

Uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja

Fukač, Andreja

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:934774>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





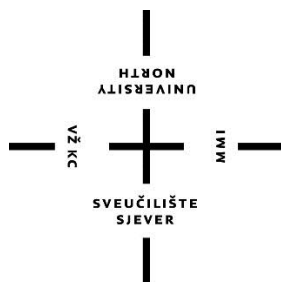
**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 45/PMM/2016

Uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja

Andreja Fukač, matični broj 0131/2012.

Koprivnica, rujan 2016. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za poslovanje i menadžment u medijima

Završni rad br. 45/PMM/2016

Uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja

Studentica

Andreja Fukač, matični broj 0131/2012.

Mentor

Dr.sc. Dinka Kovačević, prof. visoke škole

Koprivnica, rujan 2016. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za poslovanje i menadžment u medijima		
PRISTUPNIK	Andrea Fukač	MATIČNI BROJ	0131/2012.
DATUM	22.09.2016.	KOLEGIJ	Medijska pismenost i masovno komuniciranje
NASLOV RADA	Uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	The role of media literacy in the promotion of quality education		
-----------------------------	--	--	--

MENTOR	Dr. sc. Dinka Kovačević	ZVANJE	prof. visoke škole
--------	-------------------------	--------	--------------------

ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Doc. dr. sc. Franjo Maletić, predsjednik Povjerenstva		
	2. Dr. sc. Željko Krušelj, predavač		
	3. Dr. sc. Dinka Kovačević, prof. v. š.		
	4. Dr. sc. Igor Klopotan, predavač		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	45/PMM/2016
------	-------------

OPIS

Razvoj medija tijekom stoljeća značio je prekretnicu u načinu življenja, komuniciranja, obrazovanja i obavljanja radnih zadataka na razini pojedinca/publike. Na kontinuiranoj razvojnoj putanji mediji su prošli kroz mnogobrojne transformacije, nadogradnje, personalizaciju... do sadašnjeg statusa u društvu i za pojedinca/društvo koji je, prema inim istraživanjima i propitkivanjima vrlo važan i nezamjenjiv. U skladu s navedenim govori se o posredovanju informacija i informiranju, socijalizaciji, razonodi, virtualnom okruženju, učenju i osobito važnom promicanju kvalitete obrazovanja na svim razinama, što je i tema ovog rada.

Prema navedenim smjernicama u radu je potrebno:

- Utvrditi suodnos obrazovanja i medija u ozračju informacijsko-komunikacijske tehnologije u hrvatskom obrazovnom okruženju
- Navesti kontinuirane promjene kroz poticanje i promicanje cjeloživotnog učenja, usvajanja odgovarajućih kompetencija i pripadajućih vještina
- Istražiti utjecaj suvremene informacijsko-komunikacijske tehnologije na promjene u hrvatskom obrazovnom sustavu, od osnovnog do visokog obrazovanja
- Analizirati pojam i ulogu masovnih medija i njihovo posredno i neposredno sudjelovanje u promicanju kvalitete obrazovanja
- Definirati potrebe obrazovanih i kompetentnih pojedinaca koji su ključna spona u povezivanju medija i obrazovanja u procesima teorijskih postavki i njihove praktične primjene
- Vrednovati odgovore na dva važna pitanja: Koliki je stvarni utjecaj medija u hrvatskom obrazovnom sustavu? Omogućuju li mediji stjecanje odgovarajućih kompetencija kroz osoban rast, učenje i razvoj?

ZADATAK URUČEN 29.09.2016.

POTPIS MENTORA

Predgovor

Ovim završnim radom želi se predstaviti medijsku pismenost kao temeljnu sastavnicu kvalitete obrazovanja na svim razinama, s posebnim osvrtom na osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje. Medijska pismenost je u današnje vrijeme, uz informacijsku i temeljnu pismenost, iznimno važna jer uvelike utječe na kvalitetu obrazovanja i kasnijeg profesionalnog djelovanja svakog pojedinca. U tom smislu mediji su postali svakodnevica i bez njih se ne može. Djeci/učenicima su potrebna znanja i vještine medijske pismenosti kako bi mogli stvarati budućnost i prepoznati različite pozitivne ili negativne situacije u kojima se mogu naći. Kako bi se mogle usvojiti kompetencije i vještine, potrebno je uvesti medijsku pismenost kao jednu od ključnih sastavnica suvremenog obrazovanja u hrvatskom obrazovno sustavu u osnovnoj i srednjoj školi.

Zahvaljujem se mentorici dr.sc. Dinka Kovačević, prof. v. š. na pomoći i svim savjetima vezanima za izradu završnog rada. Zahvaljujem se i svim ostalim profesorima Sveučilišta Sjever. Tri godine studiranja na Sveučilištu Sjever su bile zaista poučne i korisne za daljnji napredak.

Zahvalu također upućujem i svojoj obitelji koja mi je uvijek bila pomoć i podrška.

U Koprivnici, rujan 2016.

Andreja Fukač

Sažetak

Ključna promjena u obrazovnim ustanovama u Hrvatskoj je omogućiti svim učenicima usvajanje kompetencija i vještina temeljne, medijske i informacijske pismenosti kroz sve predmete u nastavnim planovima i programima. Prenos i dijeljenje informacija je postalo svakodnevica. Uz školsko okruženje, važnu ulogu imaju i roditelji koji bi trebali svoju djecu poučavati o prednostima i nedostacima svih medija od najranije dobi.

Medijska pismenost je jedna od ključnih pismenosti za budućnost odnosno za profesionalni rast i razvoj svakog pojedinca jer predstavlja slobodu i zaštitu od negativnih utjecaja medija. Bez usvajanja ključnih kompetencija i vještina pismenosti, s posebnim osvrtom na medijsku pismenost, ne može se govoriti o kvalitetnom obrazovanju od predškolskog do visokog obrazovanja. U ovome radu najviše pažnje posvećuje se poticanju i razvijanju programa medijskog opismenjivanja koje je potrebno već u predškolskoj dobi, zatim, kao nastavak, na razini osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja do visokoškolske razine jer je to put koji vodi prema kvaliteti obrazovanja i sigurnoj budućnosti u svijetu medija.

Ključne riječi: obrazovne ustanove, medijska pismenost, kompetencije i vještine, učenici, studenti

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Obilježja medija	3
2.1. Utjecaj medija na predškolsku dob	4
2.2. Mediji u obrazovnom sustavu	7
3. Obilježja medijske pismenosti.....	11
3.1. Medijska pismenost u obrazovnim ustanovama	13
3.2. Interna komunikacija u obrazovnim ustanovama	16
3.3. Medijska kultura.....	17
3.4. Medijska pismenost u digitalnom dobu	20
3.5. Zaštita djece i mladih	23
4. Mladi i medijski sadržaji/informacije	29
4.1. Istraživanje - korištenje medijskih sadržaja	30
4.2. Zaključno o anketnom istraživanju	36
5. Zaključak	39
6. Literatura	41

1. Uvod

Tema ovog završnog rada je uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja. U suvremenom obrazovanju sve je drugačije jer riječi nisu više samo „na papiru“, već su dostupne u zvukovnom i slikovnom obliku u području multimedijske kulture. Nekada su ljudi koristili samo „papirnatu izvore“ (knjige, časopise i novine) i znanja iz vlastitih iskustava, a danas je sve dostupno, svi podaci koji se mogu lako i brzo pronaći na internetskim stranicama. Učenici i studenti brzo pronalaze određene informacije, ali sami moraju odlučiti hoće li ih koristiti ili ne, jesu li dostupne izabrane informacije kvalitetne i provjerene kako bi ih mogli koristiti ili nisu. Također, važno je naglasiti kako bi se mladi trebali u obrazovanju usmjeriti prema usvajanju kompetencija i vještina ključnih pismenosti u 21. stoljeću: temeljnoj, medijskoj i informacijskoj pismenosti, uz digitalnu, kulturalnu i e-pismenost – učenje na daljinu. Na početnoj razini obrazovanja važna je pomoć roditelja i škole kao institucije s razvijenim programima koji omogućuju teorijsku i praktičnu razinu razvijanja navedenih pismenosti.

Medijska pismenost može svima pomoći u obrazovanju. Medijski odgoj je važan kako bi se svi znali kritički odnositi spram potrebnih informacija i u tom smislu razvijati osobni stav. To je ujedno i najvažniji početak za samostalno kreiranje kvalitetne budućnosti. Prema navedenom može se reći kako je glavna tema rada medijska pismenost koju treba što više poticati i prakticirati u hrvatskom obrazovnom sustavu.

Cilj ovog rada je predstaviti medijsku pismenost i njenu ulogu u obrazovanju kao i načine pomoću kojih ova pismenost može pomoći u zaštiti djece i mladih od štetnih medijskih sadržaja. Ovim radom se želi posebno naglasiti kako je medijska pismenost važna i potrebna u današnjem vremenu i kako će biti potrebna i u budućnosti. Samim time želi se i naglasiti kako bi se što više djece, mladih i odraslih koji to žele ili kojima je to potrebno trebalo medijski opismeniti.

Završni rad je podijeljen na 5 poglavlja. U prvom poglavlju se ukratko prezentira o glavnoj temi rada, o ciljevima i strukturi rada.

U drugom poglavlju se govori o obilježjima medijske pismenosti i utjecaju medija na predškolsku dob, kao i o utjecaju medija u obrazovnom sustavu.

Treće poglavlje govori o obilježjima medijske pismenosti, o medijskoj pismenosti u obrazovanju i o internoj komunikaciji u obrazovanju. Medijska pismenost u školskom obrazovanju trebala bi obrazovati učenike da uz pomoć bitnih navedenih koraka, koji pomažu u kvalitetnom obrazovanju sagrađe svoj kritički stav, i da uz poticanje interne komunikacije o medijima u obrazovnim ustanovama planiraju osobne korake u daljnjem obrazovanju danas i u budućnosti. Također se u ovom poglavlju opisuje medijska pismenost u digitalnom dobu i kako se djeca i mladi mogu zaštititi i kročiti u sigurnu budućnost kvalitetnog obrazovanja.

Četvrto poglavlje govori o mladima u korištenju medijskih sadržaja i o istraživanju koje je provedeno u Hrvatskoj vezanom za medijsku pismenost. Time se zaključuje, primjerice vjeruju li mladi svakoj objavljenoj vijesti u medijima, i količini informacija u vijestima jer vijest se nikada ne objavljuje u cijelosti. Jednako tako treba kontinuirano pratiti koliko su mladi neoprezni prilikom komuniciranja s nepoznatom osobom.

Zaključak kao posljednji dio rada predstavlja sve cjeline i istraživanja kao konačne rezultate i dokazuje kako je medijska pismenost zaista bitna u obrazovanju.

Kako bi se došlo do konačnih i bitnih zaključaka, u ovome radu također važnost pridonose izvori koji su pomogli u strukturiranju svih poglavlja.

2. Obilježja medija

Mediji su novine, radio, televizija i internet, a mogu se opisati kao moćni prenositelji informacija diljem svijeta.

„Godine 1835. pojavile su se prve novine u potpunosti na hrvatskom jeziku pod imenom *Novine Horvatzke*. Uređivao ih je Ljudevit Gaj, a novine su imale i kulturni prilog *Danica Horvatzka, Slavonska i Dalmatinska*. Tako su novine postale važan dio Hrvatskog narodnog preporoda u 19. stoljeću. Danas se u Hrvatskoj izdaje mnogo novinskih naslova, dnevnih, tjednih ili mjesečnih.

U Hrvatsku televizija dolazi 1956. godine, točno 30 godina od osnutka radija u Hrvatskoj. Krajem godine s emitiranjem započinje Televizija Zagreb, no tada je radio još uvijek popularniji od novoga izuma. Nakon osamostaljenja Hrvatske 1990. godine, Radiotelevizija Zagreb postaje Hrvatska radiotelevizija, a kasnije se osnivaju i ostale televizijske kuće poput Nove TV i RTL televizije.

U Hrvatskoj je prva radio postaja bila Radio Zagreb, koja je s emitiranjem započela 1926. godine. Prve riječi izrečene na radiju bile su: *“Halo, halo, ovdje Radio Zagreb”*. Radio Zagreb, prva radio postaja u ovom dijelu Europe, emitirala je vijesti i koncerte klasične glazbe. Ubrzo su program obogatili sportski prijenosi, tečajevi stranih jezika i radio drame. Radio i danas svakodnevno slušaju milijuni ljudi diljem svijeta.

Internet je medij koji je danas jako popularan. Osnovao ga je 1969. godine američko Ministarstvo obrane, a zvao se *Arpanet*. Za njegov je daljnji razvoj najzaslužniji engleski istraživač Tim Berners - Lee koji je 1989. godine stvorio *World Wide Web*. Internet funkcionira pomoću poveznica koje su međusobno isprepletene i imaju neki zajednički sadržaj. Dovoljno je upisati bilo koju riječ – ime poznate osobe, povijesni događaj, zemlju, naziv biljke ili životinje i već na zaslonu svoga računala mogu se vidjeti tisuće stranica koje u detalje objašnjavaju i opisuju ono što nas zanima. Internet nudi bezbroj mogućnosti te prije svega omogućava brz pristup informacijama. Iako ima puno dobrih strana, internet donosi i neke loše strane te se njime potrebno koristiti odgovorno i s oprezom.“ [1]

Prisutnost medija danas je velika i direktno utječe na život ljudi. Internet omogućuje nove oblike komunikacije i mogućnost predstavljanja inovacija svakog pojedinca. Nova informacijsko – komunikacijska tehnologija je važna za obrazovanje i oni koji su nepismeni u

tom području ne mogu se prilagoditi modernome društvu. Obrazovanje i mediji su dvije međusobno povezane sastavnice u području informacijsko – komunikacijske tehnologije.

