

Utjecaj Mainstream medija na medijsku pismenost (s primjerima aktivnosti po novom kurikulumu)

Vončina, Domagoj

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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:147:007623>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-06**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA UČITELJSKE STUDIJE

Domagoj Vončina

UTJECAJ *MAINSTREAM* MEDIJA NA MEDIJSKU PISMENOST

(UZ PRIMJERE AKTIVNOSTI PO NOVOM KURIKULUMU)

Diplomski rad

Mentor: doc.dr.sc. Marina Gabelica

Sumentor: Astrid Nox, prof, pred.

Zagreb, rujan 2020.

Sadržaj

Sažetak.....	3
Summary.....	4
1. Uvod.....	5
2. <i>Mainstream</i> mediji.....	6
2.1. Analiza razvoja medija od nastanka tiska do današnjih aktualnih medija.....	6
2.1.1. Razvoj tiska.....	7
2.1.2. Razvoj novina.....	8
2.1.3. Razvoj radija.....	11
2.1.4. Razvoj televizije.....	12
2.1.5. Pojava interneta.....	14
2.2. Manipulacija medija nad korisnicima.....	15
2.3. Utjecaj medija na djecu.....	15
2.3.1. Medijska pedagogija.....	16
3. Medijska pismenost.....	18
3.1. Razvoj medijske pismenosti.....	20
3.2. Razvoj medijske pismenosti u školi.....	23
3.2.1. Medijska pismenost u <i>Školi za život</i>	23
3.2.2. Prijedlozi aktivnosti za razvoj medijske pismenosti u školi.....	25
4. Zaključak.....	32
Popis literature.....	33
Prilozi.....	36

Sažetak

Mainstream mediji ili mediji glavne struje u današnje su vrijeme nezaobilazan dio svačije svakodnevice, a izloženost djece njima je sve veća, bez obzira na to koliko se roditelji trudili kontrolirati i ograničavati korištenje istima. *Mainstream* su mediji u svojim začecima služili većinski kao izvor informacija i vijesti, od početaka tiska pa do pojave novina, no njihovim eksponencijalnim razvojem i sve lakšom dostupnošću, postali su jednako toliko i izvor zabave i razonode. Svaki medijnastajao je s nekom svrhom i bio je primarno zamišljen kao prenositelj informacija, vijesti, kao socijalni i kulturni forum. Isto tako, svaki je od njih u velikom postotku postao izvorom zabave. Medijska pedagogija važan je dio djetetova odrastanja u aspektu zaštite, edukacije i razvitka medijske pismenosti, a omogućava razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskog sadržaja te komuniciranja u različitim kontekstima. Medijska pismenost i medijska pedagogija usko su povezane u smislu da je razvoj medijske pismenosti jedan od preduvjeta (ne jedini) uspješnog medijskog odgoja. Pomoću aktivnosti za razvoj medijske pismenosti u razrednom okruženju, učitelji su u mogućnosti i dužni u predmete razredne nastave integrirati aspekte medijske pismenosti i djeci stvarati svijest o razvijanju iste.

ključne riječi: mediji glavne struje, medijska pismenost, djeca

Summary

Mainstream media are an inevitable part of everyone's day-to-day life in today's world, and with that, no matter how hard parents try to keep track and control over it, children are getting more and more exposed to this type of media. Mainstream media were in their beginnings mostly designed and used to pass news and information, from the invention of press and especially after introducing the newspaper to the world. Because of its exponential growth and much easier access, this type of media became more and more a source of entertainment and leisure. Media pedagogy became an important part of children's growing up in an aspect of protection, education and development of media literacy that ensures children understand and critically evaluate different aspects of media and media content and communicating in different contexts. Media literacy and media pedagogy go hand in hand in a way that evolution of media literacy is one of (but not the only) prerequisite of successful media upbringing. Using exercises that develop media literacy in class environment, teachers are able and obliged to integrate aspects of media literacy in school subjects and raise awareness of expanding knowledge of it.

key words: mainstream media, media literacy, children

1. Uvod

Mainstream mediji prisutni su gdje god se okrenemo, postali su nezaobilazni dijelovi života velikog dijela populacije. Mediji su u današnje vrijeme omogućavaju prosječnom čovjeku gotovo sve - od obavljanja dnevnih aktivnosti i zadataka koji su sastavni dio svakodnevnog života: od nabavke namirnica, plaćanja računa, dogovaranja termina pregleda kod liječnika i dr; mediji isto tako služe kako bismo ostali u kontaktu sa svijetom oko nas, preko njih doznajemo nove informacije, saznajemo vijesti i slično. Isto tako, mediji nam služe za zabavu, razonodu i opuštanje. Glazba, film, igrane serije, video-igre, fotografija, sve su to mediji koji nas okružuju i koji nam omogućavaju informiranje, edukaciju, opuštanje, razbibrigu pa i bijeg od svakodnevice. Stoga je od iznimne važnosti da učitelji prepoznaju svoju zadaću u razvijanju medijske pismenosti kod djece i osvješćivanja sigurnog ponašanja na internetu i korištenje medija općenito. Djeci ni u kojem slučaju ne treba zabraniti zabavu prilikom korištenja medija, ali im treba proširiti horizonte i upoznati ih s načinima na koje mogu medije koristiti kao izvor novih informacija, kao alat za učenje na zabavan i interaktivan način te kao alat za stvaranje i provedbu ideja u stvarnost. Uporabom medija na nastavi i prilikom rješavanja zadaća kod kuće, kroz razne aktivnosti, djeci treba omogućiti smisleno korištenje medija, upoznati ih s beskrajnim mogućnostima koje nude i usaditi im temeljne vrijednosti kojima su mediji i započeli svoje postojanje na ovome svijetu. Također, djecu treba upoznati i s negativnom stranom medija, s komercijalizacijom i opasnostima od lažnih informacija. Također, važno je dati do znanja i roditeljima, koji su često neupućeni i sami nisu adekvatno medijski pismeni, da je od iznimne važnosti kod djece razvijati svijest o medijima, upoznavati ih s njihovim obilježjima i mogućnostima, ali i opasnostima koje postoje, pogotovo za djecu koja su, posebno na internetu, najranjivija skupina.

2. *Mainstream* mediji

Pojam *mainstream* medija koristi se i kao sintagme *mediji glavne struje* ili *prevladavajući mediji*. Obuhvaća sredstva masovnog priopćavanja koja odražavaju mišljenje većine te na tu većinu i utječu, a među njih se najčešće ubrajaju tradicionalni mediji poput televizije, radija i tiska te u suvremeno vrijeme i interneta. Osim što su sredstva informiranja, *mainstream* su mediji i izvor zabave. Posljednjih se godina kao antonim tome pojmu pojavio pojam „alternativnih medija“ koji se od prethodnih ponajprije razlikuju po činjenici da nisu usmjereni na prevladavajuće društveno mnijenje¹. Sukladno tome, suvremenost je obilježena i sve većim propitivanjem vjerodostojnosti *mainstream* medija, ne samo od strane alternativnih medija i njihovih pristaša, nego i šire populacije. Posebno je takav trend vidljiv usporedno s popularizacijom interneta – medija koji je omogućio svakome da se izrazi i predstavi kao relevantan izvor informacija. Takvi su fenomeni uveli još jedan pojam vezan uz medije glavne struje – lažne vijesti (eng. *fake news*). „Cilj je lažnih vijesti, koje se zapravo zasnivaju na nepostojećim ili iskrivljenim 'činjenicama', zavaravanje i manipuliranje publikom.“²

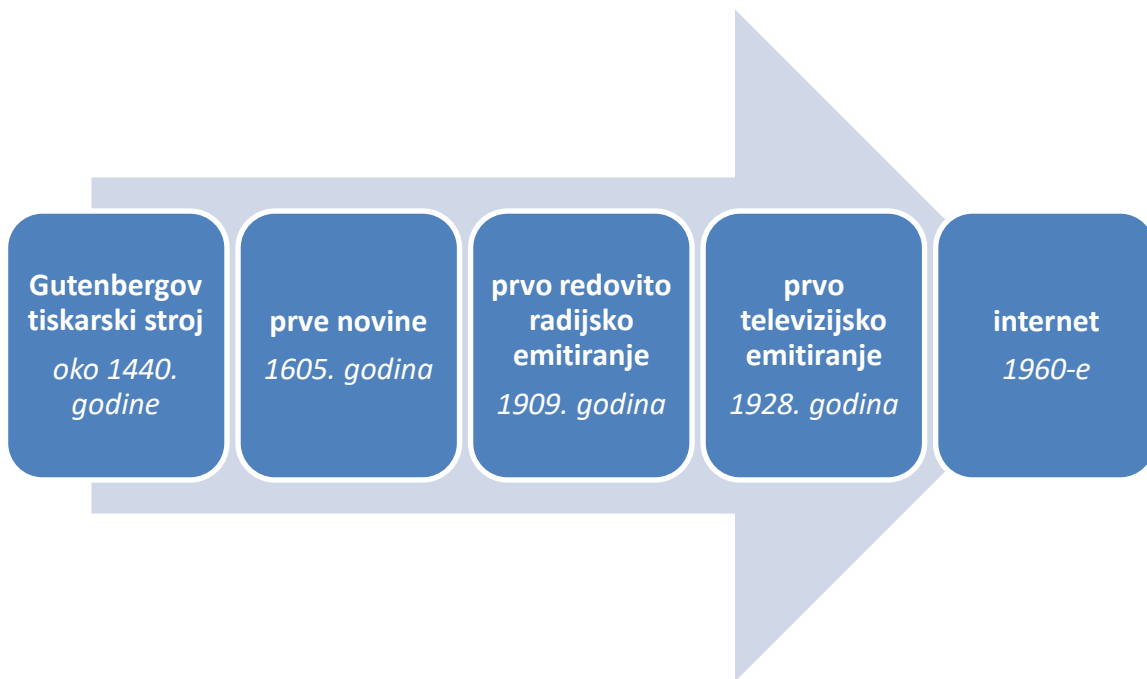
2.1. Analiza razvoja medija od nastanka tiska do današnjih aktualnih medija

Značajan utjecaj medija naveden u prethodnome poglavlju nije se dogodio u kratkom vremenu. Prethodile su mu godine, pa čak i stoljeća razvoja medija. Ljudska nastojanja za povezanošću, komunikacijom u zajednici postupno su dovodila do tehnoloških napredaka, a u ovome će radu za ilustraciju takvih pothvata biti uzet izum tiskarskoga stroja. Naime, prije njegove pojave postojali su tek rukopisi čija je produkcija logično bila puno manja i teže dostupna. Njegovim razvojem kasnije su nastale i novine, nakon kojih su slijedila i druga sredstva prenošenja informacija.

