Komuniciranje i novi mediji

Žlebački, Mislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:178584

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-20**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications

VELEUČILIŠTE

s pravom javnosti

BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Zaprešić

Preddiplomski stručni studij

Poslovanje i upravljanje

MISLAV ŽLEBAČKI

KOMUNICIRANJE I NOVI MEDIJI

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2022. godine

VELEUČILIŠTE

s pravom javnosti

BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Zaprešić

Preddiplomski stručni studij

Poslovanje i upravljanje

Usmjerenje Poslovna ekonomija i financije

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

KOMUNICIRANJE I NOVI MEDIJI

Mentor:
dr. sc. Stjepan Lacković

Student:
Mislav Žlebački

Naziv kolegija:
e-KOMUNIKACIJSKI KANALI

JMBAG studenta:
0234053719

SADRŽAJ

SAŽETAK 1

1. UVOD 2

2. UTJECAJ I ZNAČAJ MEDIJA U DRUŠTVU 3

3. POVIJEST KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA: OD STARIH DO NOVIH MEDIJA 5

3.1. Spiljski crteži 5

3.2. Tiskovni mediji 6

3.2.1. Novine 6

3.2.2. Časopisi 6

3.2.3. Knjige 7

3.3. Telefoni 7

3.4. Filmovi 8

3.5. Radio 9

3.6. Televizija 10

3.7. Osobna računala 10

3.8. Internet 11

3.9. Društvene mreže 12

4. KOMUNICIRANJE I NOVI MEDIJI 13

5. MOĆ NOVIH MEDIJA 15

6. KOMUNICIRANJE I MEDIJI: POGLED U BUDUĆNOST 17

7. ZAKLJUČAK 20

8. IZJAVA 21

9. POPIS LITERATURE 22

9.1 KNJIGE 22

10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA 24

ŽIVOTOPIS 25

SAŽETAK

Ovaj završni rad sadrži pregled povijesti medija, odnosno komuniciranja u razdoblju od prvih spiljskih crteža, izumu tiska, pojave novina i razvoju komunikacija do suvremenog doba i novih komunikacijskih medija.

Današnje vrijeme nezamislivo je bez novih medija. Internet i društvene mreže sastavni su dio naših života. Skoro da i ne postoji kućanstvo bez televizora, radija, interneta, kompjutora ili mobitela. Digitalne tehnologije i Internet izazvale su velike promjene u komunikacijskom polju društva. Mediji su konstantno uključeni u život pojedinca pred kojeg se stavlja mnoštvo izbora od televizijskih programa, radio postaja, web portala i ostalih medijskih dostignuća.

Ključne riječi: komunikacija, mediji, čovjek, povijest i informacija.

ABSTRACT

This final paper contains an overview of the history of media, that is, communication in the period from the first cave drawings, the invention of printing, the appearance of newspapers and the development of communications to the modern era and new communication media. Today's time is unimaginable without new media. The Internet and social networks are an integral part of our lives. There is almost no household without a television, radio, internet, computer or mobile phone. Digital technologies and the Internet have caused major changes in the communication field of society. The media is constantly involved in the life of an individual, who is presented with a multitude of choices from television programs, radio stations, web portals and other media achievements

Key words: communication, media, human, history and information.

1. UVOD

Za potrebe ovog rada potrebno je definirati pojmove: *komunikacija* i *novi mediji*. K. Miller pojam *komunikacija* definira kao „proces, stvaranje značenja i prijenos informacija ili poruka“[1]

Pojam *novi mediji* označava „tehnološku revoluciju prenošenja medija i kulture na oblike komunikacije i produkcije asistirane računalima“ [2]

Ovaj završni rad će pokazati da procvat komunikacijskih tehnologija napreduje neviđenom brzinom.

Broj korisnika interneta u svijetu povećava se proteklih godina zahvaljujući jeftinim digitalnim rješenjima, mobilnim uređajima i društvenim mrežama koje nude jednostavan pristup.

U ovom trenutku u svijetu oko 5 milijardi ljudi koristi internet.

Na svim razinama društva mogućnost povezivanja na internet postala je značajno pristupačnija i praktičnija. Ljudi imaju pristup bežičnim internetskim mrežama koje su postale mnogostruko jeftinije nego u početku razvoja. Tehnološki razvoj ubrzano nas dovodi do razine kada se sva sila omiljenih pojmova iz znanstvene fantastike pretvara u znanstvene činjenice: automobile bez vozača, mislima upravljanje pokretanje robota…To je naša budućnost, a te nevjerojatne stvari već sada počinju poprimati oblik.

Istodobno komunikacijske tehnologije nisu prilika samo za tehnički, nego i za kulturni napredak. Svijet novih medija koji nas okružuje nastavit će utjecati i usmjeravati način na koji komuniciramo s drugima i na koji vidimo sebe.

[1] Muller, K. Muller, 2001. „Communication Theories: Perspektives, Processes and Context“

[2] Wikipedia, https://sh.wikipedia.org/wiki/Novi_mediji

2. UTJECAJ I ZNAČAJ MEDIJA U DRUŠTVU

Visokorazvijena društva su zasićena medijima koji imaju golemu moć na modernu javnost i privatne živote. Mediji su konstantno uključeni u život pojedinca, a modernom čovjeku su produbili doseg i domete. Pred suvremenog čovjeka stavlja se mnoštvo izbora od web stranica, brojnih televizijskih postaja, radio postaja, dnevnih, tjednih i mjesečnih novina, časopisa i sl. Provodimo gotovo svaki trenutak komunicirajući, a o toj nam aktivnosti ovise privatni, društveni i radni život. Mediji su postali centralni element za organiziranje gotovo svih aspekata suvremenog života, bez obzira je li riječ o svakodnevnim susretima sa prijateljima, društvenim institucijama, kulturnim sistemima ili osobnom razumijevanju svijeta kao i samog sebe. Nemoguće je zamisliti moderno društvo bez medija. Prisutnost ovih uređaja se prihvaća kao činjenica svakodnevnice ali i društvenog opstanka, pa možemo reći da smo socijalno i društveno ovisni o njima. Radne i društvene aktivnosti se neprestano isprepliću s medijima. Stoga neki autori tvrde da oni koji ne posjeduju uređaje kao što su televizija i telefon rade u društveno nepovoljnijim položajima (Dimbleby, Graeme, 1998: 161).

