

Uloga medija u interkulturalnoj komunikaciji

Zdravčević, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:394681>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Dvopredmetni preddiplomski studij hrvatskog jezika i književnosti i pedagogije

Ivona Zdravčević

Uloga medija u interkulturalnoj komunikaciji

Završni rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Marija Sablić

Osijek, 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za pedagogiju

Dvopredmetni preddiplomski studij hrvatskog jezika i književnosti i pedagogije

Ivona Zdravčević

Uloga medija u interkulturalnoj komunikaciji

Završni rad

Znanstveno područje društvenih znanosti, polje pedagogija, grana posebne pedagogije

Mentor: izv. prof. dr. sc. Marija Sablić

Osijek, 2020.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 11. 9. 2020.

Mirna Zoharčić, 0122223695

ime i prezime studenta, JMBAG

Sažetak

U radu se polazi od važnosti uloge medija u interkulturalnoj komunikaciji. Najčešće se mediji spominju kao izvor zabave, no zapravo imaju brojne druge uloge. Ovaj rad temelji se na ulozi koju mediji imaju u interkulturalnoj komunikaciji i njezinu razvoju kao i o njihovim pozitivnim i negativnim učincima. Naglasak je na interkulturalnoj komunikaciji i interkulturalnoj kompetenciji. Interkulturalizam je jedna od pedagoških tema koje bi trebale biti zastupljenije ili vidljivije u odgojno-obrazovnom radu. U ovome radu prikazuje se i kompleksnost pojma interkulturalizma te njegovih neodvojivih sastavnica: moralnog relativizma, kulturalnog identiteta te medijske socijalizacije. Govori se i o tome kako pojedine sastavnice u simbiotskom djelovanju omogućavaju razvoj interkulturalne komunikacije te o važnosti interkulturalne komunikacije u društvu. Raspravlja se i o mogućim rješenjima za učinkovit razvoj interkulturalne komunikacije.

Ključne riječi : interkulturalizam, interkulturalna komunikacija, interkulturalna kompetencija, kulturalni identitet, mediji

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Mediji	2
2.1. Što su mediji?.....	2
2.2. Razvoj medija.....	3
2.3. Uloge medija u društvu.....	4
3. Interkulturalna komunikacija.....	5
3.1. Što je interkulturalna komunikacija?	5
3.2. Ciljevi interkulturalne komunikacije	6
3.3. Poteškoće u interkulturalnoj komunikaciji	7
3.4. Interkulturalni identitet.....	8
3.5. Interkulturalna kompetencija	9
4. Interkulturalizam u odgoju i obrazovanju	10
4.1. Ciljevi interkulturalnog odgoja i obrazovanja.....	11
4.2. Moralni relativizam.....	12
4.3. Medijska socijalizacija.....	13
5. Uloga medija u interkulturalnoj komunikaciji.....	14
6. Zaključak.....	16
7. Popis literature	17

1. Uvod

Vrlo nam je blisko i poznato kako smo svakodnevno izloženi masovnim medijima, televizijom, radiom, reklamnim spotovima itd. Ljudi odrastaju uz televiziju, mobitel i internet. Mediji čine sastavni dio suvremenog društva. Imaju svoju svrhu i ulogu. Ponekad je njezina svrha zabavnog karaktera, a ponekad informativnog karaktera. Mediji ne samo da imaju veliki utjecaj na društvo već imaju ogroman utjecaj i na gospodarstvo, znanost, politiku, kulturu itd. Zadatak ovog završnog rada jest prikazati ulogu medija u interkulturalnoj komunikaciji te na koji način mediji utječu na razvoj interkulturalne komunikacije. Završni rad je podijeljen u četiri sadržajna poglavlja i nekoliko pod-poglavlja. U prvom poglavlju definirat će se pojam medij, povijesni razvoj medija te njegove uloge. U drugom poglavlju govorit će se o interkulturalnoj komunikaciji i identitetu. Objasnit će se problemi koji se mogu pojaviti u komunikaciji. Dakako, svakodnevno smo skloni kontaktu i suradnji s ljudima različitih kultura i nacionalnosti stoga je vrlo važno znati dobro komunicirati i biti interkulturalno kompetentan. Visoka razina kompetentnosti nam omogućava lakše rješavanje životnih zadaća. Interkulturalizam ima veliku ulogu i jasne ciljeve u odgoju i obrazovanju koje ćemo također prikazati kroz pojmove kulturalnog relativizma, kulturalnog univerzalizma, moralnog relativizma i medijske socijalizacije. Popisu literature će prethoditi zaključak u kojem će jasno i sažeto biti navedeni doneseni zaključci.

2. Mediji

2.1. Što su mediji?

Riječ medij latinskoga je podrijetla (lat. medius – srednji, u sredini). Medij najčešće određujemo kao sredstvo komuniciranja ili prenošenja vijesti. Da bismo na konkretan i precizan način definirali medije te njihove uloge i funkcije, moramo imati u vidu da postoji mnogo tumačenja njihove svrhe. Pogledi na medije razlikuju se. U komunikacijskim znanostima medij je fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom. Oni su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno formirali (ili danas, nažalost, sve više, manipulirali) javno mišljenje građana (Jurčić, 2017, 128). Mediji se u sociološkom smislu, mogu definirati kao institucijsko-organizacijski okviri komunikacije u politici, gospodarstvu, znanosti i odgoju. Posrednici su informacija u odgoju i nastavi. Prenose komunikaciju putem svojih nositelja kao što su papir, zvuk ili radiovalovi. Društvene institucije posreduju društvenu komunikaciju (Peruško, 2011). Mediji oblikuju suvremeni svijet i usmjeravaju pravac njegovog razvoja. Utječu na sve aspekte života uključujući stavove društva, njihovo ponašanje i kulturu (Planinić, 2016). Kako im je glavni zadatak prenošenje različitih vrsta informacija široj javnosti, nije upitno kako su mediji vrlo važni te duboko ukorijenjeni u sve društvene aspekte (Biti, prema Jurčić, 2017).

