

Medijska kultura u razrednoj nastavi

Mužar, Patricia

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:147:969346>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-28**

Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Teacher Education - Digital repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA UČITELJSKE STUDIJE

PATRICIA MUŽAR

DIPLOMSKI RAD

MEDIJSKA KULTURA U RAZREDNOJ
NASTAVI

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA UČITELJSKE STUDIJE

DIPLOMSKI RAD

Ime i prezime pristupnice: Patricia Mužar

TEMA DIPLOMSKOG RADA: Medijska kultura u razrednoj nastavi

MENTORICA: Astrid Nox, prof., pred.

Zagreb, rujan 2021.

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
ABSTRACT	II
1. UVOD	7
2. MEDIJI	8
2.1. Pojam mediji.....	8
2.2 Povijest medija	8
2.3 Medijska pismenost	9
3. PODJELA MEDIJA	10
3.1 Tiskani mediji.....	10
3.2 Fotografija	13
3.3 Film	15
3.4 Radio	19
3.5 Televizija.....	21
3.6 Digitalni mediji	25
4. NASTAVNI PLAN I PROGRAM ZA OSNOVNE ŠKOLE	27
5. NASTAVNI PLAN I PROGRAM NAKON KURIKULARNE REFORME 2018. GODINE	29
6. USPOREDBA SADRŽAJA MEDIJSKE PISMENOSTI U NASTAVNOM PREDMETU HRVATSKI JEZIK	30
6.1 Medijski sadržaji u 1. razredu	31
6.2 Medijski sadržaji u 2. razredu	32
6.3 Medijski sadržaji u 3. razredu	34
6.4 Medijski sadržaji u 4. razredu	35
6.5 Završno o medijskoj kulturi u nastavi Hrvatskog jezika	36
7. SADRŽAJI MEDIJSKE PISMENOSTI U NASTAVNOM PREDMETU LIKOVNA KULTURA	37
8. SADRŽAJI MEDIJSKE PISMENOSTI U OSTALIM NASTAVNIM PREDMETIMA	39

9. ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA	43

I. SAŽETAK

Mediji imaju važnu ulogu u današnjem društvu, a za njih se vežu i pojmovi medijske kulture i medijske pismenosti. Putem medija dobivamo različite informacije i sadržaje, a sve više su im izložena i djeca pa je zato važno znati kritički promišljati o njima te odijeliti korisne i one manje korisne sadržaje. Također, važno je znati način na koji mediji funkcioniraju te osnovna načela medijske pismenosti. U ovom radu obrađuje se pojam medija, razvoj medija kroz povijest, medijska pismenost, daje se podjela medija te pozitivne i negativne strane utjecaja istih. U nastavku, rad se bavi zastupljenošću medijskih sadržaja u obrazovanju te na koji se način izvodi nastava medijske kulture u razrednoj nastavi. Postoji Nastavni plan i program koji je trenutno u upotrebi te prijedlog novog kurikulumu. Cilj ovog rada je usporediti medijske sadržaje u Nastavnom planu i programu za osnovne škole s prijedlozima novih kurikulumu. S obzirom da prijedlog novog kurikulumu donosi poboljšanja u obrazovni sustav, pretpostavlja se da će se povećati broj medijskih sadržaja. Medijska kultura dio je nastavnog predmeta Hrvatski jezik i u starom i u novom kurikulumu, samo što se u novom kurikulumu naziva Kultura i mediji. Usporedivši stari i novi kurikulum predmeta Hrvatski jezik, vidljivo je da u novom kurikulumu ima više medijskih sadržaja te se oni svaku godinu produbljuju. Za razliku od starog kurikulumu, u novom se učenici i u ostalim nastavnim predmetima upoznaju s medijskim sadržajima. Pitanje je treba li se medijska kultura uvesti kao zaseban predmet ili se izvoditi u sklopu svih ostalih nastavnih predmeta.

Ključne riječi: *mediji, medijski sadržaji, medijska pismenost, kurikulum*

II. ABSTRACT

The media has an important role in today's society, and the notions of media culture and media literacy are also connected to them. Through the media, we receive various information and content, and children are increasingly exposed to it, so it is important to know how to think critically about them and to separate useful and less useful content. It is also important to know the way the media works and the basic principles of media literacy. This paper deals with the concept of media, media development through history, media literacy, the division of media and their positive and negative sides. In addition, the paper deals with the representation of media content in education and how media culture is taught in the classroom. There is a Curriculum that is currently in use and a proposal for a new curriculum. The aim of this paper is to compare the media content in the Curriculum for primary schools with the proposals of new curricula. Given that the proposal of the new curriculum brings improvements to the education system, it is assumed that the number of media content will increase. Media culture is part of the subject Croatian language in both the old and the new curriculum, except that in the new curriculum it is called Culture and Media. Comparing the old and the new curriculum of the subject Croatian language, it is evident that the new curriculum has more media content and it is expanding every year. Unlike the old curriculum, in the new one, students are introduced to media content in other subjects as well. The question is whether media culture should be introduced as a separate subject or performed as part of all other subjects.

Keywords: *media, media content, media literacy, curriculum*

1. UVOD

U današnje vrijeme okruženi smo medijima i raznim medijskim sadržajima, a to nam je omogućio napredak tehnologije. Zahvaljujući tehnologiji možemo bez problema komunicirati s cijelim svijetom i primiti neograničen broj informacija. Medijske industrije proizvode sve više sadržaja, ali i korisnici na društvenim mrežama. Mnoge informacije koje primamo mogu biti istinite, ali i lažne. Također, sadržaji mogu biti uvredljivi prema pojedincu ili skupini. Zbog toga treba kontrolirati kome su ti sadržaji dostupni. To se posebno odnosi na djecu jer se oni razlikuju od prijašnjih generacija po drugačijem načinu življenja. Svaki dan okruženi su televizijom, časopisima, a ponajviše internetom te moraju kritički promišljati o sadržajima koji primaju, te odijeliti korisne od manje korisnih informacija. Odraslima je to lakše jer imaju potrebne vještine i iskustvo, djeci je teže pa je potrebno učiti ih o tome. To znači da ih treba upoznati s pojmom medijske pismenosti i u školi im omogućiti potrebno medijsko opismenjavanje. U Nastavnom planu i programu za osnovne škole medijski sadržaji obrađuju se u nastavi Hrvatskog jezika pod nastavnim područjem *medijska kultura*, a prema prijedlogu novog kurikulumu naziva se *kultura i mediji*. U ovom radu obrađuje se pojam medija, razvoj medija kroz povijest, medijska pismenost, daje se podjela medija te pozitivne i negativne strane istih, zastupljenost medijskih sadržaja u obrazovanju te na koji se način izvodi nastava medijske kulture u razrednoj nastavi. S obzirom na veliku važnost medija u današnjem društvu očekuje se da će novi kurikulum biti zastupljeniji medijskim sadržajima, ne samo u sklopu Hrvatskog jezika nego i u ostalim nastavnim predmetima.

2. MEDIJI

2.1. Pojam mediji

Riječ *medij* dolazi od latinske riječi *medius* što bi značilo srednji.

„Pojam *medij* u didaktičkome i komunikološkom smislu označuje svaki predmet, katkad i osobu, koji može uskladištiti (spremiti), prenositi i prezentirati neke podatke i informacije, ali i alate kojima se obavljaju određeni radni zadaci (digitalni strojevi i njima pripadajući softveri, *gadjeti* i sl.“ (Matijević, 2017a: 43.)

Prema zakonu o medijima Republike Hrvatske (2003: članak 2), mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike. Mediji nisu knjige, udžbenici, bilteni, katalozi ili drugi nositelji objavljivanja informacija koji su namijenjeni isključivo obrazovnom, znanstvenom i kulturnom procesu, oglašavanju, poslovnoj komunikaciji, unutarnjem radu trgovačkih društava, zavoda i ustanova, udruga, političkih stranaka, vjerskih i ostalih organizacija, školska glasila, „Narodne novine“ Republike Hrvatske, službena glasila i jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i ostala službena priopćenja, plakati letci, prospekti i transparenti, te video stranice bez žive slike i druge besplatne obavijesti, osim ako Zakonom nije drukčije propisano.

2.2 Povijest medija

Prošlo je dosta vremena od doba kad je čovjek bio jedini poučavateljski medij pa do multimedijskog doba. Najduže je trajalo razdoblje poučavanja bez upotrebe medija, osim onih za stjecanje vještina, a to su bili izradba alata i objekata za stanovanje, te lov i ratovanje. Zatim, 3500 godine prije Krista dolazi do pojave pisma gdje su se prve poruke zapisivale na glinenim i drvenim pločicama, na listovima papirusa, na koži ili kamenim zidovima. Pojavom tiskane knjige sredinom 15. stoljeća, započela je velika revolucija u komunikaciji ljudi. No trebalo je proći dvjesto godina da taj medij dobije veći utjecaj u obrazovanju, tako da je tek početkom 17. stoljeća došlo do veće proizvodnje udžbenika za školske potrebe. Novine se pojavljuju početkom 16. stoljeća, a u 18. i 19. stoljeću imaju veliku obrazovnu ulogu. „Novine su bile glavni prijenosnik i izvor informacija iz područja znanosti, kulture i politike“. (Matijević, 2017a: 22). Potkraj 19. stoljeća dolazi do

pojave telefona i radioprijenosnika koji se koriste za prijenos informacija, ali imaju i ulogu u obrazovanju jer emitiraju informacije koje se koriste za cjeloživotno učenje. Gramofon i magnetofon su također bili značajni u obrazovanju jer su se koristili u učenju stranih jezika kako bi korisnici slušali i ponavljali teže fraze od izvornih govornika. Ni televiziju ne smijemo izostaviti kao medij važan u obrazovanju. Hrvatska je televizija dvadesetak godina emitirala sadržaje kojim se je mogao dopuniti obrazovni program mladih u školi ili služiti kao cjeloživotno obrazovanje odraslih. Potkraj 20. stoljeća dolazi do tzv. medijske ili informatičke revolucije prilikom koje se pojavljuju multimedija i internet. Pojavom novih medija dolazi i do potrebe za mijenjanjem načina učenja tako da, osim tradicionalnih kompetencija koje su pisanje i čitanje dolazi i do potrebe za novim kompetencijama, a to su informatičke kompetencije koje podrazumijevaju korištenje raznih programa i alata. Važno je naglasiti da svaki medij ima svoj jezik: pisana riječ je jezik tiskanih medija, zvuk je jezik radija, filmska izražajna sredstva su jezik filma, a sofisticirano računalno komuniciranje je jezik interneta. Današnji mediji su sveprisutni, a mi smo stalno pod utjecajem nekog od njih.

2.3 Medijska pismenost

„Medijska pismenost (*media literacy*) definirana je kao sposobnost pristupa, raščlambe/analize, vrjednovanja i stvaranja poruke posredstvom medija.“ (Listeš, 2017:129). Razvojem suvremene tehnologije dolazi do promjene navika starih čitatelja te se stvara nova generacija konzumenata medija koji se, sukladno spomenutim razvojem suvremene tehnologije trebaju mijenjati te svakodnevno učiti kako bi mogli koristiti suvremene medije. Suvremeni koncept medijske pismenosti (Zgrabljic Rotar, 2005) sadrži sljedeća načela:

1. Nije dovoljno u procese učenja uključiti samo najnovije medije - treba učiti o svim medijima - tisku, radiju i televiziji, njihovu povijest te tko ih posjeduje i kontrolira. Funkcija medija je djelovanje u interesu društva u cjelini, a posebice manjih i slabijih skupina kao što su djeca pa zbog toga moraju pružati raznolikost.
2. Mediji nisu ni štetni ni korisni - Javnost može upućivati na negativnu i opasnu stranu medija kao što je nasilje, pornografija, stereotipi i slično. S druge strane mediji mogu služiti kao izvor korisnih informacija te mogu biti edukativni. Iako mogu biti i štetni i korisni, mediji time utječu na oblikovanje identiteta kod djece, ali i odraslih.

3. Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili - Roditelji bi trebali osvijestiti svoje medijske navike kako bi mogli shvatiti medijske navike svoje djece što bi dovelo do toga da mogu kvalitetnije razgovarati o medijskim sadržajima s njima. To uključuje informaciju kojim se medijima njihova djeca koriste, u kojoj količini i kako. Važno je razgovarati s djecom jer oni nemaju oblikovan kritički odnos prema medijima pa iz tog razloga oni mogu štetno djelovati na djecu.
4. Medijska pismenost, osim reflektivne razine, potiče i produktivnu razinu - Djeci treba osigurati rad s medijima ili kod kuće ili u školi. U školi je to moguće kroz školske novine te ih tako pripremati za mogućnosti i opasnosti interneta.
5. Države su u svojim medijskim, kulturnim i obrazovnim politikama dužne poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece - Potrebno je i primijeniti međunarodne preporuke i deklaracije koje predlažu najbolja zakonska rješenja koja će pomoći u medijskom opismenjanju.