„Odnos prema medijima i društvenoj odgovornosti medija promatra se u društvu s dva osnovna stajališta. Jedni promatraju medije kao osnovu društvenog razvitka i slobode društva i zalažu se za potpunu slobodu medija, bez ograničenja. Drugi pak, koje se naziva „paternalistima“, smatraju da medije treba ograničiti u slučajevima kada djeluju štetno na pojedine skupine društva, na primjer na djecu. Ima stručnjaka koji, i u tako vrijednoj slobodi i demokratičnosti interneta, ukazuju prije svega na opasnosti za djecu koja iz te neograničene slobode proistječe.“ [2]

Internetski portali u suvremenom svijetu žele zadovoljiti u cijelosti medijske potrošače i na taj način preuzeti najveći broj konzumenata i biti na prvom-vodećem mjesto u odnosu na sve ostale medije. Prema ovim željama i mogućnostima razvija se jedna nova generacija medijskog svijeta. Dostupna je tehnologija koja omogućuje lako povezivanje s cijelim svijetom. Sve manje su popularni stari mediji u teoriji i praksi medijskog opismenjivanja, kao što su: novine, radio i televizija, zahtijevaju se nove promjene, zapravo novi odgoj za mlade generacije. Manja je i pretplata na novine jer se one uvijek mogu besplatno pročitati na internetu. Promijenilo se mnogo toga, došlo je, može se tako nazvati „novo doba“, ali što još budućnost donosi u smislu inovacija, tek će se vidjeti. Svatko tko se rađa u određenom vremenskom razdoblju od malena je prilagođen takvom okruženju, svim mogućnostima za odrastanje i obrazovanje i brzo upija događaje oko sebe. Tako ljudi koji su se rodili u vremenu „vladavine“, današnjim rječnikom rečeno, starih medija u ovom suvremenom svijetu masovnih medija imaju problema s prilagođivanjem ovom novom, ubrzanom načinu života, odnosno moraju se medijski opismeniti kako bi uspješno obavljali svakodnevne poslove, profesionalno i privatno. Mladi koji su rođeni u ovom modernom vremenu ne mogu zamisliti jedan dan bez interneta, komunikacije putem društvenih mreža, kao i ostalih medija prema osobnim prioritetima.

2.1. Utjecaj medija na predškolsku dob

Mediji uvelike utječu na život djece koja odrastaju uz njih i upijaju različite, primjerene i još više neprimjerene informacije za njihovu dob. U današnjem vremenu su popularniji sadržaji koji nisu poučni, već zbog toga što su zabavni i zanimljivi. Prema navedenim

činjenicama može se reći da su mediji i korisni i štetni, dakle imaju svoje prednosti i nedostatke. Ne samo djeca, već i odrasli, morali bi paziti koje stranice ne bi trebali konzumirati i na taj način postati trajnim ovisnicima o medijskim sadržajima upitne kvalitete.

„Brojne rasprave i istraživanja o medijima u sklopu društvenih i humanističkih znanosti usredotočuju se na utjecaj medija na djecu i mlade u procesu njihova odgoja i obrazovanja, odnosno oblikovanja individualnog i socijalnog identiteta. Svaki novi naraštaj odrasta u okolini sve bogatijoj medijima i pripadajućim sadržajima, a oni često preuzimaju ulogu „zamjenskih roditelja“ u odgojnom i „zamjenske škole“ u obrazovnom smislu. Jedan od najrasprostranjenijih medijskih oblika i kulturoloških proizvoda kojemu su svi svakodnevno svjesno ili nesvjesno izloženi jesu reklame. Koliko su reklame važan kulturološki i ekonomski fenomen govori i podatak da se u reklamnu industriju godišnje u prosjeku ulaže 500 milijardi dolara, a ciljana skupina sve češće postaju djeca i mladi.

Medijski se stručnjaci slažu da je utjecaj reklama na tu dobnu skupinu iznimno snažan, čak i kada se ne odnosi izravno na njih. Na taj način reklame pridonose oblikovanju dječje medijske kulture. Uočava se trend da reklame sve rjeđe uključuju navođenje prednosti proizvoda čiju prodaju žele potaknuti, a sve više nameću određene životne stilove koje mladi usvajaju kao dijelove svojih identiteta i obrazaca ponašanja. Tu se prije svega misli na rodne stereotipe i nerealne prikaze ženskog tijela kao sastavnih dijelova reklama.“ [3]

Primjerice, različiti reklamni prospekti u tiskanom ili elektroničkom obliku s najnovijim igračkama ili mobitelima privlače djecu i tinejdžere tako da ih odmah pozele imati. Isto tako reklame sa ženskim tijelom u obliku *barbie* figure postale su uzor djevojčicama jer i one žele imati takvo tijelo.

„Pritisak oglašivača na dječju populaciju poprima zabrinjavajuće razmjere. Medijski stručnjaci raspravljaju na međunarodnoj razini o tom problemu. Smatraju da proces komercijalizacije djetinjstva štetno utječe na socijalizaciju i izgradnju identiteta djece. Od 1980-ih i pojave *MTV-a* neprestano se bilježi porast televizijskih programa za djecu i mlade, kao i porast novih medijskih žanrova kao što su različiti reality show i propagandni žanrovi. Djeca su oglašivačima iznimno zanimljiva skupina potrošača jer, prema istraživanjima tržišta, utječu na roditelje u odabiru proizvoda za domaćinstvo.“ [4]

Roditelji bi trebali paziti na svoju djecu i odrediti im koje emisije mogu gledati. Većina djece se u djetinjstvu voli ponašati kao neki crtani likovi koji su im omiljeni, a tinejdžeri kao

poznate ličnosti. Zbog toga, ako gledaju neke crtiće ili filmove neprimjerene njihovoj dobi, onda je to štetno za njih i to znači da mediji manipuliraju dječjim umom. Primjerice, to su djevojke/djevojčice koje postaju anoreksične ili bulimične jer slijede svoje medijske idole u izgladnjivanju do smrti. Prednosti medija su svakako korisne obrazovne ili informativne emisije koje su poučne za djecu i mlade i zahvaljujući takvim emisijama djeca mogu normalno i zdravo odrastati.

„*Hrabri telefon* organizira radionice na kojima pedagozi, u skladu s preporukama međunarodnih stručnjaka i psihologa, s djecom gledaju filmove i razvijaju sposobnosti za kritičko gledanje i razumijevanje štetnih sadržaja (nasilja, pornografije i sl.) te provodi važna istraživanja o medijskim navikama djece. O iskustvima djece u korištenju interneta objavili su 2004. godine brošuru koja daje vrlo korisne smjernice za ponašanje roditelja, ali i za opću strategiju razvoja medijske pismenosti u kontekstu razvoja novih tehnologija, pri čemu su djeca tehnološki naprednija i pismenija od nastavnika i roditelja, a psihički nedovoljno zrela da razumiju složeni odnos medijske industrije i medijske zabave i ulogu koja im je u tom odnosu namijenjena. Nažalost, vrlo često to je uloga žrtve, te je upravo zbog toga društvo obvezno omogućiti medijsko opismenjavanje korisnika interneta, kao i korisnika drugih medija, kao preventivu i zaštitu djece.“ [4]

Djeca često poistovjećuju stvarni život s medijskim jer nisu svjesna da je medijska realnost zapravo na neki način kreirana. Odrasli su zbog toga odgovorni i potrebni kako bi zaštitili djecu od negativnih, često i tragičnih medijskih utjecaja. Ovo su i ključni razlozi zašto bi trebalo u osnovne i srednje škole uvesti predmet/područje posvećeno medijskoj pismenosti kako bi se učenici od malena, primjereno dobi, upoznavali s medijskom realnosti i kako bi znali razlikovati životnu od medijske realnosti. Roditelji i škole imaju glavnu i najodgovorniju ulogu u odrastanju djece u medijskom okruženju. O potrebi upoznavanja medija i medijske pismenosti promišlja se intenzivno i u predškolskom obrazovanju.

„Dječaci u Hrvatskoj više su usmjereni na audiovizualne medije (televizija, film, računalo), a djevojčice više zanima knjiga, tisak i radio. Što se tiče samoga potencijalnog utjecaja medija na djecu, on može biti i dobar i loš, ovisno o tome kako se medijem služi. Bitan je odabir sadržaja koji se sluša, čita ili gleda. Isto tako važno je organizirati i osmisliti svoje vrijeme kako bi se istodobno uživalo u čitanju, gledanju i slušanju medijskih programa, ali i u druženju s obitelji. Mediji kao što su novine i radio izgubili su na popularnosti, posebice kod djece i mladeži. Dominiraju audiovizualni mediji, kao što su računalne igre,

mobitel, internet, televizija, film, ali i klasični mediji (tiskovine i radio), no u jednome novom, multimedijском руhu. Živi se u dobu multimedija i to se nikako ne smije smetnuti s uma.“ [5]

Primjerice, pretjerano igranje računalnih igrica dovodi do ovisnosti i pri tome djeca izgube osjećaj za stvarnost. Mediji kao glavni nositelji informacija omogućuju da se brže dođe do željenih informacija, što znači i uspješnije djelovanje na veliki broj čitatelja, slušatelja i gledatelja. Ovakvi medijski utjecaji su i glavni razlozi zašto medijska pismenost treba postati neizostavnom sastavnicom svih odgojno-obrazovnih sadržaja, od predškolskog do visokog obrazovanja.

2.2. Mediji u obrazovnom sustavu

Utjecaj medija u obrazovanju je veliki jer se i u školskom sustavu u suvremenim pristupima nastavi primjenjuju i mediji i medijski sadržaji koje oni posreduju. U pozitivnom smislu mediji obrazuju jer nude mnoštvo korisnih sadržaja. Obrazovanje se sve više transformira u e –obrazovanje, zahvaljujući informacijsko – komunikacijskoj tehnologiji koja je u kontinuitetu u promjenama, što direktno utječe i na kvalitetu planiranja nastavnih sadržaja iz svih predmeta.

Informacijsko – komunikacijska tehnologija omogućuje promijenjeno kvantitativno i kvalitativno sudjelovanje nastavnika u poučavanju učenika, a ravnateljima i stručnim timovima funkcionalnije rješavanje ključnih problema u vođenju škole. Informatika je isto tako bitan predmet jer učenici mogu naučiti osnove rada na računalu i dalje proširivati svoje znanje. S druge strane, program samostalno nije dovoljan jer u svojem sadržaju nema teme vezane uz korisne i štetne medijske utjecaje, odnosno nema poveznicu s informacijama koje problematiziraju navedena područja.

Hrvatska ima prilično razvijenu informacijsko – komunikacijsku infrastrukturu, no međutim potrebno je ulagati još više u tehnologiju i obrazovanje. Uvođenjem dobrih strategija kao na primjer izgradnja jeftinije, brže i sigurnije informacijsko – komunikacijske infrastrukture koje bi zadovoljile potrebe svih građana. Potrebno je konstantno usavršavanje povezivanja svih obrazovnih ustanova zbog stalnog razvoja informacijsko – komunikacijske tehnologije. Na primjer, dostupnost interneta u osnovnim i srednjim školama nije

zadovoljavajuća zbog cijena oprema i usluga, a isto tako i zbog nedostataka sadržaja koji bi potaknuli uporabu interneta. Zbog toga Hrvatska zaostaje u Europi za razvijenijim zemljama.

Tijekom odrastanja učenici vole istraživati i koristiti različite medije. Na internetu se najviše služe društvenim mrežama i zabavnim sadržajima poput slušanja glazbe i igranja igrice. Mnogi počinju koristiti društvene mreže prerano s obzirom na svoju dob, što uključuje i provedeno vrijeme na internetu u odnosu na razvijanje kompetencija i vještina čitalačke pismenosti, posebno kroz lektirni program. Utjecaj medija je veliki, učenici počinju upijati sve ono što vide ili čuju jer su konstantno okruženi medijima.

„Organizacija nastave odjeljuje različite načine izražavanja - likovni se bazira na slici, glazbeni na zvuku, matematika na brojkama, hrvatski na riječima, a mediji donose integraciju svega navedenog, što je poticajno za razvoj cjelovitijeg izražavanja.

Ponekad, nakon što počnu nešto gledati (primjerice YouTube filmiće) ili čitati (neki članak), to ne završe već skaču na novi sadržaj, koji opet ostaje nedovršen. Ovakva brza i konstantna promjena podražaja (slika, zvuka, riječi) dovodi do nefokusiranosti, gubitka koncentracije i površnosti u misaonom stilu. Nestaje sposobnost duboke koncentracije i udubljanja u neki predmet.“ [6]

Isto tako učenici se dopisuju preko društvenih mreža s drugačijom komunikacijom, točnije pišu onako kako žele ne razmišljajući o gramatici i pravopisu. U odrastanju zaboravljaju na standardni hrvatski književni jezik koji je bitan jer zamjenjuju hrvatske riječi s nekim stranim izrazima. Mladi su stvorili i svoj rječnik koji se temelji na kraticama u kojima jedno, dva ili tri slova znače cijelu rečenicu. Na ovaj način roditeljima je onemogućeno praćenje komunikacije njihove djece, što u mnogim primjerima ima negativne posljedice koje su evidentne u vršnjačkim odnosima i izvan tog konteksta.

Studenti su isto tako pod utjecajem društvenih mreža, ali oni već donekle imaju izgrađen sustav kritičkog razmišljanja i osobni stav u donošenju odluka prema korisnim i štetnim internetskim stranicama i informacijama koje one posreduju.

