

Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara

Gluhak, Danijela

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:589404>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-06**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
SMJER BIBLIOTEKARSTVO
Ak. god. 2020./2021

Danijela Gluhak

Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara

Diplomski rad

Mentor: Mihaela Banek Zorica, dr. sc.

Zagreb, veljača 2020

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Iskreno hvala mojoj mentorici dr.sc. Mihaeli Banek na suradnji, pomoći i što je bila moja mentorica. Bila mi je čast.

Moja obitelj mi je pružila podršku tijekom cijelog studija. Ne bih to mogla bez Vas.

Hvala svima koji ste dio mogeg života.

Sretna sam da sam završila studij, još sretnija da ću to znanje primijeniti u svojem radu kao knjižničar.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Tradicionalni, konvergentni i novi mediji	2
2.1. Digitalizirana kultura.....	4
2.2. Djeca i mladi na internetu	6
2.3. Kako pristupiti odgoju za medije	13
3. Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara.....	17
3.1. Poveznica razvoja vokabulara i čitanja	17
3.2. Medijsko eksponiranje engleskog jezika te utjecaj na vokabular djeteta.....	19
3.3. Uloga knjižnica i čitaonica.....	21
3.4. Aktivnosti i projekti Knjižnica tijekom godine.....	22
4. Eksperimentalni dio	25
4.1. Rezultati i rasprava.....	25
5. Zaključak.....	34
6. Literatura.....	35
Popis slika	38
Popis tablica	39
Popis grafikona	40
Prilozi.....	41
Prilog 1 – ANKETA	41
Sažetak	43
Summary	44

1. Uvod

Tema rada je „Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara“. Svrha rada je pojasniti kako mediji i televizija djeluju na vokabular djece i mladih. Postoje činjenice da se može puno naučiti gledajući televiziju i druge medijske sadržaje. Djeca i mladi upoznaju nove jezike, čak uče strane riječi. Većinom su to riječi na engleskom jeziku. Televizija pruža informacije o tome što se događa na drugom kraju svijeta. Upoznaje nas s događajima u svijetu, s poviješću, raznim kulturnim događajima. Uglavnom, televizija pruža sretne i tužne trenutke. Istovremeno, knjiga stoji i čeka na polici. Jer, djeci i mladima prezentirana su sva tehnološka dostignuća od najranije dobi. Dok s jedne strane tehnologija koristi društvu i njegovom razvoju, s druge strane zaboravlja se vrijednost dobre i kvalitetne knjige. Stoga, knjižnice i čitaonice gube zasluženo mjesto u svijetu djece i mladih kao jedan iznimno važan i ključan medij. Usudimo se reći djeca su zaboravila čitati knjige. Tijekom osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, djeca i mladi moraju pročitati lektiru. Postavlja se pitanje: „Koliko se uopće čita lektira?“ i „Koliko učestalo koriste prečice u čitanju lektire?“. Uz teorijsko istraživanje utjecaja medija i televizije na vokabular, provedeno je kratko online istraživanje čija ciljna skupina su knjižničari.

2. Tradicionalni, konvergentni i novi mediji

U kulturi poput naše, odavno naviknutoj na dijeljenje i razdvajanje svega kao načina kontrole, podsjećanje da je u operativnom i praktičnom smislu medij poruka djeluje ponekad pomalo zastrašujuće. To jednostavno znači da osobne i društvene posljedice svakog medija- to jest, svakog našeg produžetka - proizlaze iz novih razmjera što ih u naše poslove uvodi svaki naš produžetak, ili svaka nova tehnologija ¹. No, u svakom slučaju, pojam medija je vrlo teško jednoznačno odrediti pa su promišljanja o pojmu medija u biti višeznačna. Za potrebe ovog rada, uzima se pojam s mrežnog izdanja Hrvatske enciklopedije: „Sredina; okolina; skup uvjeta u kojima nešto postoji, zbiva, živi ili djeluje; te svako sredstvo posredstvom kojeg se prenose poruke, vijesti, obavijesti i sl., u komunikacijskim znanostima takvim se smatraju tiskovine i elektronička sredstva; u novije doba Internet, komunikacijski sateliti, film, CD i drugo.“²

Promatrajući povijest razvoja medija, čini se da se gotovo svako uvođenje novih tehnologija na području komunikacija nazvalo revolucijom³. No, glede konvergencije, ono se smatra partnerstvom između računala i telekomunikacije, a osamdesetih godina najviše se primjenjivala na razvoj digitalne tehnologije, integracije teksta, brojeva, slika i zvuka različitih elemenata medija koji su u kasnijim povijesnim razdobljima promatrani pojedinačno⁴. Od devedesetih, konvergencijom se naziva povezivanje telefona, televizije i interneta u jedinstvenu komunikacijsku platformu ⁵. John Hartley definira konvergenciju kao „povezivanje telefonije, računalne tehnologije i tehnologije elektroničkih medija“⁶

Sve te promjene koje je digitalizacija medija donijela i koje će donijeti nije moguće predvidjeti. Stoga, sve je više jasnija McLuhanova definicija da medij je poruka. Neki autori poput Jenkinsa smatraju McLuhana prorokom digitalne revolucije. Stoga, pročitati njegovo djelo „Razumijevanje medija“ nije naodmet“, štoviše, vrlo je korisno.

Novi medij nikad nije dodatak starom“, pisao je McLuhan u „Razumijevanju medija“, „nikad ga ne ostavlja na miru“. Nikad ne prestaje tlačiti stare medije dok za njih ne nađe novi oblik i

¹ McLuhan, M. (2008). Razumijevanje medija. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga., str.13

² Majdenić, V. (2019). Medij tekst kultura. Zagreb: Ljevak., str.19

³ Perišin, T. (2010). Televizijske vijesti. Zagreb : Naklada Medijska istraživanja., str.212

⁴ Perišin, 2010, str.212 prema Briggs & Burke, 2002, str. 39

⁵ Isto

⁶ Isto, str. 213 prema Hartley, 2002, str. 39.

položaj“.⁷To njegovo zapažanje danas zvuči osobito dobro pogođeno. Tradicionalni mediji, čak i oni elektronički, preoblikuju se i repositioniraju prelazeći na digitalnu distribuciju. Kada mreža apsorbira novi medij, ona ga ponovno stvara na svoju sliku i priliku. Nije riječ o tome da mu ona tek rastače fizički oblik, nego da u njegov sadržaj ona ubacuje linkove, kida ga na pretražive odsječke, i okružuje sadržajem svih drugih medija koje je apsorbirala.

Da bude krajnje jasno, medij nije subjekt komunikacije, nego posrednik u komunikaciji. Mi komuniciramo posredstvom medija (recimo interneta, u kojem primamo ali i proizvodimo poruke) ili komuniciramo sa sadržajem medija (recimo filma). Mediji omogućuju komunikaciju tako da razmjenjuju značenja, vrše simboličku razmjenu, šalje poruke, nude informacije⁸

Prvi mislilac koji, pri upotrebi pojma komunikacija (u smislu osobne komunikacije) pada na pamet, je Karl Jaspers. Ovaj filozof egzistencije definira komunikaciju kao svijest koja se slobodno, bez ograničenja, otvara drugoj, što je uvjet istinskog razgovora i javne vrline. Nema egzistencije bez komunikacije. A o nužnosti i mogućnosti komunikacije svjedoče i novi mediji koji, od mobilnih telefona do društvenih mreža, nude nove mogućnosti bržeg uspostavljanja veza i organiziranja mreža „kontakata“. Mediji potvrđuju našu potrebu za Drugim, društvenim karakterom naše prirode, olakšavaju kontakte, spašavaju od osame ali i potvrđuju našu izgubljenost, bezdomnost, neutemeljenost⁹

Novi mediji su zapravo stvorili novu vrstu komunikacije, komunikacija više nije komunikacija unutar plemenske ili teritorijalne zajednice, nije nužno ni interes, nego prije svega srodnost afiniteta i ugodnost „neobavezne veze“ kakvu omogućuje Internet i društvene mreže poput Facebook i Twittera. U takvoj komunikaciji svatko ponavlja svoj načina kazivanja i komuniciranja, premda sada pročišćen i kontroliran, bez dodira i spontanosti izravnog kontakta. Ponavljanje, prenošenje, prepričavanje, tumačenje- sve je to prisutno i u komunikaciji na daljini.¹⁰

Ono što vodi k dobrom promišljanju jesu sljedeće riječi autora Finci (2017) koji navodi: „Međutim ako naša komunikacija sve više postaje isključivo medijima posredovana

⁷ Carr, N. (2011). *PLITKO-što internet čini našem mozgu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk., str. 124

⁸ Finci, P. (2017). *Elektronička špilja*. Zagreb: Synopsis., str. 43

⁹ Isto, str. 44

¹⁰ Isto, str. 44

uspоставljanje veze, to može voditi sve većoj osobnoj izolaciji i može postati dokazom i može postati dokazom da je naša komunikacija zapravo artificijelna, prividna, bez stvarne potrebe za drugim bićem osim kao za vlastitom publikom, realno postojećom, a ipak „publikom“ čije nas postojanje ne obavezuje i kojoj ne brinemo. Odmah treba reći: kada je u pitanju veliki broj prijatelja na nekoj postojećoj društvenoj mreži, najčešće nije u pitanju istinsko poznanstvo. Istraživanja pokazuje da tek njih stotinjak pripada ljudima s kojima uistinu komuniciramo, a ostali su samo statistički broj¹¹. Uz te medije, neprestano se nadovezuje digitalna kultura. Detaljnija pojašnjenja digitalne kulture odnose se na manifestaciju aktivnosti primjerice knjižnice, o čemu će biti više riječi u sljedećem potpoglavlju.

2.1. Digitalizirana kultura

Riječ kultura prema latinskom korijenu znači nastanjivanje, zaštitu, štovanje, a pojam kao takav obuhvaća društveno naslijeđe skupine ljudi kao što su obrasci mišljenja, osjećanja i djelovanja neke zajednice¹²

Digitalna kultura je kultura našega vremena, kultura digitalnog doba, kultura novoga milenija. Ona je „dio kulture društva, dio kulturne politike društva te označava proces transformacije same ideje kulture u društvu“¹³ Vezuje se uz tehnologije i komunikacijski tehnološki napredak. Digitalna kultura *spaja sve vrste umjetnosti i predstavlja specifičan način konzumacije kao i proizvodnje kulturnih sadržaja.*

Digitalna kultura, kao i elitna, također pretpostavlja specifičnu vrstu obrazovanja. Građani bez potrebne edukacije, kao i kod elitne kulture, ne mogu ostvariti pravo sudjelovanje u procesima nove digitalne kulturne scene. Neki od pojmova koji određuju digitalnu kulturu su: virtualnost, mobilnost, konvergencija, interaktivnost, digitalizacija, nova publika, novi mediji, medijska industrija, medijska revolucija.¹⁴

Onog trenutka kada se informacije digitaliziraju, granice medija se rastaču. Na mjesto više specijaliziranih instrumenata dolazi jedan svenamjenski. To ne znači da su tradicionalne

¹¹ Finci, P. (2017). Elektronička špilja. Zagreb: Synopsis., str. 43

¹² Zgrabljic Rotar, N. (2017). Novi mediji digitalnog doba. (L. Josić, Ur.) Zbornik Informacijska tehnologija i mediji, str. 57–64., str.58

¹³ Zgrabljic Rotar, N. (2011). Masovni mediji i digitalna kultura, u: Zgrabljic Rotar, N. (ur.), Digitalno doba. Zadar – Zagreb: Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja, 25–51., str.38

¹⁴ Zgrabljic Rotar, N. (2017). Novi mediji digitalnog doba. (L. Josić, Ur.) Zbornik Informacijska tehnologija i mediji, str. 57–64., str.58

medijske forme iščeznule. Još uvijek ljudi kupuju knjige i još uvijek se pretplaćuju na časopise. I dalje ljudi idu u kino i slušaju radio. Neki još uvijek kupuju glazbu na CD-u a filmove na DVD-u. Nekolicina čak kupuje novine na kiosku. Kada nove tehnologije dolaze na mjesto starih, stare tehnologije se često koriste još dugo, a ponekad se nikad ni ne prestanu koristiti.¹⁵. Prilično veliki broj ljudi još uvijek sluša vinilne ploče, snima filmskim fotoaparatom i traži telefonske brojeve u tiskanim imenicima. Ali stare tehnologije gube svoju ekonomsku i kulturnu snagu. Proizvodnja i potrošnja idu za novim tehnologijama, one upravljaju ponašanjem ljudi i oni im oblikuju percepciju. To je razlog zbog kojeg budućnost znanja i kulture više ne pripada knjigama ni novinama, televizijskim i radijskim emisijama, vinlinim ni kompaktnim pločama. „Budućnost je u digitalnim datotekama koje se brzinom svjetlosti kreću našim univerzalnim medijem,¹⁶

Digitalizirana kultura „manifestacija je razvoja aktivnosti kulturnog sektora u mrežnom okruženju“¹⁷ Istraživanje novih praksi digitalnog umrežavanja (poput primjerice kulturnih portala) daje uvid u novonastale promjene koje kulturni sektor mora razumjeti kako bi mogao aktivno sudjelovati u razvoju digitalne kulture. Konvergencija koja je vidljiva u novim medijima briše jasne granice između različitih oblika djelovanja u virtualnom prostoru.¹⁸

U analizi digitalne kulture značajne su strukture koje nastaju u samom virtualnom prostoru a to one uključuju razne portale, društvene mreže, blogove i drugo. To dovodi do veće dostupnosti informacija ali kreiranja novih oblika komunikacija i suradnje. Takve strukture pridonose dostupnosti informacija, ali i stvaranju novih oblika komunikacije i suradnje. Putem digitalnih mreža dostupni su brojni i raznoliki informacijski resursi na kojima je dostupno mnoštvo informacija.¹⁹

Kako i što rade djeca i mladi na internetu, pojašnjeno je u sljedećem potpoglavlju.

¹⁵Carr, N. (2011). *PLITKO-što internet čini našem mozgu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk., str. 122

¹⁶Carr, N. (2011). *PLITKO-što internet čini našem mozgu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk., str.123

¹⁷ Uzelac, A. (2011). *Kultura u digitalnom prostoru – kulturni portali između informacije i komunikacije*. Zagreb, RH: CROSBİ. Preuzeto 7. 2 2021 iz http://www.vizualni-studiji.com/pdf/vknm_Uzelac.pdf, str. 1

¹⁸ Isto, str.1

¹⁹ Isto , str.1.

2.2. Djeca i mladi na internetu

Izgradnja mozga nakon rođenja odvija se dakle u dvostrukom pogledu, s jedne strane, razvija se brza veza između modula, a s druge strane procesima učenja u tim modulima nastaju tragovi sve veće kompleksnosti. Oba obrazovna procesa vode, sasvim općenito govoreći, do strukturiranja mozga. Važno je pritom da se nakon isteka određenih senzibilnih perioda faza učenja ili razvojnih prozora (postaje ovdje mnogi pojmovi, koji imaju veoma slično značenje) u djetinjstvu u mnogom pogledu uopće više ne možemo učiti; “mi znamo da jednom nastale strukture teže vlastitom učvršćivanju, kao što se i utabane staze koriste čak i kada postoji kraći put”²⁰. Prema istoimenom autoru, čitanje i pisanje su temeljne kulturalne tehnike, koje se u našoj civilizaciji uče tijekom djetinjstva.

Kada je riječ o djeci i mladima na internetu, čimbenik sigurnosti nezaobilazan ali nije tema ovog rada. No, može se promišljati o mogućnostima korištenja tih tehnoloških sredstava u svakodnevici koliko to utječe na razvoj vokabulara kod djece i mladih. Točno je da ta tehnološka sredstva služe za razgovor, igru, dijalog, upoznavanje, komunikaciju, učenje stranih jezika. No, suština je da ne dođe do pretjerivanja.