¹Preuzeto s: <https://bolje.hr/rijec/mainstream-mediji-gt-mediji-glavne-struje-prevladavajući-mediji/51/> (17. 9. 2020.)

²Preuzeto s: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf> (17. 9. 2020.)

Slika 2.1. Vremenska lentu razvoja medija s izdvojenim najvažnijim godinama (izvor: vlastita slika)



Razvoj medija moguće je pratiti na Slici 2.1. na kojoj su izdvojeni ključni vremenski odsječci. Primjerice, razvoj medija započet je oko 1440. godine s pojavom Gutenbergova tiskarskog stroja, a posljednju etapu razvoja predstavlja pojava interneta 1960-ih godina koja se nastavlja do danas.

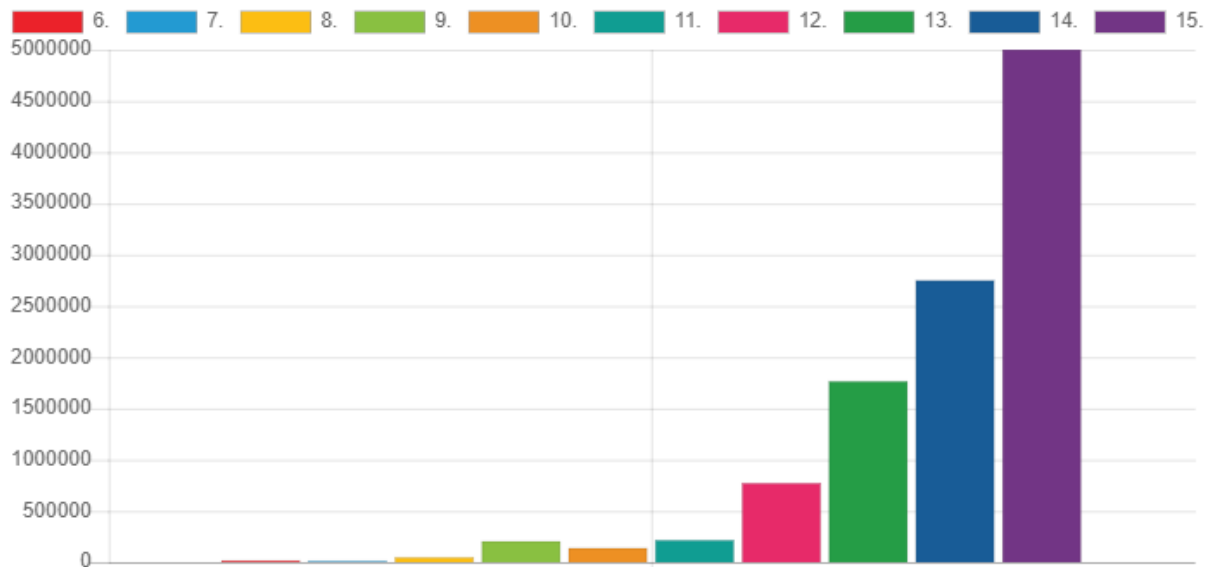
2.1.1. Razvoj tiska

Pisana se riječ prenosila rukopisima sve do pojave tiskarstva. Ta se pojava najčešće povezuje uz ime Johanna Gutenberga, iako su njegovu izumu prethodile druge tiskarske tehnike poput ksilotipije. Ksilotipija je postupak otiskivanja slova koji je bio aktualan u 12. stoljeću na azijskom području, a sastojao se od premazivanja gotovih znakova bojom³. Takva je tehnika praktičnija od rukopisa, ali zasigurno nije omogućila brzinu poput one koju je ostvarivao Gutenbergov tiskarski stroj. Statistički podaci navedeni na Slici 2.2., gdje se na vertikalnoj osi nalazi procijenjeni broj knjiga u Europi, a na horizontalnoj osi stoljeća od 6. do 15., to i potvrđuju jer je jasno vidljiv drastičan porast broja knjiga u 15. stoljeću, s pojavom Gutenbergova izuma, u usporedbi s prethodnim razdobljima. Primjerice, od 6. do 11. stoljeća broj knjiga u Europi u svakom pojedinačnom stoljeću nije prelazio 250 000 niti mu se

³ Preuzeto s: https://bib.irb.hr/datoteka/436171.8_BOLANA-GOLUBOVI.pdf (17. 9. 2020.)

približio (izuzevši 9. i 11. stoljeće). Tek u 12. stoljeću procijenjeni broj knjiga dostiže oko 750 000 i nastavlja svoju eksponencijalnu putanju, da bi u 15. stoljeću dostigao broj od 5 000 000.

Slika 2.2. Procjena broja knjiga u Europi od 6. do 15. stoljeća (izvor: <https://hr.izzi.digital/DOS/10180/17326.html>, 17. 9. 2020.)



Kritički je odnos prema medijima bioprisutan već tada. Izvori navode kako su tipografski mediji za masovnu komunikaciju bivali uspoređivani s Famom – nakaznim krilatim bićem koje raste hraneći se novim vijestima, istovremeno ih izvručui i pretvarajući u ono što se danas naziva lažnim vijestima⁴.

2.1.2. Razvoj novina

Povijest novina moguće je pratiti od razdoblja prije pojave tiska. Iako nisu postojale u obliku u kakvom ih se danas prepoznaje, njihov se početak smješta u doba staroga Rima. Tada su ih klesali na kamene stupove kako bi pružile građanima relevantne obavijesti vezane većinom uz politiku i važne događaje, a izvori navode da su se nazivale *Acta Diurna Populus Romani*⁵. Može ih se smatrati praoblikom novina ako se u obzir uzme njihova definicija iz Hrvatske enciklopedije: „svako periodično izdanje koje u pravilu izlazi dnevno ili tjedno, rjeđe petnaestodnevno i mjesečno, uz označeni datum i redni broj, uvijek istoga naziva, koje se tiska radi obavještavanja javnosti o događajima u svim područjima ljudske djelatnosti i o svim

⁴ Preuzeto s: <https://www.matica.hr/vijenac/626/fenomen-gutenberg-27601/> (17. 9. 2020.)

⁵ Preuzeto s: <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A1114/datastream/PDF/view> (17. 9. 2020.)

aspektima društvenog života⁶. U antičkoj je Grčkoj zabilježena slična pojava, ali pod nazivom *efemerides*.

Zatim je uslijedila pojava tzv. *ručnog novelizma* u 12. i 13. stoljeću, koji je u Italiji nosio naziv *Aviso* (*Le notizie alla mano*), u Francuskoj *Les nouvelles manuscripts* te u Engleskoj *News letters* (Lozo, 2009). Već engleski izraz ukazuje na njihovu korelaciju s novinama jer se i danas ondje taj naziv upotrebljava za označavanje pismenog obavještavanja članova neke organizacije u širem smislu te riječi; primjerice, u *newsletter* se ubrajaju i obavijesti o aktualnim promocijama u trgovinama. Iako ni to nije bio oblik novina kakav je danas ustaljen, Lozo (2009) ih smatra još jednom njihovom pretečom s obzirom na to da je podrazumijevao razmjenu vijesti među crkvenim i civilnim vlastima, trgovcima, plemstvom i drugima kojima su one bile važne. Te se vijesti nisu proizvoljno širile, nego su se njima bavile organizirane službe ili osobe zadužene za njihovu distribuciju.

Pravim početkom novina može se smatrati razdoblje ubrzo nakon Gutenbergova izuma tiska, koji je omogućio bržu produkciju pisanih vijesti. Tada se pojavljuju i poštanske službe (između 1464. i 1502. godine), koje su omogućile širenje tih vijesti. Vijesti su najprije objavljivane u obliku letaka, koji su s vremenom prerasli u brošure. Međutim, njihova objava nije bila periodički pravilna. U daljnjim su godinama nastajale novine u pravom smislu te riječi te se prvima smatra antverpenški dvomjesečnik *Die Nieuwe Tijdinghen* (*Novosti*). Pokrenuo ih je Abraham Verhoeven 1605. godine, a njihovo je objavljivanje zaustavljeno 1607. godine. Uslijedilo je doba tjednika (gazeta), a prvi među njima bili su *Aviso*, *Relation oder Zeitung* i *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien*. Njihov je razvoj doveo do potrebe za razgraničavanjem pojmova *gazette* i *journal* u Francuskoj pa su tako *gazette* donosile političke vijesti, dok se *journal* posvetio književnim i znanstvenim temama. Takav razvoj u Engleskoj još uvijek nije bio prisutan, a glavni je razlog ležao u cenzuri koja je onemogućavala, primjerice, objavljivanje izvještaja sa sjednica Parlamenta. Pravi su uspon novine u Engleskoj doživjele pojavom *The Timesa* koji je i danas prisutan. Pokrenut je 1785. godine, ali pod nazivom *The Daily Universal Register*. Uspon novina donio im je i određeni kredibilitet, a da su dobile na važnosti najbolje govori činjenica da su regulirane različitim zakonima i pravilnicima. Tako, primjerice, američki Ustav navodi: „Kongres neće donijeti ni jedan zakon koji bi ograničavao slobodu riječi ili tiska.“, a francuska Deklaracija o pravima

⁶ Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44284> (17. 9. 2020.)

čovjeka i građanina zagovara slobodu iznošenja misli i uvjerenja kao najdragocjenijih prava čovjeka⁷.

Osim izuma tiska, i druga su se postignuća odrazila na razvoj novina. Parni su strojevi mehanizirali njihovu izradu, telegraf je omogućio brži dolazak do novih informacija, a najveći je utjecaj zasigurno ostvario Internet - novinama se pristupa iz udobnosti vlastitoga doma, a raspon tema je beskrajan.

Slika 2.3. Kraglski Dalmatin, prve novine na hrvatskome jeziku (izvor: <https://vijesti.hrt.hr/43142/prve-novine-na-hrvatskom-jeziku>, 17. 9. 2020.)



S druge strane, pojava je interneta na neki način ugrozila novine te je njihova budućnost predmetom mnogih rasprava. U tom se kontekstu navodi pojam digitalnoga novinarstva koji predstavlja aktualnu etapu njihova razvoja. Iako je pred tiskanim novinama upitna budućnost, digitalne su se novine snažno ukorijenile u suvremeno društvo. Istraživanja pokazuju da sve više ljudi novine čita na svojim pametnim telefonima, tabletima ili računalima te da je takav trend sa sobom donio i povećanje broja čitatelja (Kantoci, 2016).

