18</b>
<b>4.1. Koncept medijske pismenosti.....</b>	<b>19</b>
<b>4.2. Društveni mediji i medijska pismenost .....</b>	<b>21</b>
<b>4.3. Utjecaj slavnihi osobe i influenceri.....</b>	<b>22</b>
<b>4.4. Krićka medijska pismenost.....</b>	<b>23</b>
<b>4.5. Medijska pismenost i razvoj djece.....</b>	<b>24</b>
<b>5. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>26</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>28</b>

## 1. UVOD

U modernom društvu, koje je neprestano povezano putem globalnih mreža i tehnoloških dostignuća, medijska pismenost postaje iznimno važna vještina za svakog pojedinca. Informacije se brzo i široko šire kroz različite medijske kanale, a pristup njima postaje sve lakši i sveprisutniji. U takvom okruženju, sposobnost kritičkog razumijevanja, analiziranja i tumačenja medijskih sadržaja postaje ključna za građane koji žele biti dobro informirani, sudjelovati u javnom dijalogu i donositi informirane odluke. Medijska pismenost se odnosi na skup vještina i znanja koje omogućuju pojedincima da shvate, tumače i kritički procjenjuju medijske poruke.

Uključuje razumijevanje medijskih formata, struktura i jezika, sposobnost prepoznavanja i analize medijskih sadržaja, te svjesnost o utjecaju medija na društvo i pojedince. Suvremeno društvo, u kojem informacije putuju brže nego ikad prije, zahtijeva građane koji su u stanju filtrirati, ocijeniti i razumjeti informacije koje dobivaju putem različitih medijskih kanala. Nedostatak medijske pismenosti može dovesti do ozbiljnih posljedica za pojedince i društvo u cjelini. Neinformirani i nepismeni korisnici medija mogu biti žrtve manipulacije i dezinformacija koje se lako šire. Lažne vijesti, propagandni materijali i neprovjerene informacije mogu brzo postati viralne, dovodeći do širenja netočnih stavova i narušavanja javnog mnijenja.

Osim toga, nedostatak medijske pismenosti može utjecati na kvalitetu demokratskog procesa, smanjiti sudjelovanje građana u javnom životu i otežati razumijevanje složenih društvenih i političkih problema. U ovom diplomskom radu istražiti ćemo važnost medijske pismenosti u modernom društvu. Analizirat ćemo različite aspekte medijske pismenosti, njezin utjecaj na pojedince i društvo, te moguće strategije za unapređivanje medijske pismenosti među građanima. Također ćemo istražiti postojeće programe i inicijative usmjerene na promicanje medijske pismenosti te njihovu učinkovitost. Kroz ovu analizu, nadamo se da ćemo bolje razumjeti kako medijska pismenost može pridonijeti stvaranju informiranih i angažiranih građana u suvremenom društvu.

## 2. TEORIJSKA ANALIZA MEDIJA

Mediji su širok pojam koji se odnosi na komunikacijske kanale koji prenose informacije široj javnosti. Ovi kanali uključuju novine, televiziju, radio, internetske portale, društvene medije i ostale oblike masovne komunikacije. Mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja, pružanju informacija, zabavi i stvaranju interakcije među ljudima. Oni prenose vijesti, reportaže, mišljenja, oglašavanje i druge vrste sadržaja (Filipan-Žignić, 2012). U današnje vrijeme, s razvojem digitalne tehnologije, mediji su postali pristupačniji i dostupni putem različitih uređaja poput računala, pametnih telefona i tableta. U nastavku rada biti će više riječi o novom mediju, masovnom mediju i električnim medijima.

### 2.1. Masovni mediji

U današnjem digitalnom dobu, masovni mediji igraju ključnu ulogu u našem društvu. Oni su glavni kanal putem kojeg se informiramo o vijestima, događanjima, kulturi i mnogim drugim temama. Međutim, s tom velikom moći dolazi i odgovornost da pruže objektivne i relevantne informacije, te da pridržavaju visoke standarde novinarstva. Masovni mediji imaju ogroman utjecaj na naše stavove, vrijednosti i ponašanje. Oni oblikuju naše mišljenje i percepciju o svijetu oko nas. Kroz različite medije poput televizije, novina, radija i interneta, dobivamo informacije koje oblikuju našu sliku stvarnosti. To čini medije snažnim alatom koji može promovirati pozitivne promjene u društvu, ali isto tako može i zloupotrijebiti tu moć.

Jedna od najvažnijih uloga masovnih medija je pružanje objektivnih i istinitih informacija. Novinarstvo bi trebalo biti temeljeno na provjerljivim činjenicama, istraživanju i kritičkom razmišljanju. Međutim, u današnje vrijeme često se suočavamo s fenomenom lažnih vijesti ili „fake news“, što narušava povjerenje javnosti u medije (Filipan-Žignić, 2012). Stoga je važno da mediji provjeravaju izvore informacija i transparentno izvještavaju o događajima. Još jedan aspekt moći masovnih medija je sposobnost oblikovanja javnog mnijenja. Kroz selektivno izvještavanje i naglašavanje određenih tema, mediji mogu utjecati na to kako ljudi razmišljaju i što podržavaju. Ovdje dolazi do izražaja odgovornost medija da budu uravnoteženi, da pruže različite perspektive i omoguće kritičko razmišljanje. Neutralnost i nepristranost trebali bi biti ključne vrijednosti novinarstva. Osim toga, masovni mediji imaju odgovornost da budu osviješteni o društvenoj i etičkoj dimenziji svog rada. Njihova snaga da oblikuju javno mnijenje

zahtijeva pažljivo razmatranje kako njihove objave mogu utjecati na ljude i društvo u cjelini. Potrebno je izbjegavati senzacionalizam, manipulaciju i stvaranje nepotrebnog straha ili panike. Mediji bi trebali biti voditelji razgovora o važnim društvenim pitanjima i promovirati inkluzivnost, razumijevanje i toleranciju (Niklewicz, 2017).

Mediji su institucije koje igraju ključnu ulogu u zadovoljavanju potreba društva za javnom komunikacijom. Oni omogućavaju da svi pripadnici društva sudjeluju u razmjeni informacija i ideja. Masovni mediji predstavljaju različite oblike komunikacije, institucije koje ih proizvode i kulturne formacije koje oblikuju našu svakodnevicu. Komunikacija je neizostavan dio ljudskog postojanja i napretka. Tehnološki napredak omogućio je evoluciju komunikacije od međuljudske do društvene. U tom kontekstu, masovni mediji igraju sve veću ulogu. Novi mediji su se pridružili tradicionalnim masovnim medijima, kao što su tisak, radio i televizija, i donijeli sa sobom nove oblike komunikacije.

Nedvojbeno je da masovni mediji imaju raznolik utjecaj na život svakog pojedinca. Oni prenose informacije o svijetu i obavještavaju nas, imaju obrazovnu ulogu i omogućavaju promicanje novih spoznaja. Osim toga, masovni mediji pružaju nam zabavu i mogućnost povezivanja s drugima. U današnjem digitalnom dobu, novi mediji su postali neizostavan dio naše svakodnevice. Internet, društvene mreže i mobilne aplikacije omogućavaju nam da budemo stalno povezani i da dijelimo informacije s drugima. No, treba imati na umu da masovni mediji nisu samo alat za komunikaciju, već i moćan oblik utjecaja na naše stavove, vrijednosti i percepciju svijeta.

Stoga je važno biti svjestan uloge masovnih medija i razvijati medijsku pismenost kako bismo bili kritički osviješteni potrošači medijskih sadržaja. Trebamo razumjeti kako mediji funkcioniraju, tko ih kontrolira i koje su moguće pristranosti ili manipulacije prisutne. Samo tako možemo donositi informirane odluke i razvijati svoje vlastito mišljenje. Razvojem suvremenih medija, koji omogućavaju korisnicima da sami stvaraju sadržaj, došlo je do zamjene tradicionalnih mainstream medija personaliziranim medijima. Internet je postao sredstvo putem kojeg ljudi postaju izvor informacija, vijesti i kulturnog sadržaja. Međutim, takvo digitalno okruženje donosi i određene izazove.

Jedan od problema je prekomjerna količina beskorisnih informacija i nepouzdanih vijesti koje se šire putem društvenih mreža i blogova. Ovo može dovesti do dezinformacija i nedostatka kvalitetnih izvora. Također, postoji i opasnost od gubitka kulturne vrijednosti, jer personalizirani mediji često ne nude širok spektar kulturnog sadržaja kao što to čine



mainstream mediji. Digitalno okruženje također otvara mogućnost plagiranja i brisanje granica između promocije i odnosa s javnošću. Ovo može imati negativan utjecaj na kulturne i moralne vrijednosti društva. Stoga je važno razumjeti kako mediji oblikuju poruke i koriste znakove i simbole.

Medijska pedagogija ima važnu ulogu u poučavanju kako „čitati“ medije, jer oni ne samo da prezentiraju stvarnost, već je i reprezentiraju. U suvremenom medijskom okruženju, tradicionalni mediji se isprepliću s novim tehnologijama, čime masovni mediji postaju sastavni dio naših života. Važno je biti svjestan ovog utjecaja i razviti medijsku pismenost kako bismo kritički procjenjivali medijske sadržaje i razumjeli njihovu konstrukciju. Samo na taj način možemo razviti sposobnost razlikovanja istinitih informacija od dezinformacija i očuvati kulturne i moralne vrednote u društvu.