Utjecaj medija je veći nego utjecaj roditelja, škole ili fakulteta, pogotovo kod djece koja ulaze u pubertet i postaju jako znatiželjna i pomalo nesigurna u sebe pa se često poistovjećuju s nekim poznatim osobama i počinju ih oponašati. Pozitivne ličnosti kao uzori mogu dobro djelovati na djecu, ali one negativne i buntovne ličnosti kao uzor djeci donose samo probleme, izostajanja iz škole i gubitak koncentracije u učenju.

Mediji postaju životna potreba i svatko tko se ne snalazi u medijskom svijetu postaje izgubljen. Prema istraživanjima i procjenjivanjima u Hrvatskoj su mediji djelomično slobodni, a mnogobrojna istraživanja i praćenja pojedinih medija potvrđuju sve češću prekomjernu gledanost televizije i provođenje vremena na društvenim mrežama, dakle utjecaj medija svakim danom sve više raste. S druge strane mediji predstavljaju i edukativne programe za učenike koji pozitivno utječu na dječje odrastanje i isto tako pomažu u promoviranju postignuća pojedinih učenika i studenata. Time oni potiču na kreativnije sudjelovanje u raznim aktivnostima i zapravo djecu/učenike udaljavaju od loših medijskih utjecaja.

Internet također ima veliki utjecaj na mlade jer je preuzeo svakodnevni život mladih. Društveni život mladih uvelike se razlikuje od onoga nekada jer mladi danas više vole provoditi vrijeme na internetu, koristeći najviše društvene mreže. Uz navedeno internet utječe i na zdravlje pojedinca jer uz stalno sjedenje uz računalo nema dugih šetnji ulicama ili druženja s prijateljima u parkovima ili na igralištima. Djeca već odmalena postaju ovisna o igricama na internetu jer su lako dostupne. Mladi odlaze u kafiće s društvom, ali i tamo često pregledavaju društvene mreže preko mobitela i na taj način više pažnje posvećuju mobitelu, nego što međusobno pričaju. Takva je suvremena svakodnevica jer su svi znatiželjni i žele odmah informacije o zbivanjima u zemlji i svijetu, o poznatima, prijateljima i slično.

Internet ima i svoje prednosti i mane, a sve ovisi o mladima kako i koliko ga znaju koristiti i koliko poznaju svoje granice. Kako bi mladi mogli imati svoje granice, važna je medijska pismenost koja uvelike pomaže svima kojima je potrebno medijsko obrazovanje, napredovanje i teorijska i još više praktična znanja kritičkog odnosa prema medijskim sadržajima.

„Svakodnevno se mreža virtualnog poznanstva širi, razmjenjuju se informacije o stavovima, životu, sklonostima, sposobnostima. Nalaze se u skupinama koje povezuju sličan ili jednak interes u školi, u dokolici ili u životu. Šalju svoje i tuđe fotografije bez prevelika razmišljanja i sustezanja. Otkrivaju i najosobnije podatke. I sve dok je to na razini virtualnosti - nemaju se potrebu brinuti. Problem nastaje u trenutku kad se kakav "pikantan" podatak ili nezgodna fotografija prenese u stvarne – ovozemaljske – tradicionalne medije, bilo da je riječ o novinskim tabloidima ili o komercijalnim televizijama. Tada je to odraslima poziv na uzbunu. Pokreću se opsežne rasprave o pismenosti djece za nove medije, o odgovornosti roditelja, odgovornosti škole i odgojnih institucija, konzultiraju se stručnjaci,

pravobraniteljstvo za djecu i drugi. Ukratko, nakratko se podigne, ali već nakon nekoliko dana naslovnica koje su pune "konkretnog slučaja", sve pada u zaborav do neke druge slične prigode.“ [7]

Prije nego što se pojavio internet ljudi su bili pristupačniji i više su komunicirali međusobno te davali jedni drugima korisne savjete na temelju vlastitih životnih iskustava. Danas vlada ubrzani ritam života i onda je najlakše sve pronaći putem interneta. Više se različitih članaka pročita na internetu, nego što se posudi korisnih knjiga u knjižnici. Knjige su svima od davnina poznate i poučne za čitanje, dok na internetu sve ovisi o pažljivom i točnom biranju dobrih internetskih stranica. Prednost interneta je što se brže i lakše pronalaze informacije, ali je potrebno biti medijski pismen.

Pojavili su se novi trendovi komuniciranja između mladih na društvenim mrežama. Svoje osjećaje izražavaju pomoću sličica umjesto riječima. Od svih društvenih mreža *Facebook* i dalje ima značajnu prednost, a slijedi ga *Instagram*. Promijenio se svijet zbog novih tehnologija jer one utječu na navike, ponašanja i komunikaciju. Internet pruža mnogo više mogućnosti od samih društvenih mreža, ali nažalost društvene mreže su najpopularnije i čini se da će uvijek tako i biti. Ova globalna mreža ima i prednosti u vidu raznih korisnih informacija, svijeta zabave, edukacije, ali zapravo sve ovisi u koje svrhe će ga pojedinac upotrebljavati i koliko je vješt u potrazi za informacijama.

Mediji sudjeluju u promicanju kvalitete obrazovanja jer se zbog njih teži kvalitetnijem pristupu obrazovanju odnosno promoviranju kompetencija i vještina medijske pismenosti. Ljudi ne mogu bez medija jer su naučeni na njih, a mediji, s druge strane, ne mogu bez svojih konzumenata kojima posreduju vijesti. Prema navedenim razlozima mediji mogu uvelike doprinosti u rješavanju problema kao što su nasilje i razvoj ključnih pismenosti 21. stoljeća jer se njihova načela mogu i trebaju koristiti u programima suvremene nastave.

3. Obilježja medijske pismenosti

Medijska pismenost je područje o kojemu se sve češće govori i koje je bitno u promicanju kvalitete obrazovanja na svim razinama, od predškolskog do visokog obrazovanja.

„Rješenje problema kojim se bavi medijska pismenost ovisi o vrlo složenom odnosu između medijskih sloboda i komunikacijskih prava djece i građana. Mediji nedovoljno poštuju komunikacijska prava djece. Komunikacijska prava spadaju u temeljna ljudska prava, a komunikacijska prava djece među temeljna prava djeteta.

Medijska pismenost je dio komunikacijskih znanosti koji se sve više razvija u zasebno područje kao posljedica komunikacijske revolucije i globalnih medijskih trendova. Komunikacijska revolucija vodi prema budućnosti u kojoj se naziru mogućnosti za raznolike komunikacijske scenarije i medijske trendove te se u tom smjeru otvara prostor za nove znanstvene poslove. Dva društvena diskursa, koja će možda u najvećoj mjeri obilježiti tu budućnost, jesu mediji i obrazovanje.“ [4]

Budući da mediji utječu na načine ponašanja, a postali su bitno sredstvo javnog komuniciranja, bez njih se ne može. Iz tih je razloga potrebna izobrazba medijskih korisnika. Osim o internetu kao globalnoj mreži, stjecanje znanja i usvajanje kompetencija i vještina u području medijskog opismenjivanja potrebno je i u drugim medijima kao što su digitalni fotoaparati, kamere i televizijski prijamnici. Osim suvremenih masovnih medija bitna su znanja i iz područja tiska, radija i televizije jer su svaki drugačiji na svoj način i zbog toga ih je uvijek važno proučavati i stjecati kompetencije i vještine za njihovo kvalitetno korištenje.

„Pojam medijska pismenost definiran je 1992. godine na konferenciji o medijskoj pismenosti kao sposobnost pristupa analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija. Medijska pismenost omogućava kritičke kompetencije za razumijevanje medijskih sadržaja koje stvaraju sposobnost tumačenja i kritičkog vrednovanja sadržaja, dakle simbola, ideoloških sustava, novih žanrova i tržišnih okvira. Medijska pismenost omogućava i tehničke kompetencije za pristup medijima (kako koristiti televizor ili interaktivnu televiziju i radio na zahtjev, kako pristupiti računalu i internetu, kako koristiti digitalne medije i sl.). Također, medijska pismenost omogućava praktične kompetencije za stvaranje medijskih poruka, odnosno pisanje nekih sadržaja bilo u klasičnim medijima (na radiju, televiziji ili šire) ili u novim medijima.“ [4]

Definicija medijske pismenosti bi se mogla još opisati i kao vještina koja je potrebna u životima svih ljudi, posebice djece i mladih jer pomaže naučiti kako se kritički odnositi prema medijskim sadržajima i ono najbitnije, znati ih razumjeti.

„Medijska pismenost pomaže i mladima i odraslima da:

- razvijaju kritičko razmišljanje
- razumiju kako poruke koje mediji prenose oblikuju kulturu i društvo
- identificiraju medijske strategije
- prepoznaju kako vlasnici medija oblikuju sadržaj
- prepoznaju tehnike uvjeravanja koje se koriste
- prepoznaju pristrane informacije, spinove, pogrešne informacije i laži
- prepoznaju dijelove priče koji nisu jasno izrečeni
- ocjenjuju medijske poruke prema vlastitom iskustvu, vještinama, vjerovanjima i vrijednostima - kreiraju i distribuiraju svoje vlastite poruke
- zalažu se za medijsku pravednost.

Kritičko razmišljanje jedno je od najvažnijih elemenata koje podrazumijeva medijska pismenost jer omogućava publici da donosi neovisni sud o nekom medijskom sadržaju.“ [5]

Potreba za medijskim opismenjavanjem je kontinuirana jer je i društvo zasićeno medijima. Sukladno tome treba što više poticati medijsku pismenost kako bi se mogla razvijati i time pridonijeti kvaliteti obrazovanja. Znati kritički donositi odluke je jako važno jer se tu prepoznaje osobni stav prema informacijama i odmah je lakše razlikovati koji podaci su korisni a koji nisu. Različite vještine i znanja su potrebne za uspješan i kvalitetan život u svijetu medija. Bitno je znati procijeniti predmet proučavanja medijske pismenosti, a to je štetnost medijskih sadržaja. U konačnici sposobnost navika pretvaranja informacija u znanje je ključ kojim se postiže teorijsko znanje o medijskoj pismenosti koje se svakodnevno može prakticirati kroz usvojene kompetencije i vještine.

Medijska pismenost zapravo osposobljava za kritičko promišljanje i postavljanje pitanja o onome što se gleda, čita ili sluša i kako bi se kroz sposobnost samostalnog razmišljanja došlo do konkretnih zaključaka.

3.1. Medijska pismenost u obrazovnim ustanovama

Informacijske i komunikacijske tehnologije kontinuirano se razvijaju i uvelike utječu na radne aktivnosti i komunikaciju među ljudima. Kroz medije se komuniciraju različite teme, dostupne su informacije koje su potrebne u svakodnevnom životu. Olakšana je komunikacija i jeftiniji pristup informacijama.

Informacijsko – komunikacijska tehnologija omogućuje cjeloživotno učenje te stjecanje kompetencija i vještina. Internet igra glavnu ulogu u obrazovanju već od osnovne škole pa do visokog obrazovanja jer potiče želju za istraživanjem i znanjem. Također, računala pomažu svima jer na taj način učenici u kraćem vremenu svladavaju/usvajaju sadržaje iz određenih nastavnih cjelina. Prije su nastavnici zapisivali važne sastavnice i definicije iz pojedinih nastavnih predmeta kredom na školskoj ploči, što je oduzimalo dosta vremena. Danas se svi važni dijelovi/komponente pojedinih predmeta mogu posredovati kroz prezentacije putem računala koje uključuju i riječ i zvuk i sliku, što učenicima nastavu čini zanimljivijom. Isto tako na sveučilišnim web stranicama studentima su dostupne prezentacije s predavanjima iz svih kolegija, praćenje rezultata ispita, svakodnevnih informacija o vremenu pojedinih aktivnosti i niz drugih važnih informacija.

Klasičan pristup učenju više nije samo klasičan jer su uz osnovnu/temeljnu pismenost važne i računalna i informacijska i medijska pismenost. Stjecanje vještina za učenje počinje u najranijoj dobi kada su djeca okružena informacijama i medijima kao njihovim posrednicima, prije nego ih uopće razumiju.

Medijski odgoj pomaže učenicima naučiti kritički se odnositi prema onome što vide bilo na internetu ili televiziji i na taj način izgrađivati svoj stav prema svim informacijama koje će ih voditi kroz život. Iz tih razloga medijska pismenost i medijski odgoj trebaju postati ključne sastavnice svih predmeta već u predškolskim ustanovama, a onda u osnovnim i srednjim školama.

„Medijska pismenost je sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.

Ciljevi medijskog odgoja su:

- usvajanje medijskih kompetencija većeg broja nastavnih predmeta
- prepoznavanje medijskog djelovanja (razgradnja sadržaja)
- manipulacijsko ili odgojno djelovanje
- analiza i procjena medijskih proizvoda
- razlučiti fikciju od stvarnosti
- prepoznati funkciju medijskog sadržaja
- usvajanje komunikacijskih kompetencija
- interaktivno djelovanje i interaktivna upotreba medijskih sredstava
- autonomno i samokritično djelovanje učenika ili studenta
- prepoznati i procijeniti koliko i na koji način je pojedini medij bitan za društvo
- razvoj socijalnih kompetencija
- osobno samoostvarenje i razvoj tijekom cijelog života.“ [8]

Prema dostupnim podacima još uvijek je mnogo odraslih osoba koje su medijski nepismene, što je glavni problem svakog suvremenog informacijskog društva. Djeci su njihovi roditelji uzori, a ako roditelji nisu dovoljno obrazovani u smislu nadziranja djetetovih medijskih izbora, onda je to veliki problem i uzrok mnogobrojnih nesuglasica u obitelji. Zbog toga je, uz medijsku pismenost, bitno uvesti i medijski odgoj u obrazovanje od najranije dobi.

