

# Medijsko opismenjivanje djece: inicijative hrvatskih udruga

---

**Badurina, Dora**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:197479>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-26**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Dora Badurina

**MEDIJSKO OPISMENJAVANJE DJECE:  
INICIJATIVE HRVATSKIH UDRUGA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Dora Badurina

**MEDIJSKO OPISMENJAVANJE DJECE:  
INICIJATIVE HRVATSKIH UDRUGA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Sandra Car

Zagreb, 2024.

## **Sažetak**

Brzi razvoj tehnologije i novih medija doveli su do potrebe za edukacijom o njihovim učincima na društvo i pojedince. U današnjoj digitalnoj eri, svi mogu lako i u nekoliko sekundi pristupiti velikom broju informacija, poruka, vijesti i zabavnim sadržajima. No, svakodnevna izloženost digitalnim platformama sa sobom nosi rizike poput prisustva dezinformacija, elektroničkog nasilja, medijske manipulacije te se stoga pojavljuje suštinska potreba da se svaka mlada osoba opremi vještinama za sigurno i odgovorno kretanje u ovom složenom digitalnom svijetu. S obzirom na nepostojanje sustavnog medijskog opismenjavanja djece u odgojno-obrazovnom sustavu Republike Hrvatske, ovaj rad usmjerit će se na inicijative hrvatskih udruga koje provode projekte medijskog opismenjavanja djece, odnosno educiraju i potiču djecu na kritičko promišljanje medijskih sadržaja kroz razne radionice i predavanja. Cilj istraživanja je dobiti uvid o ključnim izazovima u području medijskog opismenjavanja djece od strane predstavnika udruga i staviti naglasak na pitanje njihove mogućnosti djelovanja, to jest što oni smatraju da bi se kod medijskog opismenjavanja djece moglo promijeniti u Republici Hrvatskoj te kako vide svoju ulogu u mijenjanju navedenog. Pomoću metode polustrukturiranih intervjua ispitano je sedam predstavnika hrvatskih udruga te se istraživala korisnost njihovih inicijativa za medijsko opismenjavanje djece. Dobiveni podaci obrađeni su metodom tematske analize. Generalno, ovaj rad usmjerava se na podizanje svijesti o inicijativama hrvatskih udruga u području medijskog opismenjavanja djece koje su važan čimbenik u obrazovanju jer medijska pismenost danas postaje jedna od najvažnijih pismenosti čije vještine svatko treba posjedovati.

**Ključne riječi:** medijska pismenost, medijsko obrazovanje, civilno društvo, inicijative

**Abstract:**

The rapid development of technology and new media has led to the need for education about their effects on society and individuals. In today's digital era, everyone can quickly and within seconds access a large amount of information, messages, news, and entertainment. However, daily exposure to digital platforms carries risks such as misinformation, electronic violence, and media manipulation. Because of that, every young person needs to be equipped with the skills to navigate safely and responsibly in this complex digital world. Given the lack of systematic media literacy of children in Croatia's educational system, this thesis will focus on the initiatives of Croatian NGO associations that implement media literacy projects to educate and encourage children to think critically about media content through various workshops and lectures. The research aims to gain insight into the critical challenges in the field of media literacy of children from the representatives of NGO associations and to put emphasis on the issue of their possibilities of action, that is, what they think could change in the media literacy of children in Croatia and how they see their role in changing the above. Using the semi-structured interview method, seven representatives of Croatian associations were questioned about the usefulness of their initiatives for children's media literacy. The obtained data were processed using the method of thematic analysis. In general, this paper focuses on raising awareness of the initiatives of Croatian associations in children's media literacy, which is an essential factor in education because today, media literacy is becoming one of the most important literacy skills that everyone should have.

**Keywords:** media literacy, media education, civil society, initiatives

## Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>2. Mediji i djeca</b> .....	3
<b>3. Medijska pedagogija – distinkcija pojmova</b> .....	5
<b>4. Medijska pismenost</b> .....	7
4.1. Medijska pismenost u obitelji i uloga roditelja .....	9
4.2. Medijska pismenost u školama i uloga nastavnika .....	12
<b>5. Medijsko opismenjavanje i odgojno-obrazovni sustav Republike Hrvatske</b> .....	14
<b>6. Civilno društvo</b> .....	17
6.1. Projekti udruga civilnog društva .....	19
6.2. Društvo za medijsku i komunikacijsku kulturu.....	20
6.3. Udruga Pragma.....	20
6.4. Suradnici u učenju.....	21
6.5. Centar za nestalu i zlostavljano djecu .....	21
6.6. Hrvatski filmski savez.....	22
6.7. Mreža udruga za Zagor .....	22
6.8. Restart .....	23
<b>7. Empirijski dio</b> .....	23
7.1. Kvalitativna istraživanja: metoda intervjua.....	23
7.2. Ciljevi istraživanja.....	24
7.3. Ispitanici.....	25
7.4. Metoda istraživanja .....	25
7.5. Analiza podataka .....	26
7.6. Tematska analiza intervjua .....	26
<b>6. Zaključak</b> .....	40
<b>7. Literatura</b> .....	42

## 1. Uvod

Mediji već dugi niz desetljeća utječu na čovječanstvo, no razvojem novih medija taj se utjecaj povećava te se stoga počinje detaljnije istraživati njihov utjecaj na način razmišljanja, osobito djece i mladih. Svojim utjecajem formiraju društvene identitete, postavljaju socijalne norme te imaju važnu ulogu u konstituiranju socijalno-kulturne diferencijacije (Muller, 2022). Pojavom medija, pojavila se i potreba za medijskom pismenošću, ona uključuje vještine koje potiču kritičnost pri analiziranju onoga što vidimo, čujemo i koristimo u medijima i medijskom prostoru. No, medijska pismenost složeniji je pojam koji uz analizu i kritičnost, uključuje i razumijevanje načina kako se sigurno i odgovorno kretati digitalnim svijetom, kako razaznati dezinformaciju te kako postati aktivan potrošač, to jest konzument medija, a ne samo pasivni primatelj. Prema Zgrabljic Rotar (2005) na pasivno primanje medijskih sadržaja utjecaj ima i pasivnost okoline u kojoj dijete odrasta, pasivnost obitelji i škole. S razlogom postoje mnoga dobna ograničenja pri gledanju televizijskih sadržaja, videa na internetu kao i instalaciji određenih aplikacija na mobilnim uređajima jer na utjecaj medijskih sadržaja na pojedince utječe i osobna pasivnost, to jest emotivna i intelektualna nezrelost za život s medijima. Medijski pismena osoba može donositi svjesne i informirane odluke u vezi svakog medijskog sadržaja, osvijestiti kakav će utjecaj sadržaj ostaviti na njega te kakve su tehnike korištene za dobivanje njegove pažnje. Medijska pismenost postala je nužna vještina koja prvenstveno služi kako bi osnažila djecu, mlade i sve građane, pri izgradnji vještina i kompetencija nužnih za učinkovito i odgovorno snalaženje u modernom medijskom okruženju.

S obzirom na povećani broj i dostupnost medijskih sadržaja, mnoga su istraživanja ukazala na potrebu edukacije i podučavanja djece i mladih o medijima, sigurnom korištenju te mogućim rizicima. Isto tako, nepostojanje sustavnog medijskog opismenjavanja djece u odgojno-obrazovnom sustavu Republike Hrvatske razlog je neadekvatnom obrazovanju djece i mladih u području medijskog obrazovanja.

Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. U prvom dijelu koristit će se znanstvena literatura, a osobito prethodna istraživanja o medijskoj pismenosti i medijskom opismenjavanju djece koja će nam dati bolji uvid u predmetnu problematiku. U drugom dijelu rada provest će se istraživanje metodom polustrukturiranih dubinskih intervjua sa sedam predstavnika odabranih hrvatskih udruga. Odabrane su udruge civilnog društva koje provode radionice i projekte za djecu, mlade, roditelje i nastavnike te se bave temama medijskog opismenjavanja. Intervjui su se provodili uživo s predstavnicima udruga koje djeluju na području Grada Zagreba,

a s udrugama koje djeluju izvan Grada Zagreba intervjui su se provodili putem video poziva. Pri odgovaranju na pitanja, sudionici istraživanja potaknuti su na detaljno i dubinsko razmišljanje o postavljenim pitanjima o primarnoj problematici u području medijskog opismenjavanja djece te onime što oni smatraju da bi se kod medijskog opismenjavanja djece moglo promijeniti u Republici Hrvatskoj te kako vide svoju ulogu u mijenjanju navedenog. Ovim istraživanjem želi se doprinijeti jasnijem razumijevanju uloge civilnog društva u medijskom opismenjavanju djece te s obzirom na teorijski pregled utvrditi mišljenje predstavnika udruga o potrebi edukacije djece, nastavnika i roditelja, o mogućnostima i preprekama u njihovom radu, o integraciji programa medijske pismenosti u škole te o općenitom izazovu promjene medijskog obrazovanja u Republici Hrvatskoj.



## 2. Mediji i djeca

Jedna od najznačajnijih promjena dogodila se u ulozi medija u životu čovjeka, a osobito najranjivije skupine populacije – djece. Današnja su djeca od najranije dobi izložena medijima, a svakodnevno izlaganje medijskim sadržajima i korištenje raznih vrsti medija ostavlja veliki utjecaj na njihov odgoj i obrazovanje (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018). Mladi između 15 i 24 godine predstavljaju najaktivniju skupinu ljudi u digitalnom svijetu. U svijetu čak 71 % mladih ima pristup internetu, a djeca pristupaju internetu u sve ranijoj dobi (UNICEF, 2017). Istraživanje EU Kids Online Hrvatska (2020) pokazalo je da većina djece u dobi od 9 do 17 godina mogu pristupiti internetu kada god žele, a to najčešće rade u vlastitim domovima. Informacijsko-komunikacijske tehnologije promijenile su način na koji djeca provode svoje slobodne vrijeme i održavaju prijateljstva, a mediji im omogućuju neprekidan kontakt sa svojim vršnjacima (UNICEF, 2017). Djeca provode sve manje vremena uživo sa svojim vršnjacima ili odraslima izvan svojih obitelji. Umjesto toga provode sate na svojim ekranima, gledajući sadržaj u različitim formatima; filmove, TV emisije i sadržaje društvenih mreža. No, često se oslanjanju na digitalni svijet za dobivanje raznih informacija te Internet promatraju kao mjesto za učenje. Koriste internetske tražilice za potrebe odgovaranja na pitanja, traže savjeta na društvenim mrežama, a većina traže i motivaciju za učenje upravo na Internetu (OFCOM, 2023). Mediji sami po sebi nisu ni dobri ni loši, radi se o tehnologiji koja se može koristiti na različite načine. Kvalitetni medijski sadržaji namijenjeni djeci poput televizijskih i radijskih programa, lutkarskih i dramskih predstava, internetskih stranica, knjiga, informativnih servisa mogu biti učinkoviti u promicanju razvojnih ciljeva svakog djeteta. Jedan od primjera jest da obrazovne televizijske emisije dokazano utječu na ranu pismenost kod predškolaca te ih potiču na spremnost za početak obrazovanju u školi. Mediji mogu obogatiti živote djece, promijeniti nezdrave vrste ponašanja, pridonijeti razvoju civilnog društva te potaknuti kreativnost i proširi obrazovanje i znanje (Kolucki, Lemish, 2013).

Elektronički mediji imaju vrlo pozitivnu ulogu u obrazovanju, odgoju, kulturi i umjetnosti, primjerice film je oduvijek medij koji je imao ulogu u obrazovanju i informiranju, a prepoznat je i kao dio sustava umjetnosti poput glazbe, književnošću i kazalištem. Audiovizualne umjetnosti poput televizije, videa i digitalnih medija djelovale su kroz razne komunikacijske kanale te su postali važni za formiranje opće, popularne i visoke kulture (Kuterovac-Jagodić, Štulhofer, Lebedina-Manzoni, 2016). Prema UNICEF-u (2017) pozitivne strane korištenja medija su što kod djece potiču kreativnost te im je tako omogućena svakodnevna izrada i

upotreba blogova, videomaterijala, društvenih medija te podcast sadržaja. Isto tako, informacijska i komunikacijska tehnologija sve se više koristi u humanitarne svrhe kako bi se pomoglo najugroženijim skupinama na svijetu, a koristi se i u jačanju komunikacije i razmjenjivanju informacija koja mogu biti vrlo korisna djeci.

No, kako djeca koriste medije danas? Rezultati EU Kids Online Hrvatska istraživanja (2020) pokazali su da djeca u dobi od 9 do 17 godina nedovoljno koriste Internet u edukativne svrhe u školi, ali i kod kuće. Ipak djeca češće koriste zabavne i interaktivne strane medija. Istraživanje Labaša i Marinčić (2018) donosi zaključke da djeca najviše koriste medije zbog zabave, to jest 63,40% djece koriste medije u zabavne svrhe u odnosu na informativne, 19,60%. Prema Agenciji za elektroničke medije, mnoga znanstvena istraživanja donose zaključke da elektronički mediji utječu na razne aspekte dječjeg razvoja i da taj utjecaj može biti pozitivan kao što je već navedeno, ali i negativan. Utjecaj medija se može odvijati izravnim djelovanjem na djecu koji su konzumenti medijskih sadržaja ili neizravnim putem, točnije djelovanjem na osobe koje su važne djeci te se nalaze u njihovom društvenom okružju. Snaga utjecaja medija na djecu ovisi o nekoliko čimbenika; koji se medijski sadržaj koristi, stupanj psihofizičkog razvoja pojedinca, razvojna dob i spol, karakteristike djetetove okoline i mnogi drugi (Kuterovac-Jagodić, Štulhofer, Lebedina-Manzoni, 2016).

Djeca i mladi nisu samo puki konzumenti medijskih poruka, oni su subjekti koji aktivno biraju i stvaraju medijske sadržaje i poruke (Kuterovac-Jagodić, Štulhofer, Lebedina-Manzoni, 2016). Stoga su i često okružena raznim mrežnim opasnostima, a time i gubitkom privatnosti. Često mogu biti izložena neželjenom i neprikladnom sadržaju poput raznih seksualnih i nasilnih prikaza, govora mržnje i internetskih stranica koje promiču nepoželjna ponašanja (UNICEF, 2017). Izložena su sadržajima i emisijama stranog podrijetla, a često su i okružena medijskim skandalima u svijetu mode, glazbe i filma (Labaš, Košćević, 2014). Zanimljivo je da prema istraživanju Labaša i Marinčić (2018) 68,30% djece smatra da korištenje medija sa sobom donosi negativne učinke. Više od polovice ispitanika u istraživanju, čak 79,30%, odgovorilo da je svjesno negativnih utjecaja medija, dok je manjina 19%, rekla kako nije svjesna. Korištenjem medija izdvajaju probleme poput; izloženost nasilju, pornografiju, konzumerizam i oglašavanje (Labaš, Košćević, 2014). Negativni i štetni medijski sadržaji smatraju se oni koji narušavaju, sprječavaju i preusmjeravaju cjelokupni djetetov razvoj, pri tome izazivajući stvarno emocionalno i potencijalno uznemiravanje, zbunjivanje te dovođenje djece u bilo koju vrstu opasnosti (Kuterovac-Jagodić, Štulhofer, Lebedina-Manzoni, 2016). Isto tako, mediji svojim manipulativnim pristupom nastoje utjecati na potrošače, a osobito utječu na odgoj i obrazovanje

djece i mladih. Užurban način života i nedostatak temeljnih vrijednosti zamijenio je razgovor s roditeljima s medijima te tako medijima „olakšao“ put manipulacije prema svakom pojedincu (Labaš, Košćević, 2014).

