

Programi medijske pismenosti i njihova primjena u osnovnim školama

Rodić, Beata

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:896032>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-05**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2020./2021.

Beata Rodić

**Programi medijske pismenosti i njihova primjena u
osnovnim školama**

Završni rad

Mentor: doc. dr. sc. Tomislav Ivanjko

Zagreb, rujan 2021.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenom i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Sadržaj

Uvod	1
1. Medijska pismenost	2
1.1. Korištenje medija i djeca osnovnoškolske dobi	3
1.2. Negativan utjecaj društvenih medija na djecu osnovnoškolske dobi	4
1.3. Problem širenja lažnih vijesti	5
1.3.1. Sprečavanje širenja lažnih vijesti	6
1.3.2. Uloga medijske i informacijske pismenosti u sprečavanju širenja lažnih vijesti (dezinformacija)	7
2. Medijsko opismenjavanje djece kroz osnovne škole i ostale ustanove (programi, inicijative, projekti)	8
2.1. U svijetu – SAD, Kanada, Australija, Kina	8
2.2. U Europi	10
2.3. U Hrvatskoj	14
2.4. Analiza i usporedba programa i inicijativa iz svijeta s hrvatskim programima i inicijativama	17
3. Uvjeti za uspješnu primjenu medijske pismenosti u okvirima obrazovanja	19
4. Zaključak	20
Popis literature:	22
Sažetak	26
Summary	27

Uvod

Količina informacija s kojima se susrećemo svakim se danom povećava do te mjere da ne primjećujemo njezin utjecaj na nas. Prema Jacquelyn Bualo (2021) svaka je osoba 2020. godine u prosjeku stvorila 1,7 MB podataka u sekundi, a 2,5 trilijuna podataka stvaralo se svakodnevno. Radi se o količinama koje je ljudskom mozgu teško pojmiti. Mediji su posrednik između ljudi i informacija. Upravo zahvaljujući njima možemo doći do informacija iz svakog kutka Zemlje, što ima i svojih pozitivnih, ali i negativnih strana. Jedna od pozitivnih strana bila bi, primjerice, pogodnost, odnosno to što su većini ljudi dostupne korisne informacije, nije ih potrebno aktivno tražiti, na primjer, u knjižnicama, već su gotovo sve informacije dostupne na internetu. Osim toga, olakšano je korištenje medija, odnosno sve je dostupno na mobilnim uređajima. Primjerice, moguće je istovremeno slušati glazbu, gledati video uradak i razgovarati s prijateljima. Jednostavnije je i brže obavljati takve zadatke na mobilnom uređaju, nego koristiti novine, radio ili televizor. Svijet se sve više i više prilagođava ljudskoj nestrpljivoj prirodi kako bi se štedjelo na vremenu i trudu. Jedna od negativnih strana brzog protoka informacija je često njihova nepouzdanost. Informacija bi trebala proći kroz više važećih i pouzdanih izvora kako bismo bili sigurni da je pouzdana.

Zbog sve bržeg protoka informacija, njihovog svakodnevnog umnožavanja i širenja utjecaja medija, a posebice društvenih, potrebno je zaštititi djecu podučavajući ih medijskoj pismenosti. Noviji, a i tradicionalni mediji sve više dominiraju životima djece – istraživanje provedeno 2016. godine u Turskoj pokazuje da su djeca već od dvije godine starosti (i mlađa) izložena ekranima (Dinleyici, Carman, Ozturk i Sahin-Dagli, 2016). Jedan od razloga tome je velika dostupnost uređaja preko kojih je moguće, primjerice, gledati animirane filmove. Ukoliko netko kod kuće ima iPad, puno su veće šanse da će dijete taj iPad i koristiti, nego ono dijete koje ne posjeduje takve uređaje. Naravno, posjedovanje elektroničkih uređaja može imati i svoje pozitivne utjecaje, zbog toga je roditeljima teško povući granicu, treba li dozvoliti svojem djetetu da koristi mobilne uređaje ili tablete, a ukoliko dozvoljava, do koje je mjere potrebno nadzirati što dijete radi na tim uređajima i kontrolirati koliko je izloženo različitim informacijama. Odgovori na takva i ostala slična pitanja kriju se u medijskoj pismenosti. Cilj je ovog rada predstaviti programe i inicijative koji su bili uvedeni u osnovnoškolsko obrazovanje kako bi se podučavalo djecu medijskoj pismenosti s ciljem da se

djeca uspijevaju snalaziti u velikoj količini primljenih informacija, a isto tako analizirati i probleme zbog kojih su takvi programi potrebni. Takvi programi bili su uvedeni u brojnim zemljama diljem svijeta, primjerice u SAD-u, Kanadi, Australiji te u europskim zemljama. U ovom će se radu predstaviti i usporedba između programa koji su uvedeni u navedenim zemljama te onih poduzetih u Hrvatskoj.

U prvom odlomku ovog rada uvodi se pojam medijske pismenosti, njezina definicija, najvažnije karakteristike te sposobnosti medijski pismene osobe. Nadalje se objašnjava odnos djece i medija te na što bi djeca trebala pripaziti prilikom korištenja medija kako ne bi došlo do negativnih posljedica. Nakon toga predstavljaju se detaljnije negativne posljedice do kojih dovodi manjak medijske pismenosti, kao što su nesigurnosti oko fizičkog izgleda te nesreće zbog sudjelovanja u TikTok izazovima. Kao još jedan od problema za koje nam je potrebna medijska pismenost ističe se i problem širenja lažnih vijesti koji je u današnjici sve zastupljeniji – sve je veća potreba za medijskom pismenošću kako bismo znali razlikovati istinite od lažnih informacija. Nadalje se predstavlja glavni dio ovog rada – primjeri programa i inicijativa medijske pismenosti u osnovnim školama, tj. koji su namijenjeni za tu dob. Programi i inicijative medijske pismenosti potrebni su kako bi se spriječili ranije navedeni problemi. Započinje se s programima, inicijativama i projektima iz Sjedinjenih Američkih Država, Kanade, Australije i Kine, nastavlja se s onima iz zemalja Europe, a završava s detaljnijom obradom primjera iz Hrvatske. Nakon toga nudi se kratak pregled programa i inicijativa te usporedba primjera iz inozemstva s hrvatskim, poslije kojeg slijedi odlomak u kojem se objašnjavaju uvjeti koje bi osnovne škole trebale zadovoljiti za uspješnu provedbu medijskog obrazovanja. U zaključku se zatvara analiza rada, predstavlja se pregled glavnih ideja i zaključuje rad.

1. Medijska pismenost

Medijska pismenost može se opisati kao vještina koja podrazumijeva kritičko razmišljanje o informacijama koje dobivamo kroz medije (Bulger i Davison, 2018) te se zbog sveprisutnosti medija smatra jednom od ključnih kompetencija 21. stoljeća (Medijskapismenost.hr, n. d.). Medijska pismenost „uključuje sposobnosti pristupa, analize, vrednovanja i stvaranja

medijskih poruka u različitim oblicima. Ove četiri komponente definicije upućuju na prirodnu povezanost medijske pismenosti s pitanjima tehnološkog pristupa medijskom sadržaju“ (Medijskapismenost.hr, n. d.). Prema američkoj organizaciji National Association for Media Literacy Education (NAMLE) karakteristike su obrazovanja o medijskoj pismenosti: zahtijevanje aktivnog istraživanja i kritičkog razmišljanja o porukama koje dobivamo i stvaramo, proširenje koncepta pismenosti kako bi se uključile sve vrste medija, stvaranje i jačanje vještina za učenike različite dobi, osposobljavanje informiranih i uključenih sudionika važnih za demokratsko društvo, shvaćanje da su mediji dio kulture i da funkcioniraju kao sredstva socijalizacije te utvrđivanje da ljudi koriste vlastite vještine, uvjerenja i iskustva za stvaranje vlastitih značenja medijskih poruka (NAMLE, 2007). Dakle, medijska se pismenost ne odnosi isključivo na razvijanje sposobnosti kritičkog razmišljanja, već i na to kako stvoriti sadržaj jer se na taj način također pokazuje osobi kako pravilno i kvalitetno analizirati tuđi sadržaj. „Medijski pismene osobe trebale bi moći:

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

1.1. Korištenje medija i djeca osnovnoškolske dobi

Kada se radi o djeci iznimno je bitan oprez s korištenjem medijskih sadržaja. Točnije, važno je izabrati primjerene medijske sadržaje kako bi djeca bila zaštićena od neželjenih medijskih informacija. Bitno je spomenuti da se korištenje medija kod djece najčešće pojavljuje u

obiteljskom kontekstu jer nije nužno nečiji vlastiti izbor koristiti medije, već je najčešće rezultat društvenog utjecaja, odnosno želje za uklapanjem, ili imitiranja drugih članova unutar zajednice u kojoj se dijete nalazi (Lemish, 2015). Zbog sve veće dostupnosti elektroničkih uređaja djeca su svakom generacijom sve vještija u korištenju medija, ali to ne znači da su i medijski pismena. Nedvojbeno je da poznaju tehničke aspekte korištenja medija – sposobni su otvoriti video uratke na YouTube-u, upaliti televizor, dopisivati se s prijateljima, razumiju jezik, interpretiraju fotografije. Međutim, nedostaje i drugi, moglo bi se reći i bitniji, aspekt uporabe medija – kritičko promišljanje o primljenim informacijama. Zanimljivo je da djeca i dan danas koriste tradicionalne medije, poput televizije, iako se u usporedbi s prijašnjim vremenima dostupnost sadržaja povećala, tj. danas je moguće pristupiti različitim vrstama podataka putem mobilnih uređaja, od vijesti do animiranih filmova. UNICEF i Agencija za elektroničke uređaje (AEM) proveli su 2014. godine istraživanje o navikama gledanja televizije među djecom i mladima. Istraživanje je provedeno ispitivanjem roditelja o navikama 1561 djeteta te je pokazalo da većina djece (56%) jedan do tri sata dnevno provodi gledajući televiziju te da su oko pola tog vremena bez nadzora roditelja ili druge odrasle osobe. Važno je napomenuti da je podatak da 81% građana smatra da se djecu ne poučava dovoljno medijskoj pismenosti pokazao da su građani svjesni izazova kada je riječ o utjecaju medija na djecu (UNICEF.org, n. d.), stoga im je potrebno pomoći i medijski ih opismeniti kako bi se smanjile opasnosti od uporabe medija.

1.2. Negativan utjecaj društvenih medija na djecu osnovnoškolske dobi

Pretjerana izloženost djece medijima u današnje je vrijeme donijela brojne nedostatke. Jedan od učestalijih problema koji se javlja kao posljedica znatnog rasta društvenih medija je razvoj nesigurnosti oko fizičkog izgleda kod mladih i djece što ostavlja posljedice i na njihovo mentalno zdravlje. U tome posebno veliku ulogu igra korištenje platforme Instagram, gdje korisnici diljem svijeta objavljuju fotografije koje su uglavnom pretjerano uređene i nerealistične kako bi se prilagodile današnjim standardima ljepote. Međutim, djeci osnovnoškolske dobi koja koriste Instagram teško je prepoznati radi li se o uređenoj fotografiji te ne razmišljaju o tome je li život osobe koja objavljuje takve fotografije zbilja tako sređen i savršen kao što se doima preko aplikacije. Oni naprosto vide podijeljene fotografije misleći da su stvaran prikaz nečijega života, zbog čega se u njima razvijaju

nesigurnosti. Takvi se problemi pojavljuju kod mladih dječaka, a posebno kod mladih djevojaka. Postoji veliki problem što društvo uči žene da se njihova vrijednost krije u ljepoti, stoga je problem nesigurnosti oko fizičkog izgleda zastupljeniji kod njih nego kod muškaraca, a u ekstremnijim slučajevima može dovesti i do različitih poremećaja hranjenja. Instagram i ostale društvene mreže, naravno, nisu jedini izvor takvih problema – tradicionalni mediji također mogu biti uzrok. Primjerice, mlade djevojke često vole prelistavati modne časopise koji su puni savjeta o mršavljenju te profesionalnih modela s kojima se djevojke najčešće uspoređuju.

Kada je riječ o negativnom utjecaju društvenih medija na djecu, nemoguće je ne spomenuti aplikaciju TikTok koja je zavlada internetom 2019. godine te je još uvijek jedna od popularnijih vrsta društvenih medija. Aplikacija se pokazala sigurnim mjestom i punim podrške za korisnike, no istovremeno su se pojavile i brige zbog negativnog utjecaja na mentalno zdravlje i opasnih izazova. Jedan od primjera tragične posljedice korištenja aplikacije u mlađoj dobi jest slučaj kada je u američkoj saveznoj državi Colorado preminuo dvanaestogodišnji dječak jer je sudjelovao u TikTok izazovu u kojem su korisnici gušili sami sebe do nesvijesti (Breen, 2021). To je vrlo ekstreman, ali bitan primjer koji pokazuje koju granicu može doseći opasnost korištenja društvenih medija u mlađoj dobi bez nadzora roditelja. Potrebno je razgovarati s djecom o takvim problemima, ne plašeći ih, a učeći medijskoj pismenosti kako bi već u ranijoj dobi znali prepoznavati što je za njih sigurno, a što opasno.

1.3. Problem širenja lažnih vijesti

Jedan od problema koji je nemoguće izbjeći na internetu i za koji nam je potrebna medijska pismenost je širenje dezinformacija, odnosno lažnih vijesti. Medijska pismenost ne može u potpunosti ukloniti ili spriječiti taj problem, ali može naoružati korisnike znanjem i sposobnošću kritičkog razmišljanja kako bi razlikovali lažne od istinitih vijesti. Pojam lažnih vijesti podrazumijeva netočne, lažne ili obmanjujuće informacije s ciljem ostvarenja dobiti ili nanošenja štete javnosti (Polović, 2019). Širenje lažnih vijesti predstavlja također opasnost za demokraciju, njezine procese i vrijednosti. Primjerice, širenjem dezinformacija s namjerom utjecaja na ishod izbora ugrožava se demokracija. Polović (2019, str. 2456) tvrdi da je istina

„suštinski značajna za demokratski proces, zbog čega su stereotipne tvrdnje – demokracija ovisi o informiranosti građana, ili – mediji potiču analitičko razmišljanje – još uvijek neodvojivi i neupitni dio obrazovnih curriculumata svih zapadnih društava.“ Budući da mlađe generacije većinu svojeg vremena provode na internetu, oni bi posebno mogli imati problema s razlučivanjem lažnih od istinitih vijesti. Svakodnevno primaju vrtoglave količine informacija te se u njima gube. Lažne informacije mogu biti bezazlene, ali bez obzira na to često su obmanjujuće, štetne, pristrane i varljive (McDougall, Zezulakova, van Driel i Sternadel, 2018). U kontekstu obrazovanja posljedice širenja dezinformacija mogu biti vrlo značajne – nastavnicima je, naravno, teže prenijeti važnost dokaza svojim učenicima, posebice u predmetima koji su skloni propagandi, poput povijesti i građanskog odgoja. Često je cilj širenja dezinformacija mijenjanje mišljenja i stavova nastavnika, stoga je od ključne važnosti poboljšati kroz obrazovanje razumijevanje o načinima na koje se možemo suprotstaviti dezinformacijama (McDougall, Zezulakova, van Driel i Sternadel, 2018).

1.3.1. Sprečavanje širenja lažnih vijesti

Europska unija je 2018. godine osnovala ekspertnu radnu skupinu za borbu protiv širenja lažnih vijesti i dezinformacija na internetu (European Commission, 2018). Ta je grupa već u prvom izvješću predstavila mjere protiv širenja i djelovanja lažnih vijesti. Bitno je spomenuti da se u tom izvješću koristi izraz dezinformacija umjesto izraza lažne vijesti iz dva razloga. Prvi je taj da pojam lažne vijesti nije dovoljno adekvatan da bi obuhvatio tako kompleksan problem kao što su dezinformacije jer se dezinformacije ne odnose isključivo na sadržaj koji je potpuno lažan, već na obmanjujuće informacije isprepletene s činjenicama u svrhu nanošenja štete društvu. Drugi je razlog taj što je pojam lažne vijesti varljiv zato što su ga određeni političari i njihovi pristaše koristili kako bi osporili informacije s kojima se nisu slagali (European Commission, 2018). Podlogu borbi protiv dezinformacija na internetu čine: „transparentnost kako bi građani imali jasne informacije o izvorima vijesti i financiranju; raznolikost informacija na internetu i izvan njega jer to potiče kritičko prosuđivanje; vjerodostojnost informacija mora biti očita građanima; te uključenost...“ (European Commission, 2018, str. 2). Prijedlozi koje je izvješće predložilo temelje se na pet glavnih ideja koje bi trebale poboljšati transparentnost vijesti na internetu, promicati informacijsku i medijsku pismenost za borbu protiv dezinformacija i snalaženje u digitalnom svijetu,

napraviti alate za novinare i korisnike kako bi se mogli suočiti s dezinformacijama, čuvati različitost i održivost europskog medijskog svijeta, te promicati neprestano istraživanje o utjecaju dezinformacija u Europi i prilagođavati se promjenama (European Commission, 2018).