⁷ Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44284> (17. 9. 2020.)

2.1.3. Razvoj radija

Radio se smatra prvim elektroničkim masovnim medijem. Njegov se nastanak veže uz izume Nikole Tesle, G. Marconija i L. de Foresta s prijelaza iz 19. u 20. stoljeće, a razvijen je u razdoblju između 1910. i 1920. godine⁸. Isprva se radio kao medij razvijao zahvaljujući amaterima, a jedan od istaknutih je Kanadčanin Reginald Fessenden, koji je u prosincu 1906. godine odaslao prve radiosignale koji su sadržavali glas i glazbu, u trajanju od otprilike sata vremena⁹. Oba navedena izvora prvo redovito radijsko emitiranje vežu uz ime Charlesa D. Herrolda i grad San Jose 1909. godine. Radioamateri posebno su aktivni bili tijekom 1920-ih godina, a postupno su potaknuli i osnivanje komercijalnih radiopostaja. Prva među njima bila je radio postaja KDKA iz Pittsburga. Što se tiče povijesti radija u Hrvatskoj, njegove početke moguće je pratiti od 1918. godine kada je osnovana prva radiotelegrafska postaja Radio Grič, a važnom se godinom smatra i 1926. jer je to godina osnutka Radiostanice Zagreb – preteče Hrvatskog radija, odnosno Hrvatske radio-televizije. Uslijedio je uspon radija, a u *Leksikon radija i televizije* se navodi: „U godinama ekonomske krize 1930-ih radio je postao zamjenski medij industrije ploča, emitirajući informacije i glazbu, profilirajući ukus publike i usmjeravajući potrošnju, a serijali sponzorirane radio komedije (*sitcom*) spajaju potrošnju i zabavu, stvarajući najjače masovno medijsko oruđe toga razdoblja“ (2016: 428). Radio u kontekstu masovnih medija tada staje uz bok filmu, a njegovu su popularnost ubrzo spoznale i političke opcije, u čijim je rukama postao pravo oružje. Većina je europskih radiopostaja tada bila pod snažnim utjecajem države, a Sapunar to opisuje ovako: „U društvima nižih tehnologija radio je sredstvo za masovno priopćavanje vijesti narodu. Pri tome su glavni kreatori i cenzori tih vijesti političke strukture, radijski novinari su samo kozmetički oblikovatelji tih već odobrenih vijesti, a publika objekt, uglavnom pasivna masa koja prima te vijesti radi oblikovanja poželjnog ponašanja“ (Sapunar, 2000: 205).

Krajem 1940-ih došao je kraj zlatnom dobu radija, a njegovu ulogu postupno preuzima televizija. Radio se tada usmjerava na informativni program i emitiranje glazbe, a nastojao je uvoditi i novine poput dvosmjerne komunikacije 1980-ih godina, koja je aktualna i danas. Ta je novina radio pretvorila u prostor javne tribine i socijalne identifikacije, čime mu je omogućila opstanak. Uslijedila su još neka tehnološka postignuća koja su radiju pomogla u manipulaciji zvukom i davala publici ono što drugi mediji nisu, odnosno, vizualno su

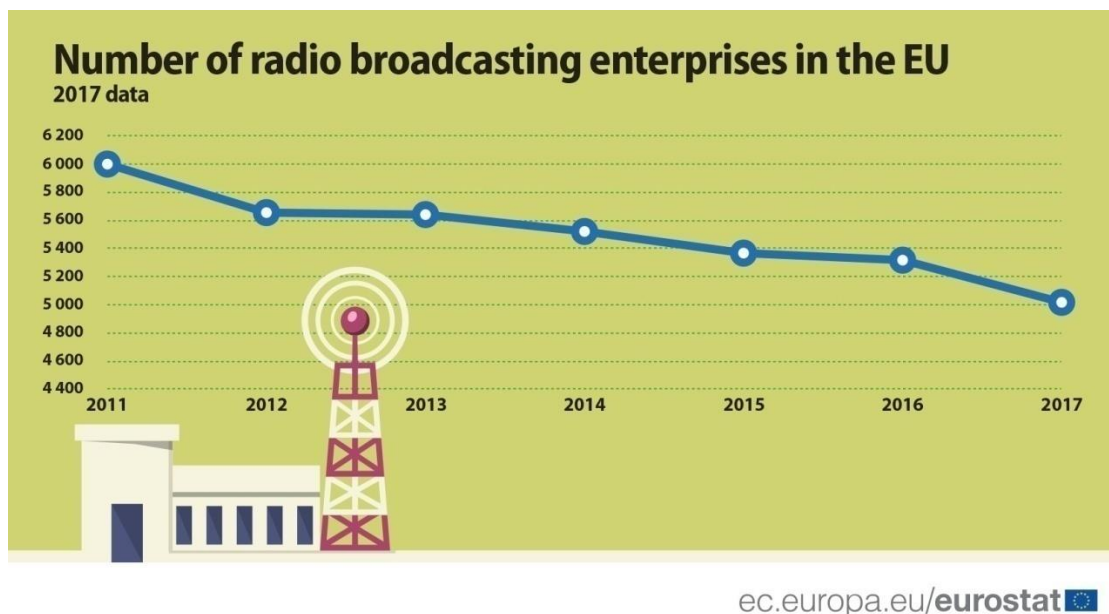
⁸ Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=51468> (17. 9. 2020.)

⁹ Preuzeto s: <https://www.britannica.com/topic/radio> (17. 9. 2020.)

nadomjestili auditivnim. Sve je to za sobom povuklo i promjenu uloge radijskoga novinara. On više nije bio pisac ili govornik, nego je postao moderator (Sapunar, 2000).

Televizija nije bila jedina prijetnja u povijesti razvoja radija jer se ubrzo pojavio i internet, koji je stubokom promijenio medijski svijet. Njegova se moć i negativan utjecaj na radio najbolje može vidjeti na Slici 2.4. koja pokazuje smanjivanje broja radiostanica kroz relativno kratko razdoblje od 2011. do 2017. godine. Opadanje toga broja počelo je puno ranije, a danas je još uvijek prisutno.

Slika 2.4. Broj radiopostaja u Europskoj uniji (izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20200213-1?fbclid=IwAR24GSEt7s5GM7tH_gFjl92RgHMypTMSZVENYvFcvr98gQhINWh65rSqIUE, 17. 9. 2020.)



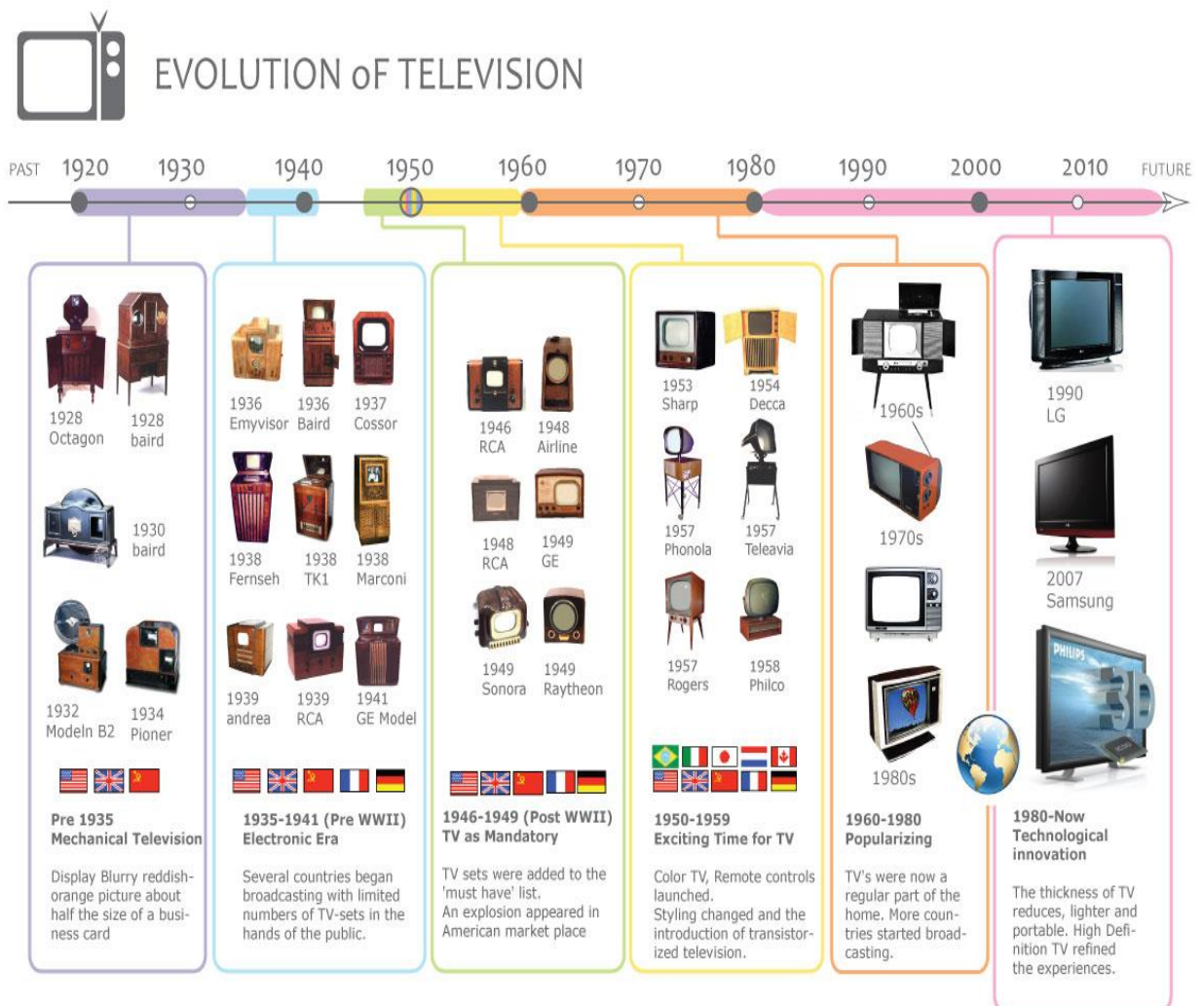
2.1.4. Razvoj televizije

Rapidan tehnološki razvoj 20. stoljeća uključuje i pojavu televizije, koja se smješta u kraj dvadesetih i početak tridesetih godina. Tada su, prema *Hrvatskoj enciklopediji*¹⁰, započeta pokusna emitiranja u velikim zemljama poput Sjedinjenih Američkih Država, Njemačke, Velike Britanije itd., a samo je nekoliko godina kasnije uvedeno redovito emitiranje. Ta su se

¹⁰ Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=60748> (17. 9. 2020.)

emitiranja odvijala pomoću mehaničkih sustava, koji su kasnije zamijenjeni elektroničkim, da bi bili razvijeni do današnjih digitalnih sustava (Slika 2.5.).