No, učinak medija nije jednak za sve mlade konzumente medija jer kao što je već spomenuto, postoje čimbenici koji utječu na njihov utjecaj te ga tako mogu pojačati ili smanjiti. Gledanje nekih medijskih sadržaja može imati vrlo negativan utjecaj na djecu mlađe dobi ili primjerice dječake, dok na djecu s drugim karakteristikama ne mora imati isti utjecaj (AEM, 2016). Djeca često nepravilno selektiraju sadržaj što može ostaviti dugoročne posljedice na njihov školski i društveni razvoj. Stoga je vrlo važna uloga medijskog obrazovanja i odraslih osoba koja djeci mogu dati smjernice kako se koristiti medijima i birati kvalitetan sadržaj za konzumaciju (Đuran i dr., 2018). Čak 78,90% djece nikad nije čulo za pojmove; medijski odgoj, medijska kompetencija, medijska pismenost. No, pozitivno je što bi 67,90% djece htjelo imati predmet koji bi se bavio medijskim odgojem (Labaš, Marinčić, 2018). Rezultati EU Kids Online Hrvatska istraživanja (2020) pokazuju kako su potrebni novi modeli medijskog odgoja ponajviše u skupini djece od 9 do 11 budući da se radi o vrlo osjetljivom razdoblju u kojem je djeci potrebna pomoć roditelja i odgojno-obrazovnih institucija. S obzirom da su mediji postali neizostavni suputnici u nastavi, škole se također moraju razvijati i baviti medijima. S refleksivno-kritičkog aspekta, medijski odgoj i medijska kultura moraju omogućiti učenicima korištenje medija, praktični rad te uvid u osnove i način djelovanja rada medija (Müller, 2022). Isto tako, živimo u vremenu kada nam informacijske tehnologije omogućuju širok pristup visokokvalitetnih edukacijskih materijala poput e-udžbenika, videomaterijala i raznih uputa koji stvaraju izrazito niske troškove korištenja nego što su to činili prijašnji edukacijski sadržaji. Takvi sadržaji mogu približiti učenje, učiniti ga zabavnijim svakom djetetu i potaknuti motivaciju za učenjem (UNICEF, 2017).

### **3. Medijska pedagogija – distinkcija pojmova**

Razvojem odgojnih znanosti pojavila se potreba za medijskom pedagogijom, zasebnom znanstvenom disciplinom koja je nastala kao reakcija na pedagoške posljedice brzog razvitka medija dvadesetog stoljeća. Pojava i brzi razvoj medija popraćen je i naglim razvojem globalizacije i tehnologije, zbog kojeg je temeljna uloga medijske pedagogije postala razotkrivanje *skrivenih* simbola (Miliša, Tolić, 2008). Luhmann (1991, Miliša, Tolić, 2008) smatra da medijska pedagogija zagovara činjenicu da svaki čovjek živi u simboličkom svijetu

te kako bi odgoj i obrazovanje svakog pojedinca bio uspješan, potrebno je znati *dekodirati* simbole.

Prema Tolić (2009) medijska pedagogija ima ulogu „voditeljice“ u modernom medijskom okruženju, osobito za djecu i mlade te korištenjem raznih alata kritički vrednuje medije. Polja istraživanja medijske pedagogije su medijska pismenost, medijske kompetencije, medijska didaktika, medijsko obrazovanje, dok je medijski odgoj dio svih navedenih pojmova. Najprije ćemo definirati razlike između medijske didaktike i medijske pedagogije. Medijska se didaktika promatra kao dio medijske pedagogije, točnije kao grana čiji je cilj odabrati i rabiti medije u nastavi s obzirom na željeni napredak u učenju. Ona većinski teži prijenosu znanja i usmjerena je na pozitivnu ulogu medija, dok medijska pedagogija omogućava razvijanje kritičkih kompetencija te osmišljavanje preventivnog djelovanje na manipulativne strane medija. Ukratko, obje su grane usmjerene obrazovanju i informiranju putem medija, no medijska pedagogija obuhvaća važnu komponentu kako odgajati i živjeti sa složenim medijskim procesima i porukama (Tolić, 2009). Medijska pedagogija se ne odnosi samo na temeljne zahtjeve odrastanja djece i mladih u svijetu medija, nego i na mogućnost razvijanja kompetencija i kritičkog mišljenja nasuprot medijima koji imaju odgojnu, ali i manipulacijsku ulogu (Miliša, Tolić, 2008). Nadalje, središnji pojam u medijskoj pedagogiji je medijska kompetencija jer ona uključuje vještine koje svaki pojedinac mora posjedovati, od uporabe medija, do razmjene i refleksije medijskog sadržaja. Stečene vještine vode do razvoja medijskog obrazovanja, a medijski se odgoj odnosi na istraživanje i naposljetku zauzimanje kritičkog stava kako bi se ostvarile i razvile sve medijske kompetencije (Tolić, 2009).

Prema autorici Zgrabljić Rotar (2008) postoje dva različita pristupa u razumijevanju medijskog odgoja i medijske pismenosti: stručnjaci s područja pedagogije i didaktike medije promatraju kao pomoćna sredstva pri održavanju nastave, a medijsku pismenost kao vještinu koja nastavnicama olakšava provođenje nastave. Drugi pristup odnosi se na takozvani suvremeni europski model koji jasno odvaja pedagošku praksu od medijske pismenosti te medijsku pismenost promatra kroz tehničke vještine korištenja medija, ali i poznavanje društvenog funkcioniranja medija. Pri tome smatra da su mediji konstrukcija stvarnosti, važni čimbenici u razvoju društva, kao i našem osobnom te da svakoj osobi treba omogućiti stjecanje vještina medijske pismenosti.

Medijsku pedagogiju, u sklopu medijske kulture u školama, treba se shvatiti kao opći pedagoški zadatak, a ne samo kao dodatni zadatak ili izvannastavnu aktivnost (Müller, 2022). Kako bi odgojitelji i učitelji slijedili potrebe suvremenog društva nužno je u obrazovanje uključiti

medijsku pedagogiju, čija je primarna važnost stjecanje već spomenutih medijskih kompetencija, a one uključuju izgradnju kritičke refleksije, kritičke analize, ali i korištenje medija kao inovativnog sredstva za izražavanje njihovih stavova o društvu, ali i onih kreativnih (Knezović, Maksimović, 2016). Njemački pedagog Scrob, B. (1995, Tolić, 2008) ističe da se medijsko-pedagoški koncepti i ciljevi trebaju uključiti u školsko obrazovanje i kurikulum te da bi medijsko-pedagoški projekti trebali imati funkciju djelovanja, doživljaja, praktičnu funkciju te funkciju stjecanja znanja. Prema Knezović i Maksimović (2016) pred učiteljima je zahtjevan izazov, jer medijska pedagogija sa sobom nosi i sagledavanje etičkih načela kao i manipulativnih „zamki“ koje je djeci vrlo teško objasniti i predočiti. Potrebno je da se odgojitelji, učitelji i cijeli odgojno-obrazovni sustav usklade te učine potrebnu promjenu u obrazovnom procesu, pod time se misli na uvođenje aktivnog učenja, novih didaktičkih sredstava te pripremu kvalitetnijih materijala za obrazovanje. Za sve navedeno potrebna je odgovarajuća potpora državnih struktura. Prema Tolić (2013) smjernice za razvoj odgoja za medije trebale bi polaziti od stajališta da ih nije potrebno nametati, već predlagati, orijentirati se na situaciju, komunikaciju, iskustva i potrebe djece i mladih, što bi značilo ne ograničavati im uporabu medija već predložiti druge načine za provođenje slobodnog vremena.

Naposljetku medijski bi odgoj trebao razvijati i emocionalni razvoj djece i mladih. Od velike je važnosti da današnji mediji imaju izraženu odgojno, obrazovnu i informativnu funkciju kako bi mogli pozitivno utjecati na obitelji, odgojno-obrazovni sustav i školski kurikulum što, nažalost, nije slučaj (Tolić, 2013).

#### **4. Medijska pismenost**

Medijski pismena osoba razumije višestruke uloge i funkcije medija koje svakodnevno utječu na pojedinca te je sposobna kritički analizirati medijski sadržaj ili informaciju. Medijska pismenost jedna je od ključnih kompetencija za svakodnevni život i rad u današnjem digitalno medijatiziranom svijetu. Djeca i mladi odrastaju okruženi velikim brojem i raznim vrstama medija koji snažno utječu na oblikovanje njihovih stavova, vrijednosti, identiteta i društvenih ponašanja. Definicija medijske pismenosti „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ donesena je prije više od trideset godina na konferenciji o medijskoj pismenosti, Aufderheide 1992., navodi Zgrabljić Rotar (2005). Medijsku pismenost Zgrabljić (1999, prema Tolić, 2009) definira kao mogućnost pristupa, analize ocjene i proizvodnje novinarskih priloga u najrazličitijim oblicima, no također

naglašava važnost promišljanja i refleksije o medijskim sadržajima i oblicima. Medijska pismenost ne odnosi se samo na kvalitetan pristup, analizu i stvaranje medijskih sadržaja, već se nikad ne smije zapostaviti kritičnost prema porukama, proizvodima, kanalima i prema vlasnicima medijskih sadržaja. Postoje mnoge teorijske pretpostavke od kojih polazi koncept medijske pismenosti koje je autorica Zgrabljic Rotar (2008) sažela u nekoliko znanstveno-teorijskih pretpostavki:

- mediji nisu konstrukcija stvarnosti te se koriste posebnim simboličkim jezicima za čije su razumijevanje potrebne određene vještine i znanja, to jest medijska pismenost
- mediji imaju važnu ulogu u društvu te omogućavaju osobni uspjeh, razvoj demokratskog društva i svojevrsnu stabilnost te tako dobivaju na kulturnoj i društvenoj vrijednosti prema (McQuail, 1994, Zgrabljic Rotar, 2008)
- mediji se smatraju sredstvom komunikacije; mogu biti dobri i doprinijeti razvoju, dok istovremeno mogu biti štetni i izvor mnogih problema.

Viola (2016, prema Zgrabljic Rotar, 2023: 133) je na Konferenciji o medijskoj pismenosti 2016. u Bruxellesu istaknuo: „...medijska pismenost potrebna je za razvoj zdrave demokracije, medijska pismenost odgovor je na brze promjene medija i medijske komunikacije te je medijska pismenost potrebna je u borbi protiv radikalizma, netrpeljivosti, govora mržnje i lažnih vijesti.“ Danas se medijska pismenost sve češće povezuje uz digitalnu, informacijsku ili filmsku pismenost. UNESCO promovira jedinstveni koncept medijske i informacije pismenosti, poznatiji kao *media and information literacy*, MIL (Labaš, 2015). Prema autorici Zgrabljic Rotar (2023) medijska je pismenost građanski i politički koncept obrazovanja o medijima te se može pratiti kroz tri ključne paradigme: 1) UNESCO-ov koncept čiji je primarni cilj promicanje medijske i informacijske pismenosti djece, to jest *media and information literacy* (MIL), 2) zatim koncept koji osvještava važnost medijske pismenosti kao alat i vještine koje svaki građanin mora posjedovati 3) te kao zakonsku regulativu za suzbijanje svih oblika neprovjerenih izvora informacija, to jest dezinformacija. Prema UNESCO-ov konceptu medijske pismenosti svi nacionalni odgojno-obrazovni sustavi trebaju uključiti medijsku pismenost od predškolskog odgoja do visokih škola, medijska pismenost mora obuhvatiti sve simbole, jezike i tehnike medijskih sadržaja, medijska pismenost treba poticati razumijevanje, mijenjanje navika korisnika te se baviti sprječavanjem štetnih, neprimjerenih i stereotipnih iskaza u medijima (Zgrabljic Rotar, 2023). No, postavlja se pitanje gdje je sve medijska pismenost zastupljena i podučava li se o njoj dovoljno. U istraživanju koje su 2018. proveli

Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku donose se zaključci da čak 81% građana Hrvatske smatra da se djecu ne podučava dovoljno o utjecaju medija na njih, s time da se najviše odgovornima za edukaciju o medijskoj pismenosti smatraju roditelji i rodbina (57%) te škole, točnije obrazovni sustav (33%) (IPSOS puls za Agenciju za elektroničke medije i UNICEF, 2018).

Autorica Tolić (2009) donosi zaključke da današnja komunikacijska revolucija i medijski trendovi zahtijevaju nove znanstvene agende te da će mediji i obrazovanje obilježiti budućnost novih generacija. Medijska pismenost omogućava kritičke kompetencije pomoću kojih razumijemo medijski sadržaj koji čitamo, gledamo ili slušamo, interpretiramo simbole od kojih je sastavljen sadržaj te ga kritički vrednujemo. Bauer (2007, prema Tolić, 2009) smatra da medijsko obrazovanje treba sadržavati: funkcionalnu, vizualnu te računalnu pismenost, drugim riječima, razumijevanje napisanog, razumijevanje vizualnih elemenata i detalja te pravilno korištenje sredstava komunikacije, primjerice Interneta.

Utjecaj medija i društvenih mreža na djecu i mlade, sigurnost na internetu, govor mržnje, elektroničko nasilje, stereotipi, manipulativno korištenje medija, jednostranost pri izvještavanju, kreativno izražavanje i stvaranje medijskih sadržaja sve su pojmovi i fenomeni koje obuhvaća medijska pismenost. Medijska pismenost bavi se aktualnim izazovima s kojima se susreću ljudi te koji utječu na njihov svakodnevni život, odnose i naposljetku na odluke koje donose. To se ne odnosi samo na tiskane, elektroničke ili digitalne medije, medijska pismenost nam omogućuje razvoj kompetencija korisnih za razumijevanje ljudske interakcije i za tumačenje svijeta. Medijsko opismenjavanje mladih rezultat je rada mnogih različitih profesionalnih i organizacijskih dionika te je vrlo jasno kako je neophodna suradnja između nastavnika, djece, roditelja, kao i među udrugama, institucijama, istraživačkim centrima, cjelokupnog odgojno-obrazovnog sustava koji su najvažniji dionici u cilju postizanja i održavanja najbolje obrazovne inicijative za medijsku pismenost (Bilici, 2014).

#### 4.1. Medijska pismenost u obitelji i uloga roditelja

Djeca selektivno i vrlo rijetko kritički dekodiraju medijske poruke i sadržaje te su pod najvećim utjecajem svoje društvene okoline, to jest vršnjaka. Masovni i novi mediji aktivno sudjeluju u njihovim životima od najranije dobi te tako izazivaju razne promjene u komunikaciji, ponašanjima i odnosima. Dječja je znatiželja prirodan fenomen koji se često javlja kada su

ostavljena nasamo te u tim trenucima pojedinci biraju gledanje neprimjerenog televizijskog ili internetskog sadržaja. U tim situacijama potrebna je osoba koja će uputiti dijete što je ispravno ponašanje, objasniti sadržaj koji je gledan ili slušan te mu pomoći da razumiju složenost medijskih sadržaja (Knezović, Maksimović, 2016).

Važnu ulogu u izlaganju djece medijskim utjecajima imaju njihovi roditelji, stoga je jedan od preduvjeta upravljanja medijskim utjecajima na djecu i mlade, kompetentnost roditelja, to jest njihov osviještenost o medijima, ali svakodnevno educiranje. Roditelji moraju znati koristiti nove jezike medija i razlikovati pozitivne i negativne utjecaje medija, pokušati smanjiti moguće internetske rizike, kao i zasićenje, to jest prekomjernu vremensku upotrebu korištenja medija. Ističe se nužnost svakodnevnog medijskog odgoja u obitelji čija će primarna svrha biti zaštititi djecu od mogućih rizika na internetu, naučiti ih sigurno se „kretati“ digitalnim svijetom te naposljetku najvažnije, naučiti ih kako kritički i razborito koristiti i razmišljati o medijima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021).

„Obitelj je ono posebno, prvo mjesto u kojem pojedinac raste, odgaja se i formira i u kojem sazrijeva njegova osobnost. Danas je činjenica da je upravo to posebno mjesto podložno sve većoj prisutnosti i moći medija.“ (Gonzalez Gaitano, 2008 prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021: 13). Djeca putem medija žele doznati više o životu odraslih, a pri tome im mora pomoći uža i šira obitelj, potom predškolske i školske odgojno-obrazovne institucije (Knezović, Maksimović, 2016). Roditelji su odgovorni za postavljanje granica pri korištenju medija, pri tome se ne misli samo na postavljanje vremenske granice, to jest određivanje vremena u kojem dijete smije koristiti određeni medij i koliko dugo, već i zabrana određenih vrsta medija koji mogu negativno utjecati na djecu u najranijoj dobi. Roditelji svojim odgovornim ponašanjem također postavljaju primjer kako se kvalitetno kretati složenim medijskim svijetom te iskorištavati pozitivne strane medija. Roditeljska medijacija kao strategija medijskog odgajanja djece od strane roditelja, ima vrlo važnu ulogu u formiranju djece i razvoju mladih ljudi (Krpan, Sindikt, Bartaković, 2017).