3. PODJELA MEDIJA

3.1 Tiskani mediji

Za razliku od drugih medija, prilikom korištenja tiskanih medija kao što su knjige, časopis i novine, osim vida, upotrebljavamo i osjet dodira i mirisa pa ih tako možemo držati u svojim rukama, mirisati papir, i u slučaju novina, osjetiti trljanje papira o ruke. (Silverblatt i sur., 2014). Tiskane medije možemo iznova čitati do mile volje i prenositi ih gdje želimo, u knjižnicu, park ili drugdje gdje imamo odgovarajuće osvjetljenje. Čitanje je aktivnost koja zahtjeva samoću i koncentraciju tako da nije dobro u isto vrijeme obavljati neku drugu aktivnost, npr. razgovarati na telefon.

„Novine mogu biti izuzetno značajan i nezaobilazan izvor znanja te se mogu koristiti u obrazovanju. Obrazovna funkcija jedna je od temeljnih uloga novina i stalno je prisutna u uređivačkim koncepcijama različitih vrsta: od dnevnih i tjednih pa do mjesečnih, kako informativno-političkih, tako i zabavnih i specijaliziranih izdanja“. (Malović, 2008: 165).

Bez čitanja novina, ne mogu se dobiti one informacije koje se ne mogu naučiti u školama, već su dostupne samo preko medija. Zbog toga učitelji trebaju poticati učenike na kritičko promišljanje o sadržajima koji oni primaju putem novina i časopisa te ih usmjeriti na korištenje

primjerenih tiskanih medija. Iako obrazovna funkcija nije izričito spomenuta, ona postoji. Teoretičar masovnog komuniciranja, Denis McQuail piše: „...mediji mogu biti poticajna snaga za masovno prosvjetljivanje, nadomještavajući i nastavljajući nove oblike općeg školovanja“. (Malović, 2008: 166). Tridesetih godina prošlog stoljeća u pedesetak zemalja započeo je projekt „Novine u obrazovanju“ (*Newspapers in education- NIE*) kojim se pozivaju škole da koriste vijesti, članke, komentare, grafikone i ostali sadržaj novina kao sredstvo u učionicama. WAN-ovo povjerenstvo mladih čitatelja potiče kroz NIE program sljedeće:

- Razmjenu ideja i informacija.
- Razumijevanje kako ideje mogu biti aplicirane u različitim zemljama i kulturama.
- Istraživanja, promociju suradnje i diseminacije.
- Jamstvo da NIE program ima obrazovnu vrijednost .
- Međunarodnu suradnju mladih čitatelja. (Malović, 2008: 171) .

Pozitivne strane tiskanih medija:

M.T. Wroblewski i Alan Behrens u svojim člancima navode sljedeće karakteristike:

1. Vjerodostojnost: Istraživanja pokazuju da vjerodostojnost tiska proizlazi iz povoljnog dojma koji stvara sama priroda tiskane riječi, kao i prelijevanje prestiža u publikaciji u kojoj se oglas prikazuje. To ne znači da potrošači cijelo vrijeme sve tiskane oglase smatraju vjerodostojnim; sadržaj oglasa ima značajan utjecaj. No, općenito, potrošači smatraju tiskane medije vjerodostojnijima i vjerodostojnijima od radija, televizije i interneta.
2. Sposobnost stvaranja poruke s trajnim učinkom: Nijedan drugi medij ne dopušta „luksuz“ za stvoriti poruku koju potrošači mogu pročitati, spremiti i na koju se kasnije mogu vratiti, ako to odluče. Medijsko istraživanje također je dugo sugeriralo da tiskani mediji imaju koristi od "učinka prosljeđivanja" - sklonosti čitatelja da medijski dio predaju drugima.
3. Visoka vrijednost opoziva: Budući da se mogu lako prisjetiti oglasa, potrošači će vjerojatno poduzeti radnju - tj. odgovoriti na oglas nakon što ga vide. Zapravo, i ovdje se može odigrati nekoliko drugih slučajeva. Dok se ljudi koji surfaju internetom smatraju nestrpljivima - skloni su odustajanju od web stranice ako se ne učita u potpunosti u nekoliko sekundi, dok ispisani oglasi po svojoj prirodi nadahnjuju lagodniji pristup.
4. Oglas: Tiskani mediji su učinkovit alat za masovnu komunikaciju. Zato tvrtke često troše milijune svake godine na oglašavanje svojih proizvoda i usluga u raznim oblicima tiskanih

medija.. Najbolje je to što se kao oglašivač mora platiti samo jednom, a primatelji mogu pogledati oglas iznova i iznova, bez dodatnih troškova.

5. Masovna komunikacija: Jedan od učinkovitih načina komunikacije s masama bio je putem tiskanih medija. Tiskani mediji do danas su ostali jedan od najučinkovitijih načina komunikacije s općom populacijom.
6. Zabava i vijesti: Iako kroz različite televizijske programe dobivamo vijesti i zabavne sadržaje, ostaje činjenica da tiskani mediji poput novina još uvijek drže posebnu privlačnost. To je razlog zašto je, unatoč digitalnom dobu, većina novina izvijestila o postupnom povećanju ukupnog broja pretplatnika.

Negativne strane tiskanih medija:

M.T. Wroblewski i Alan Behrens u svojim člancima navode sljedeće karakteristike:

1. Konkurencija za pozornost je žestoka: Istraživanja pokazuju da se Amerikanci sada svakodnevno bave sa sedam različitih vrsta izvora informacija - od tiskanih, TV i radijskih do internetskih videa - dok provode jednu od svake četiri minute na platformi društvenih medija.
2. Tiskani mediji zahtijevaju dulje vrijeme isporuke: Neposrednost društvenih medija bacila je jače svjetlo na značenje riječi "dugo". Čak i ako nije posebno dobro napravljen, oglas se može napisati i postaviti na društvenu mrežu u roku od nekoliko minuta. Konkurencija je pomogla skratiti vrijeme isporuke, ali tiskani oglasi moraju biti napisani, proizvedeni i distribuirani. Znajući to, vlasnici malih poduzeća trebali bi u skladu s tim planirati, označavajući tiskane medije za poruke koje su manje svjesne vremena i manje je vjerojatno da će se promijeniti u trenutku.
3. Tiskani mediji zahtijevaju višestruku izloženost: Potrošači moraju vidjeti oglas nekoliko puta prije nego što poduzmu akciju. Marketinški stručnjaci ovu izloženost nazivaju "dodirima". To je razlog zašto se kupnja tiskanih oglasa obično vrši u svežnjevima - za više ekspozicija. Tiskani mediji mogu se brzo pretvoriti u skupu ponudu za vlasnika malih tvrtki, zbog čega je imperativ pažljivo odabrati različite medije kako biste povećali šanse za povratak.
4. Negativna slika tijela: Jedna od stvari za koje su tiskani mediji bili optuživani u nedavnoj prošlosti su stereotipi vezani za ono što smatra savršenom slikom tijela. Kao rezultat toga,

većina slika objavljenih u tiskanim medijima odražava iste, tanke strukove, a to ima utjecaj na mlađu generaciju. Kao rezultat toga, mlađe generacije su se odlučile izgledati kako bi postigle takvu sliku tijela, što je rezultiralo ozbiljnim zdravstvenim komplikacijama i smrtnim slučajevima.

5. Psihološki učinak i lažne vijesti: Tiskani mediji moraju shvatiti da oni imaju utjecajnu ulogu u današnjem društvu. No, nažalost, neke tvrtke često izazivaju svoju publiku, obraćajući malo pažnje na činjenice, pa čak i idu do te mjere da iskrivljuju istinu kako bi mogle brzo prodati.
6. Skriveni plan: Mnoge vijesti objavljene u tiskanim medijima često su dovodile do otpuštanja vlada, opoziva predsjednika itd.. Jasno je od početka da je određena novinska kuća imala program rada, ali to nije trebalo spriječiti tvrtku da ispoljava svoju novinarsku etiku i objektivnost pri pripremi vijesti.

3.2 Fotografija

„Jedna od osobitih odlika fotografije jest izdvajanje pojedinačnih trenutaka u vremenu“ (McLuhan, 2008: 169). Otkako su se pojavili mobiteli s kamerama i pametni telefoni, fotografiju svakodnevno upotrebljavamo, a najviše je vidamo u reklamiranju gdje se proizvodi prikazuju u savršenom svjetlu. „Gledajući fotografiju možemo oživjeti uspomene dovodeći prošlost u sadašnjost“ (Silverblatt i sur., 2014:). Dakle, možemo reći da fotografija daje dozu besmrtnosti jer kad gledamo našu sliku iz djetinjstva, ona će zauvijek ostati ista ma koliko godina prošlo. „Fotografije djeluju na afektivnoj razini tako da vješti fotografi mogu skretanjem pozornosti na određeni detalj kod gledatelja potaknuti određene emocije“ (Silverblatt i sur., 2014:). Fotografija je, moglo bi se reći, dovela do revolucije u tradicionalnoj umjetnosti na način da slikar više nije mogao opisivati okolinu koju su ljudi fotografirali, a romanopisac više nije mogao opisati predmete u svojem djelu jer su čitatelji već znali o čemu se događa. Umjetnici su prešli na unutarnje stvaranje svijeta koji je publici nepoznat i omogućili joj sredstva da i ona sudjeluje u stvaralačkom procesu.

„Razumjeti medij fotografije, dakle, nije moguće ako se ne shvate njegovi odnosi s drugim medijima, starim i novim. Naime, mediji, kao produžeci naših tjelesnih i živčanih sustava, tvore svijet međusobnih biokemijskih djelovanja koji, kad se pojavi neki novi produžetak, uvijek moraju težiti novoj ravnoteži“ (McLuhan, 2008:180).

Pozitivne strane fotografije

Mary Segers u svom članku navodi sljedeće karakteristike:

1. Fotografija osigurava besmrtnost: Gledajući slike iz prošlosti možemo se misliti vratiti u taj trenutak i oživjeti svoja sjećanja. Na fotografiji možemo vidjeti rođaka kojeg nismo upoznali te fotografija može biti dokaz njegovog postojanja godinama poslije.
2. Fotografija dokumentira čovjekovo putovanje kroz život: Od slika iz djetinjstva do slika djeteta do slika unuka. Život se može dokumentirati i sačuvati od prvih osmijeha do prvih koraka do prvih spojeva. Fotografija bilježi osobnu komunikaciju koja bi inače bila zauvijek izgubljena.
3. Fotografija ublažava stres: Ako imamo neki problem i neprestano mislimo o njemu, trebali bi uzeti nekoliko minuta i pogledati fotografije cvijeća, leptira, male bebe i slično te bi se sigurno umirili i postali manje zabrinuti.
4. Fotografija omogućava da se vide stvari koje inače ne bi primijetili: Kad gledamo nešto ne možemo uzeti u obzir svaku komponentu. Koncentriramo se na cjelokupni pogled, i znamo da će pojedinačne komponente biti izgubljene, što možemo kompenzirati kada gledamo fotografiju.

Pozitivne strane digitalne fotografije:

Mark L. Chambers u svojem članku ističe sljedeće prednosti digitalne fotografije:

1. Digitalne fotografije i ispisi su svestrani: Digitalne fotografije koje se snime mogu se poslati preko e-maila, snimiti kao CD ili DVD dijaprojeksije ili prikazati kao radnu površinu Windowsa i čuvar zaslona računala. Naravno, mogu se i ispisati, te slike mogu završiti na stankama poput čestitki i majica.
2. Dodatne digitalne informacije se ne naplaćuju: Današnje kamere spremaju informacije pri svakom snimanju. Ti se podaci nazivaju metapodacima, a uz datum i vrijeme snimanja fotografije vjerojatno će se pronaći i podaci o marki i modelu fotoaparata, kao i postavkama koje su korištene.
3. Uređivanje je jednostavno s računalom: Digitalnom fotografijom mogu se smanjiti ili ukloniti problemi poput loše ekspozicije te slučaj crvenih očiju; pravilnim uređivanjem loša slika postaje osrednja, a dobra slika može postati umjetničko djelo.
4. Svojim fotografijama možete upravljati na mjestu: Tradicionalnom filmskom kamerom, rezultate se ne vide dok se ne razvije ta rola filma. Digitalni fotoaparat, međutim, daje

slobodu upravljanja slikama. Na primjer, može se pregledati svaka slika na memorijskoj kartici i izbrisati one koje su suvišne, kako bi se oslobodio prostor. Korištenje LCD zaslona s tekućim kristalima (LCD) fotoaparata omogućuje i pregled fotografije čim je snimite.

