

OBITELJ I IZAZOVI NOVIH MEDIJA



***Priručnik s radnim listićima za roditelje,
nastavnike i stručne suradnike***

Treće dopunjeno izdanje

Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš, Leali Osmančević



www.djecamedija.org

Impressum:

*Izdavač: Društvo za komunikacijsku
i medijsku kulturu (DKMK),
Kordunска 1, 10 000 Zagreb*

*www.dkmk.hr
elektronička pošta: info@dkmk.hr*

Naklada: 750

Autori: Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš, Leali Osmančević

Lektura: Danijel Labaš

Dizajn, graf. priprema i tisk: Prsten d.o.o. - Creative Visual Solutions

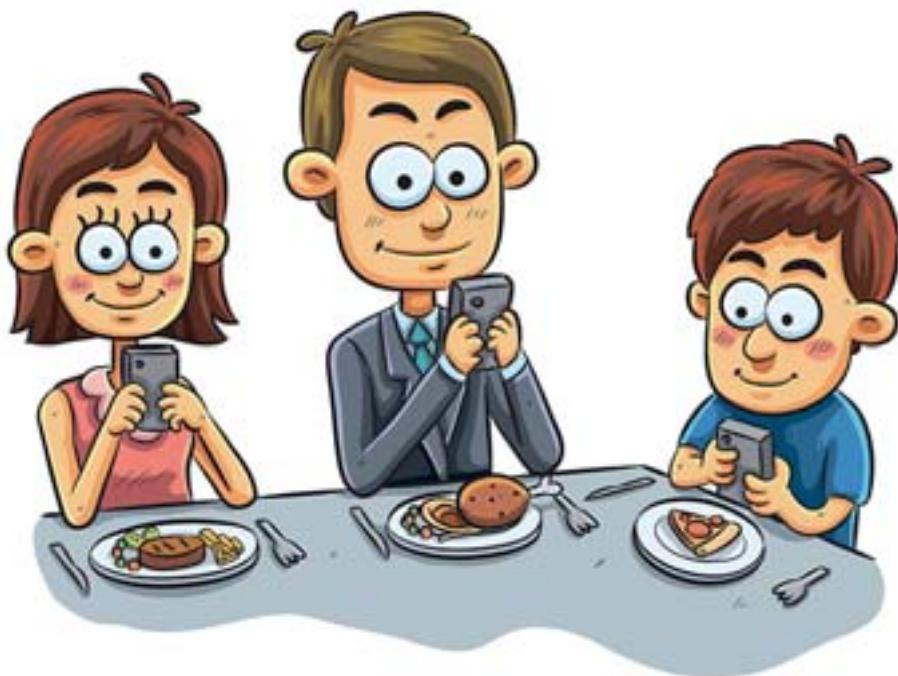
Fotografije: Shutterstock

Tiskano uz potporu Ministarstva znanosti i obrazovanja RH u veljači 2018. godine.

Projekt „Medijskom pismenošću protiv grupe mržnje i elektroničkog nasilja”.



OBITELJ I IZAZOVI NOVIH MEDIJA



***Priručnik s radnim listićima za roditelje,
nastavnike i stručne suradnike***

Treće dopunjeno izdanje

Sadržaj

I. MEDIJI U ŽIVOTIMA DJECE I MLADIH

Vrste medija	4
Osnovne medijske funkcije – informiranje, obrazovanje i zabava	6
Povijest medija	7
Radionica 1: Vremenska crta medija	14
Radionica 2: Jedan dan bez medija	15
Radionica 3: Moja vijest	16
Radionica 4: Moja radijska emisija	17
Radionica 5: Analiza naslovnih stranica Večernjeg lista – dnevne novine	18
Radionica 6: Usporedba tiskanog i online izdanja novina	19
Pozitivne strane medija	20
Dječja prava u medijima	21
Promicatelji dostojanstva i razvoja čovjeka i društva	22
Oglašavanje na korist čovjeka i društva	24
Radionica 7: Zid dobrih priča.....	26
Radionica 8: Tvorница znanja	27
Radionica 9: Kad bih bio urednik na televiziji!	28
Radionica 10. Knjiga ili film? Zadatak za školske praznike	29
Negativne strane medija – nasilje u medijima.....	30
Negativne strane medija - prikaz ljepote u medijima.....	32
Negativne strane medija - mediji i oglašavanje	34
Deset savjeta koji pomažu saznati... Što su i kako prepoznati lažne vijesti	36
Radionica 11: Osviještenost o količini i sadržaju reklama u filmskom programu.....	38
Radionica 12: Vanjsko oglašavanje	39
Radionica 13: Kino dvorane i oglašavanje	40
Radionica 14: Moć uvjerenja u reklamama.....	41