Kraj drugog tisućljeća je proglašen komunikacijskom revolucijom jer je razvoj novih tehnologija snažno utjecao na društvene i kulturne promjene. Sve veće širenje medija bitno povećava ljudsku moć komuniciranja. Moguće je ostati u kontaktu s osobama koje su vrlo udaljene i *proputovati* svijetom preko malih ekrana. Zapravo mediji su učinili svijet manjim, pa je postao *globalno selo* (Dimbleby, Graeme, 1998: 161). Mediji su sredstva komunikacije koja se baziraju na tehnologiji koja stvara most između komunikatora i primatelja (Dimbleby, Graeme, 1998). Mediji pomažu ljudima da interpretiraju svijet oko sebe i nude im značenja koja mogu i ne moraju sami prihvatiti. Mediji imaju moć da oblikuju i utječu na javne i privatne živote, te brojne društvene, ekonomske političke, tehnološke i moralne procese. Mediji su ključan i neizbježan element u informacijskom i suvremenom potrošačkom društvu u kakvom danas živimo. Mediji neprestano modificiraju ponašanje ljudi. Mijenjaju ritam života, pa se prema radu TV-a organiziraju i razne kulturne i druge institucije. Televizija je utjecala na obiteljske živote, jer se obitelji druže jedino uz gledanje TV-a. Također mnogi odabiru ostajanje kod kuće uz televiziju ili računalo, prije negoli izlazak s društvom. Mediji su ušli u sve segmente ljudskog života te su u mnogočemu promijenili načine ponašanja i navike. Npr. važan aspekt tinejdžerskog života čini igranje računalni igrica i slušanje glazbe. Jutarnje čitanje novina na internetu ili slušanje glazbe u automobilu je postala rutina. Obrazovanje putem računala i interneta koji se razvio kao novi koncept obrazovanja omogućava svima da uče kod kuće, da

grade svoju bazu znanja tempom koji žele i kada žele. Dakle mediji su postali značajan faktor u razvoju informacijskog i potrošačkog društva. U dvadesetom stoljeću tu su ulogu odigrali stari ili klasični ili masovni mediji. Iako su imenovani starima, ti mediji još uvijek i u trećem tisućljeću značajno utječu na društvene živote milijuna pojedinaca i skupina društva. Ti stari mediji su televizija, radio i novine. U novije doba, od kraja 80-ih godina 20. stoljeća, istraživači se bave novim digitalnim ili interaktivnim cyber medijima.

Naime, svaka društvena promjena do tada, pretpostavljala je novu borbu za promjenu mišljenja, znanja, učenja, pa čak i moći. Stara pravila i društveni poredak nisu više mogli savršeno komunicirati u novim komunikacijskim uvjetima. Rađaju se nove medijske forme kao što su digitalna televizija, internet, elektroničke igre koje oformljuju nove umrežene zajednice. Mijenjaju se stavovi, načini života i životni stavovi u kontekstima novih medijskih tehnologija.

3. POVIJEST KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA: OD STARIH DO NOVIH MEDIJA

„Povijesni razvoj novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija (informatika, robotika, medijska tehnologija, mobilna tehnologija, Internet i društvene mreže) i njihov utjecaj na razvoj društva „u bliskoj budućnosti je osnova za uspješnije i humanije povezivanje društva i tehnologije te stvaralaštva u društvenim i tehničkim znanostima. Retrospektivu i perspektivu razvoja novih komunikacijskih tehnologija s društvenog i tehnološkog aspekta promatramo u kontekstu razvoja novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne medijske komunikacije. " eksponencijalni razvoj medija (medijske konvergencije), medijske kulture, komunikologije, novinarstva, interneta i odnosa s javnostima u korelaciji s novim informacijskim i komunikacijskim tehnološkim postignućima koji u tehnološkom i komunikacijskom smislu još nisu završeni. Mediji su uvijek u funkciji ukupnog ljudskog stvaralaštva, to jest, danih tehnoloških mogućnosti svake tehnološki (ne)razvijene društvene epohe, plus kumulativno stvaralaštvo medijske tehnologije u proteklim generacijama. U tom kontekstu promatramo retrospektivu i perspektivu razvoja medija i komunikacijskih tehnologija.“[3]

3.1.Spiljski crteži

Spiljski crteži potječu iz starijeg kamenog doba, paleolitika (32.000 do 11.000 godina prije Krista). Nazivamo ju Paleolitička umjetnost ili Umjetnost ledenog doba. Najstariji poznati spiljski crtež otkriven je u spilji Blombos u Južnoj Africi, no u Europi se javljaju prije oko 40.000 godina. Spiljsku umjetnost uglavnom nalazimo na području Španjolske i Francuske a sastoji se od slika, crteža i gravura po zidovima spilja. Paleolitičku umjetnost dijelimo na figurativnu, koja se odnosi na prikaze čovjeka ili životinja, i nefigurativnu koja predstavlja oblike znakova i simbola. Prikazi životinja variraju od mjesta i vremenskog razdoblja nastanka crteža. Na crtežima su najčešće zastupljeni prikazi bizona i konja, dok se jeleni i mamuti nalaze samo na nekim manjim područjima. Skoro sve životinje su na crtežima prikazane u profilu i uglavnom odrasle jedinke prepoznatljive vrste.

[3] Grbavac J.,Grbavac V., Krtalić A. (2013) Retrospektiva i perspektiva komunikacijskih tehnologija: Društveni i tehnološki aspekt, Media culture and public relations, Zagreb, Hrvatsko komunikološko društvo str:173

Slika 1: Spiljski crtež
Izvor: Wikipedia

Spiljske crteže možemo slobodno svrstati u područje vizualne komunikacije (gledanje očima, izrazi lica, govor tijela) što predstavlja neverbalnu komunikaciju koja služi za priopćavanje informacija i ideja posjetiteljima oslikanih spilja.

3.2.Tiskovni mediji

Prvi tiskarski stroj izumio je 1440. godine Johannes Guteberg što je Europi donijelo svojevrsnu revoluciju. Već 1455. godine objavio je prvu tiskanu Bibliju. Ovo otkriće značajno je za širenje pismenosti, kulture, duhovnosti i svih ostalih raznih ideja. Razvilo se tiskanje knjiga što je dovelo do napretka znanosti i umjetnosti. Povećao se broj pisaca koji su svoje radove mogli objavljivati i učiniti ih dostupnim široj publici.

