

# Jesu li uistinu Google generacija?

---

**Malnar Zidarić, Marija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2016**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:349657>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-05**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKUTET**

**Marija Malnar Zidarić**

**Jesu li uistinu Google generacija?**

(studija slučaja Osnovne škole „Skrad“ o informacijskome ponašanju učenika)

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2016.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kroatistiku**

**Marija Malnar Zidarić**  
Matični broj: 19768

**Jesu li uistinu Google generacija?**  
(studija slučaja Osnovne škole „Skrad“ o informacijskome ponašanju učenika)  
(DIPLOMSKI RAD)

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost – smjer knjižničarstvo

Mentor: dr. sc. Dejana Golenko

Rijeka, 2016.

# SADRŽAJ

## **1. Uvod**

## **2. Općenito o problemu**

## **3. Definiranje Google generacije**

### 3.1. Karakteristike Google generacije

3. 1. 1. Preferiranje vizualnih u odnosu na tekstualne informacije Google generacije

3. 1. 2. Raznolika i zabavna iskustva pri samostalnome učenju i podučavanju Google generacije

3. 1. 3. Preferiranje digitalnih oblika komunikacije Google generacije

3. 1. 4. Izvrsnost obavljanja višestrukih zadataka Google generacije

3. 1. 5. Trenutno i neodgodivo zadovoljenje potreba za informacijom i zabavom Google generacije

3. 1. 6. Visoka razina povjerenja pripadnika Google generacije prema vršnjacima kao vjerodostojnim izvorima informacija

3. 1. 7. Potreba Google generacije za stalnom povezanošću internetom i društvenim mrežama

3. 1. 8. Sklonost Google generacije biranju brzih i kratkih informacija u odnosu na cjelovite tekstove

3. 1. 9. Slabo poznavanje i nepoštovanje pravila vezanih uz pojam intelektualnoga vlasništva

3. 1. 10. Nepovjerenje i nezainteresiranost Google generacije prema formatu

3. 1. 11. Pripadnicima Google generacije virtualna stvarnost jednaka je stvarnome iskustvu

### 3. 2. Google generacija i knjižnice

## **4. Istraživanje**

### 4. 1. Opis istraživačkoga problema

- 4. 1. 1. Uvod u istraživanje
- 4. 2. Svrha i cilj istraživanja
- 4. 3. Metodologija istraživanja
- 4. 3. 1. Metode u istraživanju

## **5. Rezultati istraživanja**

- 5. 1. Rezultati istraživanja prema karakteristikama Google generacije

## **6. Rasprava**

## **7. Zaključak**

## **8. Sažetak**

## **9. Ključne riječi**

## **10. Popis literature**

## **11. Popis priloga**

- 11. 1. Popis tablica

- 11. 2. Upitnik za intervju

## **12. Prilozi (*online anketa*)**

## 1. Uvod

Informacijska pismenost, danas vrlo aktualan i često navođen termin u okviru odgojno-obrazovnih institucija, osobito unutar strateških dokumenata kao što su nacionalni ili školski kurikulum (iako rijetko tako nazvan, već opisan razvijanjem i usvajanjem raznovrsnih znanja i vještina), doživljava velike promjene svoga definicijskoga okvira koji se mijenjao razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije. Nekada je pismenost podrazumijevala "*znati se potpisati*" da bi s vremenom počela uključivati i vještine čitanja, pisanja i računanja. Ubrzo su im pridružene vještine slušanja, promatranja, govorenja i crtanja, a UNESCO je 50-tih godina 20. stoljeća pridodao i "razumijevanje i sposobnost korištenja tiska za uspješno sudjelovanje u svakodnevnom životu."<sup>1</sup>

Godine 1989. Američko knjižničarsko društvo definiralo je informacijsku pismenost kao "sposobnost prepoznavanja, pronalaženja, vrednovanja i korištenja potrebne informacije"<sup>2</sup> koja svoju preteču ima u tzv. knjižničnoj pismenosti (često korištena sintagma anglosaksonskoga područja) koja se odnosi na vještinu korištenja knjižnicom i njenim uslugama.<sup>3</sup>

Okruženost raznovrsnim informacijskim izvorima i medijima, kao i uopće život u informacijskome društvu neprestano iziskuje od pojedinca usvajanje novih znanja i vještina pa se sukladno tome pojavljuju i različite definicije informacijske pismenosti koje se neprestano mijenjaju, nadopunjuju i proširuju.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Stropnik, Alka (2013.). Knjižnica za nove generacije: virtualni sadržaji i usluge za mlade. Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb, str. 28

<sup>2</sup> Isto. str 28

<sup>3</sup> Kod nas je za navednu sintagmu uobičajen izraz *obrazovanje korisnika*.

<sup>4</sup> Prema Brownu informacijska pismenost obuhvaća različite vještine i znanja - "od kritičkog mišljenja, rješavanja problema, komunikacijskih vještina do knjižnične i informatičke pismenosti", Novljan tvrdi kako informacijski pismena osoba mora moći "prepoznati i definirati informacijsku potrebu, učinkovito se koristiti različitim izvorima i strategijama informacijskog pretraživanja, kritički vrednovati informacije, učinkovito upotrijebiti informacije i koristiti se odgovarajućim elementima za ocjenjivanje djela." i sl. Isto. str. 28

Danas se sve više govori o *multimodalnoj pismenosti* i *transpismenosti* koje uključuju sve ostale pojedinačne pismenosti. Cordes govori o multimodalnoj pismenosti kao skupu znanja i vještina pomoću kojih bi se koristile informacije pohranjene na različitim medijima primjenjujući pritom informacijsku, vizualnu, digitalnu, medijsku i druge pismenosti.

Transpismenost, uz suvereno korištenje različitih medija, naglašava interaktivnost jer su stvaratelji informacija ujedno i njihovi korisnici.<sup>5</sup>

Biti i postati informacijski pismen trebala bi biti maksima današnjih odgojno-obrazovnih institucija koje bi pojedinca-učenika trebale osposobiti, između ostaloga, da zna kako učiti, odnosno da poznaje organizaciju znanja, s ciljem ovladavanja potrebnim znanjima i vještinama kojima može suvereno participirati u svim područjima života i konkurirati na tržištu rada.

Upravo navedena maksima bila je poticaj pisanju ove diplomske radnje. Naime, tijekom kratkoga rada unutar osnovnoškolske institucije, mogla se kod učenika uočiti neravnoteža: iako posjeduju najmodernije alate digitalne tehnologije, pojavljuju se poteškoće pri korištenju istih u obrazovne svrhe, misleći pritom prije svega na nepoznavanje strategija pretraživanja relevantnih informacijskih izvora za učenje i izvršavanje školskih zadataka. U idućim će se poglavljima iznijeti teorijske postavke o pripadnicima tzv. Google generacije na temelju relevantnoga teorijskog modela te prikazati rezultati istraživanja kojima će se potvrditi ili opovrgnuti teze o informacijskome ponašanju ispitanika Osnovne škole „Skrad“ pri traženju i pretraživanju informacijskih izvora za učenje i izvršavanje školskih zadataka, kao i pripadaju li navedenoj socijalnoj skupini na temelju pretpostavljenih karakteristika koje se odnose na kategorije koje opisuju Google generaciju.

---

<sup>5</sup> Isto. str. 27

## 2. Općenito o problemu

Pretpostavlja se kako bi škola kao odgojno-obrazovna institucija trebala propitivati generacijski ili barem periodično kakve učenike ima unutar svojih prostorija i nudi li im programe koji u potpunosti zadovoljavaju i razvijaju vještine i znanja potrebna za djelovanje u suvremenome društvu. Ako se uzme u obzir da se nastavni planovi i programi ne mijenjaju godišnje ili u kakvim kraćim vremenskim intervalima, za pretpostaviti je kako zasigurno postoji nesrazmjer između pretpostavljenih ciljeva i zadataka u strateškim školskim dokumentima i stvarnosti u kojoj se učitelji susreću s učenicima za koje pretpostavljaju da vrlo vješto rukuju tehnologijama i alatima koje iste nude te sukladno tome da vješto pronalaze i koriste informacije, posebice one koje im trebaju u školske svrhe.

Mnogi znanstveni radovi, na koje su ukazali Ian Rowlands i Peter Williams, postavili su karakteristike tzv. Google generacije na razinu mita jer za iste nedostaje istraživačkih argumenata kojima bi se potpuno potvrdile. Ova će diplomatska radnja djelomično odgovoriti na mikro razini pripadaju li današnji učenici istoimenoj generaciji *superpretraživača*.

Unutar nacionalnoga kurikula za osnovne škole spominju se međupredmetne teme kao što su *Učiti kako učiti* ili *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije*, a koju bi škole u svojim godišnjim planovima i programima morale operacionalizirati - iste bi se slobodno mogle nazvati informacijskom pismenošću, ali nažalost nisu. Poučavanje o informaciji, odabiru i vrednovanju te pretraživanju i korištenju istih trebalo bi biti zastupljeno unutar svih školskih predmeta s naglaskom na važnoj ulozi školske knjižnice u promicanju, populariziranju i provođenju informacijske pismenosti. Odgovornost je na svim dionicima odgojno-obrazovne djelatnosti.



IFLA<sup>6</sup> kao vodeći međunarodni savez knjižničarskih udruženja brine od svoga osnutka 1927. o knjižničarskoj struci te promiče visoke standardne informacijskih usluga za sve vrste knjižnica pravilnicima, standardima i raznovrsnim smjernicama<sup>7</sup>, no svakoj instituciji posebno ostavlja se donekle otvoren prostor za individualno ostvarivanje postavljenih svrha i ciljeva.

Školski knjižnični prostor treba biti mjesto slobodnoga pristupa informacijama iz različitih izvora, no uz određenu odgovornost koja se odnosi na obrazovanje mladih korisnika kako bi ih se zaštitilo od mogućega štetnog i opasnog sadržaja internetskoga bespuća. IFLA-in *Manifest o internetu*<sup>8</sup>, stoga ističe ulogu knjižničara koji bi korisnicima "trebali pružati informacije i izvore o tome kako se učinkovito služiti Internetom i elektroničkim informacijama." Odgovornost prema medijskome odgoju ponovno je zajednička odgovornost roditelja, škole te društva u cjelini.

Svaka kvalitetno uređena zemlja prepoznaje važnost obrazovanja i stavlja ga u žarište svoga političkoga djelovanja znajući kako društvo može napredovati samo ako se temelji na društvu znanja. Kako bismo postali ravnopravni članovi Europe znanja, cjeloživotno učenje mora nam postati osnovni moto, a strateški obrazovni dokumenti usklađeni s europskom legislativom. Knjižnice mogu mnogo pridonijeti tomu cilju stvaranja društva znanja informacijski opismenjujući korisnike, odnosno "educirajući ih o pristupu, pretraživanju, vrednovanju i korištenju informacija kako bi oni mogli samostalno stjecati znanja"<sup>9</sup>. Posebno su važne pritom školske knjižnice jer one djeluju u najosjetljivijem razdoblju učenikova razvoja.

---

<sup>6</sup> IFLA - International Federation of Library Associations and Institutions. URL: [www.ifla.org](http://www.ifla.org)

<sup>7</sup> Primjerice: *Smjernice za knjižnične usluge za djecu, Smjernice za informacijsku pismenost u cjeloživotnome učenju* i sl.

<sup>8</sup> IFLA-in *Manifest o internetu*. URL: [www.ifla.org/files/assets/faife/publications/.../internet-manifesto-hr.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/faife/publications/.../internet-manifesto-hr.pdf)

<sup>9</sup> Špiranec, Sonja; Lasić-Lazić, Jadranka. 2005. *Obrazovna uloga knjižnica priprema građana za Europu znanja*. Vjesnik bibliotekara Hrvatske 48 (2005). str. 45

### 3. Definiranje Google generacije

Koliko je tzv. Google generacija (nazivana različitim terminima) zaokupila mnoge znanstvenike i postala temom brojnih znanstvenih radova, svjedoči i pozamašna bibliografija radova koji se bave tom problematikom unutar studije Iana Rowlandsa i Petera Williamsa. Predstavljanje svih radova prelazi okvire ove diplomske radnje, no svakako će se istaknuti jedan od važnijih autora koji progovara o ovoj tematici prije Rowlandsa i Williamsa, a riječ je o Marcu Prenskyju.

Prensky u svome članku *Digital Natives, Digital Immigrants*<sup>10</sup> govori o velikim promjenama u načinu funkcioniranja današnjih studenata, ne samo u stilu odijevanja, govoru i sl., već o potpuno drugačijoj tjelesnoj strukturi mozga kao posljedici potpuno različitoga načina odrastanja - naime, *digitalni urođenici*, kako ih on naziva, okruženi su od rođenja modernim, digitalnim alatima i tehnologijama, za razliku od *digitalnih pridošlica* koji su u jednom trenutku života prihvatili novu tehnologiju s oduševljenjem. Najprikladnijim terminom drži upravo digitalne urođenike s obzirom na to da su oni izvorni govornici digitalnoga jezika računala, interneta i videoigara.<sup>11</sup>

Važnost razlikovanja digitalnih pridošlica i urođenika, tvrdi Prensky, iznimno je važno jer se ta distinkcija očituje i u odgojno-obrazovnome sustavu - mnogi profesori pripadaju generaciji pridošlica i suočavaju se s brojnim poteškoćama u prenošenju znanja urođenicima. Pridošlice usvajaju jezik nove tehnologije, no uvijek zadržavaju dio "staroga naglaska" koji je generaciji digitalnih urođenika često nerazumljiv i stran. Poučavanje digitalnih pridošlica mora se promijeniti, ističe Prensky, jer ove dvije društvene skupine pokazuju potpuno opozitna informacijska ponašanja. Primjerice, digitalni pridošlice sigurno će pročitati

---

<sup>10</sup> Prensky, Marc (2001.). *Digital Natives, Digital Immigrants* Part 1. On the Horizon , Vol. 9 No.5.

<sup>11</sup> Spominje još i termine N (Net)-generacija ili D( digitalna)-generacija.

detaljne upute za funkcioniranje kakvoga programa umjesto intuitivnoga korištenja, a internet će uvijek biti drugi izbor u traženju informacija i mnogi drugi slični primjeri. Prensky upozorava kako su digitalni urođenici navikli na "trenutačnost hiperteksta, preuzimanje glazbe, telefone u džepovima, biblioteke na računalima, izravnu razmjenu poruka... na mreži su veći dio života... imaju malo strpljenja za predavanja, stupnjevitu logiku i poučavanje na način ispričaj/isprintaj."<sup>12</sup> Nadalje, vole brzo primati informacije, istovremeno izvršavati više zadatka, preferiraju slike koje prethode tekstu, najučinkovitiji su u internetskom okruženju te više vole igre, nego ozbiljan rad kada uče. Stoga, smatra Prensky, nositelji obrazovnih institucija morat će mijenjati metodologiju i sadržaj rada budu li htjeli doprijeti do digitalnih urođenika s ciljem učinkovitosti, ali nadasve zanimljivog usvajanja nastavnoga sadržaja.

O karakteristikama digitalnih urođenika i pridošlica, njihovu informacijskome ponašanju u digitalnome okruženju te načinima kako bi tu specifičnu korisničku skupinu trebalo podučavati unutar odgojno-obrazovnih institucija govore brojni autori: Jim Gaston<sup>13</sup>, Martin Zimmerman<sup>14</sup>, Alex J. Autry Jr Zane Berge<sup>15</sup>, Paz Susan Cabanero<sup>16</sup>, Michael Robinson<sup>17</sup> i mnogi drugi.

Ian Rowlands i Peter Williams definiraju Google generaciju kao generaciju mladih rođenih nakon 1993. godine koja odrasta u svijetu dominacije interneta. Radije tipkaju, nego zapisuju u bilježnice, čitaju s računalnih zaslona,

---

<sup>12</sup> URL: <http://edupoint.carnet.hr/casopis/40/clanci/3>

<sup>13</sup> Gaston, Jim (2006.). *Reaching and Teaching the Digital Natives*. Library Hi Tech News, Vol 23 Iss 3, str. 12-13

<sup>14</sup> Zimmerman, Martin (2012.). *Digital natives searching behavior and the library*. New Library World, Vol. 113 Iss ¾, str. 174-201

<sup>15</sup> Alex J. Autry Jr Zane Berge (2011.). *Digital natives and digital immigrants: getting to know each other*. Industrial and Commercial Training, Vol 33 Issu 7, str. 460-466

<sup>16</sup> Paz Susan Cabanero (2009.). *Digital natives: back to the future of microworlds in a corporate learning organization*. The Learning Organization, Vol. 16 Iss 4, str. 290-297

<sup>17</sup> Robinson, Michael (2008.). *Digital nature and digital nurture: libraries, learning and the digital native*. Library Management, Vol 29 Issu ½, str. 67-76

a ne s papira, od ključne im je važnosti stalno i s bilo kojega mjesta biti povezan s prijateljima i obitelji. Autori navode i definiciju Wikipedije koja Google generaciju određuje kao generaciju kojoj je internet prvi izvor znanja, a tražilica Google najpopularniji.<sup>18</sup>

Na temelju brojne pretraživane literature, Rowlands i Williams ispitali su stavove o Google generaciji u odnosu na empirijske dokaze s obzirom na to da brojni autori ističu razlike u informacijskome ponašanju sadašnjih i prijašnjih tinejdžera, no mnogi od njih bez empirijskih dokaza ili samo na temelju vlastita iskustva i zapažanja. Neke od najvažnijih kategorija o kojima Rowlands i Williams raspravljaju kao karakteristikama Google generacije jesu sljedeće: preferiranje vizualnih informacija, raznolikost i zabavna iskustva učenja, digitalni oblik komunikacija, izvrsnost u obavljanju višestrukih zadataka, netolerancija na kašnjenje/trenutno zadovoljavanje potreba za informacijama i zabavom, povjerljivost prema vršnjacima kao pouzdanim informacijskim izvorima, stalna povezanost internetom i društvenim mrežama, sklonost odabira brzih i kratkih informacija, nego cjelovitih tekstova, nepoštivanje pravila i nepoznavanje pojma intelektualnoga vlasništva, nepovjerenje prema formatu, poistovjećivanje virtualne stvarnosti sa stvarnim iskustvom.

Stoga će se u sljedećem poglavlju ukratko navesti neke od temeljnih karakteristika navedenih kategorija.

---

<sup>18</sup> Ian Rowlands; David Nicholas; Peter Williams; Paul Huntington; Maggie Fieldhouse; Barrie Gunter; Richard Withey; Hamid R. Jamali; Tom Dobrowolski; Carol Tenopir, (2008). *The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future*. Aslib Proceedings, Vol. 60 Iss 4 pp. 290 - 310, str. 292

### 3. 1. Karakteristike Google generacije

#### 3. 1. 1. *Preferiranje vizualnih u odnosu na tekstualnu informaciju Google generacije*

Prema provedenom istraživanju Rowlandsa i Williamsa<sup>19</sup> ističe se kako Google generacija preferira vizualne informacije, a ne tekstualne, premda u virtualnoj komunikaciji i dalje dominira tekst kao sredstvo prijenosa informacija (pisanje sms-poruka ili dopisivanje putem društvenih mreža), no izražena je sklonost prema vizualnome obliku slike. Virtualna komunikacija u odnosu prema izravnoj ima svoje zakonitosti - ona je u pisanom obliku svakako kraća, a s obzirom na to da je nemoguće iščitati neverbalne komunikacijske elemente, pojavili su se vizualni simboli za izražavanje osjećaja, tzv. emotikoni. Kako se vještine i znanja ljudi povećavaju sukladno razvoju informacijsko-komunikacijske tehnologije ili bi barem trebali, tako raste popularnost videokamera i videopoveznica što umanjuje troškove i zamjenjuje tekstno komuniciranje u kontekstu društvenoga umrežavanja. Ova činjenica može biti osobito korisna u području obrazovanja jer se smatra kako su osobne poveznice uvjerljivije od tekstualnih što uvelike može utjecati na komunikaciju između učitelja i učenika.

Dominiranje i preferiranje vizualnoga u odnosu na tekstualno pokušalo se potvrditi i u području učenja i čitanja. Pretpostavilo se da će učenici radije posegnuti za računalima, videoigrama, mobitelima i drugim alatima digitalnoga doba, nego li za učenjem. I. Rowlands i P. Williams,<sup>20</sup> ističu međutim, kako iznesene tvrdnje u pretraživanoj literaturi nisu provjerene brojke pa ih se stoga i ne može smatrati vjerodostojnima. S druge se pak strane navode rezultati

---

<sup>19</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 13

<sup>20</sup> Isto. Str. 13

istraživanja koje je proveo Dale Southerton sa Sveučilišta u Manchesteru koje potvrđuje "da ljudi u Velikoj Britaniji danas čitaju više, nego prije četvrt stoljeća... Britanci su 1975. provodili samo tri minute dnevno čitajući knjigu, dok je ta brojka 2000. narasla na sedam minuta. A kada su u obzir uzeti i časopisi i novine, Britanci su čitali pet minuta dulje svaki dan 2000. u usporedbi s 1975. godinom."<sup>21</sup>

Zanimljivo je kako učenici biraju tekstualne dokumente kada moraju učinkovito obaviti kakvu zadaću te kako tekst može biti zanimljiv kao i ostali mediji ukoliko nije povezan sa stresom izvršavanja školskih zadataka. Pokazalo se kako će učenike privući nekoj mrežnoj stranici nova boja, zvuk ili animacija, no kada učinak novoga izbljedi, jedino će ih zanimljiv sadržaj ponovno privući na tu stranicu.<sup>22</sup>

### *3. 1. 2. Raznolika i zabavna iskustva pri samostalnom učenju i podučavanju Google generacije*

Rezultati istraživanja Rowlandsa i Williamsa<sup>23</sup> ukazuju na važnost uporabe različitih metoda i sredstava pri učenju i podučavanju Google generacije s obzirom na to da su navikli na raznolika iskustva i vole na zabavan način učiti, s posebnim naglaskom na uporabi informacijske tehnologije koja mora biti zanimljiva kako bi njezin potencijal bio u potpunosti iskorišten i svrsishodan. No u obrazovnome bi području, ističu Rowlands i Williams, valjalo biti oprezan pri pretjeranoj uporabi tehnologije u odnosu na sadržaj/znanje koje treba usvojiti kako tehnika/način učenja ne bi naštetio samom procesu usvajanja znanja.

---

<sup>21</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 13

<sup>22</sup> Isto. str. 13-14

<sup>23</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 15

Kada moraju izvršiti neki zadatak, uporaba informacijske tehnologije u mladih ljudi ima jedinu svrhu ulaganja čim manjega napora za izvršenje istoga. Štoviše, jedno je istraživanje<sup>24</sup> pokazalo kako mladi rijetko upotrebljavaju multimedijalne izvore kada traže kakvo rješenje za obavljanje školskoga zadatka jer im je iz takva izvora teže izvući relevantne informacije. Dolazi čak do potpunog ignoriranja slika te potpune usmjerenosti na tekst koji bi mogao biti odgovor na postavljeni zadatak. No kada se radi o slobodnome pretraživanju, odnosno kada nemaju konkretan zadatak, skloniji su informacije iščitavati iz kakvih grafičkih oblika.

Iako bi bilo za očekivati kako današnje moderne učenike više ne privlači pasivno primanje znanja, već aktivno sudjelovanje u nastavnomu procesu s naglaskom na istraživačkom i samostalnom učenju, rezultati istraživanja pokazuju ipak drugačije odgovore. Čini se kako baš i nisu skloni istraživanju mrežnih izvora, a što može biti povezano s prethodnom tvrdnjom kako žele svaki zadatak obaviti u što mogućem kraćem roku sa što manje uložena truda. Shenton i Dixon (2003., 2004.) zaključili su kako su učenici pri istraživanju posegnuli za naprikladnijim, najlakše dostupnim izvorima (npr. knjiga koju imaju kod kuće) te pretraživanjem koje iziskuje najmanje truda (npr. uporaba samo jednoga pojma/ključne riječi pri pretraživanju, odabir prvoga ponuđenog izvora bez kritičkoga procjenjivanja i sl.).<sup>25</sup>

### *3. 1. 3. Preferiranje digitalnih oblika komunikacije Google generacije*

Dobiveni rezultati istraživanja Rowlandsa i Williamsa<sup>26</sup> trebali bi ukazati na činjenicu kako je Google generacija odlučno prešla na digitalne oblike

---

<sup>24</sup> Large A. Beheshti J; Breuleux A. (1998.). Information Seeking in a Multimedia Environment by Primary School Students and Information Science Research, 20 (4)

<sup>25</sup> Isto. str. 15

<sup>26</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 16

komunikacije te radije odabire tipkanje i slanje poruka, nego li pisanje rukom i telefonski razgovor. No ovo pitanje djelomično ostaje otvorena pretpostavka, a ne teza jer, kako ističu Rowlands i Williams,<sup>27</sup> nedostaje konkretnih rezultata istraživanja kojim bi se ista potkrijepila. Ipak, pretpostavljaju kako bi mnoga djeca zasigurno radije tipkala, nego rukom pisala zadatak te kako usvajaju poboljšane ključne vještine za uporabu telefonskih i računalnih tipkovnica. Popularnost slanja poruka objašnjava se nižom cijenom u odnosu na telefoniranje dok se velika popularnost slanja poruka elektroničkom poštom studentske populacije pri dogovaranju sastanaka, postavljanju jednostavnih upita ili isprika za odsutnost tumači kao uobičajena pojava pri kojoj će tek rijetki drugačije postupati. Izražena je skepsa autora prema ovoj tezi kao ključnoj karakteristici Google generacije.<sup>28</sup>

### *3. 1. 4. Izvršnost obavljanja višestrukih zadataka Google generacije*

Rowlands i Williams<sup>29</sup> iznose tezu prema rezultatima svojih istraživanja kako Google generacija obavlja više zadataka istovremeno te kako su u tome vrlo dobri. Međutim ne postoje čvrsti dokazi u kojoj mjeri mladi obavljaju višestruke zadatke u odnosu prema ostalim dobnim skupinama te koliko su vješti u korištenju različitih nizova informacija. Prema provedenoj anketi Los Angeles Timesa "otprilike troje od petoro tinejdžera izjavilo je da će radije izvršavati nekoliko zadataka odjednom nego jedan po jedan"<sup>30</sup> objašnjavajući kako im to umanjuje dosadu. Autori Rowlands i Williams tumače kako im uopće nije čudna gore navedene tvrdnja o mladima, Google generacije,

---

<sup>27</sup> Isto. Str. 16

<sup>28</sup> Isto. str. 16

<sup>29</sup> Isto.str. 16

<sup>30</sup> Los Angeles Times/Bloomberg (2007b). Los Angeles Times/Bloomberg survey of pop culture and entertainment in the United States: Jon Stewart? No way. Teens Stay Caught Up By Watching Local News. URL: <http://www.latimes.com/news/custom/timespoll>



pozivajući se pritom na Longov (2005 : 187) primjer kako danas učenici pišući zadaću imaju iPod u uhu i slušaju glazbu, dopisuju se s brojnim prijateljima različitim uređajima, držeći telefon između glave i ramena te s računalom spojenim na internet.

