

Potreba razvoja medijske pismenosti unutar odgojno-obrazovnog sustava

Vukušić, Lora

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:595016>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKA KULTURA

LORA VUKUŠIĆ

**POTREBA RAZVOJA MEDIJSKE PISMENOSTI UNUTAR
ODGOJNO-OBRAZOVNOG SUSTAVA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: Doc. dr. sc. Ivica Šola

SUMENTOR: Tomislav Levak

OSIJEK, 2020.

SAŽETAK

Ovaj rad bavi se proučavanjem potrebe za razvojem medijske pismenosti unutar odgojno-obrazovnog sustava u Republici Hrvatskoj. Analizira se razvoj i aktualno stanje medijske pismenosti općenito u Hrvatskoj, s naglaskom na potrebu da se u odgojno-obrazovne ustanove uvede više obveznih ili izbornih predmeta koji uključuju medije kako bi djeca od najranije dobi naučila koristiti medije i pravilno tumačiti medijske sadržaje te kako bi sami mogli razvijati svoje kritičko promišljanje. Razvojem tehnologije razvijaju se i mediji, informacije su građanima dostupne na svakom koraku i nerijetko se događaju pogrešna tumačenja koje su informacije točne, a koje nisu. Nakon što se objasne glavni pojmovi i teze uz prikladna istraživanja, prikazat će se neke od radionica i materijala koji su preporučani od strane stručnjaka, a korisni su za razvijanje medijske pismenosti još od najranije dobi. Vrlo je bitno naglasiti da se potreba za uvođenjem i razvojem medijske pismenosti u odgojno-obrazovnim ustanovama pojavila razvojem digitalnih medija, što može biti usko povezano i sa društvenim mrežama. Kako raspoznati koje su informacije istinite ili lažne? Koje su vijesti točne? Za davanje odgovora na ova i slična pitanja potrebno je obrazovanje o korištenju medija i kritičko promišljanje. Cilj ovoga rada bio je proučavanje instanci unutar odgojno-obrazovnog sustava te na koji način obrazovne ustanove interpretiraju medijsku pismenost kroz svoje programe. Također, cilj rada bio je i razvoj svijesti o potrebi uvođenja medijske pismenosti kao obveznog predmeta u školama.

KLJUČNE RIJEČI:

Djeca, društvene mreže, kritičko razmišljanje, medijska pismenost, mediji, odgoj, obrazovanje

ABSTRACT

This work deals with the study of the need to develop media literacy within the educational system in the Republic of Croatia. The development and current state of media literacy in Croatia in general will be analysed, with a focus on the need to introduce more mandatory or elective subjects in educational institutions involving media so that children from an early age learn to use the media and properly interpret media content, and to develop their own critical reflection. The development of technology also develops media, information is available to citizens at every turn and often misinterprets which information is accurate and which are not. After the main concepts and thesis are explained with appropriate research, some of the workshops and materials that have been recommended by experts will be displayed and are useful for developing media literacy from an early age. It is very important to emphasize that the need to introduce and develop media literacy in educational institutions has emerged through the development of digital media, which can also be closely related to social networks. How do I tell which information is true or false? What news is correct? To answer these and similar questions, education on media use and critical reflection is needed. The aim of this work was to study instances within the educational system and how educational institutions interpret media literacy through their programs. Also, the aim of the work was to develop awareness of the need to introduce media literacy as a compulsory subject in schools.

KEY WORDS:

Children, critical thinking, education, media literacy, media education, social networks

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja _____ potvrđujem da je moj _____ rad
pod naslovom _____
diplomski/završni

te mentorstvom _____

rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, _____

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. RAZVOJ MEDIJA I POJAVA DIGITALNIH MEDIJA	2
3. ODGOJNO-OBRAZOVNI SUSTAV U HRVATSKOJ	4
3.1. RANI I PREDŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE	5
3.2. OSNOVNOŠKOLSKI I SREDNJOŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE.....	7
3.3. MEDIJSKI ODGOJ.....	8
3.3.1. MEDIJSKI ODGOJ U HRVATSKOJ	11
4. DRUŠTVO ZA KOMUNIKACIJSKU I MEDIJSKU KULTURU	13
4.1. PROJEKT DJECA MEDIJA	14
5. MEDIJSKA PISMENOST	18
5.1. INTERNETSKI PORTAL MEDIJSKA PISMENOST.HR	20
6. ZAKLJUČAK.....	25
LITERATURA.....	27

1. UVOD

Od samih početaka čovjek ima potrebu za primanjem informacija i širenjem informacija prema drugima. Takav oblik komunikacije nužan je za razvoj čovjeka i zajednice. Razvojem tehnologije i pojavom novih medija čovjek bi trebao osjećati potrebu da se obrazuje i „raste“ zajedno uz medije kako bi uvijek znao kakve informacije prima od medija. U suvremenom dobu ljudi svakodnevno imaju potrebu za obrazovanjem i žele biti svjesni događaja oko sebe, a za to im pomažu mediji čija su osnovne zadaće informirati, obrazovati i zabavljati publiku. Zahvaljujući pojavi interneta te elektroničkih i digitalnih medija sve se potrebne informacije praktički uvijek nalaze na dohvata ruke. Stoga svi koji to žele gotovo jednim klikom ili dodiranjem zaslona mogu pronaći najnovije vijesti i u bilo kojem trenutku doznati informacije koje ih zanimaju. U današnjem svijetu mnoge vijesti i informacije dopiru i do osoba najmlađe životne dobi, što može biti i opasno ukoliko ne znamo na pravilan način koristiti internet.

Odrasle osobe najčešće je teško preodgajati i učiti ih, primjerice, nekim novim vještinama shvaćanja medija jer oni već imaju usađena iskustva, znanja i vještine za koje u pravilu smatraju da su sasvim dovoljne. Međutim, to ponekad nije točno jer čovjek treba učiti dok je živ. S druge strane, logična je pretpostavka da bi se, ukoliko se u odgojno-obrazovni sustav uvedu kvalitetni programi za učenje o medijima i medijskoj pismenosti, u budućnosti trebale razvijati još pametnije, kvalitetnije i kritički usmjerene generacije. Također, treba postati jasno da mediji više nisu samo tradicionalni masovni mediji, poput tiska, televizije ili radija. Mediji su u 21. stoljeću nešto potpuno drukčije, a mnogi još nisu niti svjesni da su okruženi i izloženi medijima i njihovom utjecaju cijelo vrijeme pa čak i dok slušaju glazbu, gledaju reklame i „surfaju“ internetom i/li društvenim mrežama.

Medijsku pismenost važno je proučavati i istraživati zbog svakodnevnih situacija u životu. Valja uzeti za primjer trenutačnu situaciju u kojoj se nalazi ne samo Hrvatska, već i cijeli svijet, a u kojoj se bez novih medija ne bi znale sve informacije, odnosno što se događa u svijetu, ali i u Hrvatskoj vezano uz globalnu pojavu pandemije uzrokovane COVID-19 virusom. Baš zahvaljujući medijima svakoga dana postoji uvid i objavljuju se novi podatci, informacije i uputa o zaštitnim i preventivnim mjerama kojih se građani moraju pridržavati. Kako bi pak sami znali prepoznati koje su informacije točne, a koje ne, važno je konstantno učenje o medijima. Pri tome je bitno naglasiti da se nikada ne treba pouzdati samo u jedan izvor, već se informacije uvijek mogu i trebaju potražiti na nekoliko mjesta i iz nekoliko medija. Upravo zbog toga, kao i zbog sve raširenijega korištenja društvenih mreža i mobilnih telefona, građani bi trebali znati kakve informacije stižu do njih na različite načine.

Današnja su djeca svakako naprednija, barem u tehnološkom smislu, od djece prije mnogo godina kada prva igračka nisu bili tablet ili mobilni telefon. Djeca su faktički okružena različitim medijima već od trenutka kada dođu na svijet baš zbog toga jer su crtani filmovi i brojne igrice dostupne na mobilnim uređajima. Veliki je problem što roditelji nemaju uvijek uvid u to što djeca točno gledaju na internetu jer često nisu niti sami svjesni što je korisno, a što nije. Između ostaloga, i zbog toga su nužni obrazovanje i učenje o medijima i medijskoj pismenosti kako bi građani znali zaštititi sebe, ali i svoju djecu prilikom korištenja medija.

Pojavom interneta i društvenih mreža potpuno se mijenja pojam medija i način korištenja pa su zbog toga potrebne dodatne edukacije. U više navrata i istraživanja dokazano je da su kod današnjih generacija društvene mreže zauzele prvo mjesto u medijskom svijetu i da gotovo sve informacije djeca i mladi vole dobiti upravo tamo – na društvenim mrežama. U ovom radu istražuje se upravo jesu li medijska pismenost i medijski odgoj na potrebnom stupnju razvoja i zastupljenosti u Hrvatskoj, odnosno postoji li dovoljno službenih odgojno-obrazovnih programa za poučavanje djece i mladih o medijima, osobito onima koji su nastali, razvijali se i djeluju u suvremenom okruženju.

2. RAZVOJ MEDIJA I POJAVA DIGITALNIH MEDIJA

Kako bismo uopće razumjeli pojam „medij“, potrebno ga je definirati i naglasiti kako dolazi od latinske imenice srednjeg roda, *medium*. Prvo zabilježeno, osnovno značenje – *sredina, polovina* – iznijelo je i niz izvedenica: ono što je *u sredini* to i *spaja* pa otuda još i u latinskome prvo ključno značenje – *posrednik*. Podjednako je važno i drugo zabilježeno značenje – *objava*. *Medium* je, ono što je javno i svim pristupačno, očevidno, jasno, svima znano, poznato (Divković, 1980: 637-639).