2.2. Razvoj medija

Da su mediji imali svoje korijene u počecima društvenih zajednica dokazuje nam činjenica da je postojala potreba za javnim priopćavanjem informacija. Javno priopćavanje informacija danas se odvija putem novina, radija, televizije i društvenih mreža. Nismo oduvijek imali takav širok spektar širenja informacija kao danas. Izum prvog tiskarskog stroja omogućio je brže tiskanje knjiga i širenje informacija. Prve novine pojavile su se početkom 17. stoljeća (Briggs i Burke, 2011). Burke smatra kako je uloga razvoja tiska ostala neprepoznata u tradicionalnim povijesnim prikazima. U Kini se tisak razvijao stoljećima prije nego što se pojavio u srednjoj Europi, ali u kineskom socijalnom kontekstu nije djelovao kao posrednik znanstvenog i tehnološkog razvoja. Snažan razvoj medija dogodio se tijekom 20. i početkom 21. stoljeća. Osim razvoja elektroničkih medija, za razvoj medija općenito zaslužne su društvene i humanističke znanosti, kao i konkretne društvene okolnosti. S razvojem tehničke i tehnološke baze novinarstva, razvijale su se mogućnosti te poboljšavali uvjeti rada u novinarstvu. Razvoj novinarstva otvorio je mogućnosti djelovanja i povećao učinke masovnih komunikacija na sve veće društvene strukture (Jurčić, 2017, 129). Tomu je prethodio razvoj interneta koje je 1969. godine razvilo američko Ministarstvo obrane. Prvotno se zvao Arpanet (Infoplease, 2017). Za daljnji razvoj interneta zaslužan je engleski istraživač Tim Berners-Lee koji je 1989. godine stvorio World Wide Web. Internet je medij kojim se koristimo preko računala te pruža praćenje više raznovrsnih medija od jednom. Npr. možemo slušati radio, dok čitamo elektroničke novine ili pak gledamo live stream televiziju. Na današnjem stupnju razvijenosti medijski globalnog komunikacijskog društva više od 400 milijuna građana ima direktan pristup Internetu s širokopojasnom internetskom vezom (od 10 Mbps i do 100 Mbps) koja omogućuje građanima isporuku novih medijskih sadržaja visoke tehnološke rezolucije (od 720p ili 1080p). Radio, televizija, mobilna tehnologija, E-obrazovanje, informacijske i komunikacijske znanosti otvaraju nove medijske implementacijske mogućnosti u znanosti, obrazovanju i svakodnevnom životu građana (Plenković, 2012, 109).

2.3. Uloge medija u društvu

Mediji imaju veliku moć i utjecaj na društvo i pojedinca. Formiraju kolektivnu svijest i stavove, no njihova je uloga višestruka (Jurčić, 2017).

Mediji imaju brojne uloge i funkcije:

1. Informacijska funkcija - ujedno i najvažnija funkcija jer je međuovisnost društvenih zajednica veća nego prije, a pojedinac je ovisniji o okolini
2. Seleksijska i interpretacijska funkcija- omogućuje stjecanje svijesti o zajedničkim problemima što doprinosi koheziji zajednice
3. Eksplicacijska funkcija- služi za uspostavljanje i održavanje kolektivne svijesti, a na osobnoj razini time se postiže integracija pojedinca u kolektiv
4. Obrazovna funkcija- njime se kulturni sadržaji prenose s jedne generacije na drugu i time se povećava društvena kohezija, proširuju se društvene norme, nastavlja se socijalizacija
5. Zabavljačka funkcija- omogućava zabavu i opuštanje kolektivu ili pojedincu
6. Estetska funkcija- mediji se svojim različitim oblicima realiziranja smatraju kao novi umjetnički izraz (Martinić, prema Jurčić, 2017).

Osim medijskih funkcija postoje i disfunkcije. Primatelj ne prihvaća komunikacijski sadržaj, već ga prestrojava prema vlastitome iskustvu i pridaje mu značenje koje nije eksplicitno iskazano. Disfunkcija upravo ukazuje na činjenicu da primatelj nije pasivan te da se njime ne može tako lako manipulirati.

U pedagoškom smislu, mediji imaju moć u formiranju kolektivne svijesti. Utječu na formiranje javnog mnijenja i kreiraju ga u pozitivnom ili negativnom kontekstu na svijest i ponašanje mlade populacije (Miliša, 2008, 219). Imaju ambivalentnu ulogu u suvremenoj odgojnoj paradigmi jer s jedne strane nude obrazovno-informativni sadržaja, dok s druge strane poprimaju oblik manipuliranja i/ili indoktrinacije, posebice, kod djece i mlade generacije (Miliša i Zloković, 2008). Digitalni mediji omogućuju mladima privatnu komunikaciju bez kontrole roditelja ili učitelja, stoga preko različitih medija mladi dobivaju tražene informacije bez izravne komunikacije. Djeca i mladi odrastaju u digitalnoj kulturi u kojoj mediji igraju važnu ulogu u oblikovanju identiteta i te igre identitetom u virtualnom prostoru izazvati će određena

mišljenja i stavove (Mandarić, 2012). Mediji postaju direktni pokretači društvenih promjena, ali i participiraju u strukturi društvene moći (Dulčić, 2014, 96).