### *3. 1. 5. Trenutno i neodgodivo zadovoljenje potreba za informacijom i zabavom Google generacije*

Rowlands i Williams<sup>31</sup> tvrde u rezultatima svojih istraživanja da su pripadnici Google generacije nestrpljivi te da ne toleriraju kašnjenje, no za navedenu tezu nadalje ističu kako nedostaje čvrstih dokaza koji bi ukazivali na to da su pripadnici Google generacije nestrpljiviji od starijih generacija. Ovakva se teza može povezati jedino sa sjećanjem na iskustva koja su prethodila digitalnim tehnologijama u starije populacije dok mladi to iskustvo nemaju s obzirom na to da su rođeni u digitalnome okruženju. Rezultati CIBER-ovog istraživanja<sup>32</sup> pokazuju kako se navedena tvrdnja može odnositi na sve generacije zbog toga što smo svi okruženi digitalnim tehnologijama. Nepobitna je činjenica kako je brzina novih medija dovela do niske razine tolerancije prema kašnjenju, a korisnici novih medija dodjeljuju tehnologijama osobnost, poglavito onim interaktivnim, te očekuju da im iste na takav način i odgovore. Taj se proces autori nazivaju "antropomorfizacijom" tehnologije.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 17

<sup>32</sup> Isto. str. 17

<sup>33</sup> Isto. str. 17

### *3. 1. 6. Visoka razina povjerenja pripadnika Google generacije prema svojim vršnjacima kao vjerodostojnim izvorima informacija*

Tvrđnju kako pripadnici Google generacije iskazuju višu razinu povjerenja prema svojim vršnjacima kao pouzdanim informacijskim izvorima, nego li prema provjerenim brojkama, Rowlands i Williams<sup>34</sup> smatraju više mitom, nego realnosti te drže kako ona ovisi o konkretnim kontekstima u kojima se ostvaruje. Primjerice, srednjoškolci pri odabiru i cijenjenju informacijskih izvora, kada traže pomoć za izvršavanje domaće zadaće, vjerodostojnijim smatraju svoje učitelje, rodbinu i udžbenike, nego vršnjake. Smatra se, također, kako popularnost zanimanja za društveno umrežavanje putem društvenih mreža nije dokaz da mladi više cijene vršnjake od provjerenoga sadržaja prije svega zato jer se "tehnologija upotrebljava za učvršćivanje postojećih društvenih i suradničkih mreža i prema potrebi je proširuje."<sup>35</sup>

### *3. 1. 7. Potreba Google generacije za stalnom povezanošću internetom te društvenim i obiteljskim mrežama*

Postoji jasno izrečena sumnja oko ove tvrdnje jer nema detaljnih istraživanja na tu temu, ističu ponovno autori, osobito o motivaciji korištenja interneta u različitim životnim razdobljima. Podaci iz Ofcoma iz 2007. godine otkrivaju kako osobe starije od 65 godina provode četiri sata tjedno dulje na internetu, nego mladi od 18. do 24. godine.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Isto. str. 17

<sup>35</sup> Williams; Rowlands... str. 17

<sup>36</sup> Ofcom (2007.). *Communications Market Report: Converging Communications Markets*. Research Document. London, UK: Office for Communications

Navedena se teza svakako ne može odnositi na sve mlade korisnike jer će se količina vremena provedenoga na internetu i korištenje društvenih mreža, zasigurno razlikovati imajući u vidu korisnikovu osobnost. Drugim riječima, neki će razviti veću, neki manju ovisnost o društvenim mrežama. Rezultati istraživanja ukazuju na to kako i stariji ljudi idu u korak s vremenom te dosta brzo usvajaju vještine i znanja potrebna za društveno umrežavanje.<sup>37</sup>

Podaci Ofcoma ukazuju na činjenicu kako stariji još uvijek čitaju priručnike prilikom učenja dok učenici Google generacije uče/rješavaju probleme metodom pokušaja i pogrešaka, a ne primjenom znanstvenih metoda.<sup>38</sup>

### *3. 1. 8. Sklonost Google generacije biranju brzih i kratkih informacija u odnosu na cjelovite tekstove*

Argumentirajući tezu kako pripadnici Google generacije biraju brze i kratke, lako shvatljive informacije u odnosu na cjelovite tekstove, Rowlands i Williams pozivaju se na dokaze dubinske analize CIBER-ova istraživanja o informacijskome ponašanju studenata, a ograđuju se u dijelu koji bi se konkretno odnosio na pripadnike Google generacije. Prema Levinu i Arafehu (2002.) većina studenata završava svoje pretraživanje kada pronade "dovoljno dobre"<sup>39</sup> informacije, ne pokušavajući dalje pronalaziti druge izvore. Internet je za neke sredstvo čim jednostavnijega obavljanja zadatka u okviru školskih/fakultetskih obaveza (o čemu je već bilo riječi u prethodnim tezama) dok ga neki drže sredstvom mogućega plagiranja materijala uključujući i druge

---

<sup>37</sup> Isto. str. 17-18

<sup>38</sup> Isto. str. 17-18

<sup>39</sup> Citirano u izvornome tekstu. str. 19

oblike varanja. Valenza (2006.) naziva takvu vrstu informacijskoga ponašanja "kulturom lijenčina."<sup>40</sup>

Pretražujući povezano s fakultetskim obavezama, studenti pregledavaju prilično mali broj stranica, uglavnom svoje pretraživanje ograničavaju na pretraživanje po temi, a ne primjerice po autoru te uglavnom pregledavaju sažetke, a ne cjelovite tekstove. Pregledavanje i traženje samo relevantnih informacija vrijedi i za studente i za osoblje: obje korisničke skupine pokazuju površnost i sklonost "plitkom, horizontalnom ponašanju"<sup>41</sup> u digitalnim knjižnicama.

### *3. 1. 9. Slabo poznavanje i nepoštovanje pravila vezanih uz pojam intelektualnoga vlasništva*

Tvrdnja kako pripadnici Google generacije slabo poznaju i ne poštuju intelektualno vlasništvo, rezultat je ograničenoga istraživanja Rowlandsa i Williamsa<sup>42</sup> te se odnosi samo na postupak preuzimanja glazbe, a pojam intelektualnoga vlasništva ipak u svojoj definiciji obuhvaća šire značenje (npr. pitanje citiranja, ispravnoga preuzimanja i označivanja tuđega teksta/sadržaja vezano uz duhovno vlasništvo).<sup>43</sup>

U dijelu koji se odnosi na preuzimanje glazbe, iznose rezultate istraživanja u kojima se može iščitati kako je 83% odraslih i 76% mladih (u dobi između 12 i 15 godina) svjesno nezakonitih načina postupanja s preuzimanjem filmova, glazbe i računalnoga softvera na internetu (Ofcom 2006.).<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> Isto. str. 19

<sup>41</sup> Isto. str. 19

<sup>42</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 20

<sup>43</sup> U ovoj će se diplomskoj radnji pokušati odgovoriti na to pitanjem istraživačkim postupkom ankete.

<sup>44</sup> Isto. str. 19

Dobna segregacija pojavila se pri ispitivanju bi li nezakonito pristupanje internetskome sadržaju trebalo biti protuzakonito.<sup>45</sup> Valja napomenuti kako zabrinutost oko kopiranja glazbe datira s početka 80-tih godina, ako ne i ranije, a ne s pojavom razvoja kućnih računala koja to omogućuju. Ovo je pitanje postupanja i odnosa prema intelektualnome vlasništvu<sup>46</sup> od velike važnosti za knjižnice i ostale informacijske ustanove.

### 3. 1. 10. *Nepovjerenje i nezainteresiranost Google generacije prema formatu*

Problematika teze kako pripadnike generacije Google ne zanima format i "spremnici" (izvješća, poglavlja knjiga, natuknice u enciklopedijama) koji pružaju kontekst za informacije, ostaje otvorena zbog nedovoljne istraženosti iste u znanstvenoj literaturi. Rowlands i Williams<sup>47</sup> ističu kako će tvorci budućih edukativnih aplikacija morati voditi računa o zanimljivom i raznolikom načinu predstavljanja sadržaja jer internetsko okruženje nudi takvu mogućnost realizacije, a korisnici to od interneta očekuju. Postoje podaci iz područja istraživanja e-knjige da se "tiskane knjige izvan interneta radije upotrebljavaju za čitanje od korica do korica, dok se knjige koje služe kao referenca ubačene tu i tamo najbolje prenose u internetsko okruženje."<sup>48</sup> Ovakva bi istraživanja bila vrlo korisna i informacijskim ustanovama zbog uzimanja u obzir informacijskih

---

<sup>45</sup> 64 ispitanika mladih od 54 godine smatra kako bi trebalo biti protuzakonito, njih 20 misli da bi trebalo biti zakonito, a 13-ero se izjasnilo da ne zna. 40 mladih ispitanika u dobi od 16 do 24 godine smatra kako bi navedeni postupak trebao biti protuzakonit, njih 50 drži da bi trebao biti zakonit, a 10-ero ne zna. Rezultati se nalaze na str. 19.

<sup>46</sup> Više u: Aleksandra Horvat; Daniela Živković (2013.). *Knjižnice i autorsko pravo*. Hrvatska sveučilišna naklada. Zagreb URL: <http://core.ac.uk/download/pdf/11890907.pdf>

<sup>47</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 20

<sup>48</sup> Williams; Rowlands ... str. 20

potreba i ponašanja svojih korisnika u poslovima odabira građe pri skupom procesu digitalizacije i stvaranju, danas sve popularnijih virtualnih knjižnica.

### *3. 1. 11. Pripadnicima Google generacije virtualna stvarnost jednaka je stvarnome iskustvu*

Iako iznose tezu kako bi pripadnici Google generacije mogli poistovjetiti virtualnu stvarnost i stvarno iskustvo, Rowlands i Williams<sup>49</sup> ipak navedenu tvrdnju više smatraju mitom, nego li znanstvenom činjenicom te ne mogu povjerovati u činjenicu da bi mladi ljudi mogli drugačije shvaćati i doživljavati stvarnost od svojih roditelja ili baka i djedova. No svakako, ističu kako knjižnice danas sve više eksperimentiraju s virtualnom stvarnošću u obliku digitalnih usluga i stvaranju virtualnih knjižnica kako bi na najbolji mogući način fuzionirali ta dva entiteta - fizičku i virtualnu knjižnicu.<sup>50</sup>

Stoga je potrebno razmotriti i imati u vidu sljedeće značajke informacijskoga ponašanja korisnika prilikom digitalnoga traženja informacija u virtualnim knjižnicama (CIBER, 200.):<sup>51</sup>

- *horizontalno traženje informacija* (odnosi se na aktivnosti letimičnoga prelistavanja kada korisnici pregledaju jednu do dvije stranice, potom ih zatvore i vjerojatno ih više nikada ne posjete).<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library. str. 20

<sup>50</sup> Isto. str. 20

<sup>51</sup> Ian Rowlands, David Nicholas, Peter Williams, Paul Huntington, Maggie Fieldhouse, Barrie Gunter, Richard Withey, Hamid R. Jamali, Tom Dobrowolski, Carol Tenopir (2008.). *The Google generation: the informationbehaviour of the researcher of the future*. Aslib Proceeding, Vol. 60, str. 290-310

URL: <http://dx.doi.org/10.1108/000125308108879553>

<sup>52</sup> Brojke potvrđuju kako otprilike 60% korisnika e-novina ne pregledava više od tri stranice te većina (do 65%) nikada više iste ne posjeti. Isto. str. 6

- *navigacija* (previše se korisničkoga vremena pri pretraživanju virtualnih knjižnica troši na snalaženje, odnosno jednaka se količina vremena troši na traženje smjerova kao i na pregledavanje željene informacije)
- *površno gledanje* (istraživanja pokazuju kako korisnici prosječno provode od 4 do 8 minuta čitajući e-knjige ili e-novine; očito je da novo horizontalno pretraživanje naslova, stranica sadržaja i sažetaka stvara istovremeno i nov način čitanja, posve drugačiji od tradicionaloga)
- *prikupljalačko ponašanje* (podaci se odnose na akademske korisnike koji imaju potrebu, pretražujući, prikupljati sadržaje u obliku preuzimanja, posebice one koji su besplatni, no izostaje podatak koliko ti isti korisnici čitaju preuzete sadržaje)
- *tragači raznovrsnih informacija* (korisničko će se informacijsko ponašanje razlikovati s obzirom na spol, geografski položaj, vrste sveučilišta, status i sl.)
- *tražitelji koji provjeravaju informacija* (pri provjeravanju informacija, korisnici se s povjerenjem odnose prema omiljenim tražilicama (npr. Google), odmah procjenjuju vjerodostojnost i iskazuju povjerenje posezanjem za unakrsnom provjerom različitih stranica)<sup>53</sup>

### 3. 2. Google generacija i knjižnice

Oduvijek je osnovna misija knjižnica bila služiti svojim korisnicima u zadovoljavanju informacijskih potreba i interesa prateći pritom razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije te uvodeći istu u knjižnično poslovanje sa svrhom unapređivanja knjižničnih usluga sukladno vremenu u kojemu djeluje. No bez obzira na ubrzani razvoj tehnologije (posebice u kasnim devedestima brzi razvoj i širenje interneta), osnovna funkcija knjižnice ostala je ista: odabrati, prikupiti, organizirati, pohraniti i omogućiti pristup

---

<sup>53</sup> Isto. str. 6-7

informacijama. Pristup informacijama i knjižničnim uslugama mijenjao se razvojem i osuvremenjivanjem tradicionalne knjižnice u koju su djeca i odrasli dolazili tražiti informacije i zadovoljavati raznovrsne potrebe (intelektualne, kulturne, društvene i sl.). Knjižnice počinju pružati virtualne usluge te nisu više samo fizičko središte zajednice korisnika, već i virtualno koje pruža usluge i korisnicima koji nisu nužno njezini članovi.

Prva virtualna knjižnična usluga započinje 1996. u SAD-u nazvana *Ask Jeeves*<sup>54</sup> da bi ubrzo i u drugim zemljama uspostavile slične knjižnične usluge kao npr. *Ask Olivia*, *Ask for Kids*, *Ask a Librarian*. U Hrvatskoj je takva online informacijske usluga osnovana 2004. pod nazivom Pitajte knjižničara kojom korisnici mogu dobiti odgovore na različite informacijske upite (pretraživanje na zahtjev).

Razvojem tehnologije unaprijedila se i komunikacija u odnosu knjižničar - korisnik, tako da danas dominira komunikacija e-poštom ili ispunjavanjem online obrazaca različitih zahtjeva dok su se nekada takve usluge izvršavale isključivo telefonskim pozivom ili izravnom komunikacijom u knjižnici.

Vezano uz ovu diplomsku radnju, može se postaviti pitanje na koji način privući tzv. Google generaciju u školske knjižnice? Djeca i mladi posebna su društvena skupina čije informacijske interese i potrebe treba stalno propitivati kako bi se prema tome mogle oblikovati i knjižnične usluge. Svaka školska knjižnica morala bi danas imati moderno uređen prostor sa slobodnim pristupom internetu (*wireless*) kako bi se učenici osjećali opušteno i lijepo u knjižničnome prostoru te stvorili uopće potrebu da zalaze u njega. Knjižnica bi trebala pružati usluge povezane s pronalaženjem izvora za učenje i pisanje domaćih zadaća ili referata izravno uz pomoć knjižničara ili online interaktivno pružanje pomoći pri

---

<sup>54</sup> Danas se naziva *Ask.com* i nalazi se na URL: [www.ask.com](http://www.ask.com).



čemu učitelji u stvarnome vremenu pomažu učenicima pri rješavanju problemskoga zadatka.<sup>55</sup> Usluga bi trebala biti dostupna u bilo koje vrijeme.<sup>56</sup>

Alka Stropnik<sup>57</sup> ističe važnost razvoja knjižničnih mrežnih stranica koje omogućuju korisnicima pristup informacijama i online uslugama s bilo kojeg mjesta i u bilo koje vrijeme. Takve su usluge usmjerene na zadovoljavanje individualnih korisničkih potreba te su ostvarive trenutno. Nije zanemariva važnost i korisnost usluga na daljinu učenicima s invaliditetom s obzirom na to da su oni danas dobrim dijelom uključeni u redoviti odgojno-obrazovni proces.

Velika je uloga knjižničara, ali i ostalog nastavnoga osoblja u privlačenju učenika u informacijska središta kao što je školska knjižnica u kojima će im se pružiti tražena usluga ili ista ponuditi online, kao i edukacija u području informacijske pismenosti. Pri stvaranju usluga za učenike, pripadnike Google generacije treba obratiti pažnju na veću mogućnost izbora (pa tako i knjižničnih usluga), personalizaciju usluga te brzinu kojom ćemo zadovoljiti njihove informacijske potrebe jer su prema uvriježenome mišljenju nestrpljivi i žele svoje potrebe zadovoljiti odmah, bez čekanja.

---

<sup>55</sup> U SAD-u su takve usluge pokazale izvrsne rezultate: osim što su učenici ostvarivali bolji uspjeh u školi, razvijali su društvene vještine družeći se s vršnjacima i knjižničarima.

<sup>56</sup> Stropnik, Alka. *Knjižnica za nove generacije: virtualni sadržaji i usluge za mlade*. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Zagreb, 2013. str. 23-26

<sup>57</sup> Isto. str. 25

## 4. Istraživanje

### 4. 1. Opis istraživačkoga problema

Radeći u osnovnoškolskoj instituciji svakodnevno se u odgojno-obrazovnome procesu može uočiti na koji način učenici, danas popularno nazivani Google generacija, pristupaju istraživanju i pretraživanju informacija da bi obavili kakav školski zadatak. S obzirom na to da se radi o učenicima rođenim u punom zamahu razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije, koji se svakodnevno susreću s novim, modernim alatima digitalnoga doba, za pretpostaviti bi bilo kako su njihove vještine, znanja i sposobnosti vezane uz strategije pretraživanja obrazovnih izvora vrlo razvijene.

Uočile su se, međutim, oprečno tome stajalištu, neke nelogičnosti: često se pri zadanome pretraživačkome zadataku na određenu temu pojavljuje problem, npr. formuliranja informacijskoga upita ili pitanja odakle uopće krenuti, a da to nije tražilica Google. Druga poteškoća koja se pokazala kao veliki problem današnjih učenika, a koja je posebno vidljiva tijekom njihova pismenoga izražavanja, odnosi se na korištenje i preuzimanje informacija kao rezultata tuđega znanstvenoga rada, odnosno problematika vezana uz autorska prava, prije svega pravila, citiranja znanstvenih radova.<sup>58</sup>

U skladu sa svim navednim, pojavila se potreba promišljanja i istraživanja o tzv. Google generaciji, tj. potvrda pripadaju li učenici skradске osnovne školi toj specifičnoj socijalnoj skupini pri čemu će biti korištena metoda studije slučaja.

---

<sup>58</sup> Citiranje je samo jedno područje u kojemu se pokazuje nedovoljno poznavanje istoimene tematike, no problem se dotiče i privatne sfere života gdje mladi slobodno i neopterećeno preuzimaju na primjer glazbene zapise s internetskih stranica ne razmišljajući o mogućim posljedicima. Ovaj će se dio potkrijepiti dodatno istraživanjem u središnjemu dijelu radnje.

#### 4. 1. 1. Uvod u istraživanje

Upravo gore navedena problematika koju uočavaju mnogi učitelji osnovnih škola (vjerojatno i srednjih te visokoškolskih institucija) navodi na razmišljanje pokazuju li današnji učenici zaista toliko drugačije karakteristike pri učenju i usvajanju novih znanja i vještina u odnosu na generacije koje nisu rođene u digitalnome okruženju. Kako bi se navedeno razmišljanje činjenično potkrijepilo, bilo je potrebno napraviti istraživanje o karakteristikama učenika za koje se smatra da pokazuju karakteristike tzv. Google generacije te ispitati na koji način pronalaze informacijske izvore za učenje i obavljanje školskih zadataka. Drugim riječima, htjelo se provjeriti i u okvirima ove diplomske radnje, djelomično odgovoriti na pitanje može li se uopće o Google generaciji govoriti kao posebnoj društvenoj skupini sa specifičnim informacijskim ponašanjima s obzirom na popularnost ove tematike u znanstvenim krugovima. Iako postoji velik broj radova na spomenutu temu, mnogi autori<sup>59</sup> ističu kako nedostaje empirijskih rezultata kojima bi se potkrijepile kako pozitivne, tako i postojeće negativne tvrdnje oko ove specifične socijalne skupine.

#### 4. 2. Svrha i cilj istraživanja

*Svrha istraživanja:* Postoji li realna potreba za uvođenjem programa informacijskoga opismenjavanja na primarnim obrazovnim stupnjevima te je li i u kojoj mjeri potrebno prilagoditi informacijske usluge školske knjižnice informacijskim potrebama učenika uzimajući u obzir karakteristike Google generacije.

---

<sup>59</sup> P. Williams, I. Rowlands, Bennett i Maton i sl. Vesna Bilić (2015.). *Načini učenja, online aktivnosti i ishodi odgoja net--generacije*. Istraživanje paradigmi djetinjstva, odgoja i obrazovanja. Zagreb:Učiteljski fakultet, str. 3

*Cilj istraživanja:* Istražiti pokazuju li ispitanici Osnovne škole "Skrad" karakteristike Google generacije prema zadanim hipotezama Iana Rowlandsa i Petera Williamsa te istražiti njihovo informacijsko ponašanje pri traženju informacijskih izvora za učenje i izvršavanje školskih zadataka korištenjem moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije.

U skladu sa postavljenom svrhom i ciljem diplomske radnje ispitat će se sljedeće hipoteze prema studiji Rowlandsa i Williamsa:

H1: Google generacija preferira vizualne informacije, a ne tekstualne

H2: Google generacija želi raznolika iskustva te je navikla na zabavu

H3: Google generacija odlučno je prešla na digitalne oblike komunikacije i radije odabire tipkanje, nego pisanje rukom te slanje poruka, nego telefonski razgovor

H4: Google generacija obavlja višestruke zadatke i dobri su u tome

H5: Pripadnici Google generacije nestrpljivi su i ne toleriraju kašnjenje; potrebe za informacijama i zabavom moraju odmah zadovoljiti

H6: Pripadnici Google generacije svoje vršnjake smatraju vjerodostojnijim izvorima informacija, nego provjerene brojke

H7: Google generacija mora biti stalno povezana internetom te društvenim i obiteljskim mrežama

H8: Pripadnici Google generacija preferiraju brze i kratke, lako shvatljive informacije u odnosu na cjelovite tekstove

H9: Pripadnici Google generacije slabo poznaju i ne poštuju intelektualno vlasništvo o čemu svjedoči preuzimanje glazbe, tj. jako raširen oblik plagiranja

H10: Pripadnici Google generacije ne vjeruju u format i ne zanimaju ih "spremnici" koji pružaju kontekst i omot za informacije

H11: Što se tiče pripadnika Google generacije, virtualna stvarnost mogla bi biti jednako stvarna kao i stvarno iskustvo.

Navedenih 11 hipoteza ispitat će se sljedećim istraživačkim pitanjima:

Zaokuplja li više pažnju ispitanika vizualno (slika, animacija isl.) ili tekstualno u različitim situacijama učenja i slobodnoga pretraživanja?

Treba li posebnu pažnju obratiti na načine usvajanja novih znanja i vještina s obzirom na postavljenju hipotezu kako pripadnici Google generacije vole raznolika i zabavna iskustva tijekom učenja i izvršavanja školskih zadataka?

Je li digitalna tehnologija jedini oblik komunikacije i sredstvo pomoću kojega pripadnici Google generacija dolaze do izvora informacija?

Mogu li pripadnici Google generacije izvršavati različite aktivnosti istovremeno?

Koliko su pripadnici Google generacije tolerantni na kašnjenje, a što je neposredno vezano uz zadovoljavanje njihovih informacijskih potreba? Drugim riječima, koliko su strpljivi u pronalaženju odgovarajućih informacijskih izvora radi obavljanja školskih zadataka?

Na koji način provjeravaju točnost i vjerodostojnost izvora koji koriste?

Moraju li pripadnici Google generacije stalno biti povezani internetom i društvenim mrežama?

Hoće li pripadnici Google generacije prije posegnuti za brzim i kratkim informacijama (npr. sažetak, wikipedija i sl.) ili cjelovitim tekstovima kako bi dobili bolji uvid u traženi sadržaj?

Jesu li pripadnici Google generacije upoznati s pravilima vezanim uz pojam intelektualnoga vlasništva te na koji način postupaju s istima?

Koliko je pripadnicima Google generacije važan format i uopće kontekst za iščitavanje relevantnih informacija?

Koliko je pripadnicima Google generacija virtualana stvarnost stvarna, tj. poistovjećuju li je sa stvarnim iskustvom?

### 4. 3. Metodologija istraživanja

Metodologija istraživanja diplomske radnje temeljit će se na kvalitativnoj metodi istraživanja<sup>60</sup> u obliku online anketnoga<sup>61</sup> upitnika kojim će se ispitati postavljene znanstvene hipoteze<sup>62</sup> te metodi studije slučaja<sup>63</sup>. Teorijski okvir za sastavljanje upitnika postavljen je na teorijskoj podlozi istraživanja Rowlandsa i Williamsa koju su proveli na zahtjev British Libraryja u svrhu ispitivanja karakteristika koje određuju tu specifičnu generaciju. Sagledat će se teorijski i suodnos Google generacije i knjižnica te pokušati odgovoriti kakve i koje knjižnične usluge mogu ponuditi današnje knjižnice Google generacijama s obzirom na njihove informacijske interese i potrebe.

---

<sup>60</sup> "Kvalitativna metodologija je po svojoj logici i prirodi otvorena i svrha joj je dublji uvid i razumijevanje istraženog problema. Zaključci kvalitativnih istraživanja izvode se na osnovi analize kategorija, koja se temelji na logici istraživača." Ana Tkalac Verčić, Dubravka Sinčić Ćorić, Nina Pološki Vokić (2010.) . *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada - kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M. E. P., Zagreb, str. 18

<sup>61</sup> Anketa se tumači dvojako: u širem smislu riječi opisuje se kao metoda ispitivanja (prikupljanje podataka uz pomoć postavljanja pitanja) dok se u užem smislu tumači kao pismeno prikupljanje podataka uz pomoć upitnika. U ovoj se diplomskoj radnji pojam ankete odnosi na uže tumačenje riječi. Ana Tkalac Verčić, Dubravka Sinčić Ćorić, Nina Pološki Vokić (2010.) . *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada - kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M. E. P., Zagreb, str. 103

<sup>62</sup> Anketna pitanja postavljena su na temelju 11 karakteristika Google generacije koje iznose Ian Rowlands i Peter Williams u svojoj studiji, a koja je odabrana zbog svoje sveobuhvatnosti - autori donose navedene karakteristike na temelju opsežne pretrage literature koja govori o Google generaciji.