Djecu je potrebno usmjeravati na sadržaje koji će imati pozitivan utjecaj na njihov osobni, društveni i kulturni razvoj. No, postavlja se pitanje kako roditelji mogu educirati djecu ako ni sami nisu medijski pismeni, to jest nisu svjesni tehnika oglašavanja, raznih manipulacija i *online* rizika s kojima se svakodnevno susreću. Roditelje je potrebno osnažiti vještinama medijske pismenosti kako bi djeca najprije u vlastitim domovima shvatila važnost medija i utjecaja na njih. Kada govorimo o djeci predškolske dobi, autori Ciboci, Kanižaj i Labaš smatraju da je potrebno u suradnji s lokalnim vlastima osigurati edukativne radionice za



roditelje te da postoji hitna potreba za provođenjem aktivnosti i kampanja podizanja svijesti o mogućim rizicima i izazovima medijske izloženosti u najranijoj dobi. Potrebno je educirati roditelje i osposobiti ih da postanu primarni medijski odgojitelji svoje djece predškolske dobi, sve dok obrazovni sustav ne promijeni dosadašnju politiku medijskog obrazovanja i uvede program medijskog obrazovanja koji će trajati od ranog djetinjstva (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014). Odgojitelji i učitelji, zajedno s roditeljima, potiču djetetove mogućnosti i oblikuju ga u ispravnom smjeru kako bi se oslobodilo medijske manipulacije. „Uloga je istinskog odgojitelja da stvara konstrukciju, a manipulator je onaj koji stvara destrukciju ili je barem tolerira.“ (Knezović, Maksimović, 2016: 657). Roditelji često nisu ni svjesni činjenice da djeca imaju potrebu pričati o pročitanim ili gledanim medijskim sadržajima. Istraživanja autora Ilišin, Bobinac i Radin sugerirala su kako roditelji u Hrvatskoj nemaju ni restriktivan ni selektivan pristup po pitanju kako njihova djeca koriste medije. Što znači da se u obiteljima ne razgovara o medijskim sadržajima, iako je svaka preporuka stručnjaka da je prijeko potrebno s djecom razgovarati i analizirati sadržaj kojeg konzumiraju, a osobito sadržaj kojeg svakodnevno konzumiraju (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001). No, roditelji često smatraju suprotno, to jest da dovoljno komuniciraju s djecom o medijskim sadržajima i da su upućeni u djetetov život s medijima. Sljedeće provedeno istraživanje pokazalo je da roditelji ipak nedovoljno komuniciraju s djecom o medijima, ne provjeravaju vjerodostojnost informacija koje njihova djeca svakodnevno koriste te tako naposljetku kod djece ne razvijaju nužne vještine kritičkog stava prema medijskim porukama i sadržajima (Tolić, 2013).

Nedovoljna osviještenost roditelja istraživana je i u EU Kids Online Hrvatska, nacionalnom istraživanju, koje zaključuje da tek 12,9% roditelja zna da je njegovo dijete imalo kontakt s nepoznatom osobom na internetu, tek svaki deseti roditelj je upoznat s činjenicom da je njegovo dijete imalo pristup seksualnim sadržajima na internetu, dok ostali misle da djeca nisu imala takvo iskustvo. No, istraživanje upućuje na važnost edukacije te zaključuje da nema potrebe paničariti i davati restrikcije djetetu, već pravilno usmjeriti dijete i razgovarati s njime o njegovim medijskim iskustvima (EU Kids Online, 2020). Isto tako, gledanje audiovizualnih sadržaja roditelja s djecom potaknut će pozitivne učinke na interakciju, obiteljsku povezanost te djetetov osjećaj sigurnosti i pripadanja. Iako suvremeni trendovi pokazuju da djeca sve češće konzumiraju medijske sadržaje nasamo, u vlastitoj sobi, roditelji uglavnom imaju naviku gledanja medijskih sadržaja u zajedničkim sobama te tako gledanje audiovizualnih sadržaja smatraju aktivnošću koju provode s ostalim ukućanima, što je ujedno i preporuka stručnjaka (Kuterovac-Jagodić, Štulhofer, Lebedina-Manzoni, 2016).

#### 4.2. Medijska pismenost u školama i uloga nastavnika

Uz obitelj kao primarni agens socijalizacije djece, na drugom su mjestu škola i vršnjaci (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001). Mediji se nalaze u svim odgojno-obrazovnim ustanovama, od korištenja tableta na nastavi, izrade PowerPoint prezentacija, elektronskih dnevnika, pa sve do svakodnevnog pronalaska informacija na internetu za potrebe obrazovanja. Djeca su već od prvog razreda osnovne škole u bliskom susretu s tehnologijom, a današnji obrazovni program nije prilagođen novim medijima te djeca na nastavi uče samo o osnovnim aspektima tradicionalnih medija poput radija, filma, filmskih žanrova, zanemarujući složenost pojmova i trendova koju donose današnji novi mediji i Internet (Zgrabljić Rotar, 2008). Istraživanje koje je provedeno među nastavnicima Hrvatskog jezika (Ciboci i Osmančević, 2015) donijelo je zaključke da čak 57,8% nastavnika smatra da učenici nakon završetka osnovne škole nisu dovoljno medijski pismeni na temelju onog znanja koje su dobili u sklopu nastave Hrvatskog jezika. Isto tako, 13,3% nastavnika smatra da su djeca djelomično medijski pismena, a 28,9% nastavnika smatra da su djeca medijski pismena nakon naučenog na nastavi Hrvatskog jezika, to jest nakon završetka osnovnoškolskog obrazovanja (Ciboci, Osmančević, 2015).

S obzirom da medijska pismenost nije sustavno uključena u obrazovni sustav, nije definirana te nije postavljena kao cilj, nastavnici je teško provode te naposljetku medijsko obrazovanje ovisi o volji i entuzijazmu pojedinih nastavnika, a nedostaje naglasak na sveukupnom jačanju kritičkog mišljenja i razumijevanja medija (Kanižaj, Car, 2015). No, današnje medijsko obrazovanje ne ovisi samo o željama nastavnika već i o njihovoj prijašnjoj edukaciji na završenim fakultetima. Naime, autorice Ciboci i Osmančević (2015) donose zaključke da nastavnici hrvatskog jezika ne stječu dovoljno znanja o medijima na fakultetima koja su potrebna kako bi se uspješno provele nastavne jedinice medijske kulture na satu hrvatskog jezika. Istraživanjem su dokazane velike razlike u kompetencijama nastavnika koje se tiču medijskog odgoja te se pretpostavlja da će razina medijske pismenosti učenika ovisiti o tome koji je fakultet završio njihov nastavnik Hrvatskog jezika. Autorice donose rezultate odgovora nastavnika Hrvatskog jezika o medijskoj kulturi od kojih gotovo polovica smatra da nema dovoljno znanja o medijima da bi o njima mogli predavati te čak 49% smatra da im je potrebna dodatna edukacija o medijima i medijskoj kulturi iz više razloga, a izdvojeno je prijašnje fakultetsko obrazovanje, to jest nedostatak kolegija medijske kulture te ubrzani razvoj medija.

Osim nastavnih programa, nastavnicima treba omogućiti dodatna usavršavanja, promijeniti i povećati kvalitetu sadržaja o medijskoj kulturi na nastavi hrvatskog jezika te ujednačiti

održavanje nastave medijske kulture među nastavnicima. Naposljetku, u sklopu medijske kulture potrebne je implementirati i nastavne cjeline poput novih medija, nasilnih i seksualnih sadržaja, sigurnosti na internetu i općenito svih manipulativnih utjecaja medija na djecu kako bi djeca stekla potrebno znanje o svim kompleksnim medijskim temama kojima su svakodnevno okruženi (Ciboci, Osmančević, 2015).

Sljedeće se istraživanje autorice Ciboci (2023) temeljilo na stavovima učitelja razredne nastave i Hrvatskog jezika o potrebi medijskog obrazovanja u osnovnim školama, a jedni od rezultata su da postoje učitelji koji na nastavi ne posvete ni jedan sat mjesečno temama medijske pismenosti, dok postoje i oni koji im posvećuju više od 30 sati. Danas postoje vrlo velike razlike u podučavanju medijskog obrazovanja u hrvatskim školama i to zbog većeg broja faktora te se tek 41,8% učitelja Hrvatskoj jezika smatra dovoljno medijski kompetentnima (Ciboci, 2023). Osim nastavnika, vrlo je važno spomenuti i ulogu ravnatelja odgojno-obrazovnih sustava. Naime, njihova je uloga ključna u funkcioniranju škole kao i u implementiranju promjena u odgojno-obrazovnom sustavu. Ravnatelji zajedno u suradnji sa školskim odborom, učenicima, roditeljima, lokalnom zajednicom i ostalim ključnim dionicima mogu utjecati na reformu školskog kurikulumu i povećati broj izvannastavnih aktivnosti (Ciboci, Gazdić-Alerić, Kanižaj, 2016). Prema istraživanju „Percepcija ravnatelja osnovnih škola o važnosti medijske pismenosti u primarnome obrazovanju“, svaki peti ravnatelj uopće se ne slaže s tvrdnjom da je medijska pismenost neophodna u 21. stoljeću. Svaki četvrti ravnatelj ne smatra da primjena medija u nastavi može poboljšati kvalitetu nastave, što autori Ciboci, Gazdić-Alerić i Kanižaj (2016) navode kao pokazatelj da ravnatelji nisu dovoljno informirani o svim pozitivnim stranama primjene medija u nastavnom procesu. Istraživanjem su se također ispitali stavovi ravnatelja o medijskog kulturi u sklopu Hrvatskog jezika, a rezultati su pokazali da više od polovice ravnatelja, 59,7% smatra da model medijske kulture u Hrvatskoj nije prilagođen današnjim medijima i brzom razvoju tehnologije, a da ga je potrebno osuvremeniti smatra čak 78,7% ravnatelja. Ispitani ravnatelji smatraju da je trenutni model medijskog obrazovanja u Hrvatskoj neadekvatan i da današnju djecu ne oblikuje u medijski pismene osobe (Ciboci, Gazdić-Alerić, Kanižaj, 2016).

Tradicionalne metode podučavanja o medijima danas su neučinkovite za učenike 21. stoljeća. Nastavnici trenutno pokušavaju podučavati po smjernicama kurikulumu za obrazovanje učenicima koji svakodnevno pasivno konzumiraju medijske sadržaje. Učenje u učionici zahtijeva koncentraciju, ali današnji mediji privlače veću pozornost od formalnog obrazovanja, stoga je potrebna promjena. Učitelji bi trebali moći „ploviti u dubokom i beskrajnom

medijskom moru“ i zajedno s učenicima istraživati korisne i štetne informacije i fotografije. Današnjem medijskom obrazovanju potrebni su angažirani nastavnici sa zajedničkim ciljem osiguravanja medijske pismenosti svakom učeniku. Današnji učenici žive u svijetu zasićenom medijima te sukladno tome u nekim situacijama poznaju i doživljavaju pojedine medijske sadržaje u većem razmjeru nego njihovi učitelji (Bilici, 2014).

## **5. Medijsko opismenjavanje i odgojno-obrazovni sustav Republike Hrvatske**

Hrvatski obrazovni sustav susreće se s vrlo važnim problemom, a to jest nedostatak adekvatnog medijskog obrazovanja te razvoj potrebnih vještina medijske pismenosti kod djece i mladih u obrazovnom sustavu na području Republike Hrvatske. Kao najveći izazovi ističu se nedovoljni broj nastavnih sati, nedostatak kvalitetnih nastavnih materijala za podučavanje o medijskoj pismenosti, opremljenost škola koja je često neujednačena te educiranost nastavnika za poučavanje o medijima (Medijskapismenost.hr, 2018).

U mnogim zemljama članicama Europske unije, kao i u Hrvatskoj, medijsko se obrazovanje primarno ostvaruje kroz nastavu Hrvatskog jezika, točnije u sklopu medijske kulture od prvog do osmog razreda osnovne škole. Hrvatski jezik obuhvaća tri predmetna područja: Hrvatski jezik i komunikacija, Književnost i stvaralaštvo i Kultura i mediji (*Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik na osnovne škole i gimnazije*, 2019). U sklopu predmetnog područja Kultura i mediji nastavnici podučavaju djecu o razumijevanju teksta u različitim društvenim, kulturnim i međukulturnim kontekstima, ali i obuhvaćaju kritički odnos prema medijskim porukama, razumijevanje utjecaja medija i njihovih poruka na društvo i pojedinca kao i stvaranje medijskih poruka i njihovo odgovorno odašiljanje. (*Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije*, 2019).

*Nacionalni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće, obvezno i srednjoškolsko obrazovanje* temeljni je dokument obrazovne javne politike u Hrvatskoj koju donosi Ministarstvo znanosti obrazovanja i sporta RH, a donesen je 2011. godine te je prema njemu medijska kultura nastavna jedinica unutar koje se podučava o medijskoj pismenosti. Međutim, ishodi učenja medijske pismenosti takvim konceptom ne mogu se postići s obzirom da medijska kultura ne pokriva sve njene aspekte; pristup, analiza, kritičko vrednovanje i stvaranje medijskih sadržaja (Kanižaj, Car, 2015). No, autori Vican i Milanović (2006, Ciboci, 2018) navode da su glavne zadaće medijske kulture, prema *Nastavnom planu i programu za osnovnu školu*; razvijanje sposobnosti komunikacije s medijima poput kazališta, filma, televizije, radija, tiska, stripa, računala te je takav model medijskog obrazovanja širi od temeljne definicije

medijske pismenosti jer uz podučavanje o masovnim medijima, uključuje i podučavanje o kazalištu. Medijsku kulturu potrebno razumjeti i sagledati šire od medijskih sadržaja, to je složen pojam kojeg čine ljudi, ponašanja, simboli i komunikacija (Zgrabljić Rotar, 2016). U hrvatskim osnovnim školama kao što je već spomenuto, djeca mogu učiti o filmskoj umjetnosti, kazalištu, dječjim predstavama, televiziji, tisku, stripu i to uglavnom na satu hrvatskog jezika. Prema Mikiću (2014, Majstorović, Blažević, 2014) mediji ne podrazumijevaju jezik, književnost ili kazalište, već podrazumijevaju novine, radio, televiziju, film, nove medije i Internet.