Mediji oblikuju identitete, svjetonazore i životne stilove. Nažalost mogu stvoriti različite poremećaje poput agresije, ovisnosti i slično. Isto tako mediji mogu imati i pozitivnu ulogu. U odgoju i obrazovanju prijenos obrazovnih sadržaja može se odvijati na zabavan, zanimljiv i kreativan način. Kroz medije mogu se promovirati stavovi da se do uspjeha dolazi samo vlastitim radom i trudom. Kako bismo otklonili negativni utjecaj interneta, potrebno je poticati medijsko obrazovanje i opismenjavanje nastavnika, roditelja, djece i mladih (Šego, 2009). Pojava novih medija i tehnološke mogućnosti za njihov neovisan razvoj, ključni su pokretači promjene uloge medija. Dolazi do osamostaljenja medija koji postaju samostalan faktor društvene moći (Dulčić, 2014, 93).

3. Interkulturalna komunikacija

3.1. Što je interkulturalna komunikacija?

Interkulturalna komunikacija pojam je koji se odnosi na komunikaciju između različitih kultura i socijalnih grupa. Taj pojam podrazumijeva kako nas naše okruženje i kultura u kojoj odrastamo oblikuje te kako izbjeći stereotipe i predrasude u komunikaciji i poslovanju s ljudima i kolegama drugačijih kulturoloških i poslovnih kultura iz kojih dolaze (Peharec, 2019). Interkulturalna komunikacija znači biti približno sposoban shvatiti misli druge osobe bez obzira slažemo li se mi ili ne s njezinim/njegovim načinom razmišljanja (Herring, prema Sablić, 2014). Interkulturalna komunikacija odvija se svaki put kada članovi jedne kulture stvaraju poruke koje trebaju biti shvaćene i razumljive članovima druge kulture (Porter i Samovar, prema Sablić, 2014). Tu komunikaciju možemo shvatiti kao kulturnu različitost u percepciji društvenih stvari i događaja. Podrazumijeva interakciju osoba različitog govornog područja (Sablić, 2014). Važnost učenja jezika kao značajnog sredstva informiranja te prijenosa misli i znanja, omogućit će razvijanje interkulturalne komunikacije, bolje shvaćanje vlastite kulture te učinkovito uključivanje u život druge kulture (Piršl, prema Sablić, 2014).

Interkulturalna komunikacija odnosi se kako na verbalnu, tako i na neverbalnu komunikaciju. Verbalnim se kanalom prenose informacije, a neverbalnim stavovi i emocionalni odnosi (Sablić, 2014). Verbalna komunikacija odnosi se na jezik kojim govorimo te je izrazito bitno poznavanje barem jednog svjetskog jezika. Na taj način omogućuje se komunikacija između pripadnika različitih jezičnih skupina. Neverbalna komunikacija odnosi se na geste, mimike, držanje tijela i njegove pokrete, vanjski izgled itd. Ponekad je upravo neverbalna komunikacija ključna samim time što nesvjesno šalje skrivene poruke koje vrlo često mogu biti krivo interpretirane (Nešković, 2013, 2-3). Učiti članove određene kulture komunikaciji znači naučiti ih korištenju verbalnog i neverbalnog sustava (Sablić, 2014).

Za lakše shvaćanje pojma interkulturalne komunikacije veoma je bitna međusobna povezanost između kulture i komunikacije. Kultura ima presudnu ulogu u razvoju interkulturalne komunikacije. Ljudi vide svijet kroz koncepte i oznake vlastite kulture. Načini na koje komuniciramo, komunikacijske situacije, jezik i jezični stilovi koje upotrebljavamo, te neverbalno ponašanje, prvenstveno su proizvod naše kulture. Ukoliko se kulture međusobno razlikuju, komunikacija i ponašanje svakog pojedinca će se razlikovati. Interkulturalnu komunikaciju možemo najbolje shvatiti kao kulturnu različitost u percepciji društvenih događaja oko nas. Da bismo razumjeli svijet drugih i njihovo djelovanje, trebamo pokušati shvatiti njihove percepcijske okvire i smjernice (Nešković, 2013, 3). Vrlo je važno istaknuti kako u interkulturalnoj komunikaciji, naglasak nije na kulturnim karakteristikama pojedinca, već u samom komunikacijskom procesu između sudionika različitog kulturnog podrijetla.

3.2. Ciljevi interkulturalne komunikacije

Glavni cilj interkulturalne komunikacije je izbjeći nasilje izmirivanjem razlika ili razmirica među sudionicima. Razviti emocionalnu i kognitivnu dimenziju za razvoj stavova i vještina (Piršl, 2011). Vrijednosti za interkulturalni dijalog su moralne, kognitivne, političke, ekonomske i kulturne. Naime, kada interkulturalno komuniciramo, kada već posjedujemo neke interkulturalne kompetencije, mi zapravo