Negativne strane digitalne fotografije:

Mark L. Chambers u svojem članku ističe sljedeće nedostatke digitalne fotografije:

1. Filmske kamere su i dalje jeftinije: Iako su digitalni fotoaparati znatno pojeftinili u posljednjih nekoliko godina, filmske kamere i dalje pružaju bolju rezoluciju i kvalitetu slike po nižoj početnoj cijeni.
2. Filmske kamere bolje snimaju pokret: Stariji potrošački digitalni fotoaparati u rasponu od 3 do 4 megapiksela i dalje imaju problema sa snimanjem objekata u pokretu, na primjer na sportskim događajima. Međutim, trenutni digitalni fotoaparati s većim megapikselima znatno su bolji pri snimanju pokreta.
3. Filmske fotografije imaju izdržljiviju bateriju: Za razliku od filmske kamere, digitalna kamera se oslanja na bateriju za sve, uključujući i LCD zaslon koji je gladan energije.

3.3 Film

„Film služi samo kao jedno od sredstava komuniciranja već od najranije dječje dobi“ (Markotić, 2017: 152). Zbog toga prvo roditelji, a kasnije odgojitelji, učitelji i nastavnici trebaju djecu usmjeravati na korisne filmske sadržaje. Pojava računala utjecala je na ponudu filmova pa mlada osoba ima pred sobom veliki izbor i teško joj je odabrati film koji je kvalitetan, a isto tako može birati između najnovijih filmskih naslova pa nestaje interes za povijest filma.

„Europska asocijacija filmova za djecu (European Children's Film Association) navodi sljedeće kriterije i ističe kako bi filmovi za djecu trebali biti rađeni ne iz perspektive odrasle osobe, nego s gledišta djeteta; priča treba biti ispričana na način da je svako dijete može razumjeti te povezana s djetetovim iskustvom; film treba pokazati djetetu kako nije samo sa svojim problemima i ponuditi mu priliku za njihovo rješavanje; istaknuti dječju snagu, maštu i spontanost kao njihove prednosti u svijetu odraslih te upozoriti na njih; stvoriti komunikaciju između djece, djece i odraslih; pokazati stvarnost života koliko god teško bilo, ali uvijek ostaviti nadu za boljim sutra; pokazati razumijevanje za složene međudnose u njihovim životima; dati djeci priliku da dožive različite kulture, da se identificiraju s ljudima koji žive u drugim zemljama ili društvima; dati djeci priliku za zabave i užitak; mogućnost da ih se dovede u svijet fantazije; ispričati priče u likovima koji se mogu razvijati (kao što djeca razvijaju sebe) umjesto uobičajenih klišeja“ (Markotić, 2017: 158).

Važno je podijeliti dojmove poslije gledanja filma, u školi se mogu potaknutu teme za raspravu, djeca mogu upoznati strane kulture, identificirati se s likovima te pokušati razumjeti svijet oko sebe. Bitno je i spomenuti dječje filmsko stvaralaštvo. „Stvarajući film, dijete će oblikovati svoja uvjerenja, stajališta i svjetonazore, bolje razumjeti svijet oko sebe, razviti kritičku svijest i pokazati svoju viziju svijeta i društva u kojem živi“ (Markotić, 2017: 156).

Pozitivne strane filma:

Grace Jennings-Edquist spominje sljedeće pozitivne strane filma:

1. Filmovi nam pomažu da učimo: Filmovi mogu oblikovati način na koji dajemo smisao svijetu u kojem trenutno živimo - bez obzira na razdoblje u kojem se nalaze.
2. Filmovi mogu potaknuti društvene promjene: Filmovi su oduvijek nadahnjivali društvene promjene zbog svoje sposobnosti poučavanja gledatelja o iskustvima izvan vlastite perspektive, pobuđivanja empatije i postavljanja političkih pitanja. Istraživači s Yalea otkrili su da je *Day after tomorrow* pomogao povećati svijest o klimatskim promjenama 2004. godine. Dokumentarni film *Blackfish* iz 2013. izazvao je negodovanje javnosti koji je kulminirao *SeaWorldom* koji je najavio zatvaranje svoje kontroverzne predstave, a u Australiji je *Priscilla: Queen of the Desert* (1994.) bila ključna u predstavljanju LGBT tema *mainstream* publici.
3. Filmovi nam pomažu svladavanju teških životnih lekcija: Oslobađanje od stresa je ključna funkcija filmova, a to je i glavna funkcija za veliku publiku uspješnih filmova. Filmovi mogu biti "siguran prostor" gdje možemo pronaći alternativne uzore za identifikaciju i promatranje ponašanja tih likova dok se suočavaju sa izazovima sličnim našem. Neki gledatelji također pronalaze metafore ili simbole u filmovima koji im pomažu u suočavanju s velikim životnim izazovima. Istraživanje dr. Lyncha otkrilo je da se simbol prstena u *Gospodaru prstenova*, na primjer, koristi za oporavak ovisnika kao način razumijevanja njihove borbe. (Frodo je "na tom putu da uništi taj prsten, da ga prevlada, a on to nikada ne čini, nikada ga ne prevlada", rekao je dr. Lynch jedan od ispitanika u intervjuu. "Iako je u stanju pobjeći od toga, to ga još uvijek iskušava, još je tamo.")
4. Filmovi su društveno iskustvo: Prodaja ulaznica na blagajnama globalno je u porastu, unatoč popularnosti streaming usluga te pokazuje koliko je odlazak na film važan za naše

društvene živote. Čak i tamo gdje se emitiraju filmovi kod kuće, sve više nalazimo načine za povezivanje s prijateljima i zajednicom putem filmova - uključujući na društvenim medijima, internetskim forumima ili mrežnim stranicama pop kulture. *Streaming* je također omogućio nekim filmovima da nađu više *mainstream* publike nego što bi inače imali.

5. Filmovi nam pomažu cijeniti umjetnost: Filmovi se često vide prvenstveno kao oblik zabave, ali vrijedi zapamtiti da je kino također umjetnička forma. Budući da se medij može shvatiti kao vrsta umjetnosti koja kombinira druge medije, gledanje filma može nam omogućiti da cijenimo elemente poput kostimografije i dizajna zvuka, arhitekture i kazališta. Kad gledamo film, ne zabavljamo se samo: divimo se i nečemu lijepom; učimo o svijetu i nama samima; povezujemo se sa zajednicama; i doprinosimo pozitivnim društvenim promjenama.

Negativne strane filma:

1. Fizičko i psihičko nasilje: „Film potiče nasilnost, grubost, okrutnost ili bar otupljuje osjetljivost mladih prema zlu nasilja“ (Težak, 1990: 17). Djeca koja su gledala crtane filmove poput *Tom i Jerry* prestala su vjerovati u smrt pa su u SAD-u kao posljedica toga, stradala. Skandinavske zemlje zabranjuju gledanje *Disney* filmova jer prikazuju prizore nasilja i postupke koji nisu mogući u stvarnosti pa djeca, oponašajući junake iz filmova mogu nauditi sebi ili drugima. W. Belson istraživao je djelovanje nasilja na skupini od 1565 mladih ljudi između 13 i 16 godina u Londonu. Eksperimentalnu i kontrolnu grupu podijelio je na ljubitelje agresivnih scena na ekranu i na one koji ih ne vole. Nakon dvije godine ustanovilo se da su ljubitelji agresivnih scena počinili 11,27% više nasilnih činova od neljubitelja nasilnih scena.
2. Uvođenje u kriminal: „Film potiče na kriminal, podučava o kriminalu, nudi upute za uspješno izvođenje kriminalnih djela, privlači i ohrabruje buduće kriminalce“ (Težak, 1990: 19). Sedamnaestogodišnji predvodnik jedne razbojničke skupine u Zagrebu na sudu objašnjava svoj put u kriminal govoreći da ga je gledanje kriminalističkih filmova uzbuđivalo, a na pitanje zašto je počinio kriminalno djelo odgovara da je želio doživjeti nešto slično što je vidio na filmovima.

3. Pornografija: Roditelji i učitelji ponekad filmove erotskog i pornografskog sadržaja smatraju većim zlom nego filmove koji pršte scenama nasilja. Učenici jednog sedmog razreda zagrebačke Osnovne škole „25 maj“ imali su zornu nastavu tj. posjetili su muzej. Učenici su uz vodstvo razrednice posjetili dva muzeja i kad su završili preostalo im je vremena pa ih je razrednica odlučila odvesti u kino. Gledali su film *Španjolska maslina* koji je obilovao erotskim scenama. No, razrednica je mislila da je našla rješenje pa je na svaku takvu scenu uzviknula: „Djeco, zažmirite!“ Djeca je nisu poslušala već su nastavila gledati film. Vidjevši da je njezina pedagoška koncepcija doživjela neuspjeh, odlučila je da napuste kino. No, djeca su se počela dogovarati kad će otići u kino vidjeti film do kraja.
4. Otuđenost: Film, prikovavši dijete uz ekran, odvaja ga od prijatelja, prirode, igre te od drugih umjetnosti i medija. „Smanjivanje zajedničkih akcija, druženja i drugarskih dodira, skraćivanje odmora- bez sumnje pospješuje stanja otuđenosti“ (Težak, 1990: 23). Djeca se radije igraju kompjutorima nego da se druže s drugom djecom.
5. Pasivizacija: Čovjek koji je pred ekranom ne djeluje, nego samo sanja. I to ne svoje snove, nego snove drugih koji su ti drugi stvorili prema željama gledatelja.

„Tako se odgajaju pasivni promatrači tuđeg djelovanja, koji najčešće to djelovanje i ne stavljaju u žarište vlastitog razmišljanja i prosuđivanja, prihvaćajući prikazani svijet površinski, jednostrano, bez oporbe i stvaranja, navlačeći na svoje tanano iskustvo još tanju naslagu tuđe iskustvenosti, namijenjene kratkotrajnoj ugodni“ (Težak, 1990: 25).

6. Nasilje nad slobodom mašte: Film usporava razvoj mašte jer gledatelja obasipa konkretnim slikama pa nema mogućnosti nešto zamišljati. Kadar traje kratko i nestane pa ako za to vrijeme dijete, privučeno vizualnim atrakcijama svu svoju pažnju pokloni nekom nevažnom detalju, ostat će bez ukupnog racionalnog i emotivnog doživljaja.
7. Potiskivanje knjige: pojava filma označila je postupno izumiranje čitanja knjiga. Mladi čak više ni ne čitaju romane koji su im propisani lektinom već umjesto toga pogledaju film snimljen po tom romanu. „Civilizacija slike potire civilizaciju knjige, civilizaciju kojoj- po nekim žalopijkama- ni u budućnosti neće biti premca“ (Težak, 1990: 27).
8. Jezična nekultura: strip, film i televizija širitelji su jezične nekulture, a trebali bi biti promicatelji književnog jezika. U domaćim filmovima možemo vidjeti glumce koji unose u standardni jezik nestandardne naglaske, oblike i riječi, dijalektizme, žargonizme,

vulgarizme i slično, a time nagrđuju jezik. Potaknuti izrazima s filma, učenici i u školskim zadaćama upotrebljavaju takve neprimjerene izraze.

9. *Slatko nasilje* zabave: Ustaljeno je mišljenje kako se filmovi prave radi zabave, dok se ostale funkcije filma, a pogotovo umjetnička stavljaju u drugi plan. Zbog funkcije zabave koju film posjeduje mlade generacije gube interes za sve što je teže ostvarivo te im veći problem predstavlja ako nisu zabavljeni nego što, primjerice ne mogu naći posao.
10. Politička i svjetonazorna manipulacija: Film može imati politički utjecaj na mase pa se zato u nedemokratskim zemljama zabranjuju određeni filmovi. U našoj kinematografiji prevladavaju pretežito američki filmovi pa mlade generacije pokazuju određeni afinitet prema svemu američkome pa i njihovom načinu života.

3.4 Radio

Za razliku od tiskanih medija, čijom upotrebom, odnosno čitanjem, moramo unijeti mnogo koncentracije i energije, radio je medij koji radi u pozadini, koristimo ga prilikom obavljanja neke druge aktivnosti. Radio se najčešće sluša u automobilu prilikom vožnje te nam može dati informacije o prometu ili vremenu te ga slušaju mladi prilikom pisanja zadaće. Informacija o prometu ili vremenu se brzo ažurira te uvijek znamo aktualno stanje u prometu. „Ta neposrednost, u kombinaciji s lakom dostupnošću radija, čini taj medij primarnim izvorom informacije u vrijeme krize“ (Silverblatt i sur., 2014:). Radio se oslanja na osjet sluha tako da informacije koje slušatelj prima putem radija mora zamisliti što može biti pozitivno jer potiče maštu. „Radio na većinu ljudi djeluje prisno, osobno, nudeći svijet neizgovorene komunikacije između autora- spikera i slušatelja“ (McLuhan, 2008: 265). Radio je poseban u toj mjeri da slušatelj može čuti staru pjesmu koja može u njemu probuditi sjećanja i nostalgiju. Važno je i spomenuti da radio ima i obrazovnu ulogu. „Radio je, također, prenosio obrazovne vrijednosti još u vajmarsko vrijeme u Njemačkoj. Obrazovna funkcija je bila snažno izražena pedesetih i šezdesetih godina prošlog stoljeća- uostalom, nikada nije izašao iz mode školski radio“ (Malović, 2008: 167). Danas je dostupan i tranzistorski radio prijemnik koji odašilje obrazovne sadržaje do najizoliranijih krajeva svijeta. Također, digitalna tehnologija omogućila nam je da na pametnim telefonima slušamo radio ili da se preko interneta povežemo s radijskim postajama. „Radio, kao i svaki drugi medij, ima plašt nevidljivosti. Prividno nam prilazi s izravnošću osobnog kontakta koji je privatn i intiman, dok

zapravo predstavlja podsvjesnu komoru za jeku čarobne moći za prebiranje po dalekim i zaboravljenim strunama“ (McLuhan, 2008: 267).