II. TELEVIZOR U OBITELJI

Savjeti i smjernice za roditelje	42
Zaštita djece pomoću dobnih oznaka.....	44
Djeca i mediji.....	48
Radionica 15: Vodič za korištenje medija	49
Radionica 16: Kada bih mogao/mogla u medijima bih promijenio/la	50
Radionica 17: Što mi poručuje animirani film.....	51
Radionica 18: Nabroji 5!.....	52
	53

III. MEDIJSKA PISMENOST

Medijska pismenost u Hrvatskoj.....	54
Problemi u provedbi medijske kulture.....	56
Interes medijskih korisnika za medijsku pismenost	58
Radionica 19: Medijska spajalica	59
Radionica 20: Napravi svoju reklamu!	60
Radionica 21: Medijska abeceda	61
Radionica 22: Moje novine.....	62
	63

<i>Radionica 23: Slikopriča bez riječi</i>	64
<i>Radionica 24: Slikopriča s riječima</i>	65
<i>Radionica 25: Slika govori više od 1000 riječi</i>	66
<i>Radionica 26: Pomažem vršnjaku!</i>	67

IV. VIDEOIGRE68

<i>Videoigre u životima djece i mlađih.....</i>	70
<i>Pozitivne strane videoigara.....</i>	71
<i>PEGI</i>	72
<i>Negativne strane videoigara</i>	74
<i>Radionica 27: Videoigra i stvarni život</i>	78
<i>Radionica 28: Najpopularnije videoigre i njihovi sadržaji - spajalica</i>	79
<i>Radionica 29: 5 najboljih videoigara</i>	80
<i>Radionica 30: Ekran medijske pismenosti</i>	81

V. SVIJET INTERNETA NA DLANU82

<i>Internet u životima djece i mlađih.....</i>	84
<i>EU Kids Online Hrvatska - nacionalno istraživanje sigurnosti djece i mlađih na internetu.....</i>	86
<i>Tko su youtuberi i kako su postali popularni?.....</i>	90
<i>Elektroničko nasilje</i>	92
<i>Razlike između nasilja u stvarnom životu i elektroničkog nasilja.....</i>	94
<i>Oblici elektroničkog nasilja</i>	96
<i>Grupe mržnje na društvenim mrežama</i>	97
<i>Kako sprječiti elektroničko nasilje?</i>	99
<i>Što učiniti u slučaju elektroničkog nasilja?</i>	101
<i>Radionica 31: Smjernice za prevenciju elektroničkog nasilja.....</i>	104
<i>Radionica 32: Povezivanje parova</i>	106
<i>Radionica 33: Ugovor o korištenju tableta</i>	107
<i>Radionica 34: To sam ja!?</i>	108
<i>Radionica 35: Vježba pretraživanja podataka na internetu.....</i>	109

VI. ODGOJ KOMUNIKACIJOM U OBITELJI110

<i>Radionica 36: Vaš korak prema medijskoj pismenosti.....</i>	120
--	-----

<i>Popis korištene literature.....</i>	122
--	-----

<i>Djeca medija.....</i>	123
--------------------------	-----

I. MEDIJI U ŽIVOTIMA DJECE I MLADIH



**Masovni mediji odavno su dio naše svakodnevice.
Usmjereni su na jako veliki broj ljudi kojima
prenose informacije ili poruke. Prijenos
informacija kreće od pošiljatelja od kojeg se putem
medija – tiska, televizije, radija ili interneta –
šalje do primatelja poruke, odnosno do svih nas.
Medije možemo podijeliti na tradicionalne i nove.
U tradicionalne medije ubrajaju se tiskani mediji,
radio i televizija, dok se u nove medije uvrštava
internet, odnosno svi sadržaji do kojih možemo
doći putem novih informacijskih i komunikacijskih
tehnologija, bilo da je riječ o pametnom telefonu,
tabletu ili računalu. Spomenute medije također
možemo podijeliti na vizualne (tisk), auditivne
(radio) i audiovizualne (televizija i internet).**





