

# Digitalna slikovnica u radu s djecom predškolske dobi

---

**Blagović, Matea**

**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:147:496692>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-31**

*Repository / Repozitorij:*

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



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
UČITELJSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ**

**MATEA BLAGOVIĆ**

**DIPLOMSKI RAD**

**DIGITALNA SLIKOVNICA U RADU S  
DJECOM PREDŠKOLSKE DOBI**

**Zagreb, rujan 2020.**

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**UČITELJSKI FAKULTET**  
**ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ**  
**(Zagreb)**

**DIPLOMSKI RAD**

**Ime i prezime pristupnika: Matea Blagović**

**TEMA DIPLOMSKOG RADA: Digitalna slikovnica u radu s djecom  
predškolske dobi**

**MENTORICA: doc. dr. sc. Marina Gabelica**

**SUMENTORICA: Višnja Vukašinović, prof.**

**Zagreb, rujan 2020.**

## SADRŽAJ

|  |    |
|--|----|
| Sažetak .....  | 4  |
| Summary .....  | 5  |
| 1. UVOD .....  | 6  |
| 2. MEDIJSKA KULTURA DANAŠNJICE .....   | 7  |
| 2.1. Google generacija .....   | 8  |
| 2.2. Prvi koraci s medijima .....  | 9  |
| 2.3. Utjecaj medija .....  | 10 |
| 2.4. Medijski odgoj .....  | 11 |
| 2.4.1. Načela medijske pismenosti .....  | 13 |
| 3. SLIKOVNICA – prvi čitateljski materijal .....   | 14 |
| 3.1. Definicije slikovnice .....   | 14 |
| 3.2. Funkcije slikovnice .....   | 16 |
| 3.3. Podjela i vrste slikovnica .....  | 17 |
| 4. DIGITALIZACIJA DJEČJE KNJIŽEVNOSTI I RAZVOJNI PUT DIGITALNE SLIKOVNICE ..               | 19 |
| 4.1. Digitalna književnost .....   | 20 |
| 4.2. Djela digitalne književnosti .....  | 20 |
| 4.3. Digitalna slikovnica .....  | 24 |
| 4.3.1. Klasifikacija digitalnih slikovnica .....   | 25 |
| 4.3.2. Pregled istraživanja: slikovnica u radu s djecom predškolske dobi .....             | 27 |
| 4.3.2.1. Primjena u radu i pozitivan utjecaj digitalnih slikovnica .....                   | 28 |
| 4.4. Proces digitalizacije književnih djela .....  | 30 |
| 4.5. Čitanje digitalne književnosti .....  | 31 |
| 4.6. Posljedice čitanja na digitalnim medijima: dubinsko čitanje i razumijevanje pročitano | 32 |
| 5. HRVATSKA DIGITALNA KNJIŽEVNOST .....  | 34 |
| 6. KULTURA SUVREMENOG ČITANJA – uloga obitelji i predškolske ustanove .....                | 36 |
| 7. PRAKTIČNI DIO – Izrada digitalnih slikovnica u PowerPointu .....                        | 38 |
| 7.1. Proces izrade digitalnih slikovnica .....   | 39 |
| 7.2. Problematika izrade digitalnih slikovnica iz vlastite perspektive .....               | 43 |
| 8. ZAKLJUČAK .....   | 46 |
| 9. LITERATURA .....  | 48 |
| Popis slika .....  | 50 |

## Sažetak

Slikovnica kao prvi materijal za čitanje namijenjen djetetu, portal je u svijet pisane riječi i prvi susret s književnošću koji omogućuje postepeno putovanje iz konkretnog svijeta u kontekstualni svijet simbola. Pomoći djetetu otkriti svijet i medij pisane riječi, razvijati spoznajni svijet i govor, bogatiti fond riječi, naviknuti na uporabu knjige i razviti potrebu za istom te omogućiti djeci vidjeti svijet očima umjetnika, samo su neke u moru dobrobiti koje pruža kvalitetna slikovnica. Danas smo svjedoci činjenice da se djeca rađaju okružena medijima i da navikavanje na medije počinje od najranije dobi. Stoga, uloga medija uz obitelj i vršnjake u procesu socijalizacije postaje sve značajnija. Za razliku od generacija koje su odrastale okružene pasivnim medijima, današnji *novi milenijci* ili tzv. *Google generacija* ne poznaju svijet bez mobitela, računala i interneta, a sve što trebaju znati udaljeno je svega nekoliko klikova. Napustivši doba tiska knjige, razvoj tehnologije donosi nam masovni razvoj elektroničkog sporazumijevanja, a posljedično nastaju novi oblici tekstova. U procesu digitalizacije pisana se književnost prelijeva u novi oblik pa govorimo o novoj vrsti književnosti. Riječ je o elektroničkoj književnosti koja sa sobom donosi promjene u načinu čitanja, interakciji s tekstovima i različito čitateljsko procesuiranje teksta. Svijet dječjih slikovnica neprestano se mijenja, a njihova multimodalnost koja se oslanjala na verbalne i vizualne formate, širi se prema uključivanju auditivnih, taktilnih i izvedbenih formi. Akceleracija dječjega fizičkog i intelektualnog razvoja ukazuje na potrebu jačanja pedagoških funkcija predškolskih ustanova i odgojne funkcije roditelja na putu prema razvoju kritičke medijske pismenosti – pristupu koji ne znači otpor novim medijima, već pristupu koji se zalaže za radoznalost, istraživanje, ali i propitivanje novih medija.

**Ključne riječi:** slikovnica, digitalizacija, elektronička književnost, medijska pismenost

## Summary

The picture book, as the first reading material intended for a child, is a portal into the world of the written word and also the first encounter with literature that enables a gradual journey from the concrete world to the contextual world of symbols. Helping a child to discover the world and media of the written world, developing cognition and speech, enriching the vocabulary, getting used to using the book and developing the need for reading books, and also to allow children to see the world through the eyes of an artist, are just some of the benefits provided by a quality picture book. Nowadays, we are aware that children are born surrounded by the media and that they start to use them at an early age. Therefore, the role of the media along with family and peers in the process of socialization is becoming increasingly important. The difference between generations that grew up surrounded by passive media is that today's new millennials or so-called the *Google generation* does not know how to live without cell phones, computers and the Internet. All they need to know is just a few mouse clicks away from them. Leaving the Age of Print, the technology development brings us a massive development of electronic communication and the consequence is encountering new text forms. In the process of digitalization, written literature is transformed into a new form which leads to a new type of literature – electronic literature. The electronic literature brings us changes in the way we read, interact with texts and interpret them. The world of picture books is constantly changing. Their multimodality, which relied on verbal and visual formats is expanding towards the inclusion of auditory, tactile and performance forms. As children's physical and intellectual development is being quicker, it indicates the need for strengthening the pedagogical functions of preschool institutions and also the educational functions of parents in development of critical media literacy – an approach that doesn't bring resistance to new media, but evokes curiosity, research and questioning it.

**Key words:** picture book, digitalization, electronic literature, media literacy

## 1. UVOD

Slikovnica je prva i najvažnija knjiga u životu djeteta koja od najranije dobi utječe na različite aspekte djetetova razvoja. Pomoću slikovnice dijete spoznaje svijet oko sebe, uči o stvarima i pojavama koje ga okružuju, raste i razvija se. Književnost je oduvijek išla u korak s promjenama pa tako i slikovnica biva zahvaćena brojnim mijenama. Upotreba digitalnih sadržaja i tekstova za današnju djecu svakodnevna je realnost dok je proučavanje pristupa i načina uspješnog čitanja takvih tekstova još uvijek predmet nedovoljnog interesa. Naime, novi mediji sve se više percipiraju kao uzrok i posljedica nečitanja, no možemo li zaista reći da čitanje izumire? Ili ono samo mijenja svoje ruho i sa sobom nosi nove zahtjeve koje umjesto da im pružamo otpor i donosimo prerane negativne zaključke, prihvatimo kao dio svakodnevnice današnjih generacija i poradimo na kvaliteti njihove ponude i upotrebe.

U ovom radu najprije se upoznajemo s karakteristikama današnjih generacija najmlađih čitača, medijskom kulturom današnjice i neizostavnim utjecajem medija na svakodnevni život pojedinaca. Zatim, načinom na koji je razvoj tehnologije utjecao na promjene u književnosti i transformirao procese odgoja i učenja, samim procesom digitalizacije i posljedicama istog na procesuiranje čitateljskog materijala. Kako bih približila razvojni put digitalne slikovnice, donosim pregled definicija slikovnice, njezinih funkcija i vrsta kao i pregled relevantnih istraživanja posvećenih upravo slikovnicama. Posljednja poglavlja posvećena se primjeni u radu s djecom predškolske dobi, stanju digitalnih djela na domaćem tržištu i neizostavnoj ulozi odraslih posrednika između djeteta i slikovnice u odgoju dobrih, kreativnih, kritičkih i najvažnije od svega - doživotnih čitača.

U praktičnom djelu prilažem vlastite uratke - primjer jednostavne digitalne slikovnice popularnog naslova „*Vrlo gladna gusjenica*“ s linearnim načinom čitanja i nešto složeniji primjer nelinearnog čitanja, interaktivnu digitalnu slikovnicu na primjeru bajke „*Tri praščića*“.

## 2. MEDIJSKA KULTURA DANAŠNJICE

Današnje doba jednostavno je nezamislivo bez medija masovne komunikacije. Još od nastanka tiska pa do pojave interneta, masovni se mediji šire nezaustavljivim tempom. Intenzivan i brz porast broja različitih, a ponajprije elektroničkih medija te njihovo širenje obilježilo je prohujalo 20. stoljeće. Realno je za pretpostaviti da će se ubrzani razvoj medija nastaviti i dalje, u suglasju s razvojem tehnologije na kojoj se temelje (Ilišin, 2001).

U posljednjih dvadesetak godina na promjene u svijetu najviše je utjecala pojava interneta. Društveni mediji, elektronička pošta, videoigre, mobilne aplikacije za slanje poruka i komunikaciju i pametni telefoni, uvelike su promijenili način na koji svi međusobno komuniciramo, informiramo se pa čak i odnosimo jedni prema drugima (Tomljenović, Ilej i Banda, 2018). Proces digitalizacije i razvoj digitalnih medija konstantno mijenja naš život – suvremeni svijet, kao i naše okruženje, kompleksni su fenomeni koje je nemoguće sagledati i razumjeti kroz neposredno iskustvo. Naime, sva naša saznanja su manje-više posredovana, a najčešći posrednici u tome su upravo mediji (tisak, televizija, radio, internet, društvene mreže itd.) (Sejdinović i Ljubić, 2014). Osim što saznajemo informacije, putem medija i učimo, održavamo kontakte s drugima i najviše od svega, zabavljamo se. Živimo u medijskoj kulturi u kojoj se informacije brzo šire, a novi fenomeni javljaju se i nestaju svake minute (Wolf, 2019). Suvremeni svijet, od opskrbe namirnicama preko mobilnosti i uprave do medicine, doživio bi slom bez digitalne obrade informacija. No, istodobno smo svjesni da digitalni mediji imaju i visok potencijal stvaranja ovisnosti i dugoročne štete tijelu i duhu (stres, nesanica, pretilost itd.) (Spitzer, 2018). I koliko god još neki smatrali da oni ne utječu u tolikoj mjeri na naš život, dovoljno je samo na trenutak zapitati se na osnovu čega imamo izgrađeno mišljenje o ljudima koje nikada nismo srele ili događajima kojima nikada nismo prisustvovali? (Sejdinović i Ljubić, 2014).

Kako u životu odraslih, tako i u životu djece mediji imaju važnu ulogu i mjesto. Medijska se kultura stalno mijenja, no mijenja li se odgoj i obrazovanje djece istom brzinom (Wolf, 2019)? Navikavanje na medije zbiva se brzo i neprimjetno pa djeca već od najranije dobi iskazuju želju za korištenjem i učenjem baratanja nekim medijem (Ilišin, 2001). Stoga, nije ni čudo da je jedna od prvih asocijacija vezanih uz generacije današnje djece, njihovo dobro poznavanje medija (Gabelica, 2012).



## 2.1. Google generacija

Opisujući karakteristike generacija od sredine prošloga stoljeća do danas, Stropnik (2013) navodi 4 različite generacije:

- a. **BABY BOOM GENERACIJA:** čine je svi rođeni nakon završetka Drugog svjetskog rata do 1964. godine. Pripadnici ove generacije odrastaju uz televiziju.
- b. **X GENERACIJA:** Rođeni su između 1965. i 1980. godine. Odrastaju uz televiziju i osobna računala te su prva generacija koja uviđa mogućnosti interneta.
- c. **Y GENERACIJA (MILENIJCI):** ponekad se nazivaju i *network generacija*. Rođeni su između 1980. i 1994. godine, a djeca su interneta, DVD-a i SMS-ova te prva generacija koja odrasta uz novije tehnologije. Internet im je glavni izvor informacija, a dnevno prosječno provedu tri sata koristeći se digitalnim medijima, no više vole komunikaciju u stvarnom vremenu od slanja SMS-ova ili elektroničkih poruka. Vizualni su tipovi koji više vole slike, animacije i videozapise od čitanja.
- d. **Z GENERACIJA (NOVI MILENCIJC/GOOGLER GENERACIJA):** Sve osobe rođene nakon 1995. godine. Pripadnici ove generacije rođeni su u digitalnom okruženju, informatički su pismeniji od prethodnika, materijalno najzbrinutiji i najobrazovaniji.

Za razliku od generacija koja su odrastale okružene pasivnih medijima (televizija, radio i tiskana građa), *novi milenijci* vole interaktivne medije i ne poznaju svijet bez mobitela, računala i interneta. Sve što trebaju znati udaljeno je od njih svega nekoliko klikova mišem.

Istraživanje koje je 2008. godine proveo *Centar za vrednovanje istraživanja i ponašanja pri traženju informacija (CIBER)* pokazalo je kako se *novi milenijci*, spretno služe računalima, ali ne posjeduju kritičko mišljenje i analitičke vještine pri vrednovanju informacija dobivenih putem mreže. Za razliku od prijašnjih generacija, koje su se pri traženju informacija služile tiskanim izvorima, pripadnici *Google generacije* gotovo se isključivo služe pretraživačima, od kojih se najčešće koriste Googleom po kojem su i dobili naziv (Stropnik, 2013).