Pozitivne strane radija:

U članku MBA Knowledge Base i Chron Contributor spominju se sljedeće prednosti:

1. **Selektivnost:** Radio nudi visok stupanj selektivnosti kroz geografsku pokrivenost velikog broja postaja i različitih programskih formata. Oglašivači mogu usmjeriti svoje oglasne poruke na određenu publiku koja govori različitim jezicima na različitim područjima, koja inače možda neće biti dostupna putem drugih medija.
2. **Isplativost:** Radio vrijeme košta daleko manje od TV -a, a reklame su prilično jeftine za proizvodnju. Oni zahtijevaju da spiker pročita samo scenarij reklame ili unaprijed snimljenu poruku koju postaja može emitirati. Oglašivači mogu koristiti različite postaje za proširenje dosega i učestalosti unutar ograničenog medijskog proračuna.
3. **Fleksibilnost:** Među svim medijima vjerojatno je radio najfleksibilniji jer ima kratak period zatvaranja. Radijske reklame obično se mogu proizvesti u relativno kratkom vremenu, a prema potrebi oglasna poruka može se promijeniti gotovo neposredno prije emitiranja. Ista oglasna poruka može se prilagoditi na različitim jezicima kako bi odgovarala tržišnim uvjetima.
4. **Mentalne slike:** Radio oglašavanje koristi zvuk, a velika prednost je što potiče publiku da koristi svoju maštu u stvaranju slika tijekom obrade oglasnih poruka. Prema Verneu Gayu, radio može pojačati slike nastale televizijskom reklamom prijenosom slika. U ovoj se tehnici u radijskim reklamama koriste iste izgovorene riječi kao i na televiziji. Prijenos slike znači da kada potrošači čuju istu oglasnu poruku na radiju, povezuju je s TV reklamom i vizualiziraju slike. Tako se radijski i TV oglasi međusobno jačaju.
5. **Poboljšanje dojma:** Radio se može koristiti za poboljšanje imidža tvrtke ili za stvaranje željenog korisničkog iskustva. Na primjer, radijska postaja koja emitira klasičnu glazbu može se reproducirati preko razglasa u odvjetničkom uredu kako bi se stvorila slika sofisticiranosti i uspjeha. Fitnes centar može pustiti postaju s živahnijom glazbom, poput klasičnog rocka ili hiphopa, kako bi ljudima dao energiju tijekom vježbanja. Radiostanica

koja svira umirujuću, blažu glazbu može se pustiti kod zubara kako bi se pacijentima pomoglo da se opuste.

Negativne strane radija:

U članku MBA Knowledge Base i navode se sljedeći nedostaci radija:

1. Nedostatak vizualnog elementa: Najvažniji problem povezan s radijem je nedostatak vizualnog elementa. Radio oglašivač ne može pokazati ili demonstrirati proizvod, niti iskoristiti bilo koju drugu vizualnu privlačnost. U stvaranju svijesti o robnoj marki, identifikacija paketa često je ključna za mnoge oglašivače s obzirom na sve veći broj velikih maloprodajnih objekata u gradovima sa samoposluživanjem. Na ruralnim tržištima, gdje je stopa pismenosti prilično niska, identifikacija paketa igra važnu ulogu u odabiru robne marke.
2. Fragmentacija publike: Veliki broj radio postaja stvara fragmentaciju publike. Broj publike prilagođene bilo kojoj postaji obično je prilično mali. Oglašivači koji žele doprijeti do širokog tržišnog područja putem radija, s jezičnim razlikama, moraju kupiti vrijeme na brojnim postajama koje dosežu određena geografska područja.
3. Ograničeni podaci o istraživanju: Podaci o radiju su ograničeni u usporedbi s drugim velikim oglašivačkim medijima poput televizije, novina i časopisa.
4. Ograničena pozornost slušatelja: Teško je privući i zadržati pozornost slušatelja radija kad počnu reklame. Promjena stanice česta je među slušateljima i oni često propuštaju sve ili neke reklame. Mogućnosti izobličenja u radijskom emitiranju velike su i to iritira slušatelje - reklame za rezultat se propuštaju.
5. Pretrpanost: S povećanjem intenziteta oglašavanja, pretrpanost je postala problem u oglasnim medijima, a radio nije iznimka. Komercijalni kanali prenose mnoge oglasne poruke svaki sat i oglasnim porukama postaje sve teže privući i zadržati pažnju publike. Mnogo ovisi o preciznosti pisanja scenarija, popratnim zvukovima i razini izobličenja.

3.5 Televizija

„Televizija, poput filma, kombinira vid, zvuk, pokret i boju. TV nas pogađa na afektivnoj razini, prezentirajući slike koje emocionalno djeluju na nas“ (Silverblatt i sur., 2014:). Kao i kod radija, osoba može obavljati drugu aktivnost dok gleda televiziju što znači da ne mora biti u potpunosti koncentrirana na televiziju. McLuhan (2008) spominje istraživanje u Torontu gdje su četiri nasumce odabrane skupine studenata dobile iste informacije o strukturi jezika iz vremena koje je prethodilo pismenosti, samo je prva skupina dobila informacije preko radija, druga preko televizije, jedna na predavanju, a jedna ih je pročitala. Svaka skupina bila je trideset minuta izložena spomenutim informacijama te se zatim od svake skupine zahtijevalo da ispuni upitnik. Istraživanje je pokazalo da su studenti bili uspješniji u pamćenju informacija putem radija i televizije, pri čemu je televizijska skupina bila mnogo bolja od radijske. Televizija ima i veliku ulogu u oblikovanju javnog mišljenja jer prenosi informacije širokoj populaciji. Roditelji trebaju posebno paziti na sadržaj koji njihova djeca primaju putem televizije te posebno obratiti pozornost na dobno ograničenje neke emisije ili serije. Pojavom interneta, televizija se manje koristi zato jer mnoge televizijske kuće imaju dostupne epizode emisija i serija upravo na internetu gdje im osobe mogu pristupiti kada njima to odgovara.

Pozitivne strane televizije:

U članku ReadingJunction spominju se sljedeće karakteristike:

1. Zabava: Televizija nudi sveobuhvatne zabavne sadržaje za odrasle i djecu. Televizija pruža mogućnost zabave kod kuće gdje gledatelji mogu gledati nekoliko vrsta serija, glazbe, filmova i još mnogo toga. Opušta um i tijelo.
2. Učenje novih stvari: Televizija je izvor učenja novih stvari vezanih za različita područja. Obrazovni programi, kreativne emisije i natjecateljski programi daju puno znanja i informacija o obrazovanju i tehnologiji. Ove emisije, serije i programi postali su bitan dio našeg svakodnevnog učenja.
3. Vijesti iz svijeta: Danas je televizija glavni, najbrži i pristupačniji medij širenja vijesti. Vijesti o gospodarstvu zemlje i svijeta, industriji, politici i sportu mogu se emitirati velikom brzinom i sa slikama i video isječcima. Ljudi mogu vidjeti stvarno stanje i stanje incidenata ili nesreća iz svoje kuće putem ovog pouzdanog izvora informacija.

4. Povećanje jedinstva obitelji: Televizija je jedino mjesto gdje svi članovi obitelji cijele obitelji mogu sjediti zajedno. Ako cijela obitelj sjedi zajedno u ugodnom raspoređenju, mogu otvoreno i iskreno razgovarati.
5. Najbolja aktivnost za prolazak vremena: Televizija je značajna za ljude, posebno za starije osobe ili koji su slobodni i imaju mnogo slobodnog vremena. Nakon što se ljudi povuku s posla ili odsele od roditelja, osjećaju se dosadno i usamljeno te im je teško utrošiti vrijeme. Televizija je najbolji suputnik u ovoj situaciji za starije i same ljude. Možemo reći da televizija nije samo izvor zabave i prolaska vremena za starije osobe, već je i dobar provod i zabava za djecu i studente.
6. Razvoj osobnosti: Postoji mnogo različitih programa, sportskih utakmica i rasprava o znanju koje povećavaju informiranost učenika i djece. Nove stvari i tehnike ljudi će naučiti samo putem televizije. Ogromne međunarodne i nacionalne igre poput Olimpijskih igara, državnih turnira, igara Commonwealtha itd. povećavaju svijest učenika o startanju igara i sportova.
7. Svijest i znanje različitih jezika: Još jedna prednost televizije je ta što pomoću nje možemo učiti o različitim regijama, državama i zemljama. Tako se povećava i opće znanje o ovom području. Prije televizije poznavali su se samo lokalni jezici, no nakon revolucije i njezinih različitih regionalnih kanala postoji mnogo serija i programa koji se emitiraju na različitim jezicima
8. Različita svijest o kulturi: U cijelom svijetu postoje različite kulture, rituali i običaji te ako držimo televiziju po strani, tada nećemo imati bolji izvor znanja o tim kulturama. Danas postoji nekoliko kanala na kojima se prikazuju kulturne aktivnosti različitih mjesta i različitih jezika i različitih religija i uvjerenja.
9. Jeftini izvor zabave: Televizija ispunjava uvjete za zabavu svake kategorije ljudi u društvu. No, troškovi televizora su porasli, a na tržištu su dostupni vrlo napredni i skupi televizori. No, ipak postoje najjeftiniji televizori koji također pružaju dobar asortiman korisnicima srednje i niže klase. Oni mogu uživati i uživati u televiziji uz manju potrošnju.
10. Prednosti za zdravlje: Ako imamo zabavu, smijanje i raspravu, tada poboljšavamo unutarnji sustav tijela, a i naše se zdravlje postupno poboljšava.
11. Povećanje motivacije: Iz dana u dan pokreću se programi na različitim kanalima u kojima ljudi i učenici mogu sudjelovati, tj. kvizovi općeg znanja i obrazovne emisije. Gledajući ih,

ljudi se ohrabruju i motiviraju da učine isto u praktičnom životu. Konačno, to utječe na njihovu osobnost i razvoj karijere.

12. Proširite um: Televizija je postala najbolji motivator i edukator. Mnogi obrazovni kanali uključuju grupne rasprave, razvoj tehnologije, najnovije vijesti i svježije informacije, gospodarski razvoj i mnoge druge stvari za mlade i ljude. Zbog načina razmišljanja također se brže mijenjaju i razvijaju.
13. Vjerska svijest: Pokrenuto je nekoliko kanala posvećenih vjerskim vijestima, seminarima, programima i okupljanju, propovijedanju i učenju. Svaki pripadnik bilo koje religije i uvjerenja može vidjeti da različiti programi i različite vjere povećavaju njihovo znanje. Sjedeći kod kuće, samo ljudi mogu spoznati svete stvari, učenja i predavanja vođa i svetaca. Neki ljudi, i osobe starije dobi, posebno gledaju televiziju u vjerske svrhe kako bi gledali svoje omiljene vjerske kanale.

Negativne strane televizije:

U članku *ReadingJunction* spominju se sljedeći nedostaci:

1. Negativan učinak na zdravlje: Gledajući većinu vremena, televizija nije prikladna za zdravlje. Ako većinu vremena gledamo televiziju, suočit ćemo se s mnogim zdravstvenim problemima, poput bolova u tijelu, leđa, iritacije oka. Djeca postaju ovisna o gledanju crtanih kanala. Jedan od glavnih razloga pretilosti kod djece je dugo gledanje televizije.
2. Gubljenje vremena: Televizija je izvrstan izvor radosti i zabave, ali pretjerana uporaba televizije štetna je i za djecu i za odrasle. Ako se na televiziji pojavi neka popularna serija ili program, tada se svi ljudi ili svi članovi okupe u prostoriji za gledanje televizije. No obično se troši vrijeme na gledanje nepotrebnih serija ili programa.
3. Nedostatak provođenja vremena s obiteljima: Što se tiče televizije i njenih kanala popularnosti, vidi se da obitelji i djeca izbjegavaju ići bilo gdje na druženje u vrijeme svog omiljenog programa. Zbog toga su obitelji sve udaljenije.
4. Potiče svađe: Zbog televizije u obiteljima se događaju sukobi i svađe. Neke emisije ostavljaju pogrešan dojam na um muškaraca i žena, a njihovo razmišljanje uvelike se mijenja.