Problem nastaje kada mediji postanu integracijski čimbenik za komunikaciju i druženje s vršnjacima. Znači, nestaje komunikacija uživo. Djecu i mlade mora se poticati, bez obzira na to što im ne treba zabranjivati korištenje novih medija, da se sa svojim vršnjacima susreću i druže i u četiri oka, fizički, kako bi razvijali osjećaje, zdrave međuljudske odnose – i to u okviru stvarnih društvenih konteksta, s ciljem razvijanja emocionalne i medijske pismenosti²¹ i uz to, kako bi razvijali vokabular, usvajali nove riječi te uočavali razlike u govornim područjima na različitim mjestima jedne zemlje. No, to ne događa se. Sve se svodi na brzo tipkanje poruka, a osim toga te poruke se pretvaraju u skraćenice ili kratke riječi.

Dodatno, život mladih ljudi više nije zamisliv bez društvenih mreža kao što su *Facebook* i *Google*.²² Na spoju u kafiću momak i djevojka sjede zajedno nasuprot jedno drugoga, ne gledaju se više u oči, nego svatko bulji u svoj pametni telefon i možda prijateljima tvita kako se upravo na spoju dobro provodi. Prema tome, nema detaljnog i sažetog razgovora. Svatko je na svojem mobitelu. Ne može se očekivati da dođe do poboljšanja odnosno unaprijeđenja

²⁰ Spitzer, M. (2018). Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma. Zagreb: Naklada Ljevak., str.160

²¹ Labaš, D. (2016). Informacijska tehnologija i mediji U L. Josić (Ur.), Zbornik Informacijska tehnologija i mediji (str. 5-169). Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu., str.

²² Spitzer, M. (2018). Digitalna demencija : kako mi i naša djeca silazimo s uma. Zagreb: Naklada Ljevak., str.104

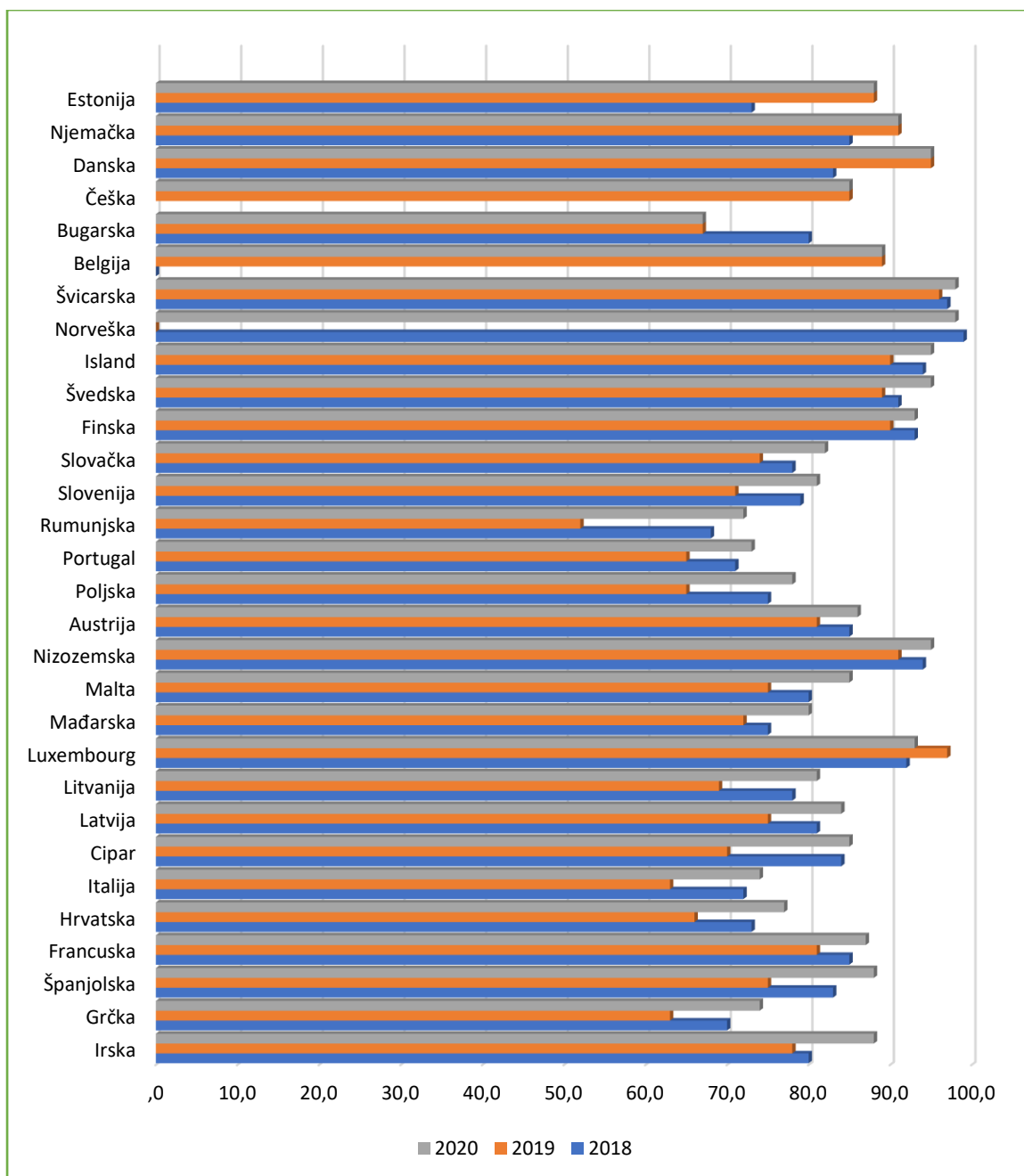
razvoja vokabulara. Isti autor pojašnjava da ljudi se od Aristotela opisuju kao društvena bića (grčki, *zoon politikon*), stoga ne čudi što mlada generacija poseže za tehnologijom koja joj omogućuje da tu odveć ljudsku osobinu napokon razvije u punom smislu²³

Jedna skupina znanstvenika s kalifornijskog Sveučilišta Stanford koju vodi Roy Pea proučavala je učinak korištenja najveće društvene mreže Facebook na vrijednosti i emocije (N= 3.461). Studija je pokazala da često gledanje videa ima nepovoljan odnos na uspješne društvene odnose. Djevojke koje između sebe više razgovaraju izravno, u društvenim odnosima su uspješnije i k tome te djevojke sveukupno osjećaju normalnije i manje kao autsajderice. Vrijeme gledanje videa, telefoniranje i na internetu rezultira povećanjem broja online poznanstava. Što je djevojčica više online, koristi više medija istovremeno. To je, u biti, multitasking. A tko čini multitasking, taj manje spava. Upoznati s tim kako manjak sna nije dobar za ljudski organizam. Najveća zanimljivost ovog istraživanja je da samo deset posto ispitanih djevojčica navelo da im njihovi online prijatelji posreduju pozitivne osjećaji. Čak i najžešće korisnice medija navele su da pozitivne osjećaji dobivaju od prijatelja u stvarnom svijetu. Negativni osjećaji su u polovine ispitanih djevojčica povezani s online kontaktima. Zaključno, studija je pokazala da društvene mreže na internetu čine djecu i mlade ljude zapravo usamljenim i nesretnima.²⁴

Dodatno, istraživanja o učestalosti korištenja interneta djece i mladih u Europi, za razdoblje od 10 godina pokazuje enormno povećanje upotrebe interneta (grafikon 1.)

²³ Isto, str.104

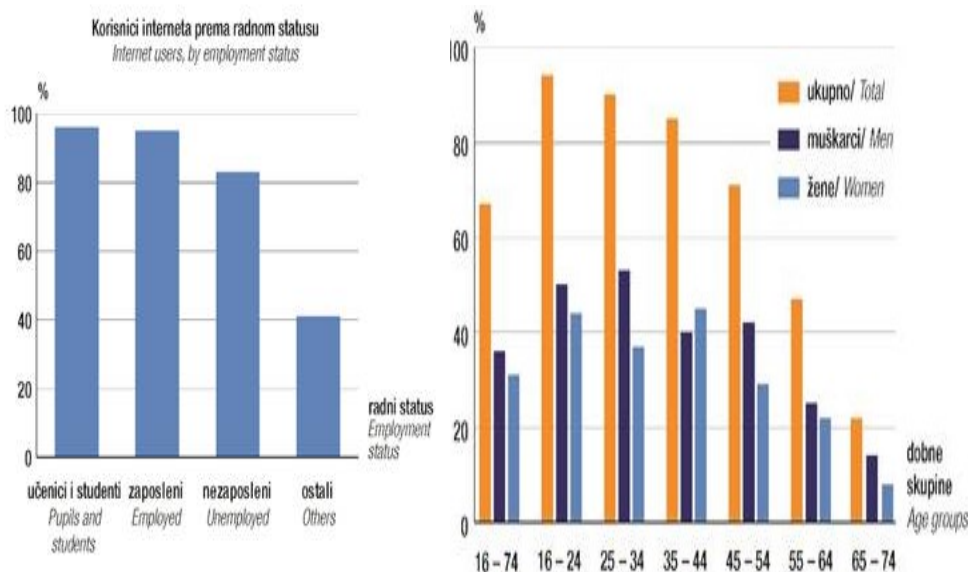
²⁴ Spitzer, M. (2018). Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma. Zagreb: Naklada Ljevak., str.104. str.108



Grafikon 1. Učestalost korištenja interneta u EU zemljama

Prema dobivenim podacima Eurostata (grafikon 1), vidljiva je sve značajnija upotreba interneta među djecom i mladim u Europskoj Uniji. Najveću učestalost korištenja interneta zabilježena je u Švicarskoj, te slijedi Danska i Njemačka. Značajna odstupanja u povećanju učestalosti korištenja interneta zabilježena su u Luxemburgu, u 2019.godini. Nadalje, najmanja učestalost korištenja interneta za trogodišnje razdoblje zabilježena je u Rumunjskoj. Cilj prikaza ovog grafikona (1) je uvid u to da je sve veći broj djece i mladih ljudi koriste internet kao sredstvo komunikacije.

Slijede podaci Državnog Zavoda za statistiku Republike Hrvatske o primjeni informatičke tehnologija kod kućanstava i pojedinaca u Republici Hrvatskoj za 2020. godinu.



Slika 1 Upotreba interneta kod pojedinaca

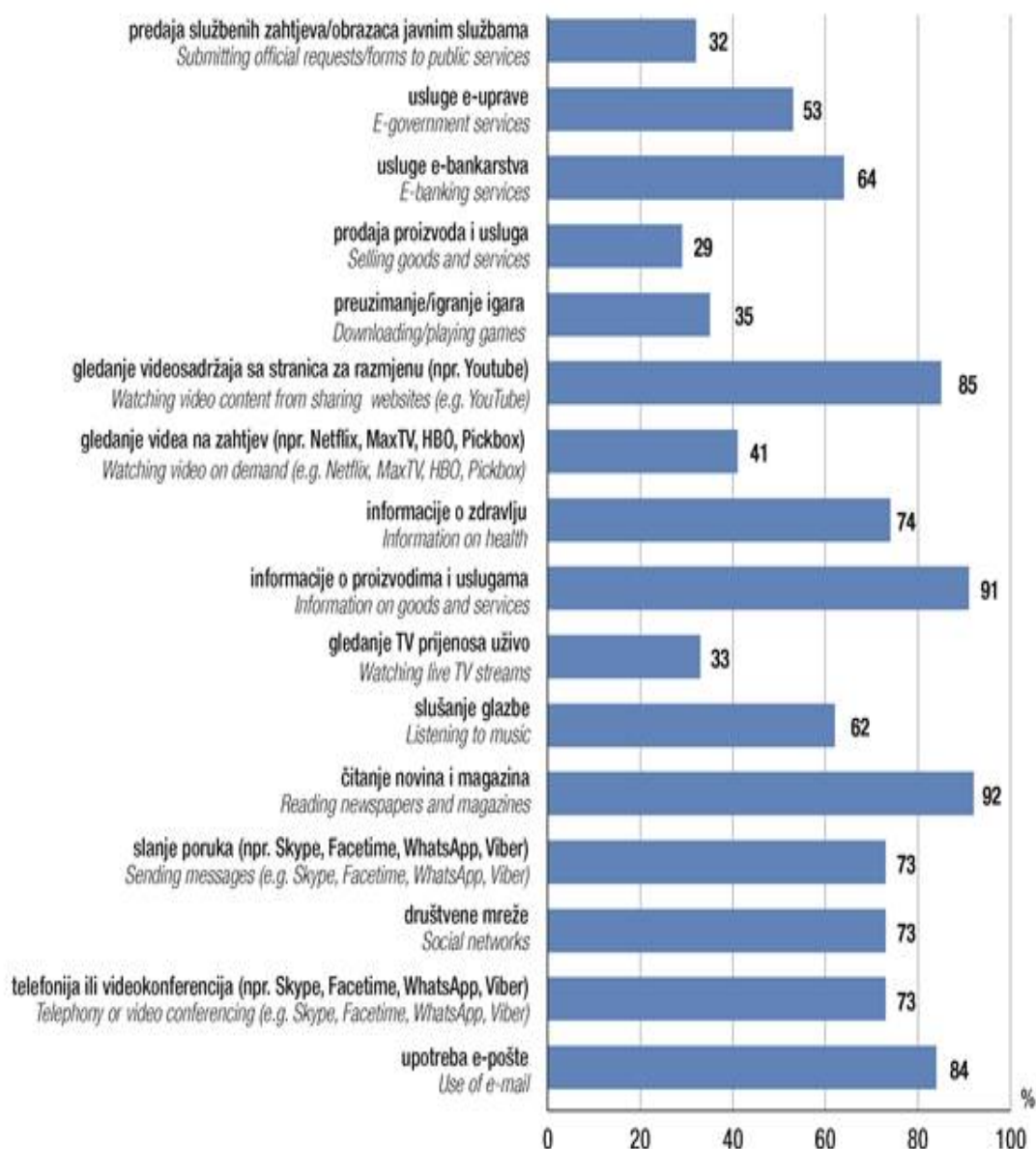
Slika 2. Korisnici interneta prema radnom statusu

Podaci iz slike1. dokazuju da mladi ljudi su ti koji prednjače u upotrebi interneta, posebno osobe muškog spola (dobna skupina 16-24 godina) a najmanje zastupljena dobna skupina je od 65. godina do 74. godine života²⁵.

Druga slika dokazuje da najveći korisnici interneta prema radnom statusu su učenici i studenti,²⁶ a upravo ovaj rad istražuje djecu i mlade ljude odnosno kakav je utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara istih.