1.3.2. Uloga medijske i informacijske pismenosti u sprečavanju širenja lažnih vijesti (dezinformacija)

Neosporno je da medijska i informacijska pismenost igraju iznimno važnu ulogu u sprečavanju širenja i djelovanja lažnih vijesti s obzirom na to da predstavljaju početnu točku za razvoj kritičkog razmišljanja i vlastitih sposobnosti za vođenje kvalitetnih informiranih razgovora na internetu, ali svakako i izvan njega. Cilj je medijske i informacijske pismenosti izgraditi građanstvo koje se temelji na osnovnim pravima kao što je sloboda izražavanja te na omogućavanju odgovornog i aktivnog sudjelovanja u svijetu na internetu. Budući da se informacije svakim danom brzo šire i da se različite promjene događaju sve brže, medijska pismenost podrazumijeva učenje tijekom cijelog života za sve uzraste. Na taj način može doći do globalnog osnaživanja, odnosno većeg otpora prema širenju dezinformacija te po mogućnosti ostalih problema informacijskog doba. Snaga je medijske i informacijske pismenosti u tome da je ona preventivno, a ne reaktivno rješenje, koje produbljuje vještine kritičkog razmišljanja koje su ključne za građanina koji živi u digitalnom okruženju 21. stoljeća. Naravno, uvođenje medijske pismenosti kao alata za borbu protiv širenja dezinformacija nije tako jednostavno u praksi, postoje određeni problemi s kojima se susreću takvi projekti, kao što su različitost obrazovnih sistema u zemljama Europe, manjak usredotočenosti na medijsku pismenost na nacionalnoj razini, ali čak i ako je medijska pismenost obavezna ili ako ju vlada podupire, najčešće je problem što je nastavnici ne primjenjuju u svojim podučavanjima. Dakle, potrebno je uvesti medijsku pismenost u školski kurikulum kako bi je nastavnici shvatili ozbiljno i uspješno podučavali djecu (European Commission, 2018).

2. Medijsko opismenjavanje djece kroz osnovne škole i ostale ustanove (programi, inicijative, projekti)

Kako bi se izbjegle negativne posljedice kao što su utjecaji društvenih medija i širenje lažnih vijesti, potrebno je uvesti medijsku pismenost kao dio obrazovanja. Postoje brojne inicijative i programi koje su uvele zemlje diljem svijeta kao primjeri medijskog opismenjavanja djece. Iako je broj dokaza istraživanja u kontekstu obrazovanja ograničen, inicijative medijske pismenosti pokazale su se kao pozitivan utjecaj na znanje učenika te njihove vještine, stavove i ponašanje (Bulger i Davison, 2018). Istraživanje u Njemačkoj, koje su 2015. godine proveli Krahe i Busching, ispitalo je povezanost medijskog opismenjavanja djece sa smanjenjem agresije u njihovom ponašanju. 627 osnovnoškolaca pohađalo je tečaj medijske pismenosti pet tjedana. Testirali su ih odmah nakon završetka tečaja, a zatim 7, 18 i 30 mjeseci nakon završetka. Pokazalo se na testiranju provedenom 18 mjeseci nakon završetka tečaja da su djeca koja su sudjelovala u istraživanju bila manje voljna prihvatiti agresiju u medijima ili tražiti nasilne sadržaje. Zaključak je bio da intervencija medijske pismenosti na razini obrazovanja može uzrokovati dugotrajne promjene koje su povezane sa smanjenjem agresije (Krahe i Busching, 2015).

2.1. U svijetu – SAD, Kanada, Australija, Kina

Prema Hobbs i Jensen (2009) u Sjedinjenim Američkim Državama posebna se pozornost pridaje usavršavanju tehnologija, a zbog toga se zanemaruju drugi problemi poput kvalitete vijesti i novinarstva, medijskog nasilja i ponašanja, utjecaja medija na javno zdravlje i dobrobit itd. Hobbs i Jensen nadalje ističu problem generacijske razlike učenika i profesora – aktivnosti kojima se djeca i mladi bave koristeći internet potpuno se razlikuju od onih kojima se bave stariji. Iako u SAD-u postoje brojni izvori za obogaćivanje i poboljšavanje javnih rasprava o tehnologiji, obrazovanju te kulturi, nije sigurno hoće li takve rasprave prevladati nad usavršavanjem tehnologija, koje je u središtu K-12 obrazovanja¹. Međutim, prema Hobbs (2004) medijsko opismenjavanje postajalo je vidljivije kroz 1990-e u K-12 obrazovanju jer su, iako još uvijek premale, rasle količine programa uključenih u osnovne i srednje škole. O

¹ K-12 obrazovanje odnosi se na obrazovanje od početka dječjeg vrtića do završetka srednje škole.

medijskoj pismenosti uči se u školama u sklopu engleskog jezika, društvenih znanosti, likovne umjetnosti, strukovnog obrazovanja, edukacijske tehnologije i knjižničarskih vještina te zdravstvenog obrazovanja. Neke škole stavljaju naglasak na istraživanje, rasprave i kritičke analize medijskih sadržaja i poruka, dok druge škole prvenstveno omogućuju učenicima stvaranje medijskih sadržaja. Krajem 1990-ih godina katolička Škola Gospe od Malibua u Kaliforniji provela je inicijativu za medijsku pismenost s učenicima osnovnih škola istražujući prevenciju nasilja, reprezentaciju i konzumerizam, te je organizirala radionicu za učenike četvrtih i petih razreda kako bi pokazala potporu obrazovanju usmjerenom vrijednostima učenika (Hobbs, 2004).

Kanada je rodna zemlja Marshalla McLuhana, poznatog medijskog teoretičara koji je prvi u Kanadi pokrenuo poseban tečaj za medijsku kulturu u 1950-ima (Fedorov, 2015). U to se vrijeme medijsko opismenjavanje vršilo u obliku filmskog obrazovanja. Krajem 1990-ih ministarstvo obrazovanja Quebeca promijenilo je kurikulum primarnog i sekundarnog obrazovanja te je uvelo multidisciplinarni pristup integraciji medijskog obrazovanja. Učenje o medijskoj pismenosti uključeno je u kurikulum većine glavnih disciplina te je jedno od vodećih područja obrazovanja u Kanadi (Tsvietkova, Beskorsa i Pryimenko, 2020). Godine 2006. i 2007. ministarstvo obrazovanja Ontarija objavilo je dokumente kurikuluma kojima se zahtijeva uključenost medijske pismenosti u obrazovanje u osnovnoj i srednjoj školi. Točnije, medijska je pismenost zasebno područje u sklopu nastavnog plana za jezike na osnovnoškolskoj razini te je u sklopu nastavnog plana za engleski jezik na srednjoškolskoj razini (Wilson i Duncan, 2009). Kanadska je stranica *Media Smarts* jedan od izvora brojnih sadržaja koji promiču medijsku pismenost. Stranica se usredotočuje na obrazovanje i istraživanja koja se odnose na djecu i medije (tradicionalne i nove) tako što im pruža velik broj kvalitetnih izvora za učenje koji uključuju lekcije i online igre. Igre su namijenjene djeci od 7 do 12 godina, a kroz njih djeca uče koje je osobne informacije u redu dijeliti, a koje nije, uče o problemima s mrežnim stranicama i koje je dobro koristiti, o pravilima o bontonu te prepoznavanju rasizma i pristranosti na web mjestima itd. (Fletcher, n. d.).

Zajedno s Kanadom, Australija je jedna od naprednijih država što se tiče medijskog obrazovanja. Medijska kultura stoji u školskom kurikulumu svih australskih država. Medijski su edukatori u Australiji udruženi u grupu ATOM (*Australian Teachers of Media*) koja

objavljuje časopis *Metro* od 1963. godine. Osim toga, ATOM održava redovne sastanke i objavljuje knjige te na takav način aktivno sudjeluje u promicanju medijske pismenosti u Australiji i u svijetu. Proces medijskog obrazovanja započinje u nižim razredima osnovne škole, iako se ono u osnovi uči u srednjoj školi (Fedorov, 2015).