Medije, naravno, možemo podijeliti pa je tako uobičajena temeljna podjela medija na tiskane, elektroničke i nove medije. U tiskane medije ubrajamo – nakon knjige – dnevnu, tjednu, polumjesečnu ili mjesečnu periodiku (novine, magazini te za kulturu osobito važni, časopisi), a u elektroničke medije radio i televiziju. Fotografija i film su mediji *generis*, noviji je medij internet, a takoreći svakodnevno stvaraju se oni „još noviji“ (Lipovčan, 2006: 21). O tiskanim medijima ne treba mnogo govoriti jer, iako su oni i dalje prisutni i jednako važni, sve više mladih okreće se prema novim medijima i elektroničkim medijima zbog razvoja tehnologije i mogućnosti koje su nam pružene tim istim razvojem tehnologije. Olakšano nam je korištenje medija pa tako se mnogi okreću online portalima i novinama koje su prije 20-ak godina bili

dostupni samo u tiskanom obliku, a danas rijetko tko koristi tiskani oblik medija baš zbog toga jer su brojne prednosti korištenja medija na internetu.

Mediji su još u 20. stoljeću bili pojava koja je izazivala fascinacije, a svaki novi medij budio je rasprave o tome koliko je koristan ili koliko je štetan. Već tada su bili dizajnirani da ih koristi široka publika i pomoću njih komunicira, a danas definitivno predstavljaju nešto mnogo više.

Digitalizacija je postala pojam koji je općepoznat u svijetu pa tako dolazimo i do pojma digitalne kulture. Digitalna kultura je kultura našeg vremena, kultura digitalnog doba, kultura novoga milenija. Ona je „dio kulture društva, dio kulturne politike društva te označava proces transformacije same ideje kulture u društvu“ (Zgrabljić Rotar, 2011: 38). U medijima koji su digitalnog doba imamo određenu slobodu širenja i primanja informacija jer smo svi umreženi internetom. Prema Nadi Zgrabljić Rotar, medije digitalnog doba možemo podijeliti u tri skupine. Prva skupina su tradicionalni mediji, druga skupina su konvergirani mediji/novi mediji, a dok je treća skupa novi novi mediji. Tradicionalni i konvergirani tradicionalni mediji definiraju se kao masovni mediji. Internet i novi mediji to nisu, ali jesu mediji za masovnu komunikaciju. Masovni mediji su institucije, zakonski reguliran izvor informacija u kojem djeluju medijski stručnjaci prema svojim profesionalnim, specijaliziranim strukama (novinari, urednici, snimatelji, spikeri, tehničari) te uz pomoć tehnoloških sredstava proizvode različite simboličke sadržaje koje distribuiraju iz jednoga izvora udaljenom i heterogenom auditoriju (ili čitateljstvu). Masovne medije odlikuje periodičnost izlaženja i urednička djelatnost te raznolik sadržaj (Zgrabljić Rotar, 2019: 63).

Što se tiče samog razvoja medija, komunikolozi su svjesni da medijska i komunikacijska razvojna revolucija još uvijek traje i da razvoj medija (teorije medija, novih medijskih spoznaja i medijske tehnologije) i informacijsko-komunikacijskih tehnologija moramo razvijati u kontekstu komunikacijskih, medijskih i tehnoloških mogućnosti svakog društva. Kada je riječ o razvoju medija i tehnologije, ugledni komunikolozi, s pravom ističu, da se mediji i tehnologija razvijaju po povijesnim tehnološkim i medijskim zakonitostima (Plenković, 2012.: 108).

Razvojem tehnologije svakako raste i mogućnost pojave raznih medija, no ono što je važno naglasiti da iako pojavom novih medija, oni „stari“ ne umiru i neće nestati tako da nikada nećemo imati samo nove medije, koji za deset godina, neće više biti tako novi mediji. Također, kada su postojali samo tiskani oblik medija uvijek se znalo tko je novinar i tko može oblikovati taj medij. Danas imamo potpuno drugačiju situaciju, gdje ljudi svojim komentarima i objavama kreiraju neki medij. Naprotiv, tijekom evolucije komunikacijskih medija vidljivo je da se radi

o koegzistenciji i konvergenciji u smislu prihvaćanja novih tehnoloških karakteristika. Tako je nerealno očekivati potpuno izumiranje bilo kojeg oblika komunikacijskog medija, pa tako i primjerice novina. Novinarstvo kao profesija također je pod utjecajem novih tehnoloških dostignuća, posebice interneta, doživjelo korjenite promjene (Demeterffy Lančić, 2010: 163). Dok su na početku 20. stoljeća vijesti kasnile četrnaest dana, a sredinom stoljeća jedan dan, danas imamo situaciju u kojoj pripadnici publike javnosti postaju novinari, a profesionalni novinari najsvježije vijesti dobivaju putem društvenih mreža, primjerice na Twitteru. Možemo ustvrditi da su se novim komunikacijskim tehnologijama otvorile nove mogućnosti obrnute prakse pri čemu pripadnici publike javnosti informiraju novinare, a tek potom novinari širu javnost (Demeterffy Lančić, 2010: 163). U tome i jest onda cijela poanta razvoja medija i pojave medijske pismenosti, da osobe koje nisu školovani novinari mogu zajedno s obrazovanim ljudima kreirati kvalitetan sadržaj za medije bez da se kasnije pitamo čitamo li točne, kvalitetne i provjerene informacije.

Što se tiče korištenja medija kod djece, prema istraživanju koje je provedeno od listopada do studenog 2017. godine, ukupno 61,0% djece ima vlastiti profil na društvenoj mreži ili internetskoj stranici za igranje videoigara koju trenutno koriste, od kojih je 53,8% djevojčica i 67,8% dječaka. Korištenje društvenih mreža raste s djetetovom dobi – 35,0% djece u dobi od 9 do 11 godina, 68,1% djece od 12 do 14 godina te 76,8% djece od 15 do 17 godina ima vlastiti profil na društvenoj mreži ili internetskoj stranici za igranje videoigara koju su koristili u vrijeme istraživanja (Ciboci et al, 2020: 15).

3. ODGOJNO-OBRAZOVNI SUSTAV U HRVATSKOJ

Mediji su danas svuda oko nas i odavno su dio naše svakodnevice. Usmjereni su na jako velik broj ljudi kojima prenose informacije ili poruke, a odrastanje i socijalizacija djece danas je bez medija zapravo i nezamisliva. Djeca tako na radiju slušaju omiljenu glazbu, u časopisima koji su im namijenjeni čitaju o poznatima i slavnima, na televiziji prate serije i filmove, na internetu se dopisuju i komuniciraju sa svojim vršnjacima, a većinu svoga vremena provode na društvenim mrežama (Ciboci, 2015). Medije više ne možemo promatrati kao sredstvo jer su oni postali naše kulturno okruženje i ozračje (Labaš, 2015). Mediji se nalaze u svim školama i općenito odgojno-obrazovnim ustanovama jer djeca danas sve informacije i svu pomoć mogu pronaći na internetu. U nastavi se također koriste i tableti koji im olakšavaju nastavu. To sve već govori da su djeca od prvog razreda osnovne škole u bliskom susretu s tehnologijom, a ako

su u susretu s tehnologijom medije je tada nemoguće izbjeći. Ono što je najvažnije samo, kada se djeca susretnu s medijima – na koji način ih doživljavaju i na koji način im se mediji prezentiraju.

Prije samog pojašnjenja koliko je medijska pismenost u odgojno-obrazovnim ustanovama prisutna, vrlo je bitno pojasniti čime se točno bavi i samo Ministarstvo znanosti i obrazovanja u Hrvatskoj. Ministarstvo se bavi podupiranjem ukupnog razvoja Republike Hrvatske i tako osigurava uvjete za odgoj i obrazovanje te formiranje kompetentnih, poduzetnih i odgovornih osoba uz pristupačan, uključiv, kvalitetan i dostupan sustav cjeloživotnog obrazovanja, za kvalitetno strukovno obrazovanje koje odgovara na sadašnje i buduće potrebe tržišta rada te za razvoj znanosti temeljen na izvrsnosti i međunarodnoj kompetitivnosti. S obzirom da se u ovom završnom radu obrađuje medijska pismenost u odgojno-obrazovnom sustavu, kao primjer bit će tri sustava obrazovanja u Republici Hrvatskoj, a to su: rani i predškolski odgoj i obrazovanje, osnovno obrazovanje i srednjoškolsko obrazovanje (Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2020). Budući da i visoko obrazovanje također spada u kategoriju sustava obrazovanja, nažalost teško je odrediti na razini svakoga sveučilišta koliko se svaki fakultet bavi medijima. Svaki fakultet to niti nije dužan omogućiti studentu jer se svatko obrazuje za ono što želi, a o medijskoj pismenosti i medijima trebalo bi se obrazovati ponajprije u osnovnoj i srednjoj školi.

3.1. RANI I PREDŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE

Rani i predškolski odgoj i obrazovanje u Republici Hrvatskoj obuhvaća odgoj, obrazovanje i skrb o djeci predškolske dobi, a ostvaruje se programima odgoja, obrazovanja, zdravstvene zaštite, prehrane i socijalne skrbi za djecu od šest mjeseci do polaska u školu.