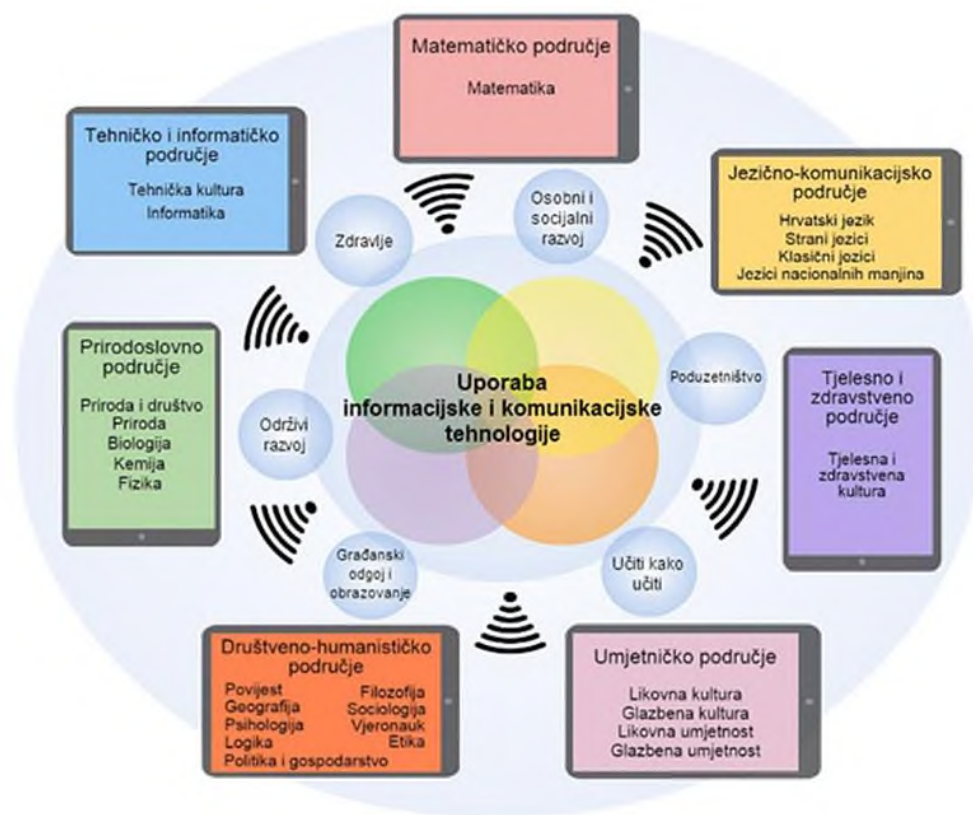
Postavlja se pitanje je li ovaj model adekvatan za današnje medijsko obrazovanje. Autorica Ciboci u istraživanju „Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu“ navodi da je današnji program medijske kulture, kao i model medijskog obrazovanja u hrvatskim školama zastario te da se kroz nastavne sadržaje rijetko potiče na kritičko promišljanje i stvaranje vlastitih medijskih sadržaja. Rezultati istraživanja pokazali su da učenici osmih razreda posjeduju srednju razinu medijske pismenosti bez obzira na činjenicu da je pristup medijima i znanje o medijima učenika osmih razreda na naprednoj razini, pri tome misleći da posjeduju računalo, mobilni telefon ili druge vrste tehnologije u vlastitom kućanstvu, a često i u vlastitoj sobi (Ciboci, 2018). Danas su mediji sastavnica života djece i mladih, a obrazovanje o medijima svedeno je samo na sat ili dva u osnovnim i srednjim školama. Postavlja se pitanje kako i obrađuje li se taj mali udio tematskih cjelina o medijima na nastavi. Prema empirijskim istraživanjima VANG organizacije doneseni su podatci da je vrlo mali postotak profesora hrvatskog jezika doista držao nastavu filma, a da većina nije imala vremena ili opreme za održavanje nastave iz područja kinematografije, televizije i ostalih tema koje se smatraju dijelom medijske kulture (Majstorović, Blažević, 2014).

Autori navode da čak ni jedna dosadašnja hrvatska obrazovna politika nije slijedila ni upute ni preporuke o medijskoj pismenosti na međunarodnoj razini (Kanižaj, Car, 2015). Potrebno je osvrnuti se na međunarodni simpozij *Odgoj za medije* održan 1982. godine u Grünwaldu u Njemačkoj na kojem je čak 19 europskih zemalja prihvatilo donesenu Deklaraciju o medijskom odgoju. Deklaracija je donijela službenu definiciju, pojmove i ciljeve medijskog odgoja, kako bi se trebao provoditi te što bi trebao obuhvaćati. Postavljene ciljeve Zgrabljić Rotar (2008) sažela je u nekoliko rečenica; Grünwaldska deklaracija donijela je zaključke da medijski odgoj mora obuhvatiti sve medije, da ustanove moraju težiti učenju o medijima, a ne medije promatrati samo kao pomoćna sredstva u nastavi, nadalje da primarni cilj medijskom odgoju mora biti razvijanje kritičke sposobnosti za razumijevanje medija, kao i praktične sposobnosti

stvaranja pomoću medija te naposljetku da medijski odgoj mora koristiti iskustva razmjenjujući znanja i znanstvena potkrepljenja na međunarodnoj razini te tako svaka država mora uključiti odgoj za medije u sve razine obrazovanja, od predškolske dobi do sveučilišta i obrazovanja za odrasle.

U hrvatskom odgojno-obrazovnom sustavu ne postoji službeni program, tijelo ili institucija među hrvatskim ministarstvima koji bi regulirali aktivnosti medijske pismenosti. Pojam medijske pismenosti prvi put je spomenut 2014. godine u Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije koja je u Hrvatskom saboru usvojena u listopadu 2014. godine (Car, Kanižaj, 2015). U Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije navedeno je da je pri izradi kurikularnih dokumenata važno osigurati; uvođenje novih sadržaja kojima će se razvijati informacijska, financijska i medijska pismenost, također da je potrebno osigurati trajnu potporu dječjeg medijskog stvaralaštva u vrtićima, osnovnim i srednjim školama te poticati razvijanje novih školskih medijskih projekata (Narodne novine, 2014). Tako je 2019. godine u odgojno-obrazovni sustav RH uvedena Međupredmetna tema Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije koja je regulirana zakonom kroz *Odluku o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj* (Narodne novine, 2019). Neki od ciljeva Upotrebe informacijske i komunikacijske tehnologije su poučavanje i učenje potpomognuto računalima i drugim digitalnim uređajima, razvijanje digitalne, informacijske, računalne i medijske pismenosti djece i mladih, izražavanje kreativnosti i inovativnosti dopunjujući tradicionalne nastavne metode, sredstva i ostala pomagala te podizanje svijesti o pozitivnim i negativnim stranama digitalne tehnologije. Učenje pomoću tehnologije može se odvijati u klasičnim učionicama ili na daljinu (e-učenje) u različitim digitalnim obrazovnim okruženjima, platformama ili sustavima za učenje. Zahvaljujući informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji, učenici također mogu i iskusiti virtualnu suradnju s vršnjacima iz različitih kultura te tako upoznati njihovu tradiciju i navike. Četiri domene ove međupredmetne teme definirane su kao; A) funkcionalna i odgovorna uporaba Informacijsko komunikacijske tehnologije (IKT-a), B) komunikacija i suradnja u digitalnome okružju, C) istraživanje i kritičko vrednovanje u digitalnome okružju, D) stvaralaštvo i inovativnost, domene su međusobno povezane te se nadograđuju jedna na drugu kako bi što kvalitetnije osigurale razvoj digitalne pismenosti svakom učeniku. Međupredmetna tema Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije osmišljena je da se primjeni u svim predmetima, kao i u školskim društvenim aktivnostima u kojima je tehnologija sredstvo, a primarni cilj učeničko kreativno izražavanje i stvaranje (Narodne novine, 2019).

Slika 1: Mjesto međupredmetne teme Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije u cjelokupnome kurikulumu (Narodne novine, 2019).



## 6. Civilno društvo

Kada govorimo o djelovanju civilnog društva, govorimo o aktivnostima koje pridonose općem interesu za cijelo društvo. Civilno je društvo skupina institucija, organizacija ili pojedinaca koji se dobrovoljno udružuju kako bi postigli bolje opće interese. Tako autorica Popović (2008) navodi: „Različito razumijevanje civilnog društva kroz povijest u najširem smislu odnosilo se na tri temeljne dihotomije: prirodno – kulturno, pojedinac – društvo, individualni interes – opće dobro“. Primarna ideja civilnog društva i njegovog razvoja temelji se na aktivnom i odgovornom građanstvu koji preuzima dio odgovornosti za društvena zbivanja. Građani, civilno društvo i profesionalne udruge mogu pridonijeti značajnom razvoju koncepta pismenosti i povećati razinu medijske pismenosti cijelog društva (Zgrabljčić Rotar, 2008). Velik broj nevladinih udruga u Hrvatskoj prepoznao je važnost medijskog odgoja te se razvojem edukativnih i informativnih aktivnosti zalaže za zaštitu prava djece. Zgrabljčić Rotar (2008) navodi kako je rad pojedinih udruga vrlo kvalitetan, no nedostaje zajednička strategija razvijanja medijske pismenosti u okviru koncepta cijele međunarodne zajednice.

Medijska pismenost promovira se kao najveći interes društvu, ona je svojevrsni alat djeci, mladima i odraslima pomoću kojeg razumiju složenost medijskog svijeta, ona pruža sigurnost i kreativnost u korištenju svih aspekata medija. S obzirom na probleme s kojima se susreće hrvatski obrazovni sustav pri pružanju potrebnog medijskog obrazovanja djeci i mladima, civilno društvo počelo je aktivno doprinositi svojim inicijativama, programima, organizacijom projekata za roditelje, nastavnike, psihologe te tako stručno podizati svijesti o medijskoj pismenosti i senzibiliziranju javnosti i ostalih upravnih tijela. Prema Celot i Pérez Tornero (2009, Ciboci, 2018) medijska pismenost pojedinca ovisi o velikom broju čimbenika, najprije o osobnoj sposobnosti analize i kritičkog razmišljanja, sposobnosti komunikacije, stvaranja medijskih sadržaja, ali i o dostupnosti informacija, medijskoj politici, obrazovanju te ulozi dionika u medijskoj zajednici. Autori naglašavaju važnost sveukupnih indikatora koji utječu na medijsko obrazovanje, a izdvajaju medijski odgoj, civilno društvo, medijsku industriju, prisutnost medijske pismenosti u školskom kurikulumu, obrazovanje nastavnika o medijskoj pismenosti, dostupnost nastavnih materijala... Od ovih indikatora u ovom ćemo poglavlju izdvojiti važnost djelovanja civilnog društva, to jest organizacija koje su aktivne u području medijskog opismenjavanja djece i koje svojim aktivnostima čine promjenu u svijetu. Aktivnosti udruga civilnog društva prepoznate su i izvan granica Hrvatske te su svojim aktivnim pristupom pridonijele podizanju svijesti ciljne skupine javnosti, ali i određenih dionika važnih za medijsko obrazovanje (Kanižaj, Car, 2015).

Izvješće Europskog audiovizualnog opservatorija za 2016. pod nazivom *Mapping of Media Literacy Practices and Actions in EU-28* sažima stanje medijskog opismenjavanja u europskim zemljama, uključujući i Hrvatsku. Iako je u Hrvatskoj prepoznata važnost medijske pismenosti u digitalnom dobu te je vidljiva suradnja obrazovanih institucija i udruga civilnih društva, identificirana su 33 dionika za medijsku pismenost, od čega su većina, točnije njih 14 organizacije civilnog društva, dok samo 13 dionika ima isključivo zakonsku obvezu da educiraju teme medijske pismenosti. Većinu programa medijske pismenosti provodio je Hrvatski filmski savez (HFS), no broj programa raste s godinama te se u inicijative uključuju i mnoge druge udruge. Organizacije civilnog društva osvješćuju važnost medijske pismenosti i svakodnevno pokreću nove projekte i radionice koji su prepoznati na europskoj razini. No, važno je skrenuti pozornost na činjenicu da aktivnosti i inicijative udruga ne omogućuju dugoročna rješenja za izazove s kojima se Hrvatska susreće po pitanju medijskog opismenjavanja te je nužna podrška i suradnja svih državnih vlasti (Champan, 2016).



Najveća interdisciplinarna platforma Europske unije za otkrivanje, sprječavanje i suzbijanje internetskih dezinformacija, *The European Digital Media Observatory* (EDMO), okuplja mnoge stručnjake za medijsku pismenost i akademske istraživače te surađuje s raznim medijskim organizacijama i internetskim platformama diljem Europe donosi zaključke kako bi se vještine digitalne i medijske pismenosti među mladima u Hrvatskoj trebale poboljšati s obzirom na visok udio ljudi koji pristupaju vijestima putem Interneta, čak 87% prema izvješću *Reuters Institute 2022 Digital News Report* – i putem društvenih medija (60%). Također nalazimo podatak da Hrvatskoj nedostaje službena politika medijskog opismenjavanja i posebna institucija ili regulatorno tijelo. EDMO platforma navodi kako je potrebno osigurati širu primjenu medijske pismenosti u osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju kroz odgovarajuće obrazovanje i edukaciju nastavnika u Hrvatskoj (*EDMO.eu*).

#### 6.1. Projekti udruga civilnog društva

U zadnjih nekoliko godina, broj inicijativa i projekata udruga civilnog društva vezanih uz medijsko opismenjavanje djece raste iz dana u dan, a potrebno je spomenuti i one najznačajnije: *Telecentar*, koordinacijski centar regionalne mreže nevladinih organizacija iz Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Srbije i Makedonije osnovan 2005. godine; sljedeće je godine pokrenut *Centar za nestalu i zlostavljanu djecu* u Osijeku; projekt *Djeca medija* koji je 2011. godine pokrenulo *Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu* iz Zagreba; portal *Medijskapismenost.hr*, kojeg je pokrenuo UNICEF Hrvatska 2016.; Agencija za elektroničke medije i partneri, Hrvatski filmski savez, Hrvatski audiovizualni centar, Fakultet političkih znanosti i Akademija dramske umjetnosti) te *Škola medijske kulture Dr. Ante Peterlić* iz Zagreba. Godine 2018. pokrenuti su *Dani medijske pismenosti*, projekt Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku, koji se provodi u suradnji s brojnim partnerima i pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i medija i Ministarstva znanosti i obrazovanja. Primarni je cilj ovog projekta osvješćivanje javnosti o važnosti medijske pismenosti te osnaživanje djece i mladih pri stjecanju vještina medijske pismenosti, razvijanje projekata medijske pismenosti te podrška svim nastavnicima i odgojiteljima pri formiranju edukacijskih materijala za medijsko obrazovanje (*Medijskapismenost.hr*). Izdvojit ćemo neke udruge te ukratko opisati njihove projekte.

## 6.2. Društvo za medijsku i komunikacijsku kulturu

*Društvo za medijsku i komunikacijsku kulturu* (DKMK) najveća je dobrovoljna nevladina organizacija za medijsko obrazovanje u Hrvatskoj s 140 članova i 24 aktivna volontera koja je provela 50 nacionalnih projekata, 7 međunarodnih, a u pripremi su i ostali projekti. Primarni cilj udruge je poboljšanje medijske i komunikacijske kulture građana Hrvatske, a najpoznatiji projekti vezani uz medijsko opismenjavanje djece i mladih su „Djeca medija“, projekt koji je nastao na temelju inicijative organizatora i sudionika Komunikološke škole Matice hrvatske, zatim „EAVI – Put u svijet medijske pismenosti“, „Medijski odgoj i medijska pismenost kao prevencija nasilja u školi“, „EU Kids Online“, „Utočište hrabrih online“, „Prevencija, a ne intervencija“, „Medijski jak – kao superjunak“ i mnogi drugi. DKKM je namijenjen djeci, mladima, studentima, roditeljima i svim djelatnicima obrazovnih sustava, a svojim djelovanjem svakodnevno osnažuje medijsku pismenost kod djece, ali i odraslih. Organiziraju se razne radionice i interaktivna predavanja u osnovnim i srednjim školama, knjižnicama te se provode na teme poput pozitivnih i negativnih strana medija i važnosti medijskog opismenjavanja. (*Društvo za medijsku i komunikacijsku kulturu*, 2024).

## 6.3. Udruga Pragma

*Udruga Pragma* je neprofitna udruga osnovana 2006. godine koja okuplja velik broj stručnjaka iz raznih profesija poput socijalnih radnika, socijalnih pedagoga, novinara i osnovnoškolskih i srednjoškolskih nastavnika. Udruga provodi razne radionice i predavanja za djecu, mlade, roditelje i stručnjake, a usmjerena je na razvoj socio-emocionalnih vještina, mentalnog zdravlja te medijske pismenosti. Ciljevi rada udruge su promicanje i razvoj demokratske političke kulture, zaštita ljudskih prava, socijalna pomoć i podrška, kao i provođenje programa koji su od interesa za opće dobro. Njihov projekt emocionalnog i medijskog opismenjavanja „Opiši me“ usmjeren je na razvoju poželjnog ponašanja djece, a teme su nasilje, emocionalni i medijski razvoj, odnosi u obrazovnim ustanovama te razumijevanje uloge medija u prevenciji nasilja nad i među djecom. Partneri su tematske mreže pod nazivom „Medijsko obrazovanje je važno.MOV“ koja doprinosi umreženom djelovanju za medijsku pismenost te tako u svojim projektima uključuju istraživanje javnog mijenja, znanstvena istraživanja o medijskoj pismenosti, provođenje reformi vezanih uz razvoj medijske pismenosti te oblikovanje smjernica za donositelje odluka (*Medijsko obrazovanje je važno*, 2024). U sklopu ove tematske mreže

udruga Pragma organizira već 10. godišnju nagradu za novinarske radove koji promiču vrijednosti obrazovanja s temom „Misli na sebe – čitaj“. Udruga želi podržati rad novinara koji promiču vrijednost obrazovanja i svojim izvještavanjem doprinose općem dobru građana provjerenim i kvalitetnim informacijama i sadržajem. U program su uključeni nastavnici, stručni suradnici, roditelji i učenici koji zajedno ocjenjuju novinarske radove (*Udruga Pragma*, 2024).