Slika 2.5. Razvoj televizije (izvor: <https://rebeccamartin6492.wordpress.com/2015/05/04/television-ratings/>, 17. 9. 2020.)



Zlatnim se dobom televizije smatra razdoblje od polovice 20. stoljeća, a u *Leksikonu radija i televizije* stoji kako je od 1950-ih godina televizija predstavljala „prozor u svijet“ te da je to ujedno bio početak televizijskog novinarstva i nastanka temeljnih rodova medija. Već je u sljedećem desetljeću zlatnoga doba televizija, poput novina i drugih medija, iskorištena u političke svrhe te je pored toga postala i socijalni i kulturni forum. Zabavna strana televizije do izražaja je došla 1970-ih godina, ali je odmah naišla na kritičare koji su joj pridavali naslov „zabavne droge“. Do kraja 20. stoljeća razgranala se ponuda televizijskih sadržaja, što je

privlačilo sve više gledatelja i povećalo potrebu za televizorima. U skladu s time, program se komercijalizira.

Uzlaznu je putanju prekinula pojava novih medija (primarno interneta), koji su započeli preuzimanje njezine zabavne uloge. Međutim, odnos televizije i interneta još je uvijek u razvoju s obzirom na to da velik dio starije populacije ipak ostaje vjeran starijim oblicima medija, a udio u tome ima i (ne)širenje medijske pismenosti. Televizija se i danas smatra jednim od najutjecajnijih medija, a izvori ju navode i kao najmoćniji mediji industrije reklamiranja. Osim samih reklama, u televizijskom je programu sve prisutnije i prikriveno oglašavanje, koje zahvaća sve medijske oblike – od filmova i drugih zabavnih emisija do informativnoga programa.

2.1.5. Pojava interneta

Prethodna poglavlja već su ukazala na revolucionarnost pojave interneta, koji predstavlja novu vrstu prijetnje svim medijskim oblicima. Pojavio se relativno nedavno – krajem 20. stoljeća kada još njegova današnja namjena i primjena nije bila primarna. Naime, internet je najprije služio komunikaciji među američkim znanstvenicima koji su se bavili vojnom industrijom. Tih 1960-ih naziv *internet* još nije bio poznat, nego se govorilo o računalnoj mreži ARPANET (eng. *The Advanced Research Projects Agency Network*). S vremenom se broj računala koja su bila povezana tom mrežom povećavao i širio na privatna računala¹¹. Desetak je godina kasnije došlo do prvog udaljenijeg spajanja kada je povezano Sveučilište Hawaii mrežom ALOHANET. Umrežavanje civilnih računala postalo je potencijalna prijetnja nacionalnoj sigurnosti, stoga se korištenje mreže za vojne potrebe seli na novu pod nazivom MILNET. Ubrzo se razvijaju i druge mreže i spajaju na postojeću, prelaze granice SAD-a, a sukladno se tome uvodi i naziv *internet*. Izvor navodi i da se službenim početkom interneta može smatrati 1992. godina kada je broj spojenih računala prešao milijunski prag¹². Ubrzanom je širenju pogodovala i pojava mreže (eng. *World Wide Web*), čime je omogućeno pregledavanje digitalnih (hipertekstualnih) dokumenata svim umreženim računalima. Danas ti digitalni dokumenti nisu samo tekstovni, nego i multimedijски. Često se taj pojam poistovjećuje s pojmom interneta, ali je važno naglasiti kako je mreža samo jedan od

¹¹ Preuzeto s: <https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883> (17. 9. 2020.)

¹² Preuzeto s: <http://e.math.hr/old/baza/internet.html> (17. 9. 2020.)

internetskih servisa. Među tim se servisima nalaze i e-pošta, FTP za udaljeni prijenos podataka i drugo. Njihov je razvoj doveo do toga da je danas moguće razgovarati putem videopoziva s osobom na drugom kraju svijeta ili kupovati iz udobnosti vlastitoga doma. Svestranost interneta tako je postupno preuzela primat među medijima. Sve ono za što je trebalo više odvojenih uređaja (npr. radio i televizor), internet je digitalizacijom ujedinio u računalo.

2.2. Manipulacija medija nad korisnicima

Mediji su ušli u brojne sfere života prosječnoga čovjeka, a u početnom je poglavlju ovoga rada već navedeno da je razvoj svakoga medija bivao prepoznat od strane političara, marketinških stručnjaka i drugih koji su taj razvoj znali iskoristiti. Mediji ne manipuliraju samo informacijama koje publika prima, nego neizravno nameću i stilove života, osobne vrijednosti te druge elemente iz domene privatnoga života pojedinaca. Primjer manipulacije medija je prikriveno oglašavanje koje primatelju medijske poruke nastoji indirektno sugerirati kupnju određene robe ili korištenje neke usluge. Međutim, nisu samo roba i usluge subjekti takvog oblika oglašavanja, nego je često moguće iščitati i nametanje svjetonazorskih načela. Uz sve to, mediji često sami sebe reklamiraju, a kao produkt toga, uz druge čimbenike, nastaju različite ovisnosti o medijima. Kod djece i mladih posebno je izražena ovisnost o društvenim mrežama na koju se često upozorava. Ta se ovisnost može smatrati i ovisnošću o popularnosti ili o društvenoj afirmaciji. Kada je riječ o manjim uzrastima, sve je češća njihova vezanost uz mobilne uređaje ili televizor putem kojih im roditelji reproduciraju crtane filmove. Taj slučaj roditelje postavlja na prvo mjesto odgovornih, ali određenu odgovornost zasigurno snose i sami mediji koji kroje preporuke prema prethodnim preferencijama publike. Na taj način sami sebe žele „prodati“, a kao nusprodukti toga se procesa često pojavljuju već navedeni problemi.

2.3. Utjecaj medija na djecu

Osim primjera navedenog u prethodnom poglavlju, utjecaj medija na djecu ne očituje se samo u virtualnom svijetu. On ondje počinje, ali se često manifestira u stvarni život. U tom se

kontekstu najčešće navodi pojam nasilja koji je predmet proučavanja brojnih istraživanja. Primjerice, jedno istraživanje provedeno na programu američkih televizija pokazalo je zabrinjavajući postotak prisutnosti nasilja u programima koje gledaju djeca i mladi. Zaključci koji su izvedeni iz toga potvrđuju ono što je konstatirano na početku ovoga poglavlja. Naime, izloženost nasilju u virtualnom svijetu povlači za sobom brojne negativne utjecaje kao što su: usvajanje agresivnih ponašanja i stavova, neosjetljivost na nasilje te strah od bivanja u položaju žrtve nasilja (Agarwal, Dhanasekaran, 2012).

Osim toga, izvor upozorava i na prisutnost eksplicitnih scena seksualnog karaktera u medijima. Sama njihova pojava nije toliko zabrinjavajuća, koliko je alarmantno to što one vrlo rijetko prikazuju odgovorno seksualno ponašanje. Tako se mlađoj publici spolni odnos prikazuje na primamljive načine koji se na kraju mogu povezati s povećanjem broja maloljetničkih trudnoća i ranijim stupanjem u seksualne odnose.

Mediji sudjeluju i u kreiranju svijesti o izgledu, što se može dovesti u korelaciju s prikrivenim oglašavanjem. Medijski prostori ispunjeni su akterima savršenog izgleda – glumcima, voditeljima, influencerima. Ideali su ljepote tako skrojeni prema ljudima koji uopće nisu onakvi kakvima se predstavljaju. Međutim, djeca i mladi to često ne razaznaju. Primjerice, sedmogodišnje dijete ne zna što su alati za uređivanje fotografija niti moć šminke pa će, gledajući sva ta prekrasna lica na ekranu, i samo poželjeti biti takvo.

2.3.1. Medijska pedagogija

Ubrzano širenje informacija postalo je dio svakodnevice sve više mladih ljudi, a posebice djece koja su od svojih najranijih dana izložena mobilnim telefonima i televiziji. Slika 2.6. prikazuje kako javnost gleda na medije, ali nije cijela javnost svjesna svih zamki modernog života u medijskome okruženju. Takav je trend iskristalizirao potrebu za sustavnim proučavanjem te izloženosti i njezina utjecaja, stoga je utemeljena medijska pedagogija. Ona „za predmet svog poučavanja ima sociopedagogijske, sociokulturalne i sociopolitičke aspekte u suvremenim sredstvima (medijskog) komuniciranja, a osobito se bazira na analizi uloge medija na svijest i ponašanja djece i mladih te, u konačnici, njihovoga osposobljavanja za kritičku analizu medijskih ponuda.“ (Tolić, 2009: 97) Već je iz toga jasno kako medijski utjecaj zahtijeva razvijanje medijske pismenosti, posebno ako se u obzir uzme manipulacija informacijama. Medijska pedagogija tako nije usmjerena isključivo na medije i njihovu ulogu

u komunikaciji, nego i na njihovu pedagošku komponentu – ulogu u odgoju djece i mladih. Tolić navodi kako u svrhu proučavanja medija kao takvih, medijska pedagogija biva usmjerena na sljedeća polja istraživanja:

- medijski odgoj (s naglaskom na medijsku pismenost i medijske kompetencije),
- medijska kultura,
- medijska didaktika,
- medijsko-znanstveno istraživanje,
- medijska socijalizacija,
- medijska etika (Tolić, 2009: 97).

Slika 2.6. Google pretraga pojma "mainstream media" (izvor: <https://www.google.com/search?q=mainstream+media&sxsr=ALeKk03jMBmZn9TkAsDeaR0YooWg0OMsQ:1603737357365&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiLof6b89LsAhVwsYsKHT4WA0gQAUoAXoECBQQA&biw=1366&bih=657>, 17. 9. 2020.)