5. Ovisnost o crtićima: Na svaku kuću negativno utječu kanali s crtićima, a djeca su toliko ovisni i ludo gledaju različite kanale s crtićima. Djeca dugo sjede na sofi i ne osjećaju glad i druge stvari. Samo se koncentriraju na crtiće. Zbog toga djeca ne izlaze na igru, pa im se smanjuje i tjelesna aktivnost.

3.6 Digitalni mediji

„Digitalni mediji kombiniraju karakteristike pisane komunikacije, slika, zvučnih i video zapisa te animacije“ (Silverblatt i sur., 2014:). Da bi razumjeli bit digitalnih medija u nastavi potrebno je i objasniti pojam virtualne stvarnosti. „To je simulacija stvarnosti putem trodimenzionalne animacije, u novije vrijeme holografije, obogaćene audio i video stereotehnikom „(Matijević, 2017a: 49). Korisnik ulazi u računalno simuliranu okolinu te osjeća dojam stvarnosti.

„Učiteljima su na raspolaganju različite korisne aplikacije koje upotpunjuju pojedine nastavne sadržaje, kao na primjer GeoGebre za sadržaje iz matematike ili Google Earth za sadržaje iz prirode i društva. Imamo još i Everything koji pretvara tablet uređaj u pametnu ploču, Evernote koji omogućuje izgradnju vlastite baze znanja ili multimedijских bilježaka, Edmodo predstavlja razrednu ili školsku društvenu mrežu, GoogleDoc kao cjelovito školsko rješenje itd“ (Dumančić, 2017: 132).

Problem leži u tome da učitelji nisu dovoljno educirani da koriste spomenute aplikacije pa im je teško planirati gdje i kako koristiti digitalne tehnologije. Da bi primjena tehnologije bila učinkovita u nastavi (Koehler, Mishra, Cain, 2013) smatraju da primjena ovisi o kombinaciji nastavne tehnologije, pedagogije i sadržaja znanja (TPACK).

Pozitivne strane digitalnih medija:

U svom članku Shiv Gupta navodi sljedeće pozitivne strane:

1. Sposobnost učenja novih vještina: Digitalni mediji imaju važnu ulogu u obrazovanju kad je riječ o interaktivnom učenju koje se aktivno koristi u suvremenim obrazovnim ustanovama. Digitalni mediji poboljšavaju djetetov proces učenja. Čak i s digitalnim uređajima, korisničko sučelje i interaktivne aplikacije pomažu u motoričkim sposobnostima i vještinama.
2. Sposobnost komuniciranja: Zahvaljujući internetu, svatko može izraziti svoja iskustva ili znanje sa svima širom svijeta zahvaljujući internetu. Blogeri mogu pridobiti visoko angažirane čitatelje koji im vjeruju. Druge platforme poput društvenih medija omogućile

su ljudima komunikaciju s mnogo većim brojem ljudi na globalnoj razini, što je omogućilo različitim ljudima da se sastanu na jednom mjestu.

3. Prilika za digitalno poslovanje: Ako osoba ima ideju prodati nešto, to bi mogao biti proizvod ili usluga koja dodaje vrijednost u živote ljudi. Putem svoje web stranice može je prodati bilo gdje u svijetu. Što se tiče marketinga proizvoda, čak se i to može učiniti digitalno primjenom strategija digitalnog marketinga poput optimizacije tražilica, marketinga na društvenim medijima i marketinga putem e-pošte.
4. Informacije u stvarnom vremenu: Važnost digitalnih medija ne može se zanemariti u području novinarstva i masovnog komuniciranja. U konkurentnom i brzom svijetu od vitalne je važnosti da novinarska agencija i televizijski kanali dobiju maksimalnu pokrivenost. Mogu se pratiti sva ažuriranja uživo na vlastitom telefonu ili se može snimiti kompletna utakmica na uređaju kako bi se kasnije mogla gledati kad osobi odgovara.
5. Smanjenje tiskanih medija: Digitalni mediji bili su neizostavan katalizator tehnološkog napretka i ljudskog rasta. Sada možemo sjediti kod kuće, čitati sve o bilo kojem događaju, iz bilo kojeg kutka svijeta, a izbor je i naš.

Negativne strane digitalnih medija:

U svom članku Shiv Gupta navodi sljedeće negativne strane:

1. Ovisnost o digitalnim medijima: Ovisnost je uključivanje u ponašanja koja postaju kompulzivna i često se nastavljaju unatoč štetnim učincima. Prekomjerna upotreba interneta vodi do osjećaja ljutnje, napetosti i depresije kada pristup internetu nije dostupan. To pojedince čini ovisnima o internetu.
2. Negativni učinci na kognitivni razvoj: Djeca nove generacije dolaze u kontakt s uređajima povezanim na internet rano u svom razvoju što zasigurno ima značajan utjecaj na njihov kognitivni razvoj ako pretjerano koriste ove tehnologije. Djeca s pretjeranom uključenošću u ove aktivnosti imaju smanjenu sposobnost čitanja, gube analitičko mišljenje, mogućnost pamćenja stvari, imaju smanjeni raspon pažnje i sporu obradu informacija dok uče nešto novo.

3. Previše informacija: Na internetu postoji gotovo beskonačna količina informacija. Procjene su da velika četvorka (Google, Amazon, Microsoft i Facebook) pohranjuju najmanje 1.200 petabajta između sebe. To je 1,2 milijuna terabajta.

4. NASTAVNI PLAN I PROGRAM ZA OSNOVNE ŠKOLE

Nastavni plan i program je temeljni dokument prema kojemu se ustrojava nastava u školama. U Hrvatskoj je na snazi nastavni plan i program iz 2006. godine. Sadržajno se sastoji od:

1. NASTAVNIH PLANOVA, i to

- plana nastavnoga rada po predmetima i po razredima – od I. do VIII. razreda, po tjednom i godišnjem broju sati, te ukupnom tjednom i godišnjem broju sati
- plana izvannastavnih aktivnosti po razredima, te prema ukupnom tjednom i godišnjem broju sati
- plana realizacije posebnih programa učenja stranih i klasičnih jezika
- plana dopunskoga i dodatnog rada, te sata razrednika

2. NASTAVNIH PROGRAMA, i to

- programa obveznih nastavnih predmeta strukturalno ujednačen za svaki nastavni predmet – s iznesenim ciljevima, zadaćama, odgojno-obrazovnim sadržajima i rezultatima koje treba postići poučavanjem/učenjem u svakoj temi (odgojno-obrazovna postignuća)
- programa izbornih nastavnih predmeta strukturalno ujednačen – s iznesenim ciljevima, zadaćama, odgojno-obrazovnim sadržajima i ciljevima koje treba postići poučavanjem/učenjem u svakoj temi (odgojno-obrazovna postignuća)
- posebnih programa učenja stranih i klasičnih jezika – s iznesenim ciljevima, zadaćama, odgojno-obrazovnim sadržajima i ciljevima koje treba postići poučavanjem/učenjem u svakoj temi (odgojno--obrazovna postignuća).

Važno je razlikovati nastavni plan od nastavnog programa. „Nastavni plan se odnosi na satnicu svakog određenog predmeta koja je predviđena za taj predmet, dok se pojam nastavni program

odnosi na „popis ciljeva učenja, tj. pojmova i vještina koje se uče u nastavnom predmetu, a prenose se izborom iz matične znanosti“ (Bežen, 2008: 197). Nastavni plan i program strukturiran je na sljedeći način: nastavno područje, nastavna tema, ključni pojmovi i obrazovna postignuća. Ključni pojmovi su pojmovi koji ulaze u nastavnu temu, a koje učenici trebaju obavezno naučiti. U jednoj temi može biti jedan ili više ključnih pojmova. Također, u jednoj nastavnoj jedinici (nastavnom satu, udžbeničkoj jedinici) može biti jedan ili više ključnih pojmova. „Obrazovna postignuća sadrže funkcionalno objašnjenje obrazovnih sadržaja koje učenici trebaju uočiti usvajajući pojedine ključne pojmove“ (Bežen, 2008: 253). Nastavni plan i program sadrži i ciljeve i zadaće odgoja i obrazovanja, rad s darovitim učenicima i rad s učenicima s teškoćama u razvoju. Detaljno je objašnjena uloga stručnih suradnika te njihove djelatnosti. Medijska kultura sadržana je u predmetu Hrvatski jezik i Likovna kultura te su propisane smjernice što učenike treba podučavati. Hrvatski jezik u nastavnom planu i programu za osnovne škole „najopsežniji“ je predmet osnovnoškolskoga obrazovanja. Nastava Hrvatskog jezika najuže je povezana sa svim ostalim predmetnim područjima jer se sva nastavna komunikacija ostvaruje hrvatskim jezikom. Predmet je zastupljen od prvoga do osmoga razreda, a obuhvaća četiri predmetne sastavnice: *hrvatski jezik, književnost, jezično izražavanje i medijsku kulturu*. Prema načelu unutarpredmetnog povezivanja zadaće i sadržaji svih predmetnih sastavnica međusobno se prožimaju i nadopunjuju, a prema načelu međupredmetnog povezivanja funkcionalno se povezuju s ostalim nastavnim područjima“. U nastavnom predmetu Hrvatski jezik postavljene su opširnije zadaće vezane uz medijsku kulturu:

- a) osposobljavanje za komunikaciju s medijima: kazalištem, filmom, radijem, tiskom, stripom, računalom;
- b) primanje (receptija) kazališne predstave, filma, radijske i televizijske emisije;
- c) osposobljavanje za vrednovanje radijskih i televizijskih emisija te filmskih ostvarenja.

U predmetu Likovna kultura pojavljuju se strip i fotografija kao dio likovne umjetnosti. Također, medijska kultura je zastupljena u izvannastavnim aktivnostima kao što su literarne, dramske, filmske radionice, organiziranje školskog radija i školskih novina. Ne smijemo ni zaboraviti ni knjižnicu u odgojno-obrazovnom procesu koja je informacijsko, medijsko i komunikacijsko središte škole. Može se koristiti u svrhe redovite nastave, ali i integrirati u

izvannastavne aktivnosti. Nastavni program medijske kulture, uz ključne pojmove i obrazovna postignuća, sadrži i popis filmova preporučenih za obradu u učionici.

5. NASTAVNI PLAN I PROGRAM NAKON KURIKULARNE REFORME 2018. GODINE

Matijević (2017b) definira kurikulum kao termin koji sadržajno obuhvaća ciljeve, sadržaje, situacije, strategije i evaluaciju u obrazovanju. Za razliku od Nastavnog plana i programa iz 2006. godine, novi plan i program nije cjeloviti dokument te je podijeljen po nastavnim predmetima. Kurikulumi nastavnih predmeta sastoje se od sljedećih poglavlja: opis predmeta, odgojno-obrazovni ciljevi učenja i poučavanja, predmetna područja i organizacija nastavnog predmeta, odgojno-obrazovni ishodi po razredima i predmetnim područjima, povezanost s drugim odgojno-obrazovnim područjima, učenje i poučavanje predmeta te vrednovanje ishoda u predmetu. U opisu predmeta objašnjava se njegova važnost te se objašnjava kako njegovo učenje doprinosi ciljevima odgoja i obrazovanja. Poglavlje o odgojno-obrazovnim ciljevima učenja i poučavanja predstavljaju univerzalna, široko definirana očekivanja onoga što će učenici, znati i biti u mogućnosti učiniti kroz proces učenja i poučavanja. Što se tiče predmetnih područja, za svaki predmet je napisana uloga unutar nastavnog programa. Zatim slijedi poglavlje o odgojno- obrazovnim ishodima po razredima i predmetnim područjima koje govori o ishodima za svako nastavno područje nastavnog predmeta te razinu usvojenosti istog. Imamo četiri razine usvojenosti: zadovoljavajuća, dobra, vrlo dobra i iznimna. Poglavlje o povezanosti s drugim odgojno-obrazovnim područjima i međupredmetnim temama govori o povezanosti između različitih predmeta i njihov međusoban utjecaj. Poglavlje koje govori o učenju i poučavanju nastavnog predmeta navodi kako bi se nastava trebala provoditi, ulogu učitelja te broj predviđenih nastavnih sati za svaki razred. Posljednje poglavlje, vrednovanje odgojno-obrazovnih ishoda u nastavnom predmetu navodi sastavnice vrednovanja određenog predmeta te oblike vrednovanja. U predmetu Hrvatski jezik zastupljeni su sadržaji koji se bave medijsko kulturom i medijskom pismenošću. To nastavno područje naziva se Kultura i mediji, a temelji se na razumijevanju teksta u različitim društvenim, kulturnim i međukulturnim kontekstima. Predmetno područje obuhvaća:

- a. kritički odnos prema medijskim porukama, razumijevanje utjecaja medija i njihovih poruka na društvo i pojedinca; stvaranje medijskih poruka i njihovo odgovorno odašiljanje
- b. razumijevanje kulture s gledišta svakodnevnoga života, s društvenoga gledišta, kulture u odnosu na popularnu kulturu i kulture u odnosu prema književnosti i ostalim umjetnostima te utjecaj kulture na oblikovanje vlastitoga kulturnog identiteta
- c. poticanje svjesnosti o jedinstvenosti i vrijednosti različitih mišljenja, stavova i ideja, društava i kultura radi uspješne komunikacije te razumijevanja drugih i drukčijih.
- d. grafički prikaz.