## 2.2. Prvi koraci s medijima

Termin medij možemo sagledati u užem i širem smislu. U užem smislu, promatran kroz tehnološku prizmu kao „*suvremeno sredstvo za prenošenje informacija*“ odnosi se na novine, radio, televiziju, internet i slično (Anić prema Težak i Gabelica, 2015). S druge strane, u širem smislu, naglasak je na prvotnom značenju riječi (lat. *medius* – srednje, posredujuće) gdje se tumači kao *posrednik* odnosno *pomoćno sredstvo*, a odnosi se na svaki izraz i kanal komunikacije koji je posrednik nekog značenja (Peović Vuković prema Težak i Gabelica, 2015). U netehnološkom značenju, ovaj izraz koristi i semiotika pri čemu se medij odnosi na svaki oblik komunikacije koji prenosi određene kodove komunikacije putem nekog kanala. Primjerice, govor, pisanje, geste, izrazi lica, odjeća, gluma, ples, prometni znakovi i slično. Riječ je o medijima komunikacije koje nije moguće opisati samo računalnim terminima. Njihova uloga mnogo je šira, kompleksnija i zalazi u područje komunikacijskih znanosti i umjetnosti (likovne, glazbene, filmske i književne) (Težak i Gabelica, 2015).

Djeca se rađaju okružena medijima. Uz obitelj i vršnjake, u intenzivnom procesu socijalizacije kroz koji prolaze tijekom svog odrastanja, značajnu ulogu imaju upravo i mediji (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Sve medijske i komunikacijske platforme te medijski sadržaji koji se koriste kod kuće dio su njegova okruženja od najranijih početaka. Pritom je odgovornost odraslih u oblikovanju dječjih navika korištenja medija neizbježno velika. Kada se poistovjećuju s različitim likovima i pričama u medijima, djeca doživljavaju različite osjećaje, uloge i događaje. Omiljeni medijski sadržaji važne su teme u igri i razgovoru s vršnjacima, potiču ih na crtanje, pjevanje i mnoge druge načine izražavanja. U tom smislu, priče i likovi iz medija nisu „samo bajke“ već imaju značajnu ulogu u životima djece. Danas se različiti medijski oblici i sadržaji miješaju i stapaju. Uzmimo pametne telefone kao najbolji primjer približavanja različitih medijskih formata i sadržaja – osim kao telefon, koristi se i kao računalo, fotoaparati ili videokamera, za igranje, slušanje glazbe itd. Dakle, i kao uređaj za primanje, gledanje i razmjenu medijskih sadržaja, ali i za njihovo stvaranje. Djeca se imaju pravo izražavati i dobivati informacije iz različitih izvora. Ne moraju se ograničavati i koristiti samo medije namijenjene djeci. No, s obzirom na to da je većina medijskih sadržaja namijenjena mladima i odraslima, njihova primjerenost ponekad može biti upitna (Tomljenović i sur., 2018).

### 2.3. Utjecaj medija

Konvencijom UN-a o pravima djeteta 1989. godine promijenila su se promišljanja o pravima i zaštiti djece, obvezama odraslih te aktivnom sudjelovanju djece u društvenoj zajednici. Sedamnaesti članak Konvencije obvezuje sve države članice da djetetu osiguraju dostupnost informacija te naglašava važnu ulogu masovnih medija kao izvora komunikacije. Informacije utječu na svaki aspekt djetetova razvoja i sukladno tome, iznimno je važno kojim će informacijama dijete imati pristup te kojim ga aktivnostima zaštititi od neprimjerenog sadržaja (Stropnik, 2013). Drugim riječima, Konvencija UN-a o pravima djeteta podsjeća nas kako su djeca cjelovita i samosvojna bića koja u svakoj fazi razvoja zaslužuju ono najbolje što im možemo pružiti (Kolucki i Lemish, 2017).

Razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija otvorio je niz pitanja koja se tiču slobodnog pristupa informacijama (Stropnik, 2013). Stoga, posebnu pozornost stručnjaka izaziva propitivanje relacije masovnih medija i djece kao najosjetljivijeg segmenta populacije. Kada je riječ o djeci, stječemo dojam da prevladavaju ona istraživanja koja uglavnom tragaju za mogućim negativnim dimenzijama medijskog konzumerizma. No, recentnija istraživanja pokazuju tendenciju proučavanja eventualnih pozitivnih učinaka korištenja medija (Ilišin, 2001). S jedne strane, medije smatramo vrlo pozitivnima – velike nade i očekivanja ulažu se u ideju o medijima koji mogu obogatiti živote djece, promijeniti nezdrave navike i vrste ponašanja, potaknuti maštu, kreativnost, proširiti obrazovanje i znanje, poticati inkluziju i toleranciju, smanjiti društvene razlike te doprinijeti razvoju i civilnom društvu. S druge pak se strane pojavljuje sve veća zabrinutost da mediji otupljuju osjetila, kočuju maštu i spontanu igru, izazivaju neosjetljivost na bol drugih, potiču destruktivne vrste ponašanja, održavaju stereotipe, dovode do propadanja moralnih vrijednosti te potiskuju lokalne kulture i doprinose otuđenju od društva. I doista, čini se kako na djecu mogu istovremeno imati i pozitivne i negativne posljedice, no ovisi o sadržajima koje u njih uključujemo, kontekstu u kojima se doživljaju, načinima upotrebe te o individualnim karakteristikama djece koji su korisnici istih (Kolucki i Lemish, 2017).

Mediji sami po sebi nisu dobri ili loši: radi se o tehnologiji koja se može koristiti na različite načine. Tako kvalitetno oblikovani medijski sadržaji namijenjeni djeci mogu biti učinkoviti u promicanju različitih razvojnih ciljeva. Primjerice, obrazovne televizijske emisije kod predškolaraca potiču spremnost za školu, ranu pismenost te djelotvorno poučavaju određenim

elementima nastavnog programa. S druge strane, sve je veći broj dokaza i o negativnom utjecaju medija na djecu i mlade. Uzmimo na primjer prikaz nasilja u crtićima, filmovima i videoigrama koje može utjecati na djecu na više razina: na ponašanje (npr. agresivno ponašanje), psihički život (povećanje straha i tjeskobe u susretu sa svijetom u kojem žive) te društveni život (nedostatak empatije, nasilje kao način rješavanja sukoba). No, važno je spomenuti da medijsko nasilje različito utječe na djecu ovisno i njihovoj osobnosti, spolu, njihovoj obiteljskoj i društvenoj okolini te njihovim životnim iskustvima.

Sljedeće široko istraženo područje negativnih utjecaja odnosi se na kratkoročne i dugoročne utjecaje stereotipa u medijskim sadržajima. Stereotipni prikazi dječaka – uglavnom nasilni i pohotni ili kao razumni vođe, prvi rješavaju probleme ili su fizički aktivniji. Djevojčice – uglavnom su prikazane kao seksipilne, nježne i emocionalne te u podčinjenim i pasivnim ulogama. Sve to može utjecati na način na koji djeca razvijaju svoje rodne identitete, na njihova očekivanja od sebe i od pripadnika istog spola, na samopoštovanje, način viđenja vlastitog tijela te njihova rana seksualna iskustva. Ključno je i pitanje inkluzije u medijskim sadržajima. Ponekad mediji odražavaju tko ili što je u društvima vrijedno pa će mnoštvo djece koja žive u različitim vrstama teških uvjeta biti rijetko, ili uopće neće biti prikazana u medijima. Načini medijskog utjecaja su višestruki, a tumačenje istih razlikuje se ovisno o kulturnim vrijednostima i svjetonazorima, osobnim i društvenim varijablama te ih je nužno preispitati s obzirom na individualno dijete i određene okolnosti (Kolucki i Lemish, 2017).

## 2.4. Medijski odgoj

Kroz ljudsku su se povijest transformirali procesi odgoja i učenja, mijenjala su se i umnožavala znanja, zahtjevi i norme koje djeca trebaju usvojiti, a povećao se i broj sudionika u socijalizacijom procesu. Danas, među postojećim socijalizacijskim faktorima, masovni mediji nametnuli su se kao neminovnost svakodnevnoga života i kao jedna od neizbježnih komponenti socijalizacijskog procesa (Ilišin, 2001).

Medijska pismenost kao pojam, definirana je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine (National Leadership Conference on Media Literacy) kao *sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija* (Aufderheide prema Zgrabljic Rotar, 2005). Riječ je o definiciji koja polazi od medija kao pozitivnih izvora informacija i

zabave, a za njih treba usvojiti ili osvijestiti mnoga različita znanja i vještine. Još sedamdesetih godina prošloga stoljeća UNESCO potaknuo pitanje obrazovanja za medije temeljeći ideju na važnosti medija u životu pojedinaca i obitelji te se zatražilo da se na međunarodnoj razini sastanu znanstvenici kako bi istražili načine uključivanja medijskog odgoja u obrazovne sustave svih – i razvijenih i onih manje razvijenih zemalja. U 13. članku Konvencije ističe se pravo djeteta na sudjelovanje u medijima, pravo da bez ograničenja izražavaju ideje posredstvom medija u različitim oblicima - pismom, usmeno, u umjetničkim formama ili na bilo koji drugi način, kao i pravo na zaštitu privatnosti djece. No, unatoč toj izričitoj formulaciji o etičkim pravima djece, mediji ih svakodnevno krše pa je pitanje etičnosti medija i deontologije medijskih profesija stalno aktualno u medijskom opismenjavanju (Zgrabljic Rotar, 2005). U 17. članku pak se ističe pravo djece na odgovarajuću informaciju što zahtijeva da vlade svih članica prepoznaju važnost medija u životu djece, u pravilnom psihičkom, fizičkom i društvenom razvitku, te sukladno tome stvore uvjete kako bi mediji bili izvor korisnih sadržaja, koristan partner i saveznik u odrastanju djece (Spajic-Vrkaš prema Zgrabljic Rotar, 2005).

Medijski odgoj nužan je zbog neizbježnosti medija kao sastavnice svakodnevnice, pritom se postavlja pitanje tko treba i može biti nositelj potrebnoga medijskoga odgoja. Brojni su se znanstvenici bavili njihovim utjecajem na djecu i gotovo da nema onog koji pritom nije apostrofirao krucijalnu ulogu roditelja. Iako se sve češće prozivaju vrtići i škole kao moderatori dječje medijske osposobljenosti, roditelji ostaju glavnim medijskim socijalizatorima (Ilišin, 2001).

Kako su se mediji razvijali, težište medijskih istraživanja se pomicalo od problema potrošenog na praćenje medija do problema recepcije sadržaja. Istraživanja su pokazala da najslabije rezultate postiže restriktivan pristup u kojem se zabranjuje prekomjerno gledanje svih odnosno određenih programa. S druge strane, najbolji je evaluativni pristup koji uključuje diskusiju s djecom o viđenom kako bi im se pomoglo u vrednovanju značenja, uočavanju moralne poruke i shvaćanju prirode medijskog prezentiranja sadržaja. Podvodi se i pod sintagmu *odgoj za medije*. Dobri učinci postižu se i nefokusiranim pristupom za koji je karakteristično zajedničko gledanje i razgovor o istom s djecom, ali više kao posljedica uživanja u programima (Desmond prema Ilišin, 2001). Dakle, hoće li utjecaj biti dobar ili loš, ovisi o tome kako je medij korišten. U oba slučaja, efekti na mlade su jednostavni i direktni (Gunter i McAleer prema Ilišin, 2001). Drugim riječima, osposobimo li djecu da kritički koriste medije, moći će i sama prepoznati pozitivne kvalitete i odbaciti negativne.

### 2.4.1. Načela medijske pismenosti

Suvremena tehnologija sa sobom nosi potrebu izobrazbe medijskih korisnika s obzirom da mediji zahtijevaju određeno znanje o načinu korištenja odnosno medijsko opismenjavanje. Zgrabljic Rotar (2005) navodi kako osim tehnološkog medijskog opismenjavanja, suvremeni koncept medijske pismenosti sadržava i sljedeća načela:

1. *U procese učenja nije dovoljno uključiti samo najnovije medije:* informatizacija i kompjutorizacija samo su dio medijske pismenosti, a ona znači učiti o svim medijima (Potter prema Zgrabljic Rotar, 2005).
2. *Mediji nisu ni štetni ni korisni:* a mogu biti jedno i drugo. Iako se javnost češće bavi opasnom i štetnom stranom medija, oni mogu biti i koristan izvor zabave i informacija. Oba načinu utječu procese socijalizacije i oblikovanje identiteta djece i odraslih odnosno nacionalnih identiteta.
3. *Roditeljima i odgojiteljima/učiteljima treba medijska pismenost kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili:* odrasli trebaju osvijestiti vlastite medijske navike kako bi na taj način bolje razumjeli medijske navike djece i kompetentnije s njima razgovarali o medijskim sadržajima. Trebali bi znati kojim se medijima, koliko i kako koriste djeca, što žele od medija, a što dobivaju. Razgovor s djecom je važan za uspostavu pune odgovornosti za medijsko okruženje prikladno djetetu.
4. *Medijska pismenost osim reflektivne razine potiče i produktivnu razinu:* djeci je važno omogućiti rad s medijima te ih istodobno sustavno pripremiti za mogućnosti, izazove i opasnosti interneta (Aftab prema Zgrabljic Rotar, 2005).
5. *Države su svojim medijskim, kulturnim i obrazovnim politikama dužne poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece:* Također su pozvane poštovati i primijeniti međunarodne preporuke i deklaracije koje, na temelju istraživanja medija i medijskih utjecaja, predlažu najbolja zakonska rješenja i potiču obrazovnu politiku koja će otvoriti put medijskom opismenjavanju na svim obrazovnim razinama.

### 3. SLIKOVNICA – prvi čitateljski materijal

Bertuch je (1792; prema Čičko, 2000) smatrao da je dječja slikovnica sastavni dio dječje sobe te da najranije poučavanje djeteta treba započeti upravo putem slika. Unatoč tome što je od tada prošlo više od dvije stotine godina, stručna mišljenja nisu se promijenila. Slikovnica kao prva djetetova knjiga, portal je u svijet pisane riječi, a djetetu omogućuje postupan prijelaz iz konkretnog u kontekstualni svijet simbola. Učenje simbola važno je za razvoj dječje jezične kompetencije, ali i zbog njegove sposobnosti razumijevanja simboličke apstrakcije na kojoj se temelji većina društvene i kulturne komunikacije. Izraz slikovnica (od njem. riječi *Bilderbuch*) najprije je podrazumijevao bilo koju knjigu sa slikama, a od druge polovice 19. stoljeća koristi se za knjige u kojima je ključna ilustracija i koje su namijenjene djeci. Preteče slikovnicama, u smislu njihove namjene, smatraju se ilustrirane Biblije, katekizmi za djecu, ilustrirane slovarice, knjige za pravopis te ilustrirane basne, dok se značajno djelo Jana Aмоса Komenskog – *Orbis Sensualium Pictus* (1658, Njemačka) – smatra prvom slikovnicom (Gabelica, 2018).