3.2.1. Novine

Pojavljivanje prvih novina započelo je u 17. stoljeću u engleskim, njemačkim i francuskim gradovima, ali se novinarstvo razvija sporo i stagnira sve do 19. stoljeća početka industrijske revolucije i razvoja gospodarstva kada se bilježi znatan porast broja tiskarskih industrija i izdavača. Broj svakodnevnih tiskovina se udvostručio sredinom 20. stoljeća. Od 1990. godine počinje se bilježiti lagani pad potražnje tiskovnih medija. Uzrok padu potražnje tiskovnih medija je povećanje korištenja ostalih vrsta medija, poput televizije i interneta. Razvoj tehnologije koja olakšava pristup svježim informacijama drastično utječe na negativan trend korištenja dnevnih tiskanih novina

3.2.2. Časopisi

Pedesetak godina nakon novina, pojavio se prvi časopis (1741., SAD, Philadelphia). Kako je u 18. stoljeću većina stanovništva bila nepismena, prvi časopisi su se najčešće distribuirali prema interesnim zajednicama, primjerice prema crkvama. Časopis je periodična publikacija koja

najčešće pokriva određeno područje. Devedesetih godina prošlog stoljeća, odnosno porastom korištenja interneta, tiskane časopise počinju zamjenjivati elektronički časopisi.

3.2.3. Knjige

Već smo ranije spomenuli da je izumom prvog tiskarskog stroja, 1455. godine, Guttenberg tiskao prvu Bibliju. To je prva tiskana knjiga u svijetu. Najveći porast tiskanja knjiga u svijetu događa se nakon 2. svjetskog rata i ekonomskog procvata. Danas je sve manji broj tiskanih knjiga jer razvojem tehnologija su sve popularnije elektroničke verzije knjiga. Zbog svoje pristupačnosti, jednostavnosti nabavke knjige i znatno niže cijene u odnosu na standardne knjige, prodaja elektroničkih verzija knjiga bilježe sve veći porast.

Slika 2: Elektronička knjiga

Izvor: stock.adobe.com

3.3.Telefoni

Izumitelj Alexander Graham Bell je 1975. godine izumio prvi široko upotrebljivi električni telefon, koji uz pomoć elektromagnetske indukcije prenosi govor, a u svojem modificiranom obliku zadržao se do danas.

Nakon izuma i obavljenog prvog telefonskog razgovora, G.Bell pomaže objaviti i uputstva za upotrebu telefona a i izrađuje se prvi telefonski imenik s dvadesetak stranica. Unutar prvog telefonskog imenika stajale su i napomene o tome kako se javlja na telefon. Zanimljivo je da je Bell predložio da bi pozdravna riječ treba biti *ahoj* međutim Thomas Edison predlaže *halo* što je ostao općeprihvaćen pozdrav.

Slika 3: Telefonska centrala

Izvor: https://www.ericsson.hr/razvoj-proizvoda

Bežićni telefon nastao je 90 godina nakon izuma telefona a izum se pripisuje Terryiju Polu koji je 1965. godine osmislio uređaj koji se koristi na način da se prijenosna slušalica spaja na bazni uređaj i da se putem prijenosnog uređaja može komunicirati dok je u dosegu bazne stanice.

Mobilni telefon je izumio Matin Cooper 1973. godine. Uređaj nije bio povezan žicom i mogao se koristiti izvan kuće. Takav uređaj bio je začetak mobilne telefonije kakvu danas poznajemo. Današnji elegantni i iznimno opremljeni pametni telefoni su uređaji koji se svakodnevno unaprjeđuju, i teško je pretpostaviti što nas još očekuje. Jedno je sigurno, bit će sve učinkovitiji.

3.4.Filmovi

Braća Lumière su 1895. godine izumili kinematograf koji je omogućio prikazivanje filmova. Najznačajniji razvoj filma odvija se tijekom 19. i 20. stoljeća, te se nastavlja i dalje uz bilježenje manjeg pada interesa posjećenosti kinima zbog pojve DVD izdanja filmova, online posudbe filmova i nelegalnog preuzimanja filmova putem web-a. Bez obzira na te probleme film se razvio do najznačajnijeg oblika komunikacije, zabave i masovnih medija 20. stoljeća. U isto vrijeme film je imao značajan utjecaj na umjetnost, tehnologiju, politiku i industriju. Najgledaniji film svih vremena, „Titanic“ (James Cameron, 1997.) sveukupno je zaradio 1,8 milijardi dolara.

Slika 4: Scena iz filma Titanic

Izvor: https://movies.mxdwn.com/reviews/classic-movie-review-titanic-1997/

3.5.Radio

„Službeni izumitelj radija je Nikola Tesla koji je prvi razvio i objasnio način proizvodnje radiofrekvencija, princip rezonantnih sklopova u predajnoj i prijamnoj anteni te javno predstavio principe radija i prijenos signala na velike daljine, za što je dobio patent 1897. godine. Reginald Fessenden i Lee De Forest postavili su principe amplitudne modulacije što je omogućilo rad više radiostanica istovremeno na istom prostoru bez stvaranja međusobnih interferencija. Od izuma radija 1897. godine pa do 1930. godine prisutnost radioprijamnika u kućanstvima dosegla je 40 posto, a do 1947. godine čak 90 posto. Nagli rast se nastavlja do 1980. godine te usporava 1993. godine nakon čega se bilježi pad radioprijemnika u kućanstvima. Prema statistikama u SAD-u do kraja 2006. godine 11020 komercijalnih radiopostaja i 2817 amaterskih radiopostaja emitira program. Prva radio postaja u Hrvatskoj bila je Radio Zagreb. Signal s AM odašiljača, jačine 350 W, krenuo je 15. svibnja 1926. Sa zgrade na Markovom trgu 9, gdje je postavljen odašiljač, studio i studijski uređaji.“[4]

Bez obzira na brzinu širenja informacija putem novih medija, radio je još i danas najbrži medij za prijenos informacija, posebice su važni lokalni mediji kojima najviše vjeruje lokalna zajednica. Radio je medij koji prodire u sve slojeve društva i koji se može slušati u bilo kojem trenutku na jednostavan i jeftin način.