Osnovne medijske funkcije - informiranje, obrazovanje i zabava

Tri su osnovne funkcije medija. Prva od njih je funkcija **informiranja**. Mediji nas u kratkom vremenskom razdoblju mogu informirati o najnovijim događajima koji su aktualni ne samo u našoj okolini već u cijelom svijetu. Osim vijesti, mediji mogu svoju informativnu funkciju obavljati kroz promicanje prava marginaliziranih društvenih skupina, ukazivanje na aktualne probleme u zajednici i društvu, pozivanje na sudjelovanje u humanitarnim aktivnostima te općenito kroz poticanje korisnika na pozitivno djelovanje u svojoj okolini. Medijsko izvještavanje može utjecati i na samo dječje samopoimanje, ali i na sliku koju odrasli imaju o djeci. Kada je riječ o informativnoj funkciji, mediji prije svega moraju biti istinoljubivi, objektivni i vjerodostojni te u potpunosti izbjegavati senzacionalistički pristup informacijama. Te tri odlike su ujedno i putokazi za odabir i praćenje kvalitetnih informativnih medijskih sadržaja u obitelji.

Druga funkcija medija je funkcija **obrazovanja**. Osim što nas informiraju, mediji sudjeluju i u našem obrazovanju. Kroz različite teme koje

obrađuju, mediji promiču različite kulturne, obrazovne i odgojne sadržaje. Pri korištenju medija u obitelji najkvalitetniji medijski sadržaji su svakako edukativni koji nas uz podučavanje mogu upoznati i s novim kulturama, mjestima, ljudima i pojavama. Vrijeme se u obitelji može kvalitetno provoditi i igranjem edukativnih računalnih igara. Također, sve više odgojno-obrazovnih institucija, a posebice osnovnih škola, koristi obrazovne medijske sadržaje u svakodnevnoj nastavi. Takvi sadržaji svakako su poželjni i u obitelji.

Funkcija **zabave** je treća, djeci ujedno i najzanimljivija funkcija medija. Zabavni medijski sadržaji mogu biti dio djeće, ali i obiteljske svakodnevice. Velika je mogućnost da će dijete pri prvom susretu s medijima gledati upravo zabavne sadržaje. U takve sadržaje ubrajamo crtane filmove, humoristične serije i filmove, zabavne računalne igre te sve emisije kojima je primarni cilj razonoditi publiku uz korištenje humorističnih prikaza i smijeha. Ovakvi sadržaji u svom središtu ne smiju imati elemente nasilja zato što oni prije svega služe opuštanju i razonodi.

Povijest medija

Mediji kakve danas poznajemo bitno se razlikuju od svojih prvotnih oblika. Sve je počelo još u starim civilizacijama koje su sve važne poruke i događaje bilježile isključivo znakovima, najprije slikanim, a kasnije i pisanim. U dijelu koji slijedi ukratko se pojašnjava povijest medija.

Tisak

Drevne civilizacije svojim su slikovnim zapisima na zidovima špilja označavale sve što su smatrale bitnim. Osim špilja, ljudi su informacije bilježili i na velikim kamenim ili metalnim pločama. U tom razdoblju veliku je važnost imala i usmena predaja koja je također omogućavala prijenos informacija, događaja i priča. Pojavom papira knjige su se morale prepisivati ručno, te je tako nastajao svaki novi primjerak. Prepisivanjem su se dugi niz godina bavili redovnici i tadašnje su

knjige bile vrlo rijetke i skupe upravo zbog njihove dugotrajne izrade. No, izum tiskarskog stroja 1455. godine znatno je olakšao i ubrzao proces nastanka novih knjiga. Za izum tiskarskoga stroja i pokretnih slova zaslužan je Johannes Gutenberg, a prva tiskana knjiga bila je Biblija. Osim knjiga, s vremenom su se počele tiskati i novine. Jedne od prvih novina koje su nastale su njemačke novine Avisa Relation oder Zeitung (1609.) i francuske novine La Gazzette (1631.).