Kada je u Kini obrazovni sustav odlučio uključiti medijsku pismenost u škole, ravnatelji i učitelji gledali su na to iz dvije perspektive: prva je bila iz perspektive učenika te kako izvući korist iz njihovog medijskog iskustva na nastavi vezanoj uz medijsku pismenost, a druga se odnosila na negativne utjecaje medija te na koji se način nositi s time. Dakle, nastavni plan i program za medijsku pismenost u osnovnim školama usredotočen je na to da učenici postanu svjesniji svojih okruženja, odnosno povezuje njihovo prijašnje znanje o medijima s novim znanjima. Kako se medijsko obrazovanje razvijalo, tako su nastavnici primijetili sve veću zainteresiranost učenika – vrlo su aktivno sudjelovali u nastavnim aktivnostima, svakodnevno su dobivali zadaće koje su ih poticale na razmišljanje o medijima s kojima su se susreli, a ponekad su dobivali i zadatke koje su morali rješavati s roditeljima i na taj način se medijsko obrazovanje proširilo i na obitelji učenika, odnosno na njihov život izvan školskih zidova (Cheung i Xu, 2014).

2.2. U Europi

Medijska se pismenost u Europi pojavljuje u različitim područjima kurikuluma ili kao zaseban predmet. Obrazovanje o medijskoj pismenosti može biti važan dio svih predmeta, ukoliko se razumije kao učenje o korištenju i produciranju medija. Može biti dio, primjerice, predmeta materinjeg jezika, geografije, povijesti ili prirodoslovno-matematičkih predmeta, tj. znanosti. Postoje sporovi različitih profesora oko toga treba li učenje o medijskoj pismenosti biti uključeno u više predmeta ili treba postojati kao zaseban predmet u školama. Hartai (2014), na primjer, tvrdi da umjesto da medijsko obrazovanje dobije status zasebnog predmeta u sve većem broju zemalja, ono ili gubi svoju nezavisnost čak i tamo gdje ju je prije imalo, ili postaje neobavezno polje obrazovanja. Također dodaje da medijsko obrazovanje gubi svoju važnost te sadržaji medijskog obrazovanja nisu prioritetni, ukoliko su uključeni u više predmeta. S druge strane, postoje i oni koji smatraju da bi se medijsko obrazovanje trebalo promovirati kroz cijeli kurikulum. Primjerice, Carver, Wiese i Breivik (2014) zalažu se za

obrazovanje o medijskoj pismenosti kroz više predmeta, zajedno sa znanstvenim obrazovanjem. Projekt EMEDUS (*European Media Literacy Education Study*) pokazao je 2014. godine da postoji dominacija takvog mišljenja – u Europi postoji više država u čijim se školama medijsko obrazovanje proteže kroz cijeli kurikulum, odnosno integrirano je u više područja kurikuluma, nego onih u kojima ono postoji kao zaseban predmet (Hartai, 2014).

Projekt EMEDUS pokazao je također da postoje neke vrste medijskog obrazovanja u 70% zemalja članica Europske unije u nižim razredima osnovne škole, u 75% zemalja u višim razredima osnovne škole, te u 80% zemalja u srednjim školama. Nadalje se navodi da je u zemljama članicama EU-a medijska pismenost u nižim razredima osnovne škole prvenstveno bila povezana s četiri predmeta, a to su: materinski jezik u 54% zemalja članica, vizualna umjetnost u 50% članica, a u 38% članica građanski odgoj te informacijska i komunikacijska tehnologija. U višim razredima osnovne škole povezana je u 75% zemalja također s materinskim jezikom, u 63% s informacijskom i komunikacijskom tehnologijom te građanskim odgojem, u 58% zemalja s vizualnom umjetnošću te u 42% zemalja s poviješću (Hartai, 2014).

Prema Hartai (2014) u nacionalnom kurikulumu Bugarske, Luksemburga, Latvije, Nizozemske, Španjolske, Švedske i Portugala ne postoji poseban modul ili propis za razvoj medijske pismenosti, no postoje određene odredbe koje su povezane s medijskom pismenošću, dok u Latviji i Portugalu medijska pismenost nije dio obrazovanja. U Finskoj, Mađarskoj i Češkoj nacionalni okvirni kurikulum određuje da predmeti trebaju biti povezani s medijskim obrazovanjem, no uz određeni stupanj fleksibilnosti za škole.

Küter-Luks, Heuvelman i Peters (2011) tvrde da ne postoji kurikulum medijskog obrazovanja u nizozemskim školama, iako postoje jasne europske i nizozemske odredbe o medijskom obrazovanju, no broj programa medijskog obrazovanja polako se povećava, ali vrlo sporo. Anketa provedena 2011. godine nad 257 djece u šest osnovnih škola u Nizozemskoj pokazala je da učenici osjećaju veliku potrebu za medijskim obrazovanjem te je zaključeno da se i tehničko znanje i kritičko razmišljanje o medijima moraju podučavati (Küter-Luks,

Heuvelman i Peters, 2011). Admiraal (2015) ističe da medijsko obrazovanje potiče razvoj internetskih vještina koje uključuju kritičko razumijevanje te društvene kompetencije.

U Njemačkoj postoje standardi za medijsku kompetentnost u osnovnoškolskom obrazovanju, koja podrazumijeva razmišljanje i kritičku analizu medija u društvenom kontekstu (Tulodziecki i Grafe, 2012), odnosno postoje smjernice, programi i standardi koji nude uvjete za primjenu obrazovanja o medijskoj pismenosti (McDougall, Zezulkova, van Driel i Sternadel, 2018).

U Ujedinjenom Kraljevstvu predmet medijska kultura dobro je razvijeno područje u osnovnoškolskom obrazovanju, a osim toga medijsko je obrazovanje i dio nastave engleskog jezika. Tečajevi medijskog obrazovanja dostupni su za većinu učenika od 13. godine života. McDougall (2014) tvrdi da je Ujedinjeno Kraljevstvo u vrlo dobrom položaju za pružanje medijske pismenosti kroz medijsko obrazovanje, s obzirom na status medijske kulture kao utvrđenog predmeta u kurikulumu. U dokumentu Odjela za obrazovanje u Ujedinjenom Kraljevstvu (*Department for Education*) za medijsku kulturu stoji da osnovnoškolsko obrazovanje, posebice medijska kultura, mora pomoći učenicima kako bi pokazali vlastite vještine kritičkog razmišljanja, donošenja odluka i analize, stekli znanje i razumijevanje važnih medijskih problema te kako bi cijenili i razumjeli povijesnu, društvenu, političku i kulturnu ulogu medija. Osim toga, cilj je medijske kulture da učenici razumiju i pravilno primjenjuju terminologiju za analizu i usporedbu medijskih sadržaja te da dolaze do vlastitih zaključaka o medijskim problemima i stječu praktične vještine (Department for Education, 2016).

Jedan od prvih pokušaja uvođenja medijskih studija u školski kurikulum u Francuskoj bio je sredinom 1960-ih godina, a 1976. godine medijsko je obrazovanje službeno postalo dio nacionalnog kurikulumu za osnovne škole.

U Turskoj se o medijskoj pismenosti raspravlja od ranih 2000-ih te je dio programa u osnovnim školama kao neobavezni predmet više od deset godina (Cakmak i Tuzel, 2015). Cakmak i Tuzel navode kako činjenica da je 2005. godine Google izbacivao samo četiri

rezultata pri pretraživanju pojma medijske pismenosti, a danas preko 102 000 rezultata, pokazuje rapidan razvoj koncepta medijske pismenosti u Turskoj. Prema reformi kurikuluma iz 2011. godine jezični su predmeti bili povezani s učenjem o medijskoj pismenosti, a 2015. godine medijska je pismenost osigurala svoje mjesto u obrazovnom sustavu – postoji kao zaseban, ali neobavezan predmet u osnovnim školama (Cakmak i Tuzel, 2015).