6. USPOREDBA SADRŽAJA MEDIJSKE PISMENOSTI U NASTAVNOM PREDMETU HRVATSKI JEZIK

U Nastavnom planu i programu iz 2006. godine nastava Hrvatskog jezika podijeljena je na pet nastavnih područja, a to su:

1. početno čitanje i pisanje (u 1. razredu),
2. jezik,
3. jezično izražavanje,
4. književnost i
5. medijska kultura.

U Nacionalnom kurikulumu predmeta Hrvatski jezik (2018) nastava Hrvatskog jezika podijeljena je na tri nastavna područja: *hrvatski jezik i komunikacija, književnost i stvaralaštvo te kultura i mediji*. Nas zanima поближе upoznati sadržaje područja *medijska kultura* iz Nastavnog plana i programa (2006) te područje pod nazivom *kultura i mediji* iz novog kurikulumu. U Nastavnom planu i programu (2006) kao cilj medijske kulture ističe se „ stvaranje zanimanja i potrebe za sadržajima medijske kulture; osvješćivanje važnosti znanja hrvatskoga jezika. U novom kurikulumu kao cilj kulture i medija navodi se sljedeće: „Učenik pronalazi u različitim izvorima

sadržaje i informacije o kojima kritički promišlja, procjenjuje njihovu pouzdanost i korisnost, prepoznaje kontekst i namjeru autora te primjenjuje višestruku pismenost, samostalno rješava probleme i donosi odluke“. Možemo primijetiti da Nacionalni kurikulum predmeta Hrvatski jezik (2018) detaljnije opisuje ciljeve što bi moglo značiti da se medijskoj kulturi daje veći značaj.

5.1 Medijski sadržaji u 1. razredu

U Nastavnom planu i programu (2006) teme nastavnog područja medijske kulture su: animirani film, lutkarska predstava i knjižnica. Ključni pojmovi teme animirani film koji se spominju su: lutkarski film i crtani film. Kao obrazovno postignuće animiranog filma navodi se: „primanje kratkih lutkarskih i crtanih filmova, stilski i sadržajno primjerenih djetetu; razlikovati lutkarski i crtani film“. Kod druge nastavne teme, odnosno lutkarske predstave ključni pojmovi su: lutka i lutkarska predstava, a obrazovna postignuća su: „doživjeti lutkarsku predstavu; navesti glavne likove; oživiti scensku lutku; izvesti kraći ulomak igrokaza“. Treća nastavna tema, knjižnica, donosi sljedeće ključne pojmove: školska knjižnica, mjesna knjižnica i knjižničar. Obrazovna postignuća kod spomenute teme su : „upoznati školsku i mjesnu knjižnicu; naučiti posuđivati, čuvati i vraćati knjige; razlikovati knjižnicu od knjižare“. Na kraju područja medijske kulture za 1. razred nalazi se popis od sedam crtanih, animiranih i lutkarskih filmova primjerenih za nastavu medijske kulture.

U Nacionalnom kurikulumu iz predmeta Hrvatski jezik ne postoje teme područja medijske kulture, već odgojno-obrazovni ishodi. Postoje tri odgojno-obrazovna ishoda od kojih je svaki razrađen te je napisan odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda. Prvi ishod je: „Učenik sluša/čita tekst u skladu s početnim opismenjavanjem i pronalazi podatke u tekstu.“ Ovaj ishod je dodatno razrađen na način da uključuje sposobnost učenika da izdvaja jedan ili više podataka iz teksta prema unaprijed zadanim pitanjima, da se služi dječjim rječnicima, da pronalazi natuknicu prema abecednome redu i da crtežom i riječima izražava o čemu tekst govori. Odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda je zadovoljen ako učenik sluša/čita tekst u skladu s početnim opismenjavanjem i prema smjernicama pronalazi podatke u tekstu. Drugi ishod glasi: „Učenik razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu.“ Navedeni ishod podrazumijeva da učenik izdvaja primjerene medijske sadržaje kao što su: animirani filmovi,

televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa, kazališne predstave, slikovnice i knjige za djecu i razgovara o njima, da sluša čitanje ili samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu te da prepoznaje obrazovne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima. Odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda je zadovoljen ako učenik prepoznaje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu te izdvaja omiljene medijske sadržaje. Treći i posljednji ishod glasi: „Učenik posjećuje kulturne događaje primjerene dobi.“ Ovaj ishod podrazumijeva da učenik posjećuje kulturne događaje primjerene dobi, razgovara s ostalim učenicima nakon kulturnoga događaja te izražava svoj doživljaj kulturnoga događaja crtežom, slikom, govorom, pokretom, pjevanjem. Odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda ovdje nije naveden. Još su navedeni sadržaji za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda, a oni podrazumijevaju: kazališne predstave za djecu, likovne izložbe, izložbe u muzejima primjerene dobi i interesima učenika, susreti s književnicima i ilustratorima u školi ili narodnim knjižnicama, dječji književni, filmski, obrazovni, tradicijski festivali, kulturni projekti namijenjeni djeci.

Razlika između Nastavnog plana i programa (2006) te novog kurikulumu je u tome što su u Nastavnom planu i programu medijski sadržaji podijeljeni na nastavne teme od kojih učitelj može lako oblikovati nastavne jedinice, dok se u novom kurikulumu nalaze odgojno-obrazovni ishodi koji omogućuju učitelju da samostalno oblikuje nastavne jedinice, daje mu se više slobode. Također, u novom kurikulumu ima više medijskih sadržaja nego u Nastavnom planu i programu. U Nastavnom planu i programu spominju se animirani, crtani i lutkarski film, knjižnica i lutkarska predstava, dok se u novim spominju televizijske i radijske emisije, animirani film, kazališne predstave, dječji časopisi, slikovnice i knjige za djecu, a spominju se i digitalni mediji.

5.2 Medijski sadržaji u 2. razredu

U Nastavnom planu i programu teme nastavnog područja medijske kulture su: filmska priča, kazalište, televizija i dječji časopisi. Ključni pojmovi teme filmska priča su: filmska priča, slijed događaja, lik u filmu. Obrazovna postignuća su: „primati (recepција) primjerene dječje filmove; zamijetiti i odrediti slijed događaja u filmu; ispričati filmsku priču kratkoga crtanoga filma; razlikovati glavne i sporedne likove u filmu“. Druga nastavna tema je kazalište, a njeni ključni

pojmovi su: kazališna predstava, pozornica, gledalište. Obrazovna postignuća koja se spominju su: „ primati (repcija) nekoliko primjerenih kazališnih predstava (prema mogućnosti); razlikovati kazališnu predstavu od filma; razlikovati pozornicu od gledališta“. Ključni pojmovi nastavne teme televizija su: televizija, televizijski program, televizijska emisija. Obrazovna postignuća su: „izdvojiti iz televizijskoga programa najdražu emisiju, pogledati ju i razgovarati o njoj“. Četvrta nastavna tema su dječji časopisi, a ključni pojmovi koje donosi su: dječji časopisi, strip. Kao obrazovno postignuće navodi se: „upoznavati neke dječje časopise i stripove u njima, čitati ih, razlikovati ih od ostaloga tiska“.

Novi kurikulum sadrži tri odgojno-obrazovna ishoda koji su nadopunjeni u odnosu na prvi razred. Prvi odgojno-obrazovni ishod glasi: „Učenik sluša/čita medijski tekst oblikovan u skladu s početnim opismenjavanjem i izdvaja važne podatke“. Osim što učenik prepoznaje važne podatke u kratkom tekstu te izdvaja iz teksta jedan ili više podataka prema zadanim uputama, novost u odnosu na prvi razred je što učenik prepričava sadržaj teksta. Drugi odgojno-obrazovni ishod glasi jednako kao u prvom razredu, ali je malo drugačije razrađen. Naime, izdvaja primjerene medijske sadržaje i razgovara o njima izražavajući vlastito mišljenje, gleda i sluša animirane filmove, dokumentarne i igrane filmove za djecu – prati (gleda, sluša, doživljava) televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa, razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu s kojima se susreće u svakodnevnome životu, samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu te prepoznaje obrazovne i interaktivne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima. Razlika u odnosu na prethodni razred je što se ovdje spominje igrani i dokumentarni film te što učenik izražava vlastito mišljenje o medijskom sadržajima. Treći odgojno-obrazovni ishod glasi: „Učenik posjećuje kulturne događaje primjerene dobi i iskazuje svoje mišljenje“. Ovaj ishod je razrađen na način da učenik posjećuje kulturne događaje, razgovara s ostalim učenicima nakon kulturnoga događaja, izdvaja što mu se sviđa ili ne sviđa u vezi s kulturnim događajem, iskazuje svoj doživljaj nakon kulturnog događaja crtežom, slikom, govorom ili kraćim pisanim rečenicama. Sadržaji za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda su: kazališne predstave za djecu, posjet knjižnicama i odjelima većih knjižnica (zvučne knjige), likovne izložbe, izložbe u muzejima primjerene dobi i interesima učenika, susreti s književnicima i ilustratorima u školi ili narodnim knjižnicama, dječji književni, filmski, obrazovni, tradicijski festivali, kulturni projekti namijenjeni djeci.

5.3 Medijski sadržaji u 3. razredu

U Nastavnom planu i programu nalaze se tri nastavne teme, a to su: dječji film, radijska emisija i knjižnica- korištenje enciklopedije. U prvoj nastavnoj temi, dječji film, nalazimo sljedeće ključne pojmove: dječji film i glumac. Obrazovna postignuća koja se spominju su: „primati primjerene dječje filmove (repcija); razlikovati igrani film za djecu od animiranoga filma; ispričati filmsku priču“. Sljedeća nastavna tema je radijska emisija, a njen ključan pojam je: radijska emisija za djecu. Kao obrazovno postignuće radijske emisije navodi se: „primati radijsku emisiju za djecu (repcija); raspravljati o njoj; zamijetiti zvučna izražajna sredstva“. Kod nastavne teme knjižnica ključni pojmovi su: dječja enciklopedija, sadržaj/kazalo, abecedni red. Kao obrazovno postignuće spominje se: „pronaći traženu obavijest u dječjoj enciklopediji služeći se kazalom i abecednim redom“.

U novom kurikulumu nalaze se tri odgojno-obrazovna ishoda kao i u prethodnim razredima. Prvi ishod glasi: „Učenik pronalazi podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi učenika“. Ovaj ishod je razrađen na način da bi učenik trebao prepoznati različite izvore informacija: digitalne udžbenike, tekstove u zabavno-obrazovnim časopisima i knjigama za djecu te na obrazovnim mrežnim stranicama, zatim pronalaziti i kombinirati podatke iz različitih izvora primjerenih dobi i izdvajati važne podatke iz teksta i razvrstavati ih prema uputi, te prenositi tekst u druge oblike ili medije. Odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda zadovoljen je ako učenik prima poruku iz različitih medija, uključuje nove informacije i izdvaja važne podatke te ih oblikuje u novi medijski sadržaj. Drugi ishod glasi: „Učenik razlikuje tiskane publikacije primjerene dobi i interesima“, a razrađen je na sljedeći način: učenik razlikuje knjige, udžbenike, časopise, plakate, strip, brošure, reklamne letke, samostalno i redovito čita tekstove u književnim i zabavno-obrazovnim časopisima za djecu i iskazuje mišljenje o njima, čita stripove i razlikuje ih od ostalih tiskanih medijskih tekstova, stvara kroz igru vlastite uratke potaknute određenim medijskim sadržajem. Ako učenik nabraja tiskane medije i razlikuje sadržaje u njima tada je razina usvojenosti za ocjenu »dobar«. Kao treći odgojno-obrazovni ishod navodi se: „Učenik razlikuje kulturne događaje koje posjećuje i iskazuje svoje mišljenje o njima“. U razradi ishoda spominje se da učenik posjećuje kulturne događaje i sudjeluje u njima, da iskazuje svoje mišljenje o kulturnome događaju (atmosfera, raspoloženju), da razgovara s ostalim učenicima

nakon kulturnoga događaja, da izdvaja što mu se sviđa ili ne sviđa u vezi s kulturnim događajem te da izražava svoj doživljaj kulturnoga događaja crtežom, slikom, govorom ili kratkim tekstom. Za nastavno područje Kultura i mediji određeno je 10 % ukupne satnice Hrvatskog jezika.