toleriramo različitost, poštujemo drugačijeg, kritički promišljamo, ulazimo u dijalog s drugačijima. Također, izbjegavamo stereotipe, oslobađamo se predrasuda, svodimo razlike na najmanju moguću mjeru, vodimo se poštivanjem ljudskih prava, nenasilno rješavamo sukobe, potičemo „zatvorenije“ pripadnike kulturnih manjina na ravnopravan dijalog, potičemo i podržavamo druge bez obzira na sve njihove različitosti i dr. (Nešković, 2013, 4). Krajnji cilj interkulturalnog učenja je transformirati našu svijest, stavove i znanje u kompetencije te razviti fleksibilnost i prilagodljivost u interkulturalnoj komunikaciji i naučiti primjenjivati novostečene vještine u suradnji s inozemnim partnerima i kolegama (Peharec, 2019). Učinkovita komunikacija također je jedan od ciljeva. Predstavlja temelj za interkulturalnost jer omogućava interakciju među pripadnicima različitih kultura (Hrvatić, 2007). To najefikasnije činimo kroz odgoj i obrazovanje, jer interkulturalno obrazovanje u velikoj mjeri omogućuje (svim) učenicima stjecanje znanja, vještina (i stavova) koji su im potrebni kako bi postali aktivni i odgovorni građani te ih osposobljava za poštovanje, razumijevanje i solidarnost među pojedincima, etničkim, socijalnim i kulturnim skupinama (Sablić, 2011, 126).

3.3. Poteškoće u interkulturalnoj komunikaciji

Zbog straha i neznanja normalno je da osjetimo nelagodu i stres prilikom komuniciranja. Ako se nikada nismo susreli s osobom s posebnim potrebama, kulturno drugačijom osobom, osobom druge vjere ili nacionalnosti može doći do jezične barijere, greške u komunikaciji zbog koje može doći do sukoba ili nenamjerne diskriminacije. Osim nenamjerne „greške u komunikaciji“, postoji i namjerno diskriminiranje - bilo da se radilo o etnocentrizmu, ksenofobiji, šovinizmu, rasizmu, antisemitizmu ili pak religioznoj diskriminaciji (Nešković, 2013, 4). Upravo je zbog toga vrlo važno znati komunicirati s ljudima koji su različiti od nas. Predrasude i stereotipi stvaraju brojne sukobe među govornicima u komunikaciji. Stereotipi su prebrze, nekompletne prosudbe o sebi i drugima koje dovode do precjenjivanja razlika između svoje i drugih skupina, a podcjenjivanja razlika unutar svoje skupine (Sablić, 2014, 27). Bennet (1998) razlikuje pozitivne (kada prihvaćamo različitosti) i negativne (kada odbijamo različitosti) kulturalne stereotipe i ističe kako su svi oni dio procesa

kulturne interakcije. Kulturalni stereotipi su pak standardizirane slike koje sadrže posebno zajedničko značenje članovima neke određene grupe ljudi. Ti stereotipi najčešće nisu u skladu s objektivnim stanjem stvari i to rezultira nesporazumu i problemu u komunikaciji (Nešković, 2013). Predrasuda se očituje kao nesnošljivost prema drugome zasnovana na pogrešnoj, krutoj ili prebrzoj generalizaciji. Može se pojaviti na razini stava ili akcije i biti usmjerena na skupinu ili na nekog od članova skupine (Sablić, 2014). Predrasuda je često polazište za diskriminaciju. Postoje brojni oblici predrasuda kao što su rasizam, antisemitizam, religijska netolerancija, političke i nacionalne predrasude, predrasude vezane za seksualnu orijentaciju itd. (Nešković, 2014, 4). Predrasude i stereotipi ne javljaju se odjedanput. Oblikuju se i učvršćuju tijekom vremena kao dio usvajanja kulture kojoj pojedinac pripada (Sablić, 2014, 27-28). Najčešće se javljaju kod ljudi koji su skloni generaliziranju (Nešković, 2013).

3.4. Interkulturalni identitet

Pojam interkulturalne kompetencije usko je povezan i s pojmom interkulturalnog identiteta. Sama izgradnja identiteta povezana je s procesima identifikacije s teritorijalno, etnički i kulturno definiranom zajednicom kao i s usporednim uvjetovanjima kognitivne i emocionalne dimenzije pojedinca. Identitet označava način kako se pojedinci i skupine doživljavaju i određuju prema sličnostima i razlikama s drugim skupinama i pojedincima (Perotti, 1995, 22). Dobro razvijena svijest o vlastitom kulturnom identitetu ključ je djelotvornog percipiranja stvarnosti, prihvaćanje sebe samih, ali svakako i prihvaćanje drugih. Kada sve to ostvarimo u cijelosti, tek tada možemo govoriti o interkulturalnom identitetu (Nešković, 2013).

Pedagogija govori o kulturi i identitetu koristeći sociologiju kao izvor potrebnih informacija. Također poneke odgovore potražuje i u filozofiji, stavljajući kritiku na društvo, na identitet kao fenomen koji kod pojedinca stvara nevjerojatan osjećaj pripadnosti. Nešković (2013) ističe i naglašava kako interkulturalizmu u pedagogiji nedostaje „čvrsta pozadina“ koja bi joj dala mnogo veći utjecaj, mnogo veće značenje nego što trenutno ima. Postavlja pitanje nisu li pedagozi upravo oni koji su ključni medijatori u procesu razvijanja interkulturalnog identiteta? Ne samo što moraju

posjedovati neke interkulturalne kompetencije, već moraju imati i vrlo jaku pozadinu stečenog i naučenog znanja u teoriji i praksi kako bi što bolje obavljali posao (Nešković, 2013, 7). Autorica Nešković naglašava kako su studiji pedagogije na Filozofskim fakultetima jedini studiji koji su dovoljno kompetentni za podučavanje budućeg nastavnog osoblja, istraživanje i bavljenje interkulturalizmom te da u suradnji s psiholozima, sociolozima, filozofima i mnogim drugima, trebamo raditi na razvijanju interkulturalnog identiteta kod svih građana od najranije dobi.