[4] Grbavac J., Grbavac V., Krtalić A., str. 179

3.6.Televizija

Riječ *televizija* dolazi od grčke riječi *tele* što znači daleko i latinske riječi *visio* što znači gledanje. Dakle televizija je bežični prijenos slika. Općenito to je skup tehnologija koje predstavljaju snimanje, emitiranje i prijam okretnih slika popraćenih zvukom. Također predstavlja i naziv televizijske tvrtke (HRT, RTL, Nova TV i dr.).

Televiziju nije izumio samo jedan izumitelj, već kroz mnogobrojne napore mnogih ljudi tijekom godina su pridonijeli evoluciji televizijske tehnologije. Tako su u vremenskom razdoblju od 1907. godine, izumom katodne cijevi, izumitelji Paul Gottlieb Nipkow, John Logie Baird, Charles Francis Jenkins i mnogi drugi doprinijeli razvoju televizije kakvu danas poznajemo.

Danas je televizija najutjecajniji masovni medij. Televizijska slika nosi najpotpunije i najsažetije informacije snažnije od bilo kojeg drugog medija. Na žalost, kao takva vrlo je pogodna za zloupotrebu od političkih razloga do poticanja na nasilno ponašanje i sl.

Ako je radio najbrži medij za prijenos informacija, televizija ipak ima dominantnu ulogu na svjetskoj razini za oblikovanje javnog mišljenja i to prvenstveno zbog vizualnog elementa televizije.

3.7.Osobna računala

Pojava osobnih računala zabilježena je 1970-ih godina a prvi proizvođači bile su tvrtke Apple, Hewlett-Packadr i IBM. Masovnom širenju računala zaslužna je pojava računala IBM PC 1981. godine koje je cijenom bilo prikladno i za poslovnu i za kućnu uporabu. Nakon IBM-ovog PC-a, pojavljuju se Atari ST, Commodore i mnogi drugi.

Uz razvoj računala istodobno se otvara i svjetska mreža, bez koje je teško zamisliti blagodati modernog računala. Znanstveni i tehnološki napredak se svake godine ubrzava, elektronika postaje sve savršenija a računala su postala sastavni dio našeg i posla i života. U današnje doba je neprocjenjiva korist računala jer modernog čovjeka uvelike rasterećuje od rutinskog posla. Moderni programi optimiziraju ne samo radne procese i produktivnost rada, već pomažu u radu s velikim količinama informacija, pružaju obradu, pohranu i pristup u obliku dokumenta, slike ili video materijala. Poput televizije i mobilnih komunikacija uz pomoć računala se ljudske mogućnosti nevjerojatno proširuju. Primjerice, u arhitekturi je teško zamisliti dizajnerski rad bez upotrebe računala. U medicini se računala koriste kao alati za dijagnostiku, liječenje pa čak

i složene operacije. Uz pomoć svjetske globalne mreže, omogućuje brzo pretraživanje korisnih informacija na svim jezicima svijeta.

Računalo također služi kao alat za komunikaciju i zabavu, omogućavajući ljudima komuniciranje na velikim udaljenostima u stvarnom vremenu, omogućuje iz fotelje pristup glazbi, filmovima, igrama, kupovini. O budućnosti koju nam donosi razvoj računala možemo samo nagađati.

3.8.Internet

Godina 1969. bila je velika prekretnica u kulturi, znanosti i tehnologiji. Neil Amstrong i Buzz Aldrin su te godine zakoračili na Mjesec, iste godine se održao najveći rock festival svih vremena Woodstock. Međutim najvažniji događaj za buduće generacije dogodio se 29. listopada 1969. godine kad su studenti UCLA-e pod vodstvom profesora Leonarda Kleinrocka povezali računala sa računalima Istraživačkog instituta u Stanfordu. Tog se dana rodio Internet.

Razvoj Internet mreže započeo je 1960-ih godina s APRANET-om (Advanced Research Projects Agency Network) što je financiralo Ministarstvo obrane SAD-a. Projekt je trebao poslužiti vojsci za dijeljenje podataka kada tradicionalni putevi komunikacija ne bi funkcionirali. Američka je vojska 1980-ih godina napustila projekt ARPANET no privatni korisnici su ga i dalje nastavili koristiti.

Pokretanjem projekta CARNet (Croatian Academic and Research Network) 1991. godine počelo je uvođenje interneta u Hrvatsku. Početkom 1992. godine agencija internet Assigned Number Authotity dodijelila je CARNetu pravo na administriranje internet zajednice u Hrvatskoj. CARNet je bio jedini pružatelj internet usluga u Hrvatskoj, usluge je pružao svim građanima i to besplatno. Godine 1996. internet se počeo komercijalizirati i od tada bilježi neviđeni rast. Internet kao svjetska komunikacijska mreža nema nikakvu cenzuru i nikakve administrativne prepreke, dostupna je u svakom dijelu planeta naravno uz odgovarajuću računalnu opremu. Pojavom globalne raširenosti sadržaji na internetu omogućuju brz pristup i prijenos informacija velikom broju ljudi.

3.9.Društvene mreže

„Prvi oblici društvenih mreža javljaju se 90-ih godina 20. stoljeća. Društvene mreže su besplatne online usluge koje korisnicima pružaju različite vrste komunikacija sa svijetom i mogućnost vlastite prezentacije.“

Društvene mreže su najpopularniji globalni komunikacijski fenomen jer je čovjek društveno biće i jer ga društvena komunikacija privlači i zanima. Na društvene mreže dolazimo kako bise zbližili, povezali sa prijateljima, stekli nova prijateljstva, odnosno kako bismo podijelili ili primili razne informacije. Ovakve mreže, pored prvobitne uloge komunikacije, imaju i ulogu marketinga promovirajući druge web stranice i niz različitih usluga. Na društvenim mrežama možemo komunicirati na mnogo različitih načina, od chattanja odnosno čavrljanja do razmjena slika ili videa. Među najpoznatijim modernim sustavima za komunikaciju na internetu su: Facebook, Instagram, You Tube, Linkedin, Twiter, Skype i dr. Danas u svijetu postoji više od 100 društvenih mreća, odnosno web stranica, koje nude različite usluge, jedno im je zajedničko: povezuju ljude istog interesa širom svijeta na sasvim nov i moderan način.