Tisak u Hrvatskoj

Prva knjiga tiskana u Hrvatskoj bila je „Misal po zakonu rimskog dvora“ iz 1483. godine. Prve novine koje su nastale u Hrvatskoj bile su zagrebačke tjedne novine Ephemerides Zagrabienses koje su izlazile na latinskom jeziku. Potom su počeli izlaziti tjednici na njemačkom - Agramer Deutsche Zeitung (1786.) i Kroatischer Korrespondent (1789.) te Kraljski Dalmatin (1806.) koji je ujedno bio i prvi upravno-politički tjednik na našim prostorima koji je izlazio na talijanskom i hrvatskom jeziku. Spomenute novine priređivao je don Nikola Dominik Budrović koji se upravo zbog toga smatra prvim hrvatskim novinarkom. Zbog tadašnjih političkih okolnosti na našim prostorima, sve novine su se najviše bavile političkim temama, borbom za neovisnost i buđenjem nacionalne svijesti. Prve prave hrvatske novine pokrenuo je i uređivao Ljudevit Gaj 1835.

godine, a zvale su se Novine horvatzke te su imale redoviti tjedni prilog pod imenom Danica horvatzka, slavonska i dalmatinska. Ove novine su ujedno i obilježile Hrvatski narodni preporod, a s vremenom su mijenjale naziv pa su tako najprije prerasle u Novine ilirske, a potom i u Narodne novine koje izlaze još i danas. Hrvatsko novinarsko društvo osnovano je 1910. godine i ono postoji još i danas. Prva žena novinarka bila je Marija Jurić Zagorka, književnica, izvjestiteljica i urednica časopisa Ženski list. Poznata je i po mnoštvu napisanih feljtona u časopisu Obzor, a njezini tekstovi mogu se pronaći i u nekadašnjem Jutarnjem listu, Večeri i Malim novinama. Tisak je od tih vremena do danas prošao mnoge promjene, a posljednjih nekoliko godina većina tiskanih izdanja u Hrvatskoj ima manju nakladu pa će mnogi reći kako je tisak danas u krizi.

Radio

Proces nastanka radija kakvog poznajemo danas nije bio brz, a ni jednostavan. Teoretičari se do danas ne mogu sa sigurnošću složiti oko pravih okolnosti nastanka radija te se usuglasiti je li riječ o jednom izumitelju ili više njih. Početkom 19. stoljeća Michael Faraday i Joseph Henry bili su zasluzni za mogućnost prijenosa zvuka elektromagnetskim valovima koje su kasnije proučavali Heinrich Hertz, Nikola Tesla i Guglielmo Marconi. No, Marconi je 1896. godine uspješno predstavio bežičnu komunikaciju putem bežičnog telegraфа koju je odmah i patentirao u Londonu. Mnogi teoretičari se slažu da je Marconi skupio znanja svih svojih prethodnika i kolega znanstvenika te ih je prvi najuspješnije povezao i predstavio svijetu zbog čega je upravo njegovo ime najpoznatije u kontekstu nastanka radija i njegovog razvoja.



Nakon demonstracije, uspješno je odaslan i prvi signal na udaljenosti od 19 kilometara, a zatim i preko čitavoga La Manchea (Engleskog kanala) dugačkog gotovo 34 kilometra. Marconi je 1901. godine uspio odaslati i signal preko Atlantskog oceana te je osam godina kasnije, točnije 1909. dobio i Nobelovu nagradu za iznimna dostignuća na području fizike. Prva službena radijska postaja nastala je i proradila 1920. godine u Pittsburghu.