#### 3.1. Definicije slikovnice

Knjiga kao umjetnički predmet često sjedinjava umjetnost riječi i slike, a to je posebice izraženo u knjigama za djecu. Bogato ilustrirane knjige za djecu nazivamo slikovnicama. Riječ je o knjigama u kojima se ostvaruje osobito jedinstvo likovnog i narativnog - slike i priče. Smisao priče može biti upotpunjen, proširen i obogaćen ilustracijama, a priča u slikovnici može biti i ispričana samo slikama. Slikovnica je dakle, umjetnički izraz autora i likovnog umjetnika (ilustratora), a ilustracija osebujna likovna disciplina (Javor, 2000).

Prema definiciji iz enciklopedije Leksikografskog zavoda to je naziv koji se obično koristi za knjige sa slikama namijenjene djeci. U slikama realističkog ili stiliziranog karaktera, živim bojama prikazane su životinje, biljke, pejzaži, zanimanja, scene iz priča i slično. Služe upoznavanju boja i likova, uočavanju elemenata na cjelinama te bude dječju maštu i razvijaju osjećaj za lijepo (Štefančić, 2000).

U općoj pak se definiciji Američkog udruženja knjižničara (ALA), navodi da se slikovnice za djecu razlikuju od ostalih knjiga s ilustracijama koje osiguravaju vizualno iskustvo za djecu te

imaju sadržajno jedinstvo tijeka priče, teme ili pojmovnog okvira razvijenog kroz slijed slika koje sačinjavaju knjigu. Većina drugih definicija također polazi od djece kao korisnika slikovnice pa tako primjerice Matulka (2008; prema Batarelo Kokić, 2015) naglašava da je slikovnica format oblikovan za djecu, ali postoji mogućnost za korištenje starijih korisnika.

Nodelman (1989; prema Batarelo Kokić, 2015) u svojoj definiciji naglašava da su slikovnice prvenstveno namijenjene maloj djeci te da prenose informaciju ili pričaju priču kroz niz slika koje su kombinirane s malo teksta ili nemaju teksta, pri čemu slike i tekst prenose informaciju drugačije nego što bi to bio slučaj prilikom njihovog korištenja u drugim uvjetima.

Martinović i Stričević (2011) naglašavaju da je s obzirom da je slikovnica prvi susret djeteta s književnošću i pisanom riječju općenito, nužno voditi brigu o kvaliteti slikovnice, a s ciljem iskorištavanja potencijala koje ona posjeduje. Činjenica je da je slikovnica osebujan čitateljski materijal i da ju je teško definirati. U samom terminu ističe se slikovni dio, a postoje slikovnice koje formalno ne sadrže tekst, no s obzirom na činjenicu da dijete redovito ima posrednika kod čitanja slikovnica, za slikovnicu bez teksta ne može se apsolutno isključiti njegovo postojanje. Naime, odrasla osoba koja djetetu govori, priča ili tumači, stvara tekst na temelju slikovnog prikaza. Prema tome, nesporno je da se svaka slikovnica koristi dvama vidovima komunikacije – slikovnim i tekstualnim (Crnković i Težak prema Martinović i Stričević, 2011).

Slikovnica stvarnost predstavlja likovnim i jezičnim mogućnostima i to čini drugačije nego ilustrirana knjiga koja također sadrži i slike i tekst. Slike u slikovnici nastaju na predodžbi autora teksta (Čačko, 2000), a stvarajući slike za slikovnicu, likovni umjetnik ima manje mogućnosti slobodnog unošenja slika, za razliku od ilustrirane knjige u kojoj on tekst ilustrira na temelju vlastite interpretacije (Martinović i Stričević, 2011). Sve u svemu, dobra slikovnica i ilustrirana knjiga, po sadržaju zanimljiva, literarno vrijedna i atraktivna po likovnom oblikovanju, pruža čitatelju-gledatelju osobito estetsko-spoznajno iskustvo (Javor, 2000).



## 3.2. Funkcije slikovnice

Slikovnica za djecu ima nekoliko funkcija koje korespondiraju s potrebama u odgoju u predškolskoj dobi i dobi čitatelja početnika. Čačko (2000) spominje nekoliko osnovnih funkcija:

1. *Informacijsko-odgojna funkcija:* dijete u slikovnici dobiva odgovor na mnoga pitanja koja si samo postavlja ili ih postavlja roditeljima, ali može dobiti i odgovor na probleme kojih dosada nije bilo svjesno. Postupno uči da je knjiga izvor znanja, a pomoću slikovnice djeci se na kvalificiran i lakši način objašnjava kako razumjeti veze, promjene, odnose među stvarima i pojavama. Pomoću slikovnice postupno uči razvijati mišljenje: analizu, sintezu, usporedbu, uopćavanje pa i apstrakciju.
2. *Spoznajna funkcija:* pomoću slikovnice provjerava svoje spoznaje i znanje o stvarima, odnosima i pojavama, dobiva sigurnost da su njegove spoznaje i iskustva ispravni, a stavovi adekvatni.
3. *Iskustvena funkcija:* nekada je dijete obrtnika ili seljaka bilo svjedok proizvodnog procesa, a prema svojim sposobnostima već i od malih nogu u njemu sudjelovalo. Danas djeca, osobito iz grada, ne poznaju okruženje u kojem su prethodne generacije odrastale (dvorište, domaće životinje, šumsko cvijeće, voće, povrće, pečenje kruha, ležanje pilića i slično). O ovim stvarima doznaje kroz knjige, televiziju i sl. Upravo slikovnica može zapodjenuti razgovor roditelja i djeteta, razmjenu znanja i iskustva i omogućiti uspostavu veze između dvaju naraštaja.
4. *Estetska funkcija:* slikovnica utječe na ukus djeteta. Razvija u djetetu osjećaj ljepote, izaziva u njemu emocije. Dijete će rado poseći za lijepom knjigom, a likovna i grafička strana često su jedini i najvažniji poticaj njegova interesa za knjigu.
5. *Zabavna funkcija:* trenuci provedeni uz knjigu ne smiju biti dresura koja bi djetetu knjigu učinila dosadnom i odbojnom. Dijete se s knjigom mora igrati, zabavljati i kroz igru upijati znanje koje za njega na prvi pogled skriveno.

Svrha slikovnice je pomoći djetetu otkriti svijet i medij pisane riječi, razvijati spoznajni svijet djeteta, razvijati govor i bogatiti fond riječi, pokazati odnose u okolini, predočiti pojave koje dijete ne susreće, naviknuti na uporabu knjige, razviti potrebu za njom i pružiti djeci da vide svijet očima umjetnika (Zalar prema Martinović i Stričević, 2011). U slikovnici su prisutne

različite funkcije kroz koje se ostvaruju svi potencijali koje ona posjeduje pa se stoga može tumačiti kao multifunkcionalan čitateljski materijal (Martinović i Stričević, 2011).

### 3.3. Podjela i vrste slikovnica

Matulka (2008; prema Batarello Kokić, 2015) slikovnice dijeli *prema vrsti* na:

1. *Slikovnice za početne čitače*: djeca ih mogu lako čitati sama ili uz manju pomoć odrasle osobe.
2. *Slikovnice koje se vezuju uz određeni koncept*: mogu poslužiti za upoznavanje sa slovima, brojevima, veličinama, oblicima, bojama, a postoje i slikovnice koje kombiniraju koncepte. Navedene slikovnice nisu zamjena za primarno iskustvo, ali doprinose učenju.
3. *Slikovnice u digitalnom formatu*: karakterizira ih digitalna forma koja uz zajedničke odlike s tradicionalnim slikovnicama, uključuje animacije, interaktivne sastavnice te korištenje tehnologije.
4. *Slikovnice igračke*: sve zastupljenija kategorija. Zahtijevaju interakciju te su uvod u dječju književnost i čitanje. U podvrsti slikovnica igračkaka izdvajaju se slikovnice sa sastavnicama za pomicanje, a koje je moguće prikazati u 4 kategorije:
  - 4.1. *Kartonske slikovnice (board books)*: izrađene od kartona s čvrstim i zaobljenim rubovima.
  - 4.2. *Trodimenzionalne slikovnice (pop-up books)*: riječ je o slikovnicama s trodimenzionalnim ilustracijama koje se podižu u trenutku kada se otvara stranica.
  - 4.3. *Preklopnice (flap books)*: imaju preklope koji skrivaju određene dijelove slike se uvodi alternativna ideja u slici.
  - 4.4. *Slikovnice s izrezima (cut-out books)*: u njezinoj su osnovi izrezani dijelovi kako bi se poboljšala priča tako da se neki dijelovi skrivaju, a kasnije otvaraju.
5. *Slikovnice u stihovima*: uključuju poeziju, uspavanke, brojalice i druge tekstove s rimom.

Campagnaro (2012; prema Batarelo Kokić, 2015) pak slikovnice dijeli u sljedeće dvije skupine:

1. *Slikovnice u kojima su slike često povezane s tekстом, kraj je zatvoren, a interpretacija priče je jednoznačna.*
2. *Slikovnice koje sadrže ikonografske oznake, kraj im je otvoren ili bez rješenja te postoje brojne mogućnosti interpretacije*

Široku podjelu slikovnice donose i Majhut i Zalar (2008; prema Martinović i Stričević, 2011) te dijele slikovnice s obzirom na:

1. *Oblik:* leporello, pop-up, nepoderive, slikovnica igračka te multimedijaska slikovnica koja uključuje sliku, tekst i zvuk. U svijetu je i sve češća elektronička slikovnica čija izrada uz likovnu i tekstualnu komponentu, uključuje i primjenu novih tehnologija.
2. *Strukturu izlaganja:* narativne i tematske.
3. *Sadržaj:* prema sadržaju mogu biti vrlo raznolike i gotovo je nemoguće navesti sve skupine tema kojima slikovnice pripadaju. Najzastupljenije teme su životinje, svakodnevni život, abeceda, igre, fantastika i sl.
4. *Likovnu tehniku:* s obzirom na vrstu tehnike koja se koristi kod oblikovanja likovne dimenzije mogu biti fotografske, lutkarske, slikovnice stvarnih dječjih crteža i crteža umjetnika, strip-slikovnice te interaktivne slikovnice.
5. *Sudjelovanje recipijenta:* postoje one kojima se dijete samostalno služi i one za koje je potrebno posredovanje odrasle osobe.

#### 4. DIGITALIZACIJA DJEČJE KNJIŽEVNOSTI I RAZVOJNI PUT DIGITALNE SLIKOVNICE

Na prvi spomen pojma *suvremeno dijete* česta asocijacija nam je njihovo rano i neočekivano dobro poznavanje novih medija. Također, pritom je i česta pomisao kako današnja djeca čitanje premalo ili uopće ne čitaju. Tako su se ove dvije asocijacije potaknule razmišljanja o novim medijima kao uzroku i posljedici nečitanja. No, razmislimo li, književnost je oduvijek pratila novitete nekog novog doba. Pojavom pisma usmena književnost počinje se zapisivati čime počinje doba pisane književnosti. Nedugo zatim, pojava tiskarskog stroja osuvremenjuje pisanu književnost. Ovaj odnos usmene i pisane književnosti prikazuje nam što se događa pri susretu tradicionalnog i suvremenog – s vremenom, ono što je suvremeno postaje uobičajeno i primjećujemo kako novi medij potiskuje onaj prethodni. Tom analogijom mnogi danas zaključuju kako pisanu književnost i knjigu kao tradicionalne medije očekuje jednaka sudbina kao i usmenu književnost (Gabelica, 2012). No, knjiga možda jest stari medij, ali to ne znači da time književnost izumire. Kako bi preživjela u novom dobu, transformira se u nove oblike pa tako danas postoji niz žanrova i oblika elektroničke književnosti (Gabelica, 2012). Napuštanjem doba tiska knjige, knjige prestaju biti sredstvima komunikacije. Televizija, filmovi i internet uvode nove oblike komunikacije, nova ograničenja i mogućnosti za kreativnu proizvodnju i potrošnju književnosti te novu svijest i važnost medija (Hayles prema Gabelica, 2013).

Pojavom novih medija, ponajviše računala, pisana književnost, slijedeći primjer prije spomenutog izuma tiskarskog stroja, tekst „prebacuje“ u novi medij. Taj proces naziva se **digitalizacija**, a produkt iste jest tekst na računalu. Međutim, važno je spomenuti, kao što svaka pisana riječ nije književnost, tako ni svaki digitalni tekst nije elektronička književnost (Gabelica, 2013). Tekstovi koji nastaju upotrebom elektroničkih oblika sporazumijevanja zahtijevaju promjene u načinu čitanja, posebice u načinu interakcije s elektroničkim tekstovima te stoga potiču bitno različito čitateljsko procesuiranje teksta. Svi bi čitatelji, uz do sada tradicionalne oblike čitanja, morali razviti nove, nelinearne načine interakcije s tekstovima kakvi su potrebni za uspješno čitanje raznih oblika elektroničkih odnosno digitalnih tekstova (Grosman, 2010).

## 4.1. Digitalna književnost

Novo doba otvorilo je put drugačijoj proizvodnji, produkciji i distribuciji književnosti (Težak i Gabelica, 2015). Opus elektroničke književnosti obuhvaća djela stvorena isključivo za novi medij (Gabelica, 2013), odnosno djela elektroničke književnosti su ona književna djela koja su nastala za digitalni okoliš. U sebi sadrže hiperlinkove, slike i zvukove te zahtijevaju čitateljevu interakciju, a reproducirati se mogu jedino uz pomoć digitalnog uređaja. Za njihovo korištenje, stvaranje ili reprodukciju potrebno je poznavati i razumijevati tehnološki aspekt digitalnih medija kao i svih njihovih sastavnica – teksta, slike, zvuka, animacije, hiperteksta i ludičkog aspekta tj. igre (Gabelica, 2018). Digitalna se književnost razvija već dugi niz godina, a njezin ubrzani razvoj pratimo od devedesetih godina prošloga stoljeća (Težak i Gabelica, 2015). Mijene koje je pritom prolazila rezultat su tehnološkog razvoja, ali i istovremeno pokazatelj kreativnosti i brze prilagodbe njezinih autora. Dok se pisci koriste narativnim sistemom kao vodičem za izlaganje priče čitatelju/gledatelju, novi mediji se kao elementima naracije koriste sintezom jezičnog, vizualnog, auditivnog i *gameplay* koda koji kognitivno stimuliraju igrača do stanja doživljaja uključenosti u naraciju (Manovich prema Gabelica, 2013). No, iako ima brojne recipijente, čini se da digitalna književnost još uvijek nije prepoznata kao vrijedan sadržaj koji zaslužuje biti uvršten u suvremeni odgoj i obrazovanje (Težak i Gabelica, 2015).