²⁵ DZS. (4. 12 2020). Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT). *Priopćenje*. Zagreb, Zagrebačka županija, Hrvatska: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Preuzeto 9. 2 2021. [Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija \(ikt\) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2020./usage of information and communication technologies \(ict\) in households and by individuals, 2020 \(dzs.hr\)](https://dzs.hr/primjena-informacijskih-i-komunikacijskih-tehnologija-ikt-u-kućanstvima-i-kod-pojedinaca-u-2020-usage-of-information-and-communication-technologies-ict-in-households-and-by-individuals-2020)

²⁶ Isto



Slika 3. Namjena upotreba interneta kod pojedinaca

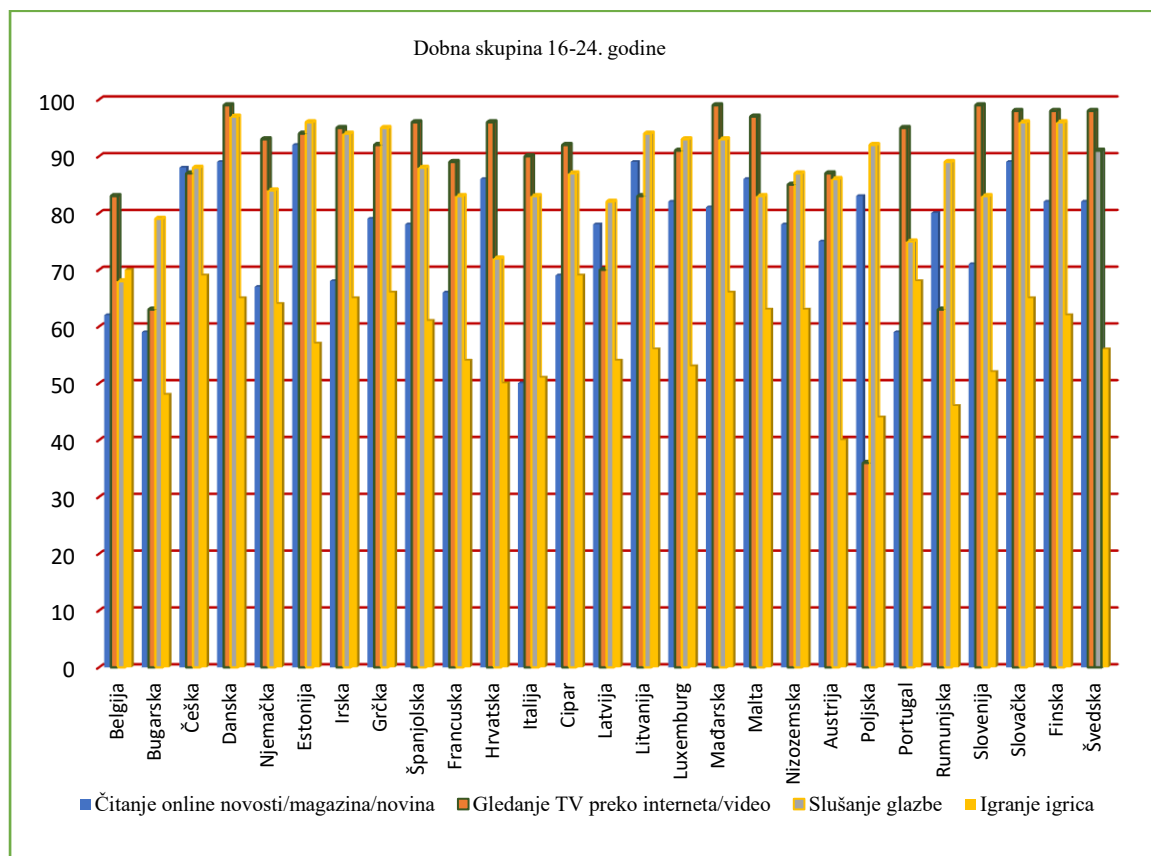
Treća slika pruža podatke o tome koja je najčešća namjena upotreba interneta kod pojedinaca, a to je čitanje novina i magazina te upotreba e-pošte.²⁷ Podatak o tome da navedena najčešće namjena upotreba interneta kod pojedinaca može svrhovito poslužiti knjižnicama i čitaonicama. Znači, knjižnice i čitaonice mogu pridobiti djecu i mlade ljude aktivnostima vezane za novine i magazine. Osim edukacija o načinu rada e-pošte, mogu se organizirati

²⁷ DZS. (4. 12 2020). Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT). *Priloženje*. Zagreb, Zagrebačka županija, Hrvatska: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Preuzeto 9. 2 2021. [Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija \(ikt\) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2020./usage of information and communication technologies \(ict\) in households and by individuals, 2020 \(dzs.hr\)](https://dzs.hr/primjena-informacijskih-i-komunikacijskih-tehnologija-ikt-u-kućanstvima-i-kod-pojedinaca-u-2020-usage-of-information-and-communication-technologies-ict-in-households-and-by-individuals-2020)

aktivnosti pretraživanja o proizvodima i uslugama i to povezati sa stručnom i drugom literaturom koju posjeduje jedna knjižnica. Na taj način može se značajno pozitivno utjecati na razvoj vokabulara djece i mladih i istovremeno knjižnica može prosperirati.

Još nekoliko zanimljivosti o upotrebi interneta za kulturne svrhe.

Grafikon 2. Upotreba interneta u kulturne svrhe, 2018 (izraženo u postocima)



Grafikon 3. Upotreba interneta u kulturne svrhe, 2018.(izraženo u postocima)

Izvor: Culture statistics, 2019 editon, Dostupno na: [915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&plugin=1)

13.02.2021

Osim čitanja online novosti, novina, magazine, mladi ljudi u dobi od 16-24 godine, u EU-28, čini se da više od prosjeka koriste internet u različite kulturne svrhe (grafikon 2.).²⁸ U 2018.godini, oko 90% korisnika (dobna skupina 16-24) interneta gledao je televiziju ili video, 85%, slušaju online glazbu dok 58% igra ili skida igrice. Udio mladih korisnika interneta koji gledaju televiziju ili video u 2018. godini bio je veći od 90% u više od polovice zemalja članica EU-a. Vrhunac je dostignut je u Danskoj, Nizozemskoj i Finskoj (svih 99%). Suprotno tome, manje od dvije trećine korisnika interneta (dobna skupina 16-24) u Bugarskoj, Slovačkoj i

²⁸ Eurostat.Culture statistic.[915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&plugin=1) 13.02.2021, 14:24, str. 155

Rumunjskoj gleda televiziju. Na što to upućuje? Finska, Danska i Nizozemska su razvijenije europske zemlje za razliku od Bugarske, Slovačke u Rumunjske te se njihov mentalni sklop značajno razlikuje od mladih ljudi koji žive u Finskoj, Nizozemskoj i Danskoj. Prema tome, bitan je ključni kulturni obrazac življenja.

Nadalje, u 2018. godini, više od 95% mladih ljudi, korisnika interneta, iz Danske, Estonije Finske i Švedske slušaju glazbu preko interneta a najveći broj korisnika dostignut je u Danskoj. U 2018. godini, više od dvije trećine mladih korisnika interneta iz Belgije, Češke, Cipra i Portugala igrali su ili skidali igrice. Samo je bilo 13 zemalja članica EU-a gdje je veći udio korištenja interneta bio za čitanje online novosti, novina i magazina a to je zabilježeno u 2017. Godini, i kod dobne skupine 16-24 godine za razliku od starijih ljudi (dobna skupina 45.-74 godine). To je posebno uočljivo u Austriji. U Hrvatskoj, 70% mladih ispitanika izjasnilo se da sluša glazbu dok 50% mladih u dobi od 16-24 godine skida igrice. Nasuprot tome, više od dvije trećine je mladih korisnika interneta iz Belgije, Češke, Cipra za razliku od relativno niskog broja mladih korisnika interneta iz Belgije, Cipra i Rumunjske i Grčke koji čitaju online vijesti. Njihov udio je 10% niži od udjela koji odgovara udjelu za starije ljude. Takvi podaci upućuju na razlike u kulturama zemalja i odgojnim stilovima mladih ljudi koji te kulturne obrasce prenose na medije. Prema tome, utjecaj na medija i televizije na razvoj vokabulara mora uzeti u obzir kulturne modele života i rada mladih ljudi u kojoj žive a upravo navedeni statistički podaci upućuje na razlike istoka i zapada u upotrebi interneta u upotrebi različitih medija kao, čitanja novina, gledanja televizije ili videa i igranja igrice.²⁹ Dodatno, u složenosti određenja pojma kulture priklanjamo se Hargreavesu³⁰ i njegovu određenju kulture: kultura opisuje ono kakve stvari jesu i služi kao veo ili leće kroz koje se promatra svijet. Ona definira stvarnost za pripadnike neke društvene organizacije, osigurava im podršku i identitet i oblikuje okvir za učenje, znakovito za određeno zanimanje. Bruner³¹ navodi dva pristupa shvaćanju ljudskog uma od kojih je jedan kulturalizam. Taj pojam crpi nadahnuće iz evolucijske činjenice da um ne može postojati izvan kulture. Kulturalizam je ideja po kojoj pojedince određuje njihova kultura; ona, pak, obrazuje zatvorene, organske kulturne cjeline tako da pojedinac ne može napustiti svoju kulturu, već se može ostvariti samo unutar nje.³²

²⁹ Eurostat.Culture statistic.[915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&plugin=1) 13.02.2021, 14:24, str. 156

³⁰ Hargreaves, D. (1999). Helping Practicioners Explore Their's Culture. In J. Prosser, School Culture (pp. 48 – 65.). London: Paul Chapman Publishing., str.63

³¹ Bruner, J. (2000). *Kultura obrazovanja*. Zagreb: Educa, str.15

³² Isto

Osim toga, u ključnim promišljanjima o poveznici djeca i internet, jasnije je da takav oblik komunikacije uključuje mrežni jezik koji obiluje emotikonima, skraćenicama, brzim dopisivanjem, žargonima i dijalektima. Pretpostavlja se da ne vodi se računa o gramatici. U kojem smjeru će se odvijati, pokazat će budućnost.

No, u međuvremenu, treba pristupiti odgoju za medije kako bi djecu i mlade poučili na pravilan način upotrebe medija te usmjeriti na aktivnosti obogaćivanja vokabulara. Mediji mogu biti od značajno podržati razvoj dječjeg vokabulara, ali sve mora biti u okvirima tolerantnosti, razumijevanja i bez diskriminacije.

2.3. Kako pristupiti odgoju za medije

Pitanje na odgovor “Kako pristupiti odgoju za medije?” je vrlo konkretno i sažeto pitanje koje zahtijeva konkretne aktivnosti. Postoje različite mogućnosti odgoju djece za medije te ovisi o okruženju i kulturnom obrascu života dece i mladih. Prije svega, odgoj za medije je u rukama roditelja. Oni su dužni poučiti svoju djecu dobrim i lošim stranama medija. Izvrstan primjer je lektira. Čitanje lektire u osnovnoškolskoj i srednjoškolskoj dobi predstavlja problem velikom broj djece i mladih. To je u skladu s rezultatima istraživanja *Portala srednja.hr.*, za 2018. godinu (N=797). Prema dobivenim rezultatima istraživanja, najveći broj ispitanika pročitao je više od 10 lektira u protekloj školskoj godini, (32, 87%), 20, 45% ispitanika nije pročitao niti jednu lektiru izvan obavezne literature. To znači da tih 20,45% ne dolazi u knjižnicu zatražiti neku dodatnu knjige. 34, 38% ispitanika izjasnilo da se niti slažu niti ne slažu da su im lektire zabavne te se 34, 25% ispitanika slaže da lektiru čitaju jer moraju.³³

Zanimljivost u pristupu odgoja za medije je razmatranje poznate Finske koja je 1878.godine oblikovala sustavni uvod za odgoj za medije. Njezin stav bio je da odgoj za medije mora potaknuti razvoj vještina koje se tiču vještina u kognitivnom, etičkom, filozofskom smislu i estetskom smislu.³⁴ Primjerice, odgoj za medije u Australiji čini dio javnog obrazovnog sustava u srednjim školama od kasnih 1970-ih godina u okviru različitih paketa jezičnih predmeta (engleski i umjetnički odgoj). Nedavno im se pridružila i tehnologija. Ti predmeti u svoj sadržaj

³³ Više o tome na: Srednja.hr

³⁴ Erjavec, Karmen & Rotar, Nada. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu Hrvatski model medijskog odgoja. Media Research (nadahope@yahoo.com); Vol.6 No.1., str.90

uključuju fotografiju, film, televiziju i komunikacijsku tehnologiju.³⁵ No za razliku primjera Australije, medijski odgoj u Hrvatskoj tek se počinje razvijati.

U pristupu odgoja za medije, pretpostavlja se velika i značajna uloga knjižnice i čitaonice u bilo kojem kutku Hrvatske. Svaka knjižnica osmišljava svoje načine pristupa odgoju za medije, s tim da im je jasno da brze tehnološke promjene na području medija zahtijevaju neprestano tehnološko prilagođavanje novim promjenama. ³⁶Prema tome, odgoj za medije mora biti uključen u sve odgojno-obrazovne institucije i knjižnicama. Na taj način, potiče se pozitivan pristup razvoju odgoja za medije i osvješćavaju djeca i mlade o nužnoj potrebi odgoja za medije.

Odgovom za medije potiče se djecu da postavljaju pitanja i raspravljaju o njima. Tako će se pitati: o čemu se govori, da li to još postoji, a o tome se ne izvještava, što je u osnovi medijski proizvod (koji motivi, novac, vrijednosti) te kako to sve oblikuje medijski sadržaj? Pitat će tko šalje poruku i zašto, iz čije perspektive odašilje poruka, čiji se glas čuje, a čiji prešućuje kojim se strategijama koristi za privlačenje pozornosti³⁷

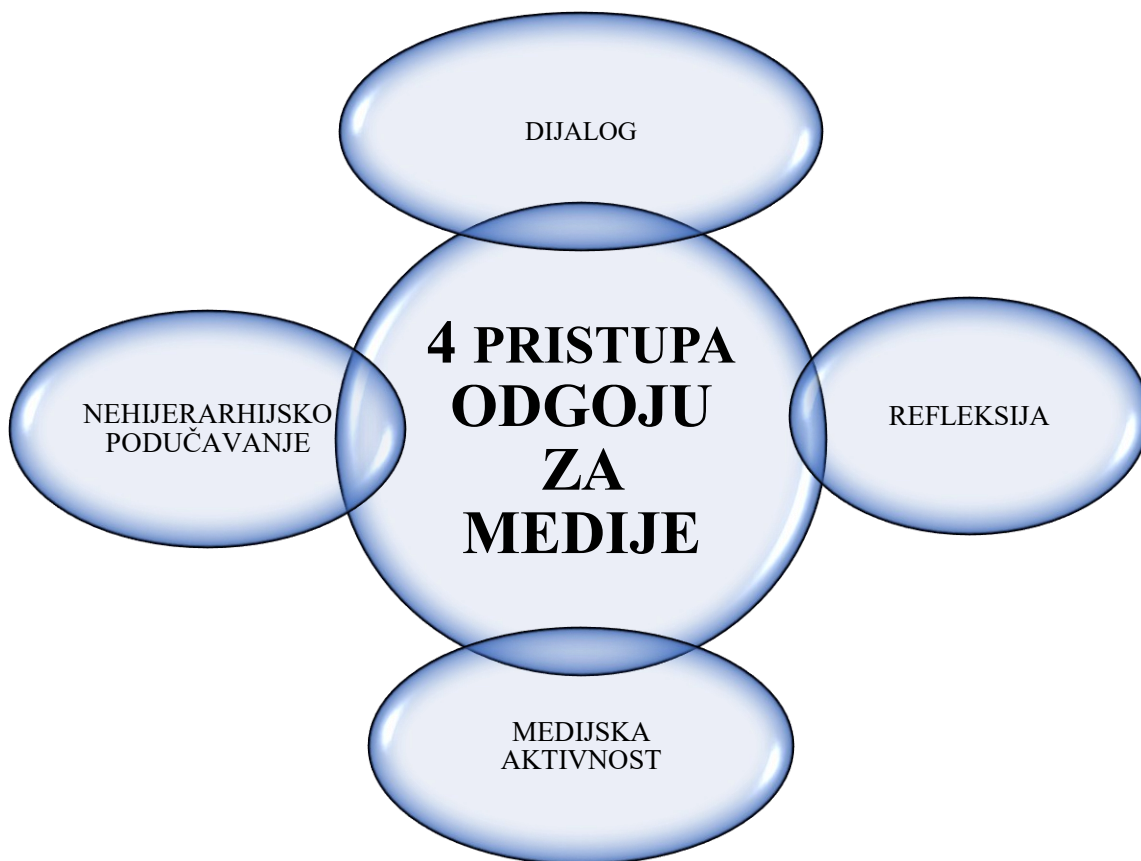
Zaključno, Len Masterman je još 1985. godine predložio četiri (4) pristupa odgoju za medije nehijerarhijsko podučavanje, dijalog, refleksiju i medijsku aktivnost (slika 4)³⁸

³⁵ Erjavec, Karmen & Rotar, Nada. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu Hrvatski model medijskog odgoja. Media Research (nadahope@yahoo.com); Vol.6 No.1., str. 91

³⁶ Isto, str.104

³⁷ Hadžiselimović, D. (2009). Psihologija, mediji, etika : iskustva i promišljanja za bolju suradnju. Pula: Društvo psihologa Istre ; Jastrebarsko: Naklada Slap., str. 66

³⁸ Labaš, D. (2017.) „Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: Lj. Josić (ur.) Zbornik Informacijska tehnologija i mediji 2016., Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, str. 31–45.