3.5. Interkulturalna kompetencija

Stupanj prihvaćanja vrijednosti u društvu ne ovisi samo o sociokulturalnim čimbenicima već i o znanjima, predispozicijama te osposobljenosti za aktivno društveno sudjelovanje koju zovemo kompetencija. Kompetenciju možemo definirati kao sposobnost učinkovitog djelovanja u brojnim situacijama koja se temelji na dinamičnoj kombinaciji znanja, sposobnosti, vještina, iskustva, vrijednosti i motivaciji koje je pojedinac stekao u obitelji, društvenoj sredini, a razvio tijekom školovanja i uključivanjem u radnu, tj. odgojno-obrazovnu ili neku drugu praksu (Piršl, 2011, 55). Interkulturalna kompetentnost shvaćena je kao sposobnost interkulturalno prikladnih načina razmišljanja i djelovanja, odnosno kao sposobnost učinkovite i prikladne interakcije u interkulturalnim situacijama (Piršl, Benjak, Diković, Jelača i Matošević, 2016). Temelji se na specifičnim stavovima, interkulturalnom znanju i vještinama, pri čemu ključni elementi interkulturalne kompetentnosti obuhvaćaju interkulturalne stavove, interkulturalno znanje, vještine interpretiranja, vještine otkrivanja i interakcije te kritičku kulturnu svjesnost i političku kulturu (Hrvatić i Piršl, 2007). Ključnim dimenzijama interkulturalne kompetencije smatraju se kognitivna (znanje), afektivna (stavovi) i ponašajna (vještine) dimenzija (Hrvatić i Piršl, 2005). Imahori i Lanigan (1989) pak interkulturalnu kompetenciju definiraju kao odgovarajuću razinu znanja, vještina i motivacije pojedinca koja je nužna tijekom interakcije bez obzira na to je li riječ o osobi kulturno drukčijeg podrijetla, "strancu", ili "domaćinu" jer upravo ta kompetentnost omogućava učinkovito djelovanje prema zajedničkim ciljevima. Među osnovnim pretpostavkama stjecanja interkulturalne kompetentnosti ističe se interkulturalna osjetljivost kao sposobnost "osjećajuće" i kompetentne interakcije koja

omogućava osjetljivost pojedinca prema osobama drugačijeg kulturnog podrijetla i percepciju kulturnih razlika. Veća interkulturalna osjetljivost smatra se kao dobar pokazatelj sve složenije percepcije kulturnih razlika dok se pristup pogleda na kulturne različitosti ogleda u etnocentričnoj ili etnorelativnoj orijentaciji pojedinca (Bennett, 2009). Interkulturalno kompetentnom osobom možemo smatrati onu osobu koja posjeduje sposobnost interkulturalnog komuniciranja, odnosno medijacije, interpretacije te kritičkog i analitičkog razumijevanja vlastite kulture i kulture drugoga. Odlike interkulturalno kompetentne osobe ogledaju se u njenim pozitivnim ponašajnim karakteristikama poput strpljivosti, poštivanja, fleksibilnosti, empatije, mentalne otvorenosti, radoznalosti i tolerancije prema različitim stilovima razmišljanja i kulturnoj različitosti (Bedeković, 2015). Te interkulturalne kompetencije možemo ostvariti kroz interkulturalni kurikulum. On je jednim dijelom usmjeren prema upoznavanju vlastite kulture i prošlosti kao jednakovrijedne dominantnoj kulturi, može utjecati na razvoj grupnog (nacionalnog) ponosa, samopoštovanja, a posredno i na motivaciju i bolji školski uspjeh (Jackson, prema Sablić, 2011). Budući da su danas interkulturalne kompetencije važan aspekt profesionalnog razvoja nastavnika u multi/interkulturalnom svijetu te sama svijest o tome da pri interkulturalnoj komunikaciji nailaze na različite barijere, proces razvoja i stjecanja interkulturalnih kompetencija trajan je i temeljen na principima cjeloživotnog učenja (Drandić, 2013, 52). Obrazovanje odgajatelja i učitelja kroz sadržaje interkulturalizma pretpostavka je uspješne realizacije interkulturalnoga odgoja (Sablić, 2011).

4. Interkulturalizam u odgoju i obrazovanju

Interkulturalizam je nov način viđenja sličnosti i razlika između kultura. Suvremeni interkulturalizam, kao moderna i aktualna tema u odgojno-obrazovnoj politici javlja se u 20. stoljeću u Sjedinjenim Američkim državama kao izraz pragmatičnog interesa za međunarodno približavanje manjinskih i većinskih etničkih skupina (Katunarić, prema Sablić, 2014). Ideja interkulturalizma u odgoju i obrazovanju, rezultat je potrebe da se multikulturalna društva uredi prema načelima kulturnog pluralizma (međusobnog razumijevanja, tolerancije i dijaloga, doživljaja i prožimanja vlastitih i drugačijih kulturalnih obilježja), univerzalizma (zajednički interesi, uvjerenja i običaji) i socijalnog dijaloga (kulturne posebnosti i zajedničke poveznice), a osnovna