Slika 5: društvene mreže

Izvor: https://www.bug.hr/drustvene-mreze/drustvene-mreze-vise-sluze-za-konzumiranje-nego-za-objavu-sadrzaja-2394

4. KOMUNICIRANJE I NOVI MEDIJI

Tehnološki napredak je olakšao komuniciranje i pristup informacijama. Istodobno novi mediji dobivaju ulogu nezamjenjivog faktora za izgradnju i razvoj komunikacije.

Međutim, treba se napomenuti da su mediji i ranije imali veliki utjecaj na komuniciranje i informiranje. Bili oni stari ili novi, generalno se mogu definirati kao sredstvo za komuniciranje ili prenošenja informacija.

Izraz *novi mediji* pojavio se 1980-ih kako bi označio iznimno brze promjene koje su se dogodile u medijskom svijetu. Danas se taj termin koristi u brojnim znanstvenim područjima ali i u svakodnevnoj komunikaciji. Još uvijek ne postoji jedinstvena definicija *novih medija*, znamo da obuhvaćaju digitalne računalne, odnosno umrežene komunikacijske tehnologije nastale krajem 20. stoljeća. Digitalizacija, odnosno prijenos podataka iz analognog oblika u digitalni oblik je najznačajniji obilježje novih medija koji se zbog toga još nazivaju i *digitalni mediji*

Novi mediji u potpunosti su zamijenili one stare, ali se čini i da su o određenoj mjeri izgubili svoju pravu funkciju.

Novina kao tiskani medij koje su godinama bile dio svakodnevice u pružanju vijesti i obavezan alat za informiranje društva, u današnje su vrijeme postale vintage papir i podsjetnik na korištenje *starih* medija. Današnje društvo više nije zadovoljeno samo tiskanim medijima, traži se vizualni prikaz, audio-vizualni događaj, komentari i još mnogo popratnih informacija. Živimo u vremenu u kojem nove vijesti i informacije stižu na portale iz minute u minutu. Suvremeni čovjek veći dio svojeg slobodnog vremena provodi uz različite vrste medija. Prema tome možemo zaključiti da mediji imaju utjecaj na nas, ali istodobno i mi možemo utjecati na medije. Znamo da mediji imaju takvu mogućnost i prate kolika je „gledanost“, koliko čitatelja kupuje određene novine, ili na portalima, koliki je broj „klikova“. Novi mediji zbog toga prenose ono što smo od njih tražili, odnosno ono za što smo „kliknuli“. Zbog toga možemo zaključiti da prijenos informacija više nije prioritet. Događa se to da mediji danas prodaju, a ne prenose informacije, a staru ulogu prijenosnika su nadogradili uspostavom novog posla propagande i manipuliranja.

Internet je globalna mreža, vrhunske brzine u protoku informacija povezana mrežom kompjutora. To je komunikacijski događaj ovog stoljeća koji je utjecao na promjenu stila života i načina razmišljanja.

Pojavom računala i interneta došlo je do velikih promjena u ponašanju i razmišljanju ljudi.

Promjene su se počele događati prijelazom s novina kada je u medijski je prostor ušla televizija postavši najvažnijim izvorom informacija o političkim i drugim dnevnim informacijama. Svojim je političkim informacijama doprla i do onih koji za politiku nisu do tada bili zainteresirani. Takve je gledatelje televizija aktivirala, oni sada imaj političke stavove i razmišljaju o njoj.

Kao što su pojavom televizije političke stavove dobili oni koje politika nije zanimala, tako su pojavom interneta znanje o politici i mnogim drugim temama dobili oni koji se nikada prije time nisu bavili. U tom kontekstu, poseban problem čine oni koji bespogovorno vjeruju u svaku objavu, sliku i video zapis s portala te onda na osnovu toga grade svoje mišljenje o stanju u društvu.

Pozitivnu stranu novih medija čine brzina pronalaska i količinu informacija kojima imamo vrlo lak pristup. Dolazak novih medija te prilagođavanje starijih generacija u svakom slučaju predstavlja izazov. U svom članku Digitalno doba i novi barbari, Goran Starčević opisuje „»Glazbu slušaju s mobitela, od kulture očekuju zabavu, od religije toplinu stada, od politike karijeru, a od mudrosti korisnu informaciju. Sjekire novih barbara ne pokreću više glad i mahnitost, nego pokornost i prilagođenost. Kao krajnji rezultat sveopćeg ustrojavanja života, nadolazi hladna, digitalna osjećajnost u kojoj nema mjesta čak ni za grižnju savjesti ili kajanje.« [5]

Uz takve nove medije odrastaju i razvijaju se nove generacije, mediji utječu na njihov razvoj, a posljedice takvog utjecaja na današnjeg čovjeka ćemo tek doživjeti.

[5] Goran Starčević; Časopis Full Deskription; https://www.scribd.com/doc/293734031/Digitalno-doba-i-novi-barbari-Goran-Star%C4%8Devi%C4%87

5. MOĆ NOVIH MEDIJA

„Novi mediji kao pojam, označava tehnološku revoluciju prenošenja medija i kulture na oblike komunikacije i produkcije asistirane računalima. Novim medijima se također označavaju vrste digitalnih medija, kao što su digitalni tekstovi, slike, digitalni video, digitalni zvuk i prostorne virtualne konstrukcije. Popularno gledano, kategorije koje se smatraju novim medijima su internet, web prezentacije, multimedija, video igre.“[6]

U ovom poglavlju će kroz primjere biti objašnjena moć novih medija, odnosno kako komunikacija putem novih medija predstavlja novi oblik, *novi val društvene komunikacije*.

Novi val društvene komunikacije sa spontanim pokretom ljudi koji se služe različitim internetskim alatima kako bi se međusobno povezali, preuzeli iskustva i dobili ono što trebaju, podatke, ideje, proizvode i pregovaračku moć. Veliki val široko je rasprostranjen, stalno se mijenja i neprestano raste.

Wikipedija, YouTube, Facebook, Instagram, Twiter i druge društvene mreže nastale su na platformi interneta, o odlika im je da su njihovi korisnici ujedno i proizvođači sadržaja. Ti mediji počivaju na ideji društvene inteligencije koja oblikuje sadržaje u toj komunikaciji mnogi prema mnogima.