3. Medijska pismenost

Razvoj medija, kao što je već navedeno, utjecao je na brojne domene života prosječnoga čovjeka. Svakodnevna izloženost medijima omogućila mu je pristup ogromnom broju informacija, ali je istovremeno osvijetlila potrebu za kritičkim vrednovanjem tih informacija. Tako je uveden pojam medijske pismenosti koji se može definirati kao „sposobnost ostvarivanja pristupa medijima, razumijevanja i kritičkog vrednovanja različitih aspekata medija i medijskog sadržaja te komuniciranja u različitim kontekstima“¹³. Važnost toga pojma u suvremenom društvu naglašava i činjenica da je izdana i *Europska povelja o medijskoj pismenosti* koja, uz definiciju pojma, navodi i kako bi medijski pismena osoba trebala biti u mogućnosti:

- „učinkovito koristiti medijske tehnologije za pristup, čuvanje, ponovno dobivanje i dijeljenje sadržaja prema svojim individualnim i društvenim potrebama i interesima;
- imati pristup i donositi informirane izbore o širokom rasponu medijskih oblika i sadržaja iz različitih kulturnih i institucionalnih izvora;
- razumjeti kako se i zašto stvara medijski sadržaj;
- kritički analizirati tehnike, jezik i konvencije koje se koriste u medijima, kao i poruke koje prenose;
- kreativno koristiti medije za izražavanje i komuniciranje ideja, informacija i mišljenja;
- prepoznati i izbjegavati ili dovoditi u pitanje neželjene, uvredljive ili štetne medijske sadržaje i usluge;
- učinkovito koristiti medije u ostvarivanju svojih demokratskih prava i građanskih odgovornosti.“¹⁴.

Medijska pismenost opisana je i kroz pet temeljnih koncepata, kako navode Kellner i Share¹⁵:

- Prvi koncept sve medijske poruke smatra konstruiranim (izgrađenim), a još ga se naziva i principom netransparentnosti. Ta se netransparentnost očituje u činjenici da mediji stvarnost ne opisuju onakvom kakva ona jest niti se ti opisi mogu pohvaliti

¹³ Preuzeto s: https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hr/FTU_3.6.2.pdf (17. 9. 2020.)

¹⁴ Preuzeto s: <https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/>, (17. 9. 2020.)

¹⁵ Preuzeto s: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/towardscritmedlit.pdf> (17. 9. 2020.)

jednostavnošću, nego se medijski opis smatra konstrukcijskim procesom koji uključuje selekciju činjenica. Sve u svemu, prvi se koncept medijske pismenosti svodi na dekodiranje medijskih poruka, što predstavlja i polazišnu točku medijske pismenosti. Kako se navodi u Tablici 3.1., postavlja se pitanje *Tko je kreirao ovu poruku?*, što implicira pitanje autorstva pri kritičkom vrednovanju medijskih poruka.

- Drugi se temeljni koncept tiče kodova i konvencija, odnosno kreativnih postupaka kojima se tvore medijske poruke. Ti se kreativni postupci utvrđuju uz pomoć semiotike¹⁶ koja razlikuje denotativno i konotativno značenje medijskih poruka. Cilj je promicanja medijske pismenosti pronicanje upravo u ta značenja, s obzirom na to da se prvo odnosi na doslovno značenje, dok se drugim izriče nešto apstraktnije (npr. preneseno značenje).
- Nadalje, treći koncept usmjeren je na primatelje medijskih poruka – gledatelje, slušatelje ili čitatelje. Temelji se na činjenici da svaki pojedinac može drugačije interpretirati određenu medijsku poruku, ovisno o svome interdiskurzivnom kontekstu.
- Samim se sadržajem medijskih poruka izravno bavi četvrti temeljni koncept, koji propituje njihovu ideologiju i pristranost te sve konotacije vezane uz njih. Tako se, primjerice, u četvrti koncept može ubrajati promatranje medijskih poruka određene radio-postaje sa stajališta feminističke teorije.
- Na kraju, peti se temeljni koncept bavi motivacijom, odnosno svrhom medijskih poruka. Medijski će se pismena osoba u skladu s njime zapitati koji je cilj određene poruke te će uključiti i mogućnost financijskoga profita. Naime, medije se često smatra pukim izvorima informacije i zabave, dok se zanemaruje njihova ekonomska pozadina i pitanje njihove egzistencije.

Navedeni su segmenti medijske pismenosti samo površina toga pojma, a on sam danas predstavlja važan društveni fenomen te je kao takav važan za svakoga pojedinca u njegovu privatnu i poslovnu životu.

¹⁶ Semiotika je znanstvena disciplina (unutar jezikoslovlja i šire) koja se bavi proučavanjem različitih znakovnih (semiotičkih) sustava koji sadrže ili prenose informacije (jezik, običaji, komuniciranje životinja i dr.) i proučavanjem takva stvaranja značenja iz znakovnih sustava unutar zajednice (društva). (Preuzeto s: <https://proleksis.lzmk.hr/4831/>, 17. 9. 2020.)

Tablica 3.1. Pet temeljnih koncepata medijske pismenosti (izvor: <https://www.tes.com/lessons/WqcCiVccuxek1A/media-literacy-resources>, 17. 9. 2020.)

ključne riječi	5 temeljnih pitanja	5 temeljnih koncepata
autorstvo	Tko je autor poruke?	Sve su poruke „konstruirane“.
oblik	Koje su kreativne tehnike u službi privlačenja pažnje?	Medijske su poruke sastavljene kreativnim jezikom koji sadrži vlastita pravila.
publika	Na koje bi načine ljudi mogli shvatiti ovu poruku drugačije od mene?	Različiti ljudi različito razumiju istu medijsku poruku.
sadržaj	Koji su životni stilovi, vrijednosti i stajališta predstavljeni iz poruke ili izostavljeni iz nje?	Mediji imaju ugrađene vrijednosti i stajališta.
svrha	Zašto se ova poruka šalje?	Većina je medijskih poruka usmjerena zaradi profita i/ili moći.

3.1. Razvoj medijske pismenosti

Tolić (2009) navodi kako se često netočno pojam medijske pismenosti poistovjećuje s već spomenutim pojmom medijskoga odgoja (dijela medijske pedagogije). Razvoj medijske pismenosti zapravo je samo jedan od preduvjeta uspješnosti medijskoga odgoja, a moguće ga je pratiti shvaćenog kao pokret. Naime, Pérez Tornero i Variz u svojoj knjizi *Media Literacy and New Humanism* (2010) opisuju medijsku pismenost kao pokret koji posjeduje specifične karakteristike, strategije, stilove i metode, uobičajene prakse te obrazovne aktivnosti. Smatraju da se počeo razvijati zahvaljujući dvama faktorima. Prvi je faktor inovacija u akademskom kurikulumu, tj. činjenica da su inovacije u obrazovanje sa sobom donijele potrebu za digitalnim i medijskim kompetencijama. Moguće je za primjer uzeti dostupnost literature putem mrežnih izvora ili stvaranje radova pomoću digitalnih alata, što je postalo osnovnim dijelom suvremenoga obrazovanja. Učenici, studenti pa i nastavnici stoga trebaju posjedovati navedene kompetencije kako bi uspješno ovladali „novim“ tehnologijama te ih primijenili u svome radu. Nadalje, drugi je faktor razvoj strategije za promicanje

informativnog društva¹⁷, čime je medijska pismenost postala dijelom javnih politika te kao takva i službeni dio ljudskog djelovanja. (Pérez Tornero, Variz, 2010). Jedan je od tih primjera i već spomenuta *Europska povelja o medijskoj pismenosti*, a tome se može pridodati i pojava medijske pismenosti u nacionalnim kurikulumima.

S druge strane, razvoj medijske pismenosti moguće je pratiti i kroz povijest pismenosti. Izvori pojavu pojma medijske pismenosti svrstavaju u razdoblje 1960-ih¹⁸. Do tih se godina medijska pismenost proučavala pod pojmom komunikacije, a takva istraživanja datiraju čak u vrijeme antičkih filozofa.

Tablica 3.2. Razvoj pismenosti kroz povijest (izvor: Perez Tornero, Vadiz, 2010: 33)

povijesna epoha	glavni mediji	kompetencije	društveno-kulturalne posljedice
antika i srednji vijek	verbalna komunikacija i komunikacija gestama razvoj pisane abecede	GOVORNE KOMPETENCIJE usavršavanje jezika u govoru i gestikulacije PISMENE KOMPETENCIJE pismene kompetencije (čitanje i pisanje)	usustavljivanje i očuvanje znanja kroz usmenu tradiciju društvo se počinje organizirati oko dokumenata i pisanih tekstova
renesansa – prosvjetiteljstvo prva industrijska revolucija	razvoj tiskarske industrije: tisak, knjige itd.	PISMENE KOMPETENCIJE povećanje i širenje pismenosti	napreci u empirijskoj znanosti i filologiji
druga industrijska revolucija	pojava elektroničkih medija: telefona, filma, radija i televizije	AUDIOVIZUALNE KOMPETENCIJE audiovizualna pismenost	pojava masovnih i usmjerenih potrošačkih društava
informativno društvo treća industrijska revolucija	digitalni mediji i internet	DIGITALNE KOMPETENCIJE digitalna pismenost MEDIJSKE KOMPETENCIJE medijska pismenost (u kontekstu medijske konvergencije)	prevladavanje tehnologije u organizaciji društva globalizacija eksplozija znanja

Svako je povijesno razdoblje obilježeno dominacijom određenoga medija koji je zahtijevao određenu pismenost, a prethodni se izvor slaže u tome da korijen bilo kakvoga proučavanja

¹⁷ „Informativno društvo“ – naziv koji se od početka 1990-ih upotrebljava u dokumentima Europske unije za označavanje suvremenog društva, koje svoj gospodarski, znanstveni i kulturni razvoj zasniva na uvođenju i širenju računalne i telekomunikacijske tehnologije te stvaranju, obradbi i prijenosu informacija kao temelj za rast produktivnosti društva.“ (Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27411>), 17. 9. 2020.)

¹⁸ Preuzeto s: https://www.youtube.com/watch?v=oXf0F4GYzWQ&ab_channel=CrashCourse (17. 9. 2020.)

medijske pismenosti leži upravo u samoj pismenosti. Iz navedenoga se može zaključiti da medijska pismenost potječe od antike kada je glavni medij bio usmena predaja – predmet istraživanja brojnih filozofa (npr. u okviru retorike). Tehnološkim razvojem pojavilo se tiskarstvo pa je pisanje došlo u središte znanstvenog interesa. Zatim se pojavom radija, televizije i drugih medija pojavila potreba za audiovizualnom pismenošću, koja je prethodila digitalnoj i medijskoj. Dakle, razvoj medijske pismenosti pratio je razvoj medija (Perez Tornero, Vadiz, 2010).