Slika 4. Opisi pristupa odgoju za medije

Slika 4. daje prikaz pristupa odgoju za medije prema autoru Mastermanu. Prvi model je nehijerarhijski model koji pretpostavlja „učenici trebaju znanje i vještine koje im omogućuju da sami potraže prave izvore informacija“³⁹. Drugi razlog navodi kako je bitno da učitelji učenike upute na relevantne izvore informacije, treći da je nehijerarhijsko učenje smisleno i poželjno te da omogućuje lepezu iskustava i znanja više nego neki učitelj.

Drugi se pristup odnosi na dijalog koji je neizostavan u odgoju za medije: ako se želi učiti djecu o odnosu između medijskog teksta i publike pri određivanju značenja sadržaja, tada se prema mladima ne smije odnositi samo kao prema primateljima poruka⁴⁰

Treći pristup je refleksija, nakon dijaloga, odnosno razmišljanje, dovodi do razotkrivanja medija⁴¹ „tko, kako i s kakvom namjerom proizvodi medijske sadržaje. Važno pitanje koje se

³⁹ Labaš, D. (2017.) „Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: Lj. Josić (ur.) Zbornik Informacijska tehnologija i mediji 2016., Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, str. 31–45., str.41

⁴⁰ Isto., str.41

⁴¹ Isto., str.41

nameće kod trećeg pristupa odgoju za medije jest neautoritativan način prenošenja nastavnog gradiva – treba se izbjegavati jednosmjerna komunikacija između učitelja i učenika.

Četvrti pristup je medijska aktivnost prema Mastermanu. Ono se odnosi na aktivno korištenje medija je, te se tumači kao „pravi put prema izgradnji samosvijesti i autonomnosti djece i mladih u odnosu na medije“⁴²

Mastermanovi pristupi trebali bi predstavljati značajnu pomoć u radu s djecom i mladima a tiče se novih digitalnih medija i medijske pismenosti. Školske knjižnice, primjerice ali i druge opće knjižnice mogu primjeniti navedene pristupe kroz projekte i aktivnosti tijekom cijele godine. No, mora biti jasno, mora biti trijadni odnos knjižničar- dijete-roditelj. Prihvaća se da digitalni mediji su postali sastavni dio života djece i mladih ali zato treba pronalaziti načine da ne dođe do oslabljenja djece vokabulara.

Prema riječima autorice Labaš⁴³ *mediji su postali kulturno okruženje i zato se odgoj mora baviti medijima: mora postojati medijski odgoj koji će stvoriti svjesne i kritične građane. ključna razmatranja odgoja djece u digitalnom dobu.*

Nadalje, uočava se da zbog efekta razmjera a potaknute digitalnim platformama, u novo digitalnom dobu stvari će se odvijati znatno brže i obuhvaćati sve segmente društva⁴⁴ pa i institucije poput knjižnice. Takvo ubrzanje povećanje razmjera udruženo s međusobno povezanošću koju potiče internetska tehnologija, najavit će novo razdoblje globalizacije

⁴² Labaš, D. (2017.) „Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: Lj. Josić (ur.) Zbornik Informacijska tehnologija i mediji 2016., Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, str. 31–45., str.41

⁴³ Isto, str.42

⁴⁴ Schmidt, E. (2014). Novo digitalno doba : nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati (1.izd izd.). Zagreb: Profil knjiga., str.18

3. Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara

Televizija je medij koji ima svoj vlastiti jezik u informativnom i kreativnom programu⁴⁵ Majdenić, 2019 prema Plemenčić, 1982. navodi da televizija u današnje vrijeme smatra jednim od najutjecajnijih medija. Rijetka su kućanstva u kojem televizor nije sastavni dio interijera. Današnja djeca odrastaju uz šarenilo televizije. Već od malih nogu imaju svoje omiljene emisije, crtane filmove i likove. Takva se tradicija nastavlja tijekom njihova odrastanja i čitavog života. Djeca često radije napuštaju druženje s vršnjacima i vrijeme provode uz televizijske likove i „prijatelje“. Vratimo li se u prošlost, televizija je osamdesetih i devedesetih prošlog stoljeća bila najutjecajni medij. Obitelji tada nisu posjedovala računala, a mobiteli su bili rijetkost. Danas je televizijski program ispunjen dvadeset četiri sata neprekidno. Televizija je postala moderan medij koji je neizostavan i bez koga nije moguće živjeti.⁴⁶ Kako navodi Mlinarević (2004), televizija je preuzela veliki dio uloga koje su u prošlosti pripadale raznim kulturnim institucijama, odgojno-obrazovnim institucijama i obitelji te podrazumijeva određenu instituciju i tehnologiju. No ulazak, digitalne tehnologije u televizijsku proizvodnju i emitiranje značilo je novu prekretnicu. Analogna televizija, koja je u 20. stoljeću omogućila razvoj televizije i televizijskih uređaja, temeljila se na Bairdovu pronalasku da se zvuk i slika pretvore u elektromagnetske valove koji se u eter šalju odašiljačem, a kasnije putem satelitskih tanjura i kabela. No, digitalna tehnologija pretvara zvuk i sliku u broječni oblik, slika je kvalitetnija s puno manje smetnji.⁴⁷ Prema tome, omogućava da gledamo „sada“ i „bilo gdje“. I ne samo to, nove tehnološke mogućnosti mijenjaju i odnos gledatelja prema televizijskom programu.

3.1. Poveznica razvoja vokabulara i čitanja

Poznato je već dugo vremena da poznavanje i razumijevanje vokabulara snažno povezano (npr. Davis, 1944., 1968.; Thorndike, 1973.). Čitanje Jabberwockyja govori nam dosta o tom odnosu, kao i Alice odgovor na čitanje pjesme: "Izgleda vrlo lijepo", rekla je kad je to završila "ali je prilično teško razumjeti!" Nije htjela priznati čak ni sebi, da se uopće nije mogla izvući. "Nekako mi se čini da napunim svoju glavu idejama - samo ja ne znam točno što su oni! Međutim, netko je ubio nešto: To je jasno, po svaku cijenu... " Trenutak introspekcije u vezi društva Jabberwocky ukazuje na to da će odnos između čitanja i vokabulara vjerojatno biti

⁴⁵ Majdenić, V. (2019). Medij tekst kultura. Zagreb: Ljevak., str.37

⁴⁶ Isto, str, 37

⁴⁷ Perišin, T. (2010). Televizijske vijesti. Zagreb : Naklada Medijska istraživanja., str.36

bogat, interaktivan i složen. S jedne strane, jasno je da je rječnik potreban za razumijevanje. Bez sumnje, nedostatak znanja o značenju pojedinačnih riječi ometa razumijevanje. Međutim, jednako jasno da se može izgraditi neko značenje iz teksta, unatoč činjenici da su mnoge riječi besmislice. S druge strane, to izgrađeno značenje pruža novi kontekst koji pomaže u tumačenju mogućih značenja za neke od pojedinačnih riječi. Te su introspekcije u skladu s vrlo velikim brojem studija koje su primijetile bliski odnos između čitanja i znanja iz vokabulara. Osobe s boljim poznavanjem vokabulara često pokazuju napredne mogućnosti čitanja u odnosu na vršnjake koji imaju manje razvijeno znanje vokabulara. Pregledom tog dokaza, Tannenbaum, Torgesen i Wagner (2006.) izvijestili su da je korelacija između čitanja i vokabulara varirala između otprilike 3 i 8. Korelacija jača kako djeca postaju starija (Torgesen i sur.1997.) i čimbenici kao što su ispitni oblik i dimenzija znanja koja se ocjenjuje također utječu na opseg korelacije.⁴⁸

Prema tome, jasno je da su čitanje i znanje vokabulara blisko povezani, no ono što do kraja nije razjašnjeno je interpretacija te veze. Jedna interperacija navodi da postoje individualne razlike u vještinama čitanja koja su odgovorne za individualne razlike u znanju vokabulara. Prema tom stajalištu, djeca uče značenje novih riječi čitajući, među ostalim strategijama. Zbog toga, bolji čitatelji će biti bolje motivirani za razliku od slabijih čitatelja, što im ometa njihov razvoj vokabulara. Ona djeca koja imaju ograničeno znanje vokabulara ili nisu sposobna brzo i učinkovito pristupiti verbalnim značenjima a to će biti štetno za njihovo razumijevanje⁴⁹

No, koja je konkretno poveznica čitanja i razvoja vokabulara, ako je ovaj rad pokazao da je utjecaj medija veoma snažan i da se dalje širi i najčešće zahvaća mladu populaciju odnosno djecu i mlade ljude. Predikcija o tome da vještina čitanja je povezana s razinom vokabulara temelji se na premisi da razvoj čitanja bi mogao potencijalno imati značajan učinak na dječje izlaganje novim riječima. U stvari, postoji empirijski dokaz da starija djeca i odrasli o tome da su su naučili nove riječi tijekom izlaganja pisanim tekstovima. Pošto printani materijali općenito sadrže puno manje učestalih riječi za razliku od govornog jezika. Stoga, tekst za čitanje može pružiti ključne prilike za unaprjeđenje razvoja vokabulara.⁵⁰ Predviđa se da će učenje riječi kroz čitanje utjecati na vokabular bilo da je pismenim ili usmenim putem, iz

⁴⁸ Majdenić, V. (2019). Medij tekst kultura. Zagreb: Ljevak., str.38

⁴⁹ Nation, K. (2009). Reading comprehension and vocabulary: what's the connection? (R. Wagner, & C. Schachneider, Ur.) Guilford Press.

⁵⁰ Duff, D., Tomblin, J. B., & Catts, H. (2015). The Influence of Reading on Vocabulary Growth: A Case for a Matthew Effect. *Journal of speech, language, and hearing research: JSLHR*, 58(3), 853–864. https://doi.org/10.1044/2015_JSLHR-L-13-0310,

razloga jer će riječi naučene čitanjem biti u najmanju ruku, dostupne za pojedinca bilo kroz pisanu ili usmenu komunikaciju.

Prije formalne nastave pismenosti, djeca očito usvajaju novi rječnik izlaganjem kroz usmeni jezik. Tijekom ranog razvoja čitanja djeca se rijetko u tisku susreću s riječima koje već nisu prisutne u njihovom rječniku, pa će velik dio leksičkog znanja riječi, posebno fonoloških i semantičkih prikaza, proizaći iz usmenog jezičnog iskustva. Kako djeca postaju vještiji čitatelji i prelaze na složeniji tiskani materijal, veća je vjerojatnost da će se tijekom čitanja suočiti s riječima kojima nisu bili izloženi kroz slušanje. Ovaj se prijelaz vjerojatno događa oko trećeg ili četvrtog razreda kod mnogih učenika (Chall, 1987). Na primjer, Biemiller (2005.) izvijestio je da od trećeg razreda, nadalje, ali ne i u ranijim razredima, 95% djece moglo pročitati više riječi nego što su mogli objasniti.

Stoga sadašnja studija pruža snažnu potporu postojanju Matejeva efekta između vještine čitanja riječi i rječnika. Značajno je da je utvrđeno da je veličina učinka na apsolutnu razinu rječnika velika. Šire govoreći, ovi nalazi ukazuju na važnost čitanja za proces usvajanja rječnika u starije djece i adolescenata.

3.2. Medijsko eksponiranje engleskog jezika te utjecaj na vokabular djeteta

Proces globalizacija zahvatio je sve društvene pore života i rada ljudi. Jedna od posljedica globalizacije je sve veća upotreba engleskog jezika u vokabularu djece i mladih ljudi. Da, posebno djece i mladih jer oni su ti koji se najviše služe računalima, pametnim telefonima i mobitelima. Sve to doprinosi nenamjernom usvajanju engleskog jezika i uklapanje istog u vokabular maternjeg jezika. Samo postavlja se pitanja na koji način usvaja jezik, da li ga ispravno i gramatički usvaja. Medijsko izlaganje je jedan od načina u kojem dijete prima lingvistički input koji može do određenog opsega doprinijeti dječjem razvoju govora. Roseberry, Hirsh-Pasek i Golinkoff (2009)⁵¹ odradili su istraživanje o utjecaju videa na jezični razvoj. Njihov uzorak sačinjavalo je 96 djece. Prva od tih studija ispitivala je pitanje da li djeca uče vokabular iz videa i društvenih interakcija skupa. Druga studija ispitivala je da li djeca uče vokabular iz videa isključivo i zadnja studija ispitivala je da li živa socijalna interakcija ima istu moć utjecaja kada se eksperimentator pojavi na televiziji ili kao osoba. Roseberry i suradnici zaključili starija djeca mogu sam usvojiti vokabular s televizije dok mlađa djeca

⁵¹ Salwa Al-Harbi, S. (2015). The Influence of Media in Children's Language Development. Journal of Educational and Developmental Psychology, No. 1, str. 1-5. (13.2.2021)

https://www.researchgate.net/profile/Salwa_AlHarbi/publication/276924726_The_Influence_of_Media_in_Children's_Language_Development/links/57da407408ae5f03, str. 2

moгу usvojiti vokabular samo ako postoji socijalna interakcija. Što to znači? Znači, izlaganje jeziku na televiziji može dovesti do razvoja pasivnih vokabulara ali interakcija ih može preokrenuti u aktivne vokabulare.

Linebarger i Vaal (2010) ⁵²istraživali su kako televizija utječe na razvoj jezika tako što su ispitivali vještine djece da vide da li oni uče iz medija. Fokus je bio na tri čimbenika. Atributi djece, obilježja stimuli televizije i različiti okolinski konteksti koji okružuje prostor u kojem dijete gleda televiziju. Rezultati istraživanja pokazali da se učinak medija pojavljuje jedino ako dijete prepozna se u sadržaju (na primjer, ako je slično djetetovim dnevnim iskustvima).⁵³

No, što se događa kada istovremeno dolazi do medijskog eksponiranja engleskog jezika među djecom i mladim ljudima putem interneta. Dostupnost različitih programa na engleskom jeziku pogoduju znatiželji djece i mladih za učenje ne samo engleskog već i drugih stranih jezika. Uz to, uobičajena praksa u odgojno-obrazovnim institucijama i knjižnicama je učenje engleskog jezika kroz igru, zabavu i zajedničko druženje među djecom. Odgojno-obrazovne institucije i knjižnice naširoko nude djeci različite jezične aktivnosti jer su svjesni da zbog efekta razmjera, potaknutih digitalnih platformama, u novom digitalnom dobu, stvari će se odvijati znatno brže i obuhvaćati sve segmente društva, od gospodarstva do medija ⁵⁴

Osim toga sve je uobičajnija praksa da knjižnice i čitaonice posebno nude knjige na engleskom jeziku potaknuti iznimnom popularnošću engleskog jezika. Primjer je Gradska knjižnica, Starčevićev trg 6, Zagreb. Pretpostavlja se da će sve više knjižnice i čitaonice otkupljivati knjige na engleskom jeziku. No, ostaje pitanje u kojoj mjeri će članovi knjižnici koristiti pdf verzije knjiga na engleskom jeziku ili će ostati vjerni pravoj i iskrenoj knjizi.

⁵² Salwa Al-Harbi, S. (2015). The Influence of Media in Children's Language Development. Journal of Educational and Developmental Psychology, No. 1, str. 1-5.(13.22021) https://www.researchgate.net/profile/Salwa_AlHarbi/publication/276924726_The_Influence_of_Media_in_Children's_Language_Development/links/57da407408ae5f03, str. 2

⁵³ Isto

⁵⁴ Schmidt, E. (2014). Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati (1.izd izd.). Zagreb: Profil knjiga., str.18

3.3. Uloga knjižnica i čitaonica

Knjižnice i čitaonice u novije vrijeme doživjele korjenite promjene pod utjecajem informacijske i komunikacijske tehnologije te izmijenjenih pristupa učenju i poučavanju. Kako bi knjižnice (p)ostale integralni dijelovi obrazovnog iskustva, knjižničari moraju iznova promišljati svoje prostore i usluge korisnicima kako u fizičkom tako i u virtualnom okruženju.