Prema Zakonu o predškolskom odgoju i naobrazbi kojeg je donio Zastupnički dom Sabora Republike Hrvatske na sjednici 17. siječnja 1997. godine navodi kako, u dječjem vrtiću ostvaruju se redoviti programi njege, odgoja, naobrazbe, zdravstvene zaštite, prehrane i socijalne skrbi djece predškolske dobi, koji su prilagođeni razvojnim potrebama djece te njihovim mogućnostima i sposobnostima i programi ranog učenja stranih jezika i drugi programi umjetničkog, kulturnog, vjerskog i športskog sadržaja. Naime, u Zakonu nije detaljno evidentirano o kakvim se točno programima umjetničkog i kulturnog sadržaja radi kada je riječ o obrazovanju u predškolskom odgoju. U Zakonu je jasno definirano kako svi programi u radu mogu biti podložni promjenama te kako se programi mogu izvoditi u skladu s potrebama djece i zahtjevima roditelja (Članak 15., stavak 2.). Obveza je svakog vrtića da se kontinuirano

usklađuje i s nacionalnim zahtjevima koji su sadržani u Nacionalnom kurikulumu za rani i predškolski odgoj i obrazovanje. Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje sadrži polazišta, vrijednosti, načela i ciljeve, generirane iz višegodišnjih iskustava razvoja odgojno-obrazovne prakse i kurikuluma vrtića u Republici Hrvatskoj i doseg hrvatskih i međunarodnih znanstvenika u području teorije ranog i predškolskog odgoja. Ta polazišta, vrijednosti, načela i ciljevi predstavljaju okosnicu oblikovanja odgojno-obrazovnoga procesa i kurikuluma svakog vrtića, kao i sustava ranog i predškolskog odgoja u cjelini.

Planiranje sadržaja kurikuluma predškole temelji se na promatranju i slušanju djece i dogovaranju s djecom, pri čemu su interesi djece i njihove individualne i razvojne mogućnosti najvažniji kriterij. Posebna pozornost usmjerava se utvrđivanju postojećeg iskustva, znanja i razumijevanja djece te oblikovanju uvjeta za njihovo nadograđivanje. Djecu se kontinuirano potiče na sudjelovanje, promišljanje i planiranje novih iskustava učenja s odgojiteljem. Odgojno-obrazovne aktivnosti temelje se na istraživanju, otkrivanju, promišljanju, rješavanju problema i raspravi djeteta s drugom djecom i odgojiteljem te korištenju različitih izvora učenja. Djecu se potiče na izražavanje u sklopu različitih vrsta reprezentacija (crtanje, slikanje, građenje, konstruiranje i sl.), koje im olakšavaju razumijevanje i integriranje koncepata kojima se bave te korištenje simbola za izradu pisanih bilješki u njima svrhovitome kontekstu. Izravne intervencije odgojitelja u odgojno-obrazovnim aktivnostima temelje se na dobrom razumijevanju djece i smjera razvoja njihovih aktivnosti te promišljanju načina na koji bi se svakom djetetu mogao osigurati prijelaz u zonu sljedećega razvoja. U planiranju i oblikovanju kurikuluma predškole naglasak se stavlja na prihvaćanje i poticanje kreativnog izražavanja ideja, iskustava i osjećaja djece u raznim umjetničkim područjima i izražajnim medijima (Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2020).

Nacionalnim kurikulumom za rani i predškolski odgoj i obrazovanje potiče se i osnažuje razvoj osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno učenje, koje je obrazovna politika RH prihvatila iz Europske unije, a to su: Komunikacija na materinskome jeziku, Komunikacija na stranim jezicima, Matematička kompetencija i osnovne kompetencije u prirodoslovlju, Digitalna kompetencija, Učiti kako učiti, Socijalna i građanska kompetencija, Inicijativnost i poduzetnost, kulturna svijest i izražavanje.

Pod pojmom Kulturna svijest i izražavanje smatra se kako se kulturna svijest i izražavanje razvijaju poticanjem stvaralačkog izražavanja ideja, iskustva i emocija djeteta u nizu umjetničkih područja koja uključuju glazbu, ples, kazališnu, književnu i vizualnu umjetnost. One se osnažuju i razvojem svijesti djeteta o lokalnoj, nacionalnoj i europskoj kulturnoj baštini

i njihovu mjestu u svijetu. Također je važno osposobljavati dijete za razumijevanje kulturne i jezične raznolikosti Europe i svijeta te razvijati svijest djeteta o važnosti estetskih čimbenika u vrtićkim aktivnostima i svakidašnjem životu. Ove kompetencije razvijaju se u vrtiću čije okruženje zadovoljava visoke estetske standarde i u kojemu se djeca potiču na različite oblike stvaralačke prerade svojih doživljaja i iskustava, u nizu umjetničkih područja i izražajnih medija. Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje polazi od shvaćanja djeteta kao kreativnog bića sa specifičnim stvaralačkim i izražajnim potencijalima (Narodne novine, 5/2015).

Djeca mogu svoje ideje, načine razumijevanja i doživljaje stvaralački prerađivati i izražavati. Djeca imaju različite mogućnosti simboličkog izražavanja, koje uključuju likovne, grafičke, kretne, verbalne, gestikulacijske i mnoge druge ekspresivne modalitete. Različite kognitivno-simboličke ekspresije djece shvaćaju se kao integralni dio cjeline odgojno-obrazovnoga procesa. Korištenje različitih izražajnih medija olakšava međusobno razumijevanje djece s drugom djecom i odgojiteljima, potiče razvoj novog znanja i razumijevanja te vodi k afirmaciji stvaralačkih potencijala djece. Kreativnost je sastavnica cjelokupnoga odgojno-obrazovnog procesa vrtića i utkana u sve segmente kurikuluma (Narodne novine, 5/2015).

3.2. OSNOVNOŠKOLSKI I SREDNJOŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE

Osnovnoškolski odgoj i obrazovanje počinje upisom u prvi razred osnovne škole. Ono je obvezno za svu djecu, u pravilu traje od šeste do petnaeste godine života, a za učenike s višestrukim teškoćama u razvoju najdulje do 21. godine života. Osnovna škola traje osam godina i izvodi redovite i posebne programe. Osnovnim obrazovanjem učenik stječe znanje i sposobnosti za nastavak obrazovanja (članci 11. i 12., Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi - Narodne novine br.: 87/2008, 86/2009, 92/2010, ispr. -105/2010, 90/2011, 16/2012, 86/2012 - pročišćeni tekst i 94/2013, 152/2014, 7/2017 i 68/2018).

Osnovnoškolski odgoj i obrazovanje u Republici Hrvatskoj obvezno je i besplatno za svu djecu. Za osobe starije od 15 godina, a koje nisu završile zakonom obveznu osnovnu školu, postoji mogućnost uključivanja u program osnovnog obrazovanja za odrasle.

Srednjoškolskim odgojem i obrazovanjem se svakome pod jednakim uvjetima i prema njegovim sposobnostima, nakon završetka osnovnoškolskog odgoja i obrazovanja, omogućava stjecanje znanja i sposobnosti za rad i nastavak školovanja.

Odluka o donošenju kurikulumu za međupredmetnu temu Građanski odgoj i obrazovanje za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj navodi kako se od učenika očekuje promicanje kvalitete života u zajednici, a preporuka za takvo djelovanje je i sudjelovanje u aktivnostima i projektima nevladinih organizacija, praćenje i predstavljanje informacija objavljenih u medijima. Kroz sat razrednika i izvanučioničku nastavu preporučuje se povremeno praćenje političkih događaja u medijima jer se smatra kako su učenici već u osnovnoj i srednjoj školi kompetentni za razumijevanje političkih tema u medijima (Ministarstvo znanosti i obrazovanja).

U poučavanju Građanskog odgoja i obrazovanja potiču se metode temeljene na iskustvu jer stvarni susreti s ljudima, simulacija situacije, igra uloga i dramsko-pedagoške metode ukazuju na pripremljenost učenika kao subjekta u društvenoj i političkoj zajednici. Metodama temeljenim na kritičkoj uporabi medija, primjerice čitanjem, analizom i interpretacijom informacija, učenici sudjeluju u društvenom životu zajednice i time doprinose osobnom razvoju i razvoju zajednice (Narodne Novine, izdanje NN 10/2019).

3.3. MEDIJSKI ODGOJ

Medijski odgoj ili medijska pedagogija za predmet svog poučavanja ima sociopedagoški, sociokulturalne i sociopolitičke aspekte u suvremenim sredstvima (medijskog) komuniciranja, a osobito se bazira na analizi uloge medija na svijest i ponašanja djece i mladih te, u konačnici, njihovoga osposobljavanja za kritičku analizu medijskih ponuda (Tolić, 2009: 97). Polja istraživanja medijske pedagogije su: medijski odgoj (pospješuje medijsko obrazovanje, oslanja se na medijsku pismenost i medijske kompetencije), medijska kultura, medijska didaktika (proučavanje medijske metodike), medijsko-znanstveno istraživanje, medijska socijalizacija i medijska etika. Konvergencija i distinkcija istih polja istraživanja podrazumijeva kooperativno djelovanje i ostvarenje cilja, tzv. refleksnokritičkog djelovanja. Medijska pedagogija istražuje metode uvjeravanja i indoktrinacije, ne samo riječima nego i slikama. Medijska pedagogija i mediologija zauzimaju središnju pozornost u analizama simboličkog djelovanja (Tolić, 2009: 97-98).



Fotografija 1.: Prikazuje razvoj medijskog odgoja, izvor: Medijski odgoj iz Tolić, M.: Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije

Medijska obrazovna osoba je ona osoba koja je dobro informirana o temama koje se kreću u medijima, svjesna je svog svakodnevnog kontakta s njima i shvaća njihov utjecaj na stil života i vrijednosti. Ona interpretira poruke iz medija, razvija osjećaj za trendove. Medijska obrazovnost u tome smislu znači: a) posredovati znanja o različitim vrstama medija, b) naučiti graditi osnove kritičkog mišljenja prema (nametnutim) temama iz medija. (Bauer, 2007: 224.). Medijsko obrazovanje treba sadržavati: funkcionalnu pismenost (razumijevanje onoga što je napisano), vizualnu pismenost (razumijevanje vizualnih detalja) i računalnu pismenost (korištenje interneta...). Medijska pismenost je tek dio medijskog odgoja i medijskog obrazovanja. Samo tako shvaćena medijska pismenost nije u koliziji s medijskim odgojem. Djeca i mladi uče se razumijevanju i razlikovanju odgojnih od manipulativnih poruka (Tolić, 2009: 100).