Domingo-Coscollola, Arrazola-Carballo i Sancho-Gil (2016) u svojem se članku usredotočuju na rezultate europskog DIYLab projekta uvedenog u osnovne škole i fakultete Španjolske, Češke i Finske. Cilj projekta je istražiti promjene i učinke obrazovanja što se tiče digitalnih kompetencija te se trudi duboko promijeniti nastavu i navike učenja u osnovnim školama, ali i ustanovama višeg obrazovanja, proširujući digitalne kompetencije učenika, kreativnost i suradnju. Dakle, navedeni autori (2016) uočavaju da se u Češkoj, Španjolskoj i Finskoj naglasak stavlja na razvoj vještina digitalne pismenosti učenika, i u tehničkom, ali i u praktičnom smislu. Također pokazuju da omogućavanje učenicima da postanu stvaratelji medijskih sadržaja može poboljšati njihove sposobnosti kritičkog razmišljanja te preuzimanje odgovornosti za vlastite stavove, uzimajući u obzir i tuđe.

U Austriji je inicijativu medijske pismenosti Saferinternet.at pokrenuo Centar za siguran Internet Austrija 2005. godine. Saferinternet.at koordinacijski je i informacijski centar u Austriji čiji je cilj poboljšati korištenje interneta te medijsku pismenost kod različitih ciljanih skupina, ali je specifičan fokus stavljen na djecu, mlade, roditelje i edukatore. Cilj je također osnažiti ciljane skupine u korištenju medija na odgovoran, učinkovit i siguran način. U sklopu inicijative provode se različite radionice u školama, roditeljski sastanci, učiteljska vijeća, besplatno dijeljenje različitih letaka, priručnika sa smjernicama o zaštiti privatnosti, izrađuju se video uradci, provode kvizovi i mrežna osposobljavanja itd. Od 2005. godine u sklopu je inicijative Saferinternet.at održano 12 200 radionica i predavanja na kojima je sudjelovalo 303 950 ljudi, a više od 152 000 korisnika mjesečno posjećuje njihovu stranicu koja sadrži brojne informacije o medijskoj pismenosti i sigurnom korištenju interneta (Morić, Lemelin, Kelley, Šakić i Valečić, 2018).

2.3. U Hrvatskoj

Krpan, Sindik i Bartaković (2017) navode kako je poticanje kritičke kompetencije programski neobuhvaćeno kroz formalni odgoj i obrazovanje u Hrvatskoj te da bi medijska pismenost trebala biti uključena u strukturu, sadržaje i slijed nastavnih sadržaja u kurikulumu, ali da je razvijanje medijskog odgoja prepušteno roditeljima unutar obitelji. Međutim, medijska se kultura u osnovnim školama izvodi u sklopu nastave hrvatskoga jezika. Hrvatski je jezik obavezan predmet koji se uči kroz cijelu osnovnu i srednju školu, a on obuhvaća četiri predmetne sastavnice: hrvatski jezik, književnost, jezično izražavanje i medijsku kulturu. Dakle, jedan je od zadataka nastavnika hrvatskog jezika medijski obrazovati svoje učenike. Određeni su i opširniji zadatci koji se tiču medijske kulture: osposobljavanje za komunikaciju s medijima (filmom, kazalištem, radijem, tiskom, stripom) i za vrednovanje televizijskih i radijskih emisija, te recepcija filma, kazališne predstave, radijske i televizijske emisije. Osim toga, za svaki su razred osnovne škole određena područja i teme medijske kulture koje se moraju obraditi:

- prvi razred: animirani film, lutkarska predstava i knjižnica
- drugi razred: filmska priča, kazalište, televizija te dječji časopisi
- treći razred: dječji film, radijska emisija i korištenje enciklopedije
- četvrti razred: dokumentarni film, usporedba filma s književnim djelom, računalo, služenje rječnikom i školskim pravopisom
- peti razred: mediji, filmski rodovi, animirani film, tisak, kazalište
- šesti razred: filmska izražajna sredstva, mreža (internet), strip
- sedmi razred: igrani film, televizijske emisije, radio, knjižnica
- osmi razred: scenarij, knjiga snimanja, dokumentarni film, Zagrebačka škola crtanoga filma, u potrazi za knjigom (Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj, 2019).

Prema navedenom planu dobiva se dojam da je medijsko obrazovanje u hrvatskim osnovnim školama idealno, no postavlja se pitanje izgleda li to zbilja tako u praksi, odnosno stigne li se kvalitetno obraditi sve navedeno gradivo kako bi se medijski opismenilo djecu. Ciboci (2018, str. 24) ističe da je „istraživanje koje je 2013. godine provedeno među nastavnicima Hrvatskoga jezika u osnovnim školama pokazalo da čak 57,8% nastavnika smatra da učenici nakon završetka osnovne škole nisu dovoljno medijski pismeni na temelju onoga što su

naučili u sklopu nastave Hrvatskoga jezika.“ Osim toga, navodi i da dotadašnja analiza nastavnih materijala o medijskoj kulturi iz hrvatskoga jezika te dubinski intervjui koji su bili provedeni s predavačima medijske kulture u školama pokazuju da je program medijske kulture zastario te da se učenike rijetko potiče na kritičko razmišljanje i stvaranje vlastitih medijskih sadržaja.

U svijetu i u Hrvatskoj postoje brojne institucije koje su aktivne u promicanju i osvješćivanju medijske pismenosti, među kojima su dakako i knjižnice. Tako je, primjerice, Odjel multimedije u Gradskoj knjižnici Marka Marulića u Splitu u srpnju 2018. godine za svoje korisnike koji pohađaju osnovnu i srednju školu (uzrast 14-17 godina) organizirala besplatnu filmsku radionicu „Od scenarija do montaže“ (Gradska knjižnica Marka Marulića, 2018). Polaznici radionice radili su na osmišljavanju ideja i snimanju jednog kratkog filma, dokumentarnog, igranog ili animiranog. Na taj način knjižnica promiče usmjeravanje svih generacija medijskoj kulturi i odgoju.

Dječje, školske, narodne i gradske knjižnice, odnosno knjižničari, igraju važnu ulogu u medijskom odgoju i opismenjavanju djece. Narodne i gradske knjižnice su i u prošlosti bile središta medijske i informacijske pismenosti, posebice za osnovne i srednje škole jer korisnicima pomažu u pretraživanju izvora i u njihovim bazama podataka, ali i na internetu. Knjižnice su također bile mjesta koja su pružala internet korisnicima koji ga nisu imali (Huysmans, 2016). Knjižničari, uz roditelje kao glavne odgojitelje unutar obitelji (Krpan, Sindik i Bartaković, 2017), moraju biti oni koji će upoznati djecu s brojnim mogućnostima koje pruža knjižnica i medijskim svijetom i sadržajima. Važno je spomenuti da „uvođenje tehnologije u rad školskog knjižničara utječe na proširenje komunikacijskih mogućnosti knjižnice. Mnoge školske knjižnice opredijelile su se za medijsko opismenjavanje učenika putem lektirnih naslova. Lektirna su djela odlučili digitalno obraditi tako što su djeca o knjizi izrađivala audio i video zapise, online postere, slikovnice, kvizove, igre, multimedijalne priče, blog, online dnevnik i sl.“ (Bošković, 2017, str. 14). Za kvalitetno obavljanje posla dječjeg knjižničara „potrebna je stručnost jer se neizravno sudjeluje u formiranju stavova novih naraštaja. (...) Suvremeni dječji knjižničari dio su procesa medijskog opismenjavanja djece u prostorima knjižnice i za to trebaju imati potrebne kompetencije“ (Krpan, Sindik i Bartaković, 2017, str. 273). Njihova je uloga uputiti djecu i mlade u načine na koje mogu

koristiti medijske sadržaje u vlastitu korist. Primjer knjižničnog projekta koji se zalaže za promicanje medijskog obrazovanja djece i mladih potječe iz IV. Osnovne škole Bjelovar, a pokrenula ga je knjižničarka Dejana Bedeković povodom Dana medijske pismenosti koje su 2018. godine pokrenuli Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku. Bilo je osmišljeno nekoliko aktivnosti: u hodniku je škole bila postavljena interaktivna izložba o tradicionalnim i suvremenim medijima, bio je postavljen i stol na kojem su bile izložene gramofonske ploče, gramofon, glazbeni CD-ovi, radio i audiokazete, a na drugim stolovima bile su stare naslovnice bjelovarskih novina, popularni dječji časopisi, razni vanjski uređaji za pohranu podataka itd. Osim toga, bila je organizirana i radionica na kojoj se vodio razgovor o medijima i njihovim prednostima i manama, te rasprava o utjecaju reklama na živote ljudi. Učenici su i izrađivali vlastite reklame na zadanu temu, a za učenike četvrtog razreda bio je organiziran kviz o medijima koji je sadržavao pitanja o medijima, elektroničkom nasilju, ovisnosti o internetu, reklamama itd. (Dokler, 2018).