Stalno nastaju još noviji mediji i nalaze svoju publiku. Primjerice Foursquare, koji je nastao 2008. godine, zapošljava preko 200 ljudi i pomaže zainteresiranima pronaći mjesto za izlazak. Pinterest je nastao 2009. godine i funkcionira kao virtualna oglasna ploča na koju korisnici dodaju različite sadržaje koje su našle na internetu a vezani su uz uređenje doma.

Novi val društveni je trend u kojem ljudi, služeći se različitim tehnologijama, dobiju ono što im treba jedni od drugih umjesto od tradicionalnih tvrtki. Upravo je zato važno razumjeti što je veliki val, otkuda dolazi i kamo ide. To je jedan potpuno novi način na koji se ljudi povezuju s tvrtkama i jedni s drugima.

[6] Wikipedia; https://sh.wikipedia.org/wiki/Novi_mediji

Veliki val proizlazi iz kombinacije triju različitih sila: ljudi, tehnologije i ekonomije. Od uvijek ljudi ovise jedni o drugima i međusobno crpe snagu. Tehnologija je druga sila koja utječe na veliki val, potpuno je promijenila socijalnu interakciju ljudi. Internetske veze su danas brze i sveprisutne, a ljudi se koriste internetom kako bi se međusobno povezali. Osim ljudi koji se žele povezati i novih tehnologija, treća sila koja utječe na veliki val je ekonomija. Na internetu je promet jednako novac. Oglašivači znaju da promet pokazuje koliko vremena i pozornosti korisnici posvećuju internetu. Iako oglašavanje nije jedini izvor zarade na internetu, toliko brzo se razvija da svatko tko na svojoj stranici bilježi znatan promet može računati da će na njemu i zaraditi Novi val je sveprisutan, brzo se razvija i danas predstavlja golem izazov za poslovne strategije u tvrtkama.

Danas se gotovo sve može objaviti ili komentirati na internetu i nije moguće zaustaviti loše kritike. Ono što možemo napraviti je prihvatiti kritike i poboljšati komunikaciju s korisnicima. Osluškujući želje možemo unaprijediti proizvod ili uslugu koju nudimo. Kritika ne mora uvijek biti loša stvar koja se dogodila. Zahvaljujući takvoj funkciji velikog vala, možemo unaprijediti sebe i u kratkom roku i sa minimalnim troškovima možemo stvoriti određenu količinu korisnika koji su nam dovoljni za ostvarenje željenih ciljeva.

Slika 6: Foursquare

Izvor: https://ezgif.com/webp-to-jpg/ezgif-4-a07052e23d.webp

6. KOMUNICIRANJE I MEDIJI: POGLED U BUDUĆNOST

Predviđati budućnost totalno je nezahvalna stvar, no ipak, u poglavlju Komuniciranje i mediji: pogled u budućnost bit će predstavljena moguća budućnost temeljena na današnjim tehnologijama, te kako će nova tehnologija utjecati na naše komuniciranje i organizaciju društvenih aktivnosti kao sastavni dio naših života.

U skoro vrijeme će svi na Zemlji biti povezani na internetu. Uz, još pet milijardi ljudi spremnih da se priključe virtualnom svijetu, procvat digitalne tehnologije donijet će nam korist u produktivnosti, obrazovanju, zdravlju, kvaliteti života i brojnim drugim područjima stvarnog svijeta. To će postići svi ljudi od elitnih korisnika do onih koji se nalaze na samom dnu ekonomske piramide.

Međutim i takva povezanost će biti različita različite ljude. Ono što za nekoga znači veliki pomak prema naprijed, kupnjom jeftinog pametnog telefona, može za jednu skupinu korisnika značiti jednako značajnim kao i za drugu skupinu odlazak na posao u automobilu bez vozača.

Općenito će ljudi shvatiti da nam virtualna povezanost daje osjećaj da smo ravnopravniji omogućujući nam pristup osnovnim platformama i internetski resursima, dok će u stvarnom svijetu značajne razlike i dalje opstati.

Ista mogućnost povezivanja neće riješiti nejednakost prihoda. Svi ćemo imati koristi od povezanosti, ali ne na ravnopravni način. Mi ćemo ovdje pokušati opisati kako će se te razlike očitovati na svakodnevnim životima.

Mogućnost da više toga objavljujemo u virtualnom svijetu, naš će stvarni svijet učinit će djelotvornijim. Kako će mogućnost digitalnog povezivanja dolaziti u najnerazvijenije dijelove planeta, novi će ga korisnici mijenjati i poboljšavati. Povećanje produktivnosti koje će uslijediti bit će temeljito, posebno u zemljama u kojima tehnološka izoliranost godinama onemogućuje razvoj i napredak, a ljudima će trebati manje da učine više.

Dostupnost pametnih uređaja po pristupačnim cijenama će mnogo toga promijeniti. Primjerice, kakvo značenje imaju danas pametni mobilni telefoni za proizvođače voća u nerazvijenim krajevima. Dok su prije dnevnu berbu voća odnosili na tržnicu, i gledali kako voće propada u kakvoći dok dan odmiče. Danas voće ne beru nego čekaju poziv kupca. Nakon narudžbe voće se ubire i priprema za kupca. Nema potrebe za plaćanjem najma prodajnog mjesta na tržnicama, nema potrebe za trošenjem vremena za prodaju na tržnicama, nema opasnosti da pokvareno

voće stajanje na tržnici izgubi na vrijednosti. Veličina takvog tržišta mogla bi se povećati i ako se drugi proizvođači voća iz okolnih područja s njima usklade putem svojih telefona. Kao zamjena za formalnu tržišnu ekonomiju, za koju bi bile potrebne godine, to nije loš nadomjestak za te proizvođače niti za lokalnu zajednicu.

Pametni mobilni telefoni mijenjaju način na koji ljudi u zemljama u razvoju dolaze do informacija, a postotak njihove primjene naglo raste.