Najnovije istraživanje Američke psihološkog udruženja pokazalo je da je prije 40 godina 60 posto maturanata čitalo knjige, novine ili časopise svaki dan, a 2016. godine to čini svega njih 16 posto. No zato je njih 82 posto svaki dan na Facebooku, Twitteru i Instagramu, sigurno ne previše zabrinuti podatkom da je svega jedno od njih troje u 2016. godini pročitalo knjigu u slobodno vrijeme.⁵⁵ Isti stručnjaci iz navedenog istraživanja godinama upozoravaju na štetnost navike nečitanja za kognitivni i socijalni razvoj, osobito mladih ljudi. Teškoće u komunikaciji i socijalizaciji, sve manja sposobnost kritičkog i složenijeg razmišljanja i izražavanja koje inače razvija navika čitanja knjiga i dužih tekstova, nesposobnost apstraktnog razmišljanja, razumijevanja i usvajanja stranih riječi – opasnosti su koje stoje pred "digitalnim" naraštajem i zbog kojih i domaći stručnjaci pozivaju na uzbunu, pa čak i veće uključivanje zakonodavne vlasti na razvoju nacionalne strategije čitanja. Knjižnice nude upravo takve projekte ali uočava se problem da djeca i mladi ne dolaze u knjižnicu onoliko koliko bi trebalo. Mladi dolaze u knjižnicu najviše poradi lektire koju moraju imati na satu hrvatskog jezika, a najčešće niti ne pročitaju lektiru, već se posluže kratkim sadržajem koji potraže na internetskim stranicama. Također, poražavajući su rezultati istraživanja zagrebačkog Instituta za društvena istraživanja, provedeno u suradnji sa zagrebačkim Filozofskim fakultetom o obrazovnim aspiracijama učenika petih i osmih razreda iz 28 zagrebačkih osnovnih škola pokazalo je da čak 43 posto osmaša ni jednu jedinu minutu nije posvetilo čitanju knjiga izvan školskih obveza.⁵⁶

Prema riječima autora Stantić, većina djeca vide knjižnicu isključivo kao mjesto koje će im pružiti lektiru. No, s druge strane postoje djeca koja u knjižnicama pronalaze čarobno mjesto, koja u udobnosti vlastitih soba stvaraju vlastitu fikciju. Mašta nema granica, ali ju je potrebno razvijati.

Još neke zanimljivosti vezane za digitalni odgoj djece o čemu je pisala poznata autorica Wolg u svojem djelu. "Čitatelju, vrati se kući". Navodi da *između roditelja i djece uvijek će postojati*

⁵⁵ American Psychological Association. Dostupno na: <https://www.apa.org/search?query=visit%20library> (07.02.2021.)

⁵⁶ COBRAS. <https://www.idi.hr/aspiracije/novosti.html>

razlika, bila ona duboka poput provalije ili nekog plitkog jarka. Mene zanima stupanj različitosti između nas i naše djece koja odrastaju digitalno, a više me zanima razumijevanje onoga što je najbolje za njihove razvoj neovisno o miljeu kojem pripadaju, a posebno unutar tog miljea koji se eskponencijalno mijenja. Nema povratka i nikad ga nije bilo, ako izumemo neke povijesne digresije. Prihvatanje takve stvarnosti nipošto nas ne treba odvratiti od informirane, suosjećajne, kritičke analize onog tko smo bili, tko smo sada ikakve promjene iz dana u dan pomalo oblikuju našu djecu. Promjene su brojne i raznolike.⁵⁷

Postavlja se pitanje: “Hoće li vremenski i spoznajno zahtjevni proces dubinskog čitanja atrofirati ili se postupno gubiti u kulturi koja preferira medije utemeljene na brzini, neposrednosti, visokim razinama stimulacije, multitaskinga i velikim količinama informacija”. Jasno da treba promišljati kako se nositi s potencijalno negativnim učincima različitih digitalnih medija na čitanje i razvoj vokabulara, a istovremeno da ne izgubimo njihove nevjerovatno pozitivan doprinos djeci i društvu.⁵⁸

3.4. Aktivnosti i projekti Knjižnica tijekom godine

U ovom potpoglavlju daje se prikaz aktivnosti i projekata odabrane knjižnice i čitaonice Zlatar (slika 5)



Slika 5. Gradska knjižnica Zlatar

⁵⁷ Wolfe, M. (2019). Čitatelju, vrati se kući-: čitateljski mozak u digitalnom svijetu. Zagreb: Naklada Ljevak., str.119

⁵⁸ Isto, str.120

Gradska knjižnica Zlatar smještena je u strogom centru Zlatara (Krapinsko-zagorska županija). Danas je to suvremena i tehnički opremljena knjižnica uz pomoć Ministarstva kulture, grada Zlatara vlasti i uz kvalitetne rezultate rada knjižnice. Na prostoru od 180 četvornih metara smješteno je 32000 svezaka knjižne građe. Godišnje se upisuje oko 1500 članova. U istom prostoru nalazi se i čitaonica s igraonicom te računalo za edukaciju i igrice. Tu se odvijaju i razne pedagoško animatorske akcije (pričanje priča, izložbe, natjecanja, likovne radionice) dok zidove odjela uvijek krasi dječji radovi. Odjel za odrasle raspolaže sa 20000 svezaka znanstvene i beletrističke literature.⁵⁹

Uloga knjižnice je nemjerljiva jer, primjerice, u nastavku je malen prikaz aktivnosti i projekata koje se svakodnevno odvijaju unutar Knjižnice i čitaonice, a za primjer, uzeta je knjižnica grada Zlatar. Uočeno je da se nude aktivnosti za različite dobne skupine a posebnu pozornost posvećuju djeci i mladima jer im ostaje prenošenje digitalizirane kulture. No, ono što je posebna problematika rada je utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara kod djece. Knjižnice i čitaonice nude repertoar različitih aktivnosti, projekata ali i u ponudi je bogat opus slikovnica i knjiga za različite dobne skupine.

U nastavku, slijedi tablični prikaz aktivnosti i projekata navedene knjižnice (Tablica 1) koje su se odvijale tijekom 2020 godine s naznakom da je gotovo cijela 2020. godina označena pandemijom SARS CoV-2. Sukladno mjerama koje je predložio Glavni Stožer RH, Knjižnica grada Zlatar morala je poštivati niz mjera a to je značajno utjecalo na bogatstvo repertoara aktivnosti i projekata u gradskoj knjižnici Zlatar.

⁵⁹ Gradska knjižnica Zlatar. (2020). Sve o nama. Zlatar, RH: Gradska knjižnica Zlatar. Dostupno na <http://www.knjiznica-zlatar.hr/o-nama/> (05.02.2021.)

Tablica 1. Prikaz aktivnosti i projekata gradske knjižnice Zlatar (2020 godina)

Naziv aktivnosti/projekta	Sudionici	Provoditelj	Kratki sadržaj projekta
<p><i>POSUDI - IZRADI – OSVOJI</i></p> 	Djelatnici knjižnice i korisnici	Institut za razvoj i inovativnost mladih u suradnji s Googleom	Nagradni natječaj "POSUDI - IZRADI - OSVOJI". Opremu potrebnu za sudjelovanje možete posuditi u knjižnici. U katalogu knjižnice korisnici mogu potražiti i posuditi micro:bit, BOSON te micro:Maqueen.
<p>Hrvatski Mjesec knjige</p> 	Djelatnici knjižnice i korisnici	Ministarstvo kulture Gradska knjižnica Zlatar Mladi iz Centra za odgoj i obrazovanje Zajezda	Predstavljanje slikovnice <i>Zaljubljeni žučo</i> Sanje Mendek - Virtualna izložba ilustracija Sanje Čižić - <i>Dozvolimo prirodi da se razlista</i> , nagradna igra
Simpatične njuškice	Djelatnici knjižnice i korisnici	Gradska knjižnica Zlatar	Povodom Dječjeg tjedna, organizirana je online izložba kućnih ljubimaca
Pričanje u prirodi	Djelatnici knjižnice i osnovnoškolska djeca	Gradska knjižnica Zlatar	Pripovijedanje priča
<p>Digitalne knjižnice za lokalni razvoj</p> 	Djelatnici knjižnice i korisnici	Institut za razvoj i inovativnost mladih (IRIM)	Korisnici mogu provjeriti odnosno izmjeriti atmosferske varijabli kojima se mjeri temperatura, vlažnost i količina čestica u zraku sve to u domu, a posuditi knjižnici
Projekt "Živjeti zdravo"	Korisnici	Zavod za javno zdravstvo Ministarstvo zdravstva	Programi i aktivnosti Nacionalnog programa „Živjeti zdravo“ usmjereni su poboljšanju zdravlja cijele populacije jer djelovanjem u lokalnoj zajednici nastoje informirati, educirati i senzibilizirati građane svih dobnih skupina o pozitivnim aspektima zdravih stilova života.
Grupe za potporu dojenja Zlatarska mati .	Patronažna služba grada Zlatara i mladi roditelji	Gradska knjižnica	Patronaža Zlatar poziva sve roditelje i mlade majke da im se pridruže svakog zadnjeg utorka u mjesecu u knjižnici.

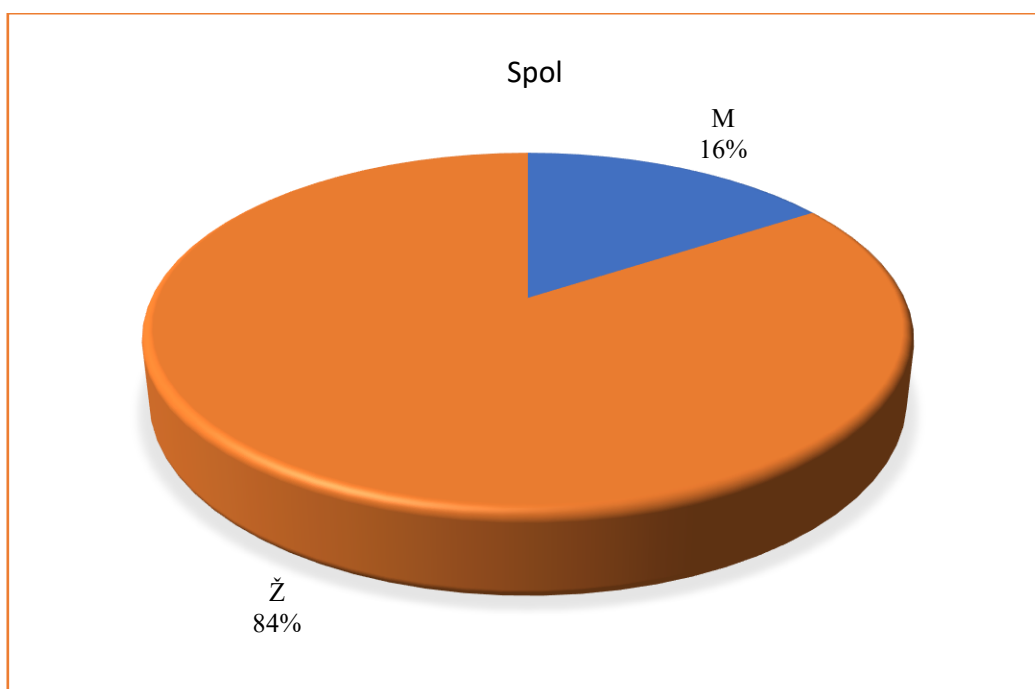
Izvor: <http://www.knjiznica-zlatar.hr/>

U tablici 1. prikazane su odabrane aktivnosti i projekti koje su se provodile tijekom 2020. godine. Prema dobivenim podacima, suradnja je mnoga šira od gradskih okvira grada Zlatara i obuhvaća suradnju s različitim ministarstvima.

4. Eksperimentalni dio

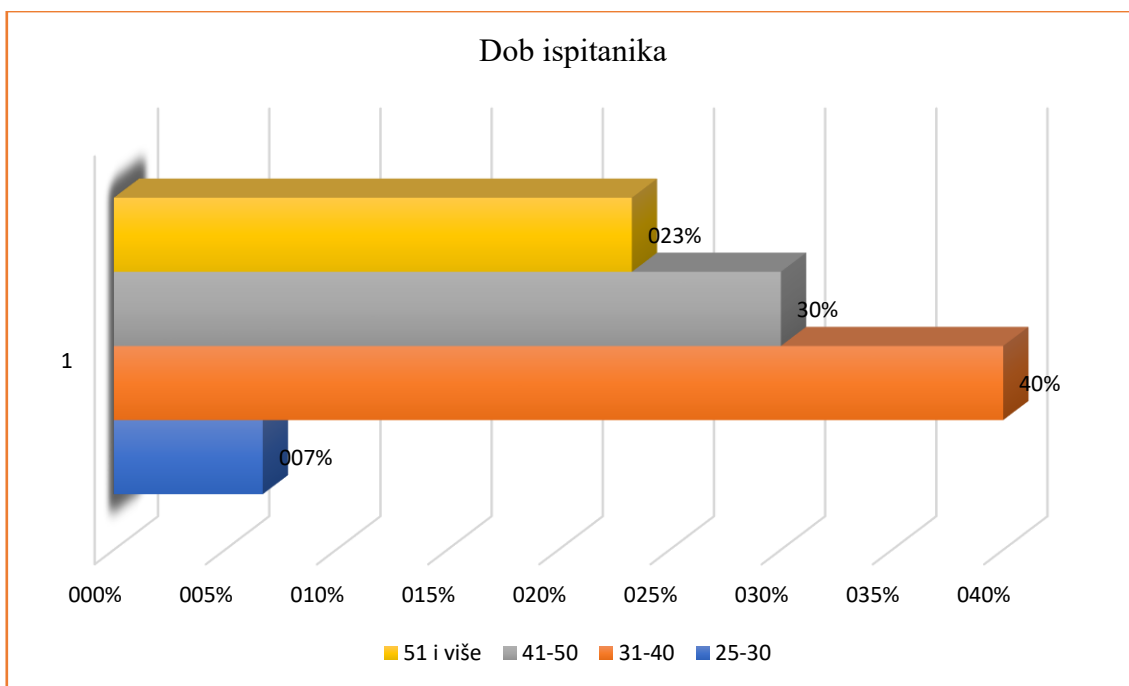
Eksperimentalni dio istraživanja odnosi se na istraživanje osobine ispitanika, metode istraživanja, rezultate istraživanja i interpretaciju dobivenih rezultata istraživanja. Za potrebe ovog istraživanja osmišljena je kratka online anketa koja sadrži 18 pitanja kategorijskog tipa. Istraživanje je provedeno od kraja siječnja do početka veljače 2021. godine. U istraživanju sudjelovalo je 30-ak ispitanika (N=30). Ciljana skupina su ispitanici koji rade u knjižnicama u Krapinsko-Zagorskoj, Varaždinskoj i Međimurskoj županiji. Metoda istraživanja je online anketa uz korištenje deskriptivne statistike. Također, u ovom istraživanju poštivala se etičnost istraživanja uz anonimnost i dobrovoljnost ispitanika. Slijede rezultati i rasprava dobivenih rezultata istraživanja.