Dvadeseto je stoljeće posebno plodno kada je riječ o medijskoj pismenosti. Obilježeno je, kako je već spomenuto, pojavom potrebe za audiovizualnom pismenošću s obzirom na pojavu novih medija i novih načina zabave poput gledanja filmova. Znanstvenici su stoga svoju pažnju usmjerili na proučavanje radija, televizije i drugih tada prisutnih medija te se u okviru toga razvila tri dominantna pristupa na njih:

- zaštitnički, protekcionistički (eng. *the protectionist orientation*)
- promicateljski (eng. *the promoting orientation*)
- participativni (eng. *the participatory orientation*).

Prema Pérezu Torneru i Varizu (2010) protekcionistički pristup usmjeren je na zaštitu ranjivih skupina u medijskome prostoru. S obzirom na moć medija koja je svakim danom sve veća, nastoji razviti preventivne i obrambene postupke kao što je uspostavljanje politike koja će regulirati medije i nadzirati njihov rad. Protekcionizam je posebno fokusiran na ranjive skupine kao što su djeca i mladi, a bavi se i seksualnim sadržajima, ksenofobijom, rasizmom te drugim oblicima mržnje ili isključenosti.

Nadalje, autori promicateljski pristup povezuju uz promicanje svijesti o svijetu medija i osnaživanje civilnoga društva. Taj se pristup temelji na tvrdnji da novi mediji građanima nude mogućnosti za napredak. Preduvjetom toga napretka smatra se konstruktivni odnos između medija i ljudskih sposobnosti kao što su kreativnost i komunikativnost.

Na kraju, participativni pristup fokusiran je na komunikaciju i njezine pozitivne učinke na razvoj znanja, interaktivnosti i dijaloga. Iako se čini da je takav pristup usmjeren na društvo u cjelini, njegove su postavke usmjerene na pojedinca – njegovu samostalnost i mogućnosti u upravljanju vlastitim napretkom. Jednostavnije rečeno, participativni pristup pojedinca smatra odgovornim za vlastito medijsko opismenjavanje u svrhu njegova boljitka kao građanina i kao individue.

3.2. Razvoj medijske pismenosti u školi

Medijska je pismenost postala imperativom suvremenog društva, a samim time i imperativom obrazovanja. „Stručnjaci smatraju da bi s medijskim obrazovanjem djece trebalo početi onog trenutka kada djeca prvi put stupe u kontakt s medijima i medijskim sadržajima. (...) Neovisno o uključenosti medijskog obrazovanja u obrazovni sustav, važno je da svi odgojno-obrazovni djelatnici, sukladno svojim mogućnostima i znanjima, potiču medijsko obrazovanje koje je postalo neophodno za život u današnjem društvu”¹⁹. Nova su tehnološka postignuća nekoliko puta mijenjala tijek povijesti, a isto se događa i sada. Kako se ta postignuća implementiraju i kako ih se uči implementirati ovisi o obrazovnoj sferi zajednice. Obrazovanje o medijskoj pismenosti u ovom je trenutku djelomično usustavljeno.

Razvoj medijske pismenosti u školi, nakon nadležnih institucija, ovisi o učiteljima i nastavnicima. Kako bi ju razvijali, uz odličnu medijsku pismenost trebaju moći:

- kreirati okolinu za učenje i poučavanje medijske pismenosti (osmišljavati zadatke, poticati istraživanje),
- stvarati multimedijske sadržaje u skladu s onime što poučavaju,
- surađivati u virtualnom okružju (što uključuje i komunikacijske kompetencije),
- uvidjeti utjecaj novih medija na psihosocijalne aspekte života svojih učenika,
- prihvatiti novu obrazovnu strukturu u kojoj je učenik u središtu nastavnog procesa (Perez Tornero, Vadiz, 2010).

3.2.1. Medijska pismenost u Školi za život

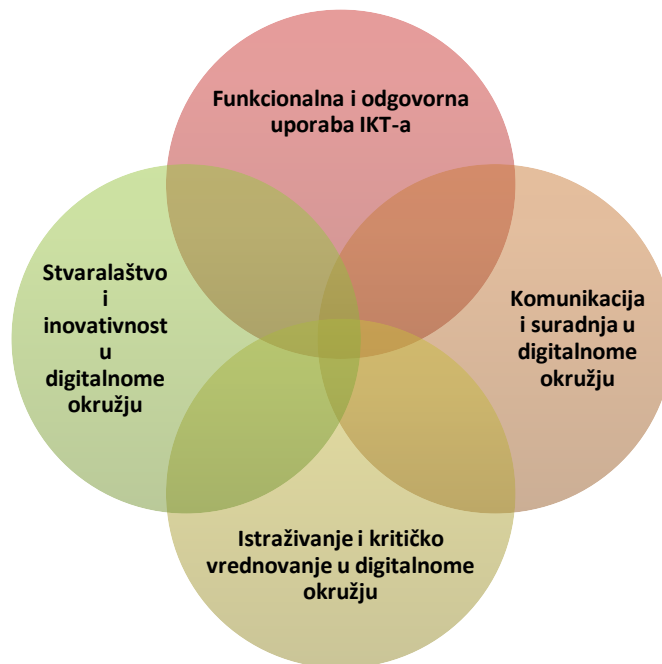
Medijska je pismenost, u skladu s europskim obrazovanjem i načelima Europske unije, uvedena i u hrvatsko obrazovanje. Svoje je izravno mjesto u novom kurikulumu pod nazivom *Škola za život* pronašla unutar međupredmetne teme *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT)*, a do tada se uglavnom poučavala na satima informatike ili na satu razrednika. Kurikulum²⁰ navodi da je svrha te međupredmetne teme osposobiti učenika za

¹⁹ Preuzeto s: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf> (17. 9. 2020.)

²⁰ Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_150.html (17. 9. 2020.)

pravilnu i odgovornu uporabu digitalne, informacijske, računalne i medijske tehnologija, a samim time mu stvoriti preduvjete za sudjelovanje i odlučivanje u digitalnom dobu. Njezini ciljevi nisu usmjereni samo na obrazovnu sferu učenikova života, nego nastoje obuhvatiti i privatnu i radnu sferu. Kako bi to bilo ostvarivo, tema je strukturirana od četiriju međusobno povezanih domena, od kojih je svaka usmjerena na razvoj određenih vještina.

Slika 3.1. Domene međupredmetne teme *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije* (izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_150.html, 17. 9. 2020.)



Kurikulum preporučuje iskustveno učenje kao korisno i svrsishodno, s obzirom na to da su teorijska znanja često nedovoljna, a unutar toga i učenje kroz igru, stvaranje, otkrivanje i istraživanje. Pogledaju li se odgojno-obrazovni ciljevi predviđeni za pojedine obrazovne cikluse, vidljivo je da je ta preporuka i implementirana u nastavu.

Uloga učitelja u procesu poučavanja te međupredmetne teme nije izostavljena. Naglašava se da učitelj, uz svoje pedagoške kompetencije, treba biti upućen u kurikulum, odgojno-obrazovna očekivanja, ali i realne mogućnosti koje mu pruža škola te da je stalno usavršavanje preduvjet za uspješno poučavanje.

3.2.2. Prijedlozi aktivnosti za razvoj medijske pismenosti u školi

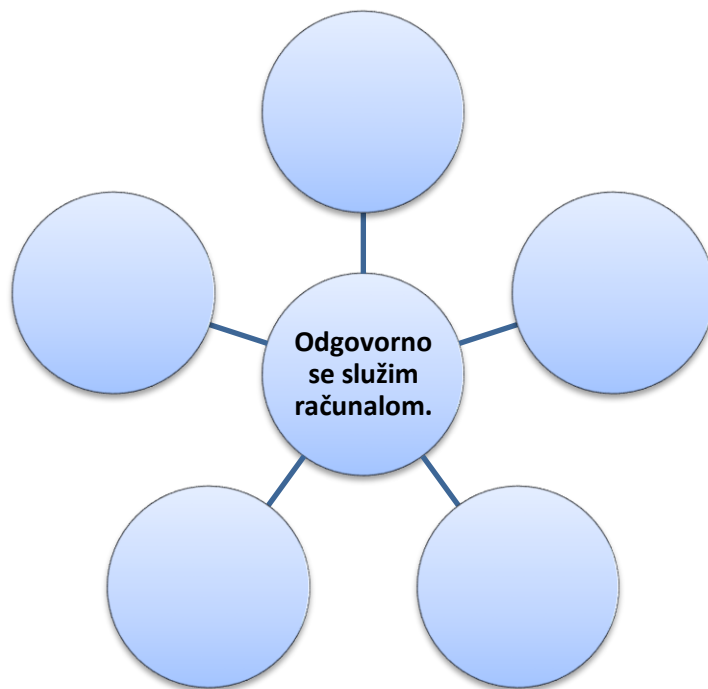
U skladu sa zahtjevima kurikuluma moguće je osmisliti čitav niz aktivnosti za razvoj medijske pismenosti u nastavi – samostalno ili integrirano. U nastavku se nalaze moguće aktivnosti s ishodima učenja za razrednu nastavu (I. i II. ciklus) za svaku od četiri domene. Iako je C. domena usmjerena na razvoj medijske pismenosti, opisane su i aktivnosti za druge domene s obzirom na to da su funkcionalna uporaba informacijsko-komunikacijskih tehnologija kao i komunikacija, stvaralaštvo i inovativnost u digitalnome okružju preduvjeti za medijsku pismenosti.

I. ciklus, A. domena (ikt A.1.3.)

- **ishod učenja:** Učenik primjenjuje pravila za odgovorno i sigurno služenje programima i uređajima.
- **nastavni predmet:** Priroda i društvo
- **tematska cjelina:** Energija
- **trajanje aktivnosti:** 7-10 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** uručak, udžbenik
- **upute:**

Aktivnost se ostvaruje olujom ideja, a predviđena je za etapu usustavljanja. Prethodi joj predavanje o energiji i njezinom racionalnom trošenju. Dio je toga i učenje o potrebi isključivanja računala, a u sklopu se toga (prije ove aktivnosti) učenicima treba opisati postupak pravilnog isključivanja računala ukoliko im nije poznat. Učenike se upućuje i na zatvaranje programa kojima se ne koriste, u svrhu izbjegavanja preopterećenja sustava. Potrebno je predavanje obogatiti takvim primjerima kako bi učenici bili u mogućnosti ispuniti uručak (Slika 3.2.). Učenici imaju otprilike 5 minuta za ispunjavanje uručka, a nakon toga slijedi izlaganje i razgovor o onome što su napisali.