## **2.2. Elektronički mediji**

Povijest elektroničkih medija seže daleko unatrag, sve do 19. stoljeća kada su se počeli razvijati prvi uređaji koji su omogućavali prijenos zvuka i slike putem elektroničkih signala. Jedan od najranijih izuma koji je utjecao na razvoj elektroničkih medija bio je telegraf, koji je izumljen 1837. godine. Telegraf je omogućio brz prijenos informacija putem električnih signala preko telegrafskih žica (Rodek, 2007). Ovaj izum omogućio je bržu i efikasniju komunikaciju na daljinu, premda je bila ograničena samo na pisanu riječ. Slijedeći razvoj elektroničkih medija došao je s izumom telefona.

Alexander Graham Bell je 1876. godine patentirao prvi praktični telefon, koji je omogućio prijenos zvuka na daljinu. Telefon je revolucionirao način komunikacije, omogućavajući ljudima da razgovaraju iz udobnosti svojih domova ili ureda. Tijekom 20. stoljeća, razvoj elektroničkih medija ubrzao se zahvaljujući inovacijama poput radija, televizije i kasnije, interneta. Radio je postao popularan u 1920-ima i omogućio je masovno emitiranje vijesti, glazbe i zabavnih sadržaja (Hromadžić, 2019). Televizija je zatim postala dominantan oblik elektroničkih medija u domaćinstvima, pružajući ljudima mogućnost gledanja slika i zvuka putem televizijskog signala.

Razvoj računalne tehnologije i interneta u drugoj polovici 20. stoljeća promijenio je pejzaž elektroničkih medija. Prvi koraci prema internetu napravljeni su s razvojem ARPANET-a, mreže koju su stvorile američke vojne agencije 1969. godine. ARPANET je kasnije evoluirao

u ono što danas znamo kao internet, omogućavajući globalnu povezanost i razmjenu informacija. U kasnim 1990-ima i ranim 2000-ima, internet je doživio masovno usvajanje i postao osnovna platforma za elektroničke medije (D'Ancona, 2017). Web stranice, e-pošta, chatovi, forumi i društvene mreže postale su sastavni dio naše svakodnevnice, pružajući nam mogućnost komunikacije, pristupa informacijama i dijeljenja sadržaja na globalnoj razini.

Razvoj mobilne tehnologije i pametnih telefona dodatno je transformirao elektroničke medije. Sve više ljudi koristi mobilne uređaje kako bi pristupili internetu, gledali videozapise, slušali glazbu i sudjelovali u društvenim mrežama bilo gdje i u bilo koje vrijeme. Danas, elektronički mediji neprestano evoluiraju. Tehnološki napretci poput umjetne inteligencije, virtualne i proširene stvarnosti, 5G mreža i blockchain tehnologije otvaraju nove mogućnosti za interakciju, zabavu i informiranje putem elektroničkih medija (Ball, 2017). Elektronički mediji su postali središnji dio našeg suvremenog života.

U posljednjih nekoliko desetljeća, ubrzan razvoj tehnologije doveo je do ekspanzije elektroničkih medija i njihovog utjecaja na način na koji komuniciramo, informiramo se i zabavljamo. Elektronički mediji obuhvaćaju različite oblike medija koji koriste elektroničku tehnologiju za prijenos informacija. Internet je ključni dio elektroničkih medija, omogućavajući nam pristup bogatim izvorima informacija, digitalnim sadržajima i komunikaciji s ljudima diljem svijeta. Web stranice, blogovi, društvene mreže i online platforme za dijeljenje sadržaja postali su neizostavni alati za komunikaciju i informiranje.

Elektronički mediji također obuhvaćaju razne oblike digitalnih medija kao što su televizija, radio, filmovi, glazba i video igre. Digitalna televizija omogućila je široki izbor programa i interaktivne mogućnosti, dok je digitalna glazba promijenila način na koji slušamo i dijelimo glazbene sadržaje. Streaming platforme poput Netflix-a, Spotify-a i YouTube-a omogućuju nam pristup neograničenom broju filmova, serija, glazbe i video sadržaja.

Jedna od ključnih prednosti elektroničkih medija je njihova brzina i dostupnost. Informacije se mogu objaviti i dijeliti gotovo trenutačno, omogućavajući nam da budemo ažurirani u stvarnom vremenu o najnovijim događajima diljem svijeta. Također, elektronički mediji su interaktivni i omogućuju nam da sudjelujemo u različitim oblicima komunikacije. Možemo komentirati, dijeliti i sudjelovati u raspravama putem društvenih medija, foruma ili blogova.

Međutim, elektronički mediji također nose određene izazove i pitanja. Informacije koje se distribuiraju putem interneta nisu uvijek provjerene ili istinite, što dovodi do širenja lažnih vijesti i dezinformacija. Također, digitalna pismenost postaje sve važnija kako bismo razumjeli

i kritički procijenili informacije s kojima smo suočeni. Drugi izazov s kojim se susreću elektronički mediji je privatnost i sigurnost podataka. S obzirom na to da sve više osobnih podataka dijelimo online, važno je osigurati da naši podaci budu zaštićeni i da se koriste na odgovarajući način.

Uz sve izazove, elektronički mediji donose i brojne prednosti. Omogućuju nam pristup ogromnom broju informacija, obrazovnih sadržaja i kulturnih izraza. Također, elektronički mediji pružaju platformu za glas manjinskih skupina i alternativne perspektive koje se mogu čuti i dijeliti na globalnoj razini.

### **2.3. Novi mediji**

Tehnološki napredak donio je značajne promjene u načinu komunikacije i pristupu informacijama. Novi mediji su postali ključni čimbenik u izgradnji i razvoju interkulturalne komunikacije. Pojava izraza „novi mediji“ bila je oko 1980-ih kako bi označio brze promjene koje su se dogodile u medijskom svijetu. Međutim, taj termin nosi snažan ideološki prizvuk, budući da riječ „novo“ implicira nešto najnovije, glamurozno i avangardno namijenjeno naprednim ljudima. Danas se taj termin koristi u različitim znanstvenim područjima, disciplinama i svakodnevnoj komunikaciji, ali je podložan promjenama i teško ga je jednoznačno definirati. Raznolikost upotrebe i neizvjesnost budućeg razvoja novih medija, posebno na internetu, čine glavne izazove u njihovom definiranju, kako ističe (Alibašić, 2019).

Novi mediji neizostavan su dio našeg svakodnevnog života u digitalnom dobu. Ovaj pojam odnosi se na sve oblike elektroničkih komunikacijskih tehnologija koje omogućuju stvaranje, distribuciju i razmjenu informacija putem Interneta. Od društvenih mreža, blogova, podcasta, video platformi do mobilnih aplikacija, novi mediji revolucionarizirali su način na koji ljudi komuniciraju, informiraju se i zabavljaju. Jedna od ključnih karakteristika novih medija je interaktivnost. Korisnici više nisu pasivni promatrači već aktivno sudjeluju u kreiranju sadržaja. Društvene mreže postale su platforme za razmjenu ideja, mišljenja, fotografija i videa (Ilišin, 2001).

Ljudi se povezuju s drugima diljem svijeta, grade virtualne zajednice i stvaraju nove oblike identiteta. Osim toga, novi mediji omogućili su širenje informacija u stvarnom vremenu. Sada putem interneta i društvenih mreža možemo pratiti vijesti iz svih dijelova svijeta. Izvješća s

mjesta događaja postaju dostupna odmah nakon što se dogode, što nam omogućuje da u svakom trenutku budemo informirani. Ova brza dostupnost informacija ima svoje prednosti i izazove, budući da se širenje dezinformacija također može dogoditi brzo i jednostavno. Novi mediji također su promijenili način na koji konzumiramo zabavu. Streaming platforme omogućuju nam pristup filmovima, serijama, glazbi i drugim oblicima zabave bilo kada i bilo gdje. YouTube je postao jedna od najpopularnijih platformi za gledanje videosadržaja, dok podcasti pružaju mogućnost slušanja različitih audio formata, poput emisija, intervjua i priča. S pojavom novih medija dolazi i izazov filtriranja informacija (Jurčić, 2017).

Uz toliko dostupnih izvora i sadržaja, ključno je razviti kritičko mišljenje kako bismo procijenili pouzdanost i vjerodostojnost informacija koje konzumiramo. Također je važno voditi računa o privatnosti i sigurnosti na internetu jer novi mediji često zahtijevaju dijeljenje osobnih podataka. Brzi napredak tehnologije i promjene u načinu na koji ljudi komuniciraju i pristupaju informacijama često nadmašuju trenutne definicije i razumijevanje novih medija. Uzimajući u obzir sve ove čimbenike, važno je istaknuti da su mediji, bilo stari, novi ili masovni, neizostavni dio naše svakodnevne komunikacije i informiranja.

Oni imaju značajan utjecaj na društvo, oblikujući javno mnijenje i potičući razmjenu ideja i informacija. Kako se tehnologija nastavlja razvijati, važno je pratiti promjene i prilagoditi se novim medijskim okruženjima kako bismo ostali informirani i uključeni u suvremeno društvo. Iako ne postoji jedinstvena definicija novih medija, možemo sagledati neka ključna obilježja koja su istaknuta u literaturi.