Glavna značajka tadašnjeg radija bila je povećanje dometa i ostvarivanje kvalitete pri prijenosu zvučnih signala. Tranzistor je otkriven 1952. godine te je i sam radijski prijemnik postao jeftiniji i dostupniji siromašnijim slojevima društva. U ovom razdoblju i glazba prestaje biti obilježjem elite, te postaje dostupnijom i običnom narodu. U isto vrijeme dolazi do nastanka kasetofonskog čuvanja snimljenog zvuka. Radio od 1980. godine postaje jednodimenzionalni zvučni medij s vrlo očitim obilježjima kao što su brzina i umjetnost zvuka. Glavno obilježje postaje ostvarivanje sustava dvosmrjerne komunikacije. Jedan od novijih stupnjeva razvoja radija je RDS (Radio Data System) koji slušateljima omogućuje sudjelovanje te odabir odnosno selekciju informacija, a mnoge radijske postaje svoje programe danas emitiraju i putem interneta.



Radio u Hrvatskoj



Prva radijska postaja u Hrvatskoj bila je Radio Zagreb. Prva hrvatska radijska spikerica bila je Božena Begović, a prve riječi puštene u eter bile su: „Halo, halo, ovdje Radio Zagreb!“ koje je spomenuta spikerica izgovorila 15. svibnja 1926. godine. Radio Zagreb je bila prva radijska postaja u ovom dijelu Europe, a osnovali su je radioamateri i poslovni ljudi koji su bili članovi Radio kluba Zagreb. Ivo Stern bio je prvi ravnatelj Radija Zagreb. Tadašnji radijski program započeo je klavirskom izvedbom Krste Odaka koji je izveo „Lijepu našu“. Uz emitiranje vlastitog programa Radio Zagreb prenosio je manifestacije i kulturna događanja iz Zagreba i drugih gradova. Prva hrvatska radiodrama „Vatra“ izvedena je u travnju 1927. godine. U prvoj godini emitiranja, Radio Zagreb je imao više od 4000 pretplatnika.

Preko Radija Zagreba je u travnju 1941. proglašena i Nezavisna Država Hrvatska te se sama radijska postaja tada nazivala Državna krugovalna postaja Zagreb. Prva podružna postaja pokrenuta je 1942. u Dubrovniku, a potom i u Sarajevu, Banja Luci i Osijeku. Postaja mijenja ime 1960. godine i zove se Radiotelevizija Zagreb (RTZ). Redovito se emitiraju tri programa, a širom Hrvatske se osnivaju brojne podružnice. Prvi program RTZ-a je s cjelodnevnim emitiranjem započeo na pedesetu obljetnicu osnutka radija, točnije 1976., a od 1997. to čine i Drugi i Treći program kao i Radio Sljeme. U lipnju 1990. Sabor Republike Hrvatske je izglasao Zakon po kojem je RTZ preimenovana u Hrvatsku radioteleviziju koja je imala značajnu i veliku ulogu u Domovinskom ratu. Hrvatska ima bogatu radijsku scenu pri čemu treba razlikovati javne postaje od privatnih budući da se razlikuje način kako se financiraju, a nerijetko su različiti i sadržaji koje proizvode.

Televizija

Riječ televizija spoj je dviju riječi – grčke tele koja znači daleko i latinske visio koja označava prikaz. Zbog njezine raširenosti televiziju se naziva i medijem 21. stoljeća. Za njezinu je pojavu zaslužno nekoliko stručnjaka, a sve je počelo 1926. godine kada je svoj izum – televizor – u Londonu predstavio britanski znanstvenik John Logie Baird. Ipak, Baird je svoj izum temeljio na nacrtima iz 1884. koji su mu olakšali daljnje pretvaranje slike u električni signal spremjan za daljnje odašiljanje. Iste godine, Baird je osnovao prvu televizijsku kompaniju „Television Limited“, dok je prva televizijska emisija emitirana tri godine kasnije, 1929. U tom razdoblju su televizijski uređaji najprije pokazivali sliku, a potom se čuo zvuk koji je kasnio. U svojim počecima, televizija je najprije prikazivala prijenose koncerata i važnijih sportskih događaja