Djeca i mladima danas ne nedostaje praktično znanje u korištenju medija, oni se rađaju u vremenu u kojem su računala, televizija i mobiteli svakodnevnica. Nezamisliv im je život bez tehnologije jer nju koriste, slikovito rečeno, gotovo od samog rođenja. I baš zbog tog osjećaja sigurnosti u vlastite vještine korištenja tehnologije i medija, djeca i mladi nemaju razvijenu svijest o tome da se nešto loše, a povezano s medijima, može dogoditi ili da se to može dogoditi upravo njima. Svako jutro je najvažnije prvo pogledati zaslon mobitela i prve novosti na *facebook-u*, *instagramu* ili ostalim društvenim mrežama, što se svaki dan sve i ponavlja na isti način. Kako bi se mogli zaštititi, potrebno je dodatno znanje jer djeca već u osnovnim školama otvaraju svoje profile na društvenim mrežama i dopisuju se s nepoznatim ljudima, a ne znaju i ne razumiju da se zbog toga direktno nalaze u opasnosti, pogotovo ako otkriju sve svoje podatke.

„Kad je riječ o srednjim školama, treba naglasiti da nedostaju odgovarajuće škole za medijsko obrazovanje, a da nedostaju i mogućnosti da se u okviru općeobrazovnih škola na

višem stupnju razvija medijsko obrazovanje te da učenici na odgovarajuće visokoškolske ustanove dolaze bez dostatnoga osnovnog medijskog obrazovanja. Praktički to je skok iz osnovne škole na fakultet, i to uz najmanje moguće znanja koje ondje mogu steći u nekoliko nastavnih sati, na studij koji podrazumijeva razmjerno visoku pretkulturu i orijentaciju i u novim medijima što su u snažnome rastu i dio su svakodnevice mladih. Besmisleno je služiti se medijima, kritizirati ih, iznositi kritičko mišljenje i kritički sud o medijskim sadržajima, a da ih pritom mladi čovjek dostatno ne poznaje, da nema obrazovno organizirane i priznate mogućnosti kreativnoga ogleđavanja u njima, osim na konzumnoj „kućnoj“ razini.

U nekim situacijama nije moguće optužiti samo medije kao glavne krivce. Potrebno je promotriti cjelokupni kontekst, društvenu zbilju u kojoj se mediji javljaju, obitelj, školu, crkvu itd. No, najvažnije je mlade od najranijih dana medijski opismenjivati, što nikako ne znači da oni trebaju samo poznavati jezik pojedinih medija nego se prema njima odnositi i kritički, biti medijski osviješteni.“ [2]

Učenici i studenti bi se trebali u svojim svakodnevnim školskim obvezama posvetiti i usvajanju znanja i vještina o različitim izvorima iz kojih dolaze informacije. Bitno je znati upravljati informacijama kako bi se kroz osobno iskustvo moglo informacije pretvarati u znanje i time svladati područja medijske pismenosti. Škole mogu i trebaju pomoći učenicima razviti medijske vještine, pomoći im u samostalnom, suradničkom i partnerskom radu u traženju informacija i svemu onom što omogućuje suvremena nova tehnologija.

„Medijsko obrazovanje proizlazi iz potreba društva i potreba pojedinca. Individualne potrebe za medijsko obrazovanje leže upravo u osvješćivanju vlastitog postupanja s medijima, utjecaja koje ima kao pojedinca i u nastojanju da se tog utjecaja oslobodi. Pojedinci moraju naučiti aktivno koristiti medije, kritički ih sagledavati i analizirati te selektirati pozitivne utjecaje u svrhu produktivnog korištenja medija, a negativne uočavati i odbacivati.

Mediji su nakon obitelji i društva tzv. treći odgajatelj s obzirom na utjecaj koji imaju na djecu i mlade. Mediji iz tog razloga imaju golemu odgojno-obrazovnu moć, a područja i mogućnosti njihovog odgojno-obrazovnog djelovanja neispitani su i puni potencijala. Dakle, ne treba medijsko obrazovanje nužno formirati samo u sklopu odgojno-obrazovnih ustanova ili drugih institucija koje se bave neformalnim obrazovanjem, već se pozitivne odgojno-obrazovne vrijednosti mogu promicati i kroz sam medijski sadržaj.“ [9]

Medijsku pismenost potrebno je razvijati u osnovnim i srednjim školama kako bi se svi učenici što bolje upoznali s njom odnosno što više zainteresirali za stjecanje kompetencija i vještina kroz aktivniji pristup informacijama. Profesori bi trebali organizirati različite domaće istraživačke zadaće kako bi učenici mogli usvojiti sve bitne tehnike medijske pismenosti. Promoviranje medijske pismenosti pomoglo bi privući sve učenike jer kako se novi digitalni mediji šire, tako bi se i medijska pismenost trebala što više poticati i širiti.

3.2. Interna komunikacija u obrazovnim ustanovama

S novom net generacijom dolazi i do novih oblika komuniciranja između nastavnika/profesora i učenika. Ono što bi trebalo promijeniti u svakoj obrazovnoj ustanovi je komunikacija između profesora i učenika o medijima na teorijskoj i praktičnoj razini. U školama i na fakultetima su dostupna računala u svakodnevnom radu. Koliko god je popularan internet i ostali novi mediji, ne bi se trebale zaboraviti one tradicionalne aktivnosti: pisanje i komuniciranje u nastavnim predmetima prije novih masovnih medija i nove net generacije.

Primjerice, bilo bi dobro u školama prakticirati provjeravanje znanja učenika kroz usmenu i pisanu komunikaciju o povjerenju u medijske sadržaje, uz navođenje što najviše vole gledati ili slušati iz područja filma ili glazbe.

Kao prvo, potrebno je pitati učenike jesu li uopće svjesni svih prednosti i nedostataka interneta, uz obvezno navođenje mogućih ovisnosti kao što su, primjerice:

- pretjerano igranje igrice
- stalno pretraživanje raznih internetskih stranica koje nisu poučne
- ovisnost o društvenim mrežama
- pretjerano gledanje televizije

Prema navedenom mogu se dobiti pokazatelji o nedostatnom provođenju vremena s obitelji ili prijateljima i točnijoj izoliranosti od stvarnosti. Svaka ovisnost pa tako i ove navedene utječu na psihološko stanje pojedinca. Koliko god djeca ili mladi mislili da to nije

ovisnost, već znatiželja ili zabava, varaju se jer ih to može dovesti do promjena ponašanja tijekom odrastanja, pa čak i do različitih depresivnih vremenski neodređenih situacija.

Svakom pojedincu može se pomoći kroz odgovarajući medijski odgoj na svim razinama u obrazovnim ustanovama. Potrebno je najprije razgovarati s učenikom. Ako su primjetne promjene koje bi mogle ili već jesu, dovesti do ovisnosti, tada treba brzo reagirati. Roditelje treba upozoriti na koje načine oni mogu pomoći svojoj djeci, uz pomoć profesora i svih djelatnika škole kroz medijsko opismenjavanje.

Na sastancima (nastavnička ili učiteljska vijeća) svih profesora i ravnatelja u svakoj obrazovnoj ustanovi ili roditeljskim sastancima važno je razgovarati o novim medijima i kako učenike opismeniti kroz promijenjeni nastavni proces, što će zajedno pozitivno djelovati u svakodnevnom životu učenika i njihovih roditelja s medijima.

Kakva je interna komunikacija u svakoj pojedinoj obrazovnoj ustanovi vidljivo je i prema djelatnicima koji u njoj rade. Uspjeh ovisi o dobrim komunikacijskim vještinama svih djelatnika unutar same obrazovne ustanove. Djelatnici bi trebali biti medijski pismeni i vješti komunikatori kako bi na toj osnovi funkcionirala i cijela organizacija obrazovnih ustanova. Zaključno se može reći kako kvalitetna dvosmjerna komunikacija ima ključnu ulogu u funkcioniranju obrazovnih ustanova u organizacijskom smislu.

3.3. Medijska kultura

„Medijska kultura pridonosi odgoju i obrazovanju budućih osviještenih građana koji se mogu snaći u mnoštvu raznolikih informacija ili poruka. Na taj način pridonosi se njihovu odgovornom ponašanju u okružju u kojemu žive. Iz toga može se prepoznati potreba za kvalitetnom edukacijom edukatora koji će izravno utjecati na podizanje medijske kulture djece i mladih.

Prema brojnim inicijalnim ili sveobuhvatnijim ispitivanjima manje od 50 % hrvatskih škola ima internetske stranice, novinarske družine (niska je razina komunikacije raznovrsnim stilovima izražavanja, uočava se znatna stereotipnost u pismenom i usmenom izražavanju djece, ne potiče se dovoljno raznovrsnost stvaralačkog izražavanja, računala se koriste u

redovnoj nastavi samo ako je to programski definirano – u nastavnome predmetu – informatika, ali se ta znanja sporadično ili uopće ne implementiraju u cjelokupan nastavni proces ili izvannastavne aktivnosti što je preduvjet za ovladavanje suvremenim medijima).

Rijetko se koriste nastavne metode poput rasprave, slabo se organizira projektna nastava i općenito istraživački pristup u svim nastavnim predmetima i u osnovnim i u srednjim školama. Posljedično može se zaključiti kako je nizak nivo prepoznavanja dobro od loše prezentirane informacije u medijima koji se iskazuju kao snažan odgojni čimbenik.

S obzirom na brze promjene na tom području postoji potreba za sustavnom edukacijom učitelja (strukturirani oblici stručnog usavršavanja iz svih nastavnih područja), čime bi se pridonijelo kvaliteti njihova stručnoga usavršavanja te na taj način odgoju i obrazovanju u skladu s brzim promjenama u suvremenom svijetu. Time se želi utjecati na podizanje pojedinih odgojnih vrijednosti, kako slijedi:

- Otkrivanje hrvatskih nacionalnih, kulturnih vrijednosti u prošlom, sadašnjem vremenu te otkrivanje smjernica za daljnji razvoj i stvaranje.
- Postizanje suglasja s najnovijim spoznajama na području medijske kulture.
- Izravno poticanje učenike na izražavanje uz pomoć suvremenih medija, predusretanje negativnih posljedica.
- Usvajanje svih vrijednih utjecaja na razvoj djece korištenjem suvremenih medija.“ [6]

Medijska kultura je sastavni dio nastavnog predmeta Hrvatski jezik, ali trebala bi se još više razvijati u osnovnim školama u svim nastavnim područjima jer se tradicionalna kultura mijenja u modernu kulturu učenja zbog potreba novog društva. Ključne sastavnice ovog područja pomažu djeci svladati osnove komuniciranja s medijima i zbog toga bi ovaj odgoj u hrvatskom obrazovnom procesu trebao imati „zasluženo mjesto“.

U hrvatskim osnovnim školama medijska kultura temelji se na filmskom odgoju i obrazovanju u kojem se učenici upoznaju s osnovnim značajkama crtanih filmova i dječjih televizijskih emisija. U višim razredima osnovne škole uči se o televiziji, radiju, tisku, stripu i računalu. Međutim, to nije dovoljno jer je u obrazovnim sustavima mnogih zemalja medijska kultura u nastavnom programu daleko razvijenija. Ovo područje bi se i u Hrvatskoj trebalo kvalitetnije strukturirati u nastavnim predmetima u osnovnim školama, uz teorijski i još više praktičan kontinuitet u srednjoškolskom obrazovanju.

„U hrvatske osnovne i srednje škole treba konačno uvesti samostalan predmet Medijska kultura – a taj bi predmet sadržavao: obrazovanje za razumijevanje medija i govor o njima te kreativan rad u pojedinim medijima (naročito u medijima pokretnih slika).

U sadašnjoj situaciji u predmetnim sadržajima Hrvatskoga jezika nalazi se medijska kultura, a u njezinu okviru i film kao jedna od sastavnica – kao „posebni sadržaji i oblici izražavanja posredovane jezikom i ophođenje s njima“, koji se trebaju obraditi u okviru jezično-komunikacijskoga područja. Iako je do sada i takvo rješenje bilo bolje ni od kakvoga, ono je već postojalo i nastalo iz nekad mnogo bolje koncipirane nastave. Uvođenjem novoga predmeta Medijska kultura njegovi osnovni predmetni sadržaji više ne bi bili sadržani u predmetu Hrvatski jezik koji bi na taj način dobio novi nužni prostor.

Bitno je naglasiti da se učenici hrvatskih škola bave i izvannastavnim medijskim aktivnostima (filmska i video družina, školske novine, školski radio) i da je za ozbiljno bavljenje njima nužna medijska kultura, kao što je i nastavi medijske kulture od vitalnoga značenja kreativni rad u tim izvannastavnim aktivnostima.“ [2]

Slijedom predloženog navodi se nekoliko važnih obilježja medijske kulture koje bi trebalo kontinuirano poticati:

- Potrebna je dvosmjerna komunikacija između profesora i učenika na način da profesori prenose svoje znanje i iskustvo učenicima o medijima.
- Radionice koje educiraju roditelje tako da oni razvijaju kompetencije i vještine medijske kulture sa svojom djecom kod kuće.
- Savjetodavnu kvalitetnu suradnju između roditelja i škole.
- Proširivanje sadržaja medijske kulture u nastavi svih predmeta u školi.
- Poticati učenike na aktivno sudjelovanje u projektima o medijima i medijskoj pismenosti sa svrhom stjecanja teorijskih i praktičnih znanja koja omogućuju prepoznati prednosti i nedostatke medijskih sadržaja.
- Kontinuirano raditi s učenicima na razvijanju njihovih kritičkih sposobnosti i navoditi ih na razmišljanje o određenim medijskim sadržajima.