#### 6.4. Suradnici u učenju

Nevladina organizacija *Suradnici u učenju*, započela je s radom 2008. godine izdavanjem digitalnog časopisa „Pogled kroz prozor“. Ovu udrugu čine učitelji i odgojno-obrazovni djelatnici koji dijele zajednički cilj, a to je stvaranje poticajnog okruženja za sve djelatnike kako bi mogli razmjenjivati iskustva, dobivati kvalitetne i ažurne informacije te se profesionalno usavršavati iz dana u dan. Primarni cilj najaktualnijeg međunarodnog projekta „Budi Internet genijalac“ jest poboljšanje digitalne i medijske pismenosti u hrvatskim osnovnim i srednjim školama. Ostali važni projekti ove organizacije su „Pet za net“, „Dabrica Darka – Growing up on a safer Internet“, „WIDE“, „Potraga za boljim internetom“, „Budi Internet genijalac“ i mnogi drugi. Projektom „Pet za net“ izrađeno je više od 800 obrazovnih sadržaja za školski kurikulum o sigurnom korištenju interneta u projektu „Sigurnost djece na internetu“. Sadržaje su izradili učitelji iz nekoliko osnovnih škola u Hrvatskoj, a njihov cilj je unaprjeđenje digitalnih kompetencija kod djece, odgovornog ponašanja na internetu te poticanje razumijevanja problema u području sigurnosti djece na internetu. Edukativni materijali sadržaje mnoštvo tema, a prilagodljivi su za djecu predškolske dobi, pa sve do učenika srednjih škola. Izrađeni su i priručnici za roditelje koji mogu zajedno sa svojom djecom pratiti nastavne jedinice koje se provode u školi. Projekt „Budi Internet genijalac“ uključio je više od 600 hrvatskih i osnovnih škola, a svojim inicijativama poučava djecu osnovama digitalnog građanstva i sigurnosti na internetu kako bi podigli zadovoljavajuću razinu medijske pismenosti (*Učitelji.hr*, 2024).

#### 6.5. Centar za nestalu i zlostavljenu djecu

*Centar za nestalu i zlostavljenu djecu* neprofitna je organizacija sa sjedištem u Osijeku koja se bavi širokim područjem djelatnosti, no primarno sustavom socijalne skrbi socijalno ugroženih skupina i zaštitom djece od zlostavljanja i seksualnog iskorištavanja putem Interneta. Organizacija je osnovala i *Centar za sigurniji internet*, jedini takav centar koji djeluje na

nacionalnoj razini na području Republike Hrvatske. Uključeni su u razne aktivnosti vezane uz medijsku pismenost, sigurnost na internetu i obilježavanje „Dana sigurnijeg interneta“. Glavne aktivnosti Centra su *helpine*, besplatna savjetodavna linija dostupna djeci svaki dan. Također nude i *hotline*, to jest servis za prijavu štetnog sadržaja na internetu (*Centar za sigurniji Internet*, 2024).

#### 6.6. Hrvatski filmski savez

*Hrvatski filmski savez* udruga je filmskih i video udruga koje djeluju u području audiovizualnih djelatnosti u Hrvatskoj od 1928. godine. Savez koordinira i podupire rad kino klubova i udruga, podupire filmsku proizvodnju, brine o očuvanju i zaštiti najboljih filmskih neprofесиjskih radova. Program Saveza „Škola medijske kulture dr. Ante Peterlić“ predstavlja izvaninstitucionalni projekt kojem se potiče razvoj i osviještenost medijske pismenosti u osnovnim i srednjim školama. Provode se razne dječje radionice i stručni tečajevi kojima se pruža podrška u medijskom odgoju i obrazovanju današnjih generacija. Jedan od projekata „Filmska naSTAVa“ svojevrsna je digitalna platforma namijenjena nastavnicima i učenicima za korištenje filmova u nastavi osnovnih i srednjih škola. Dostupna je diljem Hrvatske, a omogućuje aktivno sudjelovanje u kreativnom nastavnom procesu i provođenje diskusija na temelju pogledanih filmova. Učenici imaju priliku gledati razna nagrađivana filmska djela, razvijati filmsku pismenost i razumijevanje filmskog i medijskog jezika (*Hrvatski filmski savez*, 2024).

#### 6.7. Mreža udruga za Zagor

*Mreža udruga za Zagor* organizacija je osnovana 2007. godine kao rezultat inicijative udruga mladih u Krapinsko-zagorskoj županiji. Primarni fokus organizacije je na mladima i njihovim problemima i potrebama u zajednici, a aktivno provode radionice s osnovnim i srednjim školama na području županije. Fokusirani su na osvještavanje mladih o građanskom aktivizmu te kako da postanu aktivni u svojoj lokalnoj zajednici. Organizacija je osmislila priručnik za mlade pod nazivom „Novo vrijeme, novi mediji: Medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“, a nastao je u sklopu projekta „Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“ kojeg provode zajedno s Centrom za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, Gimnazijom Antuna Gustava Matoša, Zabok i Srednjom školom Zlatar. Cilj je projekta omogućiti mladima stjecanje medijskih znanja i vještina koji doprinose razvoju aktivnog građanstva. Učenici su sudjelovali na radionicama o medijskoj pismenosti i medijskim

kompetencijama, a samostalno su i izradili školske novine, mrežnu stranicu škole i razne plakate (*Mreža udruga za Zagor*, 2024).

## 6.8. Restart

*Restart* je organizacija osnovana 2007. godine koja se bavi produkcijom, edukacijom, distribucijom, prikazivanjem i tehničkom pomoći za izradu autorskoga dokumentarnog filma. U 2009. godini pokrenuli su *Restart laboratorij* – produkcijski *hub* za mlade dokumentariste, *Restart label* – program distribucije dokumentarnih filmova i *Dokukino* – jedino kino specijalizirano za dokumentarni film u ovom dijelu Europe. Od 2011. godine organiziraju Školu dokumentarnog filma, a od 2012. suorganiziramo *Liburnia Film Festival*. Njihov projekt *Razmišljaj filmom* temelji se na projektnom partnerstvu s odgojno-obrazovnim ustanovama na području Hrvatske i organizacijama civilnog društva s ciljem aktivnijeg uključivanja izvaninstitucionalnog obrazovanja u obrazovne procese i veću ulogu neformalnog obrazovanja u dopuni službenih školskih kurikuluma.. Učenici uče misliti, kritički vrednovati i analizirati medij filma. Program uključuje i izvođenje nekoliko modula višednevnih radionica mobilnog novinarstva s naglaskom na medijskom opismenjanju. Radionice učenicima omogućavaju bolje razumijevanje medijskog sadržaja, kritičku analizu te sudjelovanje u proizvodnji medijskog sadržaja. Kroz izradu vlastitog video sadržaja daju autorski doprinos temama s kojima su se prethodno upoznali kroz projekciju dokumentarnog filma, analizu i diskusiju (*Restart*, 2024).

## 7. Empirijski dio

### 7.1. Kvalitativna istraživanja: metoda intervjua

S obzirom da je cilj istraživanja bio sakupljanje stavova i zaključaka predstavnika udruga o medijskom opismenjanju djece te o njihovim inicijativama koje provode u svrhu poboljšanja istog odabrana je kvalitativna metodologija. Kvalitativno istraživanje upotrebljava se kad god je potrebno vidjeti problem kroz „sudionikove oči“ te se definira kao istraživački pristup usmjeren na razumijevanje određenog fenomena, pitanja ili problema. Kvalitativne metode uključuju prikupljanje i analizu nenumeričkih podataka čiji je cilj pružiti bogate i detaljne uvide u složenost ljudskog ponašanja, društvenih i kulturnih fenomena ili pitanja, često koristeći tehnike poput dubinskih intervjua ili fokus grupa. Huberman i Miles (1994) naglašavaju kako

kvalitativno istraživanje istraživačima omogućuje duboko prodiranje u perspektive, stavove i iskustva sudionika te tako razumijevanje društvenih pitanja i fenomena. Međutim, priznaju izazove koji su svojstveni kvalitativnom istraživanju, poput subjektivnosti tumačenja i potencijalne pristranosti pri analizi podataka. Unatoč tim izazovima, kvalitativna istraživanja nude vrijedan pristup za stvaranje dubinskih uvida i razumijevanje složenosti ljudskog ponašanja te društvenih i kulturnih pitanja.

Za potrebe ovog rada odabrana je tehnika intervjua, uobičajena metoda prikupljanja podataka u kvalitativnom istraživanju. Huberman i Miles (1994) naglašavaju vrijednost intervjua u prikupljanju detaljnih informacija od sudionika o njihovim perspektivama, iskustvima i tumačenjima fenomena koji se proučavaju. Tehnika intervjua omogućuje svojevrsnu fleksibilnost, oni mogu biti strukturirani, polustrukturirani te nestrukturirani ili takozvani slobodni, omogućujući istraživačima da prilagode ispitivanje na temelju novonastalih tema i odgovora sudionika, stvarajući pogodno okruženje za otvoren i iskren dijalog. Općenito, intervjui se smatraju moćnim alatom za prikupljanje kvalitativnih podataka koji bilježi složenost i dubinu ljudskih iskustava (Huberman, Miles, 1994).

## 7.2. Ciljevi istraživanja

Svrha istraživanja je prikazati skup stavova i zaključaka predstavnika udruga u Hrvatskoj koje uz ostale aktivnosti koje provode, provode i radionice medijske pismenosti namijenjene djeci i mladima. Ispitano je sedam udruga koje svojim inicijativama igraju ulogu stvaratelja promjena u educiranju djece i mladih u području medijske pismenosti. Ovim istraživanjem želi se doprinijeti boljem razumijevanju uloge udruga civilnog društva te u skladu s time još više podići svijest o potrebi medijskog opismenjavanja u odgojno-obrazovnom sustavu kako bi se unaprijedile edukacije medijske pismenosti najranjivijoj skupini društva – djeci.

S obzirom na teorijski pregled dosadašnjih istraživanja postavljeni su sljedeći ciljevi istraživanja:

1. Utvrditi mišljenja predstavnika udruga o medijskom opismenjavanju djece, te o potrebi edukacije djece, nastavnika i roditelja
2. Istražiti doprinos inicijativa i programa koje provode udruge
3. Istražiti mogućnosti i prepreke udruga pri ostvarivanju programa

4. Utvrditi stavove o integraciji medijske pismenosti u škole (kao izborni predmet, zasebni predmet ili uključiti teme medijske pismenosti u već postojeće predmete)
5. Utvrditi postoje li razlike među udrugama u stavovima i zaključcima o provođenju inicijativa i stanju u Hrvatskoj o medijskom opismenjavanju

### 7.3. Ispitanici

Ispitano je sedam udruga koje svojim inicijativama igraju ulogu stvaratelja promjena u educiranju djece i mladih u području medijske pismenosti. Udruge su odabrane temeljem projekata koje provode u sklopu poboljšanja medijske pismenosti djece. Zbog očuvanja anonimnosti ispitanika nije navedeno o kojim se udrugama radi. Svi sudionici istraživanja informirani su o upotrebi njihovih izjava isključivo za potrebe ovog rada te se tijekom obrade podataka poštivalo načelo zaštite privatnosti i povjerljivosti podataka; stoga ćemo udruge imenovati kao UDRUGA 1, UDRUGA 2, UDRUGA 3, UDRUGA 4, UDRUGA 5, UDRUGA 6 te UDRUGA 7. Udruge se bave raznim temama; filmskim stvaralaštvom, socio-emocionalnim vještinama, stereotipima u medijima, govor mržnje, elektroničko nasilje, financijska pismenost, ocjenjivanje novinarskih sadržaja, a teme medijske pismenosti nastoje povezivati i objediniti u svakoj svojoj inicijativi i projektu.

### 7.4. Metoda istraživanja

Za potrebe ovog rada odabrana je tehnika intervjua, uobičajena metoda prikupljanja podataka u kvalitativnom istraživanju. S obzirom na raznolikost projekata i tema kojima se ispitanice udruge bave, odabrane je metoda polustrukturiranih intervjua kako bi se istraživač mogao što lakše prilagoditi svakom ispitanom predstavniku udruge i temama kojima se bave. Stoga su, uz već formirana pitanja postavljena potpitanja kako bi intervju što više nalikovao razgovoru. Intervjui su se provodili uživo s predstavnicima udruga koje djeluju na području Grada Zagreba, a s udrugama koje djeluju izvan Grada Zagreba intervjui su se provodili putem video poziva.

Temeljem zadanih istraživačkih ciljeva, osmišljena su istraživačka pitanja za odabrane predstavnike intervjuiranih udruga:

1. U nekoliko rečenica opišite Vašu udruhu, kojim se temama bavite, koji su Vam najvažniji projekti?

2. Kako biste opisati današnje medijsko opismenjavanje djece? Jesu li medijski pismeni? Po čemu biste mogli zaključiti da jesu/nisu? Jesu li im potrebne edukacije?
3. Koliko je medijsko obrazovanje prisutno u odgojno-obrazovnom sustavu? Jesu li potrebne edukacije nastavnicima, roditeljima?
4. Što smatrate da su mogućnosti, a što prepreke u medijskom opismenjavanju djece i mladih u Hrvatskoj?
5. Smatrate li da kao udruga možete biti promjena u medijskom obrazovanju djece? Mogu li aktivnosti Vaše organizacije biti dovoljne za promjenu?

### 7.5. Analiza podataka

Budući da je istraživanje temeljeno na kvalitativnoj metodologiji hipoteze neće biti postavljene unaprijed već će kategorije za obradu podataka, to jest tematska područja, nastati temeljem transkripata intervjua. Ovakav odabir analize podataka proizlazi iz same svrhe istraživanja koja je usmjerena na shvaćanje problematike medijskog opismenjavanja djece u Hrvatskoj iz perspektive predstavnika udruga koje već desetljećima stvaraju razne radionice, aktivnosti i programe kojima žele svakoj školi i svakom djetetu omogućiti razvoj i stjecanje vještina jedne od najvažnijih pismenosti danas, a to je medijska pismenost. Cilj istraživanja je dublje istražiti problem, temeljem njihovih stavova i mišljenja te na kraju pokušati doći do zaključka mogu li udruge biti promjena u današnjem medijskom opismenjavanju djece i mladih. Dobiveni kvalitativni podaci analizirat će se metodom tematske analize. Tematska analiza definirana je kao metoda za identificiranje, analizu i izvješćivanje o obrascima (temama) unutar kvalitativnih podataka. Tematska analiza je fleksibilna, istraživačima omogućuje identificiranje i tumačenje tema unutar podataka dajući sveobuhvatan pregled, od teorijskih temelja do ključnih principa i koraka za provođenje analize (Braun, Clarke, 2006).

### 7.6. Tematska analiza intervjua

Tematska analiza podataka dobivenih u intervjuiima napravljena je unutar 5 tematskih područja koja su podijeljena u nekoliko tema i kategorija:



Tablica br. 1: Tematska analiza provedenih intervjua

MEDIJSKO OPISMEJAVANJE DJECE I MLADIH	"MEDIJSKI ODGOJITELJI"	INTEGRACIJA U OBRAZOVNI SUSTAV	PREPREKE S KOJIMA SE SUSREĆU UDRUGE	PROVOĐENJE INICIJATIVA I PROGRAMA
PREPLAVLJENOST PLATFORMAMA I INFORMACIJAMA	ULOGA RODITELJA	NOVI PREDMET "MEDIJSKA PISMENOST"	PROJEKTNJA ORIJENTIRANOST	MEDIJSKA PISMENOST ČESTO KAO DIO OSTALIH TEMA
NEDOSTATAK ADEKVATNE EDUKACIJE DJECI I MLADIMA	ULOGA ŠKOLE	INTEGRACIJA U POSTOJEĆE PREDMETE	NEDOSTATAK LJUDI I POTPORE	KORISNOST INICIJATIVA

Nazivi tematskih područja su: *Medijsko opismenjavanje djece i mladih*, *Medijski odgojitelji*, *Integracija u obrazovni sustav*, *Prepreke s kojima se susreću udruge te Provođenje inicijativa i programa*.