Slika 3.2. Uručak s olujom ideja (izvor: vlastita slika)



I. ciklus, B. domena (ikt B.1.1.)

- **ishod učenja:** Učenik uz učiteljevu pomoć komunicira s poznatim osobama u sigurnome digitalnom okružju.
- **nastavni predmet:** Sat razrednika
- **tematska cjelina:** Drugi i ja
- **trajanje aktivnosti:** 15 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** pjesma (https://www.youtube.com/watch?v=QmtvGXJu3mc&ab_channel=DjecjaTV)
- **upute:**

Predviđena je aktivnost u kojoj će učenici komunicirati s poznatim osobama u sigurnome digitalnom okružju. Poznate će osobe predstavljati učenici u razredu, a digitalno okružje platforma kojom se učenici inače koriste (npr. Loomen, Google Classroom i slično). Ta će aktivnost predstavljati središnji dio nastavnoga sata, a prethodit će joj slušanje pjesme *Ptica rugalica* te u skladu s njome i heuristički razgovor o primjerenoj komunikaciji na internetu. Prije prelaska na obavljanje aktivnosti, učitelj daje upute o pristupu opciji čavrljanja na platformi te upozorava na

primjenu prethodno opisanih pravila ponašanja na internetu. Dok učenici obavljaju aktivnost, učitelj ih nadzire i pomaže ako je potrebno. Ako učenici nemaju ideje o temama za razgovor, učitelj ih poziva da komuniciraju o onome o čemu bi inače komunicirali tijekom odmora ili slobodnoga vremena (npr. o omiljenim filmovima ili igrama, sportu i sl.). Mrežna komunikacija trebala bi trajati oko 10 minuta, a nakon nje slijedi razgovor o iskustvu komunikacije u digitalnom okruženju te savjetima kako ju poboljšati.

I. ciklus, C. domena (ikt C.1.4.)

- **ishod učenja:** Učenik uz učiteljevu pomoć odgovorno upravlja prikupljenim informacijama.
- **nastavni predmet:** Priroda i društvo
- **tematska cjelina:** Proljeće
- **trajanje aktivnosti:** 10 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, rad u paru
- **nastavna sredstva i pomagala:** udžbenik, računalo ili tablet
- **upute:**

Učenici uče o proljeću – biljkama, životinjama i vremenskim prilikama karakterističnima za to godišnje doba. Jedna od motivacijskih aktivnosti je i ova u kojoj učenici trebaju popuniti informacije o vjesnicima proljeća na temelju pretraživanja interneta, a važno je napomenuti da se aktivnost treba odraditi prije najave teme. Aktivnost započinje tako da učitelj učenicima podijeli uručke (Tablica 3.3.) te im zadaje da najprije pročitaju što se nalazi u tablici te da drugi i treći stupac ispune tako što će pokušati pronaći informacije na internetu. Učitelj ih poziva da uzmu svoje tablete ili uključe računala (ovisno o opremljenosti učionice) te da otvore pretraživač *Google-a* na kojoj će upisati traženi pojam te ga upisati u tablicu. Dok učenici ispunjavaju tablice, učitelj ih nadgleda i pomaže po potrebi, a po završetku ih proziva da pročitaju svoje odgovore. Nakon toga ih upućuje na posljednji stupac u tablici i ispituje gdje su pronašli svoje informacije te im govori da u taj stupac trebaju napisati naziv stranice na kojoj su pronašli sadržaj. Po završetku ih upozorava na važnost navođenja izvora i upravljanja informacijama jer treba uvažavati autorstvo. Tome se može dodati i razgovor o točnosti navoda na internetu te primjerenosti izbora izvora. Nakon aktivnosti učitelj najavljuje temu prema trećem stupcu u tablici.

Tablica 3.3. Uručak o visibabi (izvor: vlastita slika)





biljka	boja latica	godišnje doba u kojemu raste	Gdje sam pronašao/pronašla informacije?
visibaba			
jaglac			
šafra			

I. ciklus, D. domena (ikt D.1.4.)

- **ishod učenja:** Učenik prepoznaje oznake vlasništva djela i licencije za dijeljenje sadržaja koje treba poštovati.
- **nastavni predmet:** Likovna kultura
- **tematska cjelina:** Točka i crta
- **trajanje aktivnosti:** 25 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** Slika 3.3. na slikokazu ili uručku, udžbenik, računalo, projektor
- **upute:**

U motivacijskome dijelu sata ovoj aktivnosti treba prethoditi teorijsko pojašnjenje licencija za dijeljenje sadržaja sa Slike 3.3. Poželjno bi bilo pripremiti uručke ili slikokaz kako bi se učenici u svakome trenutku mogli prisjetiti izgleda ikona i njihovih značenja. Uvodni dio trebao bi sadržavati i pojmove vezane uz tematsku cjelinu (npr. crte po toku i karakteru). Sama aktivnost podrazumijeva kreativno likovno izražavanje. Naime, učenici trebaju flomasterima izraditi likovni rad jedne od ikona te ispod nje napisati njezin opis vlastitim riječima, ali uz učiteljevu pomoć. Tijekom izrade (crtanja) učenici bi trebali primijeniti znanja iz uvodnoga dijela. Važno im je napomenuti da njihovi radovi ne moraju u potpunosti odgovarati onima na uručku ili slikokazu, nego odražavati njihovu percepciju istih.

Slika 3.3. Ikone CC licenci (izvor: https://www.srce.unizg.hr/files/srce/docs/CEU/srce_upute_e-kolegiji_0.pdf, 17. 9. 2020.)

Ikona	Naziv i kratica	Značenje
	Imenovanje (BY)	Odabirom ove ikone autor dopušta distribuiranje, mijenjanje i preradu svog djela uz navođenje autora izvornoga djela.
	Dijeli pod istim uvjetima (SA)	Odabirom ove ikone autor dopušta umnažanje, distribuiranje, priopćavanje i prerađivanje svoga djela sve dok se primjenjuje ista licenca. Ako se želi distribuirati djelo pod drugim uvjetima, potrebna je dozvola autora.
	Nekomercijalno (NC)	Odabirom ove ikone autor dopušta distribuiranje, mijenjanje i preradu svoga djela u sve osim u komercijalne svrhe.
	Bez prerada (ND)	Odabirom ove ikone autor dopušta distribuiranje i umnažanje svoga djela bez mogućnosti prerađivanja. Za prerađivanje djela potrebno je dopuštenje autora.

II. ciklus, A. domena (ikt A.2.2.)

- **ishod učenja:** Učenik se samostalno koristi njemu poznatim uređajima i programima.
- **nastavni predmet:** Glazbena kultura
- **tematska cjelina:** Tradicijska glazba
- **trajanje aktivnosti:** 5 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** računalo, CD uz udžbenik
- **upute:**

Učenici dobivaju zadatak samostalno pronaći način na koji će poslušati određenu skladbu (pjesmu). Na raspolaganju im je računalo pa tako mogu pokušati potražiti skladbu na nekoj od mrežnih stranica ili to mogu učiniti umetanjem CD-a, koji je popratni materijal uz udžbenik, te pokretanjem odgovarajućeg računalnog programa za slušanje glazbe.

II. ciklus, B. domena (ikt B.2.3.)

- **ishod učenja:** Učenik primjenjuje komunikacijska pravila u digitalnome okružju.
- **nastavni predmet:** Hrvatski jezik
- **tematska cjelina:** Dijalog
- **trajanje aktivnosti:** 30 minuta

- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad, rad u paru
- **nastavna sredstva i pomagala:** videozapis (<https://youtu.be/KHwSHhU2Q8Y>), računalo, projektor
- **upute:**
Aktivnosti može prethoditi razgovor o učestalosti korištenja mobilnim telefonima i društvenim mrežama. Učenici najprije gledaju videozapis koji učitelj reproducira na platno kako bi svi istovremeno mogli pratiti. Učitelj može nakon gledanja videozapisa postaviti nekoliko kratkih pitanja o gledanom, ali se preporučuje njihovo umetanje nakon određenih scena. Primjerice, nakon scene koja govori o psovkama u mrežnoj komunikaciji, učitelj može postaviti pitanje: „Kako možemo nekoga uvrijediti na internetu?“ ili „Kako možemo izbjeći pisanje ružnih riječi?“. Sama aktivnost sadržava komunikaciju u digitalnom okružju, a to će digitalno okružje biti platforma koju su učenici već s učiteljem upoznali (npr. Loomen). Zadatak im je 5 minuta komunicirati s osobom koja se nalazi nakon njih u imeniku. Nakon komunikacije, učitelj nasumično odabire nekoliko razgovora i čita ih. Upozorava na potencijalne pogreške koje se krše s načelima pravilne i primjerene komunikacije te nudi rješenja, ali najprije traži savjet od drugih učenika.

II. ciklus, C. domena (ikt C.2.1.)

- **ishod učenja:** Učenik uz povremenu učiteljevu pomoć ili samostalno provodi jednostavno istraživanje radi rješenja problema u digitalnome okružju.
- **nastavni predmet:** Informatika
- **tematska cjelina:** Digitalni tragovi
- **trajanje aktivnosti:** 10 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** računalo, udžbenik
- **upute:**
Digitalni tragovi važan su segment medijske pismenosti, a kako bi se na njih upozorilo, učenici u ovoj aktivnosti trebaju u tražilicu upisati vlastito ime i prezime kako bi pronašli svoje digitalne tragove. Aktivnost je prikladna za etapu usustavljanja znanja jer joj trebaju prethoditi teorijska pozadina o digitalnim tragovima – od definicije do svega onoga što oni podrazumijevaju (npr. komentari,

fotografije i sl.). Nakon istraživanja vodi se razgovor o pronađenome, a zatim učitelj objašnjava načine za izbjegavanje ostavljanja digitalnih tragova (npr. uklanjanje oznaka na fotografijama).