D'Ancona, (2017) naglašava da novi mediji obuhvaćaju digitalne, računalne i/ili umrežene informacijske i komunikacijske tehnologije koje su se pojavile krajem 20. stoljeća. (Hromadžić, 2019) definira nove medije kao one koji omogućavaju digitalno prenošenje različitih datoteka. Jedno od glavnih obilježja novih medija je sposobnost konvergencije, odnosno spajanja različitih medija kako bi se stvorio noviji oblik medija. (Ashley, et.al. 2018) izjednačava nove medije s konvergiranim medijima, što uključuje novinske portale, radio i televiziju na zahtjev. Osim konvergencije, brojni autori ističu i dodatne karakteristike novih medija poput digitalizacije, interaktivnosti, hipertekstualnosti i virtualnosti (Ball, 2017).

Digitalizacija je ključno obilježje novih medija jer podrazumijeva prijenos podataka iz analognog u digitalni oblik. Time se novi mediji često nazivaju i digitalnim medijima. Interaktivnost omogućuje korisnicima slobodu stvaranja i reprodukcije sadržaja te neovisniji pristup izvorima znanja (Đukić, 2019). Korisnici imaju veću kontrolu nad informacijama, što

ima važnu ulogu u procesu komunikacije (Mikić, 1999). Suvremene tehnologije na kojima se temelje novi mediji omogućuju brži protok informacija i mijenjaju tradicionalnu komunikacijsku paradigmu „jedan prema mnogima“ u komunikaciju „jedan prema jednome“. Primjeri takve komunikacije su e-mailovi, videoigre, blogovi i slično, gdje se komunicira izravno s pojedinim korisnicima (Chen, 2012). Hipertekstualnost novih medija označava mogućnost slobodnog kretanja i međusobnog povezivanja informacija. Hipertekst se sastoji od skupa elektroničkih dokumenata, uglavnom tekstualnog i slikovnog sadržaja, koji su međusobno povezani elektroničkim uputnicama ili poveznicama (hipervezama ili linkovima).

Posljednja karakteristika novih medija je virtualnost, koja se odnosi na stvaranje jednog novog svijeta - virtualne stvarnosti koja utječe na pojedince i društvo u cjelini (Davis, 2017). Razne aplikacije novih medija stvaraju virtualnu stvarnost, a sam pojam se ustalio u komunikaciji. Virtualnost je povezana s konceptom simulacije, koji se često spominje u kontekstu novih medija i digitalne kulture. Simulacija se često povezuje s nečim lažnim i umjetnim, kao pukim oponašanjem. Unatoč tome, simulacija nije iluzija jer su procesi izrade i sinteze stvarni te stvaraju nove objekte (Alibašić, 2019).

## **2.4. Važnost razumijevanja medija**

Razumijevanje medija ključno je za informiranost, medijsku pismenost, kritičko razmišljanje, demokraciju i promicanje kulturne raznolikosti. U svijetu koji je sve više digitaliziran i koji se oslanja na medije, sposobnost razumijevanja i interpretiranja medijskih poruka postaje sve važnija. Razumijevanje medija ima ogromnu važnost u današnjem svijetu koji je sve više povezan putem tehnologije i digitalnih platformi. Razumijevanje medija omogućuje nam da kritički procjenjujemo i analiziramo informacije koje primamo. To nam pomaže da prepoznamo lažne vijesti, manipulaciju ili pristranost u izvještavanju i donosimo informirane odluke.

Medijska pismenost je sposobnost interpretiranja i analiziranja medijskih poruka. Razumijevanje medija omogućuje nam da razvijemo medijsku pismenost i budemo svjesni načina na koji mediji oblikuju naše stavove, vrijednosti i uvjerenja. To nam pomaže da budemo kritički promatrači i aktivni sudionici u medijskom okruženju. Mediji imaju snažan utjecaj na oblikovanje javnog mnijenja. Razumijevanje medija omogućuje nam da prepoznamo i analiziramo načine na koje se poruke prenose, kako se koriste jezik, slike i zvukovi kako bi se

postigao određeni učinak. To nam omogućuje da budemo svjesni manipulativnih tehnika i da razvijemo vlastiti kritički stav prema onome što vidimo i čujemo.

U demokratskom društvu, mediji imaju važnu ulogu u informiranju građana, nadzoru vlasti i olakšavanju dijaloga između različitih političkih, društvenih i kulturnih skupina. Razumijevanje medija omogućuje nam da budemo aktivni građani koji razumiju važnost medijske slobode i odgovornosti te mogu aktivno sudjelovati u demokratskom procesu. Mediji imaju moć oblikovati našu percepciju drugih kultura, skupina i identiteta. Razumijevanje medija omogućuje nam da budemo svjesni stereotipa, predrasuda i diskriminacije koji se mogu pojaviti u medijskim sadržajima. To nam pomaže da promičemo kulturnu i društvenu raznolikost te da budemo otvoreni za različite perspektive.

## **2.5. Zloupotreba medija**

Sloboda izražavanja je ključno pravo koje treba biti zaštićeno u svakom demokratskom društvu. Međutim, kao i kod mnogih drugih prava, postoji mogućnost zloupotrebe slobode izražavanja na štetu prava na privatnost. U današnjem dobu digitalnih medija, zloupotreba slobode izražavanja često se javlja u online medijima. Novinari su često pod pritiskom da brzo objave vijesti kako bi ostali konkurentni na tržištu, a to može dovesti do nedovoljne provjere činjenica i objavljivanja nepotpunih ili neprovjerenih informacija. Kao rezultat toga, privatnost pojedinaca može biti ugrožena, a njihovi podaci mogu biti javno objavljeni bez pristanka ili na neprimjeren način.

Zloupotreba medija također se može dogoditi kada novinari ili medijske organizacije stavljaju svoju ulogu u službu političkih ili financijskih interesa. To može uključivati pristrano izvještavanje ili selektivno iznošenje informacija kako bi se podržala određena politička agenda ili kako bi se udovoljilo interesima određenih skupina (Đukić, 2019). Ovo kršenje novinarske etike može dovesti do gubitka povjerenja javnosti u medije i smanjenja kvalitete informacija koje se distribuiraju. Autoritarni i totalitarni režimi posebno su poznati po zloupotrebi medija. U takvim sustavima, država kontrolira medije i koristi ih kao sredstvo za manipulaciju i propagandu.

Građani gube pravo na slobodno informiranje, a novinari i mediji postaju žrtve prisile i cenzure. U modernim društvima, opasnosti od zloupotrebe medija sve više dolaze od financijskih

interesa. Mediji koji ovise o financiranju određenih interesnih skupina mogu biti podložni pritiscima i manipulacijama koje dovode do nepoštivanja novinarskih standarda i kršenja prava na privatnost. Kako bismo očuvali slobodu izražavanja i pravo na privatnost, važno je promicati novinarsku etiku, poticati odgovorno izvještavanje i pridržavati se zakonskih normi. Također je važno osigurati neovisnost medija od političkih i finansijskih pritisaka te podržati transparentnost i odgovornost u novinarstvu.

Sloboda izražavanja i pravo na privatnost su temeljni stupovi demokratskog društva, iako se mogu ponekad sukobljavati. Kroz ravnotežu između tih prava i promicanje odgovornosti, možemo stvoriti okruženje u kojem se sloboda izražavanja može slobodno prakticirati, a privatnost zaštititi od zloupotrebe. Zloupotreba medija se odnosi na manipulativno, nepošteno ili neetičko korištenje medijskih platformi ili kanala u svrhu širenja lažnih informacija, dezinformacija, propagande, prikrivanja istine ili manipuliranja javnim mišljenjem. Ovdje su neki primjeri zloupotrebe medija (Davis, 2017):

- Objavljivanje lažnih informacija ili manipulativnih vijesti radi širenja dezinformacija i obmanjivanja javnosti. Ovo može imati ozbiljne posljedice jer ljude može dovesti do donošenja pogrešnih odluka ili vjerovanja u nešto što nije istina.
- U digitalnom dobu lako je manipulirati slikama i videozapisima. Zloupotreba medija uključuje uređivanje ili montažu medija kako bi se promijenio kontekst ili stvorila lažna slika stvarnosti.
- Kada mediji djeluju kao propagandni alati političkih ili korporativnih interesa umjesto da pružaju nepristrane i objektivne informacije. Ovo može rezultirati jednostranim izvješćivanjem ili cenzurom određenih stavova i mišljenja.
- Sensacionalizam, tračevi, intrige i skandali često prevladavaju u tabloidnom novinarstvu. Takva praksa često vodi do površnog i neprovjerenog izvještavanja te fokusiranja na senzacionalističke naslove kako bi se privukla pažnja publike, umjesto da se pruže kvalitetne i relevantne informacije.
- Neetičko ili ilegalno objavljivanje privatnih informacija o pojedincima ili organizacijama bez njihovog pristanka. Ovo može uključivati objavljivanje osobnih fotografija, dopisivanja ili drugih osjetljivih podataka bez dozvole.
- Korištenje medijskih kanala kako bi se promijenilo javno mišljenje ili potaknule određene reakcije ili ponašanje. Ovo može uključivati ciljano plasiranje informacija, manipuliranje emocijama ili stvaranje umjetnih kontroverzi.

Zloupotreba medija ima štetan utjecaj na društvo jer narušava integritet novinarstva, demokratskih procesa i povjerenja javnosti u medije. Stoga je važno promicati medijsku pismenost, kritičko razmišljanje i odgovorno novinarstvo kako bismo se borili protiv zloupotrebe medija i osigurali slobodno i pravedno informiranje.