koji su bili unaprijed snimljeni. Prva zemlja koja je počela emitirati gotovo cijeloviti televizijski program bila je Njemačka koja je s emitiranjem započela 1935. godine. Prvi veliki prijenos sportskog događaja koji je trajao puna 72 sata dogodio se u Berlinu 1936. godine za vrijeme održavanja Olimpijskih igara. Prvi prijenos u SAD-u dogodio se u New Yorku tijekom otvorenja Svjetske izložbe 1939. godine u sklopu kojega je govor održao tadašnji predsjednik Franklin D. Roosevelt. Cijelu svečanost krunidbe kraljice Elizabete II. je 1953. godine prenio BBC, a prijenos je pratilo 22 milijuna ljudi iz nekoliko država. Ovaj je prijenos ujedno bio i jedan od najznačajnijih jer su ga kasnije prenosile i koristile druge televizijske kuće. Druga prekretnica u razvoju televizije dogodila se 1962. godine kada je televizijski signal uspješno prenesen preko čitavog Atlantika.





Televizija u Hrvatskoj

Emitiranje Televizije Zagreb, prve hrvatske televizijske kuće, započelo je 28. studenoga 1956. godine prijenosom Dnevnika koji je vodio Ivan Hetrich. Prva informativna emisija - Jučer, danas, sutra - počela se emitirati 1963., a vodili su je Oliver Mlakar i Gordana Bonetti. Nakon osnutka samostalne hrvatske države osnovana je i Hrvatska radiotelevizija (HRT). Osim HRT-a postoje i brojni privatni televizijski kanali, a sve je više i kabelskih programa pa stoga možemo reći kako u povijesti Hrvatske nikada nije bilo više televizijskih programa.

Internet

Jedan od svakako najpopularnijih medija današnjice je internet. Počeci interneta kakvog poznajemo danas su u 1969. godini kada je američko Ministarstvo obrane osnovalo Arpanet. Preko Arpaneta je po prvi puta u povijesti omogućen prijenos podataka s jednog računala na drugo putem mreže. Internet se od tada počeo širiti cijelim svijetom pa je tako 1976. godine i britanska kraljica Elizabeta poslala prvi e-mail. Engleski znanstvenik Tim Berners Lee je 1989. godine stvorio World Wide Web s kraticom WWW koja se od tada koristi za pristup svim mrežnim stranicama. Prva internetska stranica koja funkcioniра još i danas stvorena je 1991. godine, a glasi <http://info.cern.ch>.



Internet u Hrvatskoj

Počeci interneta u Hrvatskoj vezani su ponajviše uz 1991. godinu kada je nastao veliki projekt CARNet (Croatian Academic and Research Network: Hrvatska akademska i istraživačka mreža) koji se godinu dana poslije priključio na internet preko Austrije. CARNet djeluje i danas, posebice u obrazovnim institucijama. Domenu „hr“ Hrvatska je dobila 1993., nakon čega je započelo stvaranje prvih hrvatskih mrežnih stranica. Internet je posljednjih nekoliko godina postao vrlo važan medij za djecu uz pomoću kojega nerijetko prate sve ostale tradicionalne medije, a internet ima važnu ulogu i u komunikaciji među djecom zahvaljujući brojnim novim mogućnostima koje pruža.



Radionica 1: Vremenska crta medija

Na vremenskoj crti označi u kojem je stoljeću bio pokrenut određeni medij:

Mediji: tisak, radio, tv, internet





Radionica 2: Jedan dan bez medija

Zamislite da jedan dan ne smijete koristiti medije ni na koji način. Navedite što biste sve mogli raditi taj dan i s kime biste proveli dan bez medija. Opišite svoje aktivnosti od jutra do večeri i napravite raspored za cijelu obitelj.





Radionica 3: **Moja vijest**

Neka svako dijete odabere jednu temu iz svoje okoline i napiše vijest o tome te je prezentira. Kako biste im olakšali pisanje, ponudite im nekoliko glavnih smjernica za pisanje vijesti.

- **Naslov vijesti** – jasan, zanimljiv i sažet.
- **