## 4.2. Djela digitalne književnosti

Priroda digitalnih tekstova razlikuje se od tradicionalnih tekstova pa je logična potreba za novom poetikom i pravilima kojom bi se ona interpretirala. Književnost digitalnog okoliša zahtijeva poetiku koja će za književni predmet uz tekstualni dio književnoga djela imati i medijske objekte koji su sastavni dio konstrukcije pripovijedi. Tako se kod tiskanih slikovnica i stripova pripovijed gradi na temelju dvaju diskursa – jezičnog i slikovnog, dok su digitalna književna djela višediskurzivna – obično se sastoje od jezičnog, slikovnog, zvukovnog i ludičkog diskursa koji se nalaze u hipermedijskom odnosu. Za navedene odlike digitalnih medija obično se koristi termin multimedij, no neki autori poput Boltera i Grusina radije koriste termin hipermedij kako bi ukazali na prožimanje različitih medija. Prema tome, multimedij označava simultano korištenje više medija, ali koji istovremeno ostaju neovisni,

dok hipermedij naglašava da je riječ o elementima različite medijske prirode koji ravnopravno sudjeluju u stvaranju pripovijedi (Težak i Gabelica, 2015).

Unutar elektroničke književnosti danas su definirani sljedeći žanrovi:

- Hipertekstualna književnost (eng. hypertext fiction)
- Mrežna književnost (eng. network fiction)
- Interaktivna književnost (eng. interactive fiction)
- Prostorne naracije, naracije povezane s mjestom (eng. locative narratives)
- Instalacijska djela (eng. installation pieces)
- Generativna umjetnost (eng. generative art)
- Djela u kodu (eng. codework)
- Flash poezija (eng. the Flasch poem) (Hayles prema Težak i Gabelica, 2015).

S obzirom na veliki korpus djela i mogućnosti klasifikacije djela s obzirom na različite kriterije, Težak i Gabelica (2015) predlažu podjelu digitalnih djela namijenjenih djeci i mladima s obzirom na *kriterij zastupljenosti književnoga teksta u odnosu na druge medijske objekte*:

1. *Digitalna djela koja književnost koriste paratekstualno (žanr: poezija i proza u Flasu, casual igre)*

Djela prve skupine koriste književne lajtmotive – na književno se djelo pozivaju tek paratekstualno, a glavna im je namjena zabava i igra. Najčešće je riječ o poeziji ili prozi nastaloj u Flashu ili jednostavnijim igrama (eng. casual games). Rasprostranjena su, javljaju se na različitim medijima (iPad, Andorid uređaji, računala, web), a pažnja je više posvećena igrivosti nego li kvaliteti književnoga predloška. Primjerice, brojne igre koje svoj korpus motiva vuku iz poznatih bajki ili književnih uspješnica (Harry Potter, Alica u zemlji čudesa, Čudnovate zgrade šegerta Hlapića itd.). Ovakva djela mogu nam poslužiti kao motivacija za čitanje pojedinih književnih djela ili proširivanje već poznatih priča. U hrvatskoj su to djela čija je namjena zabava ili edukacija poput naklade Bulaja (Alisa i Vivaldijeva četiri godišnjih doba).

2. *Digitalna djela koja književnost koriste kao svoje uporište (žanr: interaktivne priče)*

Ova djela pripadaju žanru interaktivne književnosti (eng. interactive fiction). Sastoje se od veće količine teksta kojeg korisnici čitaju ili slušaju, a njime mogu i navigirati ili ga dodatno

istraživati (ovisno o kvaliteti djela). Primjerice, u digitalnoj slikovnici Pepeljuga, dijete istovremeno čita/slušava suvremenu priču o Pepeljugi, ali pripovijedanje može i prekinuti te istraživanjem ilustracija otkriti dodatne varijante pripovjedi, pokrenuti likove, dodatne dijaloge i slično. U Hrvatskoj je ovaj digitalni žanr najzastupljeniji iako je riječ o djelima s minimalnim udjelom interakcije. S jedne strane imamo digitalizirane slikovnice u kojima je dominantan tekst i statična ilustracija dok korisnik navigira kroz sadržaj listanjem stranica knjige (npr. Kašmir Huseinović i Andrea Petrlik Huseinović: *Plavo nebo*, Ciconia Ciconia, Oscar). S druge strane, imamo djela koja su animacije postojećih slikovničkih ili književnih predložaka uz koje se ponegdje javljaju i tematske igre (npr. tekst Bruno Kuman, animacija Ivana Guljašević: *Pauk Praško*, Muha Zunza, Riblja škola; Naklada Bulaja: *Priče iz davnine*).

Još uvijek ne postoji oblik kompleksnije interaktivne priče u kojoj je tekst u sintezi s ostalim medijskim objektima koji korisniku omogućuje smislaonu interakciju s djelom.

### 3. *Digitalna djela koja proširuju književno djelo (žanr: hipertekstualna djela, vizualni romani)*

Ova djela korisniku omogućuju nepredvidivo kretanje segmentima pripovjedi. Klikom na označene ključne riječi, čitatelju se otvaraju dodatni segmenti koji mogu obogatiti pripovijest ili ga odvesti u drugom smjeru. Hipertekstualna djela ovoga tipa nazivaju se još razlomljene priče (eng. *fractured stories*) zbog svoje isprekidane strukture. Uglavnom se radi o poznatim djelima (najčešće bajke) koja su ispričana na nešto drugačiji način ili iz pozicije različitih likova.

Što se tiče vizualnih romana, riječ je o interaktivnim književnim djelima, najčešće statične grafike i često slikani u manga stilu. Prvotno su nastali u Japanu gdje se danas razlikuju tzv. pravi vizualni romani (eng. *Visual Novels Proper*, NVL) koji se sastoje od pripovijedanja s manje interaktivnih elemenata i tzv. avanture (eng. *Adventure Video Games*, AVG) u kojima je naglasak na igrivosti. U Hrvatskoj zasada nema ovakvo kompleksnije digitalno književno djelo.

Preciznija žanrovska podjela zahtijeva detaljniju analizu koja uključuje: *medij reprodukcije djela* (računalo, e-čitač ili tablet), *razinu interakcije korisnika i djela*, kao i *razinu prožimanja medijskih objekata* u tvorbi pripovjedi. No, dobar je pokazatelj mogućnosti uporabe digitalnih djela u razvijanju literarne pismenosti djece unutar digitalnih medija.

Navedenu podjelu djela digitalne dječje književnosti možemo dodatno opisati trima skupinama. Skupine su tvorene prema načelu prema kojemu su *tri usmjerivača koja stoje između priče i djeteta čitatelja*: pisac, izdavač i roditelj (odrasla osoba koja djetetu pruža knjigu) (Garner prema Težak i Gabelica, 2015). Prema tome:

1. Prvu skupinu *Digitalna djela koja književnost koriste paratekstualno (žanr: poezija i proza u Flasu, casual igre)* određuju izdavači, odnosno tržište koje računa na samostalnost mladih korisnika digitalnih medija. Riječ je o digitalnim djelima s osnovnim ciljem zabave koja su poprilično raširena i dostupna, a rabe poznate književne ili filmske predloške s ciljem privlačenja mladih korisnika.
2. Drugu skupinu *Digitalna djela koja književnost koriste kao svoje uporište (žanr: interaktivne priče)* također određuje tržište, no ovdje je riječ o izdavačima koji računaju na želju roditelja da djeci pruže digitalno iskustvo književnoga djela.
3. Treću skupinu *Digitalna djela koja proširuju književno djelo (žanr: hipertekstualna djela, vizualni romani)* čini neformalno tržište – skupina umjetnika, pisaca u digitalnim medijima koji se trude osuvremeniti tradicionalnu književnost i čitateljima pružiti drugačije iskustvo nelinearnoga teksta.

Sukladno navedenom, Težak i Gabelica (2015) ističu da digitalna dječja književnost itekako postoji, no njome se zasada bavi isključivo tržište. Kao razlog navodi se vjerojatno činjenica da se akademska zajednica radije bavi književnošću za odrasle, dok je dječja književnost marginalizirana. Nedostatak kritičizma dopušta zasićenost tržišta raskošnom proizvodnjom uglavnom trivijalnih djela usmjerenih na roditelje koji žele svojoj djeci priuštiti digitalno iskustvo književnoga djela (Gabelica, 2018). U Hrvatskoj je situacija dodatno otežana činjenicom da je većina spomenutih djela na engleskom jeziku i namijenjena širem tržištu. Prema tome, praksa ukazuje na potrebu za aktivnijom ulogom odraslih, odgojitelja/učitelja koji su glavni interpretatori i spona između djece i sadržaja (Težak i Gabelica, 2015).



### 4.3. Digitalna slikovnica

Svijet dječjih slikovnica neprestano se mijenja, no uloga slikovnice u životu djeteta i odgoju je stalna. Izloženost djece slikovnicama bez obzira na način njihova čitanja, osnova je za kasniji razvoj čitalačke pismenosti, učenje o društvenim vrijednostima, školski uspjeh i slično. Novija istraživanja koja se bave i digitalnim slikovnicama, pokazuju da se istraživački interes sve više seli na proučavanje interaktivnih sastavnica suvremenih slikovnica. Multimodalnost slikovnica koja se uglavnom oslanjala na verbalne i vizualne formate, širi se prema uključivanju zvučnih, taktilnih i izvedbenih formi (Batarelo Kokić, 2015).

Slikovnica je u osnovi pripovijest gdje je diskurs realiziran kroz dva komunikacijska kanala – vizualni i verbalni. Vizualni diskurs posreduje priču kroz ikoničke simbole, dok verbalni preko konvencionalnih simbola (Narančić Kovač prema Gabelica, 2018). Kod elektroničkih slikovnica govorimo o trećem važnom diskursu, a to je auditivni diskurs. Sastoji se od glazbe i zvučnih efekata koji prate pripovijed te glasa pripovjedača koji pripovijeda priču (koji istovremeno pripada jezičnom diskursu). Iako glazba može biti isključena kod nekih djela, kod većine često ima važnu ulogu u izgradnji raspoloženja te u cjelokupnom doživljaju priče. Interaktivni elementi mogu biti dio jezičnih ili vizualnih diskursa, a ukoliko su dobro osmišljeni, interaktivni elementi postaju katalizatori priče – dopunjuju i proširuju određene diskurse (Gabelica, 2018).

U promišljanju o digitalnim slikovnicama pojedini su autori usmjereni na razvojni put digitalnih slikovnica pa ih u početku sagledavaju kao digitalnu kopiju tradicionalne slikovnice (Yokota i Teale prema Batarelo Kokić, 2015). Stručna literatura naglašava da digitalna slikovnica traži ne samo nove pristupe, već i novu terminologiju s ciljem opisivanja elemenata karakterističnih za digitalno okruženje. Istražuju se i različite razine i vrste sudjelovanja korisnika od jednostavnog listanja stranica, do sudjelovanja u pisanju teksta (Al-Yagout i Nikolajva prema Batarelo Kokić, 2015).

Digitalne slikovnice uz jasne podjele, zahtijevaju proširene kriterije analize, vrednovanja i oblikovanja, pri čemu je naglašena važnost jasnijeg određivanja područja digitalnih slikovnica. Poželjne odlike digitalnih slikovnica, moguće je prepoznati u kriterijima za njihov odabir i vrednovanje.

Tako Hoffman i Paciga (2014; prema Batarelo Kokić, 2015) navode **smjernice za odabir digitalnih slikovnica primjerenih radu s djecom predškolske dobi:**

1. odabir digitalnih slikovnica čije sastavnice ne ometaju razumijevanje priče
2. pomoćne sastavnice koje potiču razumijevanje putem interakcije i uključuju povezivanje sa stvarnim iskustvima te ponavljanje
3. kontrola brzine čitanja teksta
4. uključeno aktivno korištenje tehnologije.

Yokota i Teale (2014; prema Batarelo Kokić, 2015) pak u **smjernicama za vrednovanje digitalnih slikovnica** navode 4 kriterija:

1. priča u digitalnom obliku treba biti prikazana na odgovarajući način
2. priča iskorištava digitalni oblik u mjeri koja ne bi bila moguća u tradicionalnoj slikovnici
3. interaktivne sastavnice ne ugrožavaju glavni tijek priče;
4. dodatne sastavnice su usklađene s pričom
5. korištene sastavnice su u skladu s čitalačkim sposobnostima djece i njihovim načinom učenja.

#### 4.3.1. Klasifikacija digitalnih slikovnica

Žanrovska klasifikacija elektroničkih slikovnica varira ovisno o usvojenosti kriterija. S jedne strane imamo klasifikaciju djela na tržištu *s obzirom na medij reprodukcije* (npr. PC, iPad, Andorid) pri čemu je ovaj pristup široko rasprostranjen iz sasvim praktičnih razloga – korisnici žele djela koja mogu reproducirati na svojim uređajima. S druge pak strane imamo *kriterij interaktivnosti* pri čemu je važno napomenuti da količina interaktivnosti nije mjera umjetničke kvalitete djela.

Gabelica (2018) navodi sljedeću klasifikaciju elektroničkih slikovnica:

1. **Digitalizirane slikovnice:** ne uključuju skenirane tradicionalne slikovnice (poput pdf formata i slično) jer je tada samo riječ o digitalizaciji postojećih medija. U ovu grupu spadaju djela koja su nastala na digitalnim medijima i koja se mogu reproducirati

samo na digitalnom medijskom uređaju. Ipak, ova djela doista izgledaju poput slikovnice. Sastoje se od uglavnom statičnih, ponekad animiranih ilustracija i teksta. Riječ je o djelima kojima je tržište zasićeno, jer su, uglavnom, prilično laka za izradu. Često se pogrešno nazivaju „interaktivne priče“, vjerojatno da bi privukle korisnike na novo, zanimljivo iskustvo za čitanje, no one zapravo često kriju minimalni iznos interaktivnosti. Digitalno „listanje“ stranica klikom miša ne predstavlja nikakvu vidljivu interaktivnost. Njihov nedostatak smislene interaktivnosti često se opravdava željom da se korisnicima pruži iskustvo „knjige“.