<sup>63</sup> "Metodom studije slučaja (engl. case study) dubinski se analizira neka pojava, proces, institucija, osoba, grupa ili događaj. (...) Metoda je pogodna ako se želi odgovoriti na pitanje 'kako' i 'zašto' su se određene okolnosti/činjenice/situacije/događaji dogodili." Ova se metoda obično ne provodi na pojedinačnome slučaju, već na više njih. Ipak, jedan će slučaj biti dostatan u sljedećim situacijama: kada se provodi longitudinalno istraživanje (ponavljanje istraživanja nakon nekog vremena), obrađuje se ključni slučaj u provjeravanju određene teorije, proučava se jedinstven ili ekstreman slučaj, proučava se slučaj koji je tipičan za za pojavu koja se proučava, slučaj koji se analizira predstavlja otkriće. URL: [www.slideshare.net/MajaKairos/studija-sluajja](http://www.slideshare.net/MajaKairos/studija-sluajja)

#### 4. 3. 1. Metode istraživanja

Više je razloga zašto je za istraživačku metodu odabran online upitnik<sup>64</sup> i studija slučaja. S obzirom na dob skupine koju se želi anketirati, pretpostavilo se kako će im odgovaranje na pitanja korištenjem računala biti zanimljivije i bliže, nego li tiskani obrasci. Nadalje, pouzdanost je takva ispitivanja visoka jer svaki učenik odgovara na pitanja za svojim računalom na zadanoj internetskoj adresi te je mogućnost dogovaranja s ostalim sudionicima minimalna do nemoguća. Prednost je ovakva načina ispitivanja što nije ograničeno na veličinu uzorka, kao i na mjesto i vrijeme ispunjavanja upitnika. Analiza podataka ispitivaču je olakšana, pregledna i smanjuje mogućnost pogreške, a troškova nema ili su zanemarivi.

Metoda slučaja odabrana je kao pogodna metoda zbog predmeta istraživanja diplomske radnje, a to je socijalna skupina (sustav). Osim toga, dobre su strane ove metode što zahvaća cjelinu predmeta i što se do rezultata dolazi u kratkom vremenskom periodu (stoga je pogodna za pilot istraživanja) te nudi primjenjiva znanja za praktične intervencije. Ovom se metodom dobivaju iscrpni opisi predmeta ili činjenica o predmetu kao cjelini. Radi se, također, o

---

<sup>64</sup> Anketa u znanstvenome istraživanju pretpostavlja postavljanje određenih pitanja određenoj i odabranoj vrsti i broju ljudi, isplaniranim načinom s jasno određenom svrhom i ciljevima da bi se dobilo što je moguće više istinitih podataka i informacija o predmetu istraživanja. *Online ankete* moguće je danas jednostavno izraditi pomoću besplatnih aplikacija koje ispitanici rješavaju na zadanoj internetskoj adresi. Obično se sastoji od jednog ili manjeg broja jednostavnih, kratkih i jasnih pitanja s ponuđenim odgovorima. Kao prednost ove metode posebno se ističu: niski troškovi izrade upitnika, autormatski unos podataka, mogućnost istraživanja veće količine podataka (uz vremensku slobodu izbora i mogućnost višekratnoga vraćanja ispitanika upitniku). Postoje jasni elementi koji ukazuju na kvalitetu web-anketa, kao npr. kreiran zaslon dobrodošlice, onemogućavanje preskakanja pitanja kada slijedeće pitanje ovisi o prethodnome odgovoru, format pitanja sličan formatu papirnatih upitnika i sl. URL: <https://sr.scribd.com/.../Metoda-ankete-upitnika-i-intervjua-u-istraživačk...>

Uz brojne prednosti metode online anketiranja, navode se u literaturi i njezini nedostaci: nemogućnost ostvarivanja reprezentativnoga uzorka (što nije slučaj ove diplomske radnje s obzirom na to da je uzorak pomno biran i ograničena broja), nemogućnost internetske povezanosti, samostalno rješavanje upitnika što onemogućuje dodatna pojašnjenja pitanja i sl. *Priručnik za provedbu istraživanja malih i srednjih poduzeća: metodologija, upute i akcijski plan*. URL: <https://poduzetnistvo.gov.hr/.../5.%20Priručnik%20za%20provedbu%20i...>

induktivnoj metodi prožetoj deduktivnim postupcima jer se gotovo uvijek kreće od općih teorijskih tvrdnji koje utječu na traženje, sređivanje i tumačenje činjenica. Metodom slučaja obuhvaćane su sljedeće faze: određenje problema, izučavanje literature, određenje hipoteze, prikupljanje podataka (upitnik), sređivanje i tumačenje podataka, intervencija (ukoliko je potrebna, te prikupljanje i sređivanje podataka o rezultatima intervencije) i izvješćivanje stručne/znanstvene javnosti.<sup>65</sup>

Anketirani uzorak čini 25 učenika Osnovne škole "Skrad" od ukupno 60 učenika koliko Škola broji<sup>66</sup>. Svaku generaciju čini samo jedan razred zbog specifičnosti geografskoga položaja Škole te problema iseljavanja mladih ljudi te sukladno tome i smanjenje broja učenika koje se iz godine u godinu neprestano povećava. Stoga se rezultati istraživanja neće moći promatrati paralelno, u odnosu prema svojoj generaciji, već samo vertikalno. Za provođenje ankete odabrano se učenike od 4. do 7. razreda jer se uzela u obzir složenost i semantika pitanja pa se pretpostavilo da bi u nižim razredima moglo doći do nerazumijevanja značenja pitanja. S druge strane, htjelo se vidjeti hoće li učenici pokazati različita informacijska ponašanja tijekom pretraživanja informacijskih izvora za učenje i izvršavanje školskih zadataka u različitim obrazovnim stupnjevima u kojime se nalaze.

Instrumente anketnoga istraživanja čini 34 pitanja kojima se želi ispitati 11 postavljenih hipoteza kako bi se odgovorilo na postavljene ciljeve diplomske radnje, tj. dokazati pokazuju li učenici OŠ "Skrad" karakteristike Google

---

<sup>65</sup> Biličić, Mijo (2005.). *Metoda slučaja u znanosti i nastavi*. Pomorstvo, god. 19, str. 226-227

<sup>66</sup> Kada se govori o "pravoj" veličini uzorka, ona će ovisiti (kao i u svakoj istraživačkoj odluci) o svrsi i cilju istraživanja, o dubini (širini) istraživanja, o tome što želimo saznati te što smatramo vjerodostojnim uzorkom. Pravilno odabran uzorak nije definiran veličinom uzorka, nego smislom s kojim ga definiramo. Uzorci su u kvalitativnim istraživanjima manji, nego li u kvantitativnima, drugim riječima broj jedinica u uzorku može biti jedan, ali nekoliko stotina jedinica. Tkalcac-Verčić i dr. *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M. E. P., Zagreb 2010.



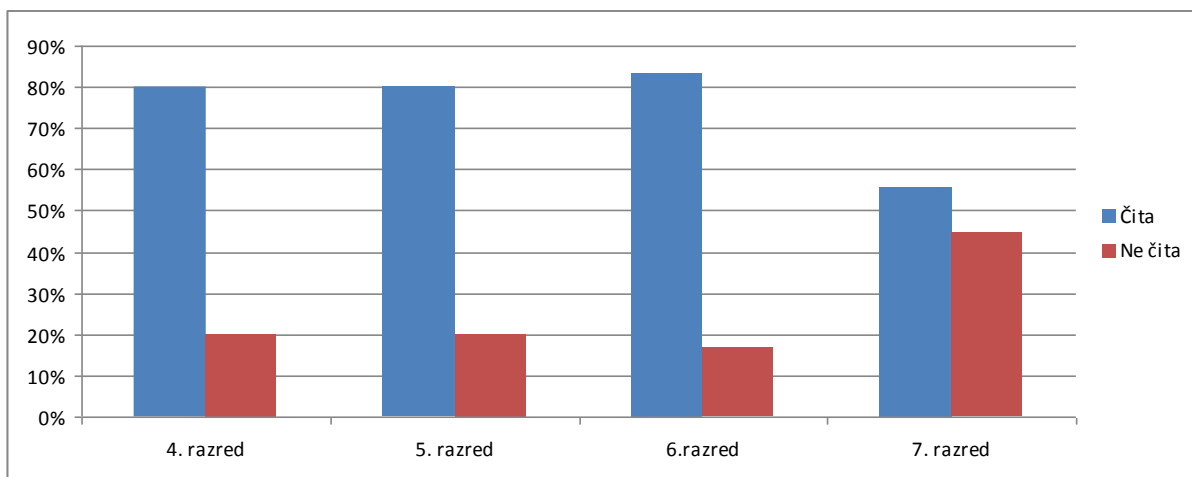
generacije te kako pretražuju i dolaze do informacijskih izvora za učenje i izvršavanje školskih zadataka.

Anketna su pitanja usmjerena na odnos učenika prema čitanju (koliko im je ono uopće važno, čitaju li u slobodno vrijeme, koliko, koju vrstu građe), odabir građe i medija za učenje i izvršavanje školskih zadataka, kao i strategije pretraživanja informacijskih izvora. Nadalje, htjelo se saznati privlače li ih prilikom pregledavanja mrežnih stranica tekst ili slika, zvuk i sl., koje oblike komunikacije i načine učenja preferiraju, imaju li dovoljno strpljenja i postupnost pri rješavanju različitih vrsta zadataka, kako provjeravaju informacije i kome vjeruju, smatraju li se ovisnima o internetu i koliko su vremena "konektirani", koriste li online knjižnične kataloge i kako pretrežuju, koriste li usluge digitalnih knjižnica, koliko su upoznati s autorskim pravima i nezakonitim radnjama vezanim uz postupke slobodnoga preuzimanja glazbe ili citiranja te konačno, vjeruju li omiljenoj i popularnoj tražilici Google.

## 5. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja bit će prikazani grafički radi bolje preglednosti, a zadane kategorije prema kojima će se isti sagledavati bit će *razred* i *spol* (u pitanjima za koja se pretpostavilo da bi ta kategorija pokazala relevantnu distinkciju informacijskoga ponašanja). Da bi se lakše uočila moguća različita informacijska ponašanja učenika u primarnom obrazovnom stupnju, uvela se kategorija razred kako bi se problem mogao sagledati vertikalno (uključujući učenike od 4. do 7. razreda).

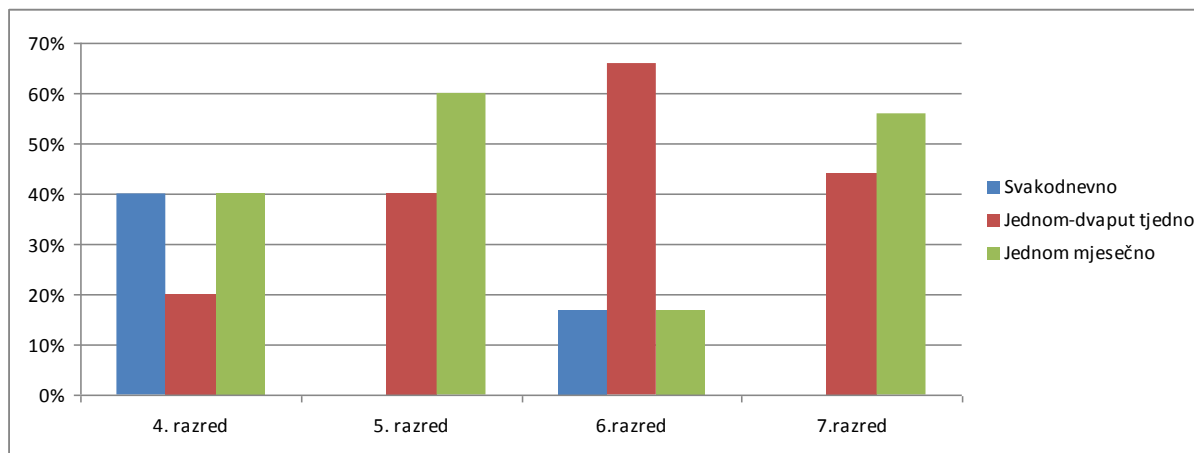
### 5. 1. Preferiranje vizualnih u odnosu na tekstualnu informaciju Google generacije



Grafikon 1. Čitanje u slobodno vrijeme

Ispitanici učenici OŠ "Skrad" pokazuju još uvijek visok stupanj kulture čitanja: naime, 80 % učenika u 4. i 5. razredu te 83 % u 6. razredu čita u slobodno

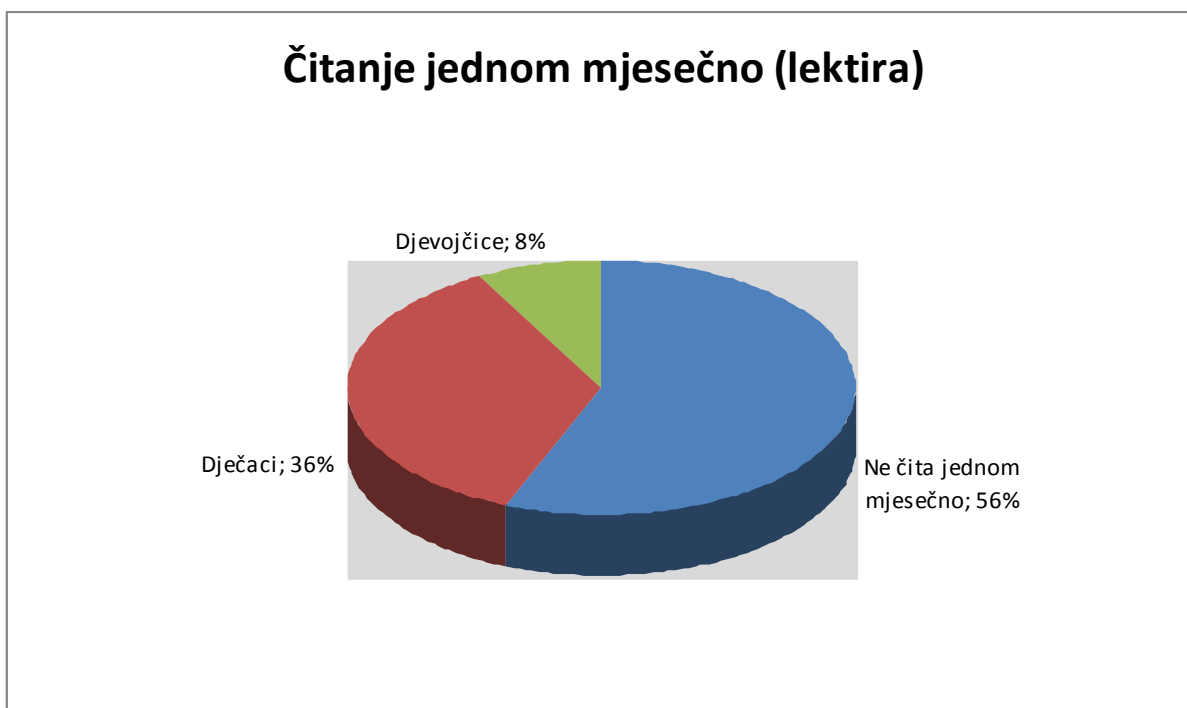
vrijeme, dok su u 7. razredu rezultati već polarizirani pa tako 56 % učenika čita, 44 % ne. Zanimljiv je podatak kako glavninu nečitatelja čine dječaci.



Grafikon 2. Učestalost čitanja

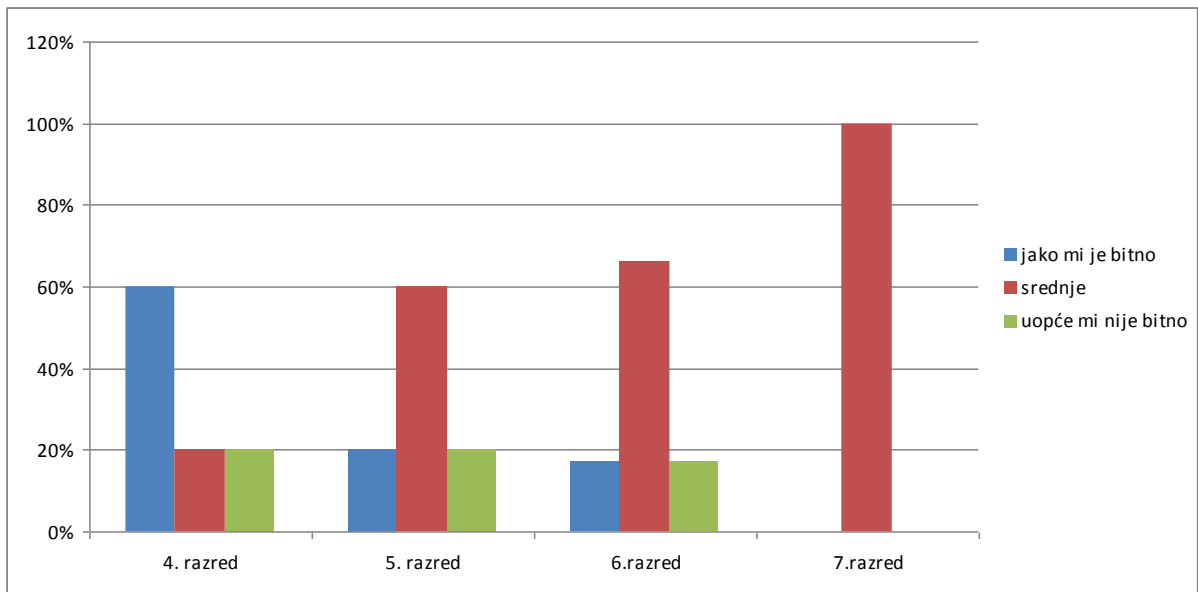


Grafikon 3. Svakodnevno čitanje



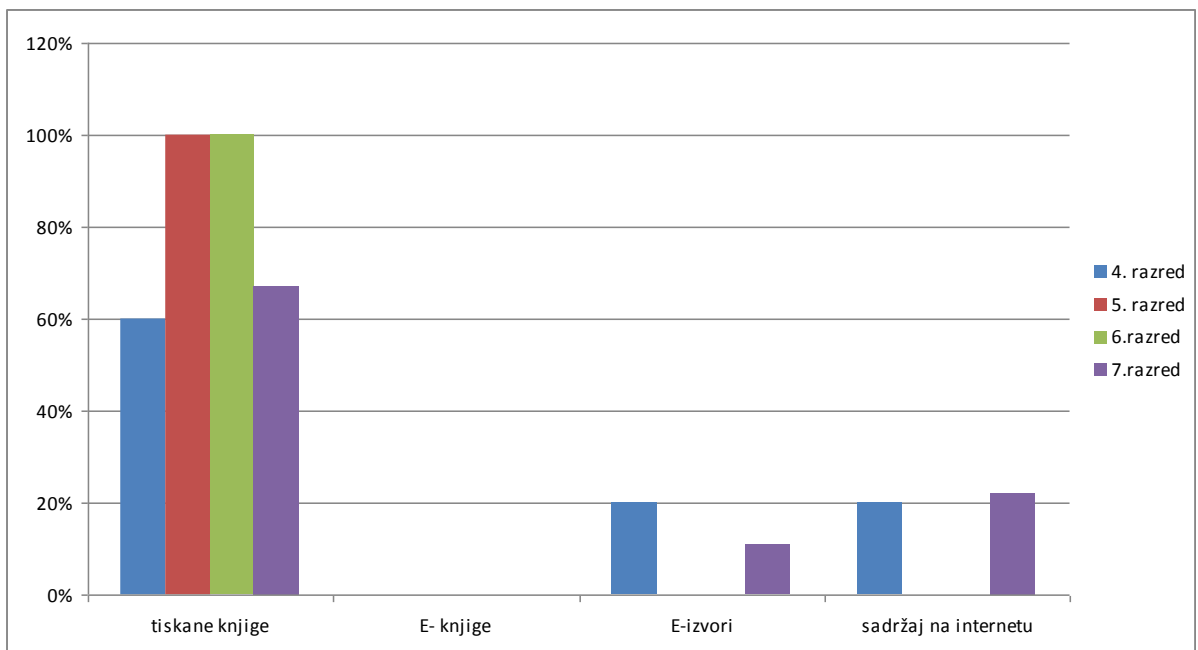
Grafikon 4. Čitanje jednom mjesečno

Svakodnevno čitanje prevladava u nižim razredima: u 4. razredu 40 % ispitanica (dok 40 % ispitanih dječaka čita samo mjesečnu lektiru), 5. i 6. razred čitaju uglavnom jednom-dvaput tjedno ili samo lektiru, dok u 7. razredu potupno izostaje svakodnevno čitanje: 44 % ispitanika čita jednom-dvaput tjedno, a 56 % samo lektiru, ponovno dominiraju dječaci (80 %).



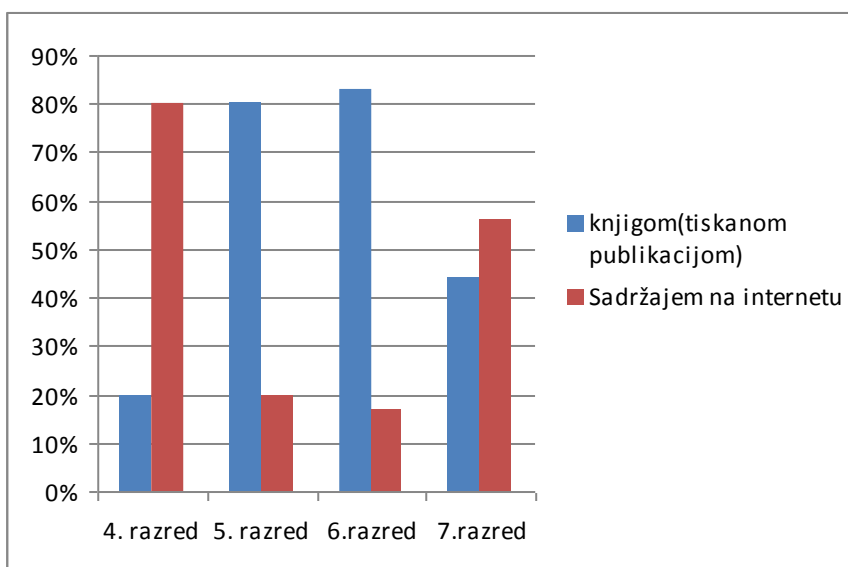
Grafikon 5. Važnost čitanja u učenikovu životu

Čitanje je kao aktivnost jako važno ispitanim učenicima 4. razreda (u većem omjeru ispitanicama), dok ispitanici 5. i 6. razreda uglavnom odabiru srednju vrijednost važnosti, u 7. je razredu ona jedini odabir. Među odgovorima *Uopće mi nije važno* ponovno dominiraju ispitanici dječaci.

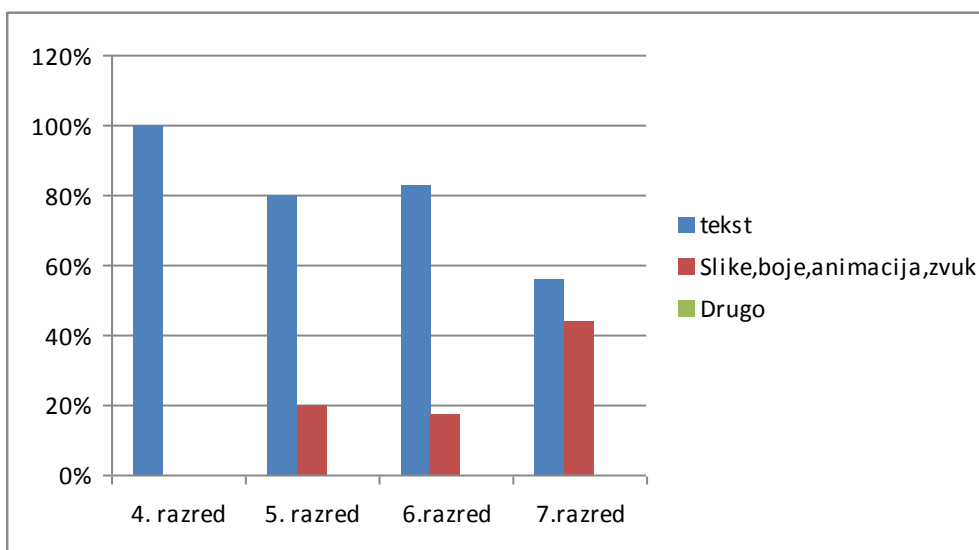


Grafikon 6. Medij za čitanje sadržaja za učenje

Skolnost čitanju tiskane knjige izrazilo je 77 % ispitanih učenika, dok tek rijetki posežu za e-izvorima ili sadržajem na internetu. U izvršavanju školskog zadatka ispitanici 4. razreda radije će sadržaj čitati na internetu, dok će ispitanici 5. i 6. razreda prije posegnuti za tiskanom publikacijom. Među ispitanim učenicima 7. razreda podjednaka je tendencija sklonosti čitanja tiskane knjige i internetskoga sadržaja. Nitko od ispitanih učenika ne čita e-knjige.

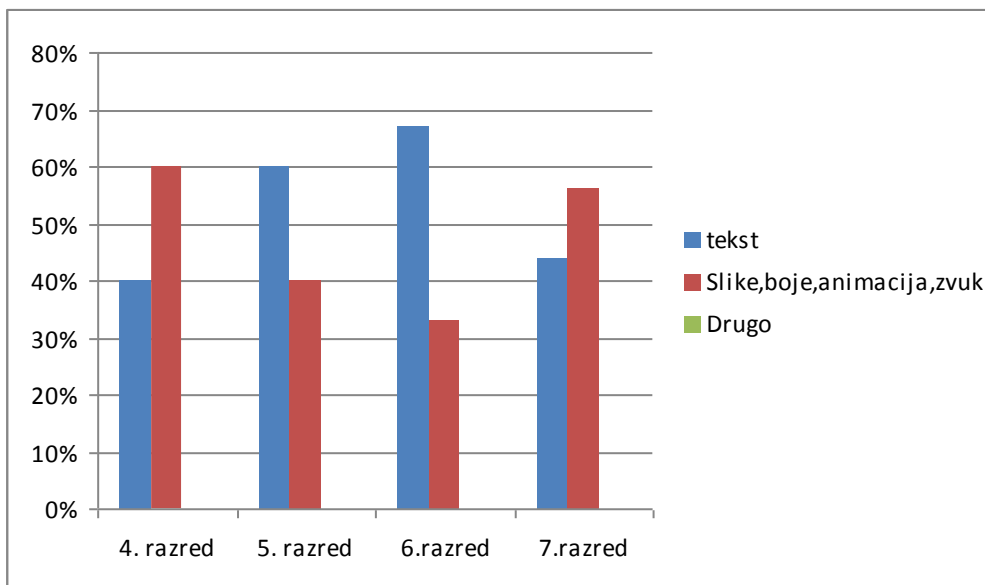


Grafikon 7. Izvor za izvršavanje školskih zadataka



Grafikon 8. Usmjerenost pažnje pri pregledavanju mrežne stranice

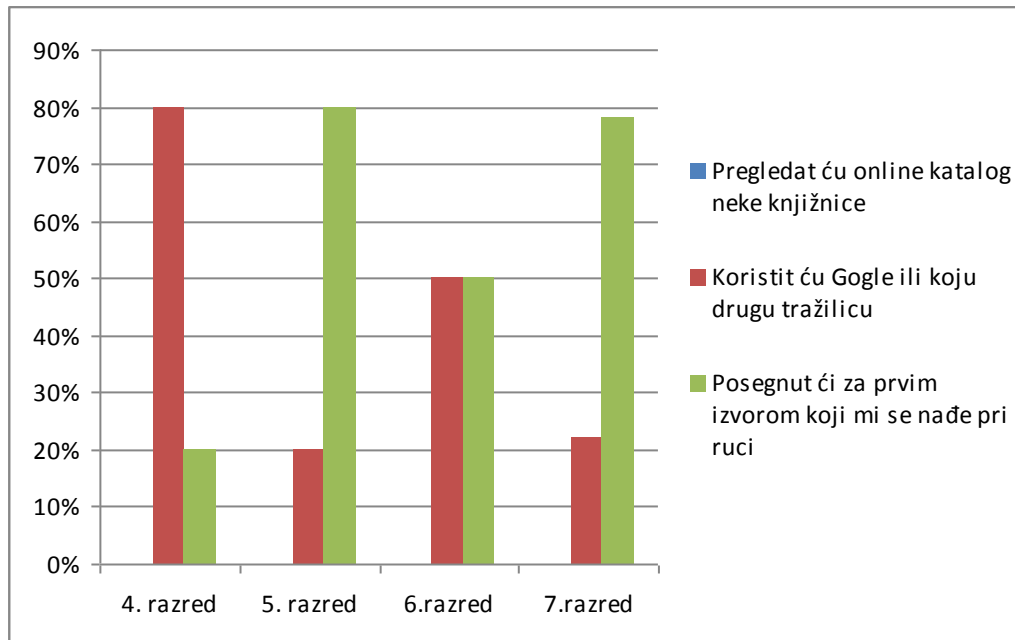
Pri pregledavanju neke mrežne stranice ispitanim učenicima 4., 5. i 6. razreda isključivo će ili uglavnom (73 %) pažnju privući tekst, dok je kod ispitanih učenika 7. razreda ponovno izražena polarizacija: njih 56 % privući će tekst, a 44 % slika, boja, zvuk i sl.



