

Medijska pismenost djece osnovnoškolske dobi

Čepčar, Antonela

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:220751>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-15**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište J .J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za informacijske znanosti

Antonela Čepčar

Medijska pismenost djece osnovnoškolske dobi

Završni rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Jelena Lakuš

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarević Katavić

Osijek, 2018.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet Osijek
Odsjek za informacijske znanosti
Redovni preddiplomski studij Informatologije

Antonela Čepčar

Medijska pismenost djece osnovnoškolske dobi

Završni rad

Znanstveno područje: Društvene znanosti, polje informacijske i komunikacijske
znanosti, grana knjižničarstvo

Mentor: izv. prof. dr. sc. Jelena Lakuš

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarević Katavić

Osijek, 2018.

Sadržaj

Sažetak

1.	Uvod.....	1.
2.	Medijske navike djece.....	2.
3.	Mediji i medijski servisi.....	5.
4.	Medijska pedagogija i odgoj za medije.....	7.
5.	Medijska pismenost	10.
	5.1. Krićka medijska pismenost.....	11.
6.	Uloga dječjih i školskih knjižnica u medijskom opismenjavanju djece.....	14.
7.	Zaključak.....	16.
8.	Literatura.....	17.
9.	Prilozi.....	20.

Sažetak

Potreba za razvijanjem medijske pismenosti kod djece osnovnoškolske dobi postaje važan dio njihovog školovanja pri čemu se pozornost pridaje medijskim kompetencijama, vještinama, kritičkom vrednovanju medija i pravilnom odabiru medijskog sadržaja. O medijskoj se pismenosti počinje govoriti tijekom 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća, a danas ona podrazumijeva sposobnost efikasnog korištenja medija i medijskih tehnologija, analizu i kritičko vrednovanje medijskih sadržaja te njihovo savjesno konzumiranje. U radu će se govoriti o medijskom opismenjavanju djece osnovnoškolske dobi jer su djeca u toj dobi najranjivija i najpodložnija štetnom utjecaju medija budući da još nemaju dovoljno razvijen kritički stav, niti potrebno iskustvo u vrednovanju informacija koje dobivaju iz medija. Govorit će se o načinima medijskog opismenjavanja, medijskom odgoju u školama, medijskoj pedagogiji i medijskim navikama djece. Isto tako, rad će se osvrnuti na kritički pristup medijima te načine na koje djeca mogu promišljati o medijskom sadržaju. U radu će se također obraditi uloga knjižnice kao središta znanja i informacijske pismenosti, ali i medijskog opismenjavanja djece. Raznim primjerima radionica i projekata pokazat će se koliko je medijski odgoj raširen u školama u Hrvatskoj. Također će se prikazati i nastavni plan zastupljenosti medijskog odgoja na nastavi od 1. do 8. razreda osnovne škole. Raznim statistikama prikazanima u radu u radu prikazuje se u kojoj mjeri djeca koriste medije te kakav utjecaj oni na njih ostavljaju. Pravilnim odgojem za medije roditelji, učitelji i knjižničari mogu utjecati na dječje poimanje medija te svojim primjerom pokazivati kakav je sadržaj primjeren njihovoj dobi. Rad će stoga dati uvid u medijske kompetencije koje bi današnja osnovnoškolska djeca trebala imati te sve veću popularnost medijskog odgoja u školama.

Ključne riječi: mediji, djeca, osnovna škola, medijska pismenost, medijski odgoj, medijske kompetencije

1. Uvod

U suvremenom svijetu gotovo je svaki pojedinac izložen utjecaju medija. Intenzivnim prodorom informacijsko-komunikacijskih tehnologija u svakodnevni život, mediji su postali jedan od utjecajnih čimbenika odrastanja osnovnoškolske djece. O tome koliko djeca koriste medije govore i podaci istraživanja provedenog 2014. godine od strane Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba te Hrabrog telefona:

- 69% djece osnovnoškolske dobi koristi društvenu mrežu Facebook nekoliko puta dnevno dok 47% djece provodi od 1 do 2 sata dnevno na navedenoj mreži
- 26% osnovnoškolske djece slobodno vrijeme provodi koristeći Internet¹
- najveći broj djece koja slobodno vrijeme provode pred televizorom generacije su od 5. do 14. godine.²

Također, prema statistici Agencije za elektroničke medije i UNICEF-a iz 2018. godine, 81% hrvatskih građana smatra kako se djecu ne podučava u dovoljnoj mjeri o kritičkom vrednovanju medija te opasnostima koje mediji mogu nanijeti, pri čemu se odgovornima smatraju roditelji i šira obitelj (57%) te obrazovni sustav (33%) dok 7% građana smatra da su mediji oni koji trebaju biti odgovorni za edukaciju o medijskoj pismenosti.³

Sveopća prisutnost i utjecaj medija u svakodnevnom životu rezultirao je činjenicom kako je medijska pismenost postala jednom od ključnih kompetencija 21. stoljeća, a definirana je kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i stvaranja medijskih poruka.⁴ Prema tome, Europska povelja o medijskoj pismenosti navodi kako medijski pismene osobe posjeduju kompetencije koje se odnose na korištenje medijskih sadržaja, njihovo dijeljenje, vrednovanje, razumijevanje nastanka takvog sadržaja i kritičko mišljenje usmjereno prema neželjenim i nasilnim sadržajima kao i služenje medija u korist građanskih i demokratskih funkcija.⁵

Razvojem i utjecajem tehnologije mijenja se i utjecaj medija na djecu i mlade, te na njihove medijske navike o čemu će biti riječi u narednom poglavlju.

¹ Usp. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba. URL: <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/> (2018-8-17)

² Usp. Mlinarević, Vesnica. Dijete i televizija. // Rastimo zajedno - zbornik radova. Osijek: Visoka učiteljska škola. Str. 39 – 45. URL: https://bib.irb.hr/datoteka/504723.Microsoft_Word_-_Dijete_i_televizija.pdf (2018-8-17) Str. 43.

³ Usp. Blagus, J. (2018). Mediji, medijska pismenost i djeca. Sveučilište J. J. Strossmayer, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti. Osijek, 23. 04. 2018. (predavanje) URL: https://moodle.ffos.hr/pluginfile.php/42652/mod_resource/content/1/Blagus%2C%20Josipa.%20Medijska%20pismenost%2023.%204.%202018..pdf (2018-8-17) Slajd 3.

⁴ Usp. Medijska pismenost. Pojmovnik. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/> (2018-9-14)

⁵ Isto.

2. Medijske navike djece

Generacija današnje osnovnoškolske djece svakodnevno je okružena medijskim sadržajem. Statistike pokazuju kako djeca najviše slobodnog vremena provode pred televizorom, a upravo su televizijski sadržaji nerijetko neprilagođeni stvarnim potrebama djece, ispunjeni nasilnim sadržajima te mijenjaju način na koji djeca percipiraju stvarnosti i stvaraju zaprjeku u razlučivanju mašte od stvarnosti.⁶ Novije statistike iz 2017. godine navode kako 95% djece dobi od 8. do 11. godine provodi 14 sati tjedno pred televizorom, njih 55% gleda televizijske sadržaje preko tableta, a 39% ih ima vlastiti mobitel. Osim toga, 83% djece dobi od 12. do 15. godine posjeduje vlastiti mobitel, dok njih 91% provodi 14,5 sati pred televizorom.⁷

Medijske navike djece razvijaju se spontano tijekom odrastanja te pod utjecajem načina na koji uče o medijima u školi. Vrijeme koje djeca provode koristeći medijska sredstva poput laptopa, mobitela, računala, televizije i radija, razvija njihove navike praćenja određenog medijskog sadržaja te njegova vrednovanja. Djeca koja provode najviše vremena gledajući televiziju upravo su generacija osnovnoškolske djece (Prilog 1.) O tome kakve će navike djeca razviti ovisi i utjecaj roditelja te roditeljska zaštita prilikom izlaganja nasilnim sadržajima. Podaci iz statistike Ofcom-ova programa za istraživanje medijske pismenosti (*Ofcom's media literacy research programme*) govore o navikama korištenja i gledanja medijskih sadržaja kod djece i mladih:

- djeca od 8. do 11. godine provode 13,5 sati tjedno gledajući televiziju, dok čak 10 sati tjedno provode koristeći mobitele
- djeca dobi od 12. do 15. godine provode puno više vremena „online“ (21 sat tjedno) dok provode 18 sati tjedno koristeći mobitele
- prema spolnim razlikama dječaci (8. – 11. godine) provode više vremena „online“ nego djevojčice, dok one (12. – 15. godine) provode 21,5 sati tjedno koristeći mobitele.⁸

U provođenju slobodnog vremena pred televizorom prednjače predškolska djeca koja puno više vremena provode gledajući televiziju (13 sati i 36 min.) nego igrajući igrice (9 sati i 6 min.) i koristeći mobitele (7 sati i 18 min.)⁹ Prema podacima iz 2017. godine, navike mlađe osnovnoškolske djece (8. – 11. godine) prikazuju kako ona provode sličnu količinu vremena

⁶ Usp. Mandarić, V. Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra* 82, 1(2012). Str. 131-149. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?id_clanak_jezik=117752&show=clanak (2018-9-15) str. 133.

⁷ Usp. Ofcom. Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. URL: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf (2018-8-17), str. 2.

⁸ Isto, str. 21.

⁹ Isto, str. 23.

koristeći Internet (13 sati i 24 min.) i gledajući televiziju (13 sati i 54 min.), no starija djeca (12. – 15. godine) imaju naviku provoditi puno više vremena na internetu (20 sati i 48 min.) i mobitelu (18 sati i 20 min.) nego gledati televiziju i igrati igrice.¹⁰

Osim gledanja televizije, korištenje Facebook stranice i drugih društvenih mreža danas je u porastu posebice kod mladih koji afinitet prema korištenju takvih mreža razvijaju već od osnovne škole.¹¹

Korištenjem raznih medijskih servisa poput televizije i radija te provođenjem slobodnog vremena na društvenim mrežama i mobitelu, djeca saznaju razne nove informacije, ali i vijesti koje se odašilju preko televizije i Interneta velikom brzinom. Djeca mogu saznati vijesti bilo gdje i bilo kada, ukoliko posjeduju mobitel i WiFi. Generacija osnovnoškolaca od 12. do 15. godine vijesti i najnovije informacije saznaje prvenstveno putem televizije (64%), društvenih mreža (56%), razgovorom s prijateljima i članovima obitelji (48%), slušajući vijesti na radiju (32%), pretražujući Internet tražilice (25%) i ostale internetske izvore (22%).¹² Zanimljivo je kako vrlo mali postotak osnovnoškolaca poseže za novinama kao izvorom informacija (17%) ili časopisima (14%).¹³ Na temelju ovih, ali i prethodnih podataka iz statistika može se zaključiti kako djeca navike korištenja medija poput televizije, gledanja medijskih sadržaja i provođenja vremena na društvenim mrežama poput Facebooka i drugih stječu već u osnovnoj školi. Podaci iz statistika pokazuju kako sve veći broj mlađe (8. – 11. godine) i starije osnovnoškolske djece (12. – 15. godine) od najranijih nogu počinje koristiti mobitele, računala i gledati televiziju.

Problem koji se često spominje u znanstvenim i stručnim krugovima jest nasilje u medijima. Različiti medijski sadržaji koji se prikazuju na televiziji nerijetko uključuju neki oblik nasilja, pa je tako nasilje također moguće vidjeti i u crtićima, koji bi po svojoj tematici trebali biti bezbrižni sadržaj koji će djecu nasmijati. Nasilni medijski sadržaji mogu imati sljedeće učinke¹⁴:

- odrasli i djeca koji kontinuirano prate nasilne sadržaje mogu kopirati takvo nasilno ponašanje i shodno tome primjenjivati nasilne metode i u stvarnom životu
- prekomjernim gledanjem nasilnih sadržaja ne stvara se empatija prema drugim ljudima, već ona uvelike jenjava; pojedinci prestaju biti osjetljivi na nasilje i nepravdu prema drugim upravo zbog toga što se takvom ponašanju izlažu svaki dan te to više ne smatraju nečim lošim

¹⁰ Usp. Ofcom. Nav. dj., str. 23.

¹¹ Isto, str. 104 i 105.

¹² Isto str. 119.

¹³ Isto.

¹⁴ Usp. Mandarić, V. Nav. dj., str. 136.

- moguć je *Mean World Syndrome* ili sindrom nasilničkog svijeta kojim djeca doživljavaju nasilje u svojoj okolini – djeca koja gledaju nasilnički sadržaj ili ponašanje mogu zapravo doživljavati visoki stupanj nasilja i opasnosti unutar vlastite okoline čime razvijaju obrambeni stav ili obrasce stereotipnog ponašanja, tj. rasne netrpeljivosti.¹⁵

Današnja demokratizacija komunikacije omogućila je slobodu mišljenja, a često sa slobodom mišljenja dolazi i prevelika sloboda u izražavanju kod mladih. Osnovnoškolska djeca nemaju oblikovan kritički odnos prema medijskim sadržajima zbog čega su podložnija njihovim štetnim posljedicama te je upravo zbog toga važno razvijati komunikaciju jer „proces za uspostavu pune odgovornosti za medijsko okruženje prikladno djetetu uključuje razvijanje partnerstva i suradnje za djecu i s djecom”.¹⁶

¹⁵ Usp. Mandarić, V. Nav. dj., str. 136.

¹⁶ Usp. Zgrabljić-Rotar, Nada. Mediji - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. // Medijska pismenost i civilno društvo / Sarajevo: MediaCentar, 2005. Str. 3.

3. Mediji i medijski servisi

Mediji u svojoj suštini podrazumijevaju posrednika preko kojega se informacija prenosi. To su fizički nositelji komunikacije, dok se javnim medijskim servisima smatraju informativni servisi koji obrazuju te zabavljaju slušatelje i gledatelje.¹⁷ Pojam medija nastao je od latinske riječi „medius“ što u prijevodu označava nešto „srednje“, sredina nečega ili skup uvjeta u kojima se nešto događa, tvar koja se smatra nositeljem energije ili najvažnije, sredstvo za masovno komuniciranje.¹⁸ Mediji predstavljaju sredstvo za prenošenje informacija, tj. fizičku komponentu kojoj pojedinac može pristupiti s namjerom da ih koristi poput televizora, računala, laptopa, mobitela, radija, tableta i sl.

Pojam medijskog servisa označava određenu uslugu ili službu, a u Europi se prvi puta pojavljuje početkom dvadesetih godina 20. stoljeća pojavom radija.¹⁹ Prema UNESCO-ovoj definiciji, medijski je servis stvoren, financiran i nadziran od strane javnosti, a glavna mu je svrha da informira, obrazuje te zabavlja slušatelje i gledatelje te njegujući raznolikost, neovisnost uredničke pozicije, uredno i transparentno financiranje služi kao temelj demokracije.²⁰ Javni medijski servisi u Europi, pa tako i u Hrvatskoj, podložni su utjecajima i promjenama od strane politike, ekonomije, gospodarstva, društvenih čimbenika i sl. Televizija je i dalje jedan od primarnih izvora informacija i zabave za većinu europskog stanovništva (98% Europljana posjeduje televizijski prijamnik), no zbog pojave Interneta i online multimedijских platformi, televizija postupno počinje gubiti svoje gledatelje.²¹

Kada govorimo o utjecaju medija na primatelje, tj. konzumente, može se reći kako su mediji nedvojbeno potrebni i korisni društvu i pojedincima, ali, s druge strane, nekritičko konzumiranje medijski sadržaja može imati i negativne posljedice. Razlikujemo četiri faze istraživanja o utjecaju medija na njihove konzumente²²:

1. Faza svemoći medija (1900. – 1940. godine)

Temelji se na proučavanju medijskog sadržaja na temelju kojeg se donosi sud o tome kakav je utjecaj medija na primatelje takvog sadržaja. Ovu fazu obilježava vjerovanje da je medij svemoćno sredstvo koje može utjecati na nezaštićene primatelje.