Primjerice u Africi ima više od 700 milijuna korisnika mobilnih telefona. Većina tih ljudi služi se telefonima koji imaju osnovne značajke- samo pozivanje i tekstualne poruke, jer su cijene podatkovnih usluga u njihovim zemljama često neprihvatljivo visoke. Čak i oni koji mogu kupiti telefone s pristupom internetu ili pametne telefone skupo plaćanju njihovu upotrebu. To će se promijeniti, a kad se to dogodi, ti ljudi će imati goleme koristi od revolucije s pametnim telefonima.

Uvođenjem mobilnih telefona u nerazvijenim zemljama Afrike izazvalo je mnogo veće promjene nego što većina ljudi modernim i razvijenim zemljama shvaća. Spajanjem domaćeg stanovništva na internet, iznenada će na jednom mjestu imati pristup svim informacijama na svijetu na svjem jeziku. To će se dogoditi čak i nepismenom pastiru iz nekog afričkog plemena, čiji materinji jezik nema pismo. On će moći usmeno postaviti pitanje i jednako tako će dobiti informaciju koja ga zanima. U ekonomskom smislu oni će naučiti upotrebu novih alata koji su im na raspolaganju da prošire svoje poslovanje i povećaju zaradu jednako tako kao što su to učinili i uzgajivači voća iz ranijeg primjera.

Digitalna tehnologija će promijeniti način na koji konzumiramo nove medije. Bitka za našu pažnju postat će sve agresivnija, a digitalna ovisnost postat će kroničan problem koji će morati rješavati javno zdravstvo poput na primjer odvikavanja od pušenja, a nove tehnologije donijet će i nove ovisnosti. Htjeli mi to ili ne, brzina kojom smo prihvatili pametne telefone i vrijeme koje na njima svakodnevno provodimo već danas pomalo od nas stvara ovisnike. Dovoljno je samo pogledati u susjedne automobile dok na semaforu čekamo zeleno svjetlo. Većina ljudi pregledava vijesti ili odgovara na poruke.

Današnje društvo je ozbiljno zakoračilo u digitalno doba koje će se razvojem tehnologija samo još ubrzati. 5G mreža je već zavladala, a ona će na brzinu interneta višestruko multiplicirati što će digitalnu revoluciju i razvoj medija samo još ubrzati. Svijet će biti prepun naprava, holograma koji će našoj virtualnoj verziji omogućavati da se nalazi negdje drugdje, te

beskrajnih količina sadržaja, tako da će biti mnogo način za zabušavanje, no bit je u tome, da kad odlučimo nešto napraviti za to ćemo biti bolje opremljeni.

Drugi dio napretka koji nas očekuju u robotici, umjetnoj inteligenciji i prepoznavanju glasa uvest će djelotvornost u naš život time što će nam omogućiti neometane oblike upotrebe tehnologije u obavljanju svakodnevnih poslova. Potpuno automatizirani roboti nalik na ljude, sa savršenom umjetnom inteligencijom, vjerojatno će još neko vrijeme biti izvan platežnim mogućnosti većine ljudi, ali prosječni potrošač si već sada može priuštiti nekolicinu namjenskih kućnih robota. Primjerice usisavač Roomba tvrtke iRobot se prvi pojavio na tržištu 2002. godine a danas imamo već nekolicinu drugih proizvođača takvih uređaja koji su već prilično rasprostranjeni u našim kućanstvima.

Nije teško zaključiti da će u budućnosti svaki pojedinac organizacija ili država morati pronaći vlastitu formulu, a oni koji će se uspjeti na najbolji način orijentirati u tom višedimenzionalnom svijetu će biti nadmoćniji. Usvajanjem novih tehnologija i medija mijenjati će se i način komunikacije koji će pratiti u usvajati takva razvoj.

Manje odvažnima ostaje za utjehu činjenica da niti jedan dosadašnji medij nije u potpunosti nestao pojavom drugog medija i vrlo je izvjesno da će to tako ostati i u budućnosti. Za opstanak je ključna prilagodba, uostalom tako je i do sada bilo.

7. ZAKLJUČAK

Kako mogućnost globalnog povezivanja nastavlja svoj neviđeni napredak, brojne institucije će se morati prilagoditi ili će doći u situaciju da zastare i postanu nevažne za moderno društvo.

Poteškoće kroz koje prolaze mnoge tvrtke primjer su dramatične promjene koje nas ubrzo očekuju. Komunikacijske tehnologije nastavit će mijenjati naše institucije izvana i iznutra. Sve ćemo se češće povezivati s ljudima koji se nalaze izvan našeg okruženja, jezičnih skupina i različitih kultura. Poslovat ćemo međusobno i izgrađivati iskrene odnose. Već sada velika većina nas živi, radi i priznaje vladu u dva svijeta.

U virtualnom svijetu već smo svi iskusili neku povezanost, na brz način i uz pomoć različitih sredstava i uređaja.

U stvarnom svijetu i dalje ćemo se morati boriti sa zemljopisnom i ekonomskom ovisnošću, politikom i kulturom zemlje iz koje dolazimo, te prednostima i nedostacima ljudske prirode.

Ti će se svjetovi ponekad uzajamno ograničavati, ponekad sukobljavati ali će se sigurno intenzivirati.

Najznačajniji učinak širenja komunikacijskih tehnologija u svijetu osjetit će se u njihovom načinu preraspodjele koncentracije moći iz ruku države u ruke pojedinaca.

Pojava novih informacijskih tehnologija tijekom povijesti često je jačala cijele nizove naraštaja na račun onih koji su imali moć, bilo da se radi o kraljevima, crkvi ili elitnim slojevima.

Tada, kao i danas pristup informacijama i novim komunikacijskim kanalima znači nove mogućnosti sudjelovanja u vlasti, traženje odgovornosti vlasti te usmjeravanje vlastitog načina života.

Širenje mogućnosti povezivanja, posebno pomoću pametnih telefona, koji imaju pristup internetu, sigurno je najznačajniji primjer tog pomaka u posjedovanju moći. Ti uređaji, koji stanu u džep, omogućit će svakom pojedincu da ih drugi čuju, shvaćaju ozbiljno i uvažavaju.

Zbog toga će autoritarnim vlastima biti teže nadzirati i obuzdavati građane. Vlasti će zasigurno uvijek pronalaziti način da nove razine povezivanja upotrijebe u svoju korist, no način na koji je strukturirana postojeća mreža komunikacijskih tehnologija, zasigurno je u službi građana.