Grafikon 9. Razlog ponovnog vraćanja pregledavanoj mrežnoj stranici

Ono što će ih ispitivane učenike ponovno vratiti pretraživanoj mrežnoj stranici ukazuje na nešto drugačiji rezultat: otprilike polovicu svih ispitanika privući će tekst, a ostalu polovicu slika, zvuk i sl.

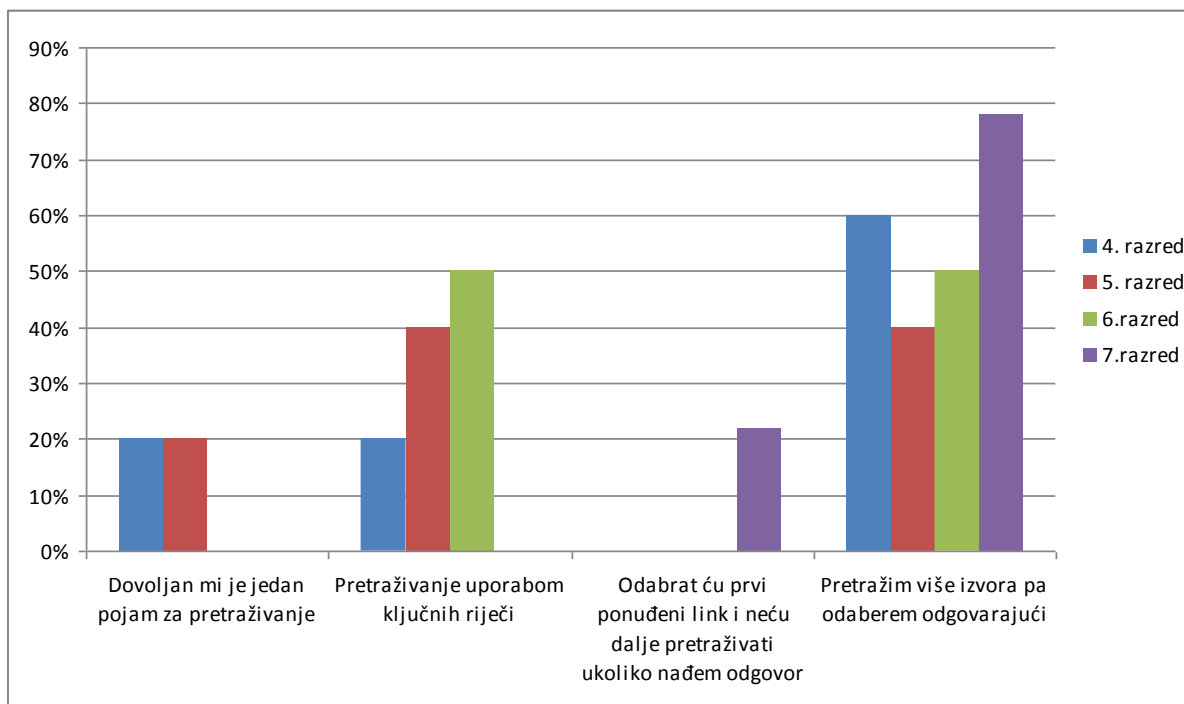
## 5. 2. Raznolika i zabavna iskustva pri samostalnome učenju i podučavanju Google generacije



Grafikon 10. Informacijsko ponašanje učenika tijekom obavljanja školske zadaće/zadatka

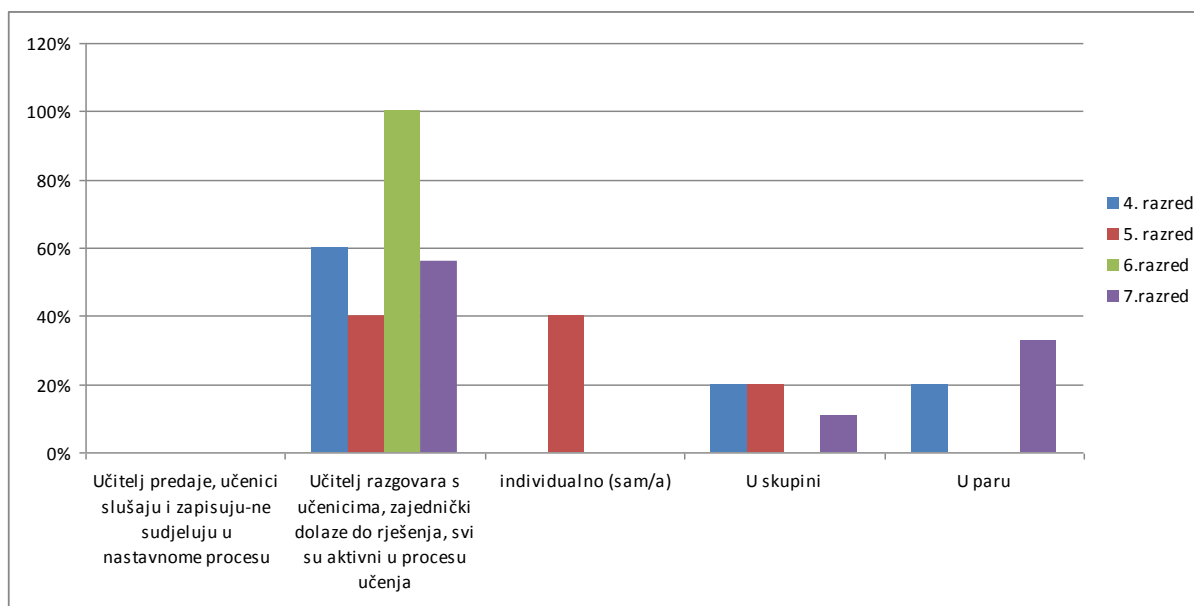
*Ispitanici učenici* uglavnom koriste tražilicu Google ili pak prvi izvor koji im se nađe pri ruci kako bi obavili školski zadatak i došli do relevantne informacije što se podudara i s rezultatima istraživanja Rowlandsa i Williamsa. Google ili koju drugu tražilicu koristit će: 80 % ispitanika 4. raz., 20 % ispitanika 5. raz., 50 % 6. raz. i 22 % ispitanih učenika 7. raz., dok će za prvim izvorom pri ruci posegnuti: 20 % ispitanih učenika 4. raz., 80 % ispitanika 5. raz., 50 % ispitanika 6. raz. i 78 % ispitanih učenika 7. raz.





Grafikon 11. Strategije pretraživanja izvora za učenje/obavljanje školskoga zadatka

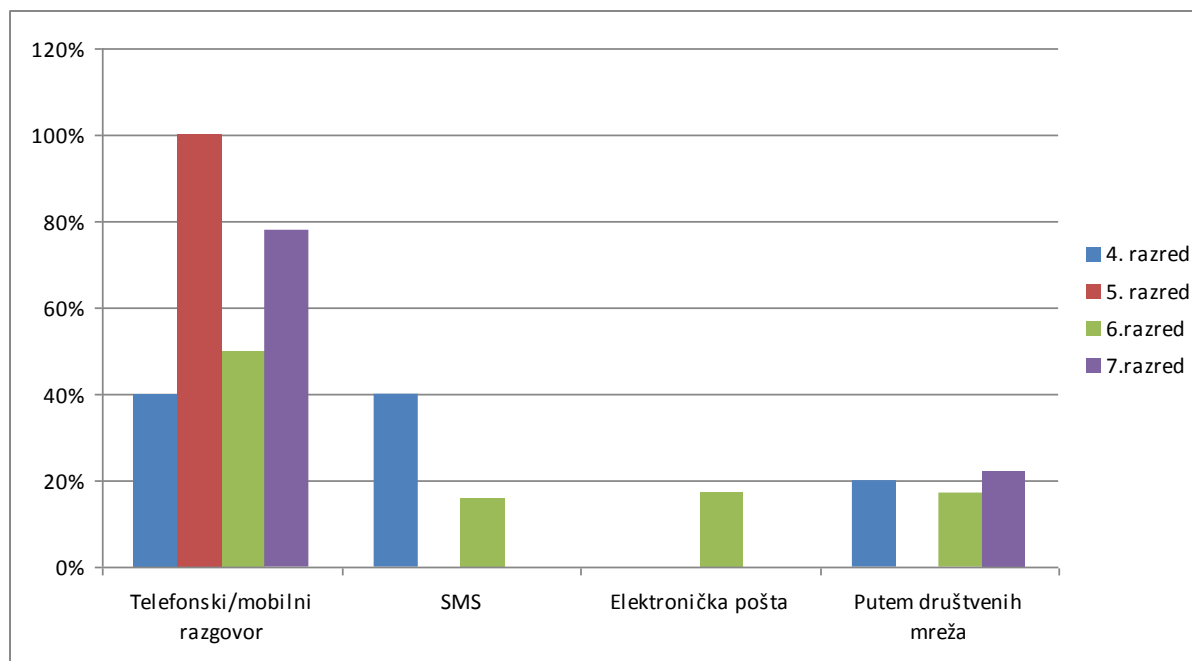
Strategija pretraživanja ukazuje na nešto drugačije informacijsko ponašanje: većina učenika odgovara kako će pri pretraživanju koristiti različite ključne riječi da bi došli do valjane informacije te kako će pretražiti više izvora i potom odabrati koji im odgovara. Iako će viši razredi osnovne škole prije posegnuti za brzim rješenjem, prvim izvorom koji im se nađe pri ruci, pri mrežnom će pretraživanju pregledati više izvora. Konkretno, različite ključne riječi pri pretraživanju upotrijebit će 20% ispitanika 4. raz., 40 % ispitanika 5. raz. i 50 % ispitanika 6. raz., dok će 60 % ispitanika 4. raz., 40 % ispitanika 5. raz., 50 % ispitanika 6. raz. i 78 % ispitanika 7. raz. izjasnilo kako će uvijek pretražiti više izvora, potom odabrati odgovarajući. Tek će 22 % ispitanih učenika 7. raz. odabrati prvu ponuđenu poveznicu i 20 % ispitanih učenika 4. i 5. raz. upotrijebit će samo jedan ključni pojam tijekom pretrage.



Grafikon 12. Načini učenja

Najveći broj ispitanih učenika izrazio je kao omiljen način učenja aktivno učenje (što bi trebalo odlikovati Google generaciju), no rezultati istraživanja pokazuju kako su i dalje su skloniji frontalnome obliku rada, tj. tradicionalnim nastavnim oblicima pomoću kojih učenici vođeni učiteljem zajednički dolaze do rješenja (u 4. razredu 60 % ispitanika; u petom razredu 67 % ispitanika; u šestom svi ispitanici, u sedmom razredu 57 % ispitanika). Ispitani učenici četvrtoga i sedmoga razreda vole raditi u skupini ili paru kao obliku rada, dok su ispitanici učenici petoga razreda jedini izrazili individualni oblik rada kao poželjnu opciju.

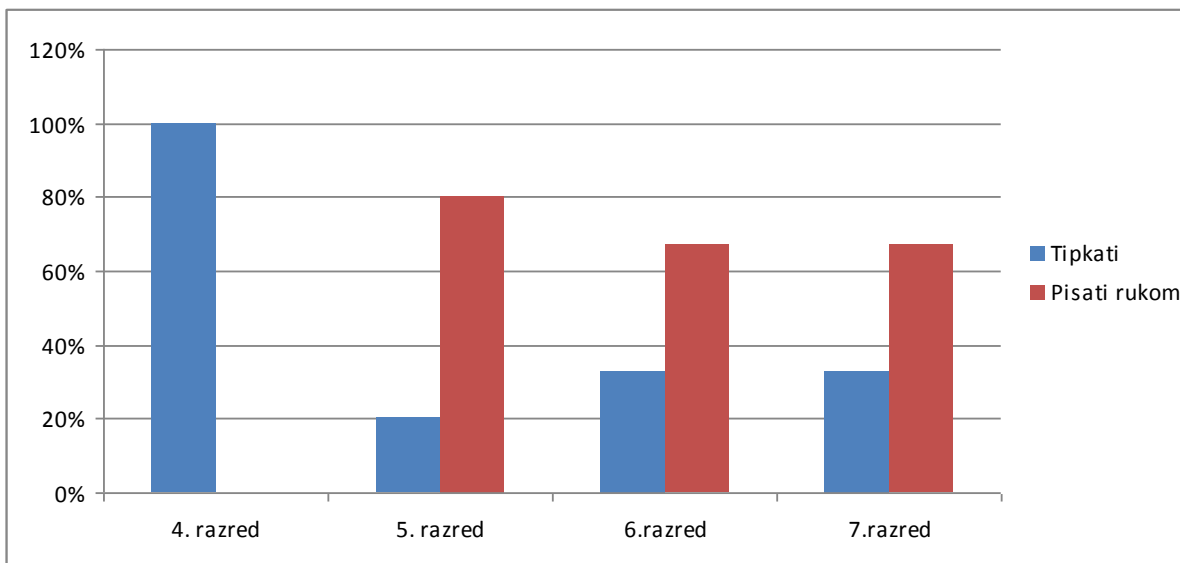
### 5. 3. Preferiranje digitalnih oblika komunikacije Google generacije



Grafikon 13. Oblici komunikacije

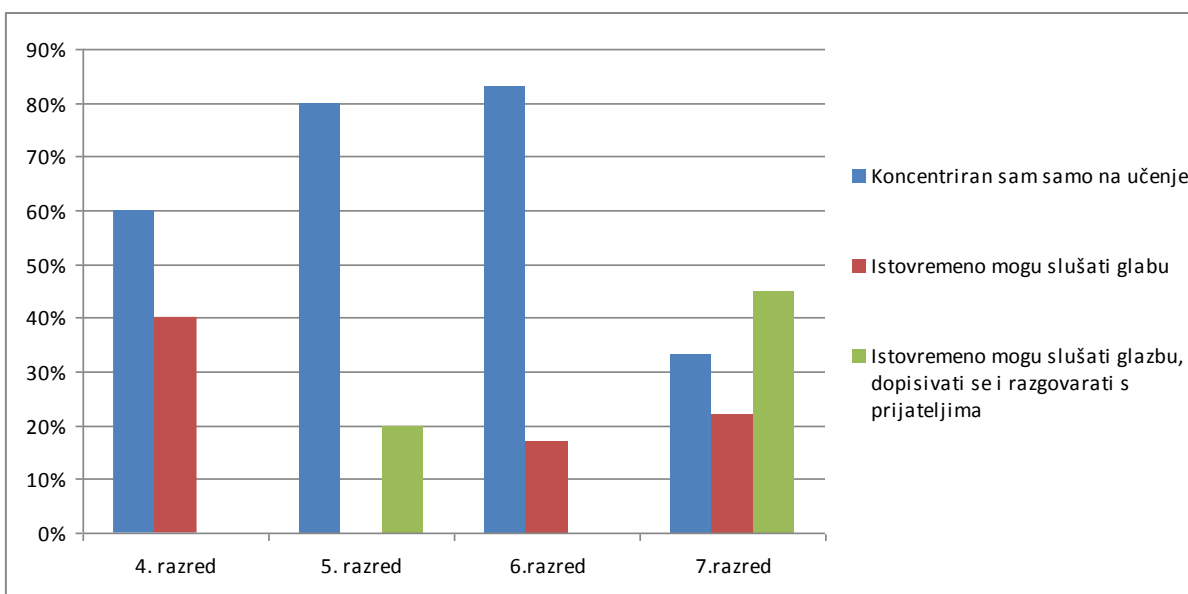
Većina je ispitanih učenika odabrala pisanje kao primarni način pisane komunikacije (70 % ispitanih učenika od 5. do 7. razreda). Ispitanici četvrtoga razreda ponovno pokazuju informacijsko ponašanje bliže modernoj Google generaciji - naime svi su odabrali tipkanje kao preferirani oblik pisanja.

Ispitani učenici petoga razreda, velik dio šestoga razreda te gotovo cijeli sedmi razred, odabrao je razgovor telefonom/mobitelom kao prvi izbor načina komunikacije, dok ispitanici četvrtoga razreda pokazuju jednaki interes prema razgovoru kao i prema komuniciranju sms-porukama. Tek su rijetki odabrali društvene mreže kao način komuniciranja.



Grafikon 14. Način pisanja

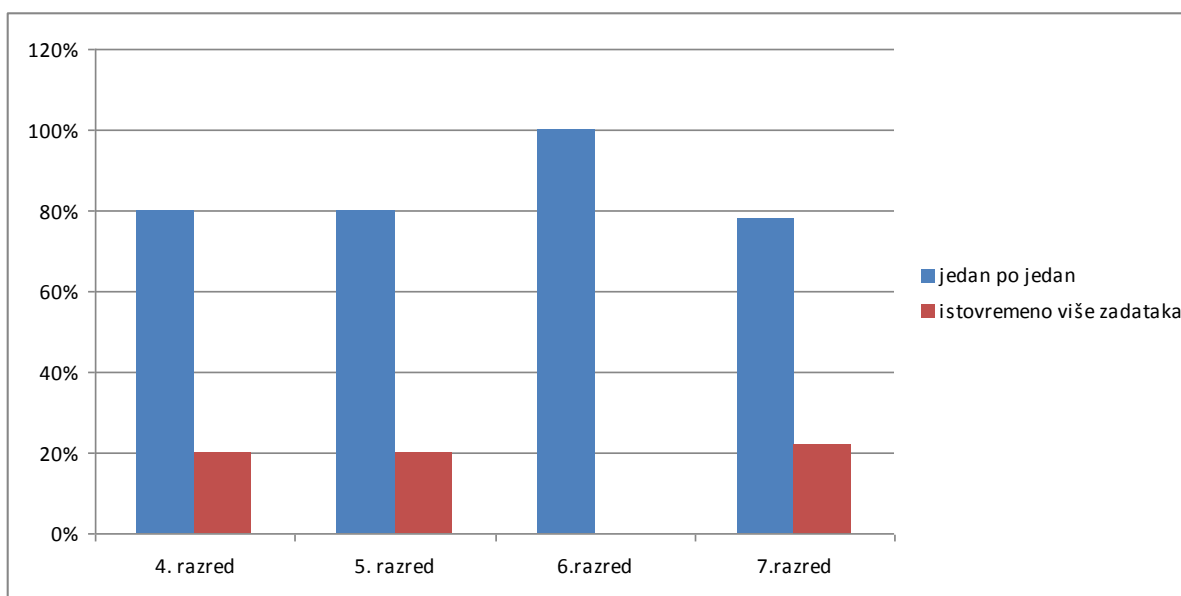
#### 5. 4. Izvrsnost obavljanja višestrukih zadataka Google generacije



Grafikon 15. Simultanost izvršavanja zadataka

Ispitani učenici petoga i šestoga razreda koncentrirani su uglavnom na jedan zadatak tijekom učenja i više vole rješavati zadatak po zadatak, dok su ispitani učenici četvrtoga razreda gotovo podjednako izrazili kako dio ispitanika više

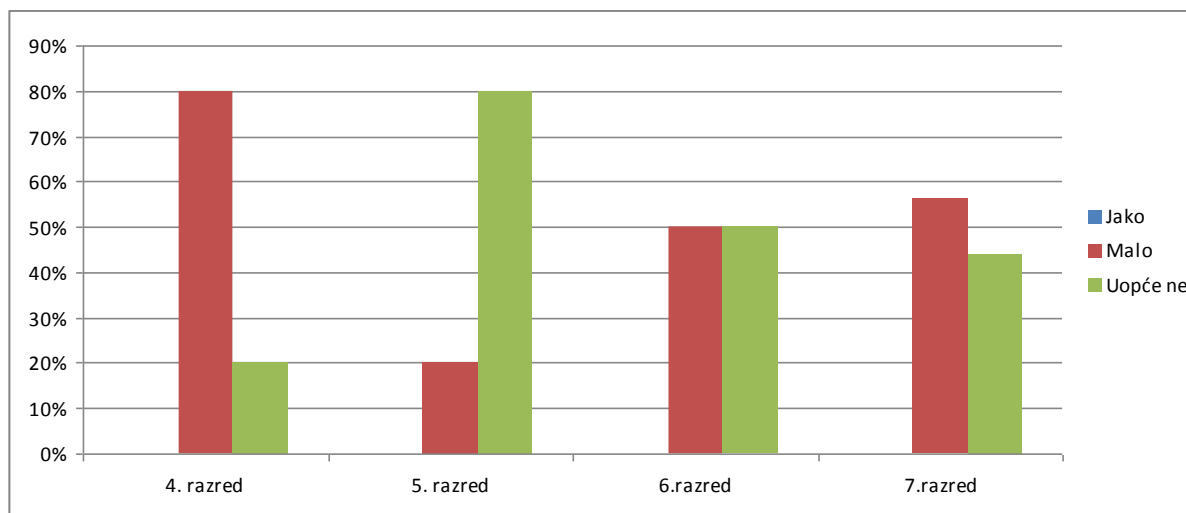
voli biti koncentriran na jedan zadatak dok drugi dio ispitanika može istovremeno slušati muziku. Iako je 80 % ispitanih učenika izrazilo kako preferira izvršavati jedan po jedan zadatak, ispitanici sedmoga razreda pokazuju drugačije informacijsko ponašanje: 44 % ispitanih učenika može istodobno slušati glazbu, dopisivati se i razgovarati s prijateljima, 33 % ispitanika bit će koncentrirano samo na jedan zadatak, a njih 22 % može slušati glazbu dok izvršava neku školsku obvezu. 78 % ispitanih učenika izabralo je izvršavanje jednog po jednog zadatka u odnosu prema istovremenome izvršavanju više zadataka.



Grafikon 16. Način rješavanja zadataka

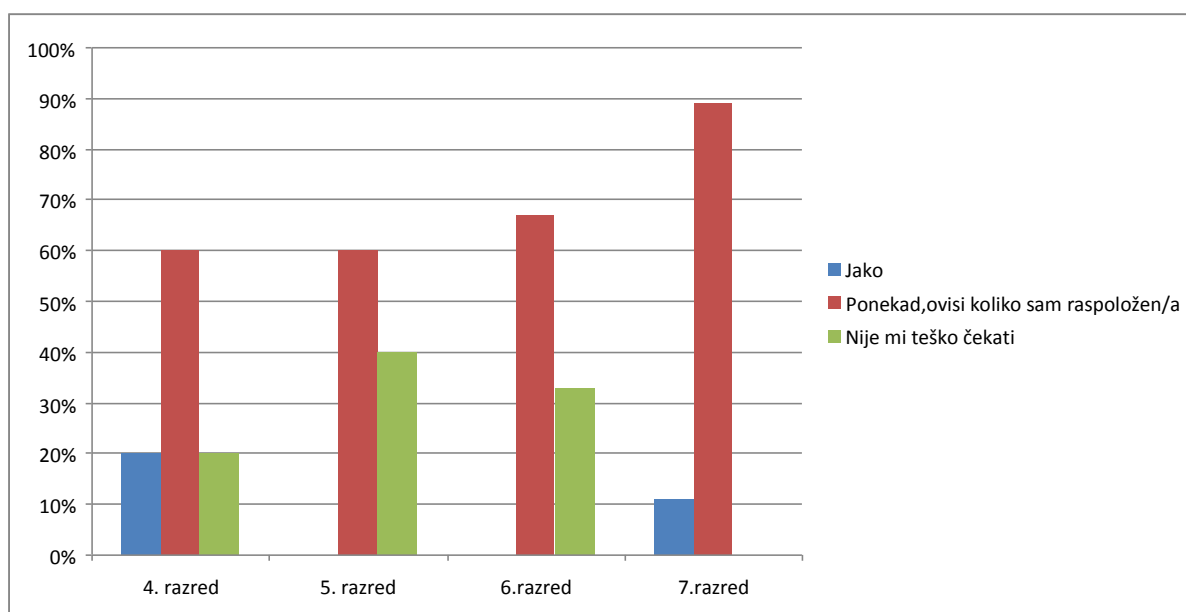
Većina ispitanih učenika svih razreda rješavat će zadatke jedan po jedan, umjesto istovremeno rješavanje više zadataka: 80 % ispitanih učenika 4. raz., 80 % ispitanih učenika 5. raz., 100% ispitanih učenika 6. raz., 78 % ispitanih učenika 7. raz.