2. **Digitalne slikovnice – interaktivne priče:** neki autori nastoje poboljšati kvalitetu digitalnih slikovnica na način da pridaju više pažnje ilustracijama, animacijama, glazbi odnosno interakciji s korisnikom. Između djela u ovoj grupi postoji razlika na razini smislene interaktivnosti kroz koju čitač-interaktor utječe na tijek i izgradnju pripovjedi. Stoga se razlikuju:

- a) *Niska razina smislene interaktivnosti – utjecaj interaktora na dubinu doživljaja narativa:* ova djela uključuju medijske objekte koji su obično skriveni i omogućuju čitatelju da ih otkrije te na taj način otkrije i dodatne dijelove priče. Na primjeru bajke Pepeljuga korisnik može imati primjerice mogućnost istraživanja slika dodiranjem, otkrivanje nekih skrivenih zvukova – može dotaknuti dio ilustracije i otkriti detalje poput sviranja klavira, sata koji otkucava ponoć i slično. To ponekad omogućuje dublje uranjanje u priču i njezin vizualni prostor ili ponekad služi da se naglasi neki dio pripovijedanja (npr. otkucavanje sata u ponoć kao signal vilinog upozorenja).
- b) *Srednja razina smislene interaktivnosti – utjecaj interaktora na širenje pripovijesti:* ova djela ne mogu funkcionirati bez interaktora. Interaktor proširuje narativ svojim postupcima, iako oni još uvijek ne mogu utjecati na tijek naracije. Uzmemo li primjer Pepeljuge, pripovijedanje se može zaustaviti i tražiti od čitatelja da pomogne Pepeljuzi u njezinim zadacima (npr. stavite voće u zdjelu, odaberi haljinu Pepeljuzi ili sestrama i slično). Uz ove ludičke elemente, čitatelj može i dodirnuti likove i odrediti njihov govor (koji se pojavljuje u balonu poput stripa) te na taj način promijeniti dijalog između likova i utjecati na odvijanje naracije.

c) *Visoka razina interakcije – utjecaj interaktora na tok pripovijesti:* u ovoj grupi djela omogućuju korisniku otkrivanje dodatnih elemenata (zvukovi, dijalози, tekst ili ilustracije) kao i na prethodnoj razini, ali istodobno, korisnik ima mogućnost promjene toka narativa što omogućuje višelinearnost. Klikom na označene ključne riječi, čitatelj otvara dodatne segmente koji mogu obogatiti glavnu pripovijest ili pak odvesti u potpuno neočekivanom smjeru. Slikovnica dosada nije „vidjela“ ovakvu razinu interaktivnosti što je vjerojatno zbog toga što je obično usmjerena na mlađe, početne čitatelje-

3. **Hibridne vrste tradicionalne slikovnice i digitalnih medija:** riječ je uglavnom o tradicionalnim slikovnicama koje dijete može samostalno čitati, a upotrebom digitalnih medija otkrivaju se dodatne mogućnosti slikovnice, poput dodatnih slika, animacija, teksta ili igre. Ova grupa uključuje npr. slikovnice pomoću tzv. OppTalk tehnologije. Riječ je o slikovnicama koje izgledaju poput „običnih“ slikovnica, no dolaze s igračkama. Postavljanjem igračaka na označene dijelove u knjizi mogu se proizvoditi zvukovi i slično. Vrlo su korisne za učenje stranih jezika, imenovanja predmeta i slično (Gabelica, 2018).

#### 4.3.2. Pregled istraživanja: slikovnica u radu s djecom predškolske dobi

Martinović i Stričević (2011) ističu 3 tematske skupine istraživanja slikovnica:

1. *Istraživanja tradicionalnih dječjih slikovnica*
2. *Istraživanja interaktivnog čitanja knjiga i slikovnica*
3. *Istraživanja interaktivnih dječjih slikovnica*

1. *Istraživanja tradicionalnih dječjih slikovnica:* usmjerena su na razumijevanje odnosa ilustracije i teksta u slikovnicama te na transfer znanja iz slikovnica. Učenje uz pomoć slikovnice odvija se ovisno o vjernosti ilustracije stvarnosti. Obrazovna uloga slikovnice izraženija je u slučajevima kada se koriste realistične ilustracije (Ganea, Pickard i DeLoache prema Martinović i Stričević, 2011). Navedeni rezultati ukazuju na važnost ranog izlaganja knjigama budući da je utvrđena povezanost izloženosti knjižskom znanju i znanju o svijetu oko sebe. Također, istraživanje utjecaja dijelova slikovnica koje je moguće pomicati (preklopi,

poluge, teksture i druge sastavnice koje su oblikovane s ciljem poticanja interakcije) na učenje abecede, ukazuje na nedjelotvornost navedenih sastavnica u učenju abecede kod djece u dobi od 2-3 godine. Budući da su djeca koja su koristila jednostavnije knjige naučila više slova, moguće je zaključiti da dijelovi slikovnica koje je moguće pomicati ili njima upravljati ometaju usvajanje informacija dostupnih u knjigama (Chiong i DeLoache prema Martinović i Stričević, 2011).

2. *Istraživanja interaktivnog čitanja knjiga i slikovnica:* DeBruin-Parecki (2009) daje prikaz važnosti interaktivnog čitanja za kasniji školski uspjeh djece, te primjer programa razvoja čitalačke pismenosti u obitelji. Mjerljiva dobit uslijed interaktivnog čitanja odnosi se na interaktivni dijalog putem kojeg djeca stječu vještine razumijevanja pisanog teksta i potiču se na čitanje s uživanjem. Razvoj čitalačke pismenosti u obitelji vidljiva je kroz postavljanje pitanje, pohvalu i pozitivnu potkrepu tijekom čitanja, pružanje i proširivanje informacija, pojašnjavanje informacija, usmjeravanje rasprave, dijeljenje osobnih doživljaja, povezivanje sa životnim iskustvom. U istraživanju koje su proveli Wasik i Bond (2001) odgajatelji čitaju knjige djeci kako bi ojačali vokabular, a pri tome koriste konkretne predmete koji se vezuju uz korištene riječi i pružaju djeci mogućnost da koriste te riječi u smislenom kontekstu.

3. *Istraživanja interaktivnih dječjih slikovnica:* ukazuju na pozitivan utjecaj pojačanog pristupa digitalnim slikovnicama na razvoj pismenosti kod djece predškolske dobi o čemu će više riječi biti u sljedećem poglavlju.

#### 4.3.2.1. Primjena u radu i pozitivan utjecaj digitalnih slikovnica

Provedena istraživanja ukazuju na pozitivan utjecaj pojačanog pristupa digitalnim slikovnicama na razvoj pismenosti kod djece predškolske dobi. Tako rezultati istraživanja o utjecaju izravnog i neizravnog poučavanja rječnika i čitanja riječi korištenjem digitalnih slikovnica u radu s djecom predškolske dobi, a koje su proveli Shamir i Korat (2012; prema Batarelo Kokić, 2015) ukazuju na sljedeće: djeca iz eksperimentalne skupine koja su čitala e-knjige koje su uključivale riječi kojima je davano dodatno pojašnjenje pokazala su veći napredak u razumijevanju značenja i čitanju riječi u usporedbi s kontrolnom skupinom koja je radila po uobičajenom programu.

Shamir, Korat i Fellah (2012; prema Batarelo Kokić, 2015) istraživali su utjecaj aktivnosti s obrazovnom e-knjigom u usporedbi s čitanjem tiskane knjige od strane odrasle osobe, na rječnik, fonološku svijest i koncept pisma kod djece predškolske dobi s naznakama teškoća u učenju. Sudionici istraživanja bili su grupirani u tri skupine: aktivnosti s e-knjigama, slušanje čitanja tiskane knjige od strane odgojitelja te kontrolna skupina. Rezultati su pokazali da su djeca izložena e-knjigama pokazala značajno više poboljšanu pismenost (rječnik i fonološka svijest) u odnosu na djecu iz druge dvije skupine.

U istraživanju s početnim čitačima u dobi od 5 do 6 godina, Karemaker, Pitchford i O'Malley (2010; prema Batarelo Kokić, 2015) istraživali su učinkovitost intervencije s ciljem poboljšanja čitanja korištenjem digitalnih materijala za cjelovito čitanje u odnosu na tradicionalne čitalačke materijale. Sva djeca sudjelovala su u aktivnostima u kojima se poticalo čitanja kroz oba pristupa, a prije i nakon aktivnosti utvrđivala se: razina prepoznavanja pisanih riječi, imenovanje pisanih riječi, fonološka svijest i odnos prema računalima. Pozitivna postignuća u razvoju pismenosti na svim razinama utvrđena su u oba pristupa, no značajne su razlike utvrđene u prepoznavanju pisanih riječi i ugodni prilikom učenja korištenjem digitalnih multimedijских materijala za cjelovito čitanje.

Kako bi se nadovezali na rezultate studija koje pokazuju pozitivan učinak korištenja digitalnih slikovnica u radu s djecom predškolske dobi, pojedini su istraživači proveli dodatne analize čimbenika koji utječu na razvoj pismenosti:

Salmon (2014; prema Batarelo Kokić) je proveo opsežnu analizu literature kako bi utvrdio čimbenike koji utječu na djelotvornost digitalnih knjiga u poticanju pismenosti u ranom djetinjstvu. Analizirao je eksperimentalne, kvazi-eksperimentalne i promatračke studije usmjerene na razvoj pismenosti u dobi od 3 do 7 godina. Rezultati su pokazali da na razvoj pismenosti utječu: odlike interaktivnosti u slikovnicama, kvaliteta slikovnice, učestalost njezina čitanja te sudjelovanje odraslih osoba.

Smeets i Bus (2014; prema Batarelo Kokić, 2015) proveli su istraživanje usmjereno na korištenje digitalnih knjiga u kojima su animacije i interaktivne sastavnice služile za označavanje riječi kako bi se kod djece poticalo razumijevanje navedenih riječi uslijed veće izloženosti, bez sudjelovanja odrasle osobe. Sudjelovala su djeca predškolske dobi, a koristila su statične, animirane i interaktivne digitalne knjige. Najveći napredak u razvoju rječnika pokazala su djeca koja su koristila interaktivne digitalne knjige, zatim ona koja su koristila animirane knjige te na kraju ona koja su koristila statične digitalne knjige.

Neuman (2014; prema Batarelo Kokić, 2015) u svojem radu sugerira da različiti medijski prikazi mogu koristiti razvoju djece jer prilikom interakcije s različitim medijima, djeca koriste različite fizičke, percepcijske i kognitivne vještine. Tako pokretne slike mogu osigurati bolji uvid i razumijevanje od verbalnih opisa, dok učenje nekad zahtjeva motorički angažman.

Interaktivne sastavnice digitalne slikovnice utječu na korisnost same slikovnice i njen utjecaj na razvoj djeteta, no iznimno je važno osigurati uvjete za pravilno korištenje istih. Nedostatak kritike i sustavnog istraživanja dječje digitalne književnosti otvara put produkciji djela različite kvalitete, često na štetu njihovih književnih vrijednosti. Dječja književnost je medij od kojeg sve počinje i koji utječe na razvoj estetike, ukusa i književnih očekivanja mladih čitatelja stoga treba svoju kritiku koja će usmjeriti i utjecati na razvoj i proizvodnju visokokvalitetnih radova (Batarelo Kokić, 2015).

#### 4.4. Proces digitalizacije književnih djela

Prilikom digitalizacije književnog djela vrši se tzv. *transkripcija*. To je postupak u kojem se pisana riječ prepisuje ili skenira u kod sličan onome na papiru. U tom slučaju, tekst je vjeran originalu, zaokružen je i gotov. Međutim, ovakav tekst je nedinamičan i kao takav ne odgovara prirodi novoga medija koji je prije svega dinamičan i multisenzoran. Iz tog razloga, prilikom transkripcije originalnoga teksta ujedno se vrši i njegova *translacija* u novi medij, što znači da original preuzima značajke novoga medija, a samim time se i mijenja (Gabelica, 2013).

Prvi korak u tom procesu je pretvaranje teksta u *hipertekst*. Razlika između tradicionalnog teksta i hiperteksta je u tome što je hipertekst iznad linearnoga teksta, dinamičan je i promjenjiv, nedovršen i beskonačan jer mu se uvijek može dodati novi modul. Hipertekstualni teoretičari George Landow i Jay David Bolter isticali su važnost *hiperlinka* koji čitatelju pruža mogućnost slobodnijeg čitanja. *Hiperlink* se zapravo javljao već u pisanoj književnosti, u obliku fusnota ili uputa čitatelja koji su ga upućivali da preskoči poneki odjeljak, odabere smjer priče i slično. Kasnije, novi radovi uspješnije kombiniraju prirode dvaju medija te *hipertekstualna poveznica* postaje obilježjem starije elektroničke književnosti, a noviji se radovi radije koriste raznolikim navigacijskim shemama i interaktivnim pročeljima (Gabelica, 2013).

## 4.5. Čitanje digitalne književnosti

Tekstovi koji nastaju upotrebom elektroničkih oblika sporazumijevanja zahtijevaju radikalne promjene čitanja, posebice u načinu čitateljeve interakcije s elektroničkim tekstovima. Iz tog razloga govorimo o različitom procesuiranju teksta. Dugoročno je ta promjena važna i za suvremenu nastavu čitanja koja danas mora uključivati više oblika pismenosti (eng. *multiliteracy*). Stoga bi svi čitatelji, uz do sada tradicionalne oblike čitanja, morali razviti i nove, nelinearne načine čitanja i interakcije s tekstovima koji su potrebni za uspješno čitanje elektroničkih odnosno digitalnih tekstova. Već sama karakterizacija „nelinearno“ čitanje digitalnih tekstova pokazuje da naše razumijevanje čitanja elektroničkih tekstova proizlazi iz suprotnosti prema osnovnom linearnom čitanju tiskanih tekstova koje smo dosada navikli čitati – od riječi do riječi, od rečenice do rečenice, od prve do zadnje stranice i tako dalje (Grosman, 2010). Umjetnički tekstovi na početku čitatelja moraju uvjeriti u svoju zanimljivost, potom održati njegovo zanimanje stalnim zapletima te ga dovesti do kraja koji je za čitatelja manje ili više zadovoljavajući (Grosman, 2010). Linearnim čitanjem postupno otkrivamo radnju, upoznajemo likove i slično. Da bismo shvatili „C“, najprije moramo pročitati A – B – C (Gabelica, 2012). S druge strane, elektroničke priče nemaju unaprijed određen redosljed, nego predstavljaju mreže mogućnosti koje čitatelj može aktivirati na različite načine i upotrebom tehnologije sastaviti svoju posebnu priču (Grosman, 2010). Originalnom tekstu u novome mediju dodaju se linkovi ili se tekst obogaćuje popratnim sadržajima (npr. zvuk, animacija, boja) (Gabelica, 2012). Čitatelj ne mora nužno pratiti linearnu strukturu pa tekst može započeti čitati na bilo kojem mjestu, a u trenutku kada prestane čitati, za njega znači i kraj teksta (Grosman, 2010).