## **2.6. Dezinformacije i lažne vijesti u medijima**

Lažne vijesti, ili „*fake news*“, predstavljaju ozbiljan fenomen u suvremenom novinarstvu i informacijskom prostoru. Kako bismo na normativan način odredili pojam lažnih vijesti, potrebno je razmotriti dva osnovna elementa: samu prirodu lažnih vijesti i njihovu korelaciju s novinarskom profesijom (Ashley, et.al. 2018). Novinarska profesija ima temeljnu svrhu informiranja javnosti i težnju prema istini. Istinито izvještavanje predstavlja ključnu karakteristiku novinarstva, a lažne vijesti su paradoks i nekonstantan pojam jer se suprotstavljaju toj osnovnoj vrijednosti. Razumijevanje istine i laži te razlikovanje vijesti od dezinformacija važni su za definiranje lažnih vijesti.

Lažne vijesti su fenomen koji proizlazi iz uobičajene definicije vijesti kao nove informacije o značajnom događaju ili temi koja se dijeli s drugima na javan način. Vijesti su novoprimitljive informacije koje su iznimno vrijedne pažnje zbog svoje aktualnosti. Međutim, s razvojem društvenih mreža i interneta, ekskluzivnost priopćavanja novosti je izgubljena. Društvene mreže omogućuju korisnicima generiranje informacija i njihovo dijeljenje na jednostavan način. Iako društvene mreže neće potpuno zamijeniti novinare, postale su važan kanal za pristup informacijama koje generiraju korisnici.

Pri definiranju lažnih vijesti, treba uzeti u obzir karakteristike tog pojma: manjak istine i manjak istinitosti. Lažne vijesti su pogrešne ili obmanjujuće vijesti koje nedostaju istinu. One se namjerno propagiraju s ciljem obmane, diskreditacije ili zanemarivanja prave poruke. Lažne vijesti su novinarski tekstovi koji su namjerno lažni i mogu obmanuti čitatelje. Kako bismo se odgovorno nosili s problemom lažnih vijesti, ključno je promicati medijsku pismenost među građanima. Potrebno je educirati ljude o prepoznavanju lažnih vijesti, provjeravanju izvora informacija, kritičkom razmišljanju i zdravoj dozi skeptičnosti.

Također, novinari imaju odgovornost da provjere informacije prije nego što ih objave i da izvještavaju istinito. Lažne vijesti su oblik obmane putem kojih se šire priče s netočnim ili lažnim značajem kako bi se namjerno obmanula krajnja publika. One se mogu pojaviti iz



različitih razloga i na različite načine. Ponekad novinari nenamjerno prenesu netočne informacije zbog nepotpunih ili pogrešnih izvora, loše provjere činjenica ili grešaka u prijenosu informacija. Ponekad se glasine temelje na autentičnim novinarskim tekstovima, ali se putem usmenog prenošenja informacija ili društvenih medija izvode iz konteksta ili mijenjaju, čime se stvara netočna percepcija.

Lažne vijesti često se koriste za širenje teorija zavjere koje tvrde da postoji skrivena agenda ili namjerno prikrivanje istine. Ove teorije mogu biti izmišljene ili temeljene na djelomičnim informacijama. Satirični sadržaj, poput članaka ili videa, ponekad se namjerno prikazuje kao vijest kako bi se izazvala reakcija ili zbunjenost kod publike. Međutim, ako se takav sadržaj pogrešno percipira kao istinit, može dovesti do širenja lažnih informacija. Ponekad političari namjerno iznose netočne ili lažne izjave kako bi manipulirali javnim mnijenjem ili dobili političke prednosti. Ove izjave mogu biti teško provjerljive ili izmišljene s ciljem stjecanja popularnosti ili podrške (Ivezić, 2016).

Ponekad se novinarski izvještaji namjerno pristrano predstavljaju ili manipuliraju informacijama kako bi podržali određeni stav ili interese. Ovi izvještaji mogu sadržavati netočne ili iskrivljene činjenice kako bi uvjerali publiku u određeni narativ. Lažne vijesti su ozbiljan problem jer remete povjerenje u medije, otežavaju informiranje javnosti i mogu imati ozbiljne posljedice na društvo. Stoga je važno promicati medijsku pismenost, kritičko razmišljanje i provjeravanje izvora kako bismo se bolje nosili s fenomenom lažnih vijesti.

Također, novinari i medijske platforme imaju odgovornost da se pridržavaju visokih novinarskih standarda i provjeravaju činjenice prije objavljivanja informacija. dezinformacija smatra blažim oblikom lažnih vijesti. Dezinformacija obično podrazumijeva namjerno širenje netočnih ili nepotpunih informacija s ciljem manipulacije ili obmane javnosti. Razlika između dezinformacije i lažnih vijesti leži u intenciji i stupnju manipulacije. Dezinformacija se obično odnosi na neprecizno ili nepotpuno prenošenje vijesti, što rezultira promjenom izvornog značenja i dovodi do pogrešnih zaključaka o temi ili događaju o kojem se izvještava (Alibašić, 2019).

Može uključivati izmišljene činjenice, izvlačenje iz konteksta, selektivno izostavljanje informacija ili namjerno iskrivljavanje činjenica kako bi se stvorio određeni dojam ili agenda. Važno je razumjeti da dezinformacija može biti namjerna ili nenamjerna. Nenamjerna dezinformacija obično proizlazi iz grešaka, nepreciznosti ili nedovoljnog istraživanja prije objavljivanja informacija. S druge strane, namjerna dezinformacija nastoji svjesno obmanuti

ili manipulirati javnost. Budući da dezinformacija ima potencijalno ozbiljne posljedice na društvo, važno je biti kritičan prema informacijama koje primete i provjeriti izvore prije nego što prihvatite nešto kao istinito. Promicanje medijske pismenosti, kritičkog razmišljanja i provjere činjenica ključni su faktori u borbi protiv dezinformacija.

## **2.7. Cenzura na društvenim mrežama**

Razvoj tehnologije i internet su promijenili svijet u kojem živimo. Internet je postao nevjerojatan alat za povezivanje ljudi diljem svijeta i olakšavanje komunikacije i razmjene informacija. Omogućio nam je pristup ogromnom izvoru znanja i omogućio stvaranje virtualnih zajednica. Međutim, kako je internet postao sve popularniji i ljudi su se okupljali na društvenim medijima, pojavile su se i određene izazovi i pitanja u vezi sa slobodom izražavanja i pravima korisnika. Određene vlade su u nekim slučajevima pokušavale kontrolirati i ograničavati pristup određenim informacijama na internetu ili čak blokirati određene web stranice i društvene medije. Ovo se često događa iz različitih razloga, uključujući nacionalnu sigurnost, zaštitu djece, suzbijanje terorizma ili reguliranje političkog sadržaja (Ilišin, 2001).

Također, neke vlade su tražile od vlasnika društvenih medija da dostave određene informacije o korisnicima. Ovo je ponekad izvedeno u svrhu provođenja zakona ili istraga, ali može postojati i zabrinutost u pogledu privatnosti korisnika i potencijalne zloupotrebe takvih informacija. Cenzura je stara praksa koja se proteže kroz povijest, a ima za cilj kontrolirati i ograničiti pristup određenim informacijama ili izražavanju ideja. Oduvijek su postojali pokušaji zabrane ili uništavanja knjiga, filmova ili drugih medija koji su smatrani neprikladnim ili opasnim prema određenim standardima ili vladajućem režimu (Chen, 2012).

Danas, s društvenim medijima i internetom, cenzura može uključivati blokiranje objava, uklanjanje sadržaja ili ograničavanje pristupa određenim informacijama. Ovo može biti izazovno jer postoje različiti stavovi o tome što bi trebalo biti cenzurirano i kako bi se trebala zaštititi sloboda izražavanja. Uz razvoj tehnologije, također se pojavljuju nove inicijative i tehnologije koje pokušavaju zaštititi privatnost i slobodu na internetu, kao što su enkripcija podataka, virtualne privatne mreže (VPN) i druge tehnologije za zaštitu identiteta i komunikacije (Kaul, 2017). Ravnoteža između zaštite interesa društva, sigurnosti, privatnosti i slobode izražavanja je kompleksna i često predmet rasprava.

Važno je da se ova pitanja razmatraju i rješavaju na način koji promiče otvoreno društvo, pristup informacijama i slobodu izražavanja, uzimajući u obzir različite aspekte i interese. Cenzura na društvenim mrežama je kontroverzna tema koja izaziva mnogo rasprava i mišljenja. Društvene mreže postale su neizostavan dio naše svakodnevice, omogućujući nam komunikaciju, razmjenu informacija i izražavanje mišljenja s ljudima diljem svijeta. Međutim, kako su društvene mreže postajale popularnije, tako su rasli i izazovi vezani uz slobodu izražavanja i cenzuru. Cenzura društvenih medija odnosi se na proces kojim platforme društvenih medija, poput Facebooka, Twittera, Instagrama i drugih, ograničavaju ili uklanjaju sadržaj koji smatraju neprikladnim, uvredljivim, nasilnim ili krši njihova pravila. Cilj cenzure je održati sigurno i pozitivno okruženje za korisnike mreže i spriječiti širenje nezakonitih ili štetnih informacija. Pobornici cenzure tvrde da je potrebno zaštititi korisnike od govora mržnje, klevete, uznemiravanja i dezinformacija. Smatraju da bi društvene mreže trebale biti odgovorne za kontrolu sadržaja i održavanje visokih standarda ponašanja. Također naglašavaju da cenzura pomaže u zaštiti djece od neprimjerenih sadržaja i održavanju javnog reda i mira (Petric, 2002).