## 5. 5. Trenutno i neodgodivo zadovoljenje potreba za informacijama i zabavom Google generacije



Grafikon 17. Napetost i nervoza tijekom čekanja

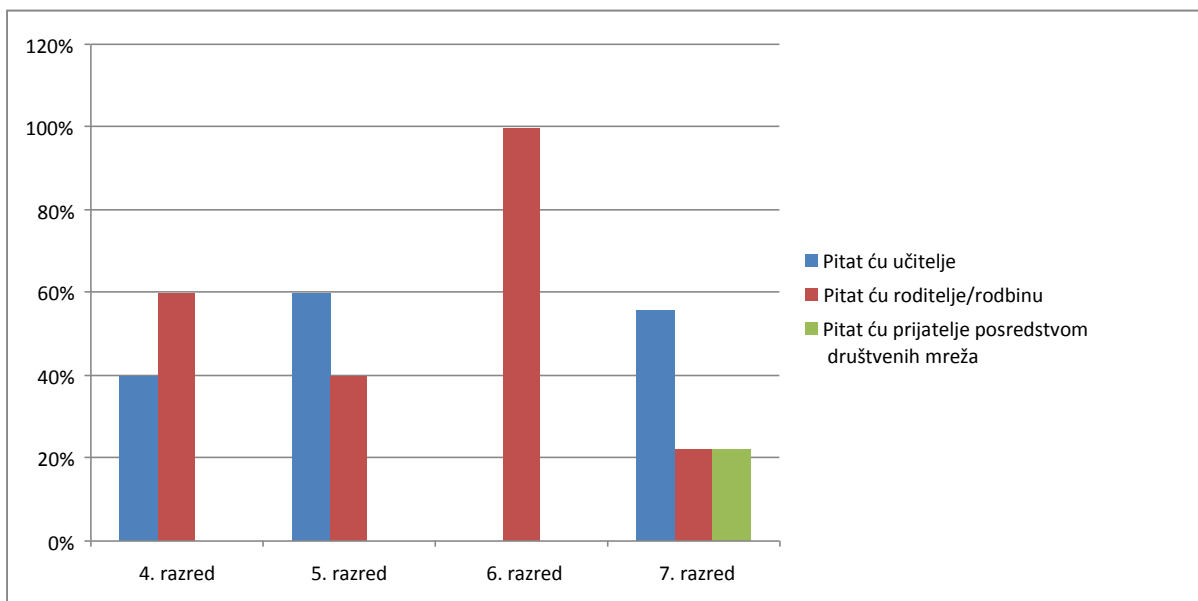
Pri ispitivanju količine napetosti i nervoze u situaciji čekanja - podjedanko su se opredijelili za odgovore kako im smeta malo (50 % ispitanih učenika) ili uopće ne (46 % ispitanih učenika). Drugim riječima, nikome ne stvara veliku napetost i nerovzu kada su u situaciji da moraju čekati red.



Grafikon 18. Tolerancija na kašnjenju

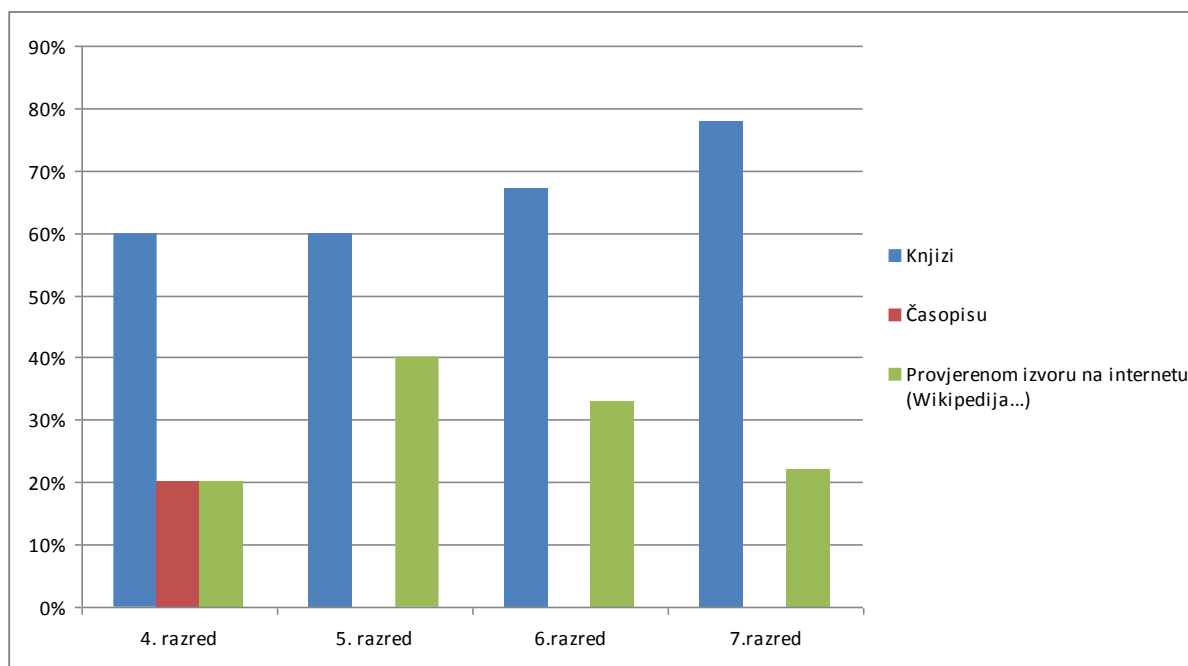
26 % ispitanih učenika iskazuje kako im kašnjenje uopće ne smeta ili pak ovisi o njihovom trenutnom raspoloženju (69 % ispitanih učenika), dok je tek 8 % ispitanih učenika izrazilo da im kašnjenje jako smeta.

#### 5. 6. Visoka razina povjerenja pripadnika Google generacije prema vršnjacima kao vjerodostojnim izvorima informacija



Grafikon 19. Provjera točnosti informacije

Ispitanici iskazuju visoku razinu povjerenja prema učiteljima i roditeljima, kao i prema rodbini te će za provjeru točnosti informacija tijekom izvršavanja kakvoga školskog zadatka povjeriti upravo njima (tek će 8 % ispitanih učenika točnost informacije provjeriti na internetu).

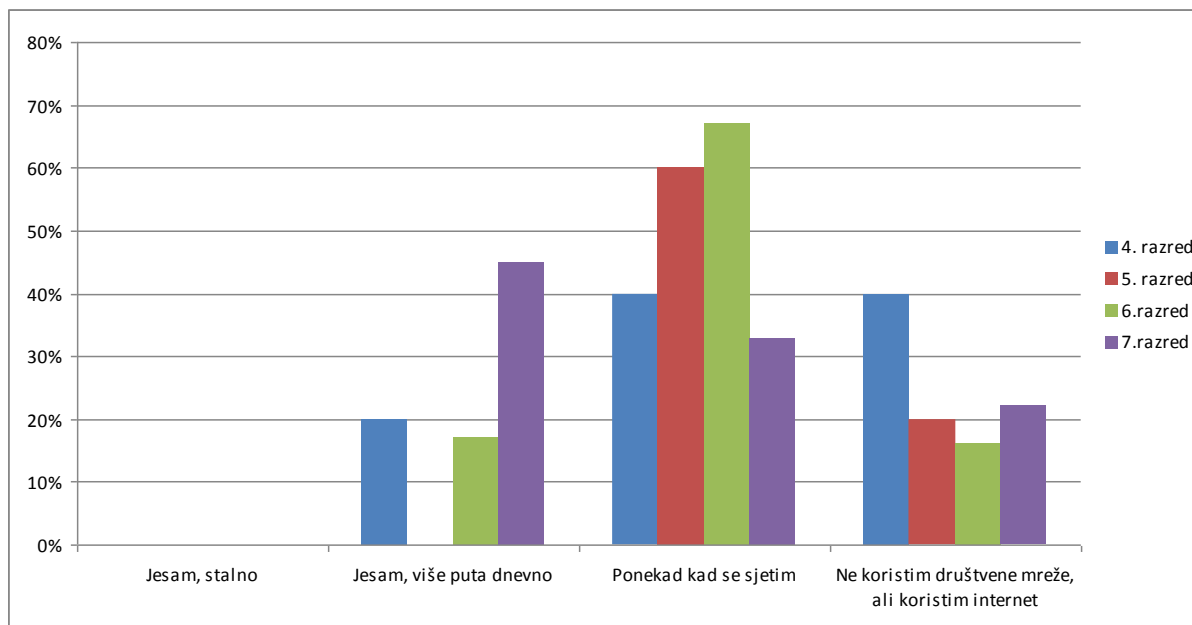


Grafikon 20. Izvor za provjeru točnosti informacije

Većina će ispitanih učenika posegnuti za tiskanim izvorom (uglavnom knjigom), prije nego li za provjerenim internetskim izvorom (68 % ispitanih učenika). 60 % ispitanih učenika odabrat će tiskanu knjigu, a 20 % ispitanih učenika časopis u 4. raz. U 5. raz. 60 % ispitanih učenika odabrat će tiskanu knjigu, kao i 67 % ispitanika 6. raz. te 78 % ispitanika 7. raz.

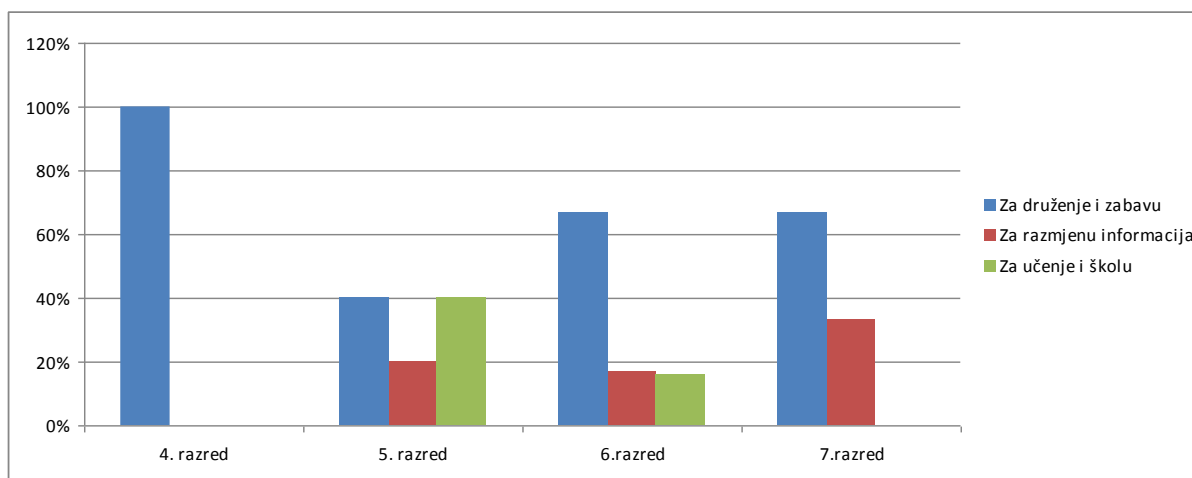


## 5. 7. Potreba Google generacije za stalnom povezanošću internetom te društvenim mrežama



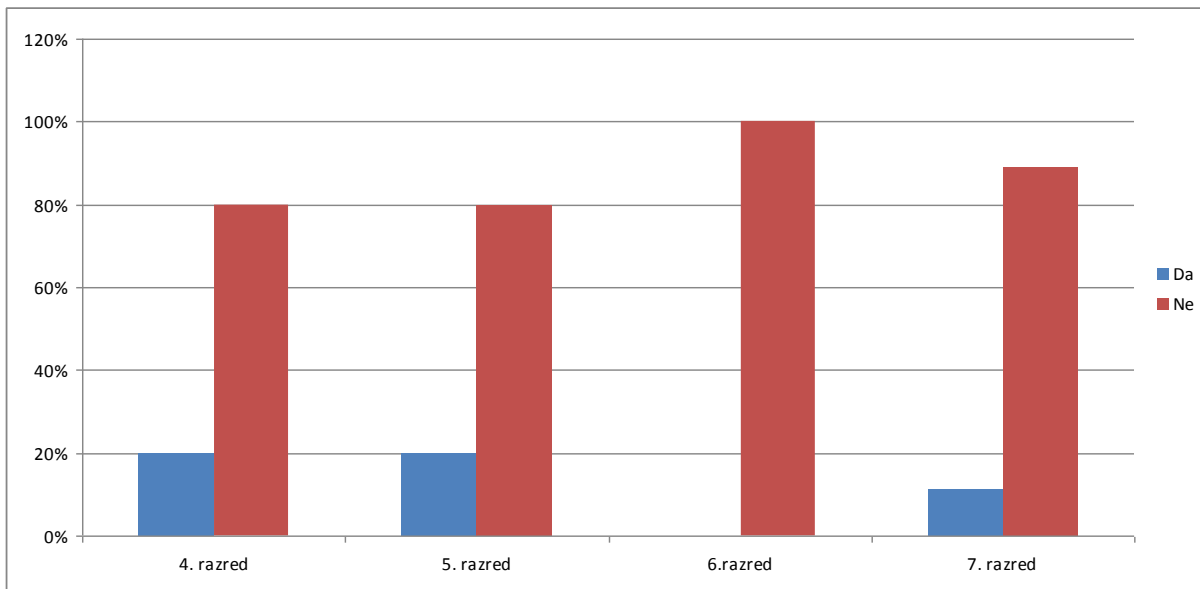
Grafikon 21. Povezanost internetom, osobito društvenim mrežama

Nijedan ispitanik nije odabrao odgovor kako mora stalno biti "konektiran"; 24% ispitanika povezuje se više puta dnevno (uglavnom ispitanici sedmoga razreda) dok je većina ispitanih učenika povezana samo ponekad, kad se sjeti, a neki čak i ne koriste društvene mreže (28 % ispitanika).



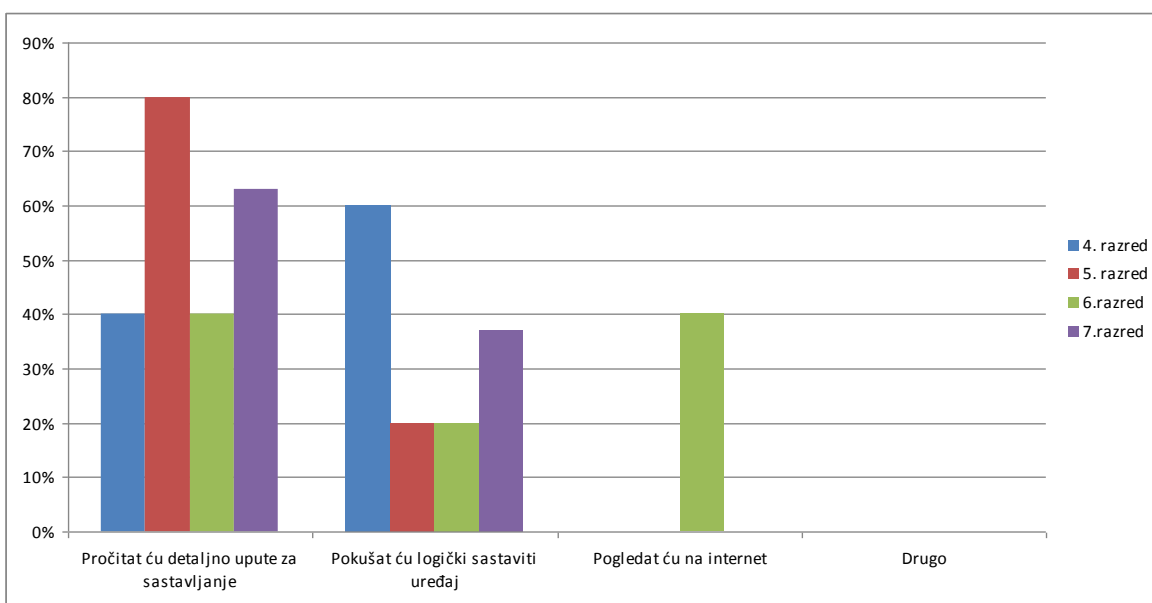
Grafikon 22. Svrha korištenja društvenih mreža

68 % ispitanika koristi društvene mreže zbog druženja i zabave (ispitanici 4. raz. isključivo), 16 % ispitanih učenika radi razmjenjivanja informacija (20 % ispitanika), a samo 12 % ispitanih učenika koristi društvene mreže u obrazovne svrhe (5. i 6. razred).



Grafikon 23. Ovisnost o internetu

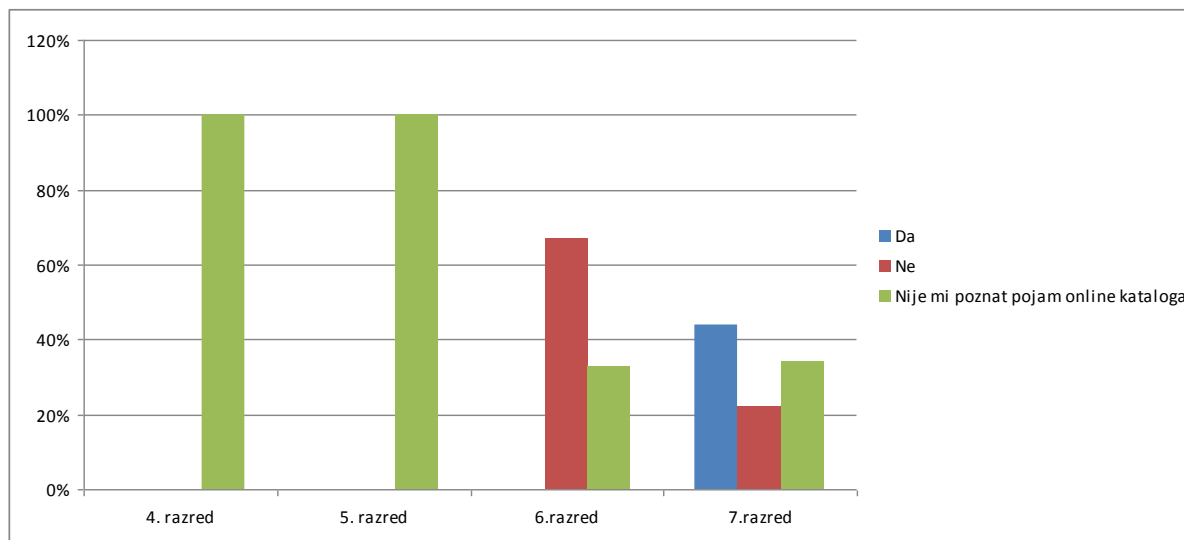
88 % ispitanika odgovorilo je kako se ne smatra ovisnikom o internetu.



Grafikon 24. Informacijsko ponašanje tijekom rješavanja konkretnoga zadatka

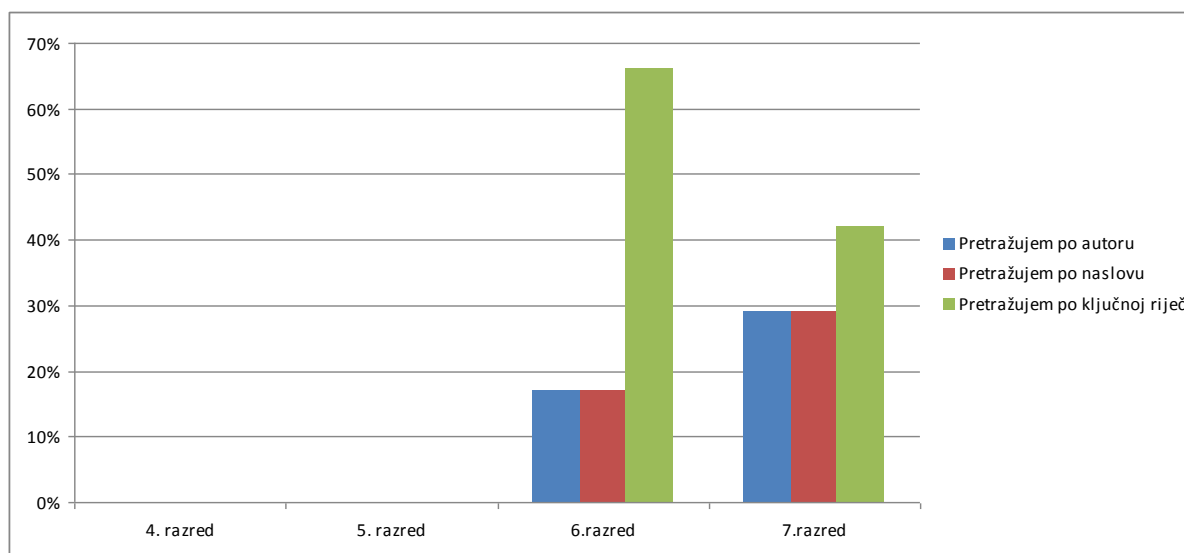
Koliko su ispitanici skloni detaljno čitati upute kako bi obavili konkretni zadatak ili bi radije potražili brzo i efikasno rješenje pokazuje rezultat ankete - učenike se pitalo koji bi postupak odabrali u slučaju da moraju sastaviti kakav uređaj. Rezultati su raznovrsni i razlikuju se po razredima, no najmanji bi broj učenika odabrao brzo rješenje (koje se očekuje u skladu s postavljenom tezom), njih svega 8 %. 40 % ispitanih učenika četvrtog razreda detaljno bi pročitale uputu za sastavljanje uređaja, dok bi njih 60 % pokušalo logički sastaviti, metodom pokušaja i pogrešaka. Blisko je to informacijsko ponašanje ispitanicima sedmoga razreda u kojemu će 56 % ispitanih učenika detaljno pročitati uputu, a njih će 33 % pokušati logički riješiti problem. Ispitanici petoga razreda pokazuju sklonost detaljnom čitanju uputa dok će u šestome razredu podjednak broj ispitanih učenika pročitati detaljno uputu, dok će druga polovica ispitanika rješenje potražiti na internetu. Samo će 17 % ispitanih učenika pokušati logički sastaviti uređaj.

## 5. 8. Sklonost Google generacije biranju brzih i kratkih informacija u odnosu na cjelovite tekstove



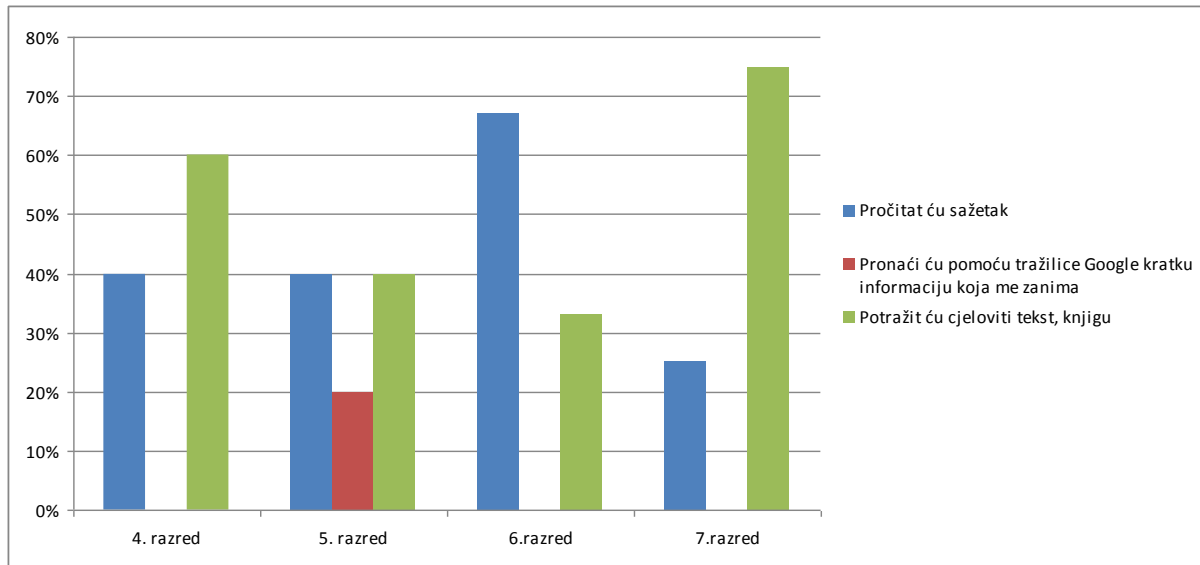
Grafikon 25. Korištenje online kataloga

Samo 16 % ispitanih učenika čulo je za pojam online katalog, međutim nitko ga ne koristi, osobito ne za pretraživanje relevantnih izvora za učenje i školu.



Grafikon 26. Strategije pretraživanja online kataloga

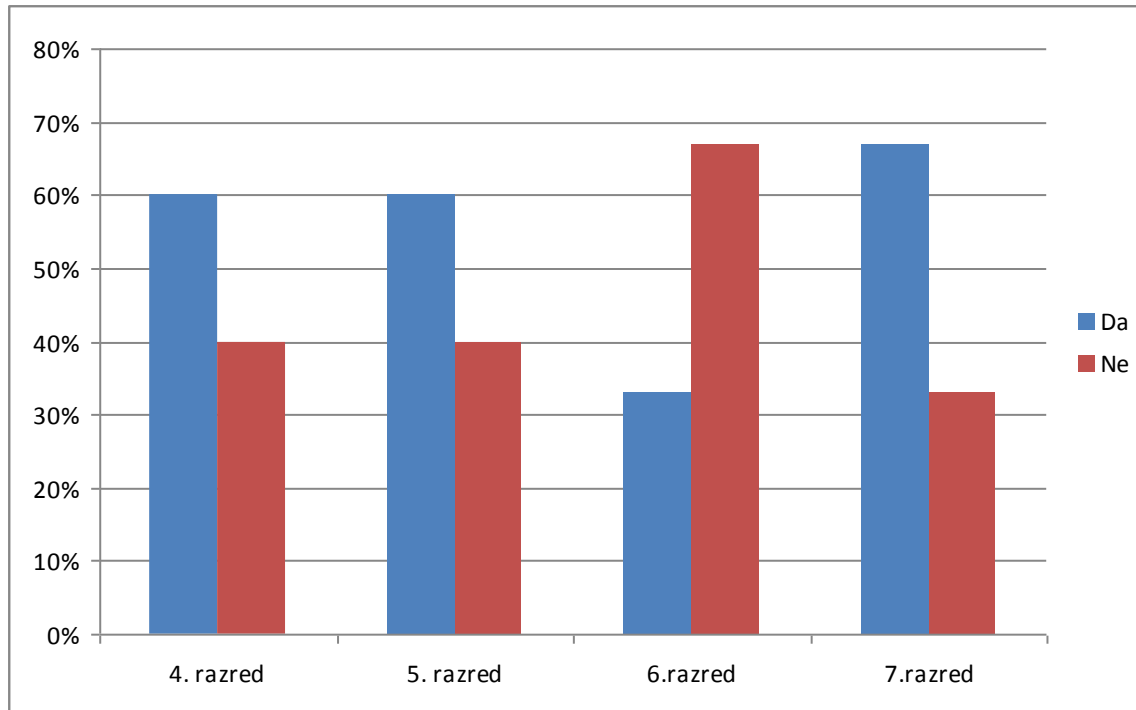
52 % ispitanika izjasnilo se o svojim strategijama pretraživanja online kataloga, međutim očito je došlo u ovome dijelu do semantičke pogreške i nerazumijevanja pitanja u 6. i 7. razredu. Naime, isti su učenici na prethodno pitanje odgovorili niječno, tj. kako ne koriste katalog ili kako im pojam nije poznat. Stoga će se rezultati ovoga anketnog pitanja zanemariti.