4.1. Rezultati i rasprava



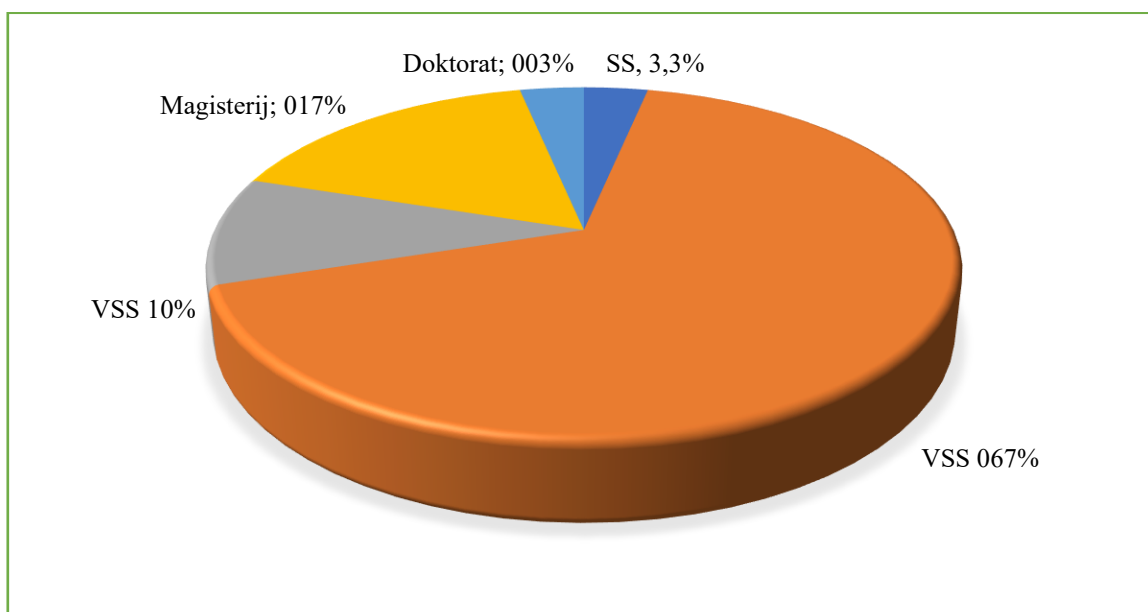
Grafikon 4. Spol ispitanika

Na temelju dobivenih rezultate istraživanja o spolu ispitanika u grafikonu 3., dobiveni rezultati istraživanja pokazali su da 84% ispitanika osobe ženskog spola, dok je postotak osoba muškog spola 16%.



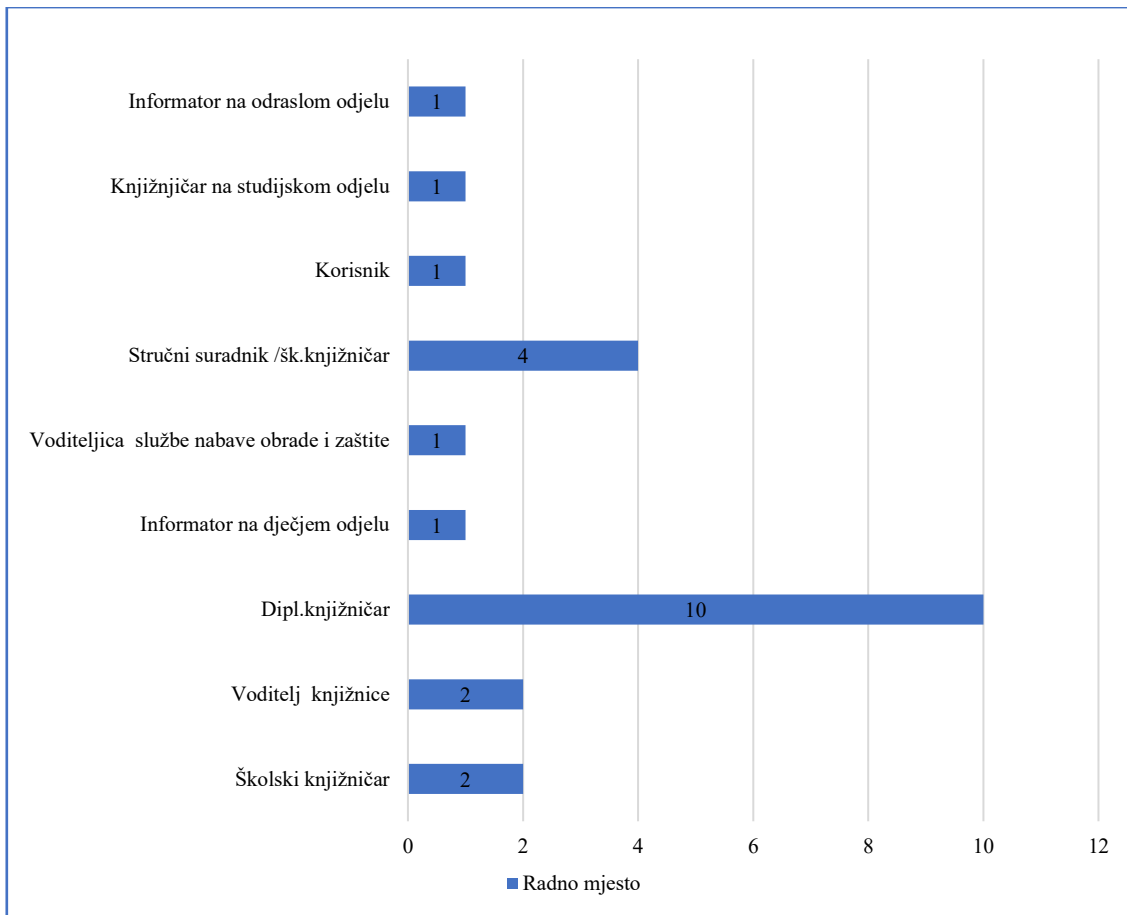
Grafikon 5. Dob ispitanika

Rezultati istraživanja u grafikonu 4., pokazali su da najveći postotak ispitanika pripada dobnoj skupini 31-40. godina što upućuje na relativno mladu populaciju ispitanika. Slijedi dobna skupina od 41.-50. godina (30% ispitanika). Na trećem mjestu je dobna skupina 51. godina i više. Najmanje je zastupljena dobna skupina od 25-30 godina. Rezultati istraživanja o najzastupljenijoj dobnoj skupini daju naznake da je riječ o ispitanicima koji imaju određeno radno iskustvo rada u knjižnici.



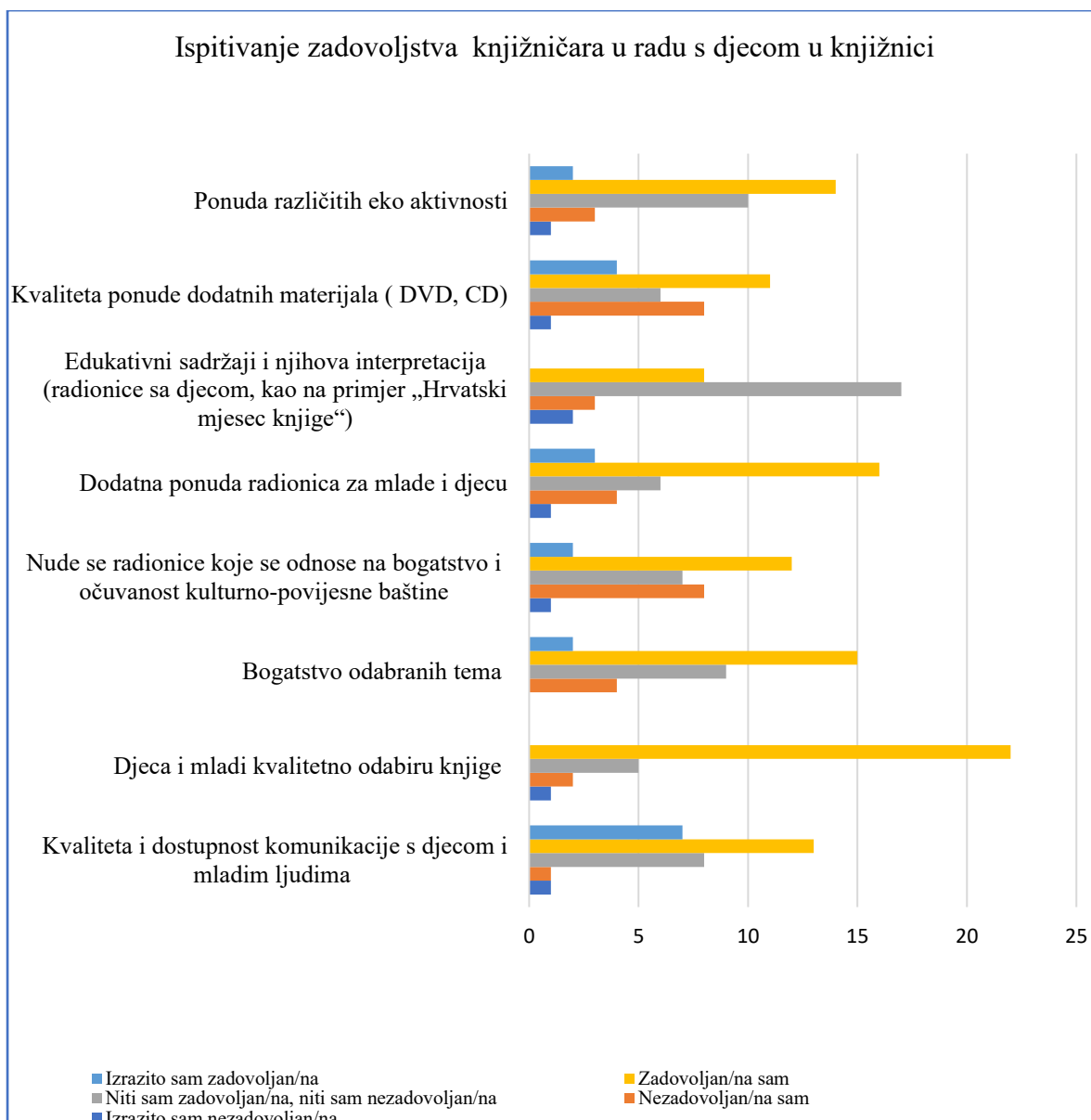
Grafikon 6. Stupanj obrazovanja

Rezultati istraživanja, prema grafikonu 5., pokazali su da najveći postotak ispitanika ima završenu višu stručnu spremu (VSS) (66.7% ispitanika), slijede ispitanici koji imaju završen magisterij (16.7% ispitanika), ispitanici s visokom stručnom spremom (VŠS), (10% ispitanika) te ispitanici sa završenim doktoratom (3,3% ispitanika). Iz ovih rezultata istraživanja, zaključuje se da je najveći postotak ispitanika ima završen VSS stupanj. No, glede knjižničarskih zvanja i školovanja u Hrvatskoj, ima niz zanimljivosti. U Hrvatskoj, knjižni djelatnici mogu steći zvanje knjižničara knjižničara (srednja stručna sprema i položen stručni ispit odnosno završeno knjižničarsko usmjerenje), višeg knjižničara (viša stručna sprema i položen stručni ispit odnosno završen studij bibliotekarstva na Pedagoškoj akademiji u Rijeci), bibliotekara (visoka stručna sprema i položen stručni ispit odnosno završen dvogodišnji dopunski studij bibliotekarstva ili završen četverogodišnji studij informatologije, smjer bibliotekarstvo) te višeg bibliotekara i bibliotekarskog savjetnika, zvanja koja bibliotekari stječu ispunjenjem određenih uvjeta. Bibliotekari dolaze u knjižnice s diplomom različitih fakulteta, no pretežito humanističkoga i društvenog usmjerenja. Dodatno, što još moraju učiniti je polaganje stručnog ispita a program ispita donosi Ministarstvo kulture i prosvjete Republike Hrvatske, i ispiti se polažu pred Komisijom za polaganje stručnih ispita koju imenuje Vijeće (prije Savjet) za knjižnice Hrvatske. Tajništvo ispitne komisije je u Nacionalnoj i sveučilišnoj biblioteci u Zagrebu. Slijedi analiza radnih mjesta ispitanika.



Grafikon 7. Radno mjesto u Knjižnici

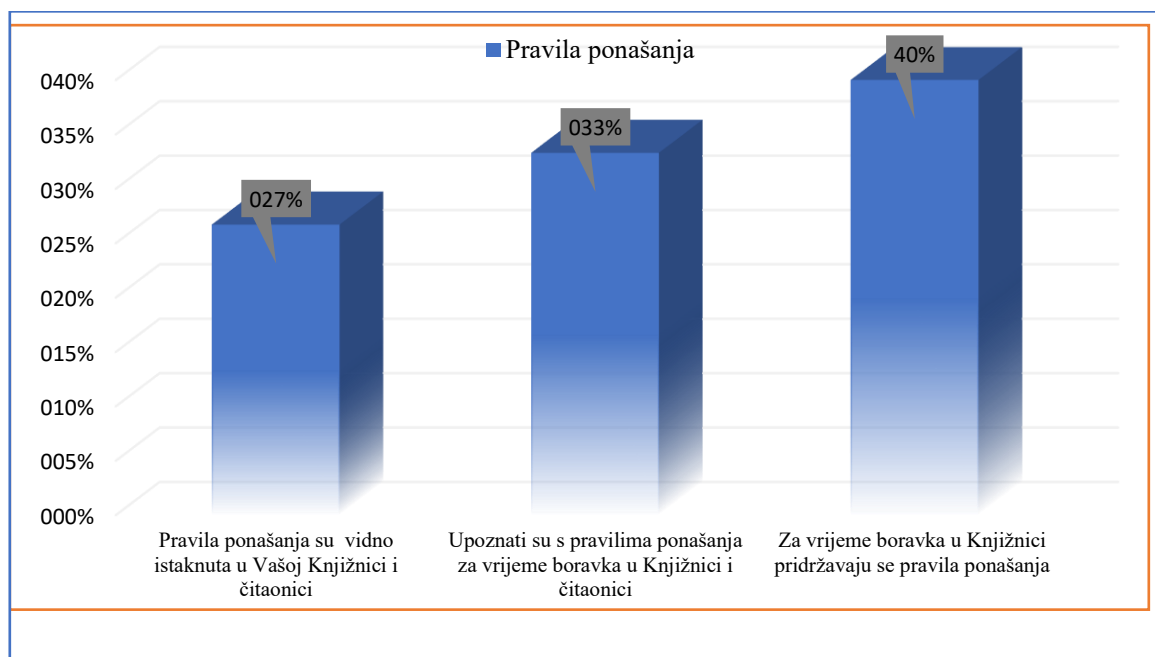
Grafikon 6., analizira radno mjesto ispitanika, te prema dobivenim rezultatima istraživanja, uočava se da je najveći broj ispitanika rade na radnom mjestu knjižničara u knjižnici. (10). Drugi najveći broj ispitanika jesu stručni suradnici-knjižničari (4). Tu su još radna mjesta: informator na odraslom odjelu (1 ispitanik), knjižničarka na studijskom odjelu (1 ispitanik), korisnika (1 ispitanik), voditeljica služba nabave, obrade i zaštite (1 ispitanik), voditelj/ica knjižnice (2 ispitanika), školski knjižničar (2 ispitanika). Dobiveni podaci upućuje na raznovrsnost radnih mjesta, s tim da svaka knjižnica ima svoj Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu i načinu rada knjižnice.