5.4 Medijski sadržaji u 4. razredu

U Nastavnom planu i programu spominju se četiri nastave teme s kojima se zaključuju medijski sadržaji u razrednoj nastavi. Teme koje se navode su: dokumentarni film, usporedba filma s književnim djelom, računalo i knjižnica - služenje rječnikom i školskim pravopisom. Možemo primijetiti da se broj nastavnih tema povećao te da se prve tri teme spominju po prvi puta, a knjižnica se spominje po treći put, samo što je ovaj put naglasak na služenju rječnikom i školskim pravopisom. Prva nastavna tema je dokumentarni film, a obrazovna postignuća koja se navode glase: „primanje primjerenih dokumentarnih filmova (ekološkoga sadržaja, zavičajna tematika) primjerenih učeniku; zamijetiti osnovna obilježja dokumentarnoga filma“. Usporedba filma s književnim djelom je druga nastavna tema, a ključni pojmovi su: knjiga i film. Kao obrazovna postignuća koja se spominju su: „primati nekoliko dječjih filmova nastalih na književnome predlošku (receptija); iskazivati vlastiti doživljaj književnoga djela i filma; zamijetiti sličnosti i razlike između filma i književnoga djela prema kojemu je snimljen“. Treća nastavna tema je računalo, a ključni pojmovi glase: računalo i mreža (internet). Obrazovno postignuće kod spomenute teme je „razlikovati obavijesne i zabavne mogućnosti računala“. Posljednja nastavna tema, i knjižnica- služenje rječnikom i školskim pravopisom, donosi sljedeće ključne pojmove: rječnik i pravopis. Kao obrazovno postignuće spominje se: „pronaći traženu obavijest u školskome rječniku ili pravopisu služeći se kazalom i abecednim redom“.

U novom kurikulumu navode se tri odgojno-obrazovna ishoda kao i u prethodnom razredima, samo što su dodatno prošireni, a naglasak je na elektroničkim medijima za razliku od trećeg razreda gdje se spominju tiskani mediji. Kao prvi ishod navodi se: „Učenik izdvaja važne podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi“. Ishod je razrađen na način da učenik prepozna moguće izvore podataka i informacija: stručnjaci ili drugi pojedinci, školske ili narodne/gradske knjižnice, Internet, dolazi do podataka kombinirajući različite izvore, prepozna, preuzima, pregledava i objašnjava materijale sa školske mrežne stranice te upotrebljava podatke u različite svrhe: proširuje

sadržaje učenja, priprema se za pisanje i govorenje. Odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda je zadovoljen ako učenik pregledava i pronalazi izvore podataka i izdvaja nekoliko važnih podataka prema uputi. Drugi odgojno-obrazovni ishod glasi: „Učenik razlikuje elektroničke medije primjerene dobi i interesima učenika“. U razradi ishoda spominje se da učenik razlikuje televiziju, radio, Internet, gleda emisije za djecu i razgovara o njima, objašnjava razliku između novinskih priloga na televiziji i radiju (primjerice, intervju), razlikuje različite vrste medija i izabire medijski sadržaj prema vlastitom interesu, pristupa društvenim mrežama uz vođenje i usmjeravanje te pretražuje mrežne portale za djecu, gleda animirane, dokumentarne i igrane filmove i filmove dječjega filmskog stvaralaštva tematski i sadržajno primjerene recepcijskim i spoznajnim mogućnostima, zamjećuje sličnosti i razlike između književnoga djela, kazališne predstave ili filma nastalih prema književnome djelu. Ovaj ishod je usvojen na razini »dobar« ako učenik razlikuje različite vrste medija i izabire medijski sadržaj prema vlastitom interesu. Treći i posljednji odgojno-obrazovni ishod je: „Učenik razlikuje i opisuje kulturne događaje koje posjećuje i iskazuje svoje mišljenje o njima“. Ishod je razrađen na način da učenik posjećuje i sudjeluje u kulturnim događajima (likovnim, glazbenim, znanstveno-popularnim), razgovara sa sudionicima tijekom i nakon kulturnoga događaja, izdvaja što mu se sviđa ili ne sviđa u vezi s kulturnim događajem, izražava svoj doživljaj kulturnoga događaja crtežom, slikom, govorom ili kratkim tekstom, izražava svoja zapažanja, misli i osjećaje nakon posjeta kulturnom događaju. Za nastavu Kulture i medija predviđeno je 20% ukupne satnice Hrvatskog jezika.

5.5 Završno o medijskoj kulturi u nastavi Hrvatskog jezika

Razlika između Nastavnog plana i programa i novog kurikulumu je što su u medijski sadržaji u Nastavnom planu i programu podijeljeni na nastavne teme, spominju se ključni pojmovi te obrazovna postignuća, dok se u novom kurikulumu nalaze odgojno obrazovni ishodi koji su detaljno razrađeni prema kojima učitelj može samostalno oblikovati nastavne jedinice. Medijski sadržaji siromašniji su u Nastavnom planu i programu, a obrazovna postignuća nezahtjevnija za razliku od novog kurikulumu gdje se od učenika traži da kritički promišlja o primljenim sadržajima. Također, isti sadržaji se od prvog prema četvrtom razredu produbljuju i nadograđuju.

6. SADRŽAJI MEDIJSKE PISMENOSTI U NASTAVNOM PREDMETU LIKOVNA KULTURA

U Nastavnom planu i programu predmet Likovna kultura podijeljen je na sljedeća nastavna područja: crtanje, slikanje, grafiku, modeliranje i građenje te dizajn. Organizirane su obvezne i izborne teme, a medijski sadržaji pojavljuju se od prvog do četvrtog razreda u sklopu izbornih nastavnih tema. U prvom razredu medijski sadržaji spominju se u izornoj temi u nastavnom području naziva primijenjeno oblikovanje- dizajn pod temama Ploha- likovi i slika u pokretu i Boja- ilustracija. Kod nastavne teme Ploha - likovi i slika u pokretu ključni pojmovi su: crtani film i TV slika, a obrazovno postignuće: „prepoznati animirani film kao niz slika u pokretu“. Nastavna tema Boja - ilustracija donosi ključan pojam slikovnica, a obrazovno postignuće glasi: „likovno izraziti doživljaj priče“. Nastavni plan i program sadrži popis predloženih likovnoumjetničkih djela i na tom popisu nalaze se dva animirana filma. U drugom razredu u sklopu izborne teme nastavnog područja primijenjeno oblikovanje- dizajn pod drugom nastavnom temom Ploha- Fotografija možemo uočiti medijske sadržaje, a ključni pojmovi su: fotografija i fotograf. Obrazovno postignuće za spomenutu temu glasi: „uočiti i razlikovati uporabu fotografije“. Na popisu predloženih likovnoumjetničkih djela nalaze se dvije fotografije i jedan animirani film. U trećem razredu medijski sadržaji se također spominju u sklopu izborne teme nastavnog područja primijenjeno oblikovanje- dizajn. Ovdje se nalaze tri teme. Prva je Točka i crta - Kadar, odnos slike i teksta, a ključni pojmovi su: slika, kadar, strip i tekst. Kao obrazovno postignuće navodi se: „prepoznati i izražavati kadar kao isječak cjeline i kadrove u nizu u stripu, filmu i animiranom filmu“. Druga tema je Boja - Kadar, simbolika boja, a ključni pojmovi su: animirani film i film. Obrazovno postignuće ove teme je: „izraziti pokret i simboliku boja u kadru“. Treća tema je Površina - Scenografija čiji ključni pojmovi su: scena, scenografija i materijali. Obrazovno postignuće je: „upoznati, istraživati i izražavati oblike u prostoru uporabom različitih materijala u oblikovanju scene“. Popis likovnoumjetničkih djela sadrži jedan eksperimentalni i jedan animirani film. U četvrtom razredu medijskim sadržajima bave se dvije teme, a to su Površina – Kompozicija - rekompozicija i Boja - Kontrast i dominacija boja, oblika, veličina... Prva tema se također nalazi u sklopu izborne teme nastavnog područja primijenjeno oblikovanje - dizajn. Ključni pojmovi koje donosi su: fotomontaža i rekompozicija, a kao obrazovno postignuće navodi se: „uočavati, istraživati i izražavati rekompoziciju elemenata određene kompozicije fotomontažom. Ključni pojmovi druge teme, odnosno Boja - Kontrast i dominacija boja, oblika, veličina... su: plakat,

grafički dizajn i kompjutorska grafika, a obrazovno postignuće glasi: „uočavati kontraste i dominacije boja, oblika, veličina... na plakatu, reklami, televizijskoj poruci, povezivati vizualne i verbalne poruke“. Na popisu likovnoumjetničkih djela nalaze se dva plakata te kompjutorska grafika.

U novom kurikulumu predmet Likovna kultura sastoji se od tri domene koje su: Stvaralaštvo i produktivnost, Doživljaj i kritički stav te Umjetnost u kontekstu. Svaka domena ima odgojno-obrazovne ishode, razradu ishoda te usvojenost ishoda. Sadržaji medijske pismenosti pojavljuju se u svim trima domenama. Pod domenom Doživljaj i kritički stav u prvom razredu odgojno-obrazovni ishod glasi: „Učenik razlikuje likovno i vizualno umjetničko djelo te prepoznaje osobni doživljaj, likovni jezik i tematski sadržaj djela“. Sadržaji za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda navode da učenik prepoznaje različite oblike likovnih i vizualnih umjetnosti: crtež, slikarstvo, skulptura, vizualne komunikacije i dizajn, arhitektura i urbanizam, animirani film, ilustracija, lutkarstvo. U domeni Umjetnost u kontekstu ishod glasi: „Učenik povezuje neki aspekt umjetničkog djela s iskustvima iz svakodnevnog života te društvenim kontekstom“. U razradi ishoda ističe se da učenik prepoznaje njemu bliske sadržaje kao produkt likovnog i vizualnog izražavanja, a pod sadržajima za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda spominju se animirani i igrani film, fotografija, kazališna/lutkarska predstava i slikovnica/ilustracija. U drugom razredu pod domenom Doživljaj i kritički stav ponavlja se ishod iz prvog razreda, odnosno: „Učenik razlikuje likovno i vizualno umjetničko djelo te prepoznaje osobni doživljaj, likovni jezik i tematski sadržaj djela“. No, ovdje se u sadržajima za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda, osim sadržaja spomenutih u prvom razredu spominju i fotografija, igrani film, strip, scenografija, kostimografija i lutkarstvo. U trećem razredu u sklopu domene Stvaralaštvo i produktivnost nalazimo sljedeći odgojno-obrazovni ishod: „Učenik u vlastitome radu koristi tehničke i izražajne mogućnosti novomedijskih tehnologija“. Ishod je razrađen na način da učenik digitalnim fotoaparatom (digitalni fotoaparat, pametni telefon) bilježi sadržaje iz okoline koristeći znanje o likovnom jeziku i drugim likovnim pojmovima; zabilježene sadržaje interpretira u vlastitom vizualnom radu. Odgojno-obrazovni ishodi na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda zadovoljeni su ako učenik primjenjuje osnovne izražajne mogućnosti likovnog jezika pri bilježenju sadržaja iz vlastite okoline digitalnom kamerom. Četvrti razred donosi gotovo jednaku zastupljenost medijskih sadržaja kao i u trećem razredu. Dakle, pod domenom Stvaralaštvo i produktivnost spominje se sljedeći ishod: „Učenik u vlastitome radu koristi tehničke i izražajne mogućnosti novomedijskih tehnologija“.

Razlika je u tome što učenik prilikom fotografiranja koristi znanje o kompoziciji, a ne samo o kadru, planu i likovnom jeziku.

7. SADRŽAJI MEDIJSKE PISMENOSTI U OSTALIM NASTAVNIM PREDMETIMA

Usporedivši Nastavni plan i program te novi kurikulum predmeta Matematika, Priroda i društvo, Glazbena kultura te Tjelesna i zdravstvena kultura uočeno je kako se u Nastavnom planu i programu ne nalazi niti jedna rečenica koja se odnosi na medijske sadržaje, dok je u novom kurikulumu situacija nešto bolja te se spominje uloga medijskih sadržaja.