Grafikon 27. Informacijsko ponašanje radi boljega uvida u sadržaj knjige

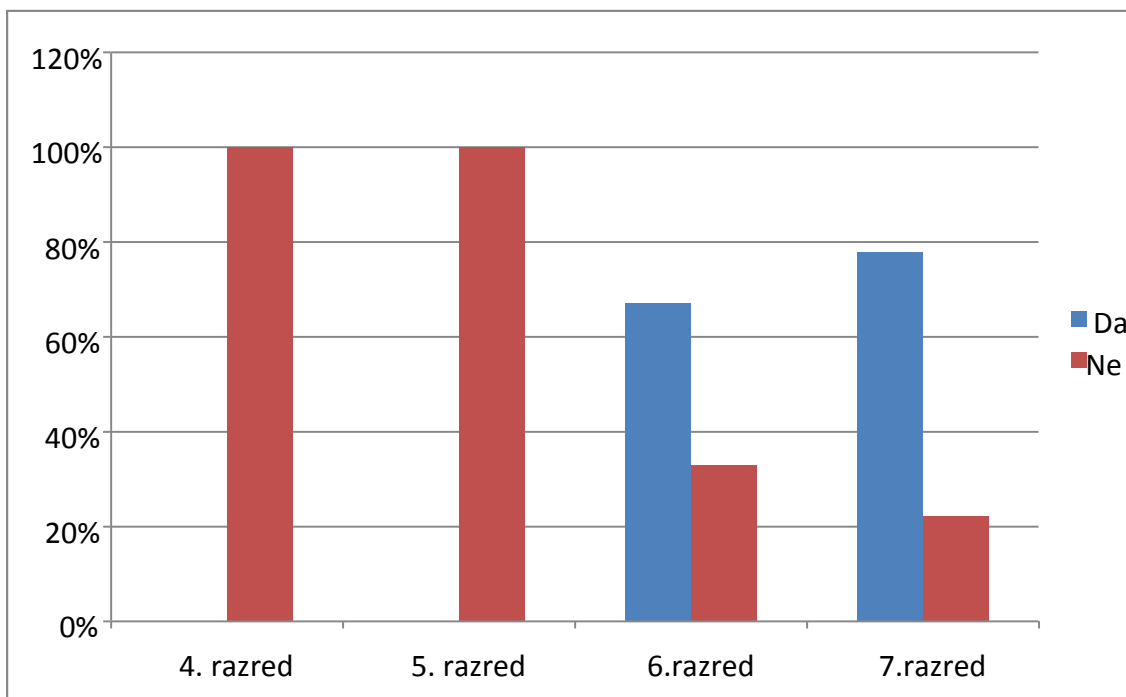
52 % ispitanih učenika potražiti će cjeloviti tekst ili knjigu kako bi dobili bolji uvid u sadržaj dok će njih 40 % pročitati samo sažetak. Ispitanici četvrtoga i petoga razreda podjednako će posegnuti za sažetkom kao i za cjelovitim tekstom (uglavnom ispitani dječaci i jedna ispitana djevojčica 4. r.). U šestom razredu dominira izbor za sažetkom (i to sve ispitani dječaci), dok u sedmome radije odabiru cjeloviti tekst (sažetak ponovno radije biraju ispitani dječaci). Bilo bi za očekivati da će pripadnici Google generacije najprije posegnuti za nekom tražilicom kako bi što prije dobili željene odgovore, no samo se jedan ispitanik (dječak) odlučuje za takvo informacijsko ponašanje.

## 5. 9. Slabo poznavanje i nepoštivanje pravila vezanih uz pojam intelektualnoga vlasništva

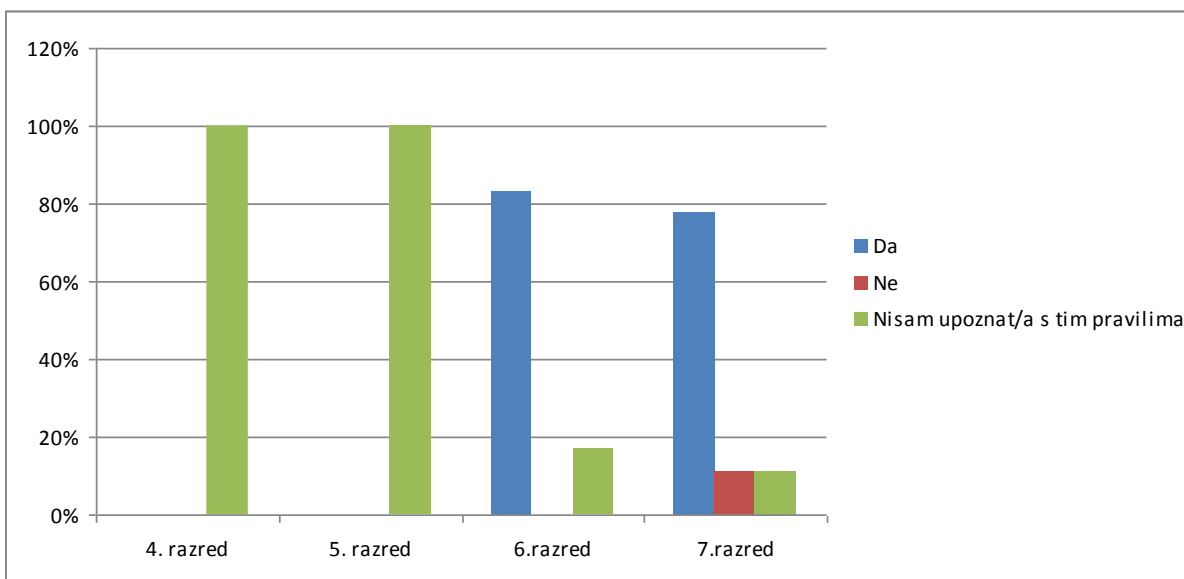


Grafikon 28. Slobodno preuzimanje glazbe s interneta.

56 % ispitanika preuzima slobodno glazbu s interneta, a isto tako 56 % ispitanika uopće nije upoznato s pojmom autorskoga prava i ne zna kako je kopiranje i slobodno preuzimanje glazbe, filmova i sl. protuzakonito. U sedmome razredu 11 % ispitanika odgovorilo je kako nije upoznato da su takvi postupci protuzakoniti, dok su ostali ispitanici 7. r. koji slobodno preuzimaju glazbu s interneta upoznati s tim pravilima (89 %). 60 % ispitanih učenika petoga razreda koji preuzimaju slobodno glazbu s interneta ne znaju kako su takve radnje protuzakonite, dok od 33 % ispitanih učenika 6. r. koji preuzimaju glazbu, njima 16, 67 % poznata je protuzakonitost takva postupka, drugome ne. Svim ispitanim učenicima 4. r nije poznata protuzakonitost slobodnoga preuzimanja glazbe s interneta.



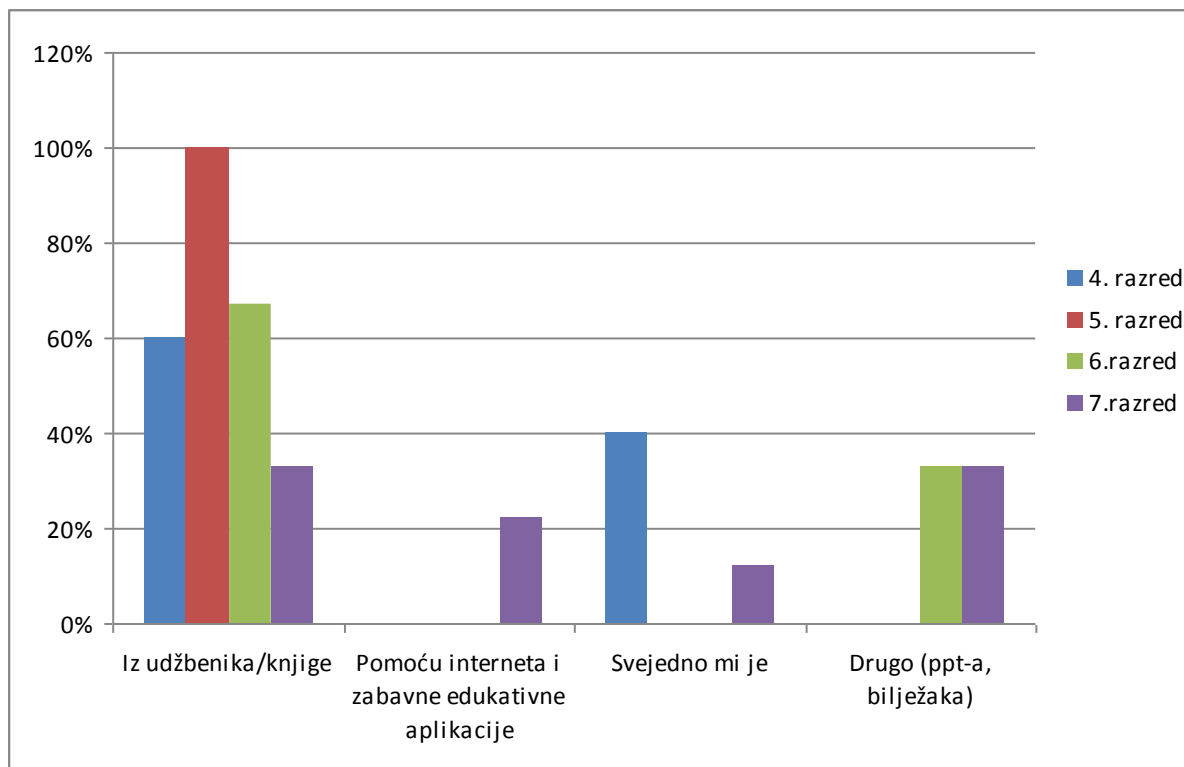
Grafikon 29. Poznavanje pojma autorskoga prava.



Grafikon 30. Poznavanje pravila citiranja.

U svezi s poznavanjem pravila citiranja i primjenu istih pri pisanju referata u osnovnoj školi, 52 % ispitanika nije upoznato s pravilima i ne primjenjuje ih (svi ispitani učenici 4. i 5. raz.), dok je druga polovina ispitanih učenika 6. i 7. raz. u većoj mjeri upoznata s istima.

## 5. 10. Nepovjerenje i nezainteresiranost Google generacije prema formatu

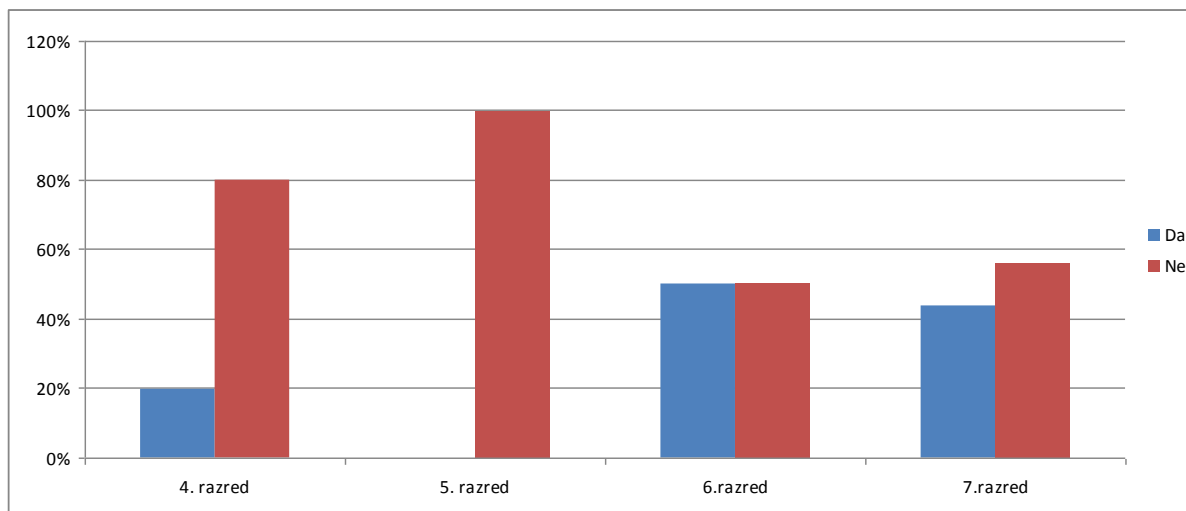


Grafikon 31. Načini učenja

Ispitanici u skradskoj školi pokazuju još uvijek veliku okrenutost tiskanoj knjizi u svrhu učenja i obavljanja školskih zadataka. Tek rezultati istraživanja u sedmome razredu pokazuju kako će 22 % ispitanih učenika učiti pomoću interneta, tj. zabavne, edukativne aplikacije, dok će u jednakom omjeru ostali ispitanici (po 33 %) učiti iz tiskane knjige ili kakvih bilježaka, ppt prezentacije i sl. U šestom će razredu 67 % ispitanih učenika učiti iz tiskane knjige, a njih 33 % iz bilježaka, dok će ispitanici petoga razreda učiti isključivo iz tiskane knjige. 60 % ispitanih učenika četvrtoga razreda izjasnilo se kako će učiti iz tiskane knjige, dok je 40 % ispitanika (dječaka) odgovorilo kako im je svejedno.

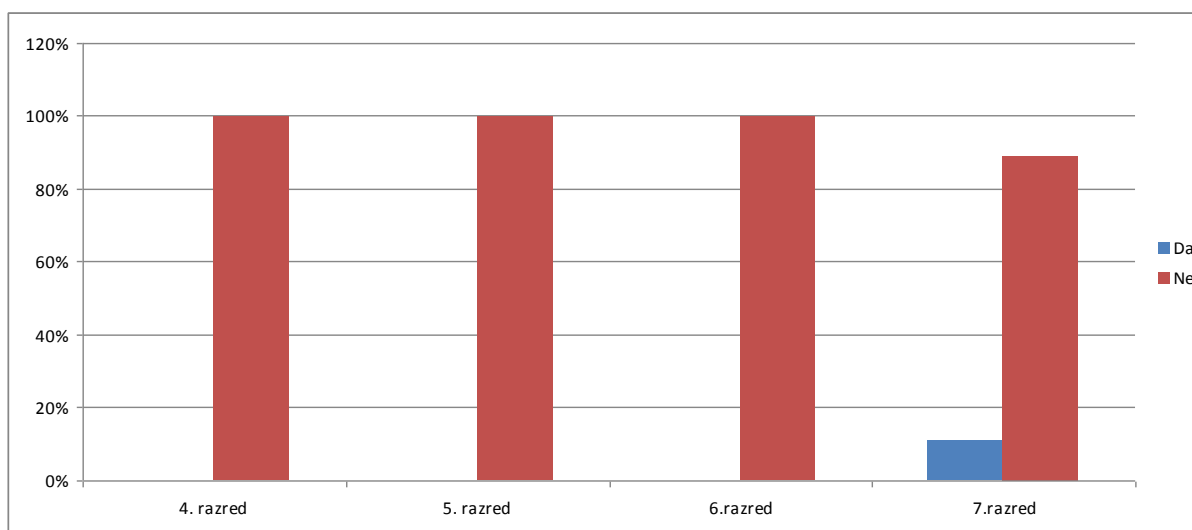


## 5. 11. Pripadnicima Google generacije virtualna stvarnost jednaka je stvarnome iskustvu

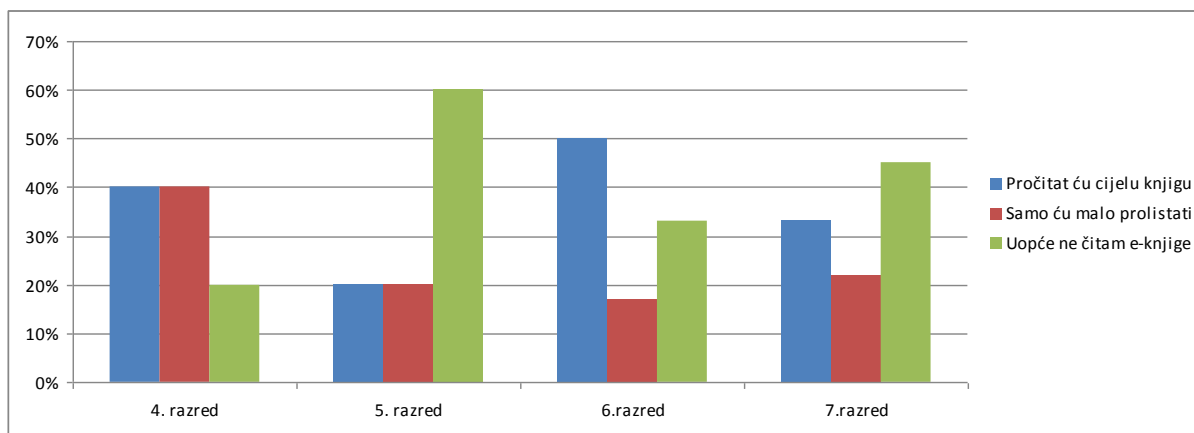


Grafikon 32. Upoznatost s pojmom virtualne/digitalne knjižnice

Samo 32 % ispitanika čulo je za pojam virtualne/digitalne knjižnice, no samo 4 % ispitanih učenika koristio je usluge digitalne knjižnice, pregledavajući neku vrstu dokumenta.

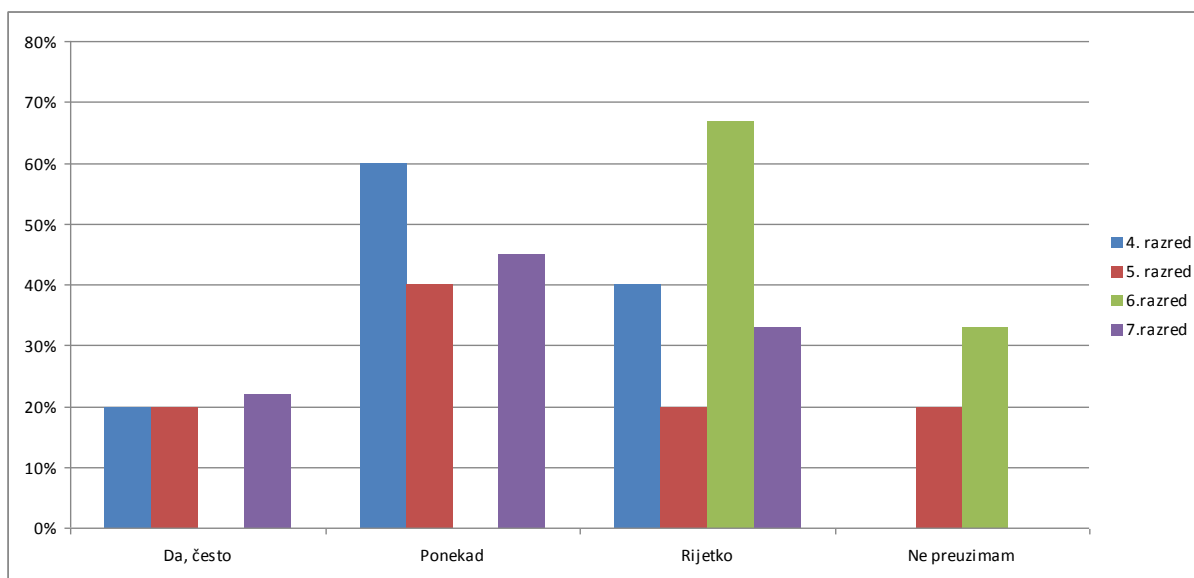


Grafikon 33. Pregledavanje dokumenata virtualne knjižnice



Grafikon 34. Pregledavanje e-knjige

Na koji bi način pristupili sadržaju e-knjige (iako ih 40 % uopće ne čita e-knjige)<sup>67</sup> kada bi ih potencijalno čitali: 24 % ispitanika samo bi malo prolistalo e-knjigu, dok bi 36 % ispitanih učenika pročitalo cijelu knjigu.

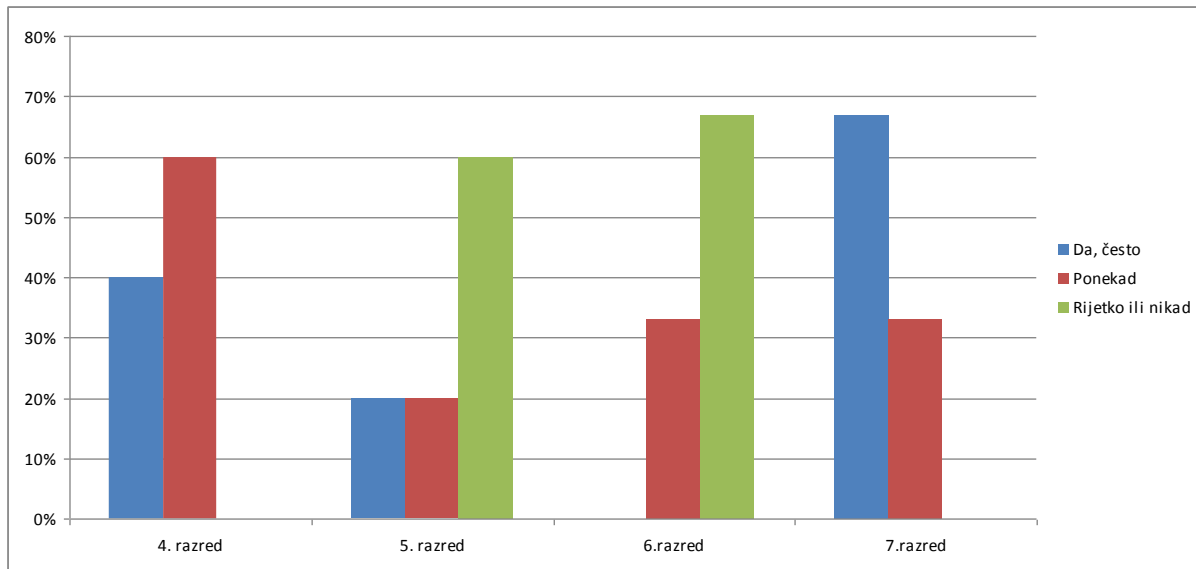


Grafikon 35. Preuzimanje besplatnoga sadržaja s interneta

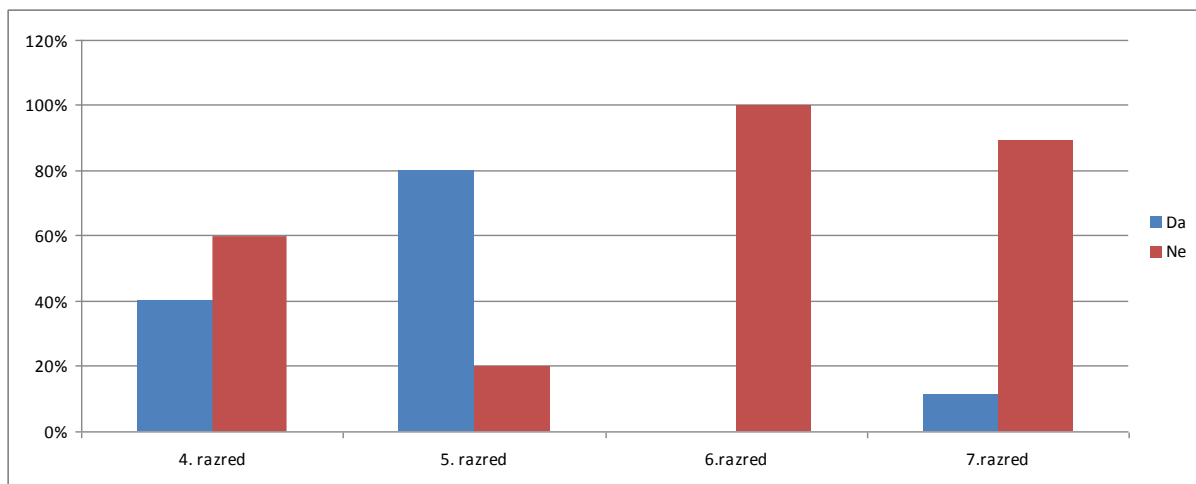
Preuzimaju li ispitanici često besplatan sadržaj s interneta te pregledavaju li ikada više ponovno preuzeti sadržaj govore sljedeći rezultati: 16 % ispitanika često, 36 % ponekad, 36% rijetko i 12 % ne preuzima uopće (5. i 6. razred).

<sup>67</sup> I ovaj je podatak od desetero učenika upitan s obzirom na rezultat istraživanja prikazan u 4. tablici u kojoj nitko od učenika nije označio kako čita e-knjige.

Većina ispitanih učenika će ponekad ili rijetko pregledati preuzeti sadržaj, jedino ispitanici 7. r. (67 %) označilo je kako će često pregledavati preuzeti sadržaj s interneta.



Grafikon 36. Ponovno pregledavanje besplatno preuzetoga sadržaja s interneta



Grafikon 37. Povjerenje prema tražilici Google kao izvoru točnih i provjerenih informacija

Posljednje anketno pitanje odnosilo se na povjerenje prema tražilici Google, tj. vjeruju li kako im ista nudi točne i provjerene podatke – 72 % ispitanika ne vjeruje u potpunosti (većinom viši razredi – 89 % ispitanih učenika 7. raz. i svi ispitanici 6. raz.), a 28 % ispitanika ima povjerenje u tražilicu (11% ispitanika 7. raz., 80 % ispitanika 5. raz. i 40 % ispitanih učenika 4. raz.).

## 6. Rasprava

U dijelu naslovljenom rasprava sagledat će se i prokomentirati rezultati istraživanja u odnosu na svrhu i cilj diplomske radnje te postavljene hipoteze. Ukazat će se na podudaranje ili potpuno odstupanje od rezultata studije Iana Rowlandsa i Petera Williamsa te će se s obzirom na dobivene zaključke, ponuditi i novo sagledavanje problema, kao i mogućnosti daljnjega istraživanja koje bi pridonijelo jasnijoj slici cjelokupne problematike Google generacije u odnosu na informacijsko ponašanje vezano uz učenje i pretraživanje informacijskih izvora sa svrhom što učinkovitijega budućeg djelovanja obrazovnih institucija.

Hipoteze će se sagledati po poglavljima kako je koncipirano i u rezultatima istraživanja da bi izlaganje i praćenje bilo jasnije i preglednije.

### 6. 1. Preferiranje vizualne u odnosu na tekstualnu informaciju Google generacije

Tezu kako vizualno dominira nad tekstnim u području učenja i čitanja te kako će učenici tzv. Google generacije preferirati prvo u odnosu na drugo, osobito pri učenju i izvršavanju školskih zadataka, pokušalo se provjeriti pomoću sedam anketnih pitanja na uzorku od 25 ispitanika Osnovne škole "Skrad". Iako autori I. Rowlands i P. Williams ističu kako u pretraživanoj literaturi nisu naišli na provjerene brojke, pa ovakvu tezu ne treba smatrati u potpunosti vjerodostojnom jer su naišli i na rezultate istraživanja kako Britanci u 2000. godini čitaju svaki dan pet minuta dulje u odnosu na 1975. godinu. Ipak, navedena je tvrdnja, bez obzira na to, odabrana kao prva teza koja definira karakteristike Google generacije.

Pokazalo se, također, kako će učenici rado posegnuti za tekstnim dokumentom nego li nekim drugim atraktivnijim medijem kako bi obavili kakav školski

zadatak, no pri pretraživanju neke mrežne stranice privući će ih najprije boja, zvuk, animacija i sl., ali će se istoj vratiti prije svega zbog njezina sadržaja.

Iako u virtualnoj komunikaciji i dalje dominira tekst, izražena je skolnost prema vizualnome obliku slike.

Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti kako ispitanici OŠ "Skrad" ne pokazuju u potpunosti karakteristike informacijskoga ponašanja Google generacije prema iznesenoj početnoj tvrdnji, tek djelomično. Koliko su ispitanici OŠ "Skrad" još uvijek skloni tradicionalnim medijima, pokazuju i rezultati čitanja tiskanih publikacija (i nečitanje e-knjiga), kao i količina vremena provedena u čitanju i uopće odnos prema čitanju kao priličnoj važnoj stavci u njihovu životu. Zanimljiva je činjenica kako ispitanici najnižeg i najvišeg razreda (4. i 7.) pokazuju najčešća odstupanja od pretpostavljenih hipoteza. Vezano uz odabir medija za izvršavanje školskih zadataka, ispitanici 4. razreda izabrat će prije sadržaj na internetu (80 % ispitanika), dok su ispitanici 7. razreda podjednako opredijeljeni za tiskanu publikaciju i sadržaj na internetu. I u ostalim hipotezama glavnina odstupanja odnosit će se na ispitanice ovih dvaju razreda. Teško je zaključiti što bi moglo biti uzrok takvim "generacijski preskakanim" informacijskim ponašanjima - možda različit stupanj izloženosti i korištenju informacijsko-komunikacijske tehnologije. Ovome bi pitanju svakako valjalo posvetiti još više pažnje i dubinski ga istražiti.

*Može se zaključiti kako se teza da pripadnici Google generacije preferiraju vizualno u odnosu na tekstualno, tek djelomično može odnositi na ispitanike skradske škole s obzirom na dobivene rezultate istraživanja.*

## 6. 2. Raznolika i zabavna iskustva pri samostalnom učenju i podučavanju Google generacije

Iako bi bilo za pretpostaviti, tvrde isti Rowlands i Williams, kako će Google generaciji biti zanimljivije i privlačnije aktivno od pasivnoga učenja s naglaskom na istraživačkome i samostalnome učenju, njihovi rezultati pokazuju drugačije trendove.

Većina učenika skradske škole odabire aktivni oblik učenja (što bi odgovaralo karakteristikama Google generacije), iako više vole raditi u paru ili skupini, nego li sami (tek 40 % ispitanih učenika 5. raz.).

Kako bi ispitanici što prije obavili određeni zadatak sa što manje uloženoga truda u najkraćem mogućem roku, nisu skloni pretraživati mrežne izvore ili ako pretražuju koriste samo jednu ključnu riječ i odabiru najčešće prvi ponuđeni izvor. Često posežu za najprikladnijim i najdostupnijim rješenjima (npr. knjiga kod kuće).

Ispitanici škole "Skrad" i ovdje pokazuju djelomično odstupanje u informacijskome ponašanju korištenja informacijskih izvora (osobito ispitanici 7. raz. koji ističu da će za izvršavanje školskoga zadatka posegnuti za prvim izvorom koji im se nađe pri ruci<sup>68</sup>, da bi u idućemu pitanju koje se odnosi na strategiju pretraživanja interneta za isti taj zadatak, ponovno njih 78 % istaknulo kako će uvijek pretražiti više izvora da bi odabrali odgovarajući). Taj se dio čini malo kontradiktoran jer bi u prvome dijelu htjeli nešto čim prije obaviti i sa što manje truda, a onda mrežnome pretraživanju posvećuju veliku pažnju. Većina ostalih učenika pretraživat će uporabom različitih ključnih riječi i pretraživanjem više izvora da bi odabrali pravi. Od Google generacije ne očekuje se ovako predano i detaljno pretraživanje.

Pokazalo se, također, kako učenici ne vole za obavljanje školskih zadataka koristiti modernu informacijsko-komunikacijsku tehnologiju (multimedijalne

---

<sup>68</sup> 4 od 5 učenika 5. razreda pokazat će isto informacijsko ponašanje.

izvore) jer im je tako teže doći do relevantnih informacija, već se više vole usmjeriti na tekst, dok pri slobodnim pretraživanjima prevladava iščitavanje informacija iz grafičkih oblika. Ispitani učenici četvrtoga razreda rado koriste tražilicu Google ili koju drugu tražilicu (80 % ispitanih učenika), polovina ispitanika šestoga razreda donekle (50 %), dok će ispitanici sedmoga razreda, što je već navedeno, najradije posegnuti za prvim izvorom koji im se nađe pri ruci. Dakle, ne može se isključiti činjenica kako će učenici skradске škole djelomično upotrebljavati modernu informacijsko-komunikacijsku tehnologiju za obavljanje školskih zadataka.

Zanimljiva je (pomalo i zastrašujuća) i indikativna činjenica kako nitko od učenika ne koristi, niti mu je poznat pojam *online* kataloga. Ovaj podatak ukazuje na nužnost uvođenja informacijskoga opismenjavanja učenika već u školskim knjižnicama primarnoga obrazovnog stupnja kako bi se pravovremeno informacijski opismenilo učenike kako i na kojim mjestima mogu tražiti potrebne, relevantne i provjerene informacije za svoje obrazovanje.

*Zaključno, ispitanici skradске škole pokazuju djelomičnu podudarnost s pripadnicima Google generacije u dijelu koji se odnosi na oblike i načine učenja te strategiju učenja. Podudaranje informacijskoga ponašanja odnosi se na preferiranje aktivnoga učenja i uporabu tražilice Google zbog jednostavnosti sučelja i brzine dostupnih informacija. S druge strane, rad u paru ili skupini, kao i detaljno pretraživanje mrežnih stranica (ali bez poznavanja i korištenja online kataloga kao relevantnih informacijskih izvora), udaljava ispitanike OŠ Skrad od karakteristika Google generacije.*

### 6. 3. Preferiranje digitalnih oblika komunikacije Google generacije

Iako su Rowlands i Williams skeptični prema ovoj tezi kao mogućoj ključnoj karakteristici Google generacije te ostavljaju ovo pitanje djelomično otvorenim zbog nedostatka konkretnih rezultata istraživanja kojima bi se ista potkrijepila, pretpostavljaju kako će učenici koje nazivamo Google generacijom, zasigurno radije tipkati, nego li pisati rukom te kako sigurno imaju poboljšane ključne vještine za uporabu telefonskih i računalnih tipkovnica. Veće slanje sms-poruka u odnosu na telefonski/mobilni razgovor objašnjavaju nižom cijenom dok se komuniciranje elektroničkom poštom smatra uobičajenom pojavom.

Rezultati provedenoga istraživanja ukazuju na nešto drugačije rezultate. Ispitanici 4. raz. radije biraju tipkanje, nego li pisanje (svi), dok ispitani učenici ostalih razreda pokazuju kako još uvijek rado pišu rukom. Učenici ipak radije razgovaraju telefonom, nego li slanjem sms-poruka, jedino su ispitani 4. raz. skloni razgovoru telefonom i slanju sms-poruka (40 % ispitanih učenika). Mali broj ispitanika komunicira društvenim mrežama (20 % ispitanih učenika 4. i 5. raz. te 22 % ispitanih učenika 7. raz.).

*Dakle, rezultati istraživanja ispitanika skradске škole pokazuju minimalnu podudranost u korištenju digitalnih oblika komunikacije u odnosu na pretpostavljenu tezu koja se odnosi na pripadnike Google generacije. Ispitanici OŠ Skrad još uvijek rado pišu rukom i razgovaraju telefonom, nego li sms-porukama, osim ispitanika 4. raz. koji se (kao i u pretodnih tezama), svojim informacijskim ponašanjima približavaju karakteristikama pripadnika Google generacije. Društvene mreže nisu nijednoj ispitivanoj skupini omiljeni način komunikacije.*



#### 6. 4. Izvršnost obavljanja višestrukih zadataka Google generacije

Kako bi se ispitalo postoji li podudarnost navedene teze s informacijskim ponašanjem ispitanih učenika skradske škole, postavila su se dva pitanja povezana s načinom njihova učenja: mogu li dok uče istodobno izvršavati još koji zadatak, poput slušanja muzike ili razgovaranja/dopisivanja s prijateljima te kakva im je koncentriranost na izvršavanje određenoga školskoga zadatka, drugim riječima vole li zadatke obavljati jedan po jedan ili istovremeno.

Prema Rowlandu i Williamsu ne postoje čvrsti dokazi u kojoj mjeri mladi obavljaju višestruke zadatke u odnosu prema ostalim dobnim skupinama te koliko su vješti u korištenju različitih izvora informacija, no prema provedenoj anketi Los Angeles Timesa otprilike troje od petoro tinejdžera izjavilo je kako će radije izvršavati nekoliko zadataka odjednom, nego jedan po jedan objašnjavajući kako im to umanjuje dosadu.

Ispitanici OŠ "Skrad" pokazuju gotovo 100-postotno odstupanje od navedenog informacijskoga ponašanja. Gotovo svi učenici radije će obavljati jedan po jedan zadatak, nego li istovremeno izvršavati više zadataka.

Nadalje, autori Rowlands i Williams tumače kako danas učenici pišući zadaću imaju iPod u uhu i slušaju glazbu, dopisuju se s brojnim prijateljima različitim uređajima, držeći telefon između glave i ramena te s računalom spojenim na internet.

U ovome se dijelu istovremenih odvijanja različitih radnji tek minimalno preklapaju informacijska ponašanja studije i ispitanih učenika - jedino ispitanici 7. razreda pokazuju djelomično podudarno ponašanje, tj. sposobnost izvršavanja više aktivnosti istovremeno.

*Minimalno je podudaranje informacijskoga ponašanja ispitanika skradske škole u svezi s izvrsnošću višestrukog obavljanja zadataka u odnosu na pretpostavljenu tezu koja se odnosi na pripadnike Google generacije. Izuzevši*

*ispitanike 7. raz., ostali ispitani učenici odstupaju 100-postotno od navedene teze.*

## 6. 5. Trenutno i neodgodivo zadovoljenje potreba za informacijom i zabavom Google generacije

Za tvrdnju da su pripadnici Google generacije nestrpljiviji od starijih generacija, nema ponovno čvrstih dokaza. Rezultati CIBER-ovog istraživanja pokazuju kako se navedena tvrdnja može odnositi na sve generacije zbog toga što smo svi okruženi digitalnim tehnologijama. No nepobitna je činjenica kako je brzina novih medija dovela do niske razine tolerancije prema kašnjenju.

Može se zaključiti da ispitanici OŠ "Skrad" pokazuju potpuno drugačije informacijsko ponašanje od pretpostavljene tvrdnje. Kako bi se provjerila navedena tvrdnja, htjelo se ispitati koliko im smeta čekanje kada moraju obaviti kakav zadatak te ljuti li ih i u kojoj mjeri kašnjenje.

*Dakle, rezultati istraživanja ukazuju kako ispitanici skradske škole drugačije reagiraju u situacijama kašnjenja ili čekanja, nego li Google generacija. Podudarnost je u ispitivanju ove teze minimalna s obzirom da tek 20 % ispitanih učenika 4. raz. i 11 % ispitanika 7. raz. iskazuje veliku ljutnju tijekom čekanja/kašnjenja, dok ostalima ono uopće ne smeta ili im ponekad ovisi o raspoloženju. Za pretpostaviti je, sukladno dobivenim rezultatima, kako će njihovo informacijsko ponašanje biti drugačije i pri pretraživanju informacija i zadovoljavanju informacijskih potreba.*

## 6. 6. Visoka razina povjerenja pripadnika Google generacije prema svojim vršnjacima kao vjerodostojnim izvorima informacija

Rezultati anketiranih ispitanika pokazuju bliske rezultate onima Rowlandsa i Williamsa koji ovu tvrdnju inače više smatraju mitom, nego realnošću jer će njeno ostvarivanje svakako ovisiti o kontekstima u kojima se realizira. Primjerice, prema rezultatima na koje su naišla ova dvojica autora, srednjoškolci pri odabiru i cijenjenju informacijskih izvora, vjerodostojnijim smatraju svoje učitelje, rodbinu i udžbenike, nego vršnjake kada traže pomoć za izvršavanje domaće zadaće.

Jednako informacijsko ponašanje pokazuju ispitanici OŠ Skrad. Svi će ispitanici pitati roditelje ili rodbinu za provjeru točnosti informacije, izuzev 22 % ispitanih učenika 7. raz. koji će za provjeru valjanosti informacije pitati prijatelje putem društvenih mreža. Ipak pri odabiru medija za provjeru točnosti informacija, uz knjigu i časopis u velikom broju, dio će učenika sadržaj provjeriti i na internetu.

Autori ističu, između ostalog, kako popularnost zanimanja za društveno umrežavanje putem društvenih mreža nije dokaz da mladi više cijene vršnjake od provjerenoga sadržaja, a što je i potvrdilo provedeno istraživanje.

*Može se zaključiti kako ispitanici skradske škole ponovno pokazuju odstupanje u informacijskome ponašanju bliskom Google generaciji u tezi koja se odnosi na povjerenje koje ukazuju svojim obiteljima, rodbini, učiteljima kao vjerodostojnim informacijskim izvorima, kao i knjigama i časopisima, prije nego li internetskim sadržajima.*

## 6. 7. Potreba Google generacije za stalnom povezanošću internetom te društvenim mrežama

Oko teze kako pripadnici Google generacije stalno moraju biti povezani internetom i društvenim mrežama, autori Rowlands i Williams ponovno izražavaju sumnju s obzirom na to da nema detaljnih istraživanja o toj temi, osobito o motivaciji korištenja interneta u različitim životnim razdobljima.

Podaci Ofcoma iz 2007. godine otkrivaju kako osobe starije od 65 godina provode četiri sata tjedno dulje na internetu, nego mladi od 18. do 24. godine. Koliko će vremena mladi ljudi provoditi na internetu i društvenim mrežama, ovisit će zasigurno i o korisničkoj osobnosti, a s čim je usko u svezi i razvijanje ovisnosti o internetu, osobito društvenim mrežama. Usto, stariji ljudi, ukazuju na to provedena istraživanja, prilično brzo usvajaju vještine i znanja potrebna za društveno umrežavanje.

Rezultati provedene ankete ne idu u prilog tezi kako Google generacija mora stalno biti povezana internetom i društvenim mrežama: većina ispitanih učenika (88 %) ne smatra se ovisnikom o društvenim mrežama, no u sagledavanju ovoga pitanja valja uzeti u obzir i subjektivnost samoprocjene. Učenici koriste društvene mreže uglavnom radi druženja i zabave, dok se tek mali broj ispitanih učenika (12 %) koristi društvenim mrežama zbog učenja i škole. Nitko od učenika nije stalno povezan internetom, većina ispitanika povezana ponekad, kad se sjeti (48 %) ili pak uopće ne koriste društvene mreže.

Podaci Ofcoma ukazuju na činjenicu kako stariji još uvijek čitaju priručnike prilikom učenja, dok učenici Google generacije uče/rješavaju probleme metodom pokušaja i pogrešaka, a ne primjenom znanstvenih metoda.

Polovica ispitanika postupat će suprotno očekivanjima koje pretpostavljamo za Google generaciju: 52 % ispitanika detaljno će pročitati uputu prije nego što obavi kakav zadatak, npr. sastavljanje kakva uređaja, dok će

ostali pokušati logički riješiti problem. 8 % ispitanika pogledat će upute na internetu.

*Može se zaključiti kako se teza o potrebi za stalnom povezanošću Google generacije internetom i društvenim mrežama tek djelomično podudara s ispitanicima OŠ Skrad. Iako se većina ispitanika ne smatra ovisnikom o internetu, gotovo polovina njih povezana internetom je povremeno i to najčešće zbog druženja i zabave.*

#### 6. 8. Sklonost Google generacije biranju brzih i kratkih informacija u odnosu na cjelovite tekstove

Autori Rowlands i Williams iznose podatke koji se odnose samo na studentsku populaciju, profesore i osoblje visokoškolskih institucija. Studenti uglavnom svoje pretraživanje svode na pretragu po temi, ne tragajući puno za izvorima, fokusirajući se uglavnom na sažetke radova. Obje korisničke skupine, studenti i osoblje, pokazuju površnost i sklonost plitkom, horizontalnom pregledavanju digitalnih knjižnica.

Iako bi internet trebao Google generaciji služiti kao alat za dobivanje brzih informacija, posebice pri izvršavanju zadataka, učenici skradske škole ne pokazuju takvo informacijsko ponašanje. Tek 4 % ispitanika koristit će tražilicu Google kako bi dobilo bolji uvid u sadržaj knjige, dok će 52 % ispitanika pročitati cjelovitu knjigu. Ostali su učenici odabrali čitanje sažetka. Dakle, polovina učenika ukazuje na ponašanje kakvo se pripisuje Google generaciji. I to ponovno najviše u 4. raz.

Htjelo se na ovome mjestu, također ispitati je li učenicima poznat pojam online kataloga (prije svega školske knjižnice) te po kojemu ključu pretražuju, kao i pojme li uopće knjižnicu kao zbirku relevantnih, provjerenih informacija u

kojoj mogu pronaći izvore za izvršavanje školskih zadataka. Rezultati istraživanja pokazali su izuzetno značajnu informaciju, a koja je ujedno i odgovor na svrhu ove diplomske radnje: samo 16 % ispitanih učenika čulo je za pojam online kataloga.<sup>69</sup> Ovi podaci ukazuju na potrebu i nužnost veće angažiranosti školske knjižnice u području informacijskoga opismenjavanja svojih učenika u svrhu odgajanja i obrazovanja samostalnih i kritičnih korisnika.

*Dakle, tezu kako pripadnici Google generacije preferiraju brze i kratke informacije u odnosu na cjelovite tekstove, tek se djelomično odnosi na ispitanike skradске osnovne škole s obzirom na dobiveni rezultat istraživanja koji nam ukazuje kako ispitanici i dalje u velikom postotku čitaju cjelovite tekstove.*

## 6. 9. Slabo poznavanje i nepoštivanje pravila vezanih uz pojam intelektualnoga vlasništva

Rowlands i Williams iznose Ofcomove rezultate istraživanja iz 2006. godine o postupanju korisnika u svezi s poštivanjem intelektualnoga vlasništva, međutim samo pri slobodnom preuzimanju glazbe s interneta, a pojam intelektualnoga vlasništva ipak obuhvaća šire značenje (npr. pitanje citiranja-ispravnoga preuzimanja i označivanja tuđega teksta/sadržaja vezano uz duhovno vlasništvo i sl.). Prema Ofcomovu istraživanju 83% odraslih i 76% mladih (u dobi između 12 i 15 godina) svjesno je nezakonitih načina postupanja s preuzimanjem filmova, glazbe i računalnoga softvera na internetu.

---

<sup>69</sup> Ovaj podatak treba uzeti s rezervom s obzirom na to kako je na sljedeće pitanje, koje se odnosi na strategiju pretraživanja online kataloga odgovorilo 7-ero učenika. Čak je i 6. raz. odgovorio na to pitanje, a očigledno jest da nije trebao jer su se svi prethodno izjasnili kako im pojam online kataloga nije poznat.

Ispitanici OŠ "Skrad" tek djelomično pokazuju informacijsko ponašanje blisko navedenoj tezi: 32 % često preuzima besplatan sadržaj s interneta, dok 28% ispitanika preuzima rijetko ili nikada besplatan internetski sadržaj. Zanimljiv je podatak kako rijetko ili nikada više ne pregledavaju besplatno preuzet sadržaj.

*Djelomična podudaranost u svezi s nepoznavanjem i nepoštivanjem pravila oko pojma intelektualnoga vlasništva, povezuje ispitanike skradske škole s pripadnicima Google generacije u dijelu koji se odnosi na preuzimanje besplatnoga sadržaja s interneta (ali u nedovoljnom postotku da bi se proglasili pripadnicima Google generacije). Kada bi se provelo istraživanje o poznavanju pravila citiranja, vjerojatno bi se u rezultatima istraživanja ove dvije skupine izjednačile s obzirom na to da su se ispitanici skradske škole izjasnili kako nisu upoznati s pravilima citiranja. I u ovome se dijelu rasprave nameće razmišljati o potrebi i nužnosti upoznavanja učenika s pojmom autorskoga prava te poštivanju istoga barem u dijelu koji se odnosi na pravila citiranja s čim se učenici susreću već u osnovnoj školi, osobito u višim razredima.*

#### 6. 10. Nepovjerenje i nezainteresiranost Google generacije prema formatu

Problematika teze kako pripadnici Google generacije ne vjeruju u format i ne zanimaju ih "spremnici" koji pružaju kontekst za informacije ostaje otvorena zbog nedovoljne istraženosti iste u znanstvenoj literaturi. Rowlands i Williams ističu kako će tvorcima budućih edukativnih aplikacija morati voditi računa o zanimljivom i raznolikom načinu predstavljanja sadržaja jer internetsko okruženje nudi takvu mogućnost realizacije, a korisnici to od interneta očekuju.

Rezultati istraživanja ukazuju kako ispitanici skradske škole ne pokazuju površnost u iščitavanju sadržaja i informacija potrebnih za učenje i izvršavanje školskih zadataka te kako im je format itekako bitan. Kada bi hipotetski

pregledavali e-knjige (valja uzeti u obzir rezultate ispitivanja u 6. pitanju ankete u kojemu je 80 % ispitanih učenika odgovorilo kako radije čita tiskane, nego e-knjige), gotovo polovina ispitanih učenika pročitala bi knjigu u cijelosti (izuzev 5. raz. u kojemu 60 % ispitanika uopće ne čita e-knjige). Ispitanici OŠ "Skrad" još uvijek preferiraju tiskanu knjigu kao medij za učenje u odnosu na e-knjigu ili izvor.<sup>70</sup>

*Dakle, ispitanici skradske škole pokazuju još uvijek visok stupanj povjerenja prema formatu u odnosu na pripadnike Google generacije, stoga je komparacija informacijskog ponašanja ovih dviju skupina tek djelomično podudarna.*

#### 6. 11. Pripadnicima Google generacije virtualna stvarnost jednaka je stvarnome iskustvu

Autori Rowlands i Williams smatraju tezu oko izjednačavanja virtualne stvarnosti i stvarnoga iskustva Google generacije mitom i ne mogu povjerovati u činjenicu da bi mladi ljudi mogli drugačije shvaćati i doživljavati stvarnost od svojih roditelja ili baka i djedova. Ipak ističu kako knjižnice danas sve više eksperimentiraju virtualnom stvarnošću u obliku digitalnih usluga i stvaranju virtualnih knjižnica kako bi na najbolji mogući način fuzionirali ta dva entiteta - fizičku i virtualnu knjižnicu, a sve s ciljem zadovoljavanja korisničkih zahtjeva.

S obzirom na postavljenu tezu, htjelo se ispitati učenike skradske škole je li im uopće poznat termin digitalne/virtualne knjižnice te koriste li mogućnost usluga istih, uopće htjelo se vidjeti kakav odnos i povjerenje imaju prema internetu, prije svega tražilici Google, kao izvoru pouzdanih i provjerenih podataka.

---

<sup>70</sup> Vidi tablica 4.



Većina ispitanih učenika OŠ "Skrad" (68 %) nikada nije čulo za pojam digitalne knjižnice, a tek 4 % ispitanika koristilo je njene usluge. Pozitivno je što se iz provedenoga istraživanja uočava da većina ispitanika (78 %) iskazuje nepovjerenje prema tražilici Google, tj. u slučaju kada moraju provjeriti istinitost i točnost podataka neće se ograničiti samo na internetsko pretraživanje, već posežu i za drugim izvorima.

Posljednja tri anketna pitanja dodatno su potvrdila već ranije iskazanu tvrdnju kako učenici ove škole nisu dovoljno educirani o mogućnostima pretraživanja i korištenja dostupnih izvora za izvršavanje školskih zadataka.

*Može se zaključiti kako ispitanici OŠ Skrad ne izjednačavaju virtualnu stvarnost i stvarno iskustvo te kako je sličnost informacijskoga ponašanja s pripadnicima Google generacije minimalna, gotovo izostaje.*

Zaključno, može se reći kako su anketna pitanja u potpunosti zadovoljila zahtjevima ove diplomske radnje - dobiveni su jasni odgovori na postavljene ciljeve i svrhu. Svih 11 postavljenih hipoteza koje se odnose na pretpostavljene karakteristike tzv. Google generacije (a koje su postavili u svojoj studiji Ian Rowlands i Peter Williams), tek se djelomično može pripisati ispitivanim učenicima skradske osnovne škole od 4. do 7. razreda. Podudarnosti su djelomične ili minimalne u odnosu prema iznesenim podacima koje navode Rowlands i Williams. Za ispitane učenike ne može se potvrditi kako pripadaju u potpunosti Google generaciji. Tek pokojim informacijskim ponašanjem tijekom pretraživanja radi obavljanja školskih zadataka, približavaju se toj specifičnoj generacijskoj skupini, i to najčešće ispitanici 4. i 7. razreda.

Kako bi se dobila prava slika stanja, trebalo bi nekim budućim istraživanjima obuhvatiti sve osnovne škole Primorsko-goranske županije, a onda i na nacionalnoj razini kako bi komparacija bila što preciznija. Tek tada moglo bi se vidjeti postoje li razlike u informacijskim ponašanjima i karakteristikama koje se pripisuju Google generaciji u ruralnim i gradskim

sredinama ili postoje li različita ponašanja u odnosu na spol ispitanika. Tada bi se vjerojatno lakše odgovorilo na pitanje zašto učenici skradске škole pokazuju toliko odstupanje od pretpostavljenoga ponašanja i karakteristika.

Druga, ne manje važna činjenica, na koju su ukazali rezultati istraživanja, ističe važnost i djelatnost školske knjižnice koja bi trebala biti informacijski i metodički centar svake škole u kojoj će učenici već na primarnom obrazovnom stupnju stjecati toliko važne vještine i znanja za participiranje u suvremenome društvu, a sve pod okriljem informacijske pismenosti - imperativom suvremene i moderne škole po mjeri učenika.

## 7. Zaključak

Ovom se diplomskom radnjom htjelo istražiti pokazuju li ispitanici Osnovne škole "Skrad" karakteristike Google generacije na temelju teorijskoga modela Iana Rowlandsa i Petera Williamsa te jesu li oni uistinu vješti pretraživači kako se u literaturi često ističe, posebno u dijelu koji se odnosi na traženje informacija vezanih za učenje i obavljanje školskih zadataka.

Osim toga, na temelju dobivenih rezultata istraživanja, željelo se ukazati kako se može pospješiti rad školske knjižnice da bi bila što vidljivija ostalim djelatnicima škole, roditeljima i zajednici u kojoj djeluje te što može ponuditi današnjim učenicima kako bi odgovorila na sve njihove informacijske potrebe i zahtjeve - uvođenjem informacijske pismenosti kao izbornoga predmeta ili barem periodičkih radionica čime bi se znatno mogle poboljšati učeničke vještine i znanja potrebna za kvalitetno traženje i vrednovanje informacija u okviru izvršavanja školskih zadataka. Velika je uloga školskoga knjižničara, ali i ostalog nastavnoga osoblja u privlačenju učenika u informacijska središta kao što je školska knjižnica u kojima će im se pružiti tražena usluga ili ista ponuditi online, kao i edukacije u području informacijske pismenosti. Pri stvaranju usluga za učenike, pripadnike Google generacije, treba obratiti pažnju na veću mogućnost izbora (pa tako i knjižničnih usluga), personalizaciju usluga te brzinu kojom ćemo zadovoljiti njihove informacijske potrebe jer su prema uvriježenome mišljenju nestrpljivi i žele svoje potrebe zadovoljiti odmah, bez čekanja.