Osnovni oblik elektroničkoga teksta je prije spomenuti hipertekst (eng. *hypertext*) koji vidimo na zaslonu računala, a koji čitatelju, zajedno s vizualnom građom nudi blokove teksta. Engleski naziv za blokove leksika na zaslonu računala naziva se *node*, što na hrvatskom znači čvor. Drugo obilježje hiperteksta su brojne mogućnosti veza ili linkova (eng. *link*). Sustav povezivanja pomoću linkova čitatelju omogućuje da se sam odluči o vezama te da na taj način samostalno izabere blokove teksta ili vizualnu građu te zatim izborom različitih veza/linkova odredi i njihov redosljed. Dakle, čitatelj tako odabire vlastiti put (eng. *path, way*) i oblikuje svoju specifičnu čitateljsku aktualizaciju hiperteksta (Grosman, 2010).



Uz segmente koji se sastoje od riječi na zaslonu računala, elektronički tekstovi nude i bogatu slikovnu građu, fotografije, grafičke prikaze, brojke, audio i video sastavnice. Sve te digitalno u računalu uskladištene i ponuđene elemente čitatelji sklapaju po volji, a hipertekst na zaslonu zbog toga oblikuju posve novi uvjeti čitateljeva doživljaja značenja. Čitanje kao aktivnost tako postaje aktivnost odabira, odlučivanje između različitih tekstualnih elemenata od kojih se neki zanemaruju tj. ispuštaju, dok se na drugima dulje zadržava. To se često naziva *čitateljski put kroz tekst*. Čitatelj može isti hipertekst čitati više puta i na razne načine, tako da su njegove priče kao čitateljski putovi posve različite (Grosman, 2010).

Upravo zbog višestrukih mogućnosti čitanja i povezivanja linkovima, stručnjaci smatraju da se prilikom čitanja elektroničkih djela ne radi samo o nelinearnom čitanju, već da bi se točnije moglo opisati kao višelinearno čitanje.

S jedne strane imamo stručnjake (Strehovec, 2007) koji upozoravaju da elektronički tekstovi nagovaraju čitatelja pri čemu se on nalazi u poziciji u kojoj je prisiljen na niz aktivnosti koje nisu samo čitanje. S druge strane, neki stručnjaci za čitanje ističu da elektronički tekstovi nude nove i zanimljive mogućnosti čitanja te da ne oslobađaju čitatelje ograničenja i autoriteta tiskane riječi, već samo oblikuju nove mogućnosti čitanja. Strah da će novi oblici književnosti dovesti do zatiranja tradicionalnih, proizlazi iz posljedice sve šire upotrebe računala u ranoj mladosti i određen oblik ovisnosti pa to navodi neke stručnjake na pitanje hoće li mladi uopće biti sposobni čitati tiskane knjige. Unatoč sve češćim ovakvim pesimističnim pogledima, a sve većoj oduševljenosti mladih elektroničkim tekstovima, smislenije je baviti se pitanjem kako čitanje tradicionalnih tekstova ponuditi kao ugodan i zanimljiv događaj koji će mladog čitatelja uvjeriti u posebnost linearnoga čitateljskoga doživljaja (Grosman, 2010).

#### 4.6. Posljedice čitanja na digitalnim medijima: dubinsko čitanje i razumijevanje pročitano

Danas se najveće promjene događaju na području pristupa tekstu, razumijevanja i procesuiranja informacija. Istraživanja neurolingvisti ukazuju na problematiku e-čitanja u smislu sporijeg čitanja (do 20-30%), a kao razlog se ističu brojne distrakcije. Naime, materijali prikazani na računalu obiluju dodatnim stimulansima (video, zvuk, reklame i sl.), a sve to odvrća čitateljevu pažnju. Nakon što mozak završi dekodiranje riječi, zastaje i kreće u

dekodiranje brojnih drugih informacija na ekranu (slike, zvuka, videa itd.). Također, prilikom elektroničkog čitanja, čitatelj se svake 3 minute prebacuje na drugi projekt te mu je u prosjeku potrebno 23 minute da se ponovno koncentrira na početni sadržaj. Ovakva brzina izmjene aktivnosti neminovno utječe na dubinsko razumijevanje pročitano i mozak reagirajući tako na stimulirajuće informacije na novim medijima dobiva osjećaj užurbanosti. No, u tom slučaju, postoje i nove generacije e-čitača (npr. Kindle) koji imaju tekstove s manje distrakcija, a pružaju potrebnu interaktivnost s tekstem (Gabelica, 2018).

Poznati teoretičar medija, Marshall McLuhan, već je 70-ih godina najavio promjene koje će ovakav način čitanja izazvati kod ljudi. Naime, McLuhan je isticao da promjena načina čitanja i pristupa tekstu ne znači samo promjenu podražaja, već i naše svijesti o sadržaju. Današnja djeca jednostavno drukčije razmišljaju - proces mišljenja je ubrzan, mnogo lakše interpretiraju informacije, sposobna su za multitasking, lakše pronalaze prečace do cilja. Mnogi teoretičari zato nove generacije djece nazivaju *goal-oriented* (usmjerene na cilj) gdje djeca čak uspješno dolaze do cilja, ali bez strpljenja ili razumijevanja uzročno-posljedičnih aktivnosti koje će ih do cilja dovesti. Navedene činjenice nam ukazuju da je čitanje knjiga izuzetno važno ukoliko želimo da djeca razviju sposobnost linearnog, uzročno-posljedičnog razumijevanja. No, moramo uzeti u obzir da je njihova podražajnost jednostavno drugačija. Ukoliko djecu doista želimo poticati na čitanje, moramo se oduprijeti strahu od novih medija. Novi mediji nisu zlo naspram knjige već je rješenje u kombinaciji obaju medija (Gabelica, 2018).

## 5. HRVATSKA DIGITALNA KNJIŽEVNOST

Hrvatsko tržište digitalnih djela postupno se prilagođava novim generacijama i njihovim interesima, no ono je najviše usmjereno na dva oblika interakcije s djecom – zabavu i učenje. Sam pojam „zabava“ privlači mlade korisnike, dok će „učenje“ ohrabriti roditelje da ih kupe svojoj djeci. Prema tome, na hrvatskom se tržištu može pronaći mnoštvo raznovrsnih digitalnih materijala, najčešće u obliku interaktivnih CD-ova, učilica, videoigara i slično, dok se tržište namijenjeno knjizi i čitanju u digitalnim prostorima razvija nešto sporije (Gabelica, 2013). Navedeno je pokazatelj općega stanja u društvu. Tržište knjiga kao tradicionalnog medija u svojevrsnom je padu pa se bojazan od neprofitabilne knjige javlja i kod izdavača digitalnih djela. Stoga će isti radije objavljivati materijale koji se više „prodaju“ koristeći se lajtmotivima iz poznatih tradicionalno vrijedno književnih djela (Gabelica, 2015).

Ne možemo tvrditi su digitalni mediji odgovorni za slabije zanimanje za knjigu, no doista slabi zanimanje za čitanje. Taj su problem prepoznale i hrvatske krovne institucije. Nakon konferencije „*Poticanje čitanja: njemačka iskustva i hrvatske perspektive*“ održane u listopadu 2012. godine u organizaciji Goethe-Instituta Kroatien koja je okupila brojne predstavnike knjižnica, nakladnika, akademskih i strukovnih udruga, stvorila se pokretačka sila koja je apelirala na mjerodavne institucije. Konkretno na Ured Predsjednika RH, Vladu RH, Ministarstvo kulture RH i Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH. Zahtijevali su osnutak službenog radnog tijela s ciljem izrade i provedbe nacionalne strategije poticanja čitanja. Institucije su reagirale vrlo brzo pa je u ožujku 2014. održan prvi sastanak Povjerenstva za izradu Nacionalne strategije poticanja čitanja koje se sastojalo od 30 članova i 6 skupina s obzirom na interesno područje: Odgoj i obrazovanje – Škola i čitanje, Odgoj i obrazovanje- Predškola i čitanje, Institucije (knjižnice i čitanje), Izdavači i čitatelji, Hrvatski autori i čitanje te E-knjiga (Gabelica, 2015).

Hrvatsko tržište još uvijek nije osvijestilo prednosti proizvodnje digitalnih književnih djela i najviše se bavi izdanjima zabavnoga i edukativnoga karaktera. Ova, prije kritizirana, činjenica zapravo nam može ići u prilog – budući da su se krovne institucije već angažirale u poticanju čitanja općenito pa i čitanja na digitalnim medijima, preostaje još posvetiti se proizvodnji kvalitetnih digitalnih djela na hrvatskome jeziku (Gabelica, 2015).

Primjer jednog od projekta koji je zaživio u Republici Hrvatskoj, a koji je nastao u suradnji umjetnika više zemalja, jest interaktivni CD Naklade Bulaja. Njihov nagrađeni međunarodni

projekt kojim su stekli svjetsku slavu, *Priče iz davnine*, sadrže osam animiranih interaktivnih priča u izvedbi međunarodne ekipe animatora, glumaca, glazbenika, ilustratora i programera, uz brojne dodatne sadržaje. Uz ovaj projekt, u ponudi naklade ističu se 3 CD-ROM-a pod nazivom *Klasici hrvatske književnosti* s tekstovima brojnih hrvatskih klasika, antologijskih pjesama u tekstualnom i zvučnom zapisu te dramskih tekstova uz videozapise. Izdali su i nekoliko hrvatskih izdanja glazbenih računalnih igara: Orašar, Alisa i Vivaldijeva četiri godišnja doba te Mozartova čarobna frula (Gabelica, 2013).

Nadalje, adaptacije priča *Bratac Jaglenac i sestrice Rutvica* u ostvarenju engleske autorice Ellen McAuslan te *Lutonjica Toporko i devet župančića* njemačke autorice Kathrin Rothe, adaptacije su koje su ostale dosljedne originalnom predlošku, a interaktivnost nude u obliku pokretanja animacija, otkrivanju simbola te odabiru hoće li se priča čitati ili slušati kao naracija. Projekt je nagrađivan i dobar je pokušaj oživljavanja klasika hrvatske dječje književnosti u novome mediju. S druge strane, pokušajem adaptacije *Šume Striborove* nastao je tek animirani film koji ne pruža interaktivnost potrebnu da bi se smatrala djelom elektroničke književnosti, a adaptacijom priče *Kako je Potjeh tražio istinu*, animirani film ispresijecan igrama gdje gledatelj/igrač dobiva osjećaj sudjelovanja (Gabelica, 2013).

Sljedeći primjer je *Sretan cvrčak* autorice Nade Zidar-Bogadi. Riječ je o zbirci autorskih basni s popratnim metodičkim materijalima uz koje dolazi i DVD s animiranim filmom. Bruno Kuman više je puta objavio slikovnice (npr. *Pauk Praško*, *Muha Zunza*, *Riblja škola*, *Kako je snijeg pao*) u kojima je priča popraćena animiranim filmovima u suradnji s ilustratoricom i animatoricom Ivanom Guljašević. Ova izdanja dostupna su i široj publici jer su objavljena i na engleskom jeziku. Također, slikovnice Kašmir prometa (Kašmir Huseinović i Andrea Petrlik Huseinović) prevedene su na više svjetskih jezika, uključene u međunarodnu zbirku Chihiro Art Museuma u Japanu te uvrštene među najljepše oblikovane knjige svijeta. Njihove slikovnice mogu se i besplatno pročitati na stranicama ICDL-a11 (International Children's Digital Library) (Gabelica, 2015).

Produkcija digitalnih knjiga u Hrvatskoj uglavnom se temelji na digitalizaciji književnih djela za djecu i mlade (ponajprije njihovih lektira), ali je kvalitetan prvi korak prema osuvremenjivanju pristupa dječjoj književnosti. S druge strane, proizvodnja djela digitalne dječje književnosti koja bi se potpuno prilagodila za novi medij, zahtijeva dodatni angažman autora, izdavača i samoga tržišta (Gabelica, 2015).

## 6. KULTURA SUVREMENOG ČITANJA – uloga obitelji i predškolske ustanove

Akceleracija dječjega fizičkog i intelektualnog razvoja pod utjecajem povećanog tijeka informacija ukazuje na potrebu jačanja pedagoške funkcije predškolskih ustanova, ali i odgojne funkcije roditelja (Čačko, 2000).

Naime, novi tipovi knjiga za predčitateljsku dob izravno računaju na sudjelovanje odrasle osobe – ne samo kao čitatelja teksta, već pretpostavljaju i aktivan rad odraslog i djeteta uz knjigu, s njegovim stvaralačkim doprinosom kod interpretiranja knjige, dijalog o temama koje knjiga sadržava, ali i onima koje sama izaziva (Čačko, 2000). Dakle, kao ključni čimbenici u razvoju rane pismenosti navode se: *model odrasloga, poticaji odrasloga te dostupnost i količina izloženosti odgovarajućim materijalima za čitanje*, a polazište za sva tri čimbenika jest upravo *materijal za čitanje* (Martinović i Stričević, 2011).

Najčešće posredovani materijal u aktivnostima čitanja su slikovnice. No, postavlja se pitanje koliko se zapravo zna o tom čitateljskom materijalu, a posebice koje su nove generalne spoznaje o suvremenim slikovnicama te što se zna o trenutno prisutnim slikovnicama na domaćem tržištu i u knjižnicama. Činjenica je da se danas izdaju gotovo svakodnevno i da nakladničko tržište obiluje njima pa se nameće pitanje razine njihove kvalitete (Martinović i Stričević, 2011).