3.4. Medijska pismenost u digitalnom dobu

„Naime, djeca i mladi sve manje komuniciraju licem u lice, a u svrhu komunikacije češće se koriste neki mediji u ulozi posrednika: mobiteli, Facebook, Instagram i slično. Djeci i mladima ionako je život nezamisliv bez mobitela, teško im je shvatiti kako su se ljudi mogli bilo što dogovoriti prije mobitela ili računala. Čak se i u neposrednoj komunikaciji, kada im ne treba tehnologija, koriste mobiteli - pokazivanje slika, dopisivanje s trećom osobom, fotografiranje, snimanje, praćenje portala. Nažalost opada kvaliteta interpersonalne komunikacije, stoga je medijskim obrazovanjem nužno djelovati i na tom polju te kod djece i mladih razvijati nužne socijalne i komunikacijske vještine.“ [9]

Korištenjem digitalnih sadržaja učenici postaju napredniji od onih učenika koji koriste samo knjige i bilješke. Preko računala, tableta i mobitela je dostupan internet i na taj se način mogu prenositi i dijeliti informacije. Internet može donijeti u budućnosti samo još više inovacija. Uz pomoć medijskog odgoja za odrasle, obrazovne programe za nastavnike i uvođenjem medijske pismenosti u sve obrazovne razine moći će se razumjeti svi medijski sadržaji. Djeca i odrasli će imati više mogućnosti za promišljanje vlastitih ciljeva u životu, a kvalitetno medijsko obrazovanje djeci mogu omogućiti roditelji i nastavnici zajedničkom suradnjom i timskom komunikacijom.

Nekoliko sveučilišta, uključujući i *Sveučilište Sjever - SC Koprivnica i SC Varaždin*, u svojim medijskim smjerovima uveli su medijske kolegije koji su veoma bitni za suvremeno poimanje svijeta i kvalitetnog života pojedinca u tom svijetu.

„Digitalne tehnologije, kao i konvergencija medija bitno pridonose širenju i razvoju korištenja svim oblicima komunikacije zahtijevajući od čitatelja, odnosno od primatelja poruke i poseban oblik kreativnog čitanja i tumačenja primljenih poruka u različitim dimenzijama. Pojavom novih medija i tehnologija stariji tradicionalni mediji ne nestaju, već se kreativnom i aktivnom primjenom novih tehnoloških dostignuća prilagođavaju suvremenoj medijskoj slici zadržavajući, ali i dodatno formirajući svoje tradicionalne korisnike/ čitatelje, te se neizostavno prilagođavajući novim čitateljima uglavnom mlađih generacija.

Postavljanjem pitanja o različitosti načina čitanja medijskih poruka u digitalno doba, ali i o različitim pristupima korištenju tehnologijama, ulogama kreativnosti i umjetničkih

potencijala, vještinama komunikacije – odnosno formiranja i čitanja višedimenzionalnih i višeznačnih poruka nastojat će se prepoznati stvaranje novih medijskih metajezika. Pokušat će se prepoznati i uloga kreativnosti i dizajna te nužnost primjene različitih umjetničkih postupaka za ubrzavanje, pojednostavnjivanje, ali i povećanje učinkovitosti i točnosti komunikacije, napose u odnosu na sadržaje oblikovane kao umjetnička djela.

S obzirom na nedostatak predmeta ili kolegija koji bi, unutar formalnog obrazovanja u Hrvatskoj, medijski opismenjao djecu od prvog razreda osnovne škole do fakulteta, postoji golem „neformalni“ prostor u kojemu medijski stručnjaci, teoretičari, medijski djelatnici te nevladine udruge imaju mogućnost prenošenja svojih znanja i vještina na nove generacije. Cilj je rada prikazati kako i zašto jedna neprofitna udruga mlade educira o medijima te kakve rezultate ostvaruje kod polaznika. Udruga *VANG* (Val nove generacije) okuplja nekadašnje i aktualne medijske djelatnike, stručnjake i teoretičare. Na specijaliziranim seminarima zajedno s gostima predavačima u suradnji s Grafičkom školom, mlade u dobi od 14 do 35 upoznaju sa specifičnostima i načinom funkcioniranja medija te novinarstvom u novinama, na radiju, televiziji i internetu.“ [3]

Dostupni podaci govore kako se mnogo mladih uključuje u ovaj specijalizirani seminar na kojem se uči i priprema na život s medijima, a sama Udruga i predavači imaju iskustvo s medijskom pismošću te na taj način pomažu mladima i svima ostalim koji su zainteresirani.

„U želji da se djeci i mladima približe digitalni mediji, omoguće nužno medijsko opismenjavanje, a i potakne na čitanje kvalitetnih književnih djela, nerijetko se poseže za različitim digitalnim adaptacijama književnih klasika i drugih literarnih uspješnica. Danas se u digitalnome obliku nalazi velik broj književnih djela (od raznolikih bajki, klasika poput „Alise u zemlji čudesa“, „Pipi Duge Čarape“, „Maloga princa“ do suvremenih djela poput „Harryja Pottera“). U opisu svojih digitalnih adaptacija, autori se nerijetko služe primamljivim atributima kojima obećavaju visoku razinu interakcije čitatelja s djelom, hipermedijaciju („klasične priče u novome ruhu“) i slično.

Jednako pojavi dječjih pustolovnih romana tridesetih godina prošloga stoljeća, u digitalnim medijima sve je više djela upitne namjene i kvalitete nastalih za mlađu publiku. U radu se analiziraju digitalna djela dječje književnosti s naglaskom na uspješnim i manje uspješnim adaptacijama književnih klasika. S obzirom na to da su djeca i mladi vjerni

korisnici digitalnih medija, naglašava se važnost implementacije digitalnih književnih djela u moderni odgojno-obrazovni sustav, no uz jasno naznačenu potrebu da se sve veće tržište digitalnih djela namijenjenih djeci pomno prati i procjenjuje.“ [3]

I u budućnosti će medijska pismenost biti jako bitna i zasigurno još razvijenija i zbog toga joj se uvelike treba posvetiti. Primjerice, 20. lipnja 2016. predstavljen je novi Portal za roditelje i učitelje *medijskapismenost.hr*, namijenjen informiranju i edukaciji roditelja, dječjih skrbnika i učitelja o medijskoj pismenosti, predstavljen u suradnji s partnerima *Agencijom za elektroničke medije i UNICEF-om*. Zbog djece koja gledaju svaki dan po nekoliko sati televiziju i različite sadržaje na internetu bez prisustva roditelja, odlučili su promovirati ovaj portal jer smatraju da se djeca moraju medijski obrazovati od najranije dobi i kao medijski opismenjeni ne dozvoliti manipulativnom utjecaju različitih štetnih sadržaja.

„Također, podaci pokazuju da 68 % roditelja djece predškolske dobi smatra da je djeci od najranije dobi potreban medijski odgoj, a 73 % roditelja smatra da bi roditelji, odgajatelji i učitelji trebali djecu medijski odgajati. Stoga su *UNICEF* i *Agencija za elektroničke medije* u listopadu prošle godine 2015. pokrenuli nacionalnu kampanju “Birajmo što gledamo”. Portal pruža informacije o utjecaju različitih vrsta medija na djecu, obrađuje teme kao što su sigurnost na internetu, nasilje u medijima, stereotipi, utjecaj medija na dječji razvoj te nudi niz savjeta roditeljima kako postupiti u konkretnim situacijama iz stvarnog života.“ [10]

Roditeljima je pri odgoju uvijek dobrodošla stručna pomoć, iako ima i onih koji to negiraju. Kampanja „*Birajmo što gledamo*“ će se u budućnosti vjerojatno širiti i uvelike utjecati na bolje prilagođavanje umova djece na takav kontinuirani razvoj u obliku cjeloživotnog učenja. Prema tome, zbog sve veće zastupljenosti različitih vrsta medija i njihovih sadržaja dostupnih djeci, potrebno je uvesti cenzuriranje sadržaja za djecu, ovisno o njihovoj dobi i zrelosti.

Portal *medijskapismenost.hr* napravio je veliki pozitivan pomak jer se na njegovim stranicama mogu pronaći korisne informacije, primjerice, o medijima i njihovom utjecaju i razne preporuke/savjeti za roditelje i djecu. Neke od tih preporuka, kao što su zaštita djece od loših medijskih sadržaja i roditeljski postupci su navedene u ovom radu.

Očekuje se da će se medijsko obrazovanje i dalje strukturirano širiti u Hrvatskoj, posebno u obrazovanju na svim razinama. U tom smislu poželjno je razvijati još više različitih portala, organizacija i radioničkih oblika promoviranja medijskih odgoja kroz izvannastavne i izvanškolske oblike aktivnosti, kako bi djeca i mladi mogli sigurno kročiti u budućnost s razvijenim kompetencijama i pripadajućim vještinama medijske pismenosti.

3.5. Zaštita djece i mladih

„Etičnost medija, iz pedagoške perspektive, sinteza je poštivanja prava djeteta, novinarskog kodeksa časti i društvene odgovornosti medija. Konvencija o pravima djeteta ne propisuje samo prava djeteta na zaštitu privatnosti već također opisuje pravo djeteta na slobodno izražavanje, na slobodu traženja, primanja i širenja obavijesti i ideja svake vrste što znači da djeca i mladi moraju sudjelovati i koristiti medije. Pitanje zaštite djece odnosi se na zaštitu identiteta i privatnosti čije nepoštivanje može imati dalekosežne posljedice.

Člankom 13 se u Novinarskom kodeksu časti propisuje poštivanje i promicanje temeljnih ljudskih prava, a Člankom 14 poštivanje svačijeg prava na privatnost i zaštitu od senzacionalističkog i svakog drugog neopravdanog otkrivanja u javnosti što se dakako odnosi i na djecu i mlade. Člankom 19 se jasno navode pravila postupanja s djecom u medijima te da se dobrobit djece uvijek treba stavljati pred interes javnosti.

Mladi u medijima, pogotovo tinejdžeri, medijski prostor češće dobivaju ako su upleteni u neke kriminalne radnje ili nasilje što u društvu rezultira stvaranjem percepcije o tinejdžerima kao nepromišljenim osobama sklonim drogama, alkoholu i delinkventnom ponašanju, iako je to statistički gledano vjerojatno veoma mala skupina ljudi.“ [9]

Prednost zaštite djece i mladih je u tome što se na taj način čuva njihov identitet i ne može se objavljivati u javnosti ništa o njima bez njihovog pristanka. Nažalost, često se takva pravila prekrše i djeca više nemaju svoju privatnost, što može imati samo štetne posljedice jer mediji imaju veliku moć. Novinari ne bi smjeli otkrivati identitet djeteta ili maloljetnika koji su uključeni u neko nasilje, a većina ih to radi i zbog toga djeca i maloljetnici nisu zaštićeni. Trebalo bi utjecati na takva događanja i postrožiti poštivanje Konvencije o pravima djece. Zašto bi dijete čiji je identitet otkriven u javnosti hodalo posramljeno po ulicama i zbog toga padalo u depresiju.

U kontekstu mogućih negativnih posljedica navodi se nekoliko bitnih obilježja koja bi mogla pomoći u zaštiti djece i mladih:

- „Medijska pismenost mora biti promovirana kao najveći interes društva; djeci i mladima mora dati samopouzdanje i kreativnost u korištenju medija i razumijevanju simboličkih medijskih jezika, ekonomskih načela funkcioniranja medija i medijskog diskursa.
- Civilno društvo mora aktivno pridonositi tim naporima, pokretanjem različitih inicijativa, pokreta ili manifestacija; organizirati se na razini interesa roditelja, nastavnika, psihologa i stručno pridonositi senzibiliziranju javnosti i vlade.
- Mediji moraju kroz profesionalne kodekse novinara i oglašivača, razviti odgovarajuću samoregulaciju; također se trebaju kreirati mehanizmi za praćenje medijske provedbe tih kodeksa.
- Znanstvene institucije moraju poticati i financirati istraživanja o uporabi medija i utjecaju medija na djecu.
- Vlade moraju u svojim medijskim politikama donositi takve zakone koji će, u skladu s međunarodnim konvencijama i preporukama regulirati prava djece na medije i prava djece u odnosu na medijske industrije.
- Javni mediji moraju imati posebnu ulogu u poticanju i zaštiti medijskog pluralizma, kvalitete medijskih programa potrebnih djeci, te kontroli emitiranja negativnih sadržaja komercijaliziranih kroz nasilje, pornografiju i slično.“ [11]

Filmovi koji se emitiraju kasno navečer imaju oznaku, primjerice 12, što znači da mlađi od 12 ne bi trebali gledati takav film, a idućeg dana u popodnevnim satima je repriza tog istog filma. Međutim, to nije dovoljno da se zaštiti „*mlađe od 12*“ jer će oni svejedno gledati taj film bez obzira što je sadržaj neprimjeren za njihovu dob. Roditelji bi u ovom slučaju trebali imati ključnu ulogu. Odgoj je vrlo važan i roditelji moraju svojoj djeci biti uzor i objasniti im što je dobro u njihovom odrastanju i koji filmovi su primjereni za njihovu dob i zašto. Također i učitelji/profesori u školama bi trebali određeni broj sati razrednika u razrednoj i predmetnoj nastavi planirati s temama o medijima. Svrha ovakvog pristupa je otkriti što učenici vole gledati i što se može popraviti, ako se otkrije da učenik kod kuće smije gledati bilo što jer mu, primjerice roditelji to dozvoljavaju.