polazišta dolaze od francuskog sociolingvиста L. Porchera (Hrvatić, 2007, 242). Težište je bilo usmjereno na rješavanje jezičnih problema u školama uz istodobno razvijanje mjera za učenje jezika zemlje domaćina te očuvanje manjinskih jezika i kultura (Previšić, prema Sablić, 2014). Interkulturalno obrazovanje pred odgojno-obrazovne institucije stavlja nekoliko zadaća: priznavanje i poštovanje kulturne i etničke različitosti, promicanje društvene kohezije, osiguranje jednakih obrazovnih šansi za sve, stvaranje i razvoj društva na načelima jednakosti, pravednosti i dostojanstva svih te jačanje demokracije (Sablić, 2014). Interkulturalni odgoj i obrazovanje nezaobilazan je činitelj u procesu međusobnog upoznavanja, razumijevanja različitih kultura i uspostavljanja pozitivnih relacija. Pojam „interkulturalnoga” podrazumijeva obrazovanje koje daje pravo na različitost, pridonosi ostvarivanju jednakih mogućnosti i priprema sve učenike za zajednički život u demokratskom društvu (Hrvatić, 2007,244). Obrazovanje ojačava pojedinca, daje mu „imunizaciju“ u obrani od indoktrinacije, manipulacije ili bilo koje druge vrste zloupotrebe čovjeka. Interkulturalni odgoj ne obraća se samo učenicima, adolescentima, stranim studentima ili migrantima, već svim ljudima i svakom odgajaniku. On predstavlja sintezu posebnih i općih ciljeva intelektualnog, moralnog i društvenog odgoja i obrazovanja (Sablić, 2014).

4.1. Ciljevi interkulturalnog odgoja i obrazovanja

Jedan od ciljeva interkulturalnog obrazovanja je stjecanje interkulturalnih kompetencija koje se trebaju temeljiti na razumijevanju načela funkcioniranja kulturno pluralne zajednice, uključujući razumijevanje načina na koji kultura oblikuje naše stavove o sebi i drugima, kritičko osvješćivanje etničkih, rasnih, rodnih i drugih čimbenika društvene nejednakosti, diskriminacije te jačanje individualne odgovornosti, osjetljivosti, solidarnosti radi poštovanja načela jedinstvenosti i vrijednosti svake kulture za razvoj čovječanstva (Spajić-Vrkaš, Stričević, Maleš i Matijević, prema Piršl, 2011). Razvijanje akademskih znanja, vještina i vrijednosti kako bismo mogli kvalitetno društveno djelovati. Ostvarivanje pozitivnih odnosa između pripadnika različitih skupina i pojedinaca kako bi se prevladali stereotipi i promicalo zajedništvo. Reduciranje stereotipa i predrasuda temeljni su ciljevi.

Napuštanje standardiziranog kurikulumu u školama i rekonstruiranje društva također su ciljevi interkulturalnog odgoja i obrazovanja. Nedostatak znanja o različitostima spola, rase, klase, seksualne orijentacije te pojedinim privilegijama i predrasudama može se nadoknaditi interkulturalnim obrazovanjem o različitosti i kroz različitost (Sablić, 2014). Cilj interkulturalnog odgoja i obrazovanja u školi ne bi smio biti isključivo u znanju već u stavu prema znanju i potrazi za njim i njegovoj primjeni u korist pojedinca, ali i društva (Zaki, prema Piršl, 2011). Učenici bi trebali znati za što uče, a nastavnici za što poučavaju kako bi nastava poprimila više interpersonalna obilježja, a ne bila samo mjesto akumuliranja činjenica (Piršl, 2011, 67). Kvalitetno pedagoško-psihološko, didaktičko i stručno obrazovanje, ali i životno iskustvo koje nastavnik ima, omogućit će bolju fleksibilnost, kreativnost te prilagodbu složenim zahtjevnim izazovima koje pred njim postavljaju globalizacijski procesi (Piršl, 2011, 67).

4.2. Moralni relativizam

Moralni relativizam vodi preko razmatranja izvora naših vrijednosti koje se razlikuju od kulture do kulture (Levy, 2004, 32). Ova paradigma je iznimno značajna i važna u analizi odnosa medijske socijalizacije i razvoja interkulturalnosti. Moralni relativizam omogućava da se oslobodimo etnocentrizma (Levy, 2004, 15). To je konkretno učenje da ono što je moralni imperativ u jednoj kulturi, ne mora biti u drugoj. Miliša i Tolić (2009) navode primjer kako u kulturi Arapeša mediji nemaju nikakvu vrijednost, dok se danas o medijskoj socijalizaciji govori kao o primarnom pitanju medijske pedagogije. Gledajući s etičkog aspekta nije prihvatljivo da Arapeši svoje mlade generacije odgajaju prema odbacivanju tuđih običaja i tradicija te da djeca i mladi nemaju nikakvo pravo izbora jer to dovodi do manipulacije, odnosno negativnog aspekta medijskog djelovanja (Miliša i Tolić, 2000)