## 1. Tematsko područje: Medijsko opismenjavanje djece

Tablica br. 2: Tematsko područje „Medijsko opismenjavanje djece“

	TEME	KATEGORIJE
MEDIJSKO OPISMEJAVANJE DJECE I MLADIH	PREPLAVLJENOST PLATFORMAMA I INFORMACIJAMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>pasivnost pri izlaganju i analizi medijskih sadržaja</li> <li>prekomjerno korištenje medija</li> </ul>
	NEDOSTATAK ADEKVATNE EDUKACIJE DJECI I MLADIMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>nedostatak kritične evaluacije medijskih sadržaja</li> </ul>

Prvo istraživačko pitanje odnosilo se na razinu medijske pismenosti današnje djece i mladih. Odgovori su se kodirali pod temama *Preplavljenost platformama i informacijama* i *Nedostatak adekvatne edukacije djeci i mladima*.

Pri ispitivanju stavova o medijskom opismenjavanju djece, većina je predstavnika iskazala mišljenje da se djeca znaju koristiti medijima i stvarati medijski sadržaj, to jest da posjeduju vrlo dobre tehničke i praktične kompetencije, no da im u svakom aspektu korištenja medija nedostaje kritičnosti. Pod time misle na kritičnost u razumijevanju i analiziranju medijskih poruka i sadržaja kao ključne kompetencije medijski pismene osobe. Mnogi predstavnici udruga zaključuju da djeca konzumiraju velik broj medijskih sadržaja svakodnevno, no postavlja se pitanje koliko toga razumiju, primjenjuju i koliki utjecaj to ostavlja na njih. Udruge smatraju da bi djeca i mladi trebali početi razvijati kritičke kompetencije pri analiziranju medija kako bi shvatili medijske poruke i sadržaje, moguće medijske manipulacije te kako bi se sigurno kretali internetskim prostorom. Jedna od udruga izdvojila je da većina djece koja su bila sudionici radionica u njejoj organizaciji nije informirana o dobnim ograničenjima pri korištenju određenih društvenih mreža i platformi. Većina udruga u intervjuima više puta spominje prekomjerno korištenje medija kod djece, a skraćeni tijek koncentracije predstavlja kao jedan od većih problema današnjice. Tako je istraživanje OFCOM-a iznijelo podatke da su djeca danas otvorenija gledanju kratkih i brzih videozapisa što pridonosi kraćem rasponu koncentracije, kao i nesposobnosti za gledanje primjerice dužih filmova (OFCOM, 2023). Jedna od ispitanih udruga posebno je izdvojila kako je u radu sa srednjoškolcima primijetila vrlo pozitivnu karakteristiku, a to je da su sposobni prepoznati kompleksnije medijske teme, poput seksizma i stereotipa u medijima.

„Kao predavačica koja drži edukacije medijske pismenosti, mogu iz prve ruke reći da velik broj djece ne razumije pojmove medijske pismenosti, oni su pasivni primatelji medijskih sadržaja, iako znaju odlično koristiti medije, no kritički aspekt je izrazito slab. Tu govorim općenito znanje o novinarstvu, svijetu medija...“ (UDRUGA 1)

„Smatram da djeca nisu medijski nepismena, već da nisu dovoljno medijski pismena. Kontinuirano kroz naše sve aktivnosti provodimo i procjenu potreba u zajednici i među mladima kontinuirano imamo anketna pitanja, evaluaciju te ih pitamo o čemu bi oni htjeli učiti i dodatno znati. Potrebe se vrlo brzo mijenjaju te ih je potrebno pažljivo pratiti.“ (UDRUGA 3)

„Djeca 'padaju' pod razno razne utjecaje i često im nedostaje ta jedna razina kritičnosti. Oni su najviše digitalno pismeni i dio njih zna stvarati lijepe sadržaje, ali nedostaje kritičnosti i analize

što im je naravno i teško jer smo i mi preplavljeni morem informacija i mi sami teško biramo. Ako nitko ne radi s njima, ni nemaju kako ni naučiti.“ (UDRUGA 4)

„...učimo ih s koliko je godina po zakonu određeno imati korisnički račun na društvenim mrežama poput Instagrama, Whatsapp, Tik-Toka, Twittera... Većina ih ovdje pogriješi i iznenade ih dobna ograničenja.“ (UDRUGA 6)

„Jako je važno znati da su ekran, telefon, računalo, tablet ključni i iznimno važni komunikacijski alati djece i mladih. Oni ih zapravo u određenim područjima koriste kvalitetnije od svojih roditelja i nastavnika. Posjeduju tehničku uporabu tih alata kojima se koriste za komunikaciju, često se koriste društvenim mrežama, sve se brže odvija i konzumiraju se razno razni sadržaji, a gubi se taj fokus za duži i kvalitetniji audiovizualni sadržaj i to je ono što je naša temeljna zadaća.“ (UDRUGA 7)

„Ono što ja mogu zaključiti jest da srednjoškolci uistinu lakše mogu prepoznati i neke kompleksnije teme u medijima, poput prikaza seksizma. Znaju raspravljati o stereotipima ljepote, nerealnim standardima ljepote, reklamama...“ (UDRUGA 3)

## 2. Tematsko područje: „Medijski odgojitelji“

Tablica br. 3: Tematsko područje „Medijski odgojitelji“

	TEME	KATEGORIJE
"MEDIJSKI ODGOJITELJI"	ULOGA RODITELJA	<ul style="list-style-type: none"><li>• potrebne su edukacije roditeljima</li><li>• primarno medijsko obrazovanje dolazi iz vlastitog doma</li></ul>
	ULOGA ŠKOLE	<ul style="list-style-type: none"><li>• potrebna je pomoć i edukacija nastavnicima</li><li>• angažiranost i volja nastavnika</li></ul>

Drugo istraživačko pitanje odnosilo se na ulogu okoline u medijskom opismenjavanju djece, pri tome ih nazivajući medijskim odgojiteljima. Odgovori su se kodirali pod temama *Uloga roditelja* i *Uloga škole*.

Većina udruga istaknula je važnost roditeljske edukacije o medijskoj pismenosti te kako i sami provode radionice s roditeljima. Većina je istaknula da problem pronalaze u težem dopiranju do roditelja te da im je potrebna pomoć nastavnika i organiziranog roditeljskog sastanka kako bi uspješno održali radionice. Susreću se s izazovom kako prilagoditi radionice roditeljima i objasniti im da često nisu svjesni svega što se događa u internetskom prostoru te da je djeci i roditeljima potrebna uputa, savjet i edukacija. Ovdje ističu ulogu škole jer se organizirani roditeljski sastanak ispostavlja kao najbolji način za održavanje edukacije za roditelje. Jedna od udruga smatra da je neophodno provoditi radionice za roditelje u prisustvu djece jer bi se na taj način najbolje prepoznali mogući problemi zbog nedostatka medijske pismenosti kod obje skupine, roditelja i djece. Većina udruga provodi edukacije za nastavnike, no svjesni su da provođenje novih tema na satu nije uvijek izvedivo te da često ovisi o nastavnikovoj angažiranosti. Jedna od udruga posebno je izdvojila da kao glavnu odgovornost predmetne udruge vide u osnaživanju i poticanju nastavnika da pokreću inicijative vezane uz filmsku i medijsku pismenost.

„No, kada govorimo o djeci u nižim razredima osnovne škole, ni ne čudi činjenica da im nedostaje znanja o medijskoj pismenosti kada su u njihovim godinama za to jedino zaslužni roditelji. A znamo i da roditeljima jako manjka medijskog obrazovanja i općenito medijske pismenosti. U sklopu svakog projekta u kojima provodimo radionice za djecu, provodimo ih i za roditelje, s obzirom da su roditelji ti prvi koji bi trebali postavljati granice kod korištenja medija i paziti na sigurnost njihove djece na internetu, no nažalost odaziv je vrlo slab. Najčešće je dobar odaziv ako škole organiziraju ovakvu vrstu radionice u sklopu roditeljskog sastanka npr. ili nečeg obveznog - no puno je tu utjecaja jer teško je i s njima raditi jer roditelji često to shvate kao napad, a ne kao savjete i edukaciju.“ (UDRUGA 1)

„Idealno bi bilo sve više ulagati u edukaciju nastavnika kako bi i oni mogli provoditi radionice medijske pismenosti, ali opet ne ovisi samo o resursima već i volji nastavnika.“ (UDRUGA 1)

„Edukacije su najčešće usmjerene djeci, no provodimo edukacije i nastavnicima i stručnim suradnicima te se trudimo što više roditelja uključiti u edukacije i aktivnosti. No, roditelji su mogli bismo reći u „otporu“ kada se radi o ovakvim vrstama edukacije te najčešće pristanu tek

kada je u sklopu roditeljskog sastanka, npr. prvo moraju poslušati naše predavanje, pa nemaju opciju nego ne prisustvovati.“ (UDRUGA 2)

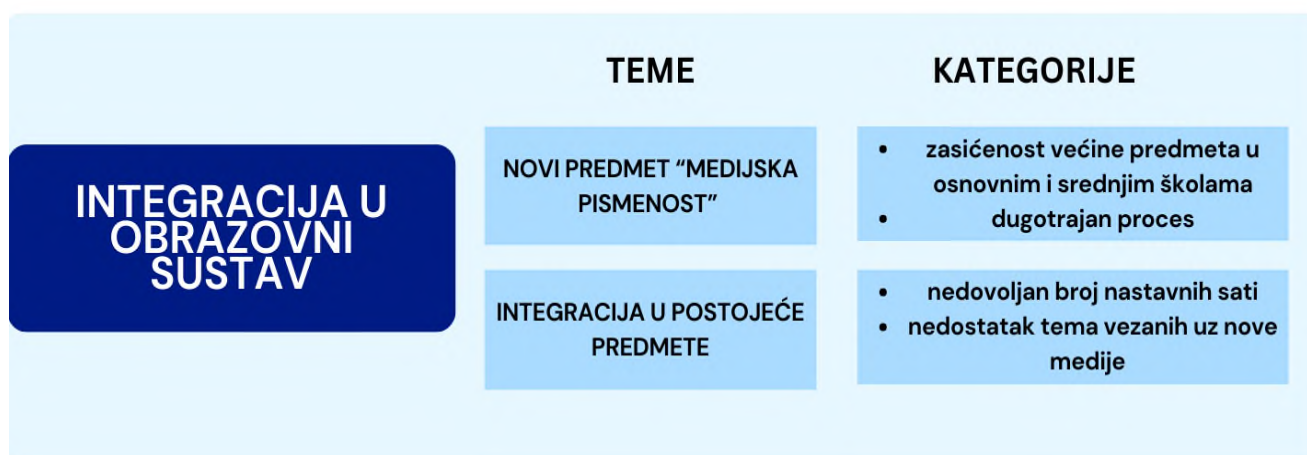
„Trenutna je praksa da se najčešće kao udruga uključimo u roditeljski sastanak, razgovaramo s roditeljima. Ili primjerice kada provodimo određeni projekt, recimo jedan ciklus radionica s djecom, pa onda imamo jedan završni susret s roditeljima gdje im predstavimo što smo radili i tu je prilika za neku dodatnu edukaciju i za roditelje.“ (UDRUGA 4)

„Provodimo radionice i s roditeljima. Posebnost naših radionica je što ih provodimo s roditeljima i djecom istovremeno, zajedno prolaze kroz takozvane „centre“. Svaki centar ima svoju temu, a teme su primjerice digitalni tragovi na internetu. Na radionici roditelj mora napisati nešto pozitivno o svom djetetu, a dijete pozitivno o svom roditelju. Želimo tu potaknuti jedan pozitivan stav između djece i roditelja. Smatram da je neophodno da se radionice za roditelje provode uz prisustvo djece.“ (UDRUGA 6)

„Druga naša odgovornost je da damo znanja, vještine i da osnažimo nastavnike kako bi oni mogli provoditi programe filmske pismenosti u školama. Za sve one nastavnike da ih ohrabrimo i osnažimo i da im damo znanja i da na određeni način motiviramo ih da ustraju u provođenju inicijativa. Često nastavnici koji žele provoditi takve projekte, nemaju podršku od škole, ravnatelja i u tom pogledu je naša uloga velika i važna.“ (UDRUGA 7)

### 3. Tematsko područje: Integracija u obrazovni sustav

Tablica br. 4: Tematsko područje „Integracija u obrazovni sustav“



Treće istraživačko pitanje odnosi se na pitanje integracije medijske pismenosti kao predmeta u odgojno-obrazovni sustav Republike Hrvatska, a odgovori su se kodirali temeljem izjava sudionika da bi se medijska pismenost mogla implementirati kao *Novi predmet 'Medijska pismenost' ili Integracija u postojeće predmete.*

Većina je udruga pri odgovoru na pitanje o uvođenju medijske pismenosti u odgojno-obrazovni sustav odgovorila da bi se svakako trebala uvesti u škole, da se radi o primarnoj i nužnoj potrebi današnjice. No, manjina udruga smatra kako se obrazovni sustav trenutno susreće s prevelikim brojem problema te da bi uvođenje novog predmeta dovelo do još veće zasićenosti informacijama među učenicima koji se danas susreću s problemom zadržavanja pažnje na nastavi za koje mnogi navode da je razlog prekomjerno korištenja medija i društvenih platformi. Navode da bi se najprije trebala dogoditi reforma u metodologiji nastavnih jedinica, kao i u samom kurikulumu jer se potrebe u podučavanje današnje djece vrlo brzo mijenjaju. No, osim toga navode da bi i medijska pismenost trebala biti koncipirana na potpuno drugačiji način, kao slobodnije savladavanje vještina, praktičnih vježbi, a ne kao ocjenjivanje učenika i održavanje ispita. Predstavnici udruga problematiziraju prisutnost medijske pismenosti u školama kao međupredmetne teme te kako obrada tema ovisi o angažiranosti, ali i edukaciji nastavnika u školama. Isto tako, jedna od udruga jasno izdvaja kako postoje priručnici za osnovne i srednje škole, od kojih izdvaja „Kurikul medijskog obrazovanja za osnovne i srednje škole“ koji sadrži detaljno raspisane radionice i teme o aktualnim temama i izazovima u digitalnom okruženju iz informacijsko-komunikacijske perspektive. Priručnik je nastao kao poticaj nastavnicima da ga uključe u nastavu kako god je to moguće, no postavlja se pitanje koliko ga nastavnika uspijeva implementirati u svoju nastavu. Većina ispitanih udruga svojim su radom i inicijativama osmislile i napravile razne edukativne materijale koje su dostupne na njihovim službenim stranicama, a materijalima se može koristiti svaki učenik, nastavnik i obrazovni djelatnik. Nekoliko je udruga iskazalo mišljenje da je osim medijske pismenosti, u škole potrebno uvesti predmet filmske umjetnosti, digitalne i financijske pismenosti te da područje medijske pismenosti nije jedino isključeno iz obrazovanja.