Multimedijski portal medijskapismenost.hr također je jedan od izvora medijskog opismenjavanja osnovnoškolske djece koji su u lipnju 2016. godine pokrenuli UNICEF Hrvatska i Agencija za elektroničke medije. Portal nudi brojne sadržaje na temu medijske pismenosti za sve uzraste jer je svrha portala pokrenuti razgovore i rasprave o medijima te o sigurnom korištenju tehnologije. Organiziraju se različiti projekti poput već navedenog knjižničnog projekta u IV. Osnovnoj školi Bjelovar. Još jedan primjer projekta osmišljenog u sklopu Dana medijske pismenosti bio je projekt Djeca upoznaju medije iz 2019. godine, gdje su učenici u medijskim kućama učili kako nastaju medijski sadržaji te su tijekom projekta nastali brojni obrazovni materijali koji se i danas mogu preuzeti na portalu, primjerice, *Mediji i emocije*, *Veliki podaci i podatkovna ekonomija*, *Dezinformacije*, *Medijska pismenost za najmlađe* itd. (Medijskapismenost.hr, n. d.).

Važnu ulogu u promicanju medijske pismenosti, a posebice medijske kulture, igra Pulska filmska produkcija koja je organizirala brojne radionice, projekte i inicijative medijske pismenosti i kulture za djecu i mlade. Projekt Medionauti organizirala je 2009. godine zahvaljujući dvama projektima: Škola animiranog filma (ŠAF) i Radionica filmske medijske kulture u osnovnoškolskoj nastavi (ROŠ). Radionica filmske medijske kulture u osnovnoškolskoj nastavi namijenjena je učenicima petih i šestih razreda osnovnih škola, „a

sastoji se od sedam predavanja te praktikuma u sklopu kojega učenici grupno izrađuju svoj prvi film. Njegov je cilj približiti im HNOS-om propisane pojmove u nastavi medijske kulture te ujedno potaknuti redovitu produkciju dječjeg filmskog stvaralaštva na području Pule i okolice“ („Radionica filmske i medijske kulture“, 2013). Projekt Medionauti je edukativno-informativni projekt zamišljen u obliku televizijske emisije, a cilj je projekta pružiti djeci i mladima neformalno obrazovanje s područja građanskog odgoja i medijske pismenosti. Sastoji se od različitih aktivnosti kao što su istraživanja, radionice, debate, reportaže, osmišljavanja i realizacije medijskog proizvoda itd. Svaka je epizoda Medionauta vezana uz jednu temu iz kurikuluma građanskog odgoja, ali naglasak je stavljen na medije koji su ključni u suvremenom informatičkom društvu. Važno je napomenuti da projekt nije namijenjen isključivo djeci i mladima, već i roditeljima, te svakoj osobi koja je zainteresirana za unapređenje medijske pismenosti i građanskog odgoja (Morić, Lemelin, Kelley, Šakić i Valečić, 2018).

U organizaciji Hrvatskog filmskog saveza i Filmsko-kreativnog studija VANIMA održava se i 2021. godine, od 30. rujna do 3. listopada, u Varaždinu Revija hrvatskog filmskog stvaralaštva djece. Bilo je potrebno prijaviti svoj film do 15. lipnja 2021. na službenim stranicama Hrvatskog filmskog saveza, a film mora biti u okviru sljedećih kategorija: dokumentarni film, animirani film, igrani film, TV reportaža i film slobodnog stila. Na taj način će i Varaždin na jesen 2021. postati filmsko središte malih kreativaca i filmskih entuzijasta (Hrvatski filmski savez, 2021).

2.4. Analiza i usporedba programa i inicijativa iz svijeta s hrvatskim programima i inicijativama

Prema anketi koju je proveo Fedorov (2015) u kojoj su sudjelovali stručnjaci s područja medijske pismenosti i u kojoj se od njih tražilo da navedu države u kojima je, po njihovom

mišljenju, kvaliteta medijskog obrazovanja na najvišoj razini, prvo mjesto zauzela je Kanada. Nakon nje su uslijedile Ujedinjeno Kraljevstvo, Australija, Francuska, SAD te Rusija.

Tablica 1. Lista država u kojima je, prema mišljenju stručnjaka, medijsko obrazovanje na najvišem stupnju razvijenosti (Fedorov, 2015)

N	The name of the country:	Number of experts in whose opinion the development of a media education in the given country is today at the highest level:
1	Canada	17 (65,38%)
2	UK	16 (61,54%)
3	Australia	11 (42,31%)
4	France	7 (26,92%)
5	USA	6 (23,07%)
6	Russia	5 (19,23%)

Budući da je medijsko obrazovanje u Kanadi i Australiji dobilo službeni status u svakoj osnovnoj školi, ne iznenađuje činjenica da su se našle na prvom i trećem mjestu u tablici. Isto tako su među stručnjacima poznate britanske, francuske i američke praktične ideje i primjene (Fedorov, 2015). Hrvatska se razlikuje od takvih zemalja, budući da se medijska pismenost prema kurikulumu promiče u osnovnim školama isključivo kroz sate hrvatskoga jezika. Hrvatska je po načinu integriranja medijske pismenosti u obrazovanje sličnija europskim zemljama, nego primjerice Australiji gdje medijsko obrazovanje nosi službeni status u kurikulumu svake osnovne škole. Što se tiče Sjedinjenih Američkih Država, postoje i sličnosti i razlike. Sličnosti su s Hrvatskom u tome što ni u SAD-u medijska pismenost ne nosi status zasebnog predmeta, već je integrirana u više područja, a razlika je vidljiva u činjenici da se u Hrvatskoj ne stavlja toliki naglasak na nabavljanje najnovije tehnologije. Uspoređujući Hrvatsku s Ujedinjenim Kraljevstvom odmah se uočava sličnost zemalja u težnji k medijskom odgoju djece kroz medijsku kulturu. Međutim, velika je razlika u naprednosti – u Ujedinjenom Kraljevstvu medijska je kultura predmet utvrđen u kurikulumu, dok se u Hrvatskoj zbog prevelikog opsega ostalih nastavnih sadržaja hrvatskoga jezika često ne stigne dovoljno učiti o medijskoj kulturi i pismenosti.

3. Uvjeti za uspješnu primjenu medijske pismenosti u okvirima obrazovanja

Prema McDougallu, Zezulkovi, van Drielu i Sternadelu (2018) postoje uvjeti koje je potrebno zadovoljiti kako bi uvođenje medijske pismenosti u osnovnoškolsko obrazovanje bilo uspješno. Izdvojena su tri uvjeta: prvi je priprema učitelja, drugi školsko okruženje, a posljednji lokalne suradnje.

Kako bi se djeca što kvalitetnije medijski opismenila u okvirima osnovnoškolskog obrazovanja, od iznimne je važnosti, svakako, da učitelji posjeduju potrebno znanje i vještine za to. Onaj koji podučava drugoga medijskoj pismenosti mora i sam biti medijski pismen, stoga je nužno pobrinuti se da i nastavnici dobiju medijsko obrazovanje kroz, primjerice, tečajeve medijske pismenosti. Budući da djeca danas odrastaju u svijetu koji se uglavnom u potpunosti razlikuje od onog u kojem su odrastali učitelji, potrebno je pružiti učiteljima znanje i vještine u korištenju novijih tehnologija. Meehan, Ray, Walker, Wells i Schwarz (2015) tvrde da bi se uključivanjem nastave iz medijske pismenosti u redovan nastavni plan i program osnovnog obrazovanja nastavnika (*Initial Teacher Education*) uspjelo postići promicanje medijske pismenosti u obrazovanju učitelja. Projekt EMEDUS istaknuo je 2014. godine da u cijeloj Europi nedostaje medijskog obrazovanja ili medijske kulture u osnovnom obrazovanju nastavnika (Hartai, 2014). Većinom se njihovo medijsko obrazovanje temelji na tome da sami izvan škole traže profesionalnu pomoć u tom području. Od krajnje je važnosti da se taj problem iskorijeni i da se uvedu tečajevi za učitelje ili nastava iz medijske pismenosti u sklopu obrazovanja, ukoliko se medijsku pismenost osnovnoškolske djece želi dići na višu razinu.