Na temelju provedenoga istraživanja kvalitativnom metodom online anketnoga upitnika i metodom slučaja ispitanici skradske škole pokazali su gotovo potpuno drugačije informacijsko ponašanje tijekom pretraživanja informacija relevantnih za učenje i rješavanje školskih zadataka, kao i u dijelu koji se odnosi na 11 pretpostavljenih karakteristika Google generacije -

ispitanici ne pokazuju u potpunosti pretpostavljene karakteristike Google generacije. Tek ponekim informacijskim ponašanjem, približavaju se toj specifičnoj generacijskoj skupini, i to najčešće ispitanici 4. i 7. razreda. Da bi se odgovorilo na pitanje zašto baš na tim obrazovnim stupnjevima dolazi do odstupanja, trebalo bi provesti veće istraživanje koje bi obuhvatilo širu populaciju kako bi se stvorili povoljniji uvjeti za komparaciju.

Treba uzeti u obzir ograničenost istraživanja ove diplomske radnje u metodološkom smislu jer je ona obuhvatila tek mali uzorak ispitanika čime se tek otvorilo pitanje ove kompleksne tematike. Za precizne znanstvene podatke trebalo bi obuhvatiti šire istraživanje kako bi se sa sigurnošću moglo potvrditi pokazuju li i učenici karakteristike Google generacije i specifična informacijska ponašanja koja vezujemo uz iste.

Biti i postati informacijski pismen trebala bi biti maksima današnjih odgojno-obrazovnih institucija koje bi pojedinca-učenika trebale osposobiti, između ostaloga, da zna kako učiti, odnosno da poznaje organizaciju znanja, s ciljem ovladavanja potrebnim znanjima i vještinama kojima može suvereno participirati u svim područjima života i konkurirati na tržištu rada.

## **8. Sažetak**

Istraživanja informacijskoga ponašanja ispitanika na studiji slučaja u Osnovnoj školi „Skrad“ tijekom traženja relevantnih informacija za učenje i izvršavanje školskih zadataka, došlo se do rezultata koji odstupaju od uvriježena mišljenja koje postoji u svezi s karakteristikama tzv. Google generacije. U radu se govori o važnosti provođenja programa informacijskoga opismenjavanja u osnovnoj školi kako bi učenici mogli steći potrebne vještine i znanja koja će i nakon formalnoga obrazovanja primjenjivati konceptom cjeloživotnoga učenja čime će moći biti konkurentni i aktivno participirati na tržištu rada. Ističe se važnost školske knjižnice kao metodičkoga odgojno-obrazovnoga središta škole u kojemu će učenici, ali i ostali djelatnici škole, stjecati upravo temelje krovne pismenosti 21. stoljeća.

## **9. Ključne riječi**

Google generacija, informacijsko ponašanje, informacijska pismenost, primarni stupanj obrazovanja

## 10. Popis literature

1. Bilić, Vesna. 2015. *Načini učenja, online aktivnosti i ishodi odgoja net-generacije*. Istraživanje paradigmi djetinjstva, odgoja i obrazovanja. Učiteljski fakultet. Zagreb.
2. Horvat, Aleksandra; Živković, Daniela. 2013. *Knjižnice i autorsko pravo*. Hrvatska sveučilišna naklada. Zagreb  
URL: <http://core.ac.uk/download/pdf/11890907.pdf>
3. IFLA. URL: [www.ifla.org](http://www.ifla.org)
4. IFLA-in Manifest o internetu.  
URL: [www.ifla.org/files/assets/faife/publications/.../internet-manifesto-hr.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/faife/publications/.../internet-manifesto-hr.pdf)
5. Internet i knjižnične usluge za djecu. Prevela Ana-Marija Malbašić.  
URL: <http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/745>
6. Lau, Jesus. 2011. *Smjernice za informacijsku pismenost u cjeloživotnome učenju: završna verzija*. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Zagreb.
7. Marc Prensky: Digitalni urođenici, digitalni pridošlice.  
URL: <http://edupoint.carnet.hr/casopis/40/clanci/3>
8. Metoda ankete, upitnika i intervjua u istraživačkom procesu u saobraćaju.  
URL: <https://sr.scribd.com/.../Metoda-ankete-upitnika-i-intervjua-u-istraživačk...>
9. Nacionalni okvirni kurikulum. URL: [public.mzos.hr/fgs.axd?id=18247](http://public.mzos.hr/fgs.axd?id=18247)
10. Prensky, Marc. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants Part 1*. On the Horizon , Vol. 9, No.5.
11. Priručnik za provedbu istraživanja malih i srednjih poduzeća: metodologija, upute i akcijski plan.  
URL: <https://poduzetnistvo.gov.hr/.../5.%20Priručnik%20za%20provedbu%20i...>
12. Rowlands, Jan; Nicholas, David; Williams, Peter; Huntington, Maggie; Fieldhouse, Barrie; Gunter, Richard; Withey Hamid R., Jamali; Dobrowolski, Tom; Tenopir ,Carol. 2008. *The Google generation: the information*

*behaviour of the researcher of the future*. Aslib Proceedings, Vol. 60, str. 290-310

13. Williams, Peter; Rowlands, Ian. 2007. *Information Behaviour of the Researcher of the Future: the Literature on young People and their information Behaviour*, Work Package II. British Library.

14. *Smjernice za knjižnične usluge za djecu*. 2004. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Zagreb. URL: <http://www.ifla.org/files/assets/libraries-for-children-and-ya/publications/guidelines-for-childrens-libraries-services-hr.pdf>

15. Stropnik, Alka. 2013. *Knjižnica za nove generacije: virtualni sadržaji i usluge za mlade*. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Zagreb.

16. Špiranec, Sonja; Lasić-Lazić, Jadranka. 2005. *Obrazovna uloga knjižnica priprema građana za Europu znanja*. Vjesnik bibliotekara Hrvatske 48 (2005). str. 46-55. URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/141/vbh/God.48\(2005\),br.1](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/141/vbh/God.48(2005),br.1)

17. Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. 2008. *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazište*. Zavod za informacijske studije.

18. Tkalac Verčić, Ana; Sinčić Ćorić, Dubravka; Vokić Pološki Nina. 2010. *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M . E. P. Zagreb.

19. Viralni marketing. URL: <http://dejanseo.hr/viralni-marketing/>

## 11. Popis priloga

### 11. 1. Popis tablica dobivenih rezultata ankete

<i>Razred</i>	<i>Čita</i>	<i>Ne čita</i>
4. razred	4	1 (dječak)
5. razred	4	1 (dječak)
6. razred	5	1 (dječak)
7. razred	5	4 (3 dječaka, 1 djevojčica)

*Tablica 1. Čitanje u slobodno vrijeme.*

<i>Razred</i>	Svakodnevno	Jednom-dvaput tjedno	Jednom mjesečno (samo lektiru)
4. razred	2 (djevojčice)	1	2 (dječaci)
5. razred	0	2	3
6. razred	1 (dječak)	4	1 (dječak)
7. razred	0	4	5 (4 dječaka, 1 djevojčica)

*Tablica 2. Učestalost čitanja.*

<i>Razred</i>	Jako mi je bitno	Srednje	Uopće mi nije bitno
4. razred	3 (2 djevojčice, 1 dječak)	1	1 (dječak)
5. razred	1 (djevojčica)	3	1
6. razred	1 (dječaci)	4	1 (dječaci)
7. razred	0	9	0

*Tablica 3. Važnost čitanja u učenikovu životu.*



<i>Razred</i>	Tiskane knjige	E-knjige	E-izvore	Sadržaj na internetu
4. razred	3	/	1	1
5. razred	5	/	/	/
6. razred	6	/	/	/
7. razred	6	/	1	2

*Tablica 4. Medij za čitanje sadržaja za učenje.*

<i>Razred</i>	Knjigom (tiskanom publikacijom)	Sadržajem na internetu
4. razred	1	4
5. razred	4	1
6. razred	5	1
7. razred	4	5

*Tablica 5. Izvor za izvršavanje školskih zadataka.*

<i>Razred</i>	Tekst	Slike, boju, animaciju, zvuk	Drugo
4. razred	5	/	/
5. razred	4	1	/
6. razred	5	1	/
7. razred	5	4	/

*Tablica 6. Usmjerenost pažnje pri pregledavanju neke mrežne stranice.*

<i>Razred</i>	Tekst	Slike, boju, animaciju, zvuk	Drugo
4. razred	2	3	/
5. razred	3	2	/
6. razred	4	2	/
7. razred	4	5	/

*Tablica 7. Razlog ponovnog vraćanja pregledavanoj mrežnoj stranici.*

<i>Razred</i>	Pregledat ću online katalog neke knjižnice	Koristit ću Google ili koju drugu tražilicu	Posegnut ću za prvim izvorom koji mi se nađe pri ruci
4. razred	/	4	1
5. razred	/	1	4
6. razred	/	3	3
7. razred	/	2	7

*Tablica 8. Informacijsko ponašanje tijekom obavljanje neke školske zadaće/zadatka.*

<i>Razred</i>	Dovoljan mi je jedan pojam za pretraživanje	Pokušat ću pretraživati uporabom različitih ključnih riječi	Odabrat ću prvi ponuđeni link (poveznicu) i neću dalje pretraživati ukoliko tamo pronađem odgovor	Uvijek pretražim više izvora pa odaberem odgovarajući
4. razred	1	1	/	3
5. razred	1	2	/	2
6. razred	/	3	/	3
7. razred	/	/	2	7

*Tablica 9. Strategija pretraživanja izvora za obavljanje školskoga zadatka.*

Razred	Učitelj predaje, učenici slušaju i zapisuju - ne sudjeluju u nastavnome procesu	Učitelj razgovara s učenicima, zajednički dolaze do rješenja, svi su aktivni u procesu učenja	Individu-alno (sam/a)	U skupini	U paru
4. razred	/	3	/	1	1
5. razred	/	2	2	1	/
6. razred	/	6	/	/	/
7. razred	/	5	/	1	3

*Tablica 10. Načini učenja.*

<i>Razred</i>	Telefonski/mobilni razgovor	SMS	Elektroničku poštu	Putem društvenih mreža
4. razred	2	2	/	1
5. razred	5	/	/	/
6. razred	3	1	1	1
7. razred	7	/	/	2

*Tablica 11. Oblici komunikacije.*

<i>Razred</i>	Tipkati	Pisati rukom
4. razred	5	/
5. razred	1	4
6. razred	2	4
7. razred	3	6

*Tablica 12. Način pisanja.*

<i>Razred</i>	Koncentriran sam samo na učenje	Istovremeno mogu slušati glazbu	Istovremeno mogu slušati glazbu, dopisivati se i razgovarati s prijateljima
4. razred	3	2	/
5. razred	4	/	1
6. razred	5	1	/
7. razred	3	2	4

*Tablica 13. Simultanost izvršavanja zadataka.*

<i>Razred</i>	Jedan po jedan	Istovremeno više zadataka
4. razred	4	1
5. razred	4	1
6. razred	6	/
7. razred	7	2

*Tablica 14. Način rješavanja zadataka.*

<i>Razred</i>	Jako	Malo	Uopće ne
4. razred	/	4	1
5. razred	/	1	4
6. razred	/	3	3
7. razred	/	5	4

*Tablica 15. Napetost i nervoza tijekom čekanja.*

<i>Razred</i>	Jako	Ponekad, ovisi koliko kako sam raspoložen/a	Nije mi teško čekati
4. razred	1	3	1
5. razred	/	3	2
6. razred	/	4	2
7. razred	1	8	/

*Tablica 16. Tolerancija prema kašnjenju.*

<i>Razred</i>	Pitat ću učitelje	Pitat ću roditelje, rodbinu	Pitat ću prijatelje putem društvenih mreža
4. razred	2	3	/
5. razred	3	2	/
6. razred	/	6	/
7. razred	5	2	2

*Tablica 17. Provjera točnosti informacije.*

<i>Razred</i>	Knjizi	Časopisu	Provjerenom izvoru na internetu (Wikipedija...)
4. razred	3	1	1
5. razred	3	/	2
6. razred	4	/	2
7. razred	7	/	2

*Tablica 18. Izvor za provjeru točnosti informacije.*

Razred	Jesam, stalno	Jesam, više puta dnevno	Ponekad, kad se sjetim	Ne koristim društvene mreže, ali koristim internet
4. razred	/	1	2	2
5. razred	/	/	3	2
6. razred	/	1	4	1
7. razred	/	4	3	2

*Tablica 19. Povezanost internetom, osobito društvenim mrežama.*

Razred	Za druženje i zabavu	Za razmjenu informacija	Za učenje i školu
4. razred	5	/	/
5. razred	2	1	2
6. razred	4	1	1
7. razred	6	3	/

*Tablica 20. Svrha korištenja društvenih mreža.*

Razred	Da	Ne
4. razred	1	4
5. razred	1	4
6. razred	/	6
7. razred	1	8

*Tablica 21. Ovisnost o internetu.*

Razred	Pročitat ću detaljno uputu za sastavljanje	Pokušat ću logički sastaviti uređaj	Pogledat ću na internet	Drugo, navedi...
4. razred	2	3	/	/
5. razred	4	1	/	/
6. razred	2	1	2	/
7. razred	5	3	/	/

*Tablica 22. Informacijsko ponašanje tijekom rješavanja konkretnoga zadatka (npr. spajanje nekog uređaja).*

Razred	Da	Ne	Nije mi poznat pojam <i>online kataloga</i>
4. razred	/	/	5
5. razred	/	/	5
6. razred	/	4	2
7. razred	4	2	3

*Tablica 23. Korištenje online kataloga.*

<i>Razred</i>	Pretražujem po autoru	Pretražujem po naslovu	Pretražujem po ključnoj riječi
4. razred	/	/	/
5. razred	/	/	/
6. razred	1	1	4
7. razred	2	2	3

*Tablica 24. Strategije pretraživanja online kataloga.*

<i>Razred</i>	Pročitat ću sažetak	Pronaći ću pomoću tražilice Google kratku informaciju koja me zanima	Potražit ću cjeloviti tekst/knjigu
4. razred	2	/	3
5. razred	2	1	2
6. razred	4	/	2
7. razred	2	/	6

*Tablica 25. Informacijsko ponašanje radi boljega uvida u sadržaj knjige.*

<i>Razred</i>	Da	Ne
4. razred	1	4
5. razred	/	5
6. razred	3	3
7. razred	4	5

*Tablica 30. Upoznatost s pojmom virtualne/digitalne knjižnice.*

<i>Razred</i>	Da	Ne
4. razred	/	5
5. razred	/	5
6. razred	/	6
7. razred	1	8

*Tablica 31. Pregledavanje dokumenata virtualne knjižnice.*



<i>Razred</i>	Pročitat ću cijelu knjigu	Samo ću malo prolistati	Uopće ne čitam e-knjige
4. razred	2	2	1
5. razred	1	1	3
6. razred	3	1	2
7. razred	3	2	4

*Tablica 32. Pregledavanje e-knjige.*

<i>Razred</i>	Da, često	Ponekad	Rijetko	Ne preuzimam
4. razred	1	3	1	/
5. razred	1	2	1	1
6. razred	/	/	4	2
7. razred	2	4	3	/

*Tablica 33. Preuzimanje besplatnoga sadržaja s interneta.*

<i>Razred</i>	Da, često	Ponekad	Rijetko ili nikad
4. razred	2	3	/
5. razred	1	1	3
6. razred	/	2	4
7. razred	6	3	/

*Tablica 34. Ponovno pregledavanje besplatno preuzetoga sadržaja s interneta.*

<i>Razred</i>	Da	Ne
4. razred	2	3
5. razred	4	1
6. razred	/	6
7. razred	1	8

*Tablica 35. Povjerenje prema tražilici Google kao izvoru točnih i provjerenih informacija.*

## 11. 2. Upitnik za intervju

### Anketa

1. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Spol:

- a) dječak
- b) djevojčica

2. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Razred:

- a) 4. razred
- b) 5. razred
- c) 6. razred
- d) 7. razred

3. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Čitaš li knjige u slobodno vrijeme?

a) da

b) ne

4. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe. Koliko čitaš?

a) Svakodnevno

b) Jednom -dvaput tjedno

c) jednom mjesečno (samo lektiru)

5. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Koliko ti je čitanje bitno u život?

a) jako mi je bitno

b) srednje

c) uopće mi nije bitno

6. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Čitaš li radije:

a) Tiskane knjige

b) e-knjige

7. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Pri izvršavanju obveza školskih zadataka posegnut ću za:

a) knjigom (tiskanom publikacijom)

b) sadržajem na internetu

8. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Pri pregledavanju neke mrežne stranice više pažnje obraćam na:

- a) tekst
- b) slike, boju, animaciju, zvuk

9. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Ponovno ćeš se vratiti pregledavanoj mrežnoj stranici zbog:

- a) tekst
- b) slike, boje, animacije, zvuka

10. Označi tvrdnje koje se odnose na tebe.

Za obavljanje neke školske zadaće/zadatka:

- a) pregledat ću online katalog neke knjižnice
- b) koristit ću Google ili koju drugu tražilicu
- c) posegnut ću za prvim izvorom koji mi se nađe pri ruci

11. Označi tvrdnje koje se odnose na tebe.

Kada pretražujem pomoću interneta:

- a) dovoljan mi je jedan pojam za pretraživanje
- b) pokušat ću pretraživati uporabom različitih ključnih riječi
- c) odabrat ću prvi ponuđeni link (poveznicu) i neću dalje pretraživati ukoliko tamo pronađem odgovor
- d) uvijek pretražim više izvora pa odaberm odgovarajući

12. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Volim učiti na sljedeći način:

- a) učitelj predaje, učenici slušaju i zapisuju - ne sudjeluju u nastavnome procesu
- b) učitelj razgovara s učenicima, zajednički dolaze do rješenja, svi su aktivni u procesu učenja
- c) individualnim (sam/a)
- d) u skupini
- e) u paru

13. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Koji oblik komunikacije preferiraš?

- a) telefonski/mobilni razgovor
- b) sms
- c) elektroničku poštu
- d) putem društvenih mreža

14. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Kada nešto moram napisati, više volim:

- a) tipkati
- b) pisati rukom

15. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Kada učim:

- a) koncentriran sam samo na učenje
- b) istovremeno mogu slušati glazbu
- c) istovremeno mogu slušati glazbu, dopisivati se i razgovarati s prijateljima

16. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Zadatke volim rješavati:

- a) jedan po jedan
- b) istovremeno više zadataka

17. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Stvara li ti napetost i nervozu kada moraš čekati red npr. u knjižnici, trgovini, pošti i sl.?

- a) jako
- b) malo
- c) uopće ne

18. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Smeta li ti kašnjenje, tj. kada moraš nekoga ili nešto čekati?

- a) jako
- b) ponekad, ovisi kako sam raspoložen/a
- c) nije mi problem čekati

19. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Za provjeru točnosti informacije:

- a) pitat ću roditelje, rodbinu
- b) provjerit ću u udžbenik ili neki provjereni izvor
- c) pitat ću prijatelje putem društvenih mreža

20. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Jesi li "konektiran" tj. povezan internetom, osobito s društvenim mrežama?

- a) jesam, stalno
- b) jesam, više puta dnevno
- c) ponekad, kad se sjetim
- d) ne koristim društvene mreže

21. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Smatraš li se ovisnikom o internetu?

- a) da
- b) ne

22. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Za rješavanje konkretnoga zadatka (npr. spajanje nekog uređaja):

- a) pročitat ću detaljno uputu za sastavljanje
- b) pokušat ću logički sastaviti uređaj

23. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Koristiš li kada online katalog neke knjižnice?

- a) da
- b) ne
- c) nije mi poznat pojam online kataloga

24. Označi tvrdnje koje se odnose na tebe.

Ako koristiš online katalog, koje kriterije koristiš pri pretrazi?

- a) pretražujem po autoru
- b) pretražujem po naslovu
- c) pretražuje po ključnoj riječi

25. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Da bih dobio/dobila bolji uvid u sadržaj knjige:

- a) pročitat ću sažetak
- b) pronaći ću pomoću tražilice Google kratku informaciju koja me zanima
- c) tražit ću cjeloviti tekst/knjigu

26. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Preuzimaš li slobodno glazbu s interneta?

- a) da
- b) ne

27. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Jesi li upoznat s pojmom autorskoga prava te da je kopiranje, slobodno preuzimanje glazbe i sl. protuzakonito?

- a) da
- b) ne

28. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Paziš li na pravila citiranja prilikom pisanja seminara/referata?

- a) da
- b) ne
- c) nisam upoznat/upoznata s tim pravilima

29. Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Najradije učim:

- a) iz udžbenika/knjige
- b) putem interneta i neke zabavne edukativne aplikacije
- c) iz e-udžbenika
- d) svejedno mi je



30. Jesi li čuo za digitalnu ili virtualnu knjižnicu?

a) da

b) ne

31. Ako jesi, pregledavaš li kada dokumente koje nudi virtualna knjižnica?

a) da

b) ne

32. Kada otvoris neku npr. e-knjigu, hoćeš li ju cijelu pročitati ili samo naslov, sadržaj i nekoliko stranica?

a) pročitat ću cijelu knjigu

b) samo ću malo prolistati

c) uopće ne čitam e-knjige

33. Preuzimaš li često besplatne sadržaje s interneta i ponovno ih onda pregledavaš?

a) da, često

b) ponekad

c) rijetko

34. Vjeruješ li u potpunosti tražilici Google da ti nudi točne i provjerene sadržaje?

a) da

b) ne

## 12. Prilozi

### Anketa

Spol: \*

- Djevojčica
- Dječak

Označi tvrdnju koja se odnosi na tebe.

Razred: \*

- 4. razred
- 5. razred
- 6. razred
- 7. razred

Čitaš li knjige u slobodno vrijeme? \*

- Da
- Ne

Koliko čitaš? \*

- Svakodnevno
- Jednom-dvaput tjedno
- Jednom mjesečno (samo lektiru)

Koliko ti je čitanje važno u životu? \*

- Jako mi je važno
- Srednje važno
- Uopće mi nije važno

Najradije čitam: \*

- Tiskane knjige
- E-knjige
- E-izvore (Wiki, članci, rječnici...)
- Sadržaj na internetu

Za izvršavanje obveza školskih zadataka, posegnut ću za: \*

- Knjigom (tiskanom publikacijom)
- Sadržajem na internetu

Tijekom pregledavanja neke mrežne stranice, više pažnje obraćam na: \*

- Tekst
- Sliku, boju, animaciju, zvuk
- Other:

Ponovno ćeš se vratiti pregledavanoj mrežnoj stranici zbog: \*

- Teksta
- Slike, boje, animacije, zvuka
- Other:

Za obavljanje školske zadaće / zadatka: \*

- Pregledat ću online kataloge neke knjižnice
- Koristit ću Google ili koju drugu tražilicu
- Posegnut ću za prvim izvorom koji mi se nađe pri ruci

Kada pretražujem pomoću interneta: \*

- Dovoljan mi je jedan pojam za pretraživanje
- Pokušat ću pretraživati uporabom različitih ključnih riječi
- Odabrat ću prvi ponuđeni link (poveznicu) i neću dalje pretraživati ukoliko tamo pronađem odgovor
- Uvijek pretražim više izvora, pa odaberem odgovarajući

Volim učiti na sljedeći način: \*

- Učitelj predaje, učenici slušaju i zapisuju - ne sudjeluju u nastavnome procesu
- Učitelj razgovara s učenicima, zajednički dolaze do rješenja, svi su aktivni u procesu učenja
- Individualno (sam/a)
- U skupini
- U paru

Koji oblik komunikacije preferiraš? \*

- Telefonski / mobilni razgovor
- SMS
- Elektroničku poštu
- Putem društvenih mreža

Kada nešto moram napisati, više volim: \*

- Tipkati
- Pisati rukom

Kada učim: \*

- Koncentriran/a sam samo na učenje
- Istovremeno mogu slušati glazbu
- Istovremeno mogu slušati glazbu, dopisivati se i razgovarati s prijateljima

Zadatke volim rješavati: \*

- Jedan po jedan
- Istovremeno više zadataka

Stvara li ti napetost i nervozu kada moraš čekati red npr. u knjižnici, trgovini, pošti i sl.? \*

- Jako
- Malo
- Uopće ne

Smeta li ti kašnjenje, tj. kada moraš nekoga ili nešto čekati? \*

- Jako
- Ponekad, ovisi kako sam raspoložen/a
- Nije mi teško čekati

Kada učim, za provjeru točnosti informacija: \*

- Pitat ću učitelje
- Pitat ću roditelje, rodbinu
- Pitat ću prijatelje putem društvenih mreža
- 
- Kada učim, točnost informacije provjerit ću u: \*
- Knjizi
- Časopisu
- Provjerenom izvoru na internetu (Wikipedia...)

Jesi li "konektiran/a", tj. povezan/a internetom, osobito s društvenim mrežama?

\*

- Jesam, stalno
- Jesam, više puta dnevno
- Ponekad, kad se sjetim
- Ne koristim društvene mreže, ali koristim internet

Društvene mreže koristim: \*

- Za druženje i zabavu
- Za razmjenu informacija
- Za učenje i školu

Smatraš li se ovisnikom o internetu? \*

- Da
- Ne

Za rješavanje konkretnoga zadatka (npr. spajanje nekog uređaja): \*

- Pročitat ću detaljno uputu za sastavljanje
- Pokušat ću logički sastaviti uređaj
- Pogledat ću na internet
- Other:

Koristiš li kada online katalog neke knjižnice? \*

- Da
- Ne
- Nije mi poznat pojam online kataloga

Ako koristiš online katalog, koje kriterije koristiš pri pretrazi?

- Pretražujem po autoru
- Pretražujem po naslovu
- Pretražujem po ključnoj riječi

Da bih dobio/la bolji uvid u sadržaj knjige: \*

- Pročitat ću sažetak
- Pronaći ću pomoću tražilice Google kratku informaciju koja me zanima
- Potražiti ću cjeloviti tekst / knjigu

Preuzimaš li slobodno glazbu s interneta? \*

- Da
- Ne

Jesi li upoznat/a s pojmom autorskog prava te da je kopiranje, slobodno preuzimanje glazbe i sl. protuzakonito? \*

- Da
- Ne

Paziš li na pravila citiranja prilikom pisanja seminara / referata? \*

- Da
- Ne
- Nisam upoznat/a s tim pravilima

Najradije učim: \*

- Iz udžbenika / knjige
- Pomoću interneta i neke zabavne, edukativne aplikacije
- Iz e-udžbenika
- Svejedno mi je
- Drugo (bilješke, ppt prezentacije...)
- Other:

Jesi li čuo / čula za digitalnu ili virtualnu knjižnicu? \*

- Da
- Ne

Ako jesi, pregledavaš li kada dokumente koje nudi virtualna knjižnica?

- Da
- Ne

Kada otvoriš neku e-knjigu, hoćeš li ju cijelu pročitati ili sam naslov, sadržaj i nekoliko stranica? \*

- Pročitat ću cijelu knjigu
- Samo ću malo prolistati
- Uopće ne čitam e-knjige

Preuzimaš li često besplatne sadržaje s interneta? \*

- Da, često
- Ponekad
- Rijetko
- Ne preuzimam

Pregledavaš li ikada više besplatno preuzete sadržaje?

- Da, često
- Ponekad
- Rijetko ili nikad

Vjeruješ li u potpunosti tražilici Google da ti nudi točne i provjerene sadržaje? \*

- Da
- Ne