Grafikon 8. Ocjena zadovoljstva rada s djecom i mladim u Knjižnici i čitaonici

Grafikon 7., pruža rezultate istraživanja koji se odnose na to koliko su zaposlenici u knjižnici zadovoljni (knjižničar) u radu sa djecom u različitim segmentima rada tijekom jedne godine u knjižnici. Prvi segment je ponuda eko aktivnosti u radu sa djecom te knjižničari ocjenjuju da su zadovoljni s eko aktivnostima. Drugi segment je kvaliteta DVD i CD djeci, što knjižničari ocjenjuju ocjenom zadovoljan Treći segment jesu edukativni sadržaji i njihove interpretacije (radionice sa djecom, na primjer radionice tijekom *Hrvatskog mjeseca knjige*) a za to knjižničari daju ocjenu da nisu zadovoljni niti ne zadovoljni. Razlog za ovakvu ocjenu zadovoljstva može se potražiti u tome da je uobičajeno slab odaziv djece na poziv na radionice ili način njihovog sudjelovanja na radionice, bez obzira na iznimnu pripremljenost knjižničara

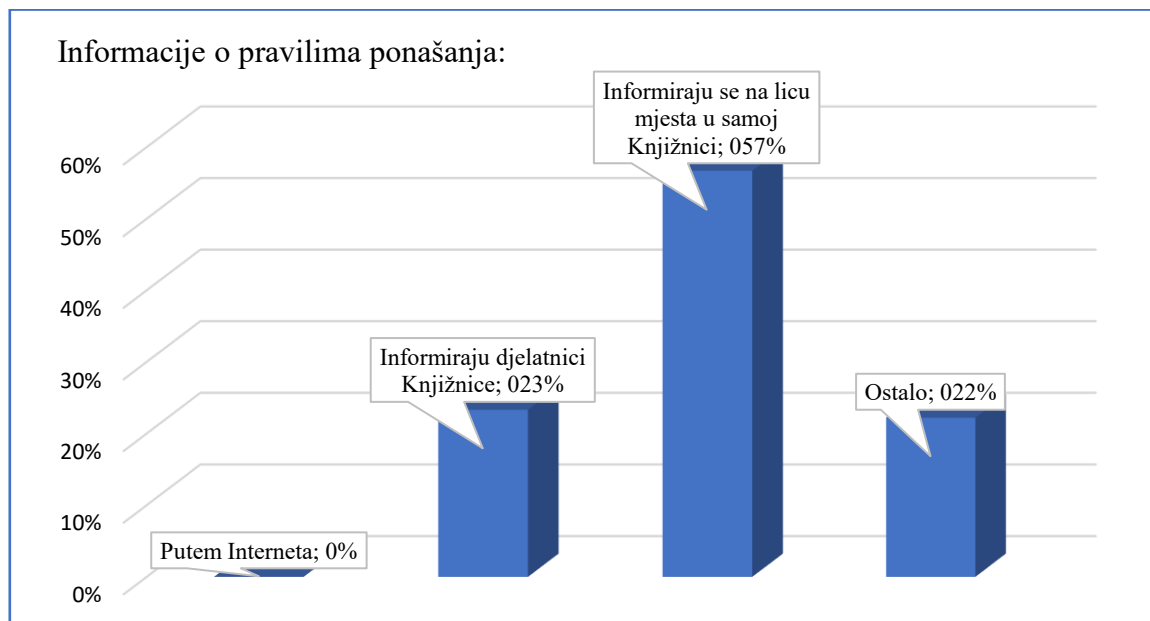
na takav oblik rada. Četvrti segment rada je dodatna ponuda radionica za mlade i za djecu tijekom godine. Uobičajeno Knjižnica i čitaonica organizira radionice tijekom blagdana (Božić, Uskrs) ili tijekom školskih praznika. Za to, ispitanici su ocijenili da su zadovoljni u radu sa djecom. Peti segment su radionice koje se odnose na bogatstvo i očuvanost kulturno-povijesne baštine. Ispitanici su ocijenili da su zadovoljni radionicama koje imaju za cilj stjecanje spoznaja o kulturnoj baštini kraja u kojem je smještena knjižnica. No, uočeno je da znatan broj ispitanika nezadovoljan tim segmentom. Razlozi za nezadovoljstvo mogu biti u slabom odazivu djece odnosno u slaboj uključenosti djece. Šesti segment je bogatstvo odabranih tema odnosno da su knjižničari zadovoljni s temama koje su prisutne u radu knjižnice. Sedmi segment odnosi se na kvalitetan odabir knjiga od strane djece, s čim su knjižničari iskazali da su zadovoljni. Zadnji, osmi segment odnosi se na kvalitetu komunikacije s djecom i mladim u knjižnici što su ocijenili ocjenom zadovoljan. Istraživanje autora Jelušića (2005) pokazalo je da roditelji od kraćih programa koji nisu isključivo vezani za vrtić, najviše zanimanja iskazuju za igraonice, te da igraonice i radionice najčešći su oblici rada s predškolskom djecom u knjižnicama. (Jelušić, 2005).



Grafikon 9. Pravila ponašanja u Knjižnici i čitaonici

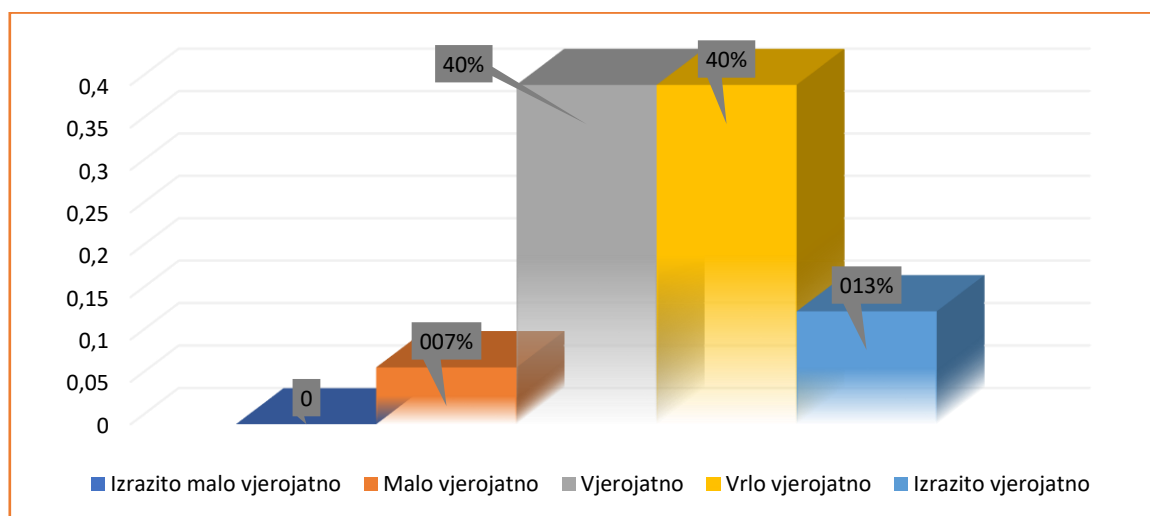
Rezultati istraživanja, grafikon 8., pokazali su da 40% ispitanika smatra da korisnici pridržavaju pravila ponašanja u knjižnici, zatim 33,3% ispitanika smatra da su korisnici upoznati s pravilima ponašanja u knjižnici, te 26,7% ispitanika smatra da su pravila ponašanja

vidno istaknuta u knjižnici. Dobiveni rezultati istraživanja ukazuju na to da ispitanici smatraju da su zadaci glede utvrđivanja i prenošenja pravila ponašanja sasvim profesionalno odrađeni.



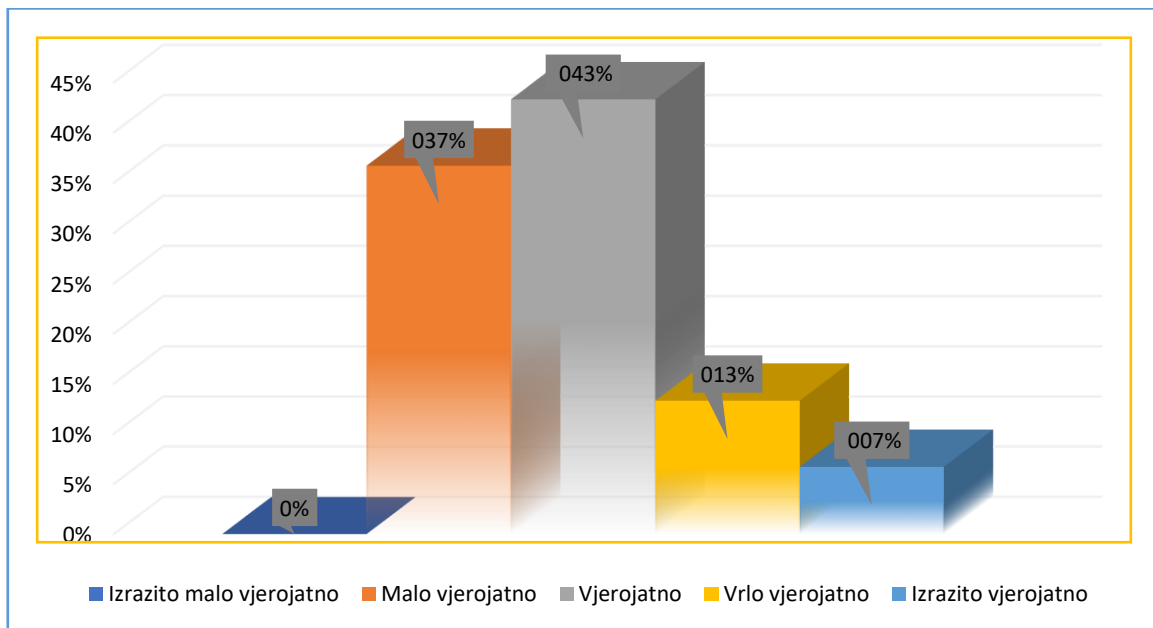
Grafikon 10. Informiranje o pravilima ponašanja u Knjižnici

(55,6% ispitanika), prema grafikonu 9, smatra da korisnici dobivaju informacije o pravilima Knjižnice na licu mjestu, u samoj Knjižnici, slijedi dobivanje informacija o pravilima ponašanja u Knjižnici od strane djelatnika Knjižnice (23,3%) te ostalo (22,2%). Iznenađuje podatak da nema zabilježenih podataka o dobivanju informacija o pravilima ponašanja u Knjižnici putem interneta s obzirom na široku upotrebu interneta. Slijedi analiza o vjerojatnosti povratka mladih i djece u Knjižnicu nakon prvog puta. (Grafikon 10.)



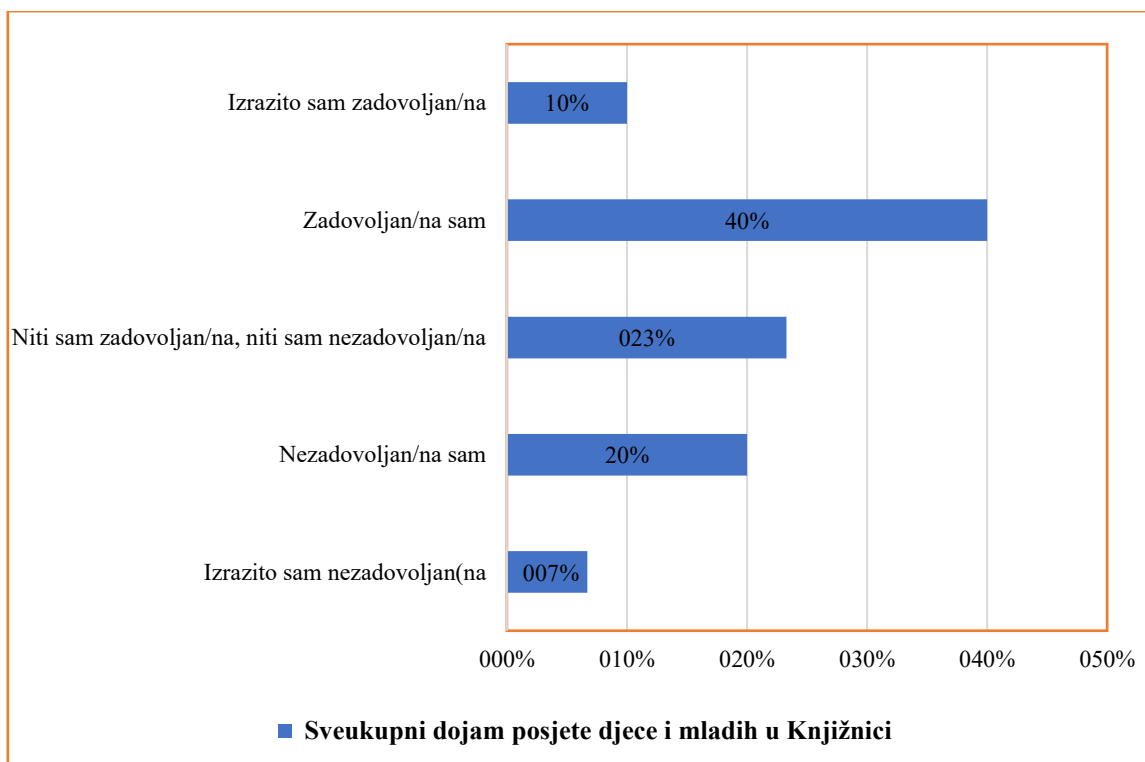
Grafikon 11. Koliko je vjerojatno da će djeca i mladi ponovno vratiti u Knjižnicu?

Rezultati istraživanja iz grafikona 10., pokazali su da 40% ispitanika smatra da će djeca i mladi vrlo vjerojatno vratiti u knjižnicu, isto tako 40% ispitanika smatra da će vjerojatno vratiti u Knjižnicu. 6,7% ispitanika smatra da će djeca i mladi malo vjerojatno vratiti u Knjižnicu dok 13,3% ispitanika smatra izrazito vjerojatno vratiti u Knjižnicu. Dobiveni rezultati upućuju na to da očekuje se novi dolazak djece u Knjižnicu odnosno to su pozitivna očekivanja djelatnika Knjižnice da se djeca vrate u Knjižnicu.



Grafikon 12. Preporuka i razgovor o Knjižnici sa svojim prijateljima i drugim osobama

Grafikon 11, daje prikaz rezultate istraživanja o davanju preporuka o tome kako 43,3% ispitanika smatraju da će djeca i mladi vjerojatno dati preporuke i razgovarati o knjižnici sa svojim prijateljima i drugim osobama te 36,7% ispitanika smatra da malo vjerojatno djeca i mladi dati preporuku i razgovarati sa svojim prijateljima i drugim osobama u knjižnici. Samo 13,3% ispitanika smatra da će djeca i mladi izrazito vjerojatno dati preporuku drugima i prijateljima o knjižnici. Ovi rezultati istraživanja upućuju na to da djelatnici knjižnice nemaju visoka i pozitivna očekivanja o tome da će djeca i mladi razgovarati o knjižnici i dati preporuku drugima i svojim prijateljima. Postavlja se pitanje što poduzeti po tom pitanju i da li je ta problematika isključiva problematika knjižnice ili je to pitanje široko područja koje uključuje roditelje, druge članove obitelji i lokalnu zajednicu. Pretpostavka je da je to pitanje više segmenata, počevši od načina na koji roditelji percipiraju knjižnicu, koliko lokalna zajednica spremna kvalitetno podržavati rad knjižnice te razine osvještenosti djece i mladih o pozitivnom odnosu prema knjižnici.



Grafikon 13. Sveukupni dojam posjete djece i mladih u Knjižnici

Zadnji rezultati istraživanja prema grafikona 12., o sveukupnom dojmu posjete djece i mladih u Knjižnici, pokazali su da 40% ispitanika zadovoljno sveukupnim dojmom posjete djece i mladih u knjižnici. Osim toga, 23,3% ispitanika nije zadovoljno niti nezadovoljno sveukupnim dojmom posjete djece i mladih knjižnici. No, čak, 20% ispitanika je nezadovoljno sveukupnim dojmom posjete djece i mladih u knjižnici a 6,7% ispitanika je izrazito nezadovoljno. Ovi rezultati istraživanja upućuju na ispodprosječno zadovoljstvo ispitanika o sveukupnom dojmu posjete djece i mladih. Takav rezultate istraživanja upućuje na poticanje određenih promjena u odnosu dijete-knjižničar-roditelj-lokalna zajednica.