Najvažnije je da roditelji i odgojno-obrazovni djelatnici odgajaju djecu/učenike kroz korisne savjete. Ako mediji postanu isključivi odgajatelji djece/učenika, onda većina njih može postati ovisna o medijima jer je gotovo nemoguće da se u današnjem vremenu odrasta bez računala. Internet omogućuje zabavu, edukaciju i komunikaciju, brzu i laku dostupnost informacija, upoznavanje drugih kultura, ili predstavljanje vlastitih talenata. Dakle, djeca i mladi koji odrastaju uz takve prednosti interneta i uz kvalitetno medijsko opismenjavanje, mogu stvoriti sigurnost i zaštitu od neželjenih medijskih sadržaja.

Osim roditelja i škole, različite edukacijske kampanje su jedan od načina osiguranja i zaštite za djecu kao i različiti projekti. Jedan od Projekta je „*Sigurnost djece na internetu*“, nositelji ovog Projekta su pet osnovnih škola u Hrvatskoj, uz financijsku potporu Europske unija. Svrha ovog Projekta je podizanje i razvijanje svjesnosti o opasnostima na internetu i razvoj sigurnosti djece na internetu. Projekt se pokazao uspješnim i kasnije se proširio na druge osnovne škole. Ovaj Projekt dostupan je na internetskoj stranici www.petzanet.hr.

Važno je uočiti da su djeca svjesno izložena medijima te ih konzumiraju kako bi zadovoljili svoje potrebe za zabavom ili informiranjem. Zapravo je cjelokupna zajednica odgovorna za razvoj djece i kao odgovorni pojedinci trebali bi shvatiti kako je potrebno odgajati djecu za medije te ih osposobiti za kritičko razumijevanje medijskih sadržaja kao i za njihovo ponašanje, osobito preko društvenih mreža.

„Aktivno posredovanje gledanja audiovizualnih sadržaja podrazumijeva različite aktivnosti u kojima roditelji s djecom razgovaraju o sadržajima koje će gledati i zašto, odnosno o sadržajima koji nisu primjereni za gledanje i zašto te o sadržajima koje su gledali i kako su ih razumjeli. Pritom je važno da roditelji budu vodiči djeci kroz programske sadržaje, tumače ih i interpretiraju, pojašnjavaju i o njima raspravljaju i daju mišljenja. U ove tehnike ubraja se upoznavanje djece s načinima na koje se proizvodi program, kako se koriste različiti trikovi, montažni, računalni ili filmski efekti, koja je svrha i motivacija pojedine vrste programa i sl.

Mnoga istraživanja pokazuju kako je aktivno posredovanje roditelja povezano s mnogim povoljnim ishodima korištenja medijskih sadržaja kao što su bolje razumijevanje sadržaja, učinkovitije učenje uz pomoć televizije, veća kritičnost prema pojedinim sadržajima te slabiji negativni učinci potencijalno štetnih ili neprimjerenih sadržaja i promidžbenih programa.

Također, istraživanja pokazuju da ako roditelji ne komentiraju negativno medijsko nasilje, da djeca mogu imati pozitivnije stavove prema agresivnom ponašanju i biti sklonija agresivnijem ponašanju. Djeca čiji roditelji negativno komentiraju nasilne scene i agresivna ponašanja likova spremnija su, odnosno lakše ga prepoznaju i na njega reagiraju u stvarnome životu.“ [12]

Roditelje je potrebno savjetovati na koji bi način oni mogli pomoći i zaštititi svoju djecu jer ipak oni imaju ključnu ulogu prvih šest godina života u odgoju . Najvažnije je da roditelji s djecom rade na njihovom samopouzdanju. Sukladno tome svaki razgovor puno znači jer djeca na taj način razvijaju osobna razmišljanja i postaju kreativnija.

„Regulacija količine, vremena i uvjeta konzumacije medijskih sadržaja, kao i same vrste sadržaja koje djeca mogu gledati može imati značajan utjecaj na to kakve će učinke mediji imati na djecu i adolescente. Tako, primjerice, djeca čiji roditelji ograničavaju količinu pristupa medijima manje gledaju audiovizualne sadržaje, a postoje dokazi i da imaju u prosjeku bolji uspjeh u školi, manje spolnih stereotipa i manje strahova od bivanja žrtvom nasilja u stvarnome životu.

Roditelji bi trebali:

- Ograničiti vrijeme dana kada televizor može biti uključen te kada se može koristiti pojedina medijska platforma. Ne bi trebalo imati televizor uključen cijeloga dana, osobito kada su djeca mala, jer zvukovi i slike s ekrana ometaju pažnju djece kod igranja s drugim stvarima i smanjuju količinu komunikacije djece s odraslima i ostalim ukućanima.
- Trebalo bi isključiti televizor i druge medijske platforme za vrijeme obroka kako bi se osiguralo zajedničko obiteljsko vrijeme i značajne verbalne interakcije članova obitelji.“ [13]

Važno je usvojiti kućna pravila kojih bi se djeca trebala pridržavati. Primjerice, dogovoriti se s djetetom što smije gledati i koliko dugo tijekom jednog dana. Poticati dijete da više vremena provodi u prirodi, druženju s drugom djecom i u izvršenju školskih obaveza.

„Gledanje audiovizualnih sadržaja toliko je omiljeno među djecom da roditelji to često koriste kao sredstvo nagrađivanja ili kažnjavanja djece koje se sastoji od uskraćivanja ili dopuštanja gledanja televizije, odnosno korištenja neke medijske platforme. Čak se i roditeljske strategije i stilovi roditeljstva očituju kroz stupanj kontrole i regulacije gledanja audiovizualnih sadržaja i korištenja drugih medijskih platformi. Neki su istraživači prepoznali četiri tipa roditelja s obzirom na regulaciju gledanja audiovizualnih sadržaja – restriktivni, nerestriktivni, promotivni i selektivni.

- Restriktivni roditelji djecu ne potiču na korištenje i gledanje medija i strogo ograničavaju sadržaje koje dijete gleda. Njihova djeca gledaju manje sadržaja neprimjerenih za djecu, no gledaju i manje obrazovnog programa te su sklonija gledanju televizije kada roditelji nisu prisutni.
- Nerestriktivni roditelji slabo potiču djecu na gledanje, ali ne ograničavaju sadržaje koje dijete gleda. Njihova djeca mnogo rjeđe gledaju edukativne programe, dok najviše gledaju zabavne programe i to bez nazočnosti roditelja pa mogu biti izložena neprimjerenim sadržajima.
- Roditelji koji potiču djecu na gledanje i slabo reguliraju djetetovo gledanje nazivaju se promotivnima i njihova djeca najčešće gledaju audiovizualne sadržaje zajedno s njima, što omogućuje posredovanje roditelja o sadržajima koji se gledaju, a također i gledanje obrazovnog i dječjeg informativnog programa.
- Naposljetku, selektivni roditelji ohrabruju gledanje, no nešto više biraju i ograničavaju sadržaje tako da djeca gledaju manje zabavnih, a više obrazovnih i informirajućih programa.“ [14]

Uloga roditelja u odgoju ne bi trebala biti prestroga niti preblaga. Važno je postići kompromis tako da budu zadovoljni i roditelji i djeca. Ako djeca imaju dobre ocjene u školi i uzorno vladanje, roditelji trebaju nagraditi djecu i time ih još više motivirati za bolje uspjehe.

„Uloga institucija je na sustavan način pomagati roditeljima i drugima koji skrbe o djeci u njihovim svakodnevnim naporima da djeci i mladim ljudima omoguće što sigurniju, poticajnu i zdraviju razvojnu okolinu. Imajući u vidu kako danas tu razvojnu okolinu u

velikoj mjeri oblikuju elektronički mediji, nužno je kontinuirano praćenje i analiza primjerenosti medijskih sadržaja kojima su djeca izložena.“ [15]

Uz roditelje i školu bitne su i institucije koje pomažu pri odgoju djece. Stručni djelatnici jednako tako trebaju biti medijske pismeni kako bi mogli pratiti primjerenost svih medija kojima su djeca izložena. Na taj način i oni imaju pozitivan utjecaj na djecu jer u razgovoru i odgojnim aktivnostima stječu njihovo povjerenje.

4. Mladi i medijski sadržaji/informacije

Korištenje medijskih sadržaja nije samo problem u predškolskoj i školskoj dobi, već i u akademskoj zajednici. Kako medijska pismenost pripada cjeloživotnom učenju, tako i mladi uvijek moraju pažljivije proučavati različite medijske objave jer i oni mogu postati skupinom medijske manipulacije. Studenti se, primjerice na nekim sveučilištima koja su medijski usmjerena, susreću i s kolegijima koji sustavno obrađuju područja medija, medijskog utjecaja na društvo i medijske pismenosti.

„Medijska pismenost obuhvaća korištenje vještina, kritičko razumijevanje i komunikacijske sposobnosti, koje omogućuju kritičko promišljanje o sadržaju u medijima. Istraživanje je pokazalo da gotovo sve medijske organizacije rade ili su radile na projektima usmjerenima na mlade, ali je u većini slučajeva riječ o općenitom ili aktivističkom pristupu društvenim problemima, a ne o povećanju medijske pismenosti. Mladi u Hrvatskoj imaju tehničke vještine potrebne za korištenje medija, posebice interneta, ali nedostaje im svijest o društvenim problemima i aktivizmu.

Kod mladih u Hrvatskoj slabo je razvijena sposobnost kritičkog razumijevanja, posebno o političkim temama, što je rezultat površnog političkog obrazovanja i nedostatka demokratske kulture, ali i nerazvijenog istraživačkog novinarstva te nedostatka kvalitetnog sadržaja u medijima. Primjeri za to su slabo prepoznavanje govora mržnje i propagande u medijima te sklonost vjerovanju medijskim izvještajima. Iako su neke medijske organizacije pokušale educirati mlade po tom pitanju, potrebni su sustavni napori i uvođenje sadržaja medijske pismenosti u formalni obrazovni sustav.“ [16]

Bez usvojenih znanja, kompetencija i vještina medijske pismenosti nije moguće aktivno sudjelovati u svijetu medija i iz tih se razloga mladi često osjećaju odbačenima i nezaštićenima. Mladi najviše koriste internet jer na taj način imaju sve ono što ih zanima, uključujući i komunikaciju na društvenim mrežama. Kroz rezultate mnogobrojnih dosada provedenih istraživanja može se spoznati kako je medijska pismenost bitna i kako je bez osnovnih znanja i vještina nemoguće kvalitetno participirati u današnjem modernom načinu života. Medijsko okruženje u kojem mladi žive utječe na povezanost obrazovanja i medija i zbog toga se moraju usvojiti sve kompetencije i vještine vezane uz medijsku pismenost.

4.1. Istraživanje - korištenje medijskih sadržaja

„Istraživanje *'Mladi i mediji'* predstavlja zajednički trud organizacija iz 11 različitih zemalja. Istraživanje je provedeno u sljedećim zemljama: Makedoniji, Srbiji, Crnoj Gori, Hrvatskoj, Bugarskoj, Grčkoj, Kosovu, Albaniji, Bosni i Hercegovini, Sloveniji i Turskoj. Regionalna analiza obuhvaća informacije koje će služiti kao početna točka u budućim istraživanjima i projektima zagovaranja ili aktivnostima u polju medija i mladih u regiji Jugoistočne Europe.

Inicijativa ima za cilj utvrditi potrebe mladih i mogućnosti koje im se pružaju putem medija, povećati suradnju i komunikaciju između mladih i medija, povećati prisutnost pitanja ključnih za mlade, kao i ojačati kapacitete organizacija mladih i za mlade da razviju svoje vlastite medije i učinkovito koriste postojeće.

Odnos mladih i medija vrlo je bitan u poboljšanju položaja mladih u društvu i borbi protiv problema kao što su nezaposlenost, korupcija, socijalna isključenost i nedostatak strategije prema mladima. Ovo istraživanje, koje je obuhvatilo 11 zemalja jugoistočne Europe, nastojalo je utvrditi temeljne probleme vezane uz zastupljenost mladih u medijima, njihovu percepciju o medijima, informiranost, sposobnost kritičkog promišljanja i medijsku pismenost. Glavni ciljevi istraživanja bili su ispitati važnost medija za mlade, pojavnost i način prezentiranja mladih u medijima, obrasce korištenja te utvrditi stajališta različitih dionika.“ [16]

U istraživanju je sudjelovalo 4283 mladih, 32 predstavnika medija, 39 predstavnika organizacija mladih te 7 predstavnika medijskih organizacija, a zaključni podaci koji se navode u ovom radu vezani su uz medijsku pismenost, a mladi su osobe između 15 i 30 godina.

„Distribucija upitnika za mlade počela je 29. srpnja 2013. godine. Mladi su imali priliku popunjavati upitnik kroz period od tri tjedna. Prikupljanje i prihvaćanje popunjenih upitnika od strane mladih završilo je 16. kolovoza 2013. godine. Nakon pregledavanja prikupljenih podataka, rezultati su pokazali kako je 4283 mladih dalo valjane odgovore. Za promociju i distribuciju upitnika, korišteno je nekoliko komunikacijskih kanala, koji su uključivali nove

medije, tradicionalne medije, biltene/brošure i društvene medije. Društvene mreže i novi mediji korišteni su za promociju, budući da je ovo istraživanje bazirano na online upitnicima te je to bio najbolji način za korištenje navedenih medijskih kanala.