Medijski odgoj podrazumijeva "misliti + "djelovati" na kritički način. Cilj ima: usvajanje medijskih kompetencija većeg broja nastavnih predmeta, prepoznavanje medijskog djelovanja (razgradnja sadržaja): manipulacijsko i/ili odgojno djelovanje, analiza i procjena medijskih proizvoda, razlučiti fikciju od stvarnosti, prepoznati funkciju medijskog sadržaja, usvajanja komunikacijskih kompetencija- za društvo znanja, interaktivno djelovanje i interaktivna upotreba medijskih sredstava, autonomno i samokritično djelovanje učenika/ili studenta, prepoznati i procijeniti koliko i na koji način je pojedini medij bitan za društvo (znanja), razvoj socijalnih kompetencija, osobno samoostvarenje i razvoj tijekom cijelog života (kulturni kapital) putem medija, multifuncionalno znanje, interdisciplinarnost i konstelacija kompetencija (engl. *constellation*), odnosno međusobno usvojeno ili povezanih kompetencija.

Medijski odgoj analizira poruke iz medija i komparira s odgojnim vrijednostima (Tolić, 2009: 101).

Da je medijski odgoj itekako bitan, prepoznato je i na UNESCO-vom međunarodnom simpoziju „Odgoj za medije“ 1982. godine u Gruenwaldu u SR Njemačkoj gdje je prihvaćena Deklaracija o odgoju za medije. Jednostavno je postalo vidljivo da živimo u svijetu gdje su mediji prisutni i gdje smo svakodnevno okruženi medijima, a ljudi svoju pažnju poklanjaju televiziji, časopisima, radio postajama, a danas nema niti škole i obrazovanja bez korištenja nekih medija, posebice interneta i elektronskih medija. Mediji su tako postali dio kulture današnjice, a današnji obrazovni program nije prilagođen novim medijima i djeca danas uče ono samo osnovno o medijima u svojoj redovnoj nastavi. Pod pojmom osnovno smatra se da se djeca obrazuju samo o medijskoj kulturi kao filmu i žanrovima koji su namijenjeni djeci, dok se novi mediji niti ne spominju. Baš zbog toga bitan je medijski odgoj jer se djeca već od najranije dobi moraju naučiti komunicirati i proučavati medije kao nešto dobro i korisno u svijetu (Erjavec, Zgrabljic, 2000: 96).

U Deklaraciji o odgoju za medije stoji kako pozivaju sve koji su za to odgovorni da se zauzmu za uvođenje cjelovitih medijsko-obrazovnih programa (od predškolske do sveučilišne razine, uključujući i obrazovanje odraslih) kojima će se razvijati znanje, spretnost i odnos prema medijima, te tako poticati povećanje kritičke svijesti i veću osposobljenost korisnika elektronskih medija i tiska; idealno bi bilo kad bi ti programu uključivali analizu medijskih proizvoda, uporabu medija kao sredstva kreativnog izražavanja, te učinkovitu uporabu medija kao sredstva kreativnog izražavanja, te učinkovitu uporabu i sudjelovanje u dostupnim medijskim kanalima. Drugim riječima, da razviju programe za učitelje i posrednike, kojima bi produbili njihovo znanje i razumijevanje medija te ih upoznali s odgovarajućim metodama poduke; poštujući prilično velika, ali fragmentarna znanja koja mnogi učenici već imaju. Zatim, da pobuđuju razvojne i obrazovne aktivnosti koje bi im pomagale pri medijskom odgoju na područjima poput psihologije, sociologije i komunikacijske znanosti. Također, da podupiru i potkrjepljuju aktivnosti koje privodi ili ih namjerava provesti UNESCO, koje će poticati međunarodnu suradnju na području medijskoga odgoja (Erjavec, Zgrabljic, 2000: 95).

Škola i obitelj odgovorni su za pripremu mladoga čovjeka za život u svijetu koji na njega snažno utječe slikom, riječju i zvukom. Opismenjavanje djece i odraslih na tim trima područjima simbolnih sustava je potrebno. Medijski odgoj bit će najučinkovitiji ako roditelji, učitelji, medijske osobe i donositelji odluka (*decision-makers*) zajedno spoznaju da svojim udjelom moraju pridonositi razvijanju veće kritičke svijesti slušatelja, gledatelja i čitatelja. Veća

povezanost između odgojno-obrazovnih i komunikacijskih sustava bila bi nedvojbeno važan korak u djelotvornijem obrazovanju (Košir, Ranfl, Zgrabljic, 1999: 12)

3.3.1. MEDIJSKI ODGOJ U HRVATSKOJ

Medijski odgoj u hrvatskom je školskom obrazovnom sustavu tek naznačen. Provodi se samo u okviru nastave hrvatskoga jezika u osnovnim školama od 1. do 8. razreda. Hrvatski jezik u osnovnim školama obuhvaća četiri nastavna područja: a) hrvatski jezik, b) književnost, c) jezično izražavanje i d) medijsku kulturu. U nastavni predmet hrvatskog jezika medijska kultura nije uopće uključena u gimnazijama i srednjim strukovnim školama. U osnovnim školama, naglasak medijske kulture je na filmskom odgoju i obrazovanju. Od 1. do 5. razreda osnovne škole, medijska kultura ima zadatak upoznati djecu s dječjim (i crtanim) filmovima i dječjim televizijskim emisijama i s televizijskim emisijama s domoljubnim sadržajima. Medijska kultura od 5. do 8.razreda stavlja naglasak na kazalište (kazališni prostori, pozornica, kulise, glumac, kostimografija, scenografija, itd). U petom razredu se ipak počinje govoriti i o pitanjima prijenosa poruke, televiziji (žanrovi), radiju (žanrovi), tisku, stripu i računalu. I šesti, sedmi i osmi razred po nastavnom planu i programu za osnovne škole, u okviru medijske kulture bave se pitanjima žanrova s obzirom na medij. (Prosvjetni vjesnik, posebno izdanje, br. 2, 1999: 19). Postoje naznake kako hrvatski obrazovni sustav ide u vrlo dobrom pravcu kada je riječ upravo o medijskom odgoju. Naime, na poticaj Vlade Republike Hrvatske izrađen je nacionalni program odgoja i obrazovanja za ljudska prava i za demokratski građanski odgoj (Prosvjetni vjesnik, posebno izdanje, br. 2, 1999: 19).

U taj nastavni plan i program medijski odgoj nije dovoljno uključen iako se suvremeni koncept medijskog odgoja zasniva upravo na svim tim aktima na koje se poziva i ovaj dokument, aktima o općim ljudskim pravima i pravima djeteta, kao što su Opća deklaracija o ljudskim pravima UN-a iz 1948 godine, međunarodni pakt o ekonomskim, društvenim i kulturnim pravima i Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima iz 1986., Deklaracija o pravima djeteta iz 1959. godine i Konvencija o pravima djeteta iz 1989. godine. Njima treba dodati i UNESCO-ovu deklaraciju o medijskom odgoju iz 1983. godine (Erjavec, Zgrabljic, 2000: 96).

Hrvatska	osnovna	hrvatski	usmjeren je na filmsku i kazališnu kulturu, te na televizijske žanrove namijenjene djeci
----------	---------	----------	--

Tablica 1.: Uključenost odgoja za medije u školske satnice u različitim državama svijeta, izvor: Erjavec K., Zgrabljic, N. Odgoj za medije u školama u svijetu, Hrvatski model medijskog odgoja

U priloženoj tablici, u kojoj se Hrvatska nalazi na kraju, što se tiče medijskog odgoja u Hrvatskoj, djeca u sklopu osnovnog obrazovanja i predmeta hrvatski jezik usmjereni su na filmsku i kazališnu umjetnost te na televizijske žanrove koji su primjereni njihovoj dobi, ovisno o razredu kojeg pohađaju.

Da je medijski odgoj itekako potreban, potvrđuje i niz provedenih istraživanja o korištenju interneta i društvenih mreža od strane djece. Jedno od takvih istraživanja proveo je i EU Kids Online projekt. EU Kids Online je međunarodna istraživačka mreža. Njezin cilj je povećanje znanja o prilikama, mogućnostima, rizicima i sigurnosti europske djece online. Mreža koristi više metoda mapiranja online iskustava djece i roditelja, u dijalogu s akterima na europskoj razini. Mreža EU Kids Online je uspostavljena kao primarni izvor visoko kvalitetnih, neovisnih i obuhvatnih informacija koje podupiru bolji i sigurniji internet za djecu diljem Europe. U ovome trenutku mreža ima suradnike u 30 zemalja, integrirajući istraživačku ekspertizu iz više disciplina i metodoloških usmjerenja. Mreža je sagradila konstruktivno partnerstvo s vladinim tijelima, medijima, industrijom, donositeljima i provoditeljima odluka i edukatorima na nacionalnoj, europskoj i međunarodnoj razini (Erjavec, Zgrabljic, 2000: 96). Njeni rezultati i izvještaji se široko koriste u izjavama na razini javnih politika, koje su do sada poslužile za pokretanje brojnih inicijativa koje ciljaju na poboljšanje online iskustava djece. Što se tiče medijskog odgoja u Hrvatskoj – provedeno je istraživanje EU Kids Online 2020: Rezultati istraživanja obuhvaćaju ukupno 19 zemalja (EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries), ali ćemo za potrebe ovog rada koristiti samo istraživanje koje se odnosi na Hrvatsku. U Hrvatskoj je u istraživanju sudjelovalo 1.017 djece u dobi od 9 do 17 godina te onaj roditelj koji ima više uvida u prakse djeteta na internetu. Dok se u komparativnom izvješću 19 europskih država nalaze podaci o online iskustvima djece u dobi od 9 do 16 godina, u nacionalnom izvješću nalaze se podaci koji se odnose na djecu od 9 do 17 godina u Hrvatskoj.