S druge strane, protivnici cenzure ističu da ona predstavlja prijetnju slobodi izražavanja i demokraciji. Tvrde da društveni mediji ne bi trebali biti arbitri istine te da bi korisnici trebali imati pravo izraziti svoje mišljenje, čak i ako je ono kontroveržno ili nepopularno. Protivnici upozoravaju i na opasnost od prevelike moći društvenih mreža i mogućnosti zlouporabe cenzure u političke svrhe. Društvene mreže suočene su sa sve većim pritiskom da provedu strože mjere cenzure, posebice u pogledu politički osjetljivih tema, dezinformacija i ekstremističkih sadržaja. To je dovelo do kontroverzi i optužbi za pristranost, jer neki korisnici tvrde da se cenzura primjenjuje selektivno i favorizira određene političke ili ideološke skupine (D'Ancona, 2017).

Važno je pronaći ravnotežu između slobode izražavanja i zaštite korisnika na društvenim mrežama. Otvorena rasprava, transparentnost i uključenost korisnika u procese donošenja odluka mogu pomoći u stvaranju poštene i učinkovite politike cenzure. Također je važno da društvene mreže jasno definiraju svoja cenzurna pravila i procedure kako bi korisnici bili informirani što je dopušteno, a što nije. Pitanje cenzure društvenih medija je složeno i zahtijeva pažljivo razmatranje. Potrebno je postići ravnotežu između zaštite korisnika od štetnih sadržaja i očuvanja slobode izražavanja.

## 2.8. Nametnute životne vrijednosti putem medija

U današnjem modernom dobu, mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju našeg svakodnevnog života. Oni nam pružaju informacije, zabavu i pomažu nam da ostanemo povezani s ostatkom svijeta. Međutim, s obzirom na ogroman utjecaj medija, postavlja se pitanje koliko nametnute vrijednosti putem medija utječu na naše živote. Mediji imaju moć oblikovati naše stavove, uvjerenja i vrijednosti. Putem televizije, interneta, filmova, časopisa i društvenih mreža, konstantno smo izloženi različitim idejama i perspektivama. Na prvi pogled, to može biti pozitivno jer nam omogućava da se informiramo i educiramo o raznim temama. Međutim, mediji također imaju tendenciju promovirati određene životne vrijednosti koje mogu biti nametnute i nerealne. Tako samo nerazumijevanje medija može imati negativan utjecaj na pojedince te rezultira određenim iskrivljenim idealima u životu.

Jedna od ključnih karakteristika medijskih poruka je idealizacija. Često se prikazuju savršeni životi, tijela i odnosi koji stvaraju lažnu sliku stvarnosti. Ova idealizacija može utjecati na naše samopouzdanje i samopoštovanje jer se uspoređujemo s onim što vidimo na ekranu. Osjećaj da nismo dovoljno dobri ili da ne ispunjavamo određene standarde može biti izvor nezadovoljstva i stresa. Također, mediji često promoviraju materijalizam i potrošnju kao ključ za sreću. Reklame nas neprestano potiču da kupujemo nove proizvode kako bismo postigli osjećaj zadovoljstva i statusa (Jurčić, 2017).

Još jedan aspekt nametnutih vrijednosti putem medija je potiskivanje različitosti i promoviranje stereotipa. Mediji često perpetuiraju određene rodne, rasne ili kulturne norme koje mogu ograničavati individualnost i prihvaćanje različitosti. Ovo može rezultirati osjećajem isključenosti ili manje vrijednosti kod ljudi koji se ne uklapaju u te stereotipe. Važno je biti svjestan ovog utjecaja medija i razviti kritičko razmišljanje. Trebamo naučiti prepoznati nametnute vrijednosti i razlikovati stvarne vrijednosti od onih koje nam se nameću. Trebamo biti svjesni da je stvarnost često drugačija od onoga što vidimo na ekranu i da je svaka osoba jedinstvena i vrijedna unatoč nedostacima ili razlikama.

Osobna odgovornost također igra važnu ulogu. Trebamo biti svjesni vlastitih vrijednosti i postaviti prioritete u skladu s njima. Nije nužno slijediti sve trendove ili ideje koje nam mediji nameću. Umjesto toga, trebamo se fokusirati na ono što nas čini sretnima i ispunjenima kao pojedince. Formiranje identiteta je složen proces koji je podložan utjecaju raznih čimbenika, a

mediji su jedan od tih važnih faktora. Mediji imaju moć oblikovati naše stavove, vrijednosti, interese i način na koji se doživljavamo i percipiramo svijet oko nas.

Kroz različite medije poput televizije, filmova, glazbe, knjiga, interneta i društvenih mreža, stvaramo sliku o sebi i oblikujemo svoj identitet. Jedan od načina na koji mediji utječu na formiranje identiteta je kroz prikazivanje različitih uloga, likova i ideala. Identifikacija s određenim likom ili idejom može nam pomoći u definiranju vlastitog identiteta. Na primjer, tinejdžeri mogu se identificirati s određenim glazbenicima, glumcima ili influencerima, a ta identifikacija može oblikovati njihov stil odijevanja, način govora i ponašanja.

Osim toga, mediji imaju utjecaj na naše samopouzdanje i samoprihvatanje. Prikazivanje savršenih tijela, idealiziranih života i ljepote može stvoriti pritisak da se uskladimo s tim standardima. Mnogi ljudi, posebno mladi, mogu se osjećati nesigurno ili nezadovoljno svojim izgledom i pokušavaju se približiti slikama koje vide u medijima. Ovo može dovesti do problema s tjelesnom slikom i poremećaja prehrane. Također, mediji mogu oblikovati naše vrijednosti i stavove prema određenim pitanjima. Kroz vijesti, dokumentarce i emisije, mediji nam prezentiraju određene perspektive i stavove o politici, društvenim pitanjima, religiji, spolu, rasnim pitanjima i drugim temama.

Ova izloženost može oblikovati naše mišljenje i uvjerenja te utjecati na naš identitet i način na koji se povezujemo s drugima. Važno je biti svjestan utjecaja medija na formiranje identiteta i razviti kritičko razmišljanje. Trebamo naučiti prepoznati manipulativne tehnike, stereotipe i nametnute ideale koje mediji promoviraju. Kako bismo oblikovali autentičan identitet, trebamo izlagati se raznolikim izvorima informacija, slušati različite perspektive i razvijati vlastiti kritički stav. Također, važno je da se mediji odražavaju raznolikost društva i promiču inkluzivnost. Kroz raznolike likove, priče i glasove, mediji mogu doprinijeti razumijevanju i prihvatanju različitosti (Mikić, 1999). Potrebno je podržavati medije koji promoviraju pozitivne vrijednosti, poštivanje različitosti i potiču samo prihvatanje.

## **2.9. Medijska pedagogija**

Medijska pedagogija je pedagoška disciplina koja se bavi sociopedagoškim, sociokulturalnim i sociopolitičkim aspektima suvremenih medijskih komunikacija, posebno analizom uloge medija u svijesti i ponašanju djece i mladih. Središnji cilj medijske pedagogije je osposobiti mlade ljude za kritičku analizu medijskih sadržaja. Stoga je važno uključiti

medijsko-pedagoške koncepte i ciljeve u kurikulum kako bi se osmislili projekti koji potiču kritičko razmišljanje, doživljaj i stjecanje znanja putem medijskog odgoja (Ivezić, 2016). Osim toga, medijska pedagogija također promiče razvoj medijske pismenosti i medijskih kompetencija.

Tomas Hug je postavio tri pitanja koja su bitna za medijsku pedagogiju u užem smislu. Prvo pitanje se odnosi na promjene u komunikaciji mladih u obitelji, školi, socijalnom okruženju i među mladima prilikom korištenja inovativnih medija. Drugo pitanje se odnosi na posljedice trivijalnih medijskih sadržaja, poput digitalnih medija, na ponašanje mladih i oblike simbola koji se koriste u medijskoj komunikaciji. Treće pitanje se odnosi na značajne aspekte na koje se medijski pedagozi trebaju oslanjati pri razvoju medijske kompetencije. Odgovori na ta pitanja zahtijevaju interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup, kao i razumijevanje konvergencije i razlika u istraživanju medijske pedagogije.

Analiza medija može se provoditi na tri razine: strukturalnoj, simboličkoj i analizi sadržaja komunikacije. Hromadžić, (2019) je identificirao šest funkcija medija: organizacija razmjene komunikacije, razumljivost informacija, socijalna organizacija društva, kulturalna reprodukcija, transfer komunikacije i demokratizacija obrazovanja te interkulturalna funkcija. Medijska pedagogija treba biti vođa u suvremenom medijskom okruženju, posebno za djecu i mlade. Koristi se različitim medijima kao alatima za analizu i kritičko razumijevanje medijskih sadržaja. Analiza medija također uključuje analizu društvene stvarnosti, stoga su važni interdisciplinarni pristupi.

Medijska pedagogija je usko povezana s mediologijom, znanosti koja se bavi proučavanjem medija. Njihova suradnja osigurava kvalitetu u području medijske socijalizacije i utjecaja medija na odgoj. Važno je razlikovati pojmove medijske pismenosti, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja. Medijska kompetencija je središnji pojam u medijskoj pedagogiji i obuhvaća sve sposobnosti koje pojedinac mora usvojiti u medijskom i informacijskom društvu, uključujući uporabu medijskih proizvoda, razmjenu medijskih poruka te medijsku refleksiju i kritičko razumijevanje. Medijski odgoj nije samo poučavanje, već i istraživanje i razvijanje kritičkog stava u postizanju konačnih ciljeva medijskih kompetencija.