Istraživanje o potrebnim uvjetima u školskom okruženju dalo je tri glavna zaključka: prvo, kako bi se olakšala uporaba pedagoških metoda, škole bi trebale pružiti podršku u pogledu vremenskog rasporeda aktivnog učenja koje se zasniva na vještinama iz više nastavnih područja, primjerice, dramske aktivnosti, istraživanje fotografija, kooperativne igre itd. Drugo, podrška institucije, na primjer ravnatelja, može pomoći stvaranju ugodnog i bogatog okruženja za uključivanje digitalnih tehnologija i medija u pedagogiju. I posljednje,

učinkovito i uspješno medijsko obrazovanje u školi ovisi o prepoznavanju interakcije i dinamike između medijske pismenosti, obrazovne pismenosti, te između novih praksi i iskustava nastavnika i učenika (McDougall, Zezulcova, van Driel i Sternadel, 2018).

Lokalne suradnje odnose se na veze između određenih lokalnih poduzeća, vlasti te nevladinih organizacija i škola, odnosno na to na koji način takve ustanove mogu pomoći školama u provedbi medijske pismenosti u obrazovanju. Prema McDougallu, Zezulcovi, van Drielu i Sternadelu (2018) najvažniji su takvi partneri Europska unija i UNESCO koji ulažu u različite projekte vezane uz medijsku pismenost, a od njihovih se partnera zauzvrat očekuje poštivati smjernice Europske unije i UNESCO-a o medijskom obrazovanju.

4. Zaključak

Mediji u suvremenom informacijskom društvu postaju odgovorniji djece uz obitelj i školu, stoga je ključno isticati potrebu medijskog opismenjavanja. Medijska pismenost podrazumijeva kritičko razmišljanje o medijskim porukama te sposobnost stvaranja medijskih sadržaja. Potrebna je i starijima i mlađima, ali posebno mlađima jer su ranjiviji i nemaju izgrađene vlastite stavove i vrijednosti. Korištenje medija kod djece najčešće se pojavljuje u obiteljskom kontekstu jer nije nužno nečiji vlastiti izbor koristiti medije, već je najčešće rezultat društvenog utjecaja, odnosno želje za uklapanjem ili imitiranjem drugih članova unutar zajednice u kojoj se nalazi. Sve veća izloženost djece društvenim medijima dovodi do brojnih negativnih posljedica kao što su problemi s mentalnim zdravljem te nesigurnosti oko fizičkog izgleda, a jedan od primjera tragične posljedice korištenja društvenih mreža u mlađoj dobi jest slučaj kada je u američkoj saveznoj državi Colorado preminuo dvanaestogodišnji dječak jer je sudjelovao u TikTok izazovu u kojem su korisnici gušili sami sebe do nesvijesti. Problem s kojim se djeca također susreću na internetu je širenje lažnih vijesti. U kontekstu obrazovanja posljedice širenja dezinformacija mogu biti vrlo značajne, a često je cilj širenja dezinformacija mijenjanje mišljenja i stavova nastavnika, stoga je od ključne važnosti poboljšati kroz obrazovanje razumijevanje o načinima na koje se možemo suprotstaviti dezinformacijama. Upravo je zbog takvih problema potrebno uvesti programe i inicijative medijske pismenosti u osnovnoškolsko obrazovanje, no i izvan njega. Postoje brojne

inicijative i programi medijske pismenosti koje su uvele zemlje diljem svijeta poput Sjedinjenih Američkih Država, Kanade, Australije, Kine, među kojima se posebno ističu Kanada i Australija kao najbolji primjeri uključivanja medijske pismenosti u obrazovanje jer je u njihovim školama medijsko obrazovanje poprimilo službeni status. Zajedničko je obilježje većine zemalja Europe to da je medijsko obrazovanje integrirano u više područja u kurikulumu, nije zaseban obavezan predmet, međutim u Ujedinjenom Kraljevstvu predmet medijska kultura dobro je razvijeno područje u osnovnoškolskom obrazovanju te je medijsko obrazovanje dio nastave engleskog jezika, a u Turskoj medijska pismenost stoji u programu osnovnih škola kao neobavezan predmet već više od deset godina. Hrvatska je jedna od zemalja u kojoj medijskom obrazovanju nije posvećen zaseban obavezan predmet, već se medijska kultura u osnovnim školama izvodi u sklopu nastave hrvatskog jezika. Međutim, iako je nastavni plan i program hrvatskoga jezika dovoljnim dijelom posvećen medijskoj kulturi, isplanirano gradivo i nastavni sadržaji često se ne stignu dovoljno kvalitetno obraditi. Kako Ciboci (2018) navodi, dubinski intervjui koji su bili provedeni s predavačima medijske kulture u školama pokazuju da je program medijske kulture zastario te da se učenike rijetko potiče na kritičko razmišljanje i stvaranje vlastitih medijskih sadržaja. To pokazuje da je hrvatskom osnovnoškolskom obrazovnom sustavu potrebna promjena. Važno je spomenuti da vrlo dobru ulogu u medijskom opismenjavanju osnovnoškolske djece u Hrvatskoj igraju knjižnice. Narodne i gradske knjižnice su i u prošlosti bile središta medijske i informacijske pismenosti, posebice za osnovne i srednje škole jer korisnicima pomažu u pretraživanju izvora i u njihovim bazama podataka, ali i na internetu. U knjižnicama su se organizirale brojne radionice koje su promicale razvoj medijske pismenosti i kulture, a isto tako postoje i različiti portali i projekti kao što su portal medijskapismenost.hr, koji sadrži brojne izvore za učenje o medijskoj i informacijskoj pismenosti, te projekt Medionauti Pulske filmske produkcije. Kako bi uvođenje medijske pismenosti u osnovnoškolsko obrazovanje bilo uspješno, potrebno je zadovoljiti određene uvjete kao što su obrazovanje učitelja, stvaranje sigurnog školskog okruženja te ulaganje u lokalne ustanove i organizacije koje mogu pomoći školama s uvođenjem medijskog obrazovanja. Zaključno, potrebno je nastaviti ulagati u nove projekte, programe i inicijative medijske pismenosti te osvježavati i starijima i mlađima koliko je važno u današnjem vremenu razvijati vlastite sposobnosti kritičkog razmišljanja. Tehnologija i mediji nastavljaju se užurbano razvijati, stoga je potrebno naoružati se znanjem protiv negativnih utjecaja.

Popis literature:

- Admiraal, W. (2015). A Role-Play Game to Facilitate the Development of Students' Reflective Internet Skills. *Educational Technology & Society*, 18(3), 301–308.
- Bošković, T. (2017). *Medijska pismenost i suvremeno društvo*. [Neobjavljen diplomski rad]. Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci.
- Breen, K. (2021, travanj 15.). *The 'Choking Game' is now the 'Blackout Challenge' on TikTok, and a boy has died*. Today. Preuzeto s <https://www.today.com/parents/boy-dies-after-trying-tiktok-blackout-challenge-t215253> (12.7.2021.)
- Bualo, J. (2021, svibanj 18.). *How Much Data Is Created Every Day in 2021?*. TechJury. Preuzeto s <https://techjury.net/blog/how-much-data-is-created-every-day/#gref> (19.6.2021.)
- Bulger, M. i Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21.
- Cakmak, E. i Tuzel, S. (2015). Debates about the future of media literacy in Turkey. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 1-12. Preuzeto s <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1224&context=jmle> (23.6.2021.)
- Carver, R. B., Wiese, E. F. i Breivik, J. (2014). Frame analysis in science education: A classroom activity for promoting media literacy and learning about genetic causation. *International Journal of Science Education, Part B*, 4(3), 211-239.
- Cheung, C. K. i Xu, W. (2016). Promoting media literacy education in China: A case study of a primary school. *International Journal of Adolescence and Youth*, 21(2), 215-217.
- Ciboci, L. (2018). Media Literacy of Eighth Grade Students in Zagreb. *Medijske studije*, 9(17), 23-46.
- Department for Education (2016). GCSE Media Studies. Preuzeto s <https://www.gov.uk/government/publications/gcse-media-studies> (26.6.2021.)
- Dinleyici, M., Carman, K. B., Ozturk, E. i Sahin-Dagli, F. (2016). Media Use by Children, and Parents' Views on Children's Media Usage. *Interactive journal of medical research*, 5(2), 1-11.