Hoće li ovakav način prijenosa moći na pojedince na kraju svijet učiniti sigurnijim ili opasnijim to ne znamo, pokazat će nam bliska budućnosti.

8. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Mislav Žlebački

Matični broj studenta: 0234053719

Naslov rada: Komuniciranje i novi mediji

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum Potpis studenta

_____ _____

9. POPIS LITERATURE

9.1 KNJIGE

1. Castells, M. (2015), *Networks of outrage and hope : social movements in the internet age*, Cambridge, Malden. Polity press,

2. Crnobrnja S. (2014), *Novi mediji i društvene mreže : pojmovnik*, Beograd, Univerzitet Singidunum, Fakultet za medije i komunikacije, Centar za medije i komunikacije,

3. Dimbleby R., Burton G.(1998), *More Than Words: An Introduction to Communication*, Routledge

4. Gavranović A. (2009), *Mediji : mitovi i stvarnost*, Zagreb, Sveučilišna knjižara,

5. Grbavac J., Grbavac V., Krtalić A., (2013) *Retrospektiva i perspektiva komunikacijskih tehnologija: društveni i tehnološki aspekt*, Media, culture and public relations, Zagreb, Hrvatsko komunikološko društvo,

6. Krajina Z., Perišin T., (2009) *Digitalne vijesti : mediji, tehnologija i društvo*, Zagreb, Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja = journal for general social issues, str. 935-956.,

7. Lehurić A., Ouien M., Lovrić D., (2008), *Stari i novi mediji; sociološka istraživanja medijskog stiliziranja života,.* Split, Redak,

8. Li C. Bernoff J., (2010) *Veliki val kako pobijediti u svijetu novih društvenih tehnologija*, Zagreb, MATE d.o.o.,

9. Lister M. (2009), *New media : a critical introduction*, London i New York, Routledge,

10. Manovich L. (2015), *Jezik novih medija*, Beograd, Clio,

11. Newman, M. Z., (2014), *Video revolutions : on the history of a medium*, New York, Columbia University Press,

12. Schmidt E. Cohen J., (2014) *Novo digitalno doba*, Zagreb,Profil international

13. Spremić M. (2017), *Digitalna transformacija poslovanja*, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet

14. Zgrabljić Rotar N., (2011) *Digitalno doba, masovni mediji i digitalna kultura*, Zadar i Zagreb, Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja d.o.o.

10.POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1. Spiljski crtež …….. 5

Slika 2. Elektronička knjiga …… 7

Slika 3. Telefonska centrala …… 7

Slika 4. Scena iz filma Titanic …… 8

Slika 5. Društvene mreže ……..……. 11

Slika 6. Foursquare …… 15

ŽIVOTOPIS

europass

Mislav Žlebački

Date of birth 22 Dec 1996 | **Nationality** Croatian | (+385) 992120840

mislav1415@gmail.com | Trg mladosti 3, 10290, Zaprešić, Croatia

WORK EXPERIENCE

15 JUN 2015 – 15 MAY 2018

SHOP ASSISTANT – TOM TAILOR

- Taking care of general look of the store
- Working in sales
- Working as a part of the team
- Taking care of delivery documents

Address Zaprešić, Croatia

15 MAY 2018 – 1 NOV 2018

BUSINESS MANAGER – TOM TAILOR

- Business manager
- Organizing business in the branch
- Improving store sales
- Taking care of the branch
- Making schedule
- Hosting job interviews
- Trying to improve satisfaction of workers/colleagues

Address Croatia

14 NOV 2018 – 26 FEB 2019
WAITER – CAFFE BAR MYSTIC

- Working with people
- Dealing with people
- Taking care of the bar and inventory
- Ordering product

Address Zaprešić, Croatia

14 APR 2019 – 27 FEB 2020 – Prague, Czechia

RECEPTIONIST – POST HOSTEL PRAGUE

- Working on reception
- Using programs such as Mews and CloudBed
- Communication with people international people on daily basis
- Working in multicultural team
- Taking people to daily activities around the city of Prague
- Helping people with problems around the city

29 FEB 2020 – 14 MAR 2020 – Prague, Czechia

BUSINESS MANAGER – POST HOSTEL PRAGUE

- Managing multicultural team
- Interviewing people for jobs/volunteering
- Organizing shifts
- Planning daily activities for guests of the hostel
- Trying to improve sales and reviews
- Planning and ordering consumer goods

30 NOV 2020 – CURRENT – Zaprešić, Croatia

ACCOUNTANT ASSISTANT – UNIVERSITY "BALTAZAR"

- Assistant in accounting
- Assistant in procurement
- Assistant in student office

EDUCATION AND TRAINING

30 SEP 2016 – CURRENT – Zaprešić, Croatia

MANAGEMENT OF OFFICE BUSINESS – University "Baltazar"

Address Zaprešić, Croatia

2011 – 2016 – Zaprešić, Croatia

COMMERCIALIST – High school "Ban Josip Jelačić"

Address Zaprešić, Croatia

2003 – 2012 – Zaprešić, Croatia

- – Elementary school "Antun Augustinčić"

Address Zaprešić, Croatia

27 FEB 2019 – 27 JUN 2019 – Prague, Czechia

ERASMUS PROGRAM GRADUATE – University of Finance and Administration, Inc.

Erasmus

Address Prague, Czechia

LANGUAGE SKILLS

Mother tongue(s): **CROATIAN** | **SERBIAN** | **BOSNIAN** | **MONTENEGRIN** Other language(s):

	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	productionSpoken	interactionSpoken	

ENGLISH	C1	C1	C1	C1	B2

Levels: A1 and A2: Basic user; B1 and B2: Independent user; C1 and C2: Proficient user

DIGITAL SKILLS

My Digital Skills

Microsoft Office | Zoom | Google Drive | Social Media | Google Docs | LinkedIn

COMMUNICATION AND INTERPERSONAL SKILLS

Communication and interpersonal skills

- Very good communication skills thanks to previous working experience in which I have always worked with people.
- Very good in working with multinational teams.
- Good knowledge and interest in global news

JOB-RELATED SKILLS

Job-related skills

- Managerial skills
- Working with people
- Working as a part of the team
- Sales
- Administration
- Always willing to learn

OTHER SKILLS

Other skills

- Sports
- Learning
- Social media
- Technology
- Travelling