Ključni rezultati istraživanja su:

- Djeca internetu najčešće pristupaju preko pametnih telefona i računala/laptopa/notebooka.
- Gotovo polovica djece u dobi od 9 do 11 godine, 2/3 djece u dobi od 12 do 14 godina te 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina može pristupiti internetu uvijek kada želi ili treba.

- Svako četvrto dijete u dobi od 9 do 14 godina te svako treće dijete u dobi od 15 do 17 godina je u potpunosti ili uglavnom zabrinuto za svoju privatnost na internetu.
- Svako deseto dijete u dobi od 15 do 17 godina prihvaća sve zahtjeve za prijateljstvom drugih ljudi na društvenim mrežama. Istodobno, gotovo svako četvrto dijete te dobi svakoga tjedna traži na internetu nove prijatelje ili kontakte.
- Svako peto dijete u dobi od 9 do 17 godina u potpunosti ili uglavnom ne zna promijeniti postavke privatnosti, npr. na društvenim mrežama.
- Gotovo svako treće dijete u dobi od 9 do 17 godina je u posljednjih godinu dana (od trenutka provedbe istraživanja) komuniciralo na internetu s osobama koje nisu upoznali uživo. To je činilo svako deseto dijete u dobi od 9 do 11 godina, svako četvrto dijete u dobi od 12 do 14 godina te gotovo svako drugo dijete u dobi od 15 do 17 godina (Prema članku objavljenom na portalu medijskapismenost.hr).

Što se tiče potpore učitelja i roditelja u Hrvatskoj, kad se u obzir uzmu svi dionici, čak 96% djece barem ponekad dobiva savjete o sigurnom korištenju interneta od roditelja, nastavnika i prijatelja. Treba istaknuti i da nakon negativnih iskustava na internetu, većina djece u Hrvatskoj najčešće razgovara s roditeljima. Nalazi hrvatskog dijela istraživanja ukazuju na potrebu edukacije i podučavanja djece i mladih o njihovoj sigurnosti i mogućim rizicima. Osnovni cilj edukacije je potpora djeci i mladima kako bi što ranije i što uspješnije naučili kontrolirati sadržaje s kojima se susreću na internetu, te kako bi se znali snaći u njima potencijalno neugodnim i uznemirujućim situacijama (HR Kids Online, 2020).

4. DRUŠTVO ZA KOMUNIKACIJSKU I MEDIJSKU KULTURU

U cilju poboljšanja medijske kulture u Hrvatskoj je 2011. godine osnovano Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, na zajedničku inicijativu studenata komunikologije i novinarstva, mladih diplomiranih komunikologa, novinara, sociologa, kroatologa, filozofa i medijskih stručnjaka. Cilj i svrha udruge poboljšanje je medijske i komunikacijske kulture građana Republike Hrvatske sustavnom edukacijom o medijima te poticanjem razvoja osviještenih korisnika koji s razumijevanjem i kritičkim odmakom koriste medijski sadržaj. Poboljšanje medijske kulture ostvaruju edukativnim, istraživačkim i znanstvenim djelovanjem na svim društvenim područjima, posebno u medijskom odgoju i obrazovanju. Uz razne radionice i predavanja, organiziraju se i radijske emisije, internetski sadržaji te istraživanja na temu medija i medijske kulture. Ovo Društvo namijenjeno je djeci i mladima, studentima, ali i

roditeljima te djelatnicima obrazovnih ustanova jer oni sudjeluju u odgoju i obrazovanju djece i mladih koji na kraju u odgojno-obrazovnim ustanovama provode većinu svoga života (Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu).

Osim radionica, predavanja i sadržaja na internetu, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu sudjeluje u organizaciji projekata kojima također pokušavaju osnažiti medijsku pismenost kod djece, ali i odraslih. Tako bih izdvojila nekoliko projekata organiziranih od strane Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu, a to su Djeca medija za medijski pismenu Hrvatsku, Medijskom kulturom do sretnom i bezbrižnog djetinjstva te Medijskom pismenošću protiv grupa mržnje i elektroničkog nasilja. Navedeni projekti uključuju djecu osnovnoškolskog obrazovanja te interaktivnim predavanjima koja su njima prilagođena pokušavaju približiti korištenje medija, njihovu važnost, ali učenici također imaju priliku saznati nešto o nasilju u videoigrama kako bi se poboljšala njihova medijska pismenost.

Osim navedenih projekata, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu kreiralo je još jedan zanimljiv projekt kojim također žele poboljšati svijest o medijskoj pismenosti, odnosno o medijima općenito.

Projekt "Djeca medija" nastao je na temelju zajedničke inicijative organizatora i polaznika Komunikološke škole Matice hrvatske koju zajednički od 2008. organiziraju Matica hrvatska, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu i Fakultet političkih znanosti. Komunikološka škola Matice hrvatske pruža dodatno izvan fakultetsko multidisciplinarno usavršavanje s područja medija namijenjeno ponajboljim studentima završnih godina studija komunikologije i novinarstva Sveučilišta u Zagrebu. Cilj je Škole da se studente kao buduće nositelje hrvatskoga medijskog života kroz rad s uglednim domaćim i stranim stručnjacima potakne na drugačiji pristup temama, razviju dodatne vještine i pruže najnovija saznanja s relevantnih područja kako bi ih se osposobilo za obavljanje najodgovornijih zadaća u hrvatskom medijskom i komunikacijskom prostoru kao dijelu svjetskoga medijskog prostora. Završetkom Škole studenti, polaznici Škole, razvijaju nove projekte te je jedan od njih i projekt "Djeca medija" (Projekt Djeca medija, 2020).

4.1. PROJEKT DJECA MEDIJA

Cilj i svrha projekta "Djeca medija" sustavna je edukacija o medijima, prvenstveno onima u Hrvatskoj te poticanje razvoja osviještenih korisnika koji s razumijevanjem i kritičkim odmakom konzumiraju medijske sadržaje koje sami odabiru. Naime, uloga je medija u današnjem društvu neosporno velika. Oni, osim što nas informiraju, educiraju i zabavljaju,

svojim informacijama utječu i na formiranje stavova, vrijednosti i ponašanja, kako odraslih, tako i onih najmlađih korisnika. Zbog užurbanog vremena u kojem živimo, roditelji sve manje vremena provode sa svojom djecom te upravo masovni mediji postaju glavni odgajatelji mlađih generacija i što je još važnije, oni im postaju uzori. Osim toga, djeca i mladi gotovo svo slobodno vrijeme provode uz medije. Ne kontroliranjem sadržaja kojeg gledaju, u djece i mladih dolazi do stvaranja pogrešnih moralnih vrijednosti. Projekt je usmjeren na više ciljnih skupina koje obuhvaćaju akademsku zajednicu (studente i nastavnike), djecu i mlade, nacionalne manjine, obrazovne ustanove, opću populaciju građana, obitelji i roditelje (Projekt Djeca medija, 2020).



Fotografija 2.: Prikazuje logo Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu te projekta Djeca medija, izvor: Službena stranica Društva za komunikaciju i medijsku kulturu i projekta Djeca medija

Već spomenuta interaktivna predavanja koja su u sklopu projekta Djeca medija, organiziraju se i radionice koje se provode u osnovnim i srednjim školama te knjižnicama kako bi se uz pozitivne, ali i negativne strane medija i medijske kulture, djeci ukazalo na važnosti medijske pismenosti.

Na Web stranici Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu te projekta Djeca medija mogu se pronaći edukativni materijali, odnosno članci, brošure te videomaterijali za sve koji nisu u mogućnosti sudjelovati na radionicama i predavanjima, ali u svakom trenutku mogu imati te informacije. U edukativnim materijalima nalaze se korisni nastavni materijali za učenike srednjih škola, odnosno za njihove nastavnike koji im u sklopu nekog predmeta mogu prezentirati što su to lažne vijesti i kako se „boriti“ protiv toga ili koje su to primjerice pozitivne i negativne strane medijskog sadržaja.

Istraživanje EU Kids Online za Hrvatsku iz 2017. pokazalo je kako čak 80% roditelja djece u dobi od 9 do 17 godina smatra da bi u škole trebalo uvesti poseban predmet koji bi se bavio samo medijskim odgojem djece. IPSOS PULS proveo je 2013. istraživanje s DKMK-om i

utvrdio kako 62% građana smatra da bi medijski odgoj trebao biti uključen u hrvatski odgojno-obrazovni sustav (Portal medijskapismenost.hr, 2020).