U Nacionalnom kurikulumu nastavnog predmeta Matematika u poglavlju koje se naziva Povezanost s drugim predmetima i međupredmetnim temama nalazi se jedna rečenica koja spominje medijsku pismenost, a glasi ovako: „Primjenom matematičkih i jezično-komunikacijskih vještina učenici jasno i kreativno izražavaju svoje ideje, razvijaju komunikacijske vještine prilagođene različitim situacijama, ali i medijsku pismenost“. Dalje nije objašnjeno kako učenici razvijaju medijsku pismenost, ali pretpostavlja se da upotrebom tehnologije. Na taj zaključak dovelo je poglavlje Struktura - Matematički procesi i domene kurikuluma nastavnog predmeta Matematika koje se, između ostalog, bavi primjenom tehnologije, a spominje se sljedeće: „Korištenje alatima i tehnologijom pomaže učenicima u matematičkim aktivnostima u kojima su u središtu zanimanja matematičke ideje, pri provjeravanju pretpostavki, pri obradi i razmjeni podataka i informacija te za rješavanje problema i modeliranje. Učenici uočavaju i razumiju prednosti i nedostatke tehnologije. Na taj se način prirodno otvaraju mogućnosti za nove ideje, za dublja i drukčija matematička promišljanja, kao i za nove oblike učenja i poučavanja“. Već i spominjanje medijske pismenosti je pomak u odnosu na Nastavni plan program u kojem nema ništa o medijskoj pismenosti. U već spomenutom poglavlju koje se naziva Povezanost s drugim predmetima i međupredmetnim temama, uz medijsku pismenost, spominje se i digitalna pismenost. Digitalni mediji mogu poboljšati nastavu matematike ako se pronađu aplikacije i sadržaji primjereni dobi učenika te bi njihovim korištenjem učenici bili zainteresiraniji za sadržaje nastavnog predmeta Matematika.

U Nacionalnom kurikulumu predmeta Priroda i društvo u poglavlju Odgojno-obrazovni ciljevi učenja i poučavanja predmeta kao jedan od ciljeva navodi se i: „sigurno i odgovorno koristiti se tehnologijom u svakodnevnome životu, kao i informacijsko-komunikacijskom tehnologijom za pristup, prikupljanje, obradu i prezentaciju informacija“. U organizacijskim područjima predmetnog kurikuluma pod područjem Organiziranost svijeta oko nas u prvom razredu spominje se upotreba informacijsko-komunikacijske tehnologije, i to pod ishodom „Učenik prepoznaje važnost organiziranosti vremena i prikazuje vremenski slijed događaja.“. Nalazi se pod preporukom za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda, a glasi: „Primjenjuje IKT na različite načine (npr. prikazuje i reda dane u tjednu, koristi se različitim online igrama za učenje)“. Pod područjem Promjene i odnosi u ishodu koji glasi: „Učenik se snalazi u vremenskim ciklusima, prikazuje promjene i odnose među njima te objašnjava povezanost vremenskih ciklusa s aktivnostima u životu“. Također se spominje korištenje informacijsko-komunikacijske tehnologije, i to prilikom aktivnosti, događaja i promjena u danu i/ili tjednu prikazujući ih na vremenskoj crti ili lenti vremena, crtežom, dijagramom, uz korištenje IKT-a ovisno o uvjetima. U sklopu područja Pojedinaac i društvo također se spominje korištenje informacijsko-komunikacijske tehnologije pod ishodom koji glasi: „Učenik uspoređuje ulogu i utjecaj prava, pravila i dužnosti na pojedinca i zajednicu te preuzima odgovornost za svoje postupke. I pod područjem Energija spominje se korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija pod sadržajima za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda koji glasi: „Opisuje i razvrstava uređaje s kojima se susreće u svakodnevnome životu (računalo, kućanski aparati, mobitel, igračke i sl.) prema sličnostima i razlikama i prepoznaje one kojima je za rad potrebna električna energija (npr. upotreba IKT-a, obrazovnih računalnih igara). U drugom razredu pod područjem Organiziranost svijeta oko nas spominje se upotreba digitalnih medija, ali i u ostalim razredima i područjima. U ostalim razredima, kao i u prvom, spominje se upotreba informacijsko-komunikacijske tehnologije te se povremeno navode fotografije, stripovi, dokumentarni filmovi i slično. U četvrtom razredu pod područjem Pojedinaac i društvo u ishodu koji glasi: „Učenik zaključuje o utjecaju prava i dužnosti na pojedinca i zajednicu te o važnosti slobode za pojedinca i društvo.“ U razradi ishoda spominje se da se učenik „Odgovorno ponaša prema zdravlju, okolišu i u primjeni IKT-a, raspravlja o važnosti digitalnoga identiteta i utjecaja digitalnih tragova te štiti svoje osobne podatke te poštuje tuđe vlasništvo i privatnost“. Učenik bi po završetku primarnog obrazovanja trebao „znati primjenjivati pravila za odgovorno i sigurno služenje programima i uređajima, prepoznavati utjecaj tehnologije na zdravlje

i okoliš, primjenjivati osnovna komunikacijska pravila u digitalnom okružju, koristiti odgovarajuću digitalnu tehnologiju za obavljanje jednostavnih zadataka, koristiti se različitim aplikacijama na različitim uređajima, koristiti tehnologiju za komunikaciju s poznatim/važnim osobama, provoditi jednostavna istraživanja radi rješenja problema u digitalnom okružju, pronalaziti na internetu digitalne tragove o sebi i članovima svoje obitelji te provoditi jednostavno pretraživanje informacija u digitalnom okružju“.

U kurikulumu nastavnog predmeta Glazbena kultura za osnovne škole u poglavlju Svrha i opis predmeta spominje se upotreba informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Navodi se kako je informacijsko-komunikacijska tehnologija važan dio poučavanja glazbe te da se može primjenjivati u sklopu svih domena, a one uključuju „upoznavanje učenika s računalnim programima, učenje glazbenoga pisma pomoću računala, audio-obradu i eksperimentiranje sa zvukom i rad u programima za skladanje glazbe“. Poglavlje koje se naziva Učenje i poučavanje predmeta navedeno je kako se učenici susreću s glazbom i upoznaju je i upoznaju je u različitim kontekstima i to u: „virtualnom okružju (mediji/internet), pri čemu je učenike potrebno odgojiti za kritički i selektivan pristup glazbenoj ponudi“. U potpoglavlju o informacijsko-komunikacijskoj tehnologiji govori se o: „korištenju društvenih mreža; alata za uvježbavanje glazbenih znanja i vještina; izvođenju, skladanju, uređivanju, snimanju i improvizaciji; izradi prezentacijskih izvješća i, naposljetku, povezivanju učenika, razreda, škola te lokalne zajednice“. Osim toga, spominje se i digitalna tehnologija kojom se može nadopuniti redovna nastava.

U predmetnom kurikulumu Tjelesne i zdravstvene kulture ne spominje se korištenje medijskih sadržaja no to je razumljivo s obzirom da je njegov cilj fizička aktivnost učenika.

8. ZAKLJUČAK

Mediji imaju veliku ulogu u životu djece pa im treba pružiti obrazovanje kojim će se medijski opismeniti i kritički promišljati o određenim medijskim sadržajima. Usporedivši Nastavni plan i program za osnovne škole i novi kurikulum, moglo se primijetiti da novi kurikulum obrađuje više medijskih sadržaja. Nastavni plan i program za osnovne škole ima zastupljene medijske sadržaje u sklopu nastavnog predmeta Hrvatski jezik i Likovna kultura, dok novi kurikulum, osim u spomenutim predmetima, medijske sadržaje spominje i u sljedećim nastavnim predmetima: Matematika, Priroda i društvo i Glazbena kultura. Jedini predmet u kojim se ne spominju medijski sadržaji je Tjelesna i zdravstvena kultura, no to je i razumljivo pošto je primarna funkcija nastave fizička aktivnost učenika. Uvođenjem medijskih sadržaja u gotovo sve predmete u razrednoj nastavi u novom kurikulumu može se zaključiti da je uvidena važnost medijskog opismenjavanja. No problem je što je u novom kurikulumu za više medijskih sadržaja nego u Nastavnom planu i programu dan malen postotak satnice te to dovodi do pitanja mogu li se svi ti sadržaji uspješno provesti. Postavlja se i pitanje treba li se medijska kultura uvesti kao zaseban predmet ili se nastaviti poučavati u sklopu ostalih nastavnih predmeta. Također, novi kurikulum daje učitelju više slobode u osmišljanju nastavne jedinice, no pitanje je hoće li to učitelji znati i moći iskoristiti. Tu nailazimo na problem jer bi se i učitelji trebali dodatno obrazovati kako bi bili kompetentni izvoditi nastavu medijske kulture. Zaključak je da se neovisno o tome treba li se medijska kultura izvoditi kao zaseban nastavni predmet, učitelji su ti o kojima ovisi hoće li djeca uspješno usvojiti medijske sadržaje te treba raditi na njihovom dodatnom obrazovanju i usavršavanju.

LITERATURA

1. Abc.net.au na adresi <https://www.abc.net.au/everyday/benefits-of-watching-movies/10830400> (19.7.2021.)
2. Bežen, A. (2008). *Metodika – znanost o poučavanju nastavnog predmeta*. Zagreb. Profil.
3. Dumančić, M. (2017). Mobilne tehnologije u obrazovanju. U Matijević, M. (Ur.), *Nastava i škola za net-generacije* (str. 115-142). Zagreb. Školska knjiga
4. Dummies na adresi <https://www.dummies.com/computers/pcs/pros-and-cons-of-digital-photography/> (18.7.2021.)
5. Incrementors na adresi <https://www.incrementors.com/blog/impact-of-digital-media/> (22.7.2021.)
6. Listeš, S. (2017). Medijska kultura u školi. U Listeš, S., Grubišić Belina, L. (Ur.), *Izazovi nastave Hrvatskog jezika* (str. 121-136). Zagreb. Školska knjiga.
7. Malović, S. (2008). Obrazovna funkcija novina. U Češi, M., Barbaroša-Šikić, M. (Ur.), *Jezik, književnost i mediji u nastavi hrvatskog jezika* (str.165-174). Zagreb. Naklada Slap, Agencija za odgoj i obrazovanje.
8. Markotić, A. (2017). Film u nastavi medijske kulture; jučer, danas, sutra. U Listeš, S., Grubišić Belina, L. (Ur.), *Izazovi nastave Hrvatskog jezika* (str. 152-167). Zagreb. Školska knjiga.
9. Matijević, M; Topolovčan, T. (2017). *Multimedijska didaktika*. Zagreb. Školska knjiga.
10. Matijević, M. (2017). Na tragu didaktike nastave za net-generacije. U Matijević, M. (Ur.), *Nastava i škola za net-generacije* (str. 19-48). Zagreb. Školska knjiga.
11. Mbaknol na adresi <https://www.mbaknol.com/marketing-management/advantages-and-disadvantages-of-radio-advertising/> (20.7.2021.)
12. McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija*. Zagreb. Golden marketing- Tehnička knjiga
13. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2006). *Nastavni plan i program za osnovne škole*. Zagreb.
14. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2017). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Glazbena kultura i Glazbena umjetnost*. Zagreb.
15. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2018). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Hrvatski jezik*. Zagreb.

16. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2018). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Likovna kultura i Likovna umjetnost*. Zagreb.
17. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2018). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Matematika*. Zagreb.
18. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2017). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Priroda i društvo*. Zagreb.
19. Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2017). *Nacionalni kurikulum nastavnoga predmeta Tjelesna i zdravstvena kultura*. Zagreb.
20. Picturecorrect na adresi <https://www.picturecorrect.com/tips/9-amazing-benefits-of-photography/> (18.7.2021.)
21. Positivenegativeimpact na adresi <https://positivenegativeimpact.com/print-media> (17.7.2021.)
22. Readingjunction na adresi <https://readingjunction.com/advantages-disadvantages-television/> (21.7.2021.)
23. Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith J., Brown, N. (2014). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Santa Barbara, California. Praeger.
24. Smallbusiness.chron na adresi <https://smallbusiness.chron.com/advantages-disadvantages-print-media-55556.html> (17.7.2021.)
25. Smallbusiness.chron na adresi <https://smallbusiness.chron.com/effects-radios-workplace-11703.html> (20.7.2021.)
26. Težak, S. (2002). *Metodika nastave filma na općeobrazovnoj razini*. Zagreb. Školska knjiga.
27. Vilović, G. (2008). Medijska pismenost nove generacije. U Češi, M., Barbaroša-Šikić, M. (Ur.), *Jezik, književnost i mediji u nastavi hrvatskog jezika* (str. 175-184). Zagreb. Naklada Slap, Agencija za odgoj i obrazovanje.
28. Zgrabljíć Rotar, N. (2005). *Medijska pismenost i civilno društvo*. Media centar Sarajevo

Učiteljski fakultet Zagreb
Savska cesta 77
10000 Zagreb

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam diplomski rad pod naslovom

Medijska kultura u razrednoj nastavi

izradila samostalno. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, internetske stranice, propisi i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Zagreb, 17. rujna 2021.

Patricia Mužar

(potpis)