Odrasli su posrednici između djeteta i slikovnice, a o njihovim osobnostima, odnosu prema djetetu, stavovima prema čitanju, ovisi hoće li djeca postati samo čitači ili doživotni čitatelji. Ispred roditelja i svih koji brinu o djeci i odgajaju ih, zahtjevna je odgovornost stvaranja poticajnog ozračja za dijete i slikovnicu, bilo tiskanu ili digitalnu. Djeci nije dovoljno samo dati slikovnice već ih je potrebno uvoditi u njihov život tako da im djeca sama daju ravnopravno mjesto uz igračke. Promišljeni roditeljski, odgojiteljski i učiteljski postupci neće se pokazati učinkovitima ako im se nude nezanimljivi sadržaji. Dok oni odabiru ili preporučuju slikovnice za koje smatraju da ih djeca trebaju pročitati, djecu zanimaju one bliske vlastitim potrebama i iskustvu. Stoga je važno imati na umu se da kriteriji prema kojima odrasli procjenjuju kakve su slikovnice djeci potrebne, često razlikuju od dječjih kriterija (Halačev, 2000).

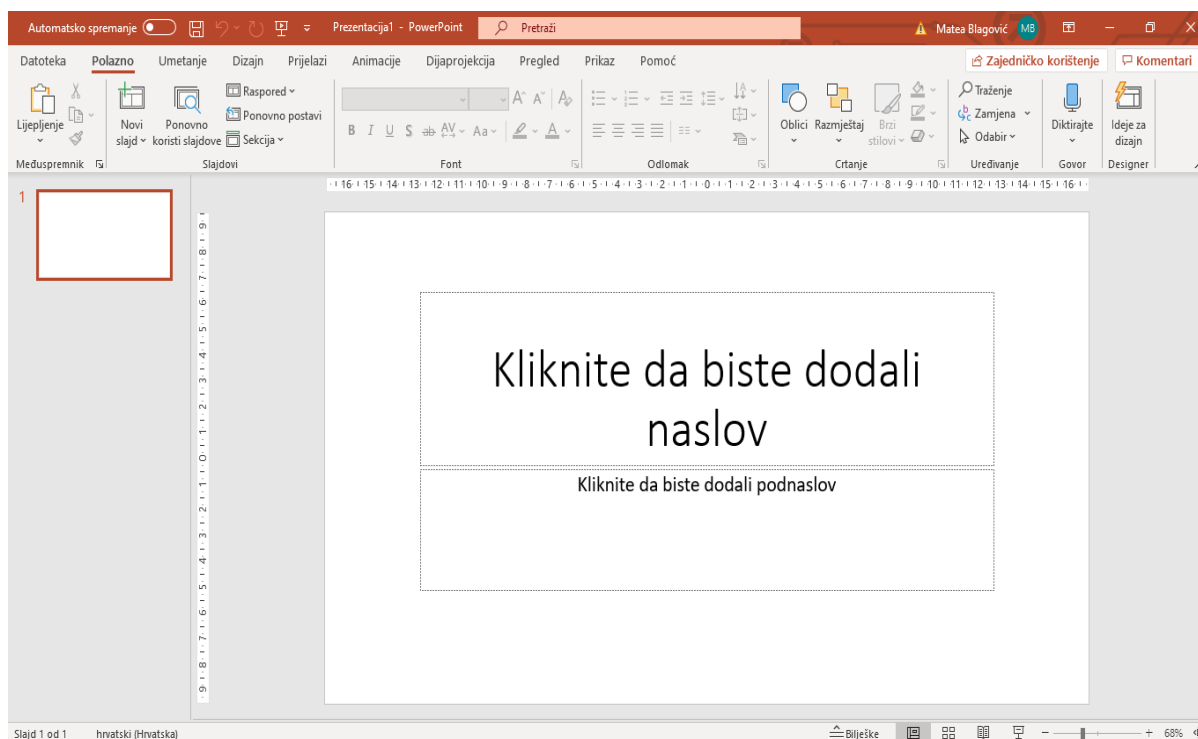
Brojni digitalni tekstovi koji su nam danas dostupni na internetu uglavnom pripadaju elektroničkom tisku čija je osnova funkcija informativnog ili komunikacijskog karaktera (Gabelica, 2013). No, koristeći se bogatim korpusom digitalnih književnih djela za djecu i mlade, njihovim istraživanjem, kritikom i implementacijom u odgojno-obrazovni sustav, možemo postići skladan i usporedan razvoj medijske i literarne pismenosti što povratno utječe na proizvodnju kvalitetnijih djela (Težak i Gabelica, 2015).

Odrasli ne moraju biti stručnjaci za medijske fenomene koji su djeci zanimljivi. Djeca odrastaju u interakciji s drugima i mediji im ne mogu zamijeniti izravnu interakciju s roditeljima i drugim odraslim osobama. Medijski odgoj djece prvenstveno zahtijeva prisutnost odrasle osobe, zanimanje za život djeteta te sposobnost i spremnost za razgovor o pitanjima koja se tiču medija. (Tomljenović i sur., 2018). Kričička medijska pismenost ne znači pristup koji se protivi medijima, već je riječ o pristupu koji se zalaže za radoznalost, istraživanje, ali i propitivanje medija. Djeca taj pristup mogu vježbati već od najranije dobi, ali uz pomoć odrasle osobe s kojom istražuju i analiziraju medijske sadržaje (Tomljenović i sur., 2018).

Odgojiti dobrog čitatelja znači odgojiti čitatelja koji stvara svoj odnos prema pročitanom. Svi odgojni utjecaji kojima je dijete izloženo i koji ga potiču na samoaktivnost kao preduvjet razvoja, počinju u obiteljskom domu. Tako je i s poticanjem na čitanje (Stričević, 1997).

## 7. PRAKTIČNI DIO – Izrada digitalnih slikovnica u PowerPointu

Microsoft Office PowerPoint kao sastavni dio programskog paketa Microsoft Office, jedan je od najpoznatijih i najjednostavnijih računalnih alata za izradu prezentacija, a u današnje vrijeme većina osobnih računala sa sustavom Windows već pri samoj kupnji dolazi s instaliranim Microsoft Office paketom. Pomoću PowerPointa moguće je vrlo brzo i jednostavno kreirati i izraditi prezentacijske materijale koji se sastoje od broja pojedinačnih stranica ili tzv. „slajdova“ koji mogu sadržavati tekst, slike, animacije, zvučne zapise, tablice, grafikone i druge objekte čijom kombinacijom stvaramo smislenu cjelinu kojom drugima prenosimo ideje i informacije. Iako ga većina koristi samo u navedenu svrhu, bogatstvo i jednostavnost njegovih mogućnosti možemo iskoristiti za mnogo više. Upravo za potrebe praktičnog dijela ovog diplomskog rada, odlučila sam ga iskoristiti kao program za izradu dviju digitalnih slikovnica.



Slika 1. Izgled Microsoft PowerPoint programa

## 7.1. Proces izrade digitalnih slikovnica

Proces izrade digitalnih slikovnica najprije je započeo izborom dječjih priča koje želim digitalizirati. Odabrala sam poznate naslove „*Vrlo gladna gusjenica*“ (sl. 2) i „*Tri praščića*“ (sl. 3).



Slika 2. Naslovna stranica digitalne slikovnice „*Vrlo gladna gusjenica*“



Slika 3. Naslovna stranica digitalne slikovnice „*Tri praščića*“.



Razlog odabira i izrade dviju slikovnica je u tome što mi je jedna priča bila potrebna kako bih prikazala da je i linearan oblik čitanja moguće vrlo jednostavno uz vizualni i jezični diskurs obogatiti zvukovnim diskursom i na taj način tradicionalnoj priči dati novo, kreativno i digitalno ruho. Slikovnim priložima dodane su animacije, prijelazi i zvučni elementi, a interaktivnost je omogućena dodavanjem hiperteksta koji se ostvaruje kroz poveznice ili tzv. linkove. Razlog odabira priče „Tri prašćića“ leži u želji za prikazom načina na koji je linearan način čitanja moguće pretvoriti u nelinearan način čitanja. Primjerice, u trenutku kada vuk ne uspije otpuhati kućicu i pita se koji je razlog tome, dijete ima mogućnost odabira između dviju opcija: klikom na plavu strelicu odabire nesretan završetak za vuka, dok klikom na crvenu strelicu vuk na kraju završava sretno (sl.4). Na samom kraju priče dijete ponovno može odabrati opciju *drugačiji završetak* i vratiti se na navedeni slajd (sl.5). Također, prilikom izbora igara može birati između dviju igara ili pak se odlučiti završiti priču (sl.6).

## ŠTO SE DALJE DOGODILO?



Slika 4. Prikaz mogućnosti odabira tijekom priče: sretan ili nesretan završetak za vuka



Slika 5. Mogućnost izbora drugačijeg završetka priče

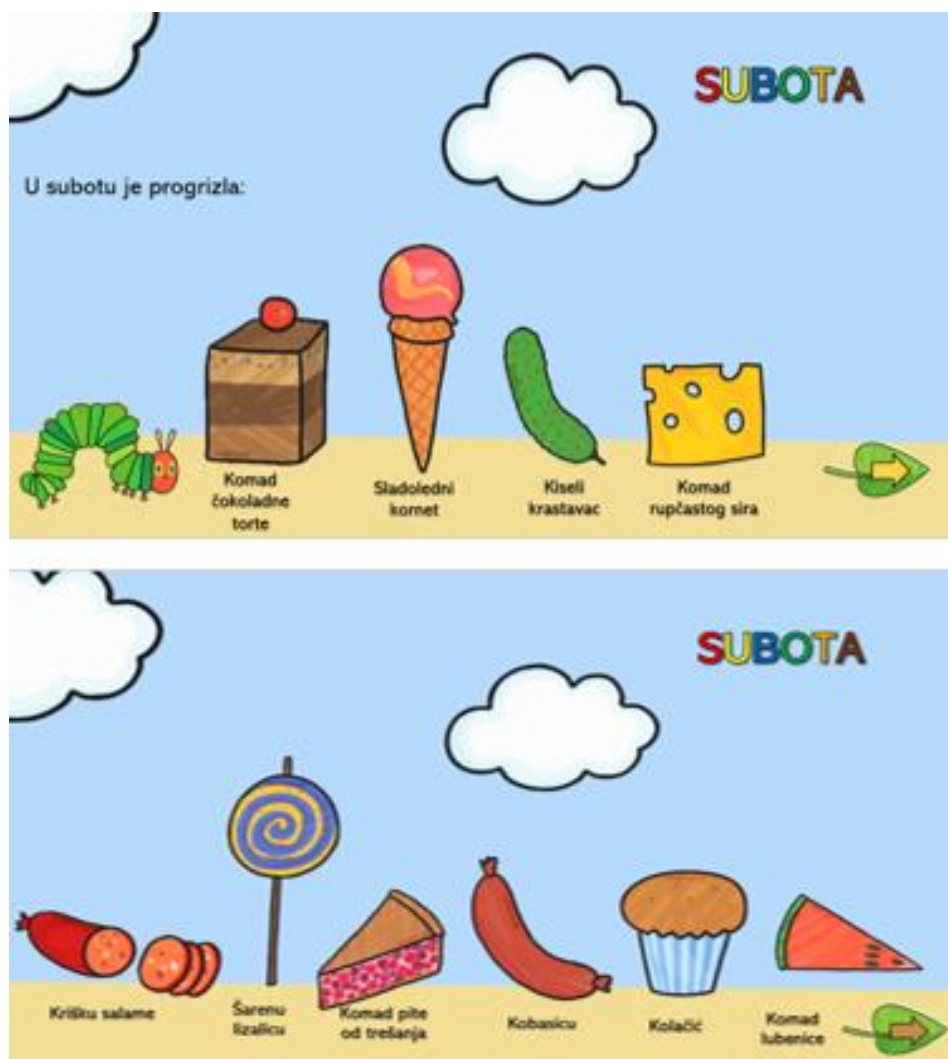


Slika 6. Odabir tijeka priče: izbor i igranje igara ili kraj priče

Obje slikovnice karakterizira digitalna forma koja uz zajedničke odlike s već postojećom tiskanom formom navedenih naslova, uključuje i zvučni diskurs i ludičke elemente te zahtijeva čitateljevu interakciju, a mogu se reproducirati jedino uz pomoć digitalnog uređaja. S obzirom na sudjelovanje recipijenta, namijenjene su korištenju najprije uz posredovanje odrasle osobe, a kasnije ih dijete može koristiti i samostalno. Nakon izbora priča bilo je potrebno odabrati slikovne priloge za različite pozadine i one koji će pratiti tekst. Pri izboru slikovnih priloga od velike pomoći bila mi je *Twinkl* platforma. Riječ je o velikoj bazi nastavnih materijala koja, između ostalog, obiluje i brojnim slikovnim prilozima i materijalima iz različitih dječjih priča. Nakon preuzimanja slikovnih priloga, iste sam obrađivala u programu Bojanje 3D (eng. *Microsoft Paint 3D*) koji je sastavni dio operacijskog sustava Windows 10 mojeg osobnog računala. Rezanjem i spajanjem pojedinačnih sličica (sl.7) u navedenom programu nastale su smislene cjeline na koje su se potom dodali tekst, zvukovi, animacije i hiperlinkovi (sl.8). Odabir slikovnih priloga omogućio mi je izradu scenarija za slikovnice odnosno određivanje izgleda stranica, kao i određivanje hiperlinkova i stvaranja okidača (eng. *triggers*) koji će određenu sliku, zvuk ili tekst vezati uz neke druge elemente. Zvukovni elementi obrađivani su pomoću programa „*Audacity*“. Uz svaku slikovnicu izrađen je i video uradak kao vodič kroz slikovnice, njihove interaktivne dijelove i, u slučaju slikovnice „*Tri prašćića*“, sve moguće završetke priče.