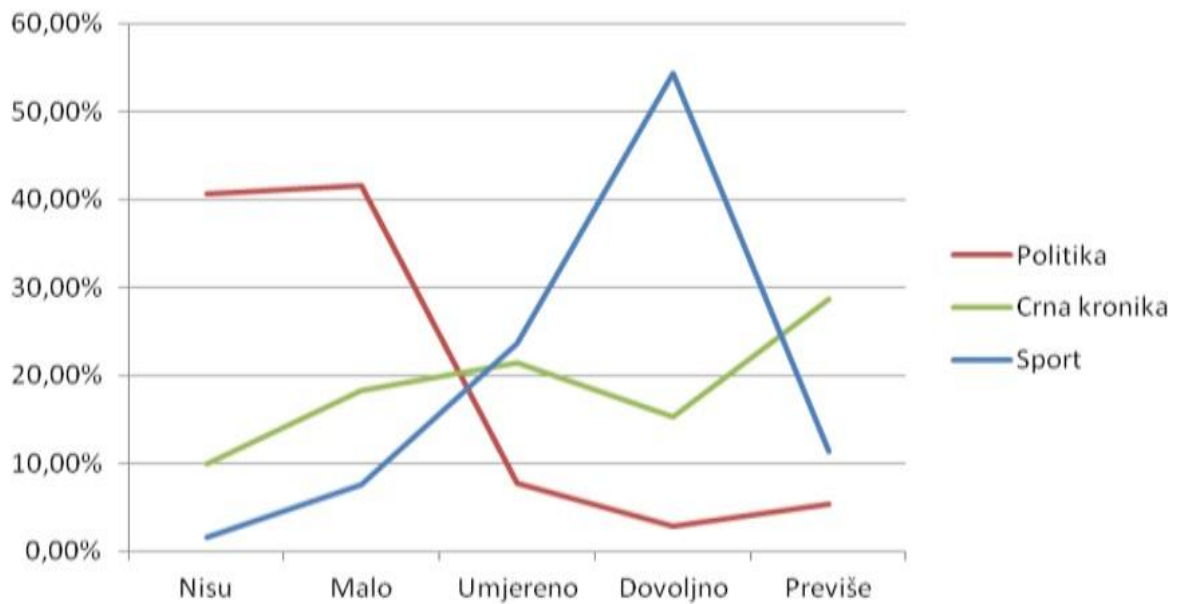
Glavni cilj intervjua s predstavnicima medijskih organizacija bio je dobiti bolji uvid u problematiku povezanu s pojavom govora mržnje u medijima, propagandom i njihovim viđenjima medijske pismenosti mladih. Tijekom implementacije istraživanja, obavljeno je sedam intervjua sa predsjednicima, izvršnim direktorima te programskim koordinatorima medijskih organizacija. Polu-strukturirani intervjui provedeni su u periodu od 8. kolovoza do 16. rujna 2013. godine. a duljina svakog intervjua iznosila je oko sat vremena. Dobiveni podaci bili su vrijedni i od pomoći za postizanje boljeg uvida u odnos između mladih i medija.

Analiza sekundarnih podataka uključuje pregled svih dostupnih podataka vezanih za razine, svrhu i obrazaca uporabe medija od strane mlade populacije, kao i drugih problematika vezanih za istraživanje, uključujući dostupnost interneta, medijsku pokrivenost, itd. Za ispunjenje navedenih svrha, podaci su bili prikupljeni od strane svih projektnih partnera.

Primarno prikupljanje podataka vezanih za temu istraživanja bilo je u fokusu ovog projektnog ciklusa. Prikupljanje podataka napravljeno je korištenjem pristupa kombinacije kvalitativnih i kvantitativnih metoda.“ [16]

Kroz izdvojenih i predstavljenih 5 grafičkih prikaza mogu se vidjeti rezultati navedenog istraživanja koje je strukturirano prema sljedećim temama:

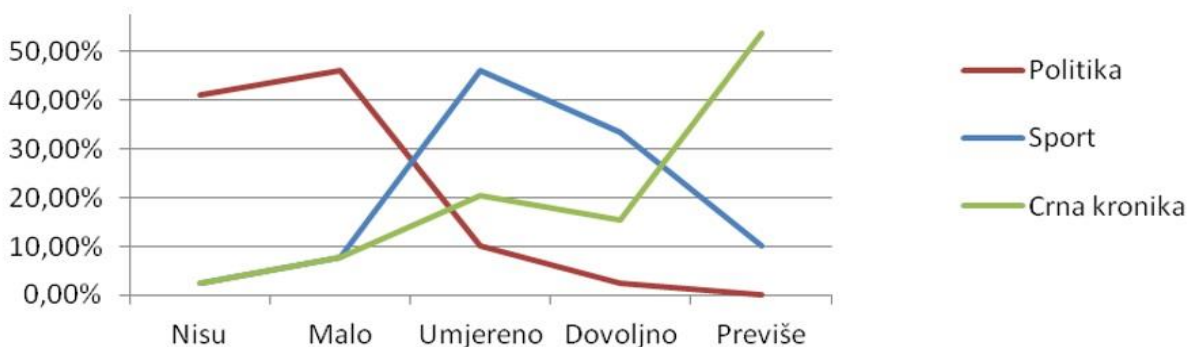
1. Prisutnost mladih u medijima i sama procjena mladih
2. Prisutnost mladih u medijima koje procjenjuje organizacija mladih
3. Prisutnost mladih u medijima koje procjenjuju mediji
4. Razmišljanja mladih tijekom korištenja medijskih sadržaja
5. Percepcija karakteristika medija od strane mladih



Grafikon 4.1.1. : Prisutnost mladih u medijima: procjena mladih

Izvor: F. Gospodnetić; D. Morić. Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji. <http://www.fso.hr/publications/>

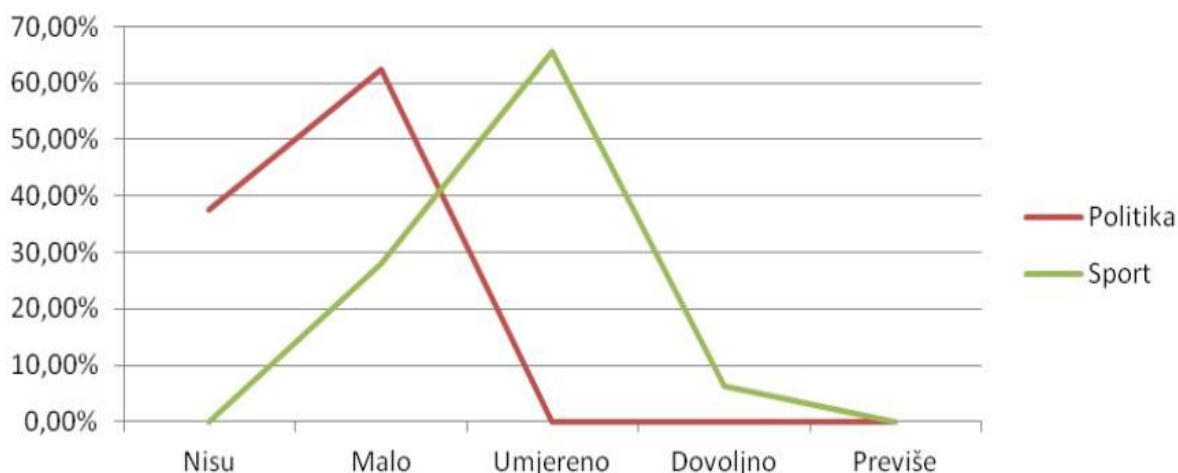
Iz podataka u Grafikonu 1. vidljivo je kako mladi procjenjuju prisutnost mladih u medijima: više od 50% njih prati sport dovoljno, a za politiku i crnu kroniku su manje zainteresirani.



Grafikon 4.1.2.: Prisutnost mladih u medijima: procjena organizacija mladih

Izvor: F. Gospodnetić; D. Morić. Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji. <http://www.fso.hr/publications/>

Podaci u ovom Grafikonu govore na koji način organizacija mladih procjenjuje prisutnost mladih u medijima: više od 50% ih je odgovorilo kako prate crnu kroniku i previše, a nešto više od 40% ih je odgovorilo kako politiku prate malo, a sport umjereno.



Grafikon 4.1.3.: Prisutnost mladih u medijima: procjena medija

Izvor: F. Gospodnetić; D. Morić. Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji. <http://www.fso.hr/publications/>

Iz pokazatelja u Grafikonu 3. vidljivo je kako mediji procjenjuju prisutnost mladih u medijima: sport se prati više od politike, i to više od 60% ih je odgovorilo kako sport prate umjereno, a politiku malo.

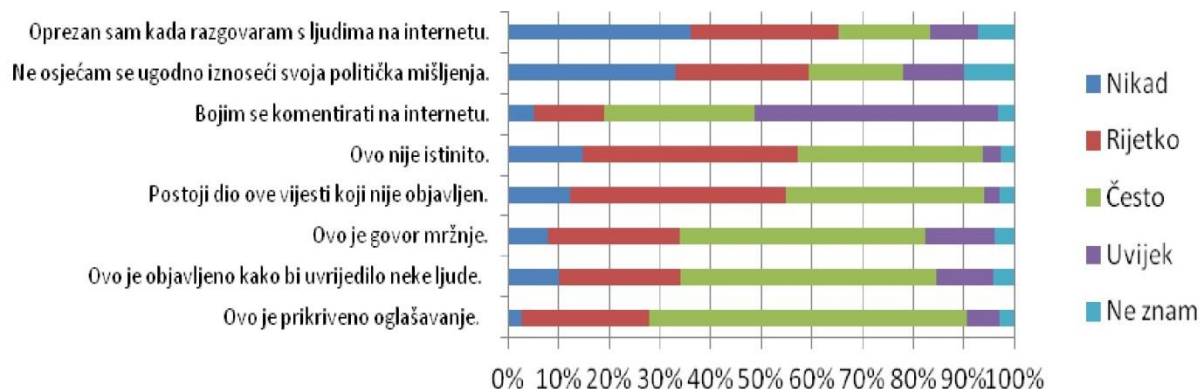
„Većina mladih u Hrvatskoj ima tehničku opremu potrebnu za pristup elektroničkim medijima poput televizije (98 %), radija (91,7 %), mobitela (97 %), prijenosnog računala (79,4 %) i stolnog računala (78 %).

Najčešća aktivnost mladih vezana uz medije je korištenje interneta, a slijede ga televizija, čitanje (mrežnih) vijesti, slušanje radija i igranje videoigara. Mlade najviše zanimaju filmovi, glazba i zabava, a najmanje prate sadržaje vezane uz ekonomiju, religiju i politiku. Najvažnijim medijima mladi danas smatraju internet i društvene mreže jer su korisni za raznovrsne aktivnosti poput komunikacije, vlastitog izražavanja, uključanja u određene skupine, edukacije, informiranja, zabave itd.

Prevladavajuće je stajalište među mladima da su podzastupljeni u medijima u temama koje se bave ekonomijom, politikom, religijom, zdravljem i okolišem. Nasuprot tome, previše su zastupljeni u tzv. lakim temama koje su vezane uz sport, zabavu i modu.

Organizacije mladih nastoje popraviti ovakvu situaciju uključivanjem mladih u različite aktivnosti, ali naglasak je pretežito na sportskim, obrazovnim i zabavnim sadržajima, dok su teme o politici, ekonomiji, religiji i medijskoj pismenosti podzastupljene. Mladi smatraju da ih se u medijima često nepravedno prikazuje kao devijantne, netolerantne, nezainteresirane i nasilne.“ [16]

Većina mladih je naivna što se tiče medijskih sadržaja bez obzira što sazrijevaju i nisu više djeca. Prema istraživanjima je dokazano da mladi najviše vole zabavu, modu i sport, a manje druge teme koje su važnije u procesu odrastanja. Sposobnost kritičkog razumijevanja je slaba i u tom je području potrebna dodatna edukacija jer je ono „ključna karika“ u suvremenom poimanju načina života.

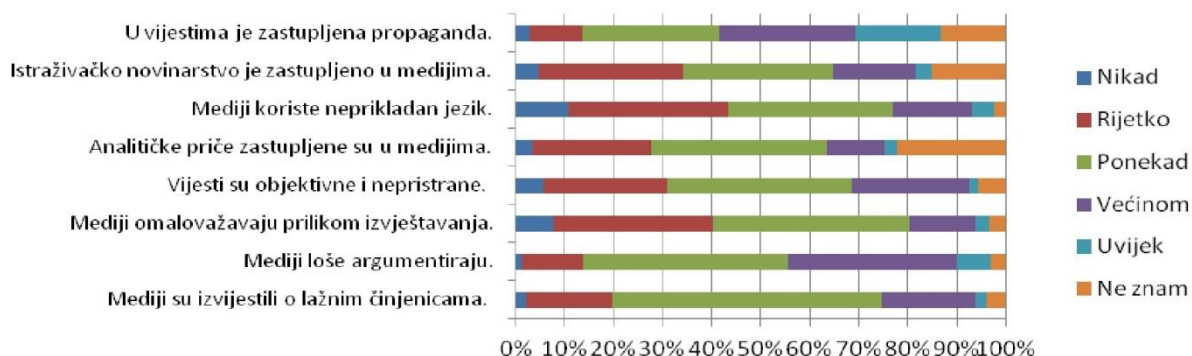


Grafikon 4.1.4.: Razmišljanja mladih tijekom korištenja medijskog sadržaja

Izvor: F. Gospodnetić; D. Morić. Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji. <http://www.fso.hr/publications/>

Prema podacima iz ovog Grafikona može se zaključiti kako mladi nisu dovoljno oprezni tijekom korištenja medijskih sadržaja jer ne razmišljaju dovoljno o mogućim posljedicama. U ovome istraživanju ih većina navodi kako nikad nisu oprezni kada razgovaraju s ljudima na internetu. Isto tako se nikad ne osjećaju ugodno kada iznose svoja politička mišljenja. Većina ih je odgovorila kako se uvijek boje komentirati na internetu. Rijetko kada pomisle da neki

medijski sadržaj nije istinit i da postoji dio vijesti koji nije objavljen. Često pomisle za neki medijski sadržaj da je govor mržnje ili da je objavljen kako bi uvrijedio neke ljude ili da je prikriveno oglašavanje.