II. ciklus, D. domena (ikt D.2.2.)

- **ishod učenja:** Učenik rješava jednostavne probleme s pomoću digitalne tehnologije.
- **nastavni predmet:** Matematika
- **tematska cjelina:** Mjerne jedinice za površinu
- **trajanje aktivnosti:** 7 minuta
- **nastavni oblici:** frontalni rad, individualni rad
- **nastavna sredstva i pomagala:** računalo
- **upute:**

Aktivnost je moguće primijeniti u bilo kojoj tematskoj cjelini vezanoj uz mjerne jedinice ili uporabu kalkulatora. Korisna je u središnjoj etapi nastavnoga sata, a preporučuje se za provjeru računskih zadataka. Kada je riječ o mjernim jedinicama za površinu, učitelj može provesti ovu aktivnost nakon rješavanja zadataka kao u sljedećem primjeru:

1. Izračunajte:

a) $15 \text{ m}^2 = \underline{\hspace{2cm}} \text{ cm}^2$

b) $4 \text{ dm}^2 = \underline{\hspace{2cm}} \text{ cm}^2$

c) $7 \text{ cm}^2 = \underline{\hspace{2cm}} \text{ m}^2$

d) $15 \text{ mm}^2 = \underline{\hspace{2cm}} \text{ dm}^2$.

Naime, kada učenici završe s izračunavanjem, učitelj im predlaže „novu“ metodu provjere koja će im biti korisna pri samostalnom radu (npr. pri pisanju domaće zadaće). Najprije ih pita imaju li ideje te im daje asocijacije na internetske stranice kako bi ih naveo na odgovor, a zatim ih poziva da neku od navedenih internetskih stranica iskušaju.

4. Zaključak

Mainstream mediji svoje korijene imaju u pojavi preteče tiska, ksilotipije, u 12. stoljeću. Prvo širenje doživljavaju pojavom novina, koje su prvotno služile kao izvor vijesti i informacija koje su na taj način mogle brže i jednostavnije doći do zajednice; preko radija koji je zvukom činio isto to, a uz to i omogućio slušanje glazbe, radijskih emisija koje su bile različitih edukativnih, kulturnih i sličnih tematika, do pojave televizije u prošlom stoljeću kojom je počela masovna komercijalizacija i kojom su mediji postali odskočna daska za reklamiranje i prodaju. Internet kojim se u svojim začecima koristila samo vojska, sada je nezaobilazan dio svakodnevnog života i obuhvaća sve prethodno navedene medije i objedinjava ih remedijacijom u jedan. Svojom popularnošću, mediji su bili i još uvijek jesu masovno korišteni od strane politike za propagande i predstavljanje predizbornih kampanja i obećanja, od strane moćnih globalnih korporacija za reklamiranje i *product placement*, a meta su istih obično najranjivije skupine, u koje se ubrajaju i djeca. Internet se koristi u beskrajno mnogo različitih svrha i njegovo postojanje je u današnje vrijeme od velike važnosti. Komunikacija s obitelji s kojom trenutno nismo u mogućnosti biti fizički je samo jedan od primjera, pogotovo trenutno, u vrijeme globalne pandemije. Televizija je također u ovo vrijeme bila glavni izvor vijesti i direktan izvor informacija. Svi ovi mediji imaju svoja obilježja i ljudi njima mogu činiti različite stvari i izbore. Nešto od toga može biti i opasno - od lažnih vijesti, masovne komercijalizacije i prodaje koja je prisutna na svakom koraku i koja je postala glavni cilj vodećih medija, neprimjerenih sadržaja svih vrsta i sadržaja koji stvaraju ovisnost i dr. Stoga je, pogotovo u današnje vrijeme, od iznimne važnosti od malih nogu djeci usađivati vrijednosti i razvijati svijest o odgovornom korištenju medija, kako u školi, tako i kod kuće. Razvijanje medijske pismenosti je za nove generacije možda i najvažnija sastavnica njihovog odgoja i obrazovanja, a pomoću širokog spektra aktivnosti po novom kurikulumu u školi, ali i kod kuće, to im se može osigurati. Postoji beskonačno mnogo mogućnosti i primjera aktivnosti, internet je pun ideja i materijala koji se mogu besplatno koristiti, ali je na nama da steknemo naviku i usadimo prvo sebi učiteljima, zatim roditeljima, ali i djeci odgovornost i potrebu za razvijanje medijske pismenosti, jer ona je svakako budućnost svih nas i njezin razvoj je prijeko potreban za razvoj čovječanstva.

Popis literature

KNJIGE

1. Agarwal, V., Dhanasekaran, S. (2012). Harmful Effects of Media on Children and Adolescents. *J. Indian Assoc. Child Adolesc. Ment. Health*, 8(2), 38–45. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ989518.pdf>
2. Galić, M. (Ed.). (2016). *Leksikon radija i televizije* (2. izdanje). HRT i Naklada Ljevak.
3. J M Pérez Tornero, Tapio Varis, Education, I. (2010). *Media literacy and new humanism*. Unesco Institute For Information Technologies In Education.

ČLANCI

4. Bolanča, S., Golubović, K. (2008). TEHNOLOGIJA TISKA OD GUTENBERGA DO DANAS. *Senjski Zbornik*, 35(1), 125–146. https://bib.irb.hr/datoteka/436171.8_BOLANA-GOLUBOVI.pdf
5. Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/01596300500200169>
6. Sapunar, M. (2000). Radio u 21. stoljeću. *Politička Misao : Časopis Za Politologiju*, 37(1), 205–210. <https://hrcak.srce.hr/27494>
7. Tolić, M. (2009). TEMELJNI POJMOVI SUVREMENE MEDIJSKE PEDAGOGIJE. *Život i Škola : Časopis Za Teoriju i Praksu Odgoja i Obrazovanja*, LV(22), 97–103. <https://hrcak.srce.hr/47431>

INTERNETSKI IZVORI

8. CrashCourse. (2018). History of Media Literacy, Part 1: Crash Course Media Literacy #2 [YouTube Video]. *YouTube*.
https://www.youtube.com/watch?v=oXf0F4GYzWQ&ab_channel=CrashCourse
9. *mainstream mediji > mediji glavne struje, prevladavajući mediji - Bolje je hrvatski!* (n.d.). *Bolje.Hr*. Retrieved October 26, 2020, from <https://bolje.hr/rijec/mainstream-mediji-gt-mediji-glavne-struje-prevladavajuci-mediji/51/>
10. Nakić, A., & Ugarina, I. (2005). Internet baza matematičkih pojmova: e-Ghetaldus, Dodatak 1. *E.Math.Hr*. <http://e.math.hr/old/baza/internet.html>
11. novine | Hrvatska enciklopedija. (n.d.). In *www.enciklopedija.hr*. Retrieved September 17, 2020, from <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44284>
12. Pelc, M. (2018). *Fenomen Gutenberg*. *Www.Matica.Hr*.
<https://www.matica.hr/vijenac/626/fenomen-gutenberg-27601/>
13. *Pojmovnik*. (n.d.). *Medijska Pismenost*. Retrieved September 17, 2020, from <https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/>
14. radio | Hrvatska enciklopedija. (n.d.). In *www.enciklopedija.hr*. Retrieved September 17, 2020, from <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=51468>
15. Skretvedt, R., & Sterling, C. H. (2019). radio | Definition, History, & Facts. In *Encyclopædia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/radio>
16. *televizija* / *Hrvatska enciklopedija*. (n.d.). *Www.Enciklopedija.Hr*.
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=60748>
17. *Uvod u Internet: Bonus: Kratka povijest Interneta*. (n.d.). *Tesla.Carnet.Hr*.
<https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883>

OSTALO

18. Ciboci, L., Kanižaj, I., & Labaš, D. (2018a). *KAKO PREPOZNATI DEZINFORMACIJE I LAŽNE VIJESTI NASTAVNI MATERIJALI ZA SREDNJE ŠKOLE ZA UČENIKE OD 1. DO 4. RAZREDA.* <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf>
19. Ciboci, L., Kanižaj, I., & Labaš, D. (2018b). *POZITIVNI I NEGATIVNI MEDIJSKI SADRŽAJI NASTAVNI MATERIJALI ZA OSNOVNE ŠKOLE ZA UČENIKE OD 1. DO 4. RAZREDA.* <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf>
20. Iskra, K. A. (2020). *AUDIOVIZUALNA I MEDIJSKA POLITIKA.* https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hr/FTU_3.6.2.pdf
21. Kantoci, L. (2016). *Tisak i digitalna tehnologija: Budućnost dnevnih novina* [Završni rad]. <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A1114/datastream/PDF/view>
22. Lozo, B. (2009). *Razvoj tiskarstva.* Grafički fakultet.
23. *Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj.* (2019). Narodne-Novine.Nn.Hr. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_150.html

Prilozi

Slika 2.1. Vremenska lenta razvoja medija s izdvojenim najvažnijim godinama (izvor: vlastita slika)	7
Slika 2.2. Procjena broja knjiga u Europi od 6. do 15. stoljeća (izvor: https://hr.izzi.digital/DOS/10180/17326.html , 17. 9. 2020.)	8
Slika 2.3. Kraglski Dalmatin, prve novine na hrvatskome jeziku (izvor: https://vijesti.hrt.hr/43142/prve-novine-na-hrvatskom-jeziku , 17. 9. 2020.)	10
Slika 2.4. Broj radiopostaja u Europskoj uniji (izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20200213-1?fbclid=IwAR24GSEt7s5GM7tH_gFjl92RgHMyPTMSZVENYvFcvr98gQhINWh65rSqIUE , 17. 9. 2020.)	12
Slika 2.5. Razvoj televizije (izvor: https://rebeccamartin6492.wordpress.com/2015/05/04/television-ratings/ , 17. 9. 2020.)	13
Slika 2.6. Google pretraga pojma "mainstream media" (izvor: https://www.google.com/search?q=mainstream+media&sxsrf=ALeKk03jMBmZn9T_kAsDeaR0YooWg0OMsQ:1603737357365&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiLof6b89LsAhVwsYsKHT4WA0gQ_AUoAXoECBQQAaw&biw=1366&bih=657 , 17. 9. 2020.) ...	17
Tablica 3.1. Pet temeljnih koncepata medijske pismenosti (izvor: https://www.tes.com/lessons/WqcCiVccuxek1A/media-literacy-resources , 17. 9. 2020.)	20
Tablica 3.2. Razvoj pismenosti kroz povijest (izvor: Perez Tornero, Vadiz, 2010: 33)	21
Tablica 3.3. Uručak o visibabi (izvor: vlastita slika)	28

Učiteljski fakultet Zagreb

Savska cesta 77

10 000 Zagreb

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam završni rad pod naslovom
Utjecaj *mainstream* medija na medijsku pismenost (uz primjere aktivnosti po novom
kurikulumu)

izradio/la 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, 25. studenog 2020.

Domagoj Vončina

(ime, prezime)

(potpis)