Slika 7. Prikaz pojedinačnih sličica



Slika 8. Prikaz stranica nakon obrade slikovnih elemenata

## 7.2. Problematika izrade digitalnih slikovnica iz vlastite perspektive

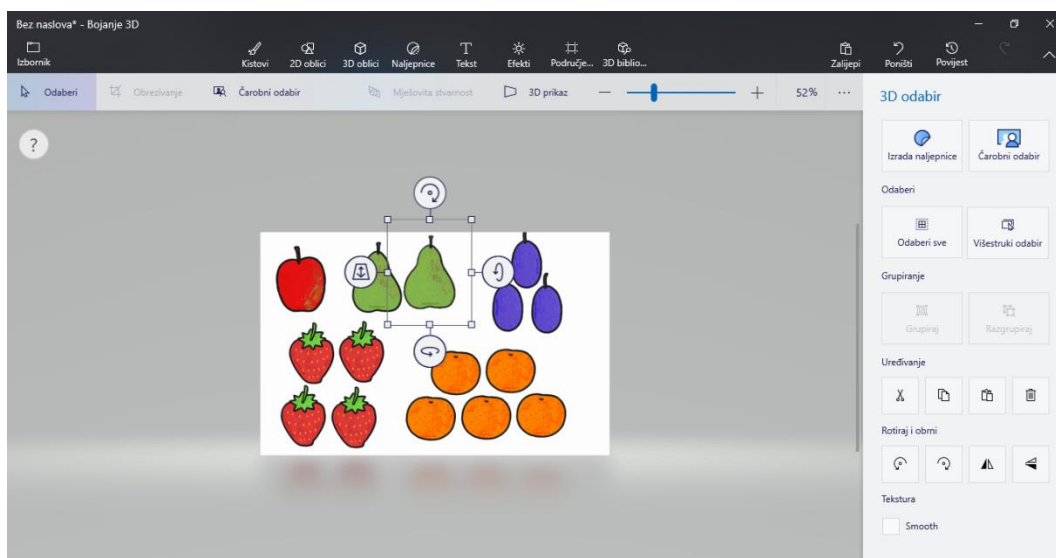
Microsoft PowerPoint računalni je alat kojim se počinjemo koristiti već u osnovnoškolskom obrazovanju stoga je njegovo korištenje rijetko nepoznanica većini ljudi, pa tako i odgojiteljima. Osnove korištenja uglavnom su svima poznate, a kao eventualnu nepoznanicu istaknula bih opciju Okidač (eng. *triggers*). Naime, s obzirom da PowerPoint slikovne priloge imenuje vlastitim redosljedom, ponekad je bilo potrebno više vremena za spajanje animacija ili zvukova sa slikovnim prilozima ukoliko sam ih imala više na jednoj stranici/slajdu. Nadalje, teškoća s kojom sam se susretala bila mi je pribavljanje slikovnih priloga, posebice pozadina, bez vodenih žigova na istima. Za micanje vodenih žigova sa slika potrebne su

odlične vještine baratanja nekim photoshop programom ili plaćanje mjesečnih pretplata za pojedinu internetsku platformu koja sadrži potrebne slikovne priloge. U svojem sam se slučaju jednostavno odlučila za nešto dužom potragom onih pozadina koje će odgovarati dimenzijama slajdova, a da ne sadrže žigove pa ih prema potrebi obogatila drugim slikovnim elementima (sl.9). Problematiku micanja pozadine s određenih slikovnih priloga odnosno pretvorbe JPG formata slika u PNG riješila sam uz pomoć prethodno navedenog programa Bojanje 3D i opcije *čarobni odabir* koja omogućuje označivanje dijela slike koji nam je potreban i njegovo izdvajanje (sl.10). Međutim, važno je spomenuti da ovaj način nije primjenjiv za sve vrste slikovnih priloga čime se ponovno vraćamo na potrebu poznavanja i baratanja photoshop programima.



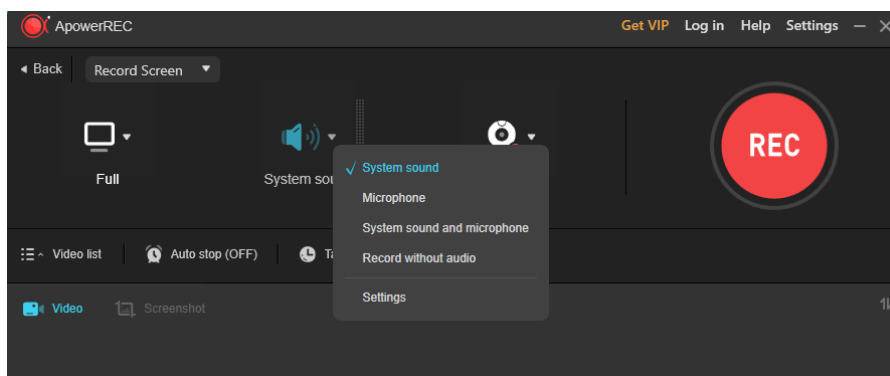
*Slika 9.* Prikaz iste pozadine uz dodatak slikovnih elemenata





Slika 10. Opcija čarobni odabir

Još jednu od prepreka s kojom sam se susrela kod izrade slikovnica je snimanje vodiča kroz svaku od slikovnica. Mnštvo programa za snimanje i obradu video zapisa ne nudi mogućnost samo snimanja zaslona i internih zvukova (zvukova na slajdovima) već je potrebno uključiti i mikrofona računala pri čemu se javljaju brojni šumovi koji narušavaju kvalitetu samog zvučnog i video zapisa. Nakon više uzaludnih pokušaja došla sam do programa ApowerREC koji omogućuje snimanje zaslona i internih zvukova bez uključivanja mikrofona, no samo u trajanju do dvije minute i uz vodeni žig na video zapisu, u suprotnom je potrebna godišnja pretplata (sl.11). Međutim, problem vremenskog trajanja do dvije minute moguće je riješiti obradom i montažom zasebnih snimaka u alatu Filmovi i TV koji je također u paketu operacijskog sustava Windows 10 u mojem računalu.



Slika 11. ApowerREC program

## 8. ZAKLJUČAK

Današnja svakodnevica nezamisliva je bez medija masovne komunikacije. Tehnološki razvoj koji je u stalnom usponu, postupno vodi svijet sve većoj digitalizaciji pri čemu mediji preuzimaju sve važniju ulogu u životu pojedinca. Mijenjajući prikaz svijeta, mediji mijenjaju način na koji mislimo, djelujemo, živimo – mijenjaju nas. Promjena kao jedina konstanta današnjeg načina života i potreba da se ide u korak s istom, sa sobom nosi brojne zahtjeve u načinu na koji odgajamo i obrazujemo one najmanje - one na kojima ostaje budućnost. Današnja djeca digitalni su urođenici koji već od najranije dobi postaju aktivni korisnici digitalnih medija. Uporaba digitalnih sadržaja njihova je svakodnevna realnost pa razmišljaju i razvijaju se drugačije od prijašnjih generacija. Stoga, umjesto da zatiremo put orijentaciji samo na negativne aspekte suvremenog načina života, u ovoj slučaju bismo se mogli usmjeriti na proučavanje višestrukih mogućnosti, potencijala i izazova uspješnog čitanja na novim medijima.

Uloga slikovnice u životu djeteta i njezin utjecaj na sve aspekte djetetova razvoja i dalje je neprocjenjiva. Može se ustvrditi kako su digitalne slikovnice, logičan i očekivan nasljednik klasičnih, tiskanih slikovnica. Njihova primjena u radu ne znači zamjena ili odbacivanje tiskanih slikovnica, već način kako djeci ponuditi te iste sadržaje na njima bliskijem načinu učenja i spoznavanja odnosno na kreativniji i drugačiji način, a u skladu s njihovim interesima i potrebama. Učenje kroz igru, najbolji je način učenja u ranoj dobi, a upravo pomoću digitalnih slikovnica i brojnih mogućnosti koje nam pružaju, takvo učenje možemo i osigurati.

Pretpostavka pedagoški osmišljene okoline za primjenu digitalne slikovnice, pa i digitalnih medija općenito, jest medijski odgoj. Kao primarna instancija odgoja svakako se ističe obitelj, a kao potpora roditeljima, moderatori dječje medijske osposobljenosti su vrtići i škole. Kvalitetno oblikovani medijski sadržaji, zajednička suradnja odgojitelja i roditelja te njihov odnos prema čitanju te spremnost na vlastito cjeloživotno učenje, doprinose tome hoće li djeca književnosti dati ravnopravno mjesto uz ostale aktivnosti i postati zaljubljenici u čitanje.

Iako na domaćem tržištu još uvijek nemamo dovoljnu svijest o vrijednosti i prednosti proizvodnje digitalnih slikovnica i iako je za sada njihova zastupljenost mala, nema izgovora da uz brojne mogućnosti interneta i dostupnost jednostavnih, besplatnih računalnih alata, sami ne krenemo u izradu istih i koristimo ih u radu s djecom. Zbog nedovoljne osviještenosti i informiranosti o mogućnostima i potencijalima digitalne slikovnice, još je uvijek prisutna

bojazan o njihovom lošem utjecaju na djecu, no dobri ili loši mediji ne postoje – rezultati ovise prvenstveno načinu na koji primjenjujemo određeni medij.

I doista:

*„Podučavanje bi moglo biti najveća od svih umjetnosti zbog toga što je njezin medij ljudski um i duh“. – John Steinback*



## 9. LITERATURA

1. Batarelo Kokić, I. (2015). Nove razine interaktivnosti dječjih slikovnica. *Školski vjesnik: časopis za pedagoški teoriju i praksu*, 64(3), 377-398.
2. Čačko, P. (2000). Slikovnica, njezina definicija i funkcije. U R. Javor (Ur.) *Kakva je knjiga slikovnica*. Zagreb: Knjižnice Grada Zagreba.
3. Čičko, H. (2000). Dva stoljeća slikovnice. U R. Javor (Ur.) *Kakva je knjiga slikovnica*. Zagreb: Knjižnice Grada Zagreba.
4. Gabelica, M. (2013). Budućnost dječje knjige – medijska rekontekstualizacija pisanja, čitanja i objavljivanja dječje književnosti. U M. Protrka Štimac, D. Zalar i D. Zima (Ur.) *Veliki vidar: Stoljeće Grigora Viteza: monografija*. Zagreb: UFZG
5. Gabelica, M. (2018). Čitateljska pismenost u kontekstu medijske pismenosti. *Zrno: časopis za obitelj, vrtić i školu*, 29(18), 130-131
6. Gabelica, M. (2018). Children's Electronic Literature Criticism: Exploring Electronic Picture Books. *MATLIT: Materialidad da Literatura*, 6(2), 99-113.
7. Gabelica, M. (2015). Dječja književnost Y generacije. *Hrvatski iseljenički zbornik*, 1(15), 61-74.
8. Gabelica, M. (2012). Poticanje čitanja uz nove medije. *Dijete, škola, obitelj: časopis za odgoj i obrazovanje djece rane školske dobi namijenjen stručnjacima i roditeljima*, 30(12), 2-8
9. Grosman, M. (2010). *U obranu čitanja: čitatelj i književnost u 21. stoljeću*. Zagreb: Traduki i Algoritam.
10. Halačev, S. (2000). Sadržaj slikovnica kao prilog razvoju samopouzdanja kod djece. U R. Javor (Ur.) *Kakva je knjiga slikovnica*. Zagreb: Knjižnice Grada Zagreba.
11. Ilišin, V. (2001). Konceptualni okvir istraživanja. U V. Ilišin, A. Marinović Bobinac i F. Radin (Ur.) *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži i Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
12. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A. i Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži i Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
13. Javor, R. (2000). U povodu objavljivanja zbornika *Kakva je knjiga slikovnica*. . U R. Javor (Ur.) *Kakva je knjiga slikovnica*. Zagreb: Knjižnice Grada Zagreba.

14. Kolucki, B. i Lemish, D. (2017). *Kako komunicirati s djecom: Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje*. Zagreb: Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF)
15. Martinović, I. i Stričević, I (2011). Slikovnica: prvi strukturirani čitateljski materijal namijenjen djetetu. *Libellarium: časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova*, 4(1), 39-63.
16. Sejđinović, N. i Ljubić, T. (2014). *Osnove medijske pismenosti: priručnik za nastavnike i profesore*. Novi Sad: Nezavisno udruženje novinara Srbije – NUNS i sur.
17. Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija – kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Naklada Ljevak
18. Stropnik, A. (2013). *Knjižnica za nove generacije – virtualni sadržaji i usluge za mlade*. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.
19. Štefančić, S. (2000). Multimedijalna slikovnica. U R. Javor (Ur.) *Kakva je knjiga slikovnica*. Zagreb: Knjižnice Grada Zagreba.
20. Težak, D. i Gabelica, M. (2015). Digitalna dječja književnost. *Sodobni pristupi poučavanja prihodnjih generacij*, 855-866.
21. Tomljenović, R., Ilej, M., & Banda, G. (2018). Djeca i mediji–knjižica za roditelje i skrbnike djece. *Nacionalni audiovizualni institut Finske, Odjel za medijsko obrazovanje i audiovizualne medije (MEKU) Agencija za elektroničke medije, Hrvatska Ured UNICEF-a za Hrvatsku*.
22. Wolf, M. (2019). *Čitatelju vrati se kući – čitateljski mozak u digitalnom svijetu*. Zagreb: Naklada Ljevak
23. Zgrabljčić Rotar, N. (2005). *Mediji – Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*. Sarajevo: Media Centar

## Popis slika

|   |     |
|---|-----|
| <i>Slika 1.</i> Izgled Microsoft PowerPoint programa .....  | 38. |
| <i>Slika 2.</i> Naslovna stranica digitalne slikovnice „ <i>Vrlo gladna gusjenica</i> “ .....       | 39. |
| <i>Slika 3.</i> Naslovna stranica digitalne slikovnice „ <i>Tri praščića</i> “ .....                | 39. |
| <i>Slika 4.</i> Prikaz mogućnosti odabira tijeka priče: sretan ili nesretan završetak za vuka ..... | 40. |
| <i>Slika 5.</i> Mogućnost izbora drugačijeg završetka priče .....                                   | 41. |
| <i>Slika 6.</i> Odabir tijeka priče: izbor i igranje igara ili kraj priče .....                     | 41. |
| <i>Slika 7.</i> Prikaz pojedinačnih sličica .....   | 42. |
| <i>Slika 8.</i> Prikaz stranica nakon obrade slikovnih elemenata .....                              | 43. |
| <i>Slika 9.</i> Prikaz iste pozadine uz dodatak slikovnih elemenata .....                           | 44. |
| <i>Slika 10.</i> Opcija <i>čarobni odabir</i> .....   | 45. |
| <i>Slika 11.</i> ApowerREC program .....  | 45. |

## Izjava o izvornosti završnog/diplomskog rada

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.

*Matea Blagonić*

(vlastoručni potpis studenta)