Grafikon 4.1.5.: Percepcija karakteristika medija od strane mladih

Izvor: F. Gospodnetić; D. Morić. Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji. <http://www.fso.hr/publications/>

Podaci iz Grafikona 5. govore kako mladi podjednako smatraju da je većinom i ponekad zastupljena propaganda i da je rijetko i ponekad istraživačko novinarstvo zastupljeno u medijima. Jednako tako rijetko i ponekad mediji koriste neprikladan jezik. Smatraju da su analitičke analize ponekad zastupljene u medijima i da su ponekad vijesti objektivne i nepristrane. Također smatraju i da mediji ponekad omalovažavaju prilikom izvještavanja i da ponekad loše argumentiraju i izvještavaju o lažnim činjenicama.

„Iznenadjujući su podaci koji pokazuju kako 57,1 % mladih nikada ili rijetko sumnja u istinitost određene vijesti u medijima, a 54,4 % nikada ili rijetko je posumnjalo da dio vijesti nije objavljen u cijelosti. Osim toga, pokazalo se kako su mladi neoprezni prilikom komuniciranja na internetu s nepoznatim osobama (neoprezno je 65,2 % mladih). Ispitano je i povjerenje mladih u različite vrste medija. Iako mladi koriste internet i tiskane medije na dnevnoj i tjednoj bazi, oko polovice mladih ne smatra ove medije niti pouzdanima niti nepouzdanima. Ovo pokazuje kako su mladi neodlučni i nemaju kritičkog stava prema tim medijima. S druge strane, društvene mreže smatraju se nepouzdanima i netočnima, ali radio i televizija, čiji se sadržaj manje koristi nego sadržaj na internetu, smatraju se pouzdanima i točnima.

Istraživanje „Mladi i mediji“ pokazalo je kako je situacija glede mladih i korištenja, proučavanja i kritičkog pristupa medijima kompleksan problem. Na temelju zakonodavstva i analiza politika, očito je kako ne postoji usvojena strategija koja ima za cilj povećati suradnju između mladih i medija. Kada se govori o slobodi medija i slobodi izražavanja, analiza koju su napravile tri medijske organizacije pokazuje kako je Hrvatska „djelomično slobodna“ – značajni napredak je postignut u zakonodavstvu, međutim, potrebno je uvesti više napora u povećanju društvene svijesti i razumijevanju važnosti slobode izražavanja.

Sve grupe ispitanika – mladi, mediji, medijske organizacije i organizacije mladih – sličnog su mišljenja što se tiče prikaza mladih u medijima. Mladi su podzastupljeni u medijima u političkim, ekonomskim i poslovnim temama, temama o religioznosti, zdravlju i prirodi i okolišu. Mora se naglasiti kako su pak previše zastupljeni u „laganim“ temama koje uključuju zabavu, modu i sport. To sve vodi do vrlo negativnog prikaza mladih u medijima. Mladi su, po mišljenju svih ispitanika, u medijima uglavnom prikazani kao apolitični, nasilni, nesamostalni i nekreativni, ali pomalo nepristojni, nezainteresirani i netolerantni.“ [16]

Primjerice, studenti nakon završetka visokog obrazovanja stekli su određene kompetencije, najviše na teorijskoj razini. Žele se u potpunosti osamostaliti, žele još više znati i upijaju različite informacije koje čuju ili pročitaju. Ako nisu dovoljno medijski opismenjeni, što znači kompetentni i vješti u praktičnom smislu, tada neće moći kvalitetno kritički razmišljati, niti zaključivati, već će za sve što pročitaju na internetu misliti da je to točno onako kako piše. Neće se zapitati otkuda potječe taj izvor i ima li zaista istine u tome, osim ako su dovoljno upućeni u smislu provjere izvora informacija i ako imaju izgrađen svoj kritički stav.

4.2. Zaključno o anketnom istraživanju

Iz predstavljanja jednog dijela obimnog anketnog istraživanja na međunarodnoj razini mogu se izdvojiti i određene preporuke koje bi mogle pomoći svim mladim ljudima da budu oprezniji:

1. „Uključiti mlade u rad s medijima i poboljšati suradnju medija i organizaciju mladih.

2. Realističan prikaz mladih umjesto dosad uvriježenog negativnog pristupa i veće uključivanje mladih u teme poput politike, obrazovanja, gospodarstva, okoliša, zdravlja i religije.
3. Povećanje broja neformalnih edukacija i seminara za mlade (ali i za nastavnike, novinare te predstavnike medijskih organizacija) na temu medijske pismenosti za mlade.
4. Medijske organizacije trebaju posvetiti više pažnje analizi kvalitete medijskog sadržaja i zagovarati poboljšanje medijske pismenosti i kritičkog pristupa.
5. Na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, potrebno je izraditi dugoročnu strategiju koja se bavi mladima i medijima. Pritom treba staviti naglasak na izgradnju medijske pismenosti među mladima i edukaciju novinara za stvaranje istraživačkih sadržaja.
6. Uključiti medijsku pismenost u kurikulum formalnog obrazovnog sustava (primjerice, kroz niz različitih predmeta u obrazovnom sustavu – međupredmetno) te osigurati financijska sredstva za edukaciju nastavnika o toj temi.“ [16]

Prema rezultatima ovog istraživanja vidi se zapravo kolika je moć medija i koliko je medijska pismenost potrebna u kvalitetnom suvremenom obrazovanju, ne samo u radu s predškolskom i školskom djecom, već i sa studentima i sa svim drugim mladim osobama. Većina mladih prema ovom istraživanju je nedovoljno medijski pismena i naivna što se tiče medijskih sadržaja jer ono što pročitaju ili vide, tome i povjeruju. Ovo je još jedan dokaz kako je medijska pismenost potrebna u svim obrazovnim ustanovama. Na neki način i mladi potiču medije da zadovolje njihove potrebe jer traže „svoje sadržaje“ i zbog toga najviše prate teme, kao što su moda, sport i glazba.

Također, mladi nisu oprezni prilikom komuniciranja s nepoznatim osobama na internetu i često se događa da otkriju javno svoje podatke. Potrebno je dobro razmisliti prije nego se upuštaju u takvu komunikaciju, ali nažalost mnogo mladih ne razmišlja puno, brzopleti su i rijetko se pridržavaju pravila privatnosti koje bi trebalo iz navedenih razloga svakako postrožiti.

Glavni problem je što su mladi previše okruženi u potpunosti informacijama koje mediji posreduju i iz toga kruga ne vide izlaz jer je znatiželja jača. Studenti su uglavnom upućeniji u svijet medija, pogotovo oni koji uče o medijima i žele izgraditi u potpunosti svoj kritički stav.

Pomoću takvih istraživanja koja donose rezultate moguće je planirati i predložiti što se može popraviti u hrvatskim obrazovnim ustanovama za sigurnost djece i mladih. Medijska pismenost može pridonijeti kvaliteti u obrazovanju samo ako se uvede kao jedan od glavnih predmeta već u osnovnoj školi, još bolje ako bi se medijska pismenost uključila kao program u predškolskom odgoju i obrazovanju za djecu/grupu predškolske dobi. Na taj način djeca mogu normalno odrastati uz medije učeći o njima i proučavajući ih uz pomoć roditelja, odgajatelja i učitelja, a kasnije i uz pomoć profesora.

6. Zaključak

Medijska pismenost je jako bitna u obrazovnom sustavu zbog velikog utjecaja medija. Uloga medijske pismenosti je jasna: sva djeca bi trebala kroz pažljivo strukturirane programe/predmete od početne predškolske dobi do visokog obrazovanja postepeno razvijati svoje kritičke sposobnosti u korištenju informacija koje danas posreduju masovni mediji.

Uz pomoć roditelja, odgajatelja i nastavnika/profesora, svako dijete će učeći od malena postati medijski pismeno. Ako roditelji nisu medijski opismenjeni, ne mogu pomoći svojoj djeci u medijskom odgoju. Škole isto tako trebaju još više i kvalitetnije promovirati medijsku pismenost kako bi se svaki učenik mogao kvalitetno obrazovati. Osim djece, mnogo je i mladih koji nisu dovoljno oprezni prilikom odabira medijskih sadržaja što rezultati mnogobrojnih istraživanja i potvrđuju.

Digitalni obrazovni sadržaj je postao medijem budućnosti, naročito zbog dijeljenja i prenošenja informacija. U ovom modernom vremenu se ne može zamisliti život bez interneta, tableta i mobitela jer je za sve moguće informacije potrebno njihovo posredovanje i korištenje. Naravno, uz to treba poticati djecu i mlade da čitaju kvalitetna književna djela, ali ne uvijek u digitalnom obliku. Kada bi što više različitih udruga uvele medijsko obrazovanje, to bilo bi korisno i učinkovito za sve, a naročito za djecu koja na taj način medijski opismenjeni ulaze u svijet medija od malih nogu. U školama bi medijska pismenost trebala biti jedan od glavnih predmeta i osigurati budućnost učenika kroz suvremene pristupe informacija i njihovu važnu ulogu u hrvatskom obrazovnom sustavu. Promoviranjem medijske pismenosti može se povećati interes za njenim uvođenjem u nastavni proces i na taj način pridržavati se pravila koja će štititi djecu i mlade i pomoći im u razvijanju samopouzdanja i kritičkih stavova kroz različite vještine koje medijska pismenost promovira.

Inovaciju u području promoviranja i uključivanja medijske pismenosti u hrvatski obrazovni sustav predstavljaju novi hrvatski portali koji pomažu svojim stručnim savjetima u informiranju i edukaciji o medijskoj pismenosti. Primjerice, Portal *medijskapismenost.hr* predstavlja različite mogućnosti koje pomažu roditeljima pronaći sve bitne informacije o utjecaju medija na djecu i na taj način im pomoći u razvoju. Takvi portali potiču razvijanje svijesti o medijskoj pismenosti i imaju veliko značenje na svim razinama obrazovanja jer služe za bolje razumijevanje medija. Zbog ovakvih novih portala očekuje se kako će se

medijska pismenost razvijati sve dok ne postane jedan od glavnih ciljeva i inovacija na svim razinama obrazovanja u Hrvatskoj.

U Koprivnici, 17.01.2017. godine

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Andreja Fučač (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Uloga medijske pisivenosti u prouicanju kvalitete obrazovanja (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Andreja Fučač

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Andreja Fučač (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Uloga medijske pisivenosti u prouicanju kvalitete obrazovanja (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Andreja Fučač

(vlastoručni potpis)

7. Literatura

- [1] Dječji kutak. *Povijest medija*. http://www.djecamedija.dk/?page_id=35 22. 08. 2016.
- [2] K. Mikić. *Medijska pismenost, mediji kao prijenosnici humanih poruka, ideja, vrijednosti*. <http://kresimirmikic.com/medijska--mediji-kao-prijenosnici-humanih-poruka-ideja-vrijednosti/> 22. 08. 2016.
- [3] N. Zgrabljić Rotar. 2014. *Medijska pismenost u digitalno doba*. Hrvatski studiji, Sveučilište u Zagrebu.
- [4] Z. Peruško. 2008. *Mediji, kultura i civilno društvo*. Hrvatsko sociološko društvo. Zagreb.
- [5] H. Grgić, M. Gregorić, I. Radanović, A. Brakus. *Novo vrijeme, novi mediji: Medijska pismenost mladih u 21. stoljeću*. http://www.cesi.hr/attach/_m/medijska-pismenost-prirucnik-2016.pdf 23. 08. 2016.
- [6] Škola medijske kulture. http://www.medioteka.hr/portal/sadržaj/ucitelj/skola_medijske_kulture_01.pdf 30. 08. 2016.
- [7] M. Česi, M. Barbaroša-Šikić. 2008. *Jezik, književnost i mediji u nastavi hrvatskoga jezika*. Naklada Slap, Jastrebarsko.
- [8] A. Kvasina. *Medijski odgoj i medijska pismenost*. https://prezi.com/p_o65f6n19pi/medijski-odgoj-i-medijska-pismenost/ 01. 09. 2016.
- [9] M. Jeričić, J. Sitar. *Uloga medija u razvoju djece*. <http://junior.24sata.hr/zanimljivosti/medijska-pismenost-uloga-medija-u-razvoju-djece-365576> 07. 09. 2016.
- [10] *Portal za roditelje i učitelje medijskapismenost.hr*. <http://www.unicef.hr/vijest/predstavljen-portal-za-roditelje-i-ucitelje-medijskapismenost-hr/> 08. 09. 2016.
- [11] N. Zgrabljić Rotar. *Mediji – Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*. <http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismed.pdf> 10. 09. 2016.

[12] Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. *Aktivno roditeljsko posredovanje u korištenju medijskih platformi*. <http://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/> 10. 09. 2016.

[13] Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. *Roditeljski nadzor nad korištenjem medijskih platformi*. http://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/#_ftnref1 10. 09. 2016.

[14] Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. *Preventivni roditeljski postupci*. http://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/#_ftnref1 15. 09. 2016.

[15] Medijska pismenost.hr. *Zaštita djece i adolescenata*. <http://www.medijskapismenost.hr/mediji-i-djecji-razvoj/> 19. 09. 2016.

[16] F. Gospodnetić, D. Morić. *Forum za slobodu medija. Istraživanje Mladi i mediji*. <http://www.fso.hr/publications/> 20. 09. 2016.