„Medijsko obrazovanje u odgojno-obrazovnom sustavu nije nigdje u biti zastupljeno redovno, radi se o međupredmetnoj temi što znači da bi svaki predmet mogao kroz svoju nastavu obraditi, ali veliki je problem što mnogi nastavnici nisu educirani o tome s obzirom da se ne radi o nikakvom obveznom elementu, već se radi o samoinicijativi, angažiranosti i dobroj volji samih nastavnika, koliko to žele uključiti. Najidealnije bi bilo da se osmisli predmet “Medijska pismenost” te da bude obvezan u školama i dio formalnog obrazovanja, no svjesni smo da se to

neće dogoditi u skoroj budućnosti. Mnogi nastavnici nisu ni svjesni da postoji već Kurikul medijskog obrazovanja za osnovne i srednje škole te da ga mogu implementirati kao među predmetnu temu u predmetima - sve je detaljno i razrađeno i koji god nastavnik da želi može ga koristiti u svojoj nastavi, ali jednostavno nije obvezan... Najčešće je problem premale satnice, a nastavnici nemaju vremena s obzirom da na količinu obveznih nastavnih jedinica.“ (UDRUGA 1)

„Također smatram kako bih medijsko obrazovanje u obrazovnom sustavu trebao biti u sklopu redovnih predmeta, osim medijske pismenosti, također i digitalna i financijska pismenost. Vjerujem da bih za početak bilo dobro da se uvede barem izborni predmet „Medijska pismenost ili digitalna pismenost“ jer ovo se područje počelo toliko istraživati, da bi se definitivno moglo zasebno podučavati jer postoje puno pozitivnih, ali i negativnih aspekata na koje bi trebalo upozoriti djecu na koji način pretraživati medijski sadržaj, kako kritički razmišljati o svakodnevnim sadržajima s kojima se susreću, kako pripaziti na izvore vijesti i poruka iz medija – pogotovo ovdje mislim na mlađu djecu koja sve doslovno shvaćaju na Internetu i društvenim mrežama.“ (UDRUGA 2)

„Smatram da je potrebno utjecati na sustavnu razinu, da se medijska pismenost kvalitetnije uvede u obrazovni sustav. Osobno mislim da nije važno je li medijska pismenost koncipirana kao izborni ili zasebni predmet u školama, već samo da je obuhvatnije, da dobije na 'mahu', da se više učenika uključi, da više učenika zna koliko je važna. Iako bi naravno najbolje bilo da se provlači kroz više predmeta, što je izazovno nastavnicima zbog nedostatka kadra, vremena i financija, edukacije nastavnika, vjerujem da je to još uvijek teško izvedivo.“ (UDRUGA 4)

„Čini se ponekad da su škole projektno (pre)kapacitirane i često su nositelji entuzijastični pojedincima čija je i osobna intencija medijska kultura.“ (UDRUGA 5)

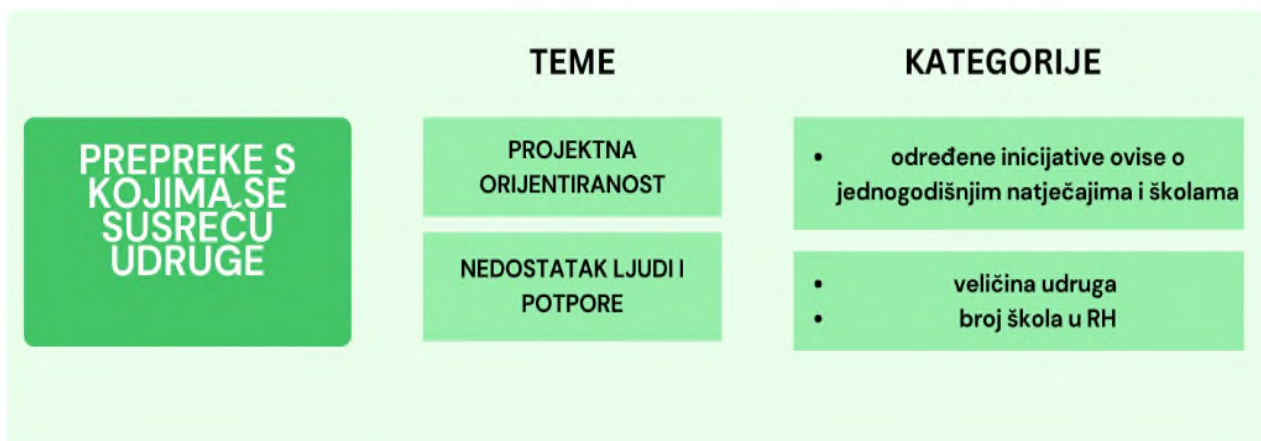
„Edukacije su potrebne svima. Znači, od učenika, djece, male djece vrtićke dobi, pa sve do odraslih i starijih, pa čak i umirovljenicima. Što se tiče medijske pismenosti kao predmeta – nakon 30 godina staža kao nastavnica ja sam sigurna da nije rješenje u dodavanju novih predmeta. To ne može biti rješenje nikako. Stojim iza toga da bi određene predmete trebalo „sažimati“ i fokusirati se na bitne stvari. Naš obrazovni sustav i dalje je previše usredotočen na učenje činjenica, a vrlo malo se traži da se opisuje, zaključuje, istražuje, da se u biti više verbalizira. Velik broj učenika ima problema u samoizražavanju, teško sročje rečenice, pišu eseje... Smatram ako idemo putem da dodajemo predmete i nagomilavamo informacijama učenike da to nije dobro. Dolazimo u vrijeme kada se najprije mora mijenjati metodologija

predmeta. Uvođenje novih predmeta je izuzetno dugotrajan proces. Promjena se treba dogoditi u kurikulumima koji su stari preko 10 godina. Motivirati i zainteresirati djecu danas je izuzetno zahtjevno. I nakraju smatram da se medijska pismenost može provoditi kroz apsolutno sve predmete.“ (UDRUGA 6)

„Nakon više stoljeća postojanja filmske umjetnosti, vrijeme je da pored glazbene i likovne umjetnosti postoji i filmska umjetnost. Nakraju krajeva, djeci je audiovizualni sadržaj najbliži, koriste ga svakodnevno i to nije uvijek sadržaj iz kojeg mogu nešto naučiti i ne potiče da se razvijaju u bolje članove ovog građanskog društva. Smatram u ime udruge da bi filmska umjetnost trebala biti sastavnim djelom programa kurikuluma jer je vrlo velik broj zainteresiranih nastavnika.“ (UDRUGA 7)

#### 4. Tematsko područje: Prepreke s kojima se susreću udruge

Tablica br. 5: Tematsko područje „Prepreke s kojima se susreću udruge“



Četvrto istraživačko pitanje odnosi se na prepreke s kojima se susreću udruge civilnog društva pri ostvarivanju svojih inicijativa i programa. Iako su mnoge udruge govorile o visokoj uspješnosti raznih projekata, s obzirom na veličinu udruge i način funkcioniranja, odgovori su se kodirali pod temama *Projektna orijentiranost* i *Nedostatak ljudi i potpore*.

Pri provođenju intervjua, svi su predstavnici udruge problematizirali nedovoljnu osviještenost većine građana, škola, ali i više sustavne razine o važnosti medijskog opismenjavanja djece i



mladih u Hrvatskoj. Navode da većina građana nije ni upoznata s njihovim inicijativama, bez obzira na činjenicu da se neke inicijative provode i na međunarodnoj razini. Većina je svjesna da se kao udruge civilnog društva deklariraju kao svojevrsni „dodatak“ u provođenju inicijativa medijske pismenosti te da bi obrazovni sustav trebao biti primarni pružatelj i djeci omogućiti edukacije o medijskoj pismenosti. Stoga, kao „dodatak“ imaju velik broj mogućnosti, ali i prepreka, često su ograničeni natječajima raspisanim od raznih ministarstava te takvi natječaji omogućuju provođenje inicijativa samo određeni broj godina, od godinu dana do maksimalno tri godine, no neke udruge uspiju održati i provoditi projekt duži niz godina u nekoliko ciklusa. S obzirom da većina udruga ima svega nekoliko članova i zaposlenika udruge, osim pojedinih izuzetaka, čest je nedostatak sredstva za provođenje svih budućih projekata, a i nedostatak članova udruge kako bi se inicijative provodile u većem broju škola diljem Republike Hrvatske. Dvije ispitane udruge smatraju da bi se na neki način trebale provoditi provjere kvalitete programa nad udrugama civilnog društva jer smatraju da iako je vrlo važno podignuti osviještenost o potrebi medijske pismenosti i o potrebi provođenja izvannastavnih radionica, važno je da ih provode osobe koje su educirane te da ih provode po jasno određenim smjernicama koji su često jasno opisani u raznim vrstama natječaja.

„Prepoznata je važnost medijskog opismenjavanja, no glavna prepreka jest neadekvatna edukacija. Neke će organizacije edukacije provoditi projekte samostalno, no pitanje je koliko će to biti kvalitetno. Nedostatak su jednogodišnji projekti, mali iznosi na nacionalnoj razini, velike su ideje, ali mali resursi i sredstva.“ (UDRUGA 1)

„Naše primarne prepreke u djelovanju kako objasniti važnost digitalne i medijske pismenosti ljudima koje to ne zanima. Ljudi ne doživljavaju ozbiljno medijsku pismenost, taj cijeli sustav i iz toga razloga ni nemamo koncipiran obrazovni sustav i medijsku pismenost kao predmet osim upravo naših inicijativa i inicijativa drugih udruuga. Svijest nije još podignuta na razini na kojoj bi trebala biti (dosta je niska i sve je ovo spor proces), jer se smatra da nije važno i na temelju toga roditelji ni ne komuniciraju s djecom o tome, a online svijet djece je jednako bitan kao i mogao bih reći 'offline'.“ (UDRUGA 2)

„Generalno smatram da aktivnosti naše udruge, kao i ostalih u području medijske pismenosti definitivno nisu dovoljne. Potrebno je više ljudi, resursa zbog količina škola, djece, mladih... Medijska pismenost definitivno bi trebala biti dio redovnog formalnog sustava. Sve se toliko brzo mijenja, tako da je i sukladno tome potrebno raditi više projekata, više radionica, ali na jednog puno višoj razini. (UDRUGA 3)

Pitanje je koliko je ovaj projekt uspio utjecati na donositelje odluka, mislim da nedostaje jedan nastavak ovog projekta gdje bismo uspjeli napraviti jednu cijelu kampanju lobiranja i zagovaranja medijske pismenosti da se bolje odjekne u javnosti.“ (UDRUGA 4)

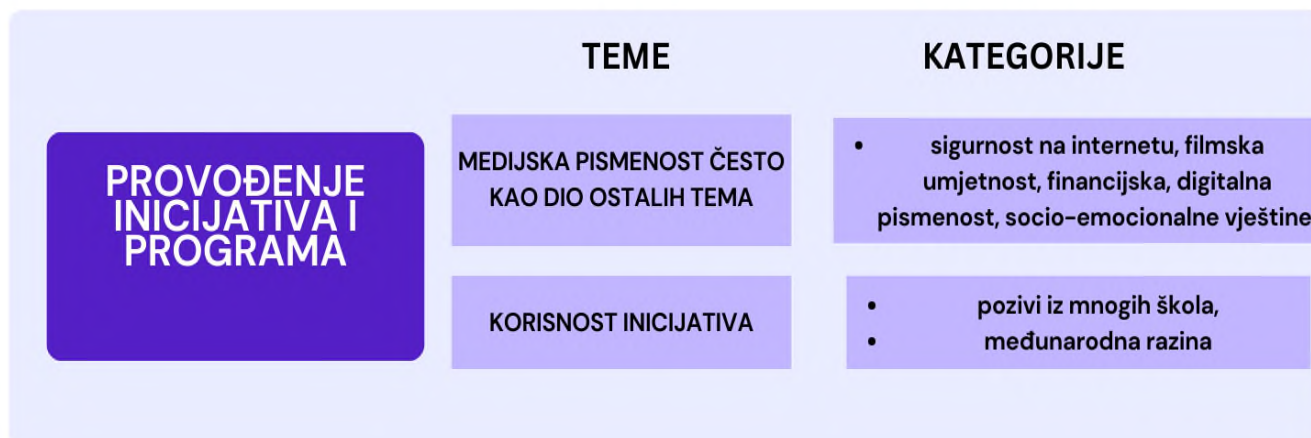
„Mi smo prisutni uglavnom na Facebooku i Instagramu, na društvenim mrežama na kojima je prisutan velik broj roditelja koji nas prate. Nas je manjak trenutno što nemamo resurse za biti prisutni na ostalim platformama koje više prate djeca. Ali roditelji nas prate i redovito pišemo publikacije namijenjene roditeljima i školama u kojima progovaramo vrlo često o 'online' rizicima, socio-emocionalnim vještinama i odgoju općenito.“ (UDRUGA 4)

„Naše prepreke u ostvarivanju projekata mogu biti da se najprije ne sakupi dovoljan broj ljudi koji bi taj projekt mogao ostvariti, pronalazak partnera...“ (UDRUGA 6)

„Smatram da je civilno društvo jedna nadopuna, dodatak i naša je uloga važna, ali javno obrazovanje bi ipak trebalo biti temeljno obrazovanje. Civilno društvo ima zadaću nadopuniti sve ono što su nedostatnosti javnog obrazovanja i javnih programa, takvo je društvo mobilnije, brže se osniva, brže provodi programe, podliježe znatno manjim zakonskim okvirima i u tom smislu je njihova snaga jer brzo djeluje. Činjenica jest da se takve promjene događaju sporo i da treba vremena, ali do tada svi mi u okviru civilnog društva koji se bavimo s time radimo promjene. Isto tako, nužna je i jedna vrsta provjere kvalitete da se primjerice osnuje neko tijelo koje će dati svoje mišljenje o kvaliteti, o procjeni kvalitete te da onda takve programe i financijski se potiče, radi se na njihovom vizibilitetu i pomaže im se u stanovitom razvoju.“ (UDRUGA 7)

## 5. Tematsko područje: Provođenje inicijativa i programa

Tablica br. 6: Tematsko područje „Provođenje inicijativa i programa“



Peto istraživačko pitanje odnosi se na provođenje inicijativa i programa udruga civilnog društva. Odgovori su se kodirali pod temama *Medijska pismenost često kao dio ostalih tema* te *Korisnost inicijativa*.

Ispitani predstavnici udruga detaljno su opisivali razvoj udruga u kojima djeluju i projekata. Istaknuli su česte pozitivne povratne informacije od svih sudionika njihovih inicijativa, dakle od nastavnika, roditelja, pa sve do djece. Svaka je ispitana udruga posebna na svoj način te mnoge u svojim inicijativama potiču razvijanje vještina medijske pismenosti, ali i ostalih vrsta pismenosti. Udruge se bave temama poput sigurnosti na internetu, govora mržnje, elektroničkog nasilja, pravilnog ponašanja na internetu, aktivnosti mladih u zajednici, poticanje proaktivnosti kod mladih građana, financijske pismenosti, razvijanja socio-emocionalnih vještina, mentalnog zdravlja, stvaranja radijskih i novinarskih radova, filmske produkcije, filmskih žanrova, kritičke analize filmskih sadržaja i mnogim drugim važnim temama koje je potrebne približiti djeci i mladima. Većina udruga provodi velik broj projekata koji se iz godine u godinu povećavaju, no osim projekata povećava se i zainteresiranost škola i njihov odaziv pristupanju inicijativama udruga. Većina je udruga istaknula pozitivnu promjenu u svom dugogodišnjem iskustvu i djelovanju, a to je da često ne moraju ni tragati koje će škole biti zainteresirane za njihov projekt već ih škole same zovu da održe razne radionice.