- Dokler, A. (2018, lipanj 7.). *Radionice, izložba i kviz o medijima u školskoj knjižnici*. Medijskapismenost.hr. Preuzeto s <http://www.medijskapismenost.hr/radionice-izlozba-i-kviz-o-medijima-u-skolskoj-knjiznici/> (26.6.2021.)
- Domingo-Coscollola, M., Arrazola-Carballo, J. i Sancho-Gil, J. M. (2016). Do It Yourself in education: Leadership for learning across physical and virtual borders. *International Journal of Educational Leadership and Management*, 4(1), 5-29.
- European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Preuzeto s <https://doi.org/10.2759/739290> (23.6.2021.)
- Fedorov, A. (2015). *Media Literacy Education*. Moscow: ICO Information for all. Preuzeto s <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1906.0641> (20.6.2021.)
- Fletcher, L. M. (n. d.). *Media Smarts*. The Canadian Homeschooler. Preuzeto s <https://thecanadianhomeschooler.com/media-smarts/#comments> (26.6.2021.)
- Gradska knjižnica Marka Marulića Split (2018). *Ljeto u knjižnici 2018. - radionice u Središnjoj knjižnici*. Preuzeto s <https://www.gkmm.hr/stranica/ljeto-u-knjiznici-2018-radionice-u-sredisnjoj-knjiznici-2> (27.6.2021.)
- Hartai, L. (2014). Report on Formal Media Education in Europe (WP3), European Media Literacy Education Study (EMEDUS), Lifelong Learning Programme. Preuzeto s <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/02/Media-Education-in-European-Schools-2.pdf>. (25.6.2021.)
- Hobbs, R. (2004). A review of school-based initiatives in media literacy education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42-59.
- Hobbs, R. i Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of media literacy education*, 1(1), 1.
- Hrvatski filmski savez (2021). *Produžene prijave za Reviju hrvatskog filmskog stvaralaštva djece*. Preuzeto s: http://www.hfs.hr/novosti_detail.aspx?sif=5737#.YOxAkugzaUI (27.6.2021.)
- Huysmans, F. (2016). *Research for Cult Committee—Promoting Media and Information Literacy in Libraries: In-Depth Analysis*. Brussels: European Parliament, Policy

- Department for Structural and Cohesion Policies. Preuzeto s <https://doi.org/10.2861/792404> (26.6.2021.)
- Krahé, B. i Busching, R. (2015). Breaking the vicious cycle of media violence use and aggression: A test of intervention effects over 30 months. *Psychology of Violence*, 5(2), 217–226.
- Krpan, K., Sindik, J. i Bartaković, S. (2017). Knjižnica–podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60(2-3), 265-278.
- Küter-Luks, T., Heuvelman, A. i Peters, O. (2011). Making Dutch pupils media conscious: preadolescents' selfassessment of possible media risks and the need for media education. *Learning, Media and Technology*, 36(3), 295-313.
- Lemish, D. (2015). *Children and media: A global perspective*. West Sussex, UK; Malden, MA: John Wiley & Sons. Preuzeto s https://media.wiley.com/product_data/excerpt/64/11187870/1118787064-4.pdf (23.6.2021.)
- Mcdougall, J., Livingstone, S., Sefton-Green, J. i Fraser, P. (2014). Media and Information Literacy Policies in the UK. Preuzeto s http://eprints.lse.ac.uk/57103/1/Livingstone_media_information_literacy_2014_author.pdf (25.6.2021.)
- McDougall, J., Zezulcova, M., van Driel, B. i Sternadel, D. (2018). Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education', NESET II report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Preuzeto s <https://doi.org/10.2766/613204> (23.6.2021.)
- Medijskapismenost.hr (n. d.). *Medijska pismenost*. U Pojmovnik. Preuzeto s <https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/> (19.6.2021.)
- Medijskapismenost.hr (n. d.). *O nama*. Preuzeto s <https://www.medijskapismenost.hr/o-nama/> (27.6.2021.)
- Meehan, J., Ray, B., Walker, A., Wells, S. i Schwarz, G. (2015). Media literacy in teacher education: A good fit across the curriculum. *Journal of Media Literacy Education*, 7(2), 81-86.

- Morić, D., Lemelin, M., Kelley, K., Šakić, P. i Valečić, M. (2018). *Medijsko obrazovanje: mapping good practices / mapiranje dobrih praksi*. GONG. Preuzeto s https://www.gong.hr/media/uploads/medijsko_obrazovanje_-_mapiranje_dobrih_praksi.pdf (26.6.2021.)
- NAMLE (2007). Core Principles of Media Literacy Education in the United States. Preuzeto s <https://namle.net/wp-content/uploads/2020/09/Namle-Core-Principles-of-MLE-in-the-United-States.pdf> (25.6.2021.)
- Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj (2019). *Narodne novine*. Preuzeto s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html (27.6.2021.)
- Polović, J. (2019). "Lažne vijesti" kao politički alat systemske krize liberalne demokracije i korporativnih medija. *In medias res: časopis filozofije medija*, 8(15), 2455-2470.
- Radionica filmske i medijske kulture u osnovnoškolskoj nastavi (ROSH) (2013). U Pulska filmska tvornica. Preuzeto s <https://www.pulskafilmskatvornica.hr/djecja-produkcija-2/radionica-filmske-i-medijske-kulture-u-osnovnoskolskoj-nastavi-rosh/> (25.6.2021.)
- Tsvietkova, H., Beskorsa, O. i Pryimenko, L. (2020). Development of media education in Canada: a brief history. *EDP Sciences*, 75.
- Tulodziecki, G. i Grafe, S. (2012). Approaches to Learning with Media and Media Literacy Education--Trends and Current Situation in Germany. *Journal of Media Literacy Education*, 4(1), 44-60.
- UNICEF.org. (n. d.). *Medijska pismenost: U vrijeme lažnih vijesti, youtubera i influencera medijska je pismenost važna za djecu i njihove roditelje*. Preuzeto s <https://www.unicef.org/croatia/medijska-pismenost> (26.6.2021.)
- Wilson, C. i Duncan, B. (2009). Implementing mandates in media education: The Ontario experience. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(32), 97-107.

Sažetak

S obzirom na to da se količina informacija s kojim se susrećemo svakim danom povećava, potrebno je uvesti različite programe medijske pismenosti u osnovne škole kako bi se djecu od malih nogu podučavalo kritičkom razmišljanju kako bi se mogli snaći u velikoj količini primljenih informacija. Osim toga, važno je istaknuti problem širenja lažnih vijesti te kako se medijska pismenost može iskoristiti kao alat protiv širenja takvih informacija. Pisanjem ovog rada želi se osvijestiti važnost kvalitetnog podučavanja djece medijskoj pismenosti i uvođenja kvalitetnih programa medijske pismenosti u osnovnoškolsko obrazovanje. Djeca su svakodnevno sve više izložena velikoj količini i istinitih i lažnih informacija, ovisnost o društvenim medijima narušava njihovo samopouzdanje i mentalno zdravlje, stoga je potrebno što ranije razviti njihovu sposobnost kritičkog razmišljanja. Dakle, u ovom se radu najviše pažnje posvećuje programima i inicijativama po pitanju medijske pismenosti u različitim zemljama poput Kanade, Sjedinjenih Američkih Država, Australije, Ujedinjenog Kraljevstva te, naravno, Hrvatske. Brojne zemlje medijsko obrazovanje u školama provode u sklopu nastave iz drugih predmeta. Primjerice, Hrvatska nudi medijsko opismenjavanje kroz medijsku kulturu koja je integrirana u nastavu iz hrvatskog jezika.

Ključne riječi: mediji, medijska pismenost, medijsko obrazovanje, programi medijske pismenosti, inicijative medijske pismenosti, medijska kultura, osnovna škola

Summary

As the amount of information we encounter increases every day, it is necessary to introduce various media literacy programs in primary schools in order to teach children from an early age to think critically so that they can cope with the large amount of information received. In addition, it is important to highlight the problem of spreading fake news and how media literacy can be used as a tool against spreading such information. Writing this paper aims to raise awareness of the importance of quality teaching of children media literacy and the introduction of quality media literacy programs in primary education. Children are increasingly exposed to a large amount of both true and false information, addiction to social media impairs their self-confidence and mental health, so it is necessary to develop their ability to think critically at a young age. Thus, in this paper, most attention is paid to media literacy programs and initiatives in various countries such as Canada, the United States, Australia, the United Kingdom and, of course, Croatia. Many countries provide media education in schools through teachings of other subjects. For example, Croatia offers media literacy through media culture that is integrated into Croatian language teaching.

Key words: media, media literacy, media education, media literacy programs, media literacy initiatives, media studies, elementary school