Potaknuti brojnim izazovima kojima su danas izložena djeca i mladi te njihovi roditelji predložimo 20 smjernica i prijedloga usmjerenih prema javnim institucijama i svim dionicima u hrvatskoj javnosti, koji su ključni za sadašnjost i budućnost naše djece, mladih i našega društva. Uvjereni smo da svi zajedno, a posebno najodgovorniji u našem odgojno-obrazovnom sustavu, moramo:

- Osmisliti strategiju medijskog obrazovanja od predškolskog do fakultetskog uzrasta te cjeloživotnog obrazovanja, uvažavajući preporuke hrvatskih i međunarodnih deklaracija, direktiva, smjernica i pravnih akata.
- Uskladiti i koordinirati različite postojeće institucionalne i izvaninstitucionalne inicijative i programe medijskog obrazovanja na području RH.
- Omogućiti međuresornu suradnju s ciljem kvalitetnijeg planiranja i djelovanja te realizacije programa medijskog obrazovanja.
- Na razini škola istaknuti primjere dobre prakse, dječjeg stvaralaštva i osigurati preduvjete za razvoj školskih programa medijskog obrazovanja.
- Pružiti trajnu i sustavnu institucionalnu potporu roditeljima u medijskom odgoju i obrazovanju djece.
- Potaknuti suradnju svih dionika, na svim razinama, od udruga civilnog društva posvećenih medijskom odgoju djece, mladih i odraslih do odgojno-obrazovnih i kulturnih ustanova s ciljem prepoznavanja uloge i važnosti medija u životu djece i mladih.
- Potaknuti i osigurati trajnu potporu redovitim i sustavnim istraživanjima o pravima djece u digitalnom svijetu.
- Potaknuti intenzivniju suradnju dionika i mjerodavnih državnih tijela s ciljem što ranijeg prepoznavanja i prevencije rizičnih ponašanja djece i mladih u virtualnom prostoru.
- Inzistirati na društvenoj odgovornosti svih medijskih i komunikacijskih djelatnika, nakladnika i izdavača, tradicionalnih i online medija te njihovom snažnom angažmanu u promociji i zaštiti dječjih prava.
- U postojeći sveučilišni odgojno-obrazovni sustav uključiti nove spoznaje i pristupe poučavanju o medijima i s medijima uvođenjem novih studijskih smjerova i programa.

- Obvezati na dosljedno provođenje zakona koji reguliraju obvezu javnog servisa na poticanje medijske pismenosti.
- Pružiti potporu regulatornim tijelima u provođenju edukativnih preventivnih programa i potaknuti na aktivniju ulogu u zaštiti dječjih prava.
- Pružiti konkretniju potporu školama, osnivačima, stručnim suradnicima, predškolskim odgojno-obrazovnim ustanovama u redovitoj realizaciji nastavnih i izvannastavnih aktivnosti usmjerenih k medijskom opismenjavanju.
- Omogućiti kvalitetniju suradnju između roditelja i odgojno-obrazovnih ustanova s ciljem promicanja i zaštite djece i njihovih prava u medijima i na društvenim mrežama.
- Spriječiti širenje neprimjerenih i neprihvatljivih ponašanja, kao i proizvodnju i širenje sadržaja neprimjerenih djeci i mladima u medijima i društvenim mrežama, kao što su pornografija, stereotipi, predrasude, govor mržnje, manipulacije, dezinformacije, rasna, vjerska i svaka druga netrpeljivost i netolerancija prema drugima, poticanje na nasilno ponašanje, terorizam i devijantno ponašanje.
- Povezati stručnjake za područje medijske pismenosti kako bi se sinergijskim djelovanjem i izradom konkretnih akcijskih i provedbenih planova promicala prava djece u medijima.
- Predložiti razmjenu iskustava i postupanja u slučajevima kršenja prava djece i mladih u medijima u kontekstu maloljetničke delinkvencije i protuzakonitog djelovanja.
- Potaknuti sve djelatnike u javnom prostoru i predstavnike institucija da se jasno opredijele za osnaživanje prava djece u digitalnom okruženju.
- Pozvati medijske djelatnike na osjetljivost prilikom objave i izrade opreme medijskih priloga u kojima se spominju djeca, osobito u tragičnim i negativnim okolnostima.
- Sustavno promovirati dječje medijsko stvaralaštvo, njihove školske uspjehe i osigurati preduvjete kako bi pozitivne vijesti o njima dospjele do šire javnosti (Prema članku objavljenom na portalu medijskapismenost.hr).

Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu nastavit će sustavno zastupati, promicati i jačati volonterski rad u poticanju medijske pismenosti u Hrvatskoj i pružati trajnu i sustavnu potporu svim dionicima kojima je cilj osnažiti djecu, mlade, roditelje, učitelje, nastavnike, knjižničare i stručne suradnike, koristeći sva pozitivna iskustva suradnje sa svojim međunarodnim partnerima, posebno s onima koji zajedno s DKMK-om dijele ključne misli nove inicijative Europskog tjedna medijske pismenosti koji ističe društvenu važnost medijske pismenosti. Visoka razina medijske pismenosti ključ je za osposobljavanje svih građana – počevši od

najranije dobi – za donošenje informiranih odluka u digitalno doba, a podizanje svijesti o potrebi medijske pismenosti nužan preduvjet moderne demokracije koja iznad svega počiva na kvalitetnom odgojnom i obrazovnom procesu djece i mladih u čijim je rukama budućnost naših društava. Učiniti im spornim pravo na stjecanje medijske pismenosti – ne samo u našem društvu nego i na međunarodnom planu – bio bi težak propust i neoprostiva pogreška u odgojno-obrazovnom i humanističkom smislu (Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, 2020).

Uz navedeno istraživanje i preporuke od strane stručnjaka možemo vidjeti kako je i više nego potrebno da se u odgojno-obrazovni sustav uvede predmet poput medijske kulture, odnosno medijske pismenosti gdje bi se mogle iskoristiti navedene preporuke.

5. MEDIJSKA PISMENOST

Postoji nekoliko definicija medijske pismenosti s obzirom da mnogi autori drukčije interpretiraju taj pojam. Jedna od tih je kako je medijska pismenost skup gledišta koje u korištenju medija aktivno primjenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo (Potter, 2008: 47). Suština medijske pismenosti je u držanju stvari pod kontrolom. Viši nivo medijske pismenosti omogućava vam da mnogo jasnije sagledate granicu između stvarnog svijeta i svijeta koji stvaraju mediji (Potter, 2008: 32).

Medijska pismenost kao pojam kojim se pokušava pojasniti važnost medija i kritičkog promišljanja kada su u pitanju mediji, ona nam pomaže shvatiti medije kojima smo okruženi i pomaže nam raspoznati informacije koje čujemo i vidimo u medijima pa je zbog toga od iznimne važnosti gotovo pa svima, a pogotovo djeci i mladima koji tek kreću u svijet obrazovanja i zasigurno će se za potrebe školovanja, ali i u slobodno vrijeme koristiti medijima, a kako bi bili sigurni da djeca i mladi gledaju kvalitetan sadržaj, potrebno se obrazovati i kritički sagledavati medije.

Pojam medijske pismenosti definiran je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine (National Leadership Conference on Media Literacy, 1992) kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija" (Aufderheide, 1992). Dakle, ova definicija se odnosi na pozitivni dio medija kao izvora informacije i zabave. Temeljeći ideju na važnosti koju mediji imaju u životu pojedinaca i obitelji, zatražili su da se na međunarodnoj razini sastanu znanstvenici kako bi istražili načine uključivanja medijskog odgoja u obrazovne sustave svih razvijenih, pa i manje razvijenih, zemalja. Od potpisivanja Deklaracije o

medijskom odgoju (Declaration of Media Education) 1982. godine (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999: 12) do danas, koncept medijske pismenosti ili medijskog odgoja donekle se mijenjao, ali je ostao utemeljen na osnovnoj ideji – komunikacijskim pravima koja proistječu iz osnovnih ljudskih prava što su zajamčena dokumentima međunarodne zajednice, ponajprije Poveljom Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima (1945) i Europskom konvencijom o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950). Konvencija UN- a o pravima djeteta iz 1989. godine zahtijeva pak da se u medijskim politikama, kao i obrazovnim i kulturnim, posveti nužna pozornost medijskim i komunikacijskim pravima djece (Zgrabljčić, 2005: 1-2).

Zgrabljčić Rotar (2005) navodi i kako u procese učenja o medijskoj pismenosti nije dovoljno uključiti samo najnovije medije koji su i „popularniji“ među današnjom generacijom te kako medijska pismenost znači učiti o svim medijima i njihovoj povijesti jer da bismo znali što su novi mediji, više je nego potrebno učiti o povijesti tiska, radija i televizije kao onih prvih i osnovnih medija od kojih je sve i krenulo.

Medijska pismenost uči razumijevanju specifičnih simboličkih jezika pojedinih medija. To su "novi jezici" koji djeluju u sustavima nacionalnih jezika – film, radio, televizija, tisak – a njihova nam je gramatika nepoznata (Carpenter, 1991: 218).

Medijska pismenost se zaista može interpretirati na puno načina, svaki autor je htio pridonijeti nešto svoje u definiciju, a ono što je najbitnije za shvatiti je da medijska pismenost pokušava naučiti pojedinca kako da kritički gleda na medije, kako da sam procjeni što je njemu dovoljno kada su u pitanju mediji i na koji način da sam koristi medije kao jednu od načina komunikacije.

Također, ono što se često gubi iz vida jest da do običnoga konzumenta medijskih sadržaja po pravilu uopće ne dolaze objašnjenja zbog čega je baš na određen način kreirana neka priča ili predstavljen neki događaj. Imajući to na umu, može se reći da je pojedinac praktično prepušten sam sebi da, u skladu sa svojim mogućnostima, dekonstruira medijski sadržaj koji mu se nudi i tako eventualno prepozna strukturu nekoga teksta, ali i namjeru komunikatora. U suprotnome, oni koji nisu u stanju dekonstruirati medijske sadržaje nalaze se u svojevrsnoj opasnosti od prihvaćanja medijske konstrukcije kao jedine mogućnosti. U tom slučaju vrlo lako mogu postati žrtva medijske manipulacije. Naime, običan čovjek nije u stanju svojim umom obuhvatiti kompletnu “objektivnu” stvarnost koja ga okružuje. Zato se kompleksna izvanjska stvarnost u glavama pojedinaca na neki način pojednostavljuje da bi bila razumljiva i prihvatljiva (Vučetić, 2019: 5-6).