4.3. Medijska socijalizacija

Mediji prvenstveno trebaju služiti kao čimbenici i sredstvo socijalizacije te kao instrumenti socijalizacije mladih. Stoga je neizbježno proučavanje pojma medijske socijalizacije. Medijska socijalizacija podrazumijeva analizu odnosa između okoline, pojedinca i medija. Njezin temeljni aspekt jest da su mediji postali „provideri“, tj. simbolički materijali (kulturnih vrijednosti) za razvoj djece i mladih (Miliša i Tolić, 2009, 147). Bavi se ulogom medija u procesu interakcije pojedinca i društva. Utječu li oni manipulativno ili odgojno-obrazovno na mlade generacije? Načini prosljeđivanja, primanja, obrađivanja socijalnih sadržaja preko medija otvaraju, s jedne strane širok spektar vrednota za mlade, ali s druge strane, (i) opasnost manipulacije gdje se ugrožava osobni identitet pojedinca (Miliša i Tolić, 2009, 145). Što je jača svijest o medijskom djelovanju, to je manja vjerojatnost njezina negativnog utjecaja. Postoji pet važnih pitanja analize medijske socijalizacije: 1) Kako mladi uče o vrijednostima različitih kultura u okruženju medija? 2) Kako mediji preoblikuju cjelokupni socijalizacijski proces kroz različito tumačenje vrijednosti? 3) Jesu li upitni za razvoj i/ili krizu kulturnog identiteta mladih? i 5) Koje su posljedice toga procesa (Thomas, 2007, 4)? Očita je činjenica da tvorcima web stranica, novinske agencije i publikacije koje obrađuju međunacionalne teme su zaslužne za to na koji način prikazuju kulturne različitosti u svojim regijama. Temeljno pitanje je kako preko tih medija interpretirati iste vrijednosti u različitim kulturama te kako taj način interpretiranja istih vrijednosti (ne)potiče razvoj interkulturalne komunikacije (Miliša i Tolić, 2009).

5. Uloga medija u interkulturalnoj komunikaciji

Znanstvene paradigme o utjecaju medija mijenjale su se tijekom stoljeća i godina, a mijenjaju se i danas. Stoga još uvijek među znanstvenicima ne postoji jedinstvena suglasnost o tome djeluju li mediji pozitivno ili negativno. Pozitivan utjecaj medija ogleda se u stjecanju znanja i umijeća, usvajanju znanstvenog i kulturnog nasljeđa, bogatstvu moralne i socijalne dimenzije te razvoju stvaralačkih sposobnosti. Međutim, mediji vrše i negativan utjecaj na pojedince, a također često sugeriraju njihovo društveno ponašanje. Taj negativan utjecaj vrši se preko prezentiranja onih sadržaja koji favoriziraju nasilje, pretjerani konzumerizam, kriminal i slično (Jurčić, 2017, 133). Neosporivo jest to što razvoj telekomunikacija, informatike te računarske tehnologije omogućuje dobru i kvalitetnu medijsko-informacijsku povezanost. Zlatko Miliša navodi kako takav suvremeni način komunikacije nužno konvergira s paradigmom „društva znanja” ili „humane pedagogije” u razvoju interkulturalne komunikacije (Miliša, 2008, 221). U današnjem svijetu digitalizacije dolazi do vidnog slabljenja analize kulturnog identiteta, ali i do slabljenja tradicionalnih vrijednosti na međunarodnoj razini. Stoga jedna od najvažnijih uloga interkulturalne komunikacije, koju smo već više puta spomenuli, jest stvaranje individualnog i kolektivnog kulturnog identiteta. Miliša (2008) naglašava kako nagli razvoj suvremene tehnologije nije sam po sebi antipod razvoju interkulturalizma i očuvanju tradicije jednog naroda. Ljudi sve više postaju robovi masovnih komunikacija, ovisnici o internetskim poslužiteljima, a socijalna potištenost i izoliranost je (sve) prisutnija (Miliša, 2008, 222). Tu se pak otvara pitanje na koji način treba uskladiti djelovanje medija pri stvaranju kvalitetne interkulturalne komunikacije. Smatra se kako odgovor na ovo pitanje može dati Medijska pedagogija. Zašto? Jer medijska pedagogija obuhvaća sociopedagoška, sociopolitička i sociokulturna razmišljanja o ponudama medija za odrasle, mlade i ljude treće dobi, te njihove kulturalne interese u odrastanju, radu, u slobodnom vremenu i obiteljskom životu (Miliša, 2008, 223). Ona bi mogla ponuditi nove koncepte i razviti metode o tome kako da se mladi koriste medijima jer joj je cilj razumjeti ambivalentnu funkciju medija te kako se njima pravilno služiti. Povezuje različite perspektive i modele ponašanja koji pokazuju koje značenje imaju

ili mogu imati mediji kod razvoja interkulturalne komunikacije, a posebice među (mladim) migrantima, što je vrlo važno za proces interkulturalne komunikacije. Njene poddiscipline kao što su medijska didaktika i medijsko obrazovanje su za to zaslužne (Miliša, 2008). Miliša i Tolić (2009) smatraju da što je veća distanca između pojedinih kultura, teže je izgraditi interkulturalnu komunikaciju. Zato kulturu trebamo shvatiti kao sveopću komunikaciju koja u interakciju dovodi različite identitete, stavlja ih u interkulturalni ili akulturacijski odnos. Ako kulturalni identitet nije razvijen, interkulturalna komunikacija također neće biti razvijena. Što je jača svijest o toleranciji drugih kultura, to je veća vjerojatnost da će se ostvariti interkulturalna komunikacija. Mediji trebaju stvarati interkulturalnu komunikaciju, koja treba nuditi istraživačke perspektive. Razvijati ne samo interpersonalnu, nego i komunikaciju između pripadnika-stanovnika različitih naroda u jednoj državi (Miliša i Tolić, 2009, 157).