### 3. MEDIJSKA PISMENOST

Medijska pismenost ključna je u današnjem digitalnom svijetu, gdje smo neprestano izloženi različitim medijskim sadržajima. Ova vještina podrazumijeva sposobnost razumijevanja, analize, interpretacije i kritičkog vrednovanja informacija koje nam prenose mediji. U eri interneta, društvenih mreža i brze razmjene informacija važno je biti kritički osviješten konzument medija (Ball, 2017). Medijska pismenost nam pomaže razviti sposobnost prepoznavanja lažnih vijesti, manipulativnih tehnika i pristranog izvještavanja. Također nas uči razumjeti kako su mediji konstruirani, tko su njihovi autori i koji su njihovi interesi.

Kad smo medijski pismeni, sposobni smo analizirati medijske sadržaje na više razina. Pitamo se tko je i iz kojeg razloga kreirao informaciju. Prepoznajemo retoriku i manipulativne tehnike koje se koriste u svrhu uvjeravanja ili manipulacije. Također prepoznajemo različite oblike medija - tekst, slike, audio i video sadržaj, te razumijemo kako se oni mogu kombinirati i utjecati na naše razumijevanje (Ivezić, 2016). Jedan od ključnih aspekata medijske pismenosti je sposobnost kritičkog mišljenja. To znači postavljati pitanja, provjeravati izvore informacija, tražiti višestruke perspektive i donositi informirane zaključke. Kritičko razmišljanje štiti nas od prihvaćanja površnih ili netočnih informacija i pomaže nam da razvijemo vlastito mišljenje.

Medijska pismenost potiče i aktivno sudjelovanje u medijskom prostoru. To znači da ne samo da konzumiramo informacije, već i pridonosimo stvaranju sadržaja. Putem društvenih mreža, blogova, video platformi i drugih medijskih kanala možemo izraziti svoje mišljenje, dijeliti ideje i sudjelovati u razgovorima. Kako bismo razvijali medijsku pismenost, moramo se kontinuirano educirati i pratiti promjene u medijskom okruženju. Trebamo biti svjesni novih tehnologija, trendova i izazova s kojima se suočavamo u digitalnom dobu. Također je važno poticati medijsku pismenost u školskim programima i obrazovnim ustanovama, kako bi se mlade generacije osnažile da budu odgovorni i kritički osviješteni korisnici medija.

U biti, medijska pismenost je ključna vještina u 21. stoljeću. Omogućuje nam da budemo informirani, kritički osviješteni i aktivni u digitalnom okruženju. Razvijanjem ove vještine možemo bolje razumjeti svijet oko sebe, donositi informirane odluke i pridonijeti izgradnji medijskih sadržaja koji su relevantni, pouzdani i korisni za društvo.

## 4.1. Koncept medijske pismenosti

Razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije i novih medija, sve veća je potreba za razvijanjem medijske pismenosti. Medijska pismenost se može definirati kao skup vještina potrebnih za obradu i tumačenje poruka koje se prenose putem medija. U današnjem 21. stoljeću, medijska pismenost je postala neizostavan dio opće pismenosti, ali se posebno fokusira na kritičku analizu i evaluaciju medijskih sadržaja te sposobnost odabira i interpretacije istih. Biti digitalno ili informatički pismen nije dovoljno za optimalnu razinu medijske pismenosti. Potrebne su i vještine kritičkog razmišljanja koje omogućuju pojedincima da kritički procjenjuju medijski sadržaj i vjerodostojnost istog.

Samo posjedovanje tehnološke vještine nije dovoljno, već je potrebno razviti sposobnost razmišljanja koja omogućuje razdvajanje bitnog od nebitnog. Glavna svrha medijske pismenosti je prilagodba komunikacijskim tehnologijama i otvaranje uma za nove medijske poruke. Kako bi se to postiglo, Potter ističe tri ključna preduvjeta: vještine, strukture znanja i osobni lokus (Miliša, 2009). Vještine se odnose na sposobnost kritičkog razmišljanja, ali sama definicija te vještine može biti različito interpretirana. To može uključivati sposobnost kritike medija, interakciju s medijima ili sposobnost razlučivanja bitnog od nebitnog.

Osim vještina, medijska pismenost zahtijeva i široko znanje o medijima i njihovoj funkciji. Poznavanje različitih medijskih formata, jezika i načina komunikacije ključno je za razumijevanje medijskih poruka. Struktura znanja pomaže pojedincima da prepoznaju namjere i strategije medija te da donose informirane odluke o njihovoj potrošnji. Treći preduvjet za medijsku pismenost je osobni lokus, odnosno svjesnost i razumijevanje vlastitih stavova, vrijednosti i uvjerenja u kontekstu medija. Osoba koja je medijski pismena ima kritički odnos prema medijima i svjesna je utjecaja koji oni mogu imati na društvo i pojedinca. (Chen, 2012) ističe sedam vještina koje su ključne za medijsku pismenost, a to su analiza, evaluacija, grupiranje, indukcija, dedukcija, sinteza i apstrahiranje.

Ove vještine omogućuju pojedincima da kritički pristupe medijskim sadržajima, da ih procjenjuju i razumiju na dubljoj razini. Kritičko mišljenje se stoga ne ubraja u samu kategoriju vještina, već je pretpostavka koja obuhvaća sve navedene vještine. Strukture znanja igraju važnu ulogu u organiziranju informacija koje se dobivaju putem novih medija. Poznavanje konteksta i šireg društvenog okvira omogućuje pojedincima da bolje razumiju medijske poruke



u njihovom cjelokupnom kontekstu. Ove strukture znanja omogućuju nam da prepoznamo svrhu i namjere medija te da kritički razmišljamo o njihovim utjecajima. Osobni lokus se odnosi na ciljeve i motivaciju pojedinca. Što su jači motivi za dobivanjem informacija, to će pojedinac uložiti više napora u postizanje tih ciljeva. Osobni lokus igra važnu ulogu u kontroli utjecaja novih medija na pojedinca, omogućujući mu da selektivno odabire i interpretira medijski sadržaj. (Niklewicz, 2017) također ističu ključne karakteristike medijske pismenosti. To uključuje vještine kritičkog razmišljanja i procjene medija, razumijevanje procesa masovne komunikacije, svijest o utjecaju medija na pojedince i društvo, razvoj strategija za analizu i diskusiju medijskih poruka, svijest o medijskim sadržajima kao tekstu koji odražava suvremenu kulturu, te sposobnost stvaranja učinkovitih i odgovornih medijskih poruka.

Ove karakteristike jasno pokazuju složenost medijske pismenosti kao skupa vještina i znanja potrebnih za aktivno sudjelovanje u suvremenom medijskom svijetu. Važno je naglasiti da se medijska pismenost kontinuirano razvija i nadograđuje. S obzirom na to da se mediji stalno mijenjaju i razvijaju, nemoguće je doseći najvišu razinu medijske pismenosti. Stoga je važno biti otvoren za stalno učenje i prilagoditi se novim trendovima i tehnologijama koje oblikuju medijsko okruženje. U skladu s (Davis, 2017), medijska pismenost se promatra kao multidimenzionalna i kontinuirana karakteristika.

Multidimenzionalnost se odnosi na različite vrste perspektiva koje pojedinac može primijeniti prilikom razumijevanja medijskih poruka. To uključuje kognitivnu, emocionalnu, estetsku i moralnu dimenziju, koje svaka na svoj način doprinose razumijevanju i interpretaciji medijskog sadržaja. Također, medijska pismenost se sagledava kao kontinuum, a ne kao statična kategorija. Svaki pojedinac se nalazi na određenoj točki tog kontinuuma, a nitko nije potpuno pismen jer uvijek postoji prostor za daljnje poboljšanje. Ova perspektiva naglašava da je medijska pismenost proces koji traje cijeli život, jer se mediji i tehnologija neprestano razvijaju.

Unatoč tome što su novi mediji i masovna komunikacija sastavni dio mnogih suvremenih društava, medijska pismenost još uvijek nije sveprisutna u svim zajednicama. Ilišin, (2001) navode nekoliko razloga za medijsku nepismenost. To uključuje elitizam, emocionalni utjecaj medija poput fotografije, filma, radija, televizije i digitalnih medija, obrasce ponašanja korisnika u primanju medijskih poruka i sadržaja, očekivanja korisnika, prirodu programiranja, vjerodostojnost medija i medijskih informacija te kompleksnost jezika medija.

Važno je kontinuirano promovirati medijsku pismenost i uključiti je u obrazovne sustave kako bi se pojedinci osnažili u kritičkom razmišljanju i interpretaciji medijskih poruka. Također je važno razumjeti da medijska pismenost zahtijeva kontinuirano usavršavanje i prilagodbu promjenama u medijskom okruženju. Samo tako možemo razviti svijest o utjecaju medija na društvo i pojedinca te postići visoku razinu medijske pismenosti u našim zajednicama.

## **4.2. Društveni mediji i medijska pismenost**

Društveni mediji su postali nezaobilazan dio našeg svakodnevnog života. Ljudi širom svijeta koriste platforme poput Facebooka, Twittera, Instagrama i YouTubea kako bi se povezali s drugima, dijelili svoje misli i osjećaje, informirali se o aktualnostima i zabavili. Međutim, s porastom utjecaja društvenih medija, također je važno razviti medijsku pismenost kako bismo se bolje nosili s izazovima i mogućnostima koje nam ovi mediji pružaju. Medijska pismenost se odnosi na sposobnost kritičkog razumijevanja, analize i korištenja medijskih sadržaja. To uključuje sposobnost prepoznavanja lažnih vijesti, razumijevanje načina na koji se informacije prezentiraju i vrednovanje pouzdanosti izvora.