¹⁷ Usp. Mreža udruga Zagor. (2016). Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću – priručnik. URL: https://www.cesi.hr/attach/_m/medijska-pismenost-prirucnik-2016.pdf (2018-9-15), str. 6.

¹⁸ Usp. Zgrabljic-Rotar, Nada. Nav. dj., str. 3 i 4.

¹⁹ Usp. Car, Viktorija. Konvergirani javni medijski servis. // Politička misao : časopis za politologiju 44, 2(2007), str. 113-127. URL: <https://hrcak.srce.hr/20645> Str. 114.

²⁰ Isto.

²¹ Isto, str. 121.

²² Usp. Mreža udruga Zagor. Nav. dj., str. 15 i 16.

2. Faza medija bez utjecaja (1940. – 1965. godine)

Naglašavaju se razlike među ljudima koje dovode do različitog tumačenja poruke koju mediji nose, a shodno tome razlikuje se formiranje mišljenja pojedinaca o nekoj određenoj temi o kojoj prije nije imao stav, učvršćivanje takvog mišljenja, slabljenje intenziteta stavova, promjena stava i naposljetku situacija u kojoj nema učinka.

3. Faza ponovnog otkrivanja medijskog utjecaja (1965. – 1980. godine)

Slično kao i u prvoj fazi, u ovoj se fazi naglasak stavlja na potencijal utjecaja koji mediji imaju na primatelje, tj. one koju konzumiraju medijski sadržaj.

4. Faza transakcijske ideje o utjecaju medija (1980. – danas)

Ovu fazu uvodi Denis McQuail, a karakterizira ju isticanje jakog utjecaja medija, ali i jakog stava publike i njezine pozicije. Nalaže se kako mediji ne odašilju poruke na neutralan način već da njihovo tumačenje ovisi i o drugim čimbenicima koji se nalaze unutar medijske organizacije čime se konstruira određena slika realnosti.²³

Znanstvena istraživanja provedena o ulozi medija u životima djece pokazala su kako su mediji danas postali važno sredstvo socijalizacije koje utječe na dječje stavove, ponašanja i svjetonazore.²⁴ Činjenica je kako mediji imaju veliki utjecaj na odrastanje djece, no ne može se precizno odrediti u kojoj su mjeri štetni ili korisni. Mnogi znanstvenici oko toga imaju podvojena mišljenja. Utjecaj medija na njihove konzumente, u ovom slučaju osnovnoškolsku djecu, s jedne strane može biti veoma pozitivan zbog obogaćivanja dječjih života, poticanja mašte i kreativnosti, obrazovanja, znanja i tolerancije, ali isto tako mogu otupiti osjetila, kočiti maštu i spontanu igru, razviti neosjetljivost na bol drugih, utjecati na destruktivne vrste ponašanja i sl.²⁵ Za djecu kao konzumente medija, kvalitetni medijski proizvodi poput televizijskih i radijskih programa, knjiga, internetskih stranica, obrazovnih kampanja putem oznaka u ulicama, lutkarskih i dramskih predstava mogu biti učinkoviti u promicanju raznih razvojnih ciljeva, a djeci se treba pristupiti s aspekta koji sjedinjuje obrazovanje i zabavu.²⁶

Razvojem medija i tehnologije dolazi do potrebe proučavanja načina na koji mediji utječu na djecu i kakav utjecaj ostavljaju na njihovo ponašanje. Pravilni odgoj za medije smatra se jednom od mjera prevencije potencijalnih negativnih utjecaja medija na djecu. Upravo se stoga medijska pedagogija smatra važnom znanstvenom granom koja prati razvoj medija i njihova utjecaja posebno na mlađu i stariju osnovnoškolsku djecu, o čemu će biti riječi u sljedećem poglavlju rada.

²³ Usp. Mreža udruga Zagor. Nav. dj., str. 16.

²⁴ Usp. Medijska pismenost. Pozitivni i negativni utjecaji medija. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/> (2018-9-15)

²⁵ Isto.

²⁶ Isto.

4. Medijska pedagogija i odgoj za medije

Medijska je pedagogija zasebna grana znanosti koja se kao takva etablirala šezdesetih godina prošloga stoljeća pod utjecajem naglog razvoja novih medija i tehnologija. Medijska se pedagogija bavi proučavanjem uloge (novih) medija s ciljem razvoja medijskih kompetencija kod pojedinaca kako bi se spriječila medijska manipulacija. Polja istraživanja u okviru medijske pedagogije jesu: medijski odgoj (oslanja se na medijsku pismenost i medijske kompetencije), medijske didaktike i metodike, medijsko obrazovanje i medijske socijalizacije, kultura i medijske etike.²⁷

Utjecaj medija na djecu nalazi se u centru istraživanja medijske pedagogije koja prati promjene u ponašanju djece tijekom izlaganja medija, kako medijski sadržaji utječu na njih i koje posljedice imaju na njihovu socijalizaciju i komunikaciju. Djeca su zbog svoje dobi najranjiviji dio populacije upravo zbog toga što nemaju oblikovan kritički odnos prema medijskim sadržajima i znanje o tome na koji način mediji utječu na njih.²⁸

Godine 1964. UNESCO je podupro ideju o odgoju za medije, a nekoliko godina kasnije, točnije 1976., izrađen je model masovnog odgoja za medije s ciljem da se djecu i mlade nauči kritički prihvaćati medijske sadržaje.²⁹ Učenje djece o kritičkom vrednovanju medijskih sadržaja i pripremanje za izloženost medijima s kojima se susreću od osnovnoškolskih klupa objedinjuje se u praksi odgoja za medije. Pojam *odgoja za medije* nije isti u svim državama pa se tako u Kanadi, Australiji i SAD-u upotrebljava termin „medijska pismenost“ (*media literacy*), u Velikoj Britaniji koristi se „odgoj za medije“ (*media education*), u Njemačkoj za njega koriste pojam „medijske kompetencije“ dok se u Nizozemskoj upotrebljava „audiovizualni odgoj“.³⁰

Na simpoziju *Odgoj za medije* (siječanj 1982. godine) u Njemačkoj prihvaćena je važna deklaracija koju je potpisalo 19 država, a koje su naglasile važnost takvog odgoja koji može pripremiti mlade na odgovorno građanstvo te povećati kritičku svijest medijskih korisnika.³¹

„Ključni sadržaji koje uključuju modeli odgoja za medije u Europi:

- komunikacija i mediji (teorija i kultura komuniciranja)

²⁷ Usp. Tolić, Mirela. Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. // *Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja* 55, 22(2009), str. 97-103. URL:

https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=73170 (2018-8-26), str. 97.

²⁸ Usp. Krpan, Ket. Sindik, Joško. Bartaković, Sanja. Knjižnica – podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 60, 2-3(2017), str. 265-278. URL:

<https://hrcak.srce.hr/file/288811> (2018-8-28), str. 267 i 268.

²⁹ Usp. Erjavec, Karmen. Zgrabljčić, Nada. Odgoj za medije u školama u svijetu: hrvatski model medijskog odgoja. // *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije* 6, 1(2000), str. 89-107. URL:

<https://hrcak.srce.hr/23377> (2018-8-28), str. 90.

³⁰ Erjavec, Karmen. Zgrabljčić, Nada. Nav. dj., str. 91.

³¹ Isto, str. 90.

- povijest medija (povijesni razvoj medija)
- medijska publika (teorija medijske recepcije)
- medijski tekstovi (žanrovi, medijski jezik)
- medijski oblici
- samoprodukcija (uvid u korištenje medija iz estetskog aspekta).³²

Takva praksa treba biti implementirana u školsku nastavu jer se bez formalnog podučavanja djece o utjecaju medija ne mogu pravovremeno razviti medijske kompetencije, medijska pismenost i obrazovanje za medije. Sirkka Minkkinen, finska znanstvenica, smatra kako odgoj za medije treba razvijati vještine u kognitivnom, etičkom, filozofskom i estetskom smislu dok model Lasswellove formule objašnjava kako medijski odgoj čini povijest komuniciranja, proizvodnja masovno-medijskih poruka, sadržaj masovnog komuniciranja te utjecaj masovnih komunikacija.³³ Škola je okruženje u kojemu djeca mogu steći svoje medijske vještine na sistematičan način. Stoga školske vlasti zapadnoeuropskih država smatraju kako je škola ključna institucija koja služi posredovanju znanja i vještina osnovne medijske pismenosti, a time se djecu uči kritičkom pristupanju medijima i razvijanju vlastite vizije samoga sebe.³⁴ Medijski odgoj u školama treba naučiti djecu kako savjesno koristiti medije, na koji način promišljati i vrednovati medijski sadržaj, kako se koriste medijska sredstva i u kojoj mjeri to može postati ovisnost.

Odgoj za medije u RH uključen je i provodi se u osnovnoj školi od prvoga do osmoga razreda sklopu predmeta Hrvatskog jezika i književnosti, a uključuje filmsku i kazališnu kulturu te televizijske sadržaje i žanrove koji su usmjereni ka dječjoj populaciji te obuhvaća područja hrvatskog jezika, književnosti, jezičnog izražavanja i medijske kulture.³⁵ Medijski se odgoj u hrvatskom obrazovnom školstvu provodi na sljedeći način:³⁶

- u osnovnim se školama medijska kultura naglašava kroz filmski odgoj i obrazovanje
- od 1. do 5. razreda djeca se upoznaju s dječjim i crtanim filmovima, dječjim televizijskim emisijama i televizijskim emisijama s domoljubnim sadržajem
- od 5. do 8. razreda medijska se kultura naglašava kroz kazalište i sve njegove dijelove uključujući pozornicu, kazališne prostore, kulise, glumce, kostimografiju, scenografiju i dr.
- u 5. razredu djeca se upoznaju s pojmovima prijenosa poruke, televizijom, radijem, tiskom, stripovima i računalima

³² Mreža udruga Zagor. Nav. dj., str. 18.

³³ Usp. Erjavec, Karmen. Zgrabljčić, Nada. Nav. dj., str. 90.

³⁴ Isto.

³⁵ Isto, str. 95.

³⁶ Isto.

- 6., 7. i 8. razred također propituju medijske žanrove poput televizijskih i radijskih.³⁷

Način na koji se ovakav odgoj za medije provodi prilično je različit od suvremenog koncepta medijskog odgoja, a komercijalizacija medijskih sadržaja u svakodnevnicu naših domova postaje iznimno jaka. S obzirom na razinu koncipiranog medijskog odgoja, čini se kako škole u Hrvatskoj još nisu spremne odgovoriti snazi medija, a nema niti sustavnih programa koji bi se odnosili na medijsko opismenjavanje i obrazovanje nastavnika i učitelja.³⁸ Obrazovanje za medije u školama treba obuhvatiti područja poput uloge i funkcije medija (tko su medijski dionici, što i zašto komuniciraju), vrste i specifičnosti medija, medijskih formi i žanrova, specifičnosti medijskog jezika, načina i pravila proizvodnje medijskih sadržaja, značajki jednosmjerne i dvosmjerne komunikacije, prikazivanje stvarnosti koju mediji reprezentiraju (na koji se način povezuju stvarni ljudi i događaji te mjesta), zlouporaba medija, implementacija medija u nastavni plan i program, korištenje medija u osobnom razvoju te naglašavanje etičkih smjernica pri kreiranju medijskog sadržaja.³⁹

Roditelji također imaju neupitno važnu ulogu u medijskom odgoju djece. Djeca uče po modelu i stoga nije strano kako je dječje ponašanje odraz onoga što se događa kod kuće. Roditelji svojim primjerom trebaju pokazati djetetu kako da se odnositi prema medijskom sadržaju. Stoga se različitim kampanjama pokušava pozitivno utjecati na medijski odgoj djece. Istraživanja su pokazala kako većina djece (56%) provodi od jedan do tri sata dnevno gledajući televiziju, a njih 50% provodi vrijeme pred televizorom bez prisutnosti odrasle osobe.⁴⁰ Takvi rezultati potaknuli su pokretanje kampanje „Birajmo što gledamo“ Agencije za elektroničke medije i UNICEF-a kojom se želi podići svijest o važnosti medijske pismenosti, medijskom opismenjavanju roditelja, skrbnika i djece te utjecati na odabir medijskog sadržaja koji djeca gledaju. Kampanjom se nastojalo „upozoriti“ roditelje da obrate pažnju na medijski sadržaj koji njihova djeca gledaju kada oni nisu s njima, da sadržaje gledaju zajedno s djecom i razgovaraju o temama koje djecu zanimaju vezano uz televizijske sadržaje. Pri tome su snimljena tri televizijska spota u kojima se prikazuju djeca koja, nakon gledanja neprimjerenih sadržaja njihovoj dobi, takvo ponašanje ili jezično izražavanje pokazuju pred drugima u javnosti, ali na neodobravanje svojih roditelja i obitelji.

³⁷ Usp. Erjavec, Karmen. Zgrabljčić, Nada. Nav. dj., str. 95.

³⁸ Isto.

³⁹ Usp. Medijska pismenost. Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima? URL: <http://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skoli-trebalo-uciti-o-medijima/> (2018-9-15)

⁴⁰ Usp. UNICEF. URL: https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/ (2018-9-15)

5. Medijska pismenost

Oblikovanje medijske pismenosti kao koncepta prvi se puta pojavljuje šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća zbog ubrzanog rasta i razvoja masovnih medija poput radija i televizije te njihovog utjecaja na svakodnevni život.⁴¹ O konceptu takve vrste pismenosti više se počinje pričati kada jedan od najutjecajnijih masovnih medija - televizija počinje imati veliku ulogu u svakodnevnom životu građanstva. U SAD-u početkom šezdesetih godina gotovo 90% kućanstava posjedovalo je televizor čime on postaje središnji izvor informacija američkih kućanstava, ali i primjer političke sile putem koje su politički zastupnici utjecali na političke stavove ljudi diljem SAD-a.⁴² Osim razvoja tehnologije i masovnih medija te velike količine informacija koje su postale dostupne, na potrebu za razvijanjem medijske pismenosti utjecao je i razvoj televizijskog novinarstva čiji su prilozi počeli progovarati o ozbiljnim i aktualnim zbivanjima. Nadalje, televizija se počela obraćati većim masama ljudi, a rastom gledateljske publike, rasla je i potreba da se stvori koncept nove vrste pismenosti koja više nije uključivala samo sposobnost čitanja i pisanja već i kompetencije kritičkog vrednovanja vijesti i sadržaja te političkih poruka.⁴³

Medijska je pismenost definirana 1992. godine na konferenciji o medijskoj pismenosti (*National Leadership Conference on Media Literacy*), a temelji se na sposobnosti pristupanja, analiziranja, vrednovanja i odašiljanja poruke putem medija te je usmjerena na medije kao pozitivne izvore informacija koji imaju veliku ulogu u životu pojedinaca i obitelji.⁴⁴ Medijska pismenost podrazumijeva pristup, analizu, vrednovanje i odašiljanje poruka posredstvom medija.⁴⁵ Potpisivanjem Deklaracije o medijskom odgoju pojam medijske pismenosti ili medijskog odgoja mijenjao se u manjoj mjeri, no i dalje ostaje njegova temeljna ideja o komunikacijskim pravima koja proizlaze iz osnovnih prava zajamčenih dokumentima poput Povelje Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima iz 1945. godine te Europske konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda iz 1950. godine.⁴⁶ Konvencijom UN – a o pravima djeteta iz 1989. godine želi se naglasiti

⁴¹ Usp. European Parliament. Research for cult committee - promoting media and information literacy in libraries: in-depth analysis. Brussels: European Union, 2006. Str. 1-19. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA\(2017\)573454_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA(2017)573454_EN.pdf) (2018-6-28) str. 7.

⁴² Usp. McLaughlin, Katie. 5 surprising things that 1960s TV changed, 25.8./2014. URL: <https://edition.cnn.com/2014/05/29/showbiz/tv/sixties-five-things-television/index.html> (2018-8-18)

⁴³ Isto.

⁴⁴ Usp. Zgrabljic-Rotar, Nada. Nav. dj., str. 1.

⁴⁵ Usp. Prema *Aufderheide*, 1992. u Zgrabljic-Rotar, Nada. Nav. dj., str. 1.

⁴⁶ Usp. Zgrabljic-Rotar, Nada. Nav. dj., str. 1.

važnost dječjeg sudjelovanja u medijima, njihova komunikacijska prava, slobodno izražavanje ideja te njihova zaštita privatnosti.⁴⁷

Europska povelja o medijskoj pismenosti nalaže kako medijski pismene osobe imaju ove kompetencije:

- znanje o korištenju medijskih tehnologija i dijeljenju medijskih sadržaja
- kritičko vrednovanje medijskih sadržaja iz različitih kultura
- razumijevanje o procesu nastanka medijskog sadržaja i njegovom kreativnom korištenju
- sposobnost razlučivanja neželjenih medijskih sadržaja od kvalitetnih
- korištenje medija kao sredstvo vlastite građanske i demokratske funkcije.⁴⁸

Danas medijska pismenost podrazumijeva sposobnost analiziranja vijesti i oglasa, propitivanje društvenih funkcija glazbe i razlikovanje propagande od mišljenja i informacija, propitivanje prikaza roda, rase i klase u zabavnim i informativnim medijima, poznavanje ekonomskog utjecanja na medijski prostor te istraživanja o izloženosti nasilja i seksualnosti unutar medijskih sadržaja i poruka.⁴⁹

5.1. Kritička medijska pismenost

Aspekt analize i vrednovanja medijskih sadržaja, koji bismo mogli nazvati kritička medijska pismenost, posebno je važan kada su u pitanju djeca kao konzumenti medija.

„Mediji koji su postali moćna industrija, usmjereni isključivo na profit, a djecu tretiraju kao dio potrošača i to s vrlo velikom kupovnom moći, imaju moć upravljanja dječjim odlukama i moć utjecaja na njihovu psihu, što je potpuno suprotno pravima o slobodi djeteta. Zato odrasli, roditelji i škola, trebaju biti posrednici između medijske industrije i djeteta. Razgovorom u obitelji i u školi može se omogućiti djetetu izražavanje misli i stavova o medijskim sadržajima koje svakodnevno konzumiraju putem medija. Obrazovnim sustavom pridonosi se zaštiti djece od štetnih sadržaja u medijima, omogućava se djeci da prema tim sadržajima postanu kritični. U suvremenom konceptu medijskog odgoja to je važno i zato što se time pridonosi prevenciji neprihvatljivih oblika ponašanja kod djece.“⁵⁰

⁴⁷ Usp. Zgrabljic-Rotar, Nada. Nav. dj., str. 1 i 2.

⁴⁸ Usp. Medijska pismenost. Pojmovnik. Nav. dj.

⁴⁹ Isto.

⁵⁰ Usp. Erjavec, Karmen. Zgrabljic, Nada. Nav. dj., str. 96.

Kritičkom medijskom pismenošću ne nastoji se postići negativan stav prema medijima, već se od djece traži kritika, kritičko promišljanje, istraživanje, saznavanje novih informacija, radoznalost i propitivanje medija pri čemu djeca na taj način analiziraju medijske sadržaje te vrednuju njihovu točnost i relevantnost.⁵¹ Važno je imati na umu kako mediji mogu na pozitivan i negativan način utjecati na živote djece, na njihov razvoj, način na koji sklapaju prijateljstva, na njihove kognitivne sposobnosti, ali i odnos prema svojem tijelu.⁵²

Važnost kritičke medijske pismenosti je u tome da se kod djece razviju kompetencije pomoću kojih će oni vladati medijima, a ne obratno; dijete treba moći zauzeti stav o medijskim sadržajima i kritički ih vrednovati tako da medijski sadržaji i korištenje masovnih medija ne postane ovisnost kojoj se ne mogu oduprijeti. Literatura koja se može pronaći iz područja informacijskih i komunikacijskih znanosti pokazuje rastuću važnost medijske pismenosti pri čemu je važno naglasiti kako veliki broj jedinica literature upućuje na promjenu informacijskog ponašanja i medijskih navika mladih pa se stoga osobe koje su odrasle u okruženju koje je zasićeno digitalnim medijima i tehnologijama vješto služe istima.⁵³ Nevješto korištenje medijskih sadržaja može utjecati na promjenu ponašanja i mentalno zdravlje djece i mladih⁵⁴

„Uz korištenje suvremenih tehnologija djeca i mladi žele se prilagoditi društvenim skupinama (socijalizacijska uloga) te ih koristiti kao za samoizražavanje i priznanje među vršnjacima. Česta pojava je da djeca ne vladaju medijima, nego mediji vladaju njima. Društvena stvarnost djece i mladih simbolički je konstruirana (ne)realnost, a koja se realizira smislenom komunikacijom djelovanja okoline. Zato je važno „razvijanje kritičkoga stava pri sprječavanju manipulativne forme od strane medija“⁵⁵

Razvijanje kritičkog vrednovanja medija može se postići samostalnim aktivnostima, primjerice kada učenik samostalno fotografira, producira radio emisije, učeničke listove ili filmove.⁵⁶ Kao uvod u kritički osvrt na medijske sadržaje u školama može se započeti s pregledavanjem televizijskih reklama. Televizijske su reklame dio televizijskog sadržaja pomoću

⁵¹ Usp. Medijska pismenost. Kako kod djece razvijati kritičku medijsku pismenost. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/kako-kod-djece-razvijati-kriticku-medijsku-pismenost/> (2018-9-15)

⁵² Usp. Medijska pismenost. Pozitivni i negativni utjecaji medija. Nav. dj.

⁵³ Usp. Lasić-Lazić, Jadranka. Špiranec, Sonja. Banek-Zorica, Mihaela. Nav. dj., str. 132.

⁵⁴ Usp. Tolić, Mirela. Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. // Pedagogijska istraživanja 10, 1(2013), str. 103.

⁵⁵ Isto. Prema Schorb; Hüther, 2005, 27 u Tolić, Mirela. Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. Nav. dj., str. 103.

⁵⁶ Usp. Tolić, Mirela. Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. Nav. dj., str. 107.

kojega se promoviraju i oglašavaju razni proizvodi od hrane, tehnologije, igračaka, odjeće, dizajnerske robe, kućnih potrepština, novinskog tiska, knjiga i mnogi drugi. Rad zagrebačke učiteljice Josipe Blagus iz osnovne škole Bukovac pokazuje uspješan primjer razvoja kritičkog stava kod djece prema medijskim sadržajima. Ona je 2016. godine u sklopu Proljetne škole Hrvatskog pedagoško-književnog zbora (Opatija, 8. 3. 2016. godine) održala radionicu pod nazivom „*Slijede reklame*“ – *Kritički pristup medijskim sadržajima* koja je obuhvatila djecu trećeg razreda osnovne škole. Za domaću zadaću bilo je potrebno pogledati film *Kako je Gru ukrao mjesec* te u vremenskom periodu trajanja filma zabilježiti ukupan broj reklama. Rezultati koje su djeca zabilježila pokazuju prilično veliki broj od čak 57 reklama u trajanju od 21 minute. Ovim primjerom pokazuje se kako djeca aktivno sudjeluju u kritičkom vrednovanju medija, kako svojim razmišljanjem i stavom dolaze do zaključka što se zapravo reklamom željelo postići.

Organiziranjem zanimljivih izvannastavnih aktivnosti djeca stječu nove medijske kompetencije i medijsku pismenost. Jedan takav primjer je i izvannastavna aktivnost pod nazivom „Dođi, vidi, viči“ koja se provodi pod vodstvom učiteljice Dubravke Kalinić Lebinac u II. osnovnoj školi u Varaždinu. Primjer ovakve aktivnosti učenicima prenosi znanje o medijskom utjecaju, potiče ih na kritičko promišljanje o sadržaju koji gledaju, upoznaje ih se sa medijskim sredstvima (posebice masovnim medijima poput radija, televizije i sl.). Djeca se na primjeru radija upoznaju s karakteristikama koje radio nudi, slušaju radijske emisije, radijska izražajna sredstva, zatim posjećuju određenu radio postaju i nakratko sudjeluju u izradi radijske emisije.

Važan dio kritičkog prosuđivanja medija je razgovor u obitelji pri čemu članovi obitelji trebaju razgovarati s djetetom o sadržaju koji su gledali ili slušali, provjeriti je li to činjenica ili plod mašte, koja je poruka koju mediji žele prenijeti, postoje li primjeri prikrivenog oglašavanja, jesu li fotografije koje gledaju vjerodostojne, jesu li informacije dovoljno relevantne i točne, kada su i gdje podaci objavljeni, na koji način dijete prepoznaje oglase na ulicama i televiziji, jesu li upoznati s vrijednošću pravog novca koji se na nekim internetskim stranicama koristi za plaćanje i sl. (Prilog 2. i 3.)⁵⁷

⁵⁷ Usp. Medijska pismenost. Kako kod djece razvijati kritičku medijsku pismenost. Nav. dj.

6. Uloga dječjih i školskih knjižnica u medijskom opismenjavanju djece

Razvijanjem svijesti o tome kako korištenje knjižnice i upoznavanje s medijima u knjižničnom okruženju može potaknuti dijete da se od prvih dana u školskim klupama upozna s medijima pokazuje kako važnu ulogu u medijskom opismenjavanju djece, osim roditelja i nastavnika, imaju knjižničari. Knjižničari stoga moraju biti profesionalci koji će zanimljivim sadržajima privući djecu i pokazati im da knjižnica nudi ne samo mogućnost posudbe knjiga, već i priliku za upoznavanje s novim svijetom medija i medijskih sadržaja na zanimljiv način.

Narodne i gradske knjižnice (zajedno s visokoškolskim i znanstvenim knjižnicama) služile su kao središta informacijske, tj. medijske pismenosti.⁵⁸ Njihova uloga u obrazovanju i procesu istraživanja ima veliku važnost jer se učenici, studenti i znanstvenici uče pretraživati informacije i knjige upravo uz pomoć knjižničara. Stoga se medijske kompetencije djece, osim na školskim satovima, mogu kvalitetno razvijati i u knjižničnom okruženju: „U ulozi medijskog odgajatelja često se nađe i knjižničar za djecu i mladež, budući da u knjižnici djeca provode svoje slobodno vrijeme koristeći različite medije. Knjižničari za djecu i mladež putem brojnih programa, usmjerenih na sadržajno provođenje slobodnog vremena najmlađih knjižničnih korisnika, promiču medijski odgoj i medijsko opismenjavanje.“⁵⁹

Ulogu medijskog odgajatelja i medijatora često preuzima osoba iz javne ustanove poput narodne knjižnice u kojoj, prema Martinović i Stričević, od sveukupnog broja korisnika jednu trećinu čine djeca.⁶⁰ Knjižničar mora znati svojim znanjem i vještinama zainteresirati učenike kako bi im učenje o utjecaju medija i korištenju medija bilo što zanimljivije i pri tome uvijek biti u korak s tehnologijom. Narodne su knjižnice kulturno, informacijsko i edukacijsko središte lokalne zajednice koje trebaju pomoći roditeljima prilikom medijskog odgajanja i opismenjavanja, pružati im informacije o utjecaju koji medijski sadržaj ostavlja na njihovo dijete te na taj način ublažiti negativne, tj. povećati pozitivne učinke.⁶¹ Primjer iz inozemstva, točnije iz Rumunjske, proveden 2015. godine pokazuje kakve su rezultate postigli tinejdžeri koji su sudjelovali u projektu „App Library“ Projekt je proveden u knjižnici ‘Alexandru D. Xenopol’ Arad County Library, a s ciljem da se podupre program uvođenja inovativnih ideja i mogućnosti u narodne knjižnice (*EIFL Public Library Innovation Programme*). Postignuto je to da je u godini dana razvijen kurikulum s implementiranim modulima za medijsku pismenost i informacijske vještine usmjeren na mladu

⁵⁸ European Parliament. Nav. dj., str. 9.

⁵⁹ Krpan, Ket. Sindik, Joško. Bartaković, Sanja. Nav. dj., str. 266.

⁶⁰ Isto, str. 273.

⁶¹ Isto, str. 274.

populaciju. Mladi su tijekom projekta učili kako pristupiti i kritički vrednovati online medijske sadržaje i informacije, proširivali znanja o korištenju medija, nakladništvu i izdavaštvu te komunikacijskim vještinama, a sve to koristeći besplatne i „open source“ softvere i tutorijale.⁶²

Hvalevrijedan primjer knjižničnog projekta, tj. zalaganja knjižničara za promicanje medijske pismenosti i obrazovanja mladima dolazi iz IV. Osnovne škole Bjelovar. Projekt je uključivao interaktivnu izložbu o tradicionalnim i suvremenim medijima, prikazan je razvoj medija kroz povijest, koji su mediji dostupni djeci za korištenje u knjižnici, a djeca su mogla vidjeti audiokazete, gramofonske ploče, glazbene CD-ove, stare diktafone, pisaae mašine i ostalo.⁶³ Na taj su se način djeca mogla malo više upoznati s građom koja se nudi i knjižnicama, a knjižari su time još jednom poučili djecu medijskom opismenjavanju i pozvali ih da više posjećuju knjižnice u kojima se aktivnosti medijskog obrazovanja i opismenjavanja sve češće i aktivnije provode. Navedeni je projekt relativno nov, a održan je u travnju ove godine kako bi se obilježili Dani medijske pismenosti. Dani medijske pismenosti pokrenuti su od strane Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a od 19. do 21. travnja (Prilog 4.). Na taj način djeca iz cijele Hrvatske uče o medijima, posjećuju medijske kuće, organiziraju se radionice i djeca na zabavan način uče o medijima zajedno sa svojim vršnjacima.

⁶² Usp. EIFL. Public library media literacy project builds teenagers' critical thinking skills. URL: <http://www.eifl.net/news/public-library-media-literacy-project-builds-teenagers-critical-thinking-skills> (2018-8-29)

⁶³ Usp. Medijska pismenost. Radionice, izložba i kviz o medijima u školskoj knjižnici. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/radionice-izlozba-i-kviz-o-medijima-u-skolskoj-knjiznici/> (2018-9-15)

7. ZAKLJUČAK

Mediji su postali jedan od vrlo važnih utjecajnih čimbenika u odrastanju osnovnoškolske djece. Istraživanja koja su provedena prikazuju da veliki broj djece koristi društvene mreže (69%), njih 26% provodi slobodno vrijeme koristeći Internet, a 56% provodi tri sata dnevno gledajući televiziju.. Navedene statistike iz različitih istraživanja koja su pokrivena u radu pokazuju kako sve veći broj osnovnoškolske djece koristi mobitele, računala i provodi sve više vremena pred televizorom. Medijski sadržaji utječu na stvaranje djetetove slike o sebi, djeca „upijaju“ ono što vide i čuju te je stoga važno da se pazi na sadržaj koji gledaju. Mediji kao fizički nositelji komunikacije predstavljaju posrednika preko kojega se informacija prenosi dok masovni mediji predstavljaju društvene institucije koje prenose informacije velikom heterogenom općinstvu. Masovni mediji formiraju mišljenje i stavove građana, a istraživanja navedena u radu pokazala su kako mediji (novine, radio, televizija, Internet, mobiteli) utječu na dječje stavove i ponašanja. Medijska je pismenost koncept koji se prvi puta pojavio tijekom 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća, a podrazumijeva sposobnosti pristupanja, analiziranja, vrednovanja i odašiljanja poruke. Važno je naglasiti i kritičku medijsku pismenost koja se treba razvijati kod djece od osnovnoškolskih klupa. Razne radionice i projekti provedeni od učitelja ili knjižničara pokazuju načine na koji djeca mogu promišljati i vrednovati medijske sadržaje na zabavan način. O tome kako mediji utječu na djecu i kakav utjecaj ostavljaju na njihovo ponašanje bavi se znanstvena grana medijske pedagogije koja proučava razvoj medijskih kompetencija djece te ih uči kako da se nose s medijima. Odgojem za medije u školu se unose vrijednosti o tome kako savjesno koristiti medije, a hvalevrijedni projekti poput „Dođi, vidi, viči“ i „Dani medijske pismenosti“ pokazuju kako medijski odgoj i medijska pismenost djece zahvaća sve više škola. Tu važnu ulogu svakako imaju i knjižnice čiji knjižničari kao odgajatelji i medijatori svojim iskustvom mogu utjecati na sadržaj koji djeca gledaju te pomagati roditeljima u njihovom roditeljskom pozivu na način da predlažu obrazovne i edukacijske sadržaje. Zaključno je kako se medijske kompetencije djece osnovnoškolske dobi razvijaju u skladu s njihovim znanjem o medijima i medijskim sadržajima. Napori učitelja i knjižničara u pripremi radionica i projekata koji se često održavaju i izvan nastave pokazuju kako je u nastavni plan i program važno implementirati edukativne sadržaje pomoću kojih će djeca naučiti više o medijima i njihovom utjecaju te načinima kritičkog vrednovanja i promišljanja o njima. Vještine koje steknu kao djeca za vrijeme osnovne škole pomoći će im u daljnjem školovanju i shvaćanju utjecaja koji mediji i medijski sadržaji mogu ostaviti na mladu osobu.

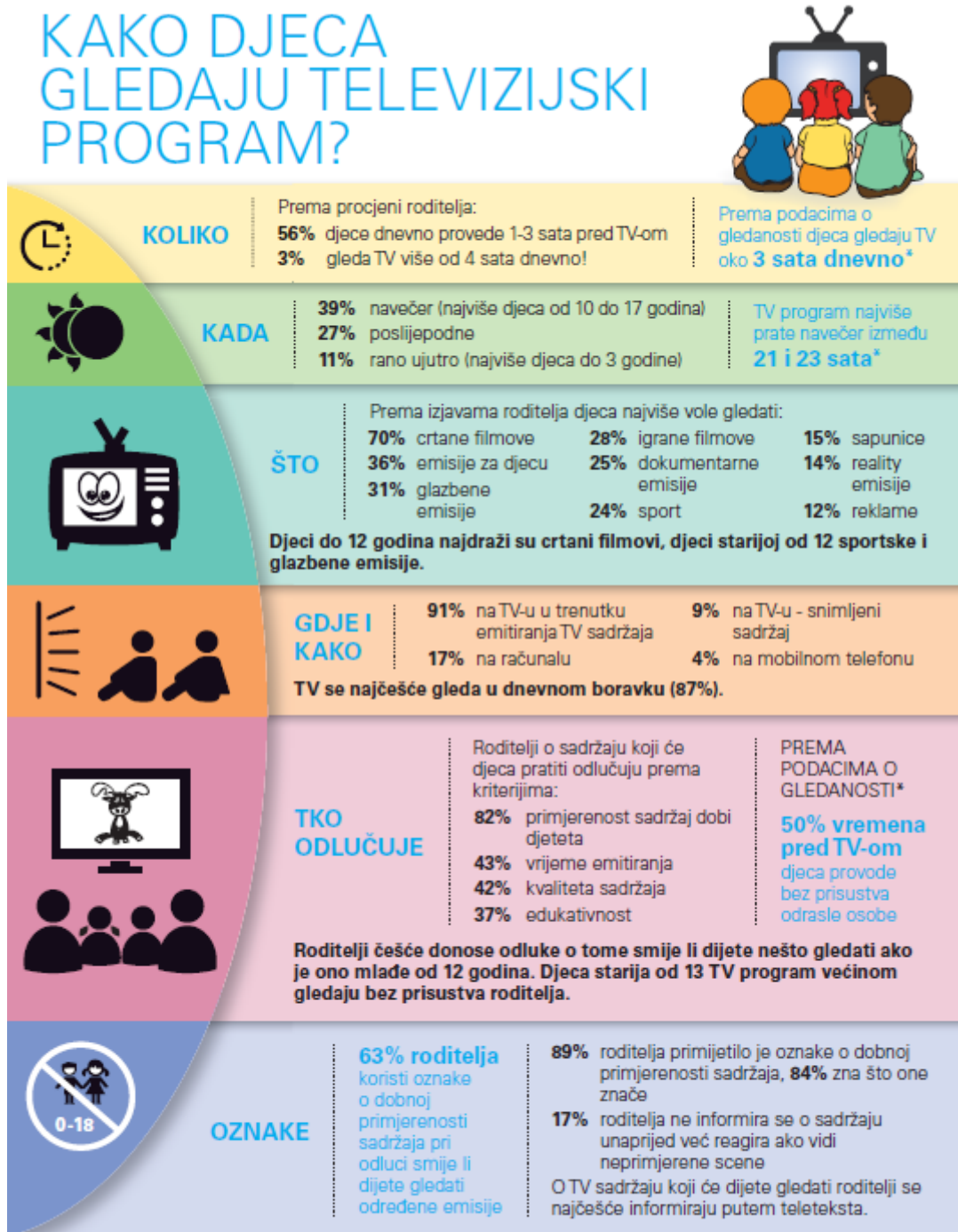
8. LITERATURA

1. Agencija za elektroničke medije. Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, 2016. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf> (2018-6-28) Str. 1-55.
2. Blagus, Josipa. Mediji, medijska pismenost i djeca. Sveučilište J. J. Strossmayer, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti. Osijek, 23. 04. 2018. (predavanje) URL: https://moodle.ffos.hr/pluginfile.php/42652/mod_resource/content/1/Blagus%2C%20Josipa.%20Medijska%20pismenost%2023.%204.%202018..pdf (2018-6-28)
3. Car, Viktorija. Konvergirani javni medijski servis. // Politička misao : časopis za politologiju 44, 2(2007), str. 113-127. URL: <https://hrcak.srce.hr/20645> (2018-8-17)
4. EIFL. Public library media literacy project builds teenagers' critical thinking skills. URL: <http://www.eifl.net/news/public-library-media-literacy-project-builds-teenagers-critical-thinking-skills> (2018-8-29)
5. Elezović, Almir. O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.) // Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije 18, 1(2012), str. 61-88. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=127110 (2018-8-25)
6. Erjavec, Karmen. Zgrabljic, Nada. Odgoj za medije u školama u svijetu: hrvatski model medijskog odgoja. // Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije 6, 1(2000), str. 89-107. URL: <https://hrcak.srce.hr/23377> (2018-8-28)
7. European Parliament. Research for cult committee - promoting media and information literacy in libraries: in-depth analysis. Brussels: European Union, 2006. Str. 1-19. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA\(2017\)573454_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA(2017)573454_EN.pdf) (2018-6-28)
8. Krpan, Ketii. Sindik, Joško. Bartaković, Sanja. Knjižnica – podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 60, 2-3(2017), str. 265-278. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/288811> (2018-8-28)
9. Lasić-Lazić, Jadranka. Špiranec, Sonja. Banek-Zorica, Mihaela. Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeni u informacijskom opismenjivanju. // Medijska istraživanja 18, 1(2012), str. 125-142. URL: https://www.researchgate.net/profile/Mihaela_Banek_Zorica/publication/267823833_Izgubljeni_u_novim_obrazovnim_okruzenjima_-

- [_pronadeni u informacijskom opismenjivanju/links/546604af0cf2052b50a14bdc/Izgubljeni-u-novim-obrazovnim-okruzenjima-pronadeni-u-informacijskom-opismenjivanju.pdf](https://www.hrca.hr/pronadeni-u-informacijskom-opismenjivanju/links/546604af0cf2052b50a14bdc/Izgubljeni-u-novim-obrazovnim-okruzenjima-pronadeni-u-informacijskom-opismenjivanju.pdf)
(2018-8-20)
10. Mandarić, V. Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. Bogoslovska smotra 82, 1(2012).Str. 131-149. URL: https://hrca.hr/index.php?id_clanak_jezik=117752&show=clanak (2018-5-4)
 11. McLaughlin, Katie. 5 surprising things that 1960s TV changed, 25.8/2014. URL: <https://edition.cnn.com/2014/05/29/showbiz/tv/sixties-five-things-television/index.html> (2018-8-18)
 12. Medijska pismenost. Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima? URL: <http://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skoli-trebalo-uciti-o-medijima/> (2018-8-29)
 13. Medijska pismenost. Kako kod djece razvijati kritičku medijsku pismenost. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/kako-kod-djece-razvijati-kriticku-medijsku-pismenost/> (2018-8-22)
 14. Medijska pismenost. Pojmovnik. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/> (2018-8-22)
 15. Medijska pismenost. Pozitivni i negativni utjecaji medija. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/> (2018-8-18)
 16. Medijska pismenost. Radionice, izložba i kviz o medijima u školskoj knjižnici. URL: <http://www.medijskapismenost.hr/radionice-izlozba-i-kviz-o-medijima-u-skolskoj-knjiznici/> (2018-8-30)
 17. Mlinarević, Vesnica. Dijete i televizija. // Rastimo zajedno - zbornik radova. Osijek: Visoka učiteljska škola. Str. 39 – 45. URL: [https://bib.irb.hr/datoteka/504723.Microsoft Word - Dijete i televizija.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/504723.Microsoft%20Word%20-%20Dijete%20i%20televizija.pdf) (2018-8-17)
 18. Mreža udruga Zagor. (2016). Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću – priručnik. URL: <https://www.cesi.hr/attach/m/medijska-pismenost-prirucnik-2016.pdf> (2018-6-28)
 19. Ofcom. Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. URL: https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf (2018-8-17)
 20. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba. URL: <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/> (2018-8-17)
 21. Tolić, Mirela. Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji. // Acta Iadertina, 5(2008), str. 1-13. URL: <https://hrca.hr/file/280056> (2018-8-26)
 22. Tolić, Mirela. Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. // Pedagogijska istraživanja 10, 1(2013), str. 103-117. URL: <https://hrca.hr/file/186890> (2018-8-25)

23. Tolić, Mirela. Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. // Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja 55, 22(2009), str. 97-103. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=73170 (2018-8-26)
24. UNICEF. URL: https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/ (2018-8-28)
25. Zgrabljic-Rotar, Nada. Mediji - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. // Medijska pismenost i civilno društvo / Sarajevo: MediaCentar, 2005. Str. 1-15.

9. PRILOZI



Istraživanje je za AEM i UNICEF u listopadu 2014. provela agencija Ipsos Puls. Ad hoc istraživanje metodom telefonske ankete posredstvom Ipsos Puls CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) sustava.
 Ispitanici: roditelji koji imaju djecu u dobi do 17 godina N = 1000 roditelja (1561 dijete)
 *AGB Nielsen



(Prilog 1. UNICEF-ovi podaci o tome koliko i kako djeca gledaju televizijske sadržaje.)

(Izvor: https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/)

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI



Činjenica ili plod mašte? Kad koristite medije, trebate razmišljati što je u tom sadržaju istina, a što nije. Djeca, primjerice, mogu lakše shvatiti da animirani programi nisu stvarni, ali im je to teže razumjeti ako program izgleda kao „stvaran život“.

Što mediji žele reći? Budući da mediji uvijek prenose neki sadržaj, važno je imati na umu da je on rezultat namjere i odluka autora ili vlasnika medija. Njihova namjera može biti da prenesu informacije, pokažu umjetnički talent, nasmiju ljude ili da potaknu na kupnju nekog proizvoda ili usluge. Djecu možete naučiti da prepoznaju različite medijske forme i žanrove – npr. reality, igrani ili informativni program, ili da uoče prikriveno oglašavanje poznatih osoba ili blogera na društvenim mrežama.

Zajedno gledajte fotografije u novinama ili druge slike. Što te slike prikazuju? Što se možda ne vidi na slici? Što taj prizor pokazuje? Što je možda izostavljeno iz kadra? Jesu li fotografije uvijek vjerodostojne? Jesu li neke slike očito uređivane i mijenjane?

Može li se ovome vjerovati? Kričička procjena izvora, odnosno procjena pouzdanosti informacija može se vježbati kroz postavljanje sljedećih pitanja: Je li to činjenica ili nečije mišljenje? Gdje je objavljena ta informacija i može li se pronaći i u drugim izvorima? Je li informacija ažurna ili postoje novije informacije?

Prepoznaje li vaše dijete oglas kad ga vidi na ulici, internetskim stranicama, mobilnim aplikacijama, u novinama, na televiziji ili čuje na radiju?

Svrha je oglasa da neki proizvod prikaže privlačnim. U čemu je razlika između želje za nečim i potrebe za nečim? Je li moguće dobiti sve što želimo?

Zna li vaše dijete da se na nekim internetskim stranicama, u igrama ili uslugama za plaćanje koristi pravi novac? Kakva pravila postoje u vašoj obitelji o korištenju novca na internetu ili u digitalnim igrama?

(Prilog 2. Prijedlozi za bolju komunikaciju o medijima unutar obitelji.)

(Izvor: <http://www.idop.hr/hr/o-nama/knjiznica/prirucnici/djeca-i-mediji-knjizica-za-roditelje-i-skrbnike-djece/>)

KAKO PREPOZNATI LAŽNE VIJESTI



RAZMISLI O IZVORU

Dobro prouči stranicu, istraži njezinu svrhu i podatke o kontaktu.



PROČITAJ SVE!

Senzacionalistički naslovi privlače klikove. O čemu je zapravo riječ?



PROVJERI AUTORA

Na brzinu provjeri autora! Može li mu se vjerovati i je li to stvarna osoba?



DODATNI IZVORI

Klikni na ponuđene linkove i dodatne izvore. Provjeri sadrže li informacije koje zaista podupiru vijest.



PROVJERI DATUM OBJAVE

Ako je nešto nedavno objavljeno, ne znači da je nova vijest.



JE LI TO ZAFRANCZIJA?

Ako je previše neobično i čudno, možda je šala. Istraži stranicu i autora da bi bio siguran.



OSVIJESTI SVOJE STAVOVE

Uzmi u obzir da bi tvoji stavovi mogli utjecati na prosudbu.



PITAJ STRUČNJAKE

Pitaj knjižničara ili provjeri informacije na *fact-checking* stranicama.

Prijevod: Hrvatsko knjižničarsko društvo

International Federation of Library Associations and Institutions

(Prilog 3. Načini prepoznavanja lažnih vijesti.)

(Izvor: <https://gkr.hr/Magazin/Novosti/Infografika-Kako-prepoznati-lazne-vijesti>)



(Prilog 4. Logo Dana medijske pismenosti.)

(Izvor: <http://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti/>)