Dodatno, ispitanici su upisali sugestije i komentare u navedenom online istraživanju: Sretno! Izvrstan odabir mentorice. *Unatoč trudu, kvalitetnim programima teško je danas u djece pobuditi interes za knjigu. Dolazak učenika u školsku knjižnicu ovisi o motivaciji i želji knjižničara. Pitanja bi mogla zahvatiti još malo detaljnije sadržaje i mogućnosti informiranja i komunikacije u knjižnici Vratiti sve na staro. Djeca rado dolaze u knjižnicu, no problem predstavljaju roditelji koji nisu osviješteni u dovoljnoj mjeri o važnosti čitanja i poticanja čitanja od najmlađe dobi.*

5. Zaključak

Digitalna tehnologija unijela je značajne promjene u životu djece i mladih. Od djece i mladih traži se novi način komuniciranja. Komunikacija licem u lice gubi na vrijednost i počinje se svoditi na razmjenu dogovaranja i komuniciranje u virtualnom svijetu primjerice, putem društvenih mreža Facebook ili Twitter. Komunikacije je uobičajeno kratka, sadrži emotikone (smajlice, srčeka i sl.) te ne vodi se računa o gramatici. Nema upoznavanja novih riječi. Vokabular sve više osiromašuje. Istraživanja o upotrebi interneta za pojedinca i kućanstava od strane Državnog zavoda za statistiku pokazala su da su mladi ti koji su najviše na internetu. No, uočena je jedna posebna zanimljivost koja se odnosi na to što se najviše pretražuje-pretražuju se novine i magazini. Predlaže se da knjižnice organiziraju različite aktivnosti koje uključuju novine i magazine i s obzirom na to da svaka knjižnica kupuje svakodnevno novine i magazine. Da bi djeca i mladi znali koristiti medijima, potrebno ih poučiti. U radu su opisani pristupi medijskom odgoju prema Mastermanu U radu je uočena poveznica razvoja vokabulara i čitanja. Jedno od pojašnjenja te poveznice je postojanje individualnih razlika u vještinama čitanja a time se stvaraju razlike u znanju vokabulara. Pojava svakog novog medija koji djeca prihvate stvara strah da će taj medij potisnuti ali to se neće dogoditi. Književna djela će se prenositi. Samo jasno da knjižnica ima pred sobom vrlo teške i zahtjevne zadaće. Te zadaće uključuju nove tržišne ponude na digitalnoj platformi.

Vokabular kod djece i mladih se značajno mijenja digitalnim probojem engleskog jezika. Uočeno je da postoji poveznica učenje jezika s interneta samo ako je to u okvirima dječjih iskustava.

Provedeno je online istraživanje te ispitanici su većinom osobe ženskog spola koji rade na različitim radnim mjestima u knjižnici. Istraživanje je pokazalo da su knjižničari zadovoljni sa suradnjom sa djecom i mladim u knjižnici, da poštuju pravila knjižnice. Zanimljivo je da korisnici ne čitaju pravila knjižnice na internetu. Uobičajeno je da ih dobiju pri dolasku u knjižnicu. Uočeno je da bi trebalo više proraditi na aktivnostima koje se tiču kulturne baštine. Tu su ispitanici pokazali određeno nezadovoljstvo. Ispitanici su skrenuli pozornost na ulogu roditelja i njihove slabu osvještenost da treba čitati od najranije dobi te se u radu se cijelo vrijeme naglašavala poveznost uloge roditelja, djece i knjižničara.

Digitalna tehnologija ima bezbrojne mogućnosti i on mora postati saveznik u borbi protiv osiromašenja dječjeg vokabulara te poticanju djeteta da čita lektiru, Naučimo našu djecu da uvijek otvore vrata knjižnice.

6. Literatura

- Bruner, J. (2000). *Kultura obrazovanja*. Zagreb.: Educa.
- Carr, N. (2011). *PLITKO-što internet čini našem mozgu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- DZS. (4. 12 2020). Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT). *Priopćenje*. Zagreb, Zagrebačka županija, Hrvatska: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske.
- Erjavec, K., & Rotar, N. (3. 2 2000). Odgoj za medije u školama u svijetu Hrvatski model medijskog odgoja. *Media Research, Vol.6(No.1)*, str. 89-107.
- Eurostat. (2019). Culture statista. (L. P. Union, Ur.) EU: Imprimerie Bietlot. Preuzeto 13. 2 2021 iz <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b>
- Finci, P. (2017). *Elektronička špilja*. Zagreb: Synopsis.
- Gradska knjižnica Zlatar. (2020). Sve o nama. Zlatar, RH: Gradska knjižnica Zlatar. Preuzeto 5. 2 2021 iz <http://www.knjiznica-zlatar.hr/o-nama/>
- Hadžiselimović, D. (2009). *Psihologija, mediji, etika : iskustva i promišljanja za bolju suradnju*. Pula : Društvo psihologa Istre ; Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Hargreaves, D. (1999). Helping Practicioners Explore Their's Culture. U J. Prosser, *School Culture* (str. 48 – 65.). London: Paul Chapman Publishing.
- Hargreaves, D. (1999). *Helping Practicioners Explore Their's Culture*. In J. Prosser, *School Culture*. London: Paul Chapman Publishing.
- Jelušić, S. (2005). Dječja knjižnica u razvijanju čitateljske kuture u obitelji. *Život i škola, 14((2/2005))*, str. 77-91. Preuzeto 5. 2 2021 iz <https://hrcak.srce.hr/file/39595>
- Kunczik , M., & Zipfel , A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Labaš, D. (2016). Informacijska tehnolgija i mediji . U L. Josić (Ur.), *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji* (str. 5-169). Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
- Labaš, D. (2017). Medijska pismenost i informacijsko doba“, u: (ur.). U L. Josić (Ur.), *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji 2016*. Hrvatski studiji.

https://www.hrstud.unizg.hr/_news/36451/Zbornik%20INFORMACIJSKA%20TEHNOLOGIJA%20I%20MEDIJI%202016%20final%20web.pdf 1(10.2021)

- Majdenić, V. (2019). *Medij tekst kultura*. Zagreb: Ljevak.
- Marinović-Bobinac, A., & Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb : Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
- McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- Nation, K. (2009). *Reading comprehension and vocabulary: what's the connection?* (R. Wagner, & C. Schachneider, Ur.) Guilford Press.
- Perišin, T. (2010). *Televizijske vijesti*. Zagreb : Naklada Medijska istraživanja.
- Peruško, Z. (2008). *Kultura mediji i civilno društvo*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk : Hrvatsko sociološko društvo.
- Salwa Al-Harbi, S. (19. 3 2015). The Influence of Media in Children's Language Development. *Journal of Educational and Developmental Psychology, No. 1*, str. 1-5.
https://www.researchgate.net/profile/Salwa_Al-Harbi/publication/276924726_The_Influence_of_Media_in_Children's_Language_Development/links/57da407408ae5f03(13.2021)
- Schmidt , E. (2014). *Novo digitalno doba : nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati* (1.izd izd.). Zagreb: Profil knjiga.
- Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija : kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Stantić, P., & Stantić, M. (2009). *Užitak čitanja – intelektualna razbibriga i /ili intelektualna potreba*. Zagreb: Knjižnice grada Zagreb.
- Tolić, M., & Vertovšek, N. (2009). *Mediji i mladi : prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Uzelac, A. (2011). *Kultura u digitalnom prostoru – kulturni portali između informacije i komunikacije*. Zagreb, RH: CROSBİ. Preuzeto 7. 2 2021 iz http://www.vizualni-studiji.com/pdf/vknm_Uzelac.pdf
- Vulić, S. (2009). *Utjecaj novih medija na jezični bonton na primjeru korespondencije“*,. (u: D. Labaš (ur.) *Novi mediji – nove tehnologije – novi moral*, Ur.) Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

Wolfe, M. (2019). *Čitatelju, vrati se kući-: čitateljski mozak u digitalnom svijetu* . Zagreb: Naklada Ljevak.

Zgrabljić Rotar, N. (2011). Masovni mediji i digitalna kultura. (N. Zgrabljić Rotar, Ur.) *Naklada medijska istraživanja*, str. 25–51.

Zgrabljić Rotar, N. (2017). Novi mediji digitalnog doba. (L. Josić, Ur.) *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji*, str. 57–64.

Popis slika

Slika 1 Upotreba interneta kod pojedinaca	9
Slika 2. Korisnici interneta prema radnom statusu	9
Slika 3. Namjena upotreba interneta kod pojedinaca.....	10
Slika 4. Opisi pristupa odgoju za medije	15
Slika 5. Gradska knjižnica Zlatar	22

Popis tablica

Tablica 1. Prikaz aktivnosti i projekata gradske knjižnice Zlatar	24
---	----

Popis grafikona

Grafikon 1. Učestalost korištenja interneta.....	8
Grafikon 2. Upotreba interneta u kulturne svrhe, 2018.(izraženo u postocima).....	11
Grafikon 3.Spol ispitanika	25
Grafikon 4. Dob ispitanika.....	26
Grafikon 5. Stupanj obrazovanja	26
Grafikon 6. Radno mjesto u Knjižnici	28
Grafikon 7. Ocjena zadovoljstva rada s djecom i mladim u Knjižnici i čitaonici	29
Grafikon 8. Pravila ponašanja u Knjižnici i čitaonici	30
Grafikon 9. Informiranje o pravilima ponašanja u Knjižnici.....	31
Grafikon 10. Koliko je vjerojatno da će djeca i mladi ponovno vratiti u Knjižnicu?.....	31
Grafikon 11. Preporuka i razgovor o Knjižnici sa svojim prijateljima i drugim osobama.....	32
Grafikon 12. Sveukupni dojam posjete djece i mladih u Knjižnici	33

Prilozi

Prilog 1 – ANKETA

Poštovani/a,
ovaj anketni upitnik provodi se s ciljem istraživanja mišljenja i stavova o utjecaju medija i televizije na razvoj vokabulara. Istraživanje se provodi u svrhe izrade diplomskog rada pod mentorstvom prof. dr. sc. na Filozofskom fakultetu Zagrebu (odsjek bibliotekarstvo). Molimo Vas da izdvojite nekoliko minuta vašeg vremena i savjesno ispunite anketni upitnik. Podaci koje iznesete u potpunosti su anonimni i neće se koristiti u druge svrhe. Hvala Vam na suradnji i izdvojenom vremenu!

Spol (zaokružite)	a) muški	b) ženski
2. Dob (navedite)		
4. Stupanj obrazovanja (zaokružite)		
b) Srednja škola		
c) Viša/visoka stručna sprema		
d) Magisterij		
e) Doktorat		
5. Radno mjesto u Knjižnici (navedite)		

6. Ocijenite svoje zadovoljstvo sljedećim elementima iskustva sa mladim i djecom u Knjižnici (zaokružite broj: 1-izrazito nezadovoljan, 5-izrazito zadovoljan):	
RAD S DJECOM I MLADIM U KNJIŽNICI	VAŠE ZADOVOLJSTVO
1. Kvaliteta i dostupnost komunikacije s djecom i mladim ljudima	1 2 3 4 5
2. Djeca i mladi Kvalitetno odabiru knjige	1 2 3 4 5
3. Bogatstvo odabranih tema	1 2 3 4 5
4. Nude se radionice koje se odnose na bogatstvo i očuvanost kulturno-povijesne baštine	1 2 3 4 5
5. Dodatna ponuda radionica za mlade i djecu	1 2 3 4 5
6. Edukativni sadržaji i njihova interpretacija (radionice sa djecom, kao na primjer „Hrvatski mjesec knjige“)	1 2 3 4 5
7. Kvaliteta ponude dodatnih materijala (DVD, CD)	1 2 3 4 5
8. Ponuda različitih eko aktivnosti	1 2 3 4 5
9. Pravila ponašanja su vidno istaknuta u Vašoj Knjižnici i čitaonici	1 2 3 4 5
10. Upoznati su s pravilima ponašanja za vrijeme boravka u Knjižnici i čitaonici	1 2 3 4 5
11. Za vrijeme boravka u Knjižnici pridržavaju se pravila ponašanja	1 2 3 4 5
O pravilima ponašanja u Knjižnici mogu se informirati :	
1. Putem Interneta	
2. Informiraju djelatnici Knjižnice	

3. Informiraju se na licu mjesta u samoj Knjižnici

Na skali od 1 do 5 ocijenite sveukupni dojam posjete djece i mladih u Knjižnici
(zaokružite broj: 1 označava izrazito nezadovoljan, 5 označava izrazito zadovoljan)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Koliko je vjerojatno da će preporučiti i razgovarati o Knjižnici sa svojim prijateljima i drugim osobama? (zaokružite broj: 1 označava izrazito malo vjerojatno, dok 5 označava izrazito vjerojatno)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Koliko je vjerojatno da će se ponovno vratiti u Knjižnicu?

(zaokružite broj: 1 označava izrazito malo vjerojatno, dok 5 označava izrazito vjerojatno)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Vaš komentar/sugestije/prijedlozi:

Utjecaj medija i televizije na razvoj vokabulara

Sažetak

Digitalna tehnologija postaje sve više prisutna u životu obitelji. Djeca i mladi odrastaju uz tu tehnologiju i sasvim se dobro snalaze u toj novoj ulozi. No, postavlja se jedno ključno pitanje. Kakav je utjecaj medija na razvoj vokabulara. Što se događa s govorom djece i mladih kada se sve svodi na digitalizaciju. Čak, digitalna komunikacija postaje sve šturija i daleko od jedne iskrene zbilje. Uočen je bliski odnos između čitanja i znanja iz vokabulara. Osobe s boljim poznavanjem vokabulara često pokazuju napredne mogućnosti čitanja u odnosu na vršnjake koji imaju manje razvijeno znanje vokabulara. Da bi se ostvarile napredne mogućnosti vokabulara, bitne su posjete knjižnici. Lektira se počinje smatrati nužnim zlom, nešto što se mora napraviti u sklopu školovanja i od toga, djeca i mladi ne žele više. Na temelju ankete provedene među knjižničarima, pokušava se odgovoriti na pitanje koliko su razvoj tehnologije i prisutnost novih medija u svakodnevnom životu utjecali na vokabular djece i mladih. Istražen je odnos prema knjižnici (poštivanje pravila tijekom boravka u knjižnici) također. Teorijski dio, uz korištenje stručne literature, objašnjava osnovne pojmove vezane uz nove digitalne medije, opisuje kako su se mediji, a paralelno s tim i tradicionalna kultura, mijenjali kroz vremenska razdoblja i stvorili potpuno novu publiku – medijske korisnike u potrazi za medijskim sadržajima, dok istraživački dio rada polazi od teze da djeca i mladi, pod utjecajem novih medija i internetskih sadržaja, osiromašuju vokabular te da su im društvene mreže izbor kojim obavljaju svoju komunikaciju a ono se svodi na skraćenicice, emotikone i kratke riječi bez dodira na stvaran život i stvaran govor. Uz to sve više širi medijsko eksponiranje učenja engleskog jezika posebno mlađom djecom. Rezultati istraživanja pokazali su da su ispitanici zadovoljni sa komunikacijom s djecom i mladim ljudima, no čini im se da postoji manja vjerojatnost da će se vraćati u knjižnicu ili preporučiti istu svojim prijateljima i drugima.

Ključne riječi: medij, djeca i mladi, vokabular, digitalna tehnologija, knjižnica

Influence of media and television on vocabulary development

Summary

Digital technology becomes increasingly present in the life of family. Children and young people grow up with this technology and are quite well placed in this new role. But there is one crucial question. What is the influence of the media on the development of vocabulary? What happens to the speech of children and young people when it comes down to digitalization. Even digital technology becomes more colorful and far from one honest reality. A close relationship between reading and knowledge from vocabulary was observed. People with a better understanding of vocabulary frequently show advanced reading capabilities in relation to peers who have less developed vocabulary skills. To achieve advanced vocabulary skills, it is important to visit the library. The lectures seem to be thought as a necessary evil, something what must be done as a part of school education and from that children and young people do not want more. Based on online survey it attempts to answer the question how technology and the presence of new digital media in everyday life influenced the vocabulary of children and young people. It is also researched the attitude toward library respect of the rules during stay at the library. The theoretical part, using expert literature, explains the basic concepts related to the new digital media, describes how media, and in parallel with this and traditional culture, have changed over time periods and created a completely new audience - media users in search of media content and online content, impoverish vocabulary, and short words without touching real life and real speech. Beside it, it more spread media exposure for English language learning, especially among young children.

The results of the study showed that respondents were satisfied with communicating with children and young people, but they seem less likely to return to the library or recommend the same to their friends and others.

Key words: media, children and young people, vocabulary, digital technology, library