Također se odnosi na svijest o privatnosti i sigurnosti na društvenim mrežama te razumijevanje utjecaja medija na naše stavove, vrijednosti i ponašanje. Društveni mediji pružaju veliku količinu informacija, ali istovremeno su i izvor dezinformacija. Lažne vijesti i manipulativni sadržaji mogu se brzo širiti putem društvenih mreža, a mnogi ljudi ih prihvaćaju bez provjere. Medijska pismenost nam omogućava da razvijemo kritičko razmišljanje i prepoznamo znakove manipulacije. Ključno je naučiti kako provjeriti izvore informacija, provjeravati činjenice i poticati kritičko razmišljanje prije nego što podijelimo ili prihvatimo nešto što vidimo na društvenim medijima.

Također je važno razumjeti način na koji su informacije predstavljene na društvenim medijima. Sadržaji su često skraćeni, senzacionalistički ili iskrivljeni kako bi privukli pažnju korisnika. Medijska pismenost nam pomaže da prepoznamo manipulativne tehnike i shvatimo kontekst iza informacija koje konzumiramo. Trebamo razviti vještinu čitanja između redaka i prepoznati namjere i interese koji stoje iza određenih medijskih sadržaja. Pored toga, medijska pismenost uključuje i svijest o našoj privatnosti i sigurnosti na društvenim mrežama. Trebamo biti svjesni koje informacije dijelimo i s kime ih dijelimo. Također je važno razumjeti kako se naše aktivnosti na društvenim medijima koriste u svrhe ciljanog oglašavanja i manipulacije.

Edukacija o sigurnom korištenju društvenih mreža trebala bi biti sastavni dio medijske pismenosti kako bismo zaštitili svoje podatke i privatnost. Medijska pismenost nam pomaže da razumijemo utjecaj društvenih medija na naše stavove, vrijednosti i ponašanje. Društveni mediji mogu oblikovati naše mišljenje i utjecati na naše emocionalno stanje. Stoga je važno razviti svijest o načinu na koji se koristimo društvenim mrežama i kako nam one mogu utjecati na samopouzdanje, samopoštovanje i mentalno zdravlje (Đukić, 2019). Medijska pismenost nam omogućava da postanemo aktivni sudionici na društvenim mrežama umjesto pasivnih konzumenata.

U današnjem digitalnom dobu, medijska pismenost je ključna vještina koju svi trebamo razvijati. Obrazovanje o medijskoj pismenosti trebalo bi biti dio školskog kurikuluma, ali i kontinuirani proces u kojem se ljudi educiraju o novim trendovima i izazovima društvenih medija. Samo kroz medijsku pismenost možemo se suočiti s izazovima dezinformacija, zaštititi svoju privatnost i koristiti društvene medije na odgovoran i informiran način.

### **4.3. Utjecaj slavnih osoba i influenceri**

Utjecaj slavnih osoba i influencera na medijsku pismenost može biti dvosmjerni. S jedne strane, slavne osobe i influenceri imaju veliku moć i utjecaj na svoje obožavatelje i pratitelje putem društvenih medija. Oni mogu biti izvor inspiracije i zabave, ali isto tako mogu oblikovati stavove, vrijednosti i ponašanje svoje publike. Kada se slavne osobe i influenceri koriste svojim utjecajem na društvenim mrežama na odgovoran način, mogu pružiti pozitivan primjer i poticati medijsku pismenost. Oni mogu educirati svoje pratitelje o važnosti provjere izvora, kritičkom razmišljanju i razumijevanju utjecaja društvenih medija. Također mogu poticati na raznolikost stajališta, poticanje diskusije i promoviranje informiranog sudjelovanja na društvenim mrežama (Kaul, 2017).

S druge strane, neki slavni ljudi i influenceri mogu zloupotrebjavati svoj utjecaj i promovirati lažne vijesti, dezinformacije ili neprovjerene informacije. Oni mogu biti plaćeni za promoviranje proizvoda ili usluga bez transparentnosti o tome da je riječ o plaćenom oglašavanju. Ovo može dovesti do zamjene oglašavanja s autentičnim sadržajem, što smanjuje medijsku pismenost publike. Također, influenceri često koriste uređivanje fotografija i odabir samo najboljih trenutaka svog života kako bi stvorili idealizirane slike koje mogu utjecati na

samopouzdanje i samopoštovanje njihove publike. Ovakav pristup može dovesti do neprihvatanja vlastitog tijela i nerealnih očekivanja.

Ključno je da korisnici društvenih medija budu svjesni utjecaja slavnih osoba i influencera te razviju kritičko razmišljanje kako bi samostalno procijenili i prepoznali autentičnost i integritet informacija koje im se prezentiraju. Potrebno je educirati ljude o strategijama marketinga i manipulaciji kako bi bili otporni na takve utjecaje. Da bi se unaprijedila medijska pismenost u vezi s utjecajem slavnih osoba i influencera, potrebna je suradnja između samih influencera, platformi društvenih medija, medijskih organizacija i obrazovnih institucija.

Edukacija o medijskoj pismenosti, transparentnost u oglašavanju, jasno označavanje plaćenog sadržaja i promicanje kritičkog razmišljanja mogu pomoći u jačanju svijesti o utjecaju slavnih osoba i influencera na društvo. Slavne osobe i influenceri mogu biti moćan alat za podizanje svijesti o medijskoj pismenosti, ali istovremeno moramo biti kritični i svjesni njihovog utjecaja kako bismo osigurali da koristimo društvene medije na informiran i odgovoran način.

#### **4.4. Kritička medijska pismenost**

Kritička medijska pismenost je sposobnost razumijevanja, analiziranja i kritičkog vrednovanja medijskih poruka i sadržaja. Ova vrsta pismenosti omogućuje ljudima da postanu svjesni utjecaja medija na njihovo razmišljanje, stavove i ponašanje te da budu aktivni i informirani sudionici medijskog svijeta. Kritička medijska pismenost uključuje različite vještine i znanja. To uključuje prepoznavanje i razumijevanje različitih oblika medijskih sadržaja poput vijesti, reklama, filmova, televizijskih emisija, društvenih medija i drugih formata. Također uključuje razumijevanje medijskih tehnika, kao što su montaža, kadriranje, osvjetljenje, zvuk i vizualni efekti (Rodek, 2007).

Analiza medijskih poruka ova vještina uključuje razumijevanje načina na koje mediji oblikuju i predstavljaju informacije i ideje. Osobe koje su medijski pismene mogu kritički analizirati medijske sadržaje i prepoznati implikacije i skrivene namjere. To uključuje razumijevanje perspektiva, manipulacije, stereotipa, pristranosti i propagande. Kritička medijska pismenost potiče ljude da postavljaju pitanja, razmišljaju kritički i analitički o medijskim porukama (Ashley, et.al. 2018). Osobe s ovim sposobnostima mogu prepoznati nepotpune ili netočne informacije, prepoznati prikrivena ili implicitna stajališta te procijeniti pouzdanost izvora informacija.

Kritička medijska pismenost također uključuje razumijevanje veze između medija i društva. To obuhvaća prepoznavanje medijskih sustava, moći i interesa, kao i utjecaja medija na oblikovanje javnog mnijenja, kulturnih normi i vrijednosti te političkih procesa. Kritička medijska pismenost potiče ljude da budu aktivni sudionici medijskog svijeta, umjesto pasivnih konzumenata. To uključuje stvaranje vlastitih medijskih sadržaja, dijeljenje informacija, komentiranje i raspravljanje o medijskim temama te sudjelovanje u javnim debatama. Razvijanje kritičke medijske pismenosti je važno u današnjem informacijskom dobu gdje smo izloženi ogromnoj količini medijskih sadržaja. To nam pomaže da razvijemo informirane stavove, razumijemo različite perspektive, prepoznamo manipulaciju i lažne vijesti te donesemo informirane odluke u vezi s medijima i njihovim utjecajem na naše živote.

#### **4.5. Medijska pismenost i razvoj djece**

Kritička medijska pismenost je pristup koji ne protivi medijima, već promiče radoznalost, istraživanje i kritičko propitivanje medijskih sadržaja. Važno je da djeca počnu vježbati takav pristup već u ranoj dobi, tako da zajedno s drugima istražuju i analiziraju medije, te razmišljaju o točnosti informacija i pouzdanosti izvora. Ovo su pitanja koja trebaju biti razmotrena unutar cijele obitelji, jer mediji pružaju mnoštvo informacija, među kojima mogu biti i netočne, pristrane ili lažne. Što bolje razumijemo medije, to ih bolje i kvalitetnije možemo koristiti. Medijska komunikacija koja se uglavnom fokusira na zaradu i oglašavanje predstavlja važnu temu za kritičku procjenu.

Oglašavanje danas sve više cilja na djecu, a ona često sudjeluju u obiteljskim odlukama o kupovini. Oglasi su primamljivi, a djeca su vrlo podložna marketinškim porukama, posebno ako tek počinju shvaćati vrijednost novca. Prikriveno oglašavanje, koje se često koristi u dječjem svijetu popularnih YouTubera ili poznatih osoba na društvenim mrežama, može biti posebno štetno. Mnoge digitalne igre omogućuju kupovinu predmeta koji olakšavaju i poboljšavaju igru. Stoga je važno da u obitelji razgovarate o oglašavanju i novcu. S obzirom na to da mediji uvijek prenose određeni sadržaj, treba imati na umu da je taj sadržaj rezultat namjere i odluka autora ili vlasnika medija.