5.1. INTERNETSKI PORTAL MEDIJSKA PISMENOST.HR

Internetski portal medijskapismenost.hr jedna je vrsta internetskog medija gdje su prikazane brojne teme koje se tiču medija, medijske pismenosti i medijske kulture za djecu i mlade. Na portalu možete pronaći edukacije za roditelje, učitelje, djecu i mlade te je svaka edukacija potpuno prilagođena generaciji kojoj se pristupa.

Pokretači i osnivači portala medijskapismenost.hr su Agencija za elektroničke medije i UNICEF, koji su okupili i brojne partnere koji svojim djelovanjem doprinose podizanju medijske pismenosti u Hrvatskoj i kvalitetnom sadržaju na portalu. Od samih početaka partneri portala su Akademija dramske umjetnosti u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti u Zagrebu, Hrvatski audiovizualni centar i Hrvatski filmski savez, dok su se u lipnju 2019. pridružili Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Odsjek za komunikologiju Hrvatskih studija, Odjel za komunikologiju Sveučilišta u Dubrovniku, Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Veleučilište VERN⁷ i Visoka škola za komunikacijski menadžment Edward Bernays (Portal medijskapismenost.hr, 2020).

Cilj samog portala je prikazati dobre strane medija i naučiti djecu i odrasle kako se sigurno koristiti internetom, a ono što je također vrlo bitno za istaknuti – portal je uvijek otvoren za suradnju i poziva sve svoje čitatelje da se uključe u kreiranje sadržaja i sami odabiru i šalju teme vezane za medije i medijsku pismenost. Također osim samog portala medijskapismenost.hr treba spomenuti i Dane medijske pismenosti za čije je pokretanje zaslužna Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Agencija za elektroničke medije i UNICEF pokrenuli su 2018. i projekt Dani medijske pismenosti s ciljem osvještavanje javnosti o važnosti medijske pismenosti, osnaživanje građana vještinama medijske pismenosti, stvaranje platforme za suradnju brojnih društvenih dionika i razvoj održivih projekata medijske pismenosti, te podrška odgajateljima i nastavnicima razvojem edukacijskih materijala za medijsko obrazovanje (Portal medijskapismenost.hr, 2020).



Fotografija 3.: Prikazuje logo portala medijskapismenost.hr, izvor: Službena stranica portala medijskapismenost.hr

Na samome portalu nalaze se i video lekcije kao obrazovni materijal na kojima su snimljene razne edukativne slikovnice, video materijali za djecu osnovnoškolskog obrazovanja koji su definitivno već ušli u svijet medija i svakodnevno se koriste pametnim telefonima. Portal koji se naziva abecedom 21. stoljeća potpuno opravdano nosi taj naziv baš zbog toga jer da bismo živjeli u 21. stoljeću koje je okruženo medijima koji svakoga dana rastu i razvijaju se, potrebno je znati njihovu abecedu – odnosno potrebno se medijski obrazovati, a ono što je najbitnije da portal prati aktualne teme pa se nadovezuje sa korisnim informacijama i kako se nositi s takvim temama koje su završile u medijima. Za primjer uzet ću dva članka koja sam pronašla na portalu *medijskapismenost.hr*.

Prvi članak objavljen je 2. rujna 2020. godine pod *nazivom VIDEOSNIMANJE NAPADA (HAPPY SLAPPING)*. Po samom nazivu možete zaključiti da se radi o nedavnom događaju koji je potresao javnost, a ovdje nećemo ulaziti u detalje samog videa jer je on vrlo dobro poznat svima, ono što trebamo naglasiti je da Engleski termin “happy slapping” na hrvatski se prevodi kao “videosnimanje napada”. No osim snimanja, treba navesti da je riječ, kako piše Vesna Bilić (2018: 127), o novijem obliku “elektroničkog nasilja za koji je karakteristično da se bezazlena žrtva najčešće slučajno odabire, namjerno napada, fizički ozljeđuje, vrijeđa, ismijava ili izvrgava ruglu, a cijeli događaj snima se videokamerom ili mobitelom i potom objavljuje na internetu i/ili prosljeđuje mobitelom drugim ljudima”. Riječ je, dakle, o događaju koji se može dogoditi svakom djetetu koje počinitelji odaberu za žrtvu, tuku ga, vrijeđaju, ismijavaju ili maltretiraju na drugi način, pritom to snime i video objave na nekoj komunikacijskoj platformi

na kojoj se zapravo verbalno nasilje nastavlja u komentarima (Članak objavljen na portalu medijskapismenost.hr).

Naime, riječ je o takvoj vrsti nasilja za koju stručnjaci smatraju da je još gora od samog fizičkog nasilja – jer je ovakav oblik zauvijek zabilježen na nečijem mobilnom telefonu ili objavljen na društvenim mrežama, a vrlo dobro znamo da kada je nešto objavljeno na internetu, teško se može „povući nazad“ jer uz mnoge opcije imamo i opciju preuzimanja videa na svoj mobilni telefon i tako se takve snimke šire, a osobi koja je zlostavljana i maltretirana ostaje zauvijek uspomena na takvo iskustvo. Baš zbog toga s djecom treba razgovarati u školama o takvoj vrsti nasilja i objasniti im da se uvijek mogu nekome obratiti za pomoć, ali jednako tako potrebno je i djecu naučiti kako da reaguju kada na društvenim mrežama ugledaju takav video (Članak objavljen na portalu medijskapismenost.hr, 2020).

Drugi članak objavljen je 22. kolovoza 2020. godine pod nazivom *IDEJE KAKO MEDIJSKU PISMENOST INTEGRIRATI U NASTAVU*, a koji donosi informacije i savjete kako da djeca analiziraju medijske sadržaje i kako da oni sami sudjeluju u kreiranju medijskog sadržaja. Mnogi će se složiti da je jednako važno da djeca proučavaju medije i analiziraju ih, ali potrebno je i da oni sami stvaraju medije i da vide što je to za njih bitno te kako oni doživljavaju određene filmove ili TV emisije. Ono što je možda i najvažnije od svih savjeta je da budete u tijeku s trendovima i razvojem medija te na taj način zainteresirate djecu za medije. Neka oni budu profesori na jedan dan i objasne što gledaju, igraju i slušaju na internetu, tada ćete sigurno imati sve informacije o medijima te kako ih oni doživljavaju.

Ono što je zajedničko u oba članka, ali i u svim materijalima na portalu medijskapismenost.hr je da svaki od njih sadrži dodatne materijale, poput radionica s pitanjima koja su prilagođena djeci i njihovoj dobi. Pitanja koja služe nastavnicima i roditeljima kao pomoć kako pristupiti određenoj medijskoj temi i približiti ju djecu u određenom razdoblju njihova života (Članak objavljen na portalu medijskapismenost.hr, 2020).

Osim korisnih materijala i članaka na temu medijske pismenosti, istoimeni portal svake godine u suradnji s Agencijom za elektroničke medije i Uredom UNICEF-a za Hrvatsku te u suradnji s brojnim partnerima i pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i Ministarstva znanosti i obrazovanja organiziraju Dane medijske pismenosti. U 2020. godini su Dani medijske pismenosti održani (na daljinu) od 30. ožujka do 5. travnja, a cilj ovog projekta, koji se ove godine poklapa s Europskim tjednom medijske pismenosti, je osvijestiti javnost o važnosti medijske pismenosti, osnažiti građane, posebice djecu i mlade za kritičko promišljanje

medijskih sadržaja i pružiti podršku odgojiteljima i nastavnicima razvojem edukacijskih materijala za medijsko obrazovanje. Dani medijske pismenosti ujedno su platforma za suradnju različitih dionika i organizaciju događanja s ciljem promicanja medijske pismenosti (Dani medijske pismenost, portal medijskapismenost.hr).



Fotografija 4.: prikazuje ovogodišnji plakat za Dane medijske pismenosti 2020., izvor: Službena stranica portala medijskapismenost.hr

S obzirom na situaciju, s portala pozivaju sve odgojitelje, nastavnike, knjižničare i druge da organiziraju online nastavu gdje će biti održane radionice, filmske projekcije i panel diskusije o medijskoj pismenosti kako bi se ipak ove godine bez obzira na situaciju, Dani medijske pismenosti ipak održali. Sve radionice, odnosno sve projekte potrebno je prijaviti kako bi svim školama pristigle tiskane publikacije za lakše provođenje radionica o medijima.

Upravo ovakvi događaji i ovakve inicijative, poput Dana medijske pismenosti – mogu pojačati želju da djeca o odrasli proučavaju medije i krenu se baviti njima. Kroz brojne interaktivne radionice koje su uvijek prilagođene razredu u kojemu se održava radionica, oni najmlađi će kroz igru učiti o medijima dok sa djecom starije životne dobi već polako možemo raspravljati o stvarima koje vide na televiziji ili čitaju na društvenim mrežama.

O medijskoj pismenosti, kao i o raznim portalima koji poboljšavaju korištenje i razumijevanje pojma uvijek možemo u nedogled, jer uvijek moraju pratiti trendove i pratiti što se to događa u medijima kako bi na vrijeme osigurali kvalitetan materijal i radionice koji će koristiti ne samo djeci, ali i odraslima u shvaćanju medijske pismenosti i onoga što nam je plasirano u medijima. Zbog toga je važno biti obrazovan i znati gdje treba pronaći sve potrebne informacije kako bi

nam se korištenje medija uvelike olakšalo. Važno je i to znanje prenositi na djecu koja se tek medijski razvijaju i oblikuju, ali naravno uz pomoć medija je važno učiti o medijima jer iz primjera koji se tamo nalaze najlakše je učiti.