„Premalo je organizacija koji se bave područjem medijske pismenosti na području RH.“  
(UDRUGA 1)

„Vjerujem da mi kao organizacija radimo veliku promjenu u području medijskog obrazovanja, sigurnosti na internetu i pružanju savjeta. Svojim edukacijama i radionicama uvijek želimo naglasiti i te pozitivne strane medija i interneta, trebalo bi djeci dopustiti korištenje interneta i upoznavanje s modernim tehnologijama jer je danas jednostavno to neizbježno, ali u nekom umjerenom vremenu i u načinu primjerenom njegovoj dobi. I svakako najvažnija stvar uz nadzor i komunikaciju roditelja. Često naglašavamo važnost komunikacije i dogovora između roditelja i djece.“ (UDRUGA 2)

„Tehnologija se rapidno razvija i djeca i mladi promjene slijede dobro, no važno je da odrasli i stručnjaci sudjeluju u tome jer je bitno pratiti taj rast znanjem i (životnim) iskustvom jer tek tada medijsku kulturu (i tehnologije) možemo koristiti u punom smislu njihovih kapaciteta.“ (UDRUGA 5)

„Evaluacije su iznimno zanimljive i vrlo pozitivne, iz njih se iščitava da su djeca željna ovakvog načina rada, zainteresiranost je izvrsna, pokazuju potrebu, želju i volju za ovakvim načinom rada, nastavnici također, 'beziciraju' nove termine odmah po završetku prvih ciklusa radionica, dogovori su laki, nastavnici i općenito škole su vrlo dobro organizirane po tom pitanju.“ (UDRUGA 5)

„Što se tiče medijske pismenosti koja je je i kao financijska pismenost postala vrlo osviještena kao potreba za edukacijama. Digitalizacijom i pojavom društvenih mreža povećale su se i brojne opasnosti, ali i prilike. Tako da smo i mi počeli baviti se tim temama. Naši projekti se ne bave isključivo medijskim opismenjavanjem mladih već su kroz razne edukacije i radionice uključene te teme. Smatram da se čak financijska i medijska pismenost u nekim područjima preklapa, to jest da su povezane te da jedno bez drugog ne može. Do nedavno se nije nikad ni spominjalo analiza medija, kritički aspekt, razumijevanje medija i tehnologije, a osobito kritičko razmišljanje – to nam je primarni cilj, podučiti djecu kako samostalno razmišljati i donositi pravodobne odluke. U našim edukacijama dotaknemo se osobito tema poput etike u medijima, privatnost, anonimnost, kreativno izražavanje... Danas postoji velik broj alata i na nama je hoćemo li ih koristiti u dobre ili loše svrhe. Nama je važno da mladi razumiju i da mogu kanalizirati informacije koje su im potrebne.“ (UDRUGA 3)

„Radionice koje provodimo su vrlo dobro prihvaćene od strane učitelja i djece. Kroz zabavan i aktivan način djeca uče kako napraviti dobru lozinku, što napraviti u situacijama ako te netko kontaktira putem interneta ili društvenih mreža, o digitalnim tragovima – sve ono što ostavljamo na internetu, kako drugi doživljavaju naš digitalni trag, što iz njega zaključuju, a kako ga mi

doživljavamo. Kako se kulturno ponašati na internetu, uči ih se o tome da sve što stave na internet da se jednog dana može zloupotrijebiti protiv njih u budućnosti.“ (UDRUGA 6)

„Mogućnosti naše udruge su zaista velike. Imamo velik broj škola i projekata (i ne samo za medijsku pismenost), obrazovnih institucija, međutim ljudi nisu baš upoznati s time. Naše bi se inicijative trebale sustavno promovirati jer s djecom radimo sjajne stvari, kao i ostale hrvatske udruge. A izvan udruge, promoviranje medijske pismenosti u školama ovisi o nekoliko entuzijastičnih pojedinaca koji će htjeti pokrenuti promjene.“ (UDRUGA 6)

„Provodili smo projekt vezan uz medijsku pismenost, htjeli smo educirati mlade o digitalnim vještinama, mali rječnik medijske pismenosti s nekim ključnim pojmovima ovog područja koji može pomoći mladima da razumiju. U ostalim smo projektima implementirali dijelove medijske pismenosti kao dio edukacija, dakle nismo se nikad fokusirali samo na medijskoj pismenosti.“ (UDRUGA 3)

„Mi dakle tu u projektu nastojimo provlačiti teme na koje smo mi fokusirani, dakle od socio-emocionalnih vještina, sport, poduzetništvo, vrijednostima, a usput dajemo naglasak na medijsku pismenost.“ (UDRUGA 4)

„Cilj je provedbom cjelokupnog programa učenike i učenice naučiti misliti, vrednovati i analizirati filmski medij, osnažiti njihovo kritičko mišljenje i medijsku pismenost, naučiti ih promišljati, analizirati, percipirati i interpretirati svijet oko sebe kako bi ravnopravno i odgovorno sudjelovali u društvenim procesima.“ (UDRUGA 5)

„Na radionicama se provodi edukativni pristup uvoda u bavljenje filmom, praktični dio bavljenja određene teme preko tehnologije do rukovanja opremom, svaka od grupa predstavi svoje radove na kraju večeri. Djeca predstave nevjerojatno kvalitetne radove.“ (UDRUGA 7)

## 6. Zaključak

U današnjem informacijskom kaosu djeca moraju poznavati prednosti i nedostatke korištenja medija i interneta. Odgojno-obrazovne institucije trebaju poslužiti kao svojevrsni „putokazi“ koji djecu i mlade podučavaju kako biti korisnici medija sposobni za kritički pristup i promišljanje. Međutim, mnoge su zemlje još uvijek nerazvijene u ovom području, medijska pismenost uglavnom je na kraju ljestvice obrazovnih prioriteta i često je više osobnog nego društvenog karaktera. Medijska pismenost najčešće ovisi o angažmanu i interesu pojedinca, a za odgajatelje, učitelje i profesore, od kojih se očekuje da od djece „naprave“ medijski pismene osobe, ne postoji adekvatno mjesto gdje bi se o toj materiji valjano educirali. Ograničenje i zabrana medija, danas se smatra neadekvatnim strategijama za zaštitu od medijskih utjecaja i rizika na internetu. Mnogo boljom strategijom smatra se medijsko obrazovanje, ne samo djece, već i roditelja, nastavnika, profesionalnih skupina te udruga civilnog društva. Tehnološke i društvene promjene dovele su do medijskih trendova koji ostavljaju utjecaj na građane, a osobito djecu, stoga je potrebno započeti programe medijske pismenosti i pripremiti građane i djecu za život s medijima (Zgrabljic Rotar, 2008).

S obzirom na razne teorijske pretpostavke i istraživanja na temu medijskog opismenjavanja djece jasno je kako je potrebno osmisliti i predložiti kvalitetnije medijsko obrazovanje za učenike 21. stoljeća. Nastavnici i kompetentni stručnjaci trebali bi zajedničkim snagama osmisliti način na koji se najprije profesionalno razviti i educirati u području medijske pismenosti, a potom pomoći djeci pri izgradnji potrebnih vještina medijske pismenosti. Mnogi su nastavnici postali svjesniji društvenih promjena u digitalnom svijetu te nastoje samostalnim inicijativama pridonijeti kvalitetnijoj edukaciji današnje djece i mladih. No, angažiranost i volja pojedinaca nije dovoljna, potrebna je potpora države i ostalih institucija.

Trenutno najkvalitetnije edukacije iz područja medijske pismenosti pružaju upravo udruge civilnog društva koje svojim svakodnevnim trudom, surađivanjem sa osnovnim i srednjim školama diljem Hrvatske, održavanjem radionica s djecom, mladima, nastavnicima i roditeljima, izradom raznih edukativnih priručnika i materijala čine veliku promjenu u osvještavanju ovih tema. Rezultati ovog istraživanja ne mogu se generalizirati na svaku udruhu civilnog društva koja provodi projekte medijske i digitalne pismenosti, stoga ovo istraživanje jasno pokazuje važnost daljnjeg istraživanja ovakvih tema. Provedenim kvalitativnim istraživanjem sa sedam predstavnika udruga civilnog društva moguće je zaključiti da su udruge svjesne uloge i važnosti medija u društvu, a osobito medijskih izazova s kojima se susreću djeca

i mladi te da svojim inicijativama rade intenzivne i konkretne promjene u medijskom opismenjavanju djece u usporedbi s drugim društvenim i političkim strategijama u Hrvatskoj. Njihovi su mnogi projekti priznati na međunarodnoj razini, provedeni u nevjerojatno velikom broju škola u Republici Hrvatskoj te su često nagrađivani i potvrđeni višim institucijama.

Predstavnici udruga svojim evaluacijama zaključuju da se današnja djeca znaju vrlo dobro koristiti medijima, pri tome misleći na praktične vještine korištenja i poznavanja postavki, aplikacija i *trendova*. No, također smatraju da bi zajedno s nastavnicima, roditeljima i ostalim stručnim suradnicima trebali poraditi na kritičkom promišljanju o složenijim procesima u medijima koje su većini djece nepoznate. Djeca često nisu informirana o zakonskim dobnim ograničenjima određenih aplikacija koje su svojevrsna preporuka kada bi se određena aplikacija mogla koristiti. Usprkos mnogim preprekama, udruge svakodnevnim radom nastoje osnaživati svaku školu i zajednice s kojima surađuju. Većina predstavnika udruga smatra da je nužno uvođenje medijske pismenosti kao zasebni predmet ili kao dio već postojećih predmeta u odgojno-obrazovni sustav. Dok manjina udruga smatra da je medijsku pismenost potrebno na drugačiji način uvesti u obrazovanje te da nije potrebno uvoditi novi predmet koji bi mogao još dodatno opteretiti odgojno-obrazovni sustav, ali i današnju djecu.

Poznati američki profesor James W. Potter (2014) predstavlja smjernice za uspješnije kreiranje koncepta medijskog opismenjavanja koji može pomoći svakom stručnjaku, tako navodi korake: 1) početi s jasnom konceptualizacijom medijske pismenosti, 2) postaviti ciljeve podučavanja medijske pismenosti, 3) analizirati i usporediti povijest ciljeva, 4) osmisliti postupak koji će se usredotočiti na stvarne probleme i potrebe u društvu, 5) upravljati posredovanjem, 6) mjeriti pojedinačne rezultate i procese te 7) analizirati koji je korak bio uspješan i utvrditi razlog. Temeljem ovih koraka moguće je zaključiti da je uspostava koncepta medijske pismenosti izrazito složen koncept koji zahtijeva velik broj stručnjaka, metoda, analiza i mjerenja. Udruge civilnog društva rade iznimne korake pri osvještavanju koncepta medijske pismenosti među djecom i mladima. Svojim aktivnostima potvrđuju korisnost programa i čine promjenu u medijskom opismenjavanju djece i mladih.

## 7. Literatura

- Bilici, I. E. (2014) Competition vs. Collaboration: A Study on Promoting Children's, Parental and Teachers' Collaborative Roles in Twenty First Century Digital and Media Literacy Education. *Medijska istraživanja, znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20(2), 69 – 85.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). 77-101.
- Ciboci, L. (2018) Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu, *Medijske studije*, 9(17), 23-46
- Ciboci, L., Osmančević, L. (2015) Kompetentnost nastavnika hrvatskog jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama (121-139) u: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.) *Medijska pismenost - preduvjet za odgovorne medije, Zbornik radova sa 5. regionalne konferencije*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, str. 1- 139.
- Ciboci, L, Kanižaj, I., Gazdić-Alerić, T. (2018) Percepcija ravnatelja osnovnih škola o važnosti medijske pismenosti u primarnome obrazovanju. *Communication Management Review*, 4(1), 60-77.
- Ciboci Periša, L. (2023) Stavovi učitelja razredne nastave i Hrvatskog jezika prema medijskom obrazovanju u hrvatskim osnovnim školama. *Communication Management Review*, 8(02), Hrvatsko katoličko sveučilište u Zagrebu. Zagreb.
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2021) Mediji i djeca predškolske dobi – Priručnik za odgojitelje u dječjim vrtićima. *Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu*. Zagreb.
- Ciboci, L., Kanižaj I., Labaš, D. (2014) Media Education from the Perspective of Parents of Preschool Children: Challenges and Trends in Free Time Media Use. *Medijska istraživanja, znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20(2), 53 – 69.
- Ciboci L., Ćosić Predrag I., Kanižaj I., Potočnik D., Vinković D. (2020) EU Kids online 2020 Hrvatska. *EU Kids Online*
- Chapman, M. (2016) Mapping of media literacy practices and actions in EU-28. *Publications Office European Commission, Directorate-General for the Information Society and Media*.



„Dani medijske pismenosti 2024.“ Pristupljeno 05.06.2024. s adrese: <https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2024/>

„DKMK – Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu“ (2024). Pristupljeno 22.03.2024. s adrese: <https://dkmk.hr/>

Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018) Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4(1), 272 – 285.

European Digital Media Observatory, EDMO – United against disinformation (2024). Pristupljeno 05.05.2024. s adrese: <https://edmo.eu/>

Fuchs, R., Vican, D., Milanović Litre, I. (2011) Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje, *Zagreb: Republika Hrvatska, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa.*

Hrvatski filmski savez (2024). Pristupljeno 07.05.2024. s adrese: <http://www.hfs.hr/>

Huberman A. M., Miles M.B. (1994), *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.*

„Ideje kako medijsku pismenost integrirati u nastavu“ (2022). Pristupljeno 7.6.2024. s adrese: <https://www.medijskapismenost.hr/ideje-kako-medijsku-pismenost-integrirati-u-nastavu/>

Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001) Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece, *Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži. Zagreb.*

Kanižaj, I., Car, V. (2015): „Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti (19-39)“ u: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.) *Medijska pismenost- preduvjet za odgovorne medije, Zbornik radova sa 5. regionalne konferencije*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, str. 1-139.

Krpan., K., Sindikt, J., Bartaković, S. (2017) Knjižnica - podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece, *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60 (2-3), 265-278.

Knezović, K., Maksimović, I. (2016) Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete, *Diacovensia: teološki prilozi*, 24(4), 645-666.

Kolucki, B., Lemish, D., (2013) Priručnik - Kako komunicirati s djecom, Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje, *Zagreb: Unicef*

Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik na osnovne škole i gimnazije (2019). Pristupljeno 13.4.2024. s adrese: [Ministarstvo znanosti, obrazovanja i mladih - Predmetni kurikulumi \(gov.hr\)](http://www.mnrt.hr/predmetni-kurikulumi)

Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M. (2016) Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, *Agencija za elektroničke medije*. Zagreb.

Labaš, D. (2015) Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije. *Knjižničarka: časopis Knjižničarskog društva Rijeka*, 6(6), 22 – 32.

Labaš, D., Marinčić, P. (2016) Mediji kao sredstvo zabave u očima djece.

Labaš, D., Koščević K. (2014) Etička pitanja i manipulacija u oglašavanju. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, 18(1-2).

Majstorović, D., Blažević, N. (2014) The Role of the “VANG” Organization in Media Literacy of the Young Generation of Croatia. *Medijska istraživanja*, znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, 20(2), 255 – 271.

Miliša, Z., Tolić, M. (2008) Određenje medijske pedagogije s komunikacijskog aspekta. Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju.

Müller, M. (2022) Digitalni mediji i nastava. Zagreb. *Durieux*.

Narodne novine (2014) Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije. Pristupljeno 13.6.2024 s adrese: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014\\_10\\_124\\_2364.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_124_2364.html)

Narodne novine (2019) Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj. Pristupljeno 13.6.2024. s adrese: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_01\\_7\\_150.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_150.html)

OFCOM (2023) Children's Media Lives. *A report for Ofcom*.

O projektu „Medijsko obrazovanje je važno“ (2024). Pristupljeno 08.05.2023. s adrese: <https://mov.com.hr/o-projektu/>

Potter, W. J. (2014) Guidelines for Media Literacy Interventions in the Digital Age. *Medijska istraživanja*, znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, 20(2), 5 – 31.

Popović, H. (2008) Civilno društvo u Hrvatskoj. Z. Peruško (ur.) Mediji, kultura i civilno društvo (str. 145 - 173). Zagreb. *Naklada Jesenski i Turk*, Hrvatsko sociološko društvo.

„Suradnici u učenju“, Institut za profesionalni razvoj. Pristupljeno 07.05.2024. s adrese: <https://ucitelji.hr/>

Tolić, M. (2009) Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i Škola: Časopis Za Teoriju i Praksu Odgoja i Obrazovanja*, LV(22), 97–103.

„Udruga Pragma“ (2024). Pristupljeno 27.04.2024. s adrese <https://www.udruga-pragma.hr/>

„Zajedno do boljeg interneta“ (2024). Pristupljeno 16.04.2024 s adrese: <https://csi.hr/>

Zgrabljic Rotar, N., (2005) MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji u Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo: *MediaCentar*.

Zgrabljic Rotar, N. (2023) Uvod u medije i medijsku pismenost: Zagreb. *Leykam international* d.o.o.

Zgrabljic Rotar, N. (2008). Medijska pismenost i medijska etika u civilnom društvu. Z. Peruško (ur.) *Mediji, kultura i civilno društvo* (str. 43 – 74). Zagreb. *Naklada Jesenski i Turk*, Hrvatsko sociološko društvo.