Njihova namjera može biti prenošenje informacija, prikaz umjetničkog talenta, zabava ili poticanje na kupnju određenih proizvoda ili usluga. Kritička medijska pismenost kod djece je ključna vještina koja se temelji na aktivnom promišljanju, istraživanju i otkrivanju novih

informacija. Djeca koja razvijaju ovu vještinu pokazuju znatiželju i sposobnost sagledavanja medijskog sadržaja putem analiziranja i vrednovanja njihove relevantnosti i točnosti. Glavni cilj ovog elementa medijske pismenosti je osnažiti djecu da budu otporni na medijsku manipulaciju i vladavinu medija nad korisnicima. Problematika medijske manipulacije prepoznata je od strane mnogih komunikacijskih stručnjaka, koji putem literature pokušavaju potaknuti promjenu medijskih navika i informacijskog djelovanja mladih. Neprikladna i nevjesta uporaba medijskih sadržaja može negativno utjecati na promjenu ponašanja i mentalno zdravlje djece i mladih koji nisu educirani o kritičkom vrednovanju informacija. Samostalne aktivnosti su ključne za razvoj kritičkog vrednovanja jer omogućuju djeci da sami dolaze do zaključaka. Primjeri takvih aktivnosti mogu uključivati samostalno fotografiranje, produciranje radio emisija ili kratkih videouradaka, kreiranje učeničkih listova i slično.

U školama se često prakticira pisanje kritičkih osvrtâ, analiziranje televizijskih reklama između emisija i filmova te razmatranje njihovog sadržaja i tehnika kojima su napravljene. Djeca također uče analizirati slike i tehnikama prepričavanja kako bi izdvojili bitne informacije od onih manje bitnih. Važno je naglasiti da je medijska pismenost proces koji zahtijeva kontinuirano usavršavanje i razumijevanje promjenjivih medijskih pejzaža. Djeca trebaju biti educirana o kritičkom razmišljanju, prepoznavanju propagande, razlikovanju pouzdanih izvora informacija od nepouzdanih te vještinama evaluacije medijskih sadržaja (Miliša, 2009). Razvoj kritičke medijske pismenosti ključan je za formiranje samostalnih, informiranih i kritički svjesnih građana koji mogu aktivno sudjelovati u suvremenom društvu. Stoga je potrebno kontinuirano poticati i podržavati razvoj ove vještine kod djece, kako bi postali odgovorni i promišljeni korisnici medijskog sadržaja.

Djeca se mogu naučiti prepoznavati različite medijske forme i žanrove, poput reality programa, igranih filmova ili informativnih emisija. Također, važno je naučiti ih prepoznavati prikriveno oglašavanje koje se koristi od strane poznatih osoba ili blogera na društvenim mrežama. Kroz razgovor i edukaciju o medijima, djeca će stvoriti svijest o njihovoj moći i utjecaju, te razviti kritički pristup koji će im pomoći da donose informirane odluke i budu svjesni manipulacija koje mogu postojati u medijskim sadržajima.

## 5. ZAKLJUČAK

Internet je postao integralni dio našeg svakodnevnog života i donio je značajne promjene u načinu na koji komuniciramo, informiramo se i sudjelujemo u društvu. U ovom diplomskom radu smo analizirali različite aspekte interneta i medija te njihov utjecaj na ljude i društvo. Pojam interneta se odnosi na globalnu mrežu računala koja omogućuje razmjenu informacija i komunikaciju putem elektroničkih uređaja. Internet je također postao nova kultura koja je oblikovala naše vrijednosti, identitete i način života. S druge strane, internet je donio brojne prednosti kao što su brza komunikacija, pristup informacijama i mogućnosti za obrazovanje i suradnju. Međutim, s njim dolaze i određene posljedice poput ovisnosti o tehnologiji, gubitka privatnosti i širenja lažnih informacija.

Mediji igraju ključnu ulogu u suvremenom društvu. Novi mediji, poput društvenih mreža i online platformi, omogućuju svima da budu izvor vijesti i informacija, ali isto tako stvaraju prostor za dezinformacije i zloupotrebu. Masovni mediji, kao što su televizija, radio i novine, imaju veliki utjecaj na oblikovanje javnog mnijenja i percepciju stvarnosti. Elektronički mediji, poput interneta i mobilnih aplikacija, omogućuju pristup informacijama u realnom vremenu, ali isto tako mogu dovesti do ovisnosti i gubitka kontrole nad vlastitim vremenom.

Razumijevanje medija je ključno za kritičko razmišljanje i aktivno sudjelovanje u suvremenom društvu. Važno je prepoznati zloupotrebu medija, kao što su cyberbullying, online prevara i nasilni sadržaji, te poduzeti korake kako bi se to suzbilo. Također, trebamo biti svjesni dezinformacija i lažnih vijesti koje se šire putem medija i razviti vještine medijske pismenosti kako bismo ih mogli prepoznati i razlikovati od istinitih informacija. Cenzura na društvenim mrežama postala je tema rasprave, jer platforme sve više donose pravila o tome što je dopušteno objavljivati.

Dok neke smatraju da je to nužno radi zaštite korisnika, drugi upozoravaju na opasnost od gušenja slobode govora. Također, mediji često nameću određene životne vrijednosti i stavove putem reklama, filmova i drugih sadržaja. To može imati utjecaj na naša razmišljanja i vrijednosti, stoga je važno razviti kritički pristup prema medijskim porukama. Medijska pedagogija se ističe kao važan pristup u obrazovanju kako bi se razvile vještine medijske pismenosti. Ona uključuje učenje o medijima, analizu medijskih sadržaja i poticanje kritičkog razmišljanja. Medijska pismenost je ključna za razumijevanje i interpretaciju informacija koje dobivamo putem medija te za aktivno sudjelovanje u digitalnom svijetu.

U zaključku, internet i mediji su neizostavni dio suvremenog društva. Imaju brojne prednosti, ali isto tako postavljaju izazove i donose posljedice. Razumijevanje i razvoj medijske pismenosti su ključni kako bismo se suočili s tim izazovima i iskoristili sve prednosti koje nam internet i mediji pružaju.



## LITERATURA

1. Alibašić, H. (2019). *Utjecaj savremenih medija na tokove globalizacije u 21. stoljeću*. Društvene i humanističke studije, 3(9), 345-360.
2. Ashley, S. (et.al.) (2018). *American journalism and "fake news": examining the fact*. Santa Barbara: ABC CLIO.
3. Ball, J. (2017). *Post-truth: how bullshit conquered the world*. London: Biteback Publishing.
4. Chen, G.-M. (2012). The impact of new media on intercultural communication in global context. *China Media Research*, 8(2), 1-10.
5. D'Ancona, M. (2017). *Post truth: the new war on truth and how to fight back*. London: Ebury Press.
6. Davis, E. (2017). *Post-truth: why we have reached peak bullshit and what we can do about it*. London: Little, Brown.
7. Đukić, M. (2019). Odgovor Europske Unije na problem lažnih vijesti - regulativni okvir u nastanku. U V. Radova (Ur.), *Vjerodostojnost medija: doba lažnih informacija* (str. 19-38). Tuzla: Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli.
8. Filipan-Žignić, B. (2012). *O jeziku novih medija: Kvare li novi mediji suvremeni jezik?* Split: Redak.
9. Filipan-Žignić, B., & Turk Sakač, M. (2016). Utjecaj novih medija na jezik mladih. *Slavistička revija*, 64(6), 463-474.
10. Hromadžić, H. (2019). *Mediji i produkcija lažnih vijesti u postprosvjetiteljskoj epohi populizma i senzacionalizma*. U Gruhonjić, D., & Valić Nedeljković, D. (Ur.), *Mediji civilnog društva kao alternativa medijskom populizmu, senzacionalizmu i lažnim vijestima* (str. 53-64). Novi Sad: Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu.
11. Ilišin, V. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
12. Ivezić, V. (2016.). Lica cenzure. Sloboda mišljenja i kreativnost u uvjetima tržišno orijentiranog društva, In *mediasres: Časopis filozofije medija*, vol. 5, no. 9, pp. 1421-1438
13. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima - definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21(1), 127-136.
14. Kaul, V. (2017). Intercultural Communication and New Media. *International Journal on Transformations of Media*, 2(2), 10-22.

15. Mikić, K. (1999). Mladi i mediji: stanje sadašnje. *Zbornik Učiteljske akademije u Zagrebu = Collected Papers of the Teacher Education Academy in Zagreb*, 1(1), 113-123.
16. Mikić, K. (2004). Odgoj za medije ili medijska pedagogija. *Zapis: bilten Hrvatskog filmskog saveza*, 1(45), 52-57.
17. Miliša, Z. (2009). *Mediji i mladi: prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
18. Miliša, Z. (2010). *Mladi - Odgoj za medije: priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
19. Niklewicz, K. (2017). *Weeding out fake news: an approach to social media regulation*. Brussels: Wilfried Martens Centre for European Studies.
20. Petric, D. (2002). *Internet uzduž i poprijeko*. Zagreb: Bug.
21. Rodek, S. (2007). Modeli istraživanja medijskog učinka u odgoju i obrazovanju. *Školski vjesnik: časopis za pedagoška i školska pitanja*, 56(1/2), 7-15.