6. Zaključak

Mediji u odgoju i obrazovanju predstavljaju institucijsko-organizacijski okvir komunikacije. Brz razvoj suvremenog društva i tehnologije ima svoje pozitivne i negativne strane. S jedne strane mediji nam omogućuju lakši pristup znanju, prenošenje različitih informacija široj javnosti, a s druge strane mogu biti izvor manipulacije. Kakva će uloga medija biti u (ne)promicanju interkulturalne komunikacije, točnije kakve će učinke ostvarivati, ovisi ponajprije o tome na koji način će se upravljati medijima. Zbog snažnih postojećih veza između pojmova moralnog relativizma, medijske socijalizacije i kulturnog identiteta možemo zaključiti kako svi ti pojmovi doprinose razvoju interkulturalne komunikacije. Medijska socijalizacija bavi se ulogom medija u procesu interakcije pojedinca i društva što nam olakšava razlučivanje odgojno-obrazovnog djelovanja medija od manipulativnog. Moralni relativizam omogućava da se oslobodimo etnocentrizma, odnosno da shvatimo da moralni imperativ u jednoj kulturi, ne mora biti jednak u drugoj. Kulturni identitet podrazumijeva jedinstvo u različitosti jer priznavanje kulturnog identiteta osnova je za priznavanje kulturne različitosti. Koliko god bile različite državne, političke i kulturne tradicije i politike, važno je da sva društva i etničke skupine potiču mir i toleranciju. Mediji trebaju postojati kako bi doprinijeli očuvanju mira, razumijevanja te poštivanja različitosti.

7. Popis literature

1. Bedeković, V. (2015). Interkulturalna kompetentnost pedagoga u odgoju i obrazovanju za interkulturalne odnose. *Školski vjesnik : časopis za pedagoškijsku teoriju i praksu*, 64 (1), 7-24.
2. Bennett, M. J. (1998). Intercultural Communication: A Current Perspective. U: M. J. Bennett (ur.), *Basic concepts of intercultural communication* (1-34). Yarmouth: Intercultural Press.
3. Bennett, M. J. (2009). Supplement 2: Best practice for intercultural learning in international educational exchange. *Intercultural education*, 20 (2), 1-13.
4. Briggs, A., Burke, P. (2011). *Socijalna povijest medija - od Gutenberga do interneta*. Zagreb: Pelago.
5. Drandić, D. (2013). Uloga i kompetencije nastavnika u interkulturalnom obrazovanju. *Magistra Iadertina*, 8 (1), 49-57.
6. Dulčić, D. (2014). Masovni mediji i postmoderno društvo. *Media, culture and public relations*, 5 (1), 87-97.
7. Hrvatić, N., Piršl, E. (2005). Kurikulum pedagoške izobrazbe i interkulturalne kompetencije učitelja. *Pedagoškijska istraživanja*, 2 (2), 251-265.
8. Hrvatić, N. (2007). Interkulturalna pedagogija: nove paradigme. *Pedagoškijska istraživanja*, 4(2), 241-252.
9. Hrvatić, N., Piršl, E. (2007). Interkulturalne kompetencije učitelja. U: N. Babić (ur.), *Kompetencije i kompetentnost učitelja* (221-228). Osijek: Učiteljski fakultet.
10. Imahori, T. T., Lanigan, M. J. (1989). Relational Model of Intercultural Communication Competence. *International Journal of Intercultural Relations*, 13, 269-286.

11. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
12. Levy, N. (2004). *Moralni relativizam*. Zagreb: Jesenski i Turk.
13. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovna smotra*, 82 (1), 131-149.
14. Miliša, Z. (2008). Uloga medija u razvoju interkulturalne komunikacije. *Pedagogijska istraživanja*, 5 (2), 219-229.
15. Miliša, Z., Tolić, M. (2009). Moralni relativizam i medijska socijalizacija u razvoju interkulturalne komunikacije. *MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 3 (5), 143-162.
16. Miliša, Z., Zloković, J. (2008). *Odgoj i manipuliranje u obitelji i medijima*. Zagreb: Markom.
17. Nešković, D. (2013). Interkulturalni pomaci u multikulturalnom društvu. *Časopis studenata pedagogije*. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta 15.7.2020. Dostupno na: <http://www.pedagogija.hr/ekvilibrij/pdf/interkulturalni-pomaci-u-multikulturalnom-drustvu.pdf>
18. Perotti, A. (1995). *Pledoaje za interkulturalni odgoj i obrazovanje*. Zagreb: Educa.
19. Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*. Zagreb: Jesenski i Turk.
20. Piršl, E. (2011). Odgoj i obrazovanje za interkulturalnu kompetenciju. *Pedagogijska istraživanja*, 8 (1), 53-69.
21. Piršl, E., Benjak, M., Diković, M., Jelača, M., Matošević, A. (2016). *Vodič za interkulturalno učenje*. Zagreb: Ljevak.
22. Planinić, M. (2016). Communication and the Social Role of Media. *Media dialogues / Medijski dijalozi*, 9 (1), 81-90.
23. Plenković, M. (2012). Mediji i tehnologija. *Media, culture and public relations*, 3 (2), 108-110.

24. Sablić, M. (2011). Interkulturalni kurikulum – osvrti i perspektive. *Pedagogijska istraživanja*, 8 (1), 125-136.
25. Sablić, M. (2014). *Interkulturalizam u nastavi*. Zagreb: Ljevak.
26. Šego, J. (2009). Obrazovanje za medije-doprinos medijskoj kompetentnosti i kulturi odgovornosti. U: L. Danijel (ur.), *Novi mediji-nove tehnologije-novi moral* (61). Zagreb: Hrvatski studiji.
27. Thomas, A. (1999). *Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*. Sylvia Schroll- Machl.

Mrežne stranice :

1. Infoplease (2017). Povijest interneta, <https://www.infoplease.com/history/world/the-history-of-the-internet> . Pristupljeno 15. srpnja 2020.
2. Peharec, Z. (2019). Plavi ured. Interkulturalna komunikacija, <https://plaviured.hr/edukacije/interkulturalna-komunikacija/> . Pristupljeno 15 srpnja 2020.