6. ZAKLJUČAK

Na osnovu svega iznesenoga, osobito na osnovu rezultata nekoliko relevantnih istraživanja na ovu temu, može se zaključiti kako su medijski odgoj i edukacija o medijskoj pismenosti u Hrvatskoj definitivno nužni u većoj količini nego što ih sada ima u programu obrazovanja i to u svim razinama formalnoga obrazovanja, počevši od ranog i predškolskog odgoja pa sve do srednjoškolskog obrazovanja. Uz sve potrebne materijale i radionice koje su organizirali medijski i komunikacijski stručnjaci, stvoren je i više nego dovoljan temelj za stvaranje kurikuluma i organiziranje nastave na način da se uz obvezne predmete svakako uvede i predmet na temu medijske kulture, medijskoga odgoja i medijske pismenosti koji će obuhvaćati sve vrste medija, a ne samo filmsku i kazališnu umjetnost. Naravno, način izvođenja nastave potrebno je ponajprije prilagoditi osnovnoškolskoj djeci s obzirom da djeca u srednjoj školi već mogu sami obrađivati neke ozbiljnije teme iz medija pa i samo naučiti pisati vijesti i sudjelovati u kreiranju kvalitetnoga i provjerenoga medijskog sadržaja.

Mediji su nezaobilazan dio svakodnevice i stalno se razvijaju, a medijski procesi ubrzavaju. Stoga je već od najranije dobi potrebno obrazovati djecu da, potpuno svjesni tehnologije i brzine kojom se šire informacije, znaju prepoznati i gledati kvalitetan sadržaj i biti medijski pismene osobe. Treba napomenuti i kako je osim djece, nužno obrazovati i odrasle, osobito starije osobe koji nisu dovoljno upoznati s novim medijima s obzirom na svoju dob i nikada nisu osjećali potrebu da se obrazuju zbog razvitka medija. To nije središnja tema ovoga rada, ali je svakako putokaz za razmišljanje u budućnosti. S druge strane, djeca vrlo brzo pamte informacije i mogu brzo primjenjivati znanja koja su naučila u odgojno-obrazovnim ustanovama pa je zbog toga potrebno mijenjati program u školama i dopustiti medijskim stručnjacima da pokažu svoje znanje i obrazuju djecu u svijetu medija.

Rezultati istraživanja koje je navedeno pokazuju da su djeca u potpunosti prisutna na internetu i društvenim mrežama, a ponekad njihovi roditelji nisu svjesni kakve to informacije mogu dobiti putem interneta. Upravo raznim radionicama i razgovorom možemo doprijeti do djece i objasniti im kako se sigurno koristiti internetom.

Za kraj valja istaknuti kako bi bilo idealno kada bi svaka škola imala svog medijskog stručnjaka koji bi organizirao nastavu na način da se uči detaljnije o medijima, da se organiziraju zanimljive izvannastavne aktivnosti te da se provodi praksa na području tiska, radija, televizije, interneta, društvenih mreža te drugih tradicionalnih i novih medija.. Ukoliko se djeci posveti dovoljno pažnje i ukoliko im se dovoljno dobro objasni, navedeni bi zadatci zasigurno bili i

više nego dobro odrađeni. Sve dok se to ne dogodi, treba ustrajati u organizaciji kvalitetnih izvaninstitucionalnih programa te (izvan)nastavnih edukacija na temu razvoja medijske pismenosti, kao što već godinama čine Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, Agencija za elektroničke medije, internetski portal medijskapismenost.hr te sve veći broj njihovih partnera i suradnika, uključujući, kada je riječ o području istočne Hrvatske i srednjoškolskih ustanova i knjižnica, neke nastavnike s Odsjeka za kulturu, medije i menadžment Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku.

LITERATURA

1. Aufderheide, P.: *A Report of the National leadership conference on media literacy*, 1992.
2. Bauer, T.: *Mediji za otvoreno društvo*, ICEJ, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
3. Bilić, V.: *Nove perspektive. Izazovi i pristupi nasilju među vršnjacima*, Zagreb: Obrazovni izazovi i Učiteljski fakultet u Zagrebu, 2018.
4. Carpenter, E.: *"The New Languages"*, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company, 1991.
5. Ciboci, L., Ćosić Pregrad I., Kanižaj I., Potočnik D., Vinković D.: *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu*, HR Kids Online, Zagreb, 2020.
6. Ciboci, L.: *Od medijskog opismenjavanja do odgovornog roditeljstva*, Pragma, Zagreb, 2015.
7. Demeterffy Lančić, R.: *Novi mediji i odnosi s javnošću, izlaganje sa znanstvenog skupa*, Zagreb, 2010.
8. Divković, M.: *Latinsko-hrvatski rječnik za škole*, Zagreb 1900. (pretisak: Zagreb, 1980.)
9. Erjavec K., Zgrabljic, N.: *Odgoj za medije u školama u svijetu*, Hrvatski model medijskog odgoja, 2000.
10. Košir, M., Zgrabljic, N. i Ranfl, R.: *Život s medijima. Priručnik o odgoju za medije*. Zagreb: Doron, 1999.
11. Labaš, D.: *Djeca medija – mladi obrazuju mlade*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 2015.
12. Lipovčan, S.: *Mediji – druga zbilja?*, Zagreb, 2006.
13. Potter, J.: *Media Literacy 4th edition.*, SAGE Publications, 2008.
14. Plenković, M.: *Mediji i tehnologija, Media, culture and public relations*, Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2012.
15. Tolić, M.: *Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije*, Život i škola, br. 22 (2/2009.), god. 55., 2009
16. Vučetić, V.: *Medijska pismenost kao ključna kompetencija 21. stoljeća*, Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Istočno Sarajevo, BiH, 2019.

17. Zgrabljic Rotar, N.: *Masovni mediji i digitalna kultura*, Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja, 2011.
18. Zgrabljic Rotar, N.: *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji*, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji, 2016.
19. Zgrabljic Rotar, N.: *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar, 2005.

INTERNETSKI IZVORI

1. Članak objavljen na portalu medijskapismenost.hr
<https://www.medijskapismenost.hr/videosnimanje-napada-happy-slapping/> (pristup 2. rujna 2020.)
2. Članak objavljen na portalu medijskapismenost.hr
<https://www.medijskapismenost.hr/ideje-kako-medijsku-pismenost-integrirati-u-nastavu/> (pristup 2. rujna 2020.)
3. Članak objavljen na portalu medijska pismenost. hr, istraživanje
<https://www.medijskapismenost.hr/medijska-nepismenost-je-nas-zajednicki-problem/> (pristup 7. rujna 2020.)
4. Dani medijske pismenosti
<https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2020/> (pristup 4 rujna 2020.)
5. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, <http://dkmk.hr/> (pristup 20. kolovoza 2020.)
6. HR Kids Online, rezultati istraživanja
<http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf> (pristup 7. rujna 2020.)
7. HR Kids Online, rezultati istraživanja <http://hrkids.online/post/fifth-press/> (pristup 7. rujna 2020.)
8. Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Zakon o predškolskom odgoju i naobrazbi, članak 15., stavak 1, <https://mzo.gov.hr/> (pristup 18. kolovoza 2020.)
9. Narodne novine (2015), izdanje NN 5/2015, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_01_5_95.html (pristup: 18. kolovoza 2020.)
10. Narodne novine (2019), izdanje NN 10/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_217.html (pristup 18. kolovoza 2020.)

11. Projekt Djeca medija, <https://www.djecamedija.org/> (pristup 21. kolovoza 2020.)
12. Portal medijskapismenost.hr <https://www.medijskapismenost.hr/> (pristup 21. kolovoza 2020.)

PRILOZI

1. Fotografija 1. *Medijski odgoj* (preuzeto 18. kolovoza 2020. iz Tolić, M.: Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, br. 22 (2/2009.), god. 55., str. od 97. do 103.)
2. Fotografija 2. *Logo Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu te projekt djeca medija* (preuzeto 21. kolovoza 2020.)

<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=SUvJWhIz&id=96C715EE9E763516B67AD34F78BB9F0E95978FA8&thid=OIP.SUvJWhIzKZjCx8XMBu6qiAHaCT&medi aurl=http%3a%2f%2fdkmmk.hr%2fwp-content%2fuploads%2f2013%2f02%2fDKMKdfs.png&exph=168&expw=539&q=dru%2c%2a1tvo+za+komunikacijsku+i+medijsku+kulturu&simid=607998684328234421&ck=59B91C94D089C4BEA3D61F943333B8C3&selectedIndex=1&FORM=IRPRST&ajaxhist=0>

3. Fotografija 3. *Logo portala medijskapismenost.hr*

(preuzeto 4. rujna 2020.)

https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fwww.radiostudent.hr%2Fpredstavlj anje-www-medijskapismenost-hr%2F&psig=AOvVaw0AA1SBnCNHx_OCUWmRIVQ7&ust=1599293705656000&source =images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCIj-49iIz-sCFQAAAAAdAAAAABAO

4. Fotografija 4. *Logo i plakat za Dane medijske pismenosti 2020.*

(preuzeto 4. rujna 2020.)

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.medijskapismenost.hr%2Fda ni-medijske-pismenosti-2020%2F&psig=AOvVaw0AA1SBnCNHx_OCUWmRIVQ7&ust=1599293705656000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCIj-49iIz-sCFQAAAAAdAAAAABAD

5. Tablica 1.: *Uključenost odgoja za medije u školske satnice u različitim državama svijeta* (preuzeto 18.8.2020. iz Erjavec K., Zgrabljčić, N. *Odgoj za medije u školama u svijetu, Hrvatski model medijskog odgoja*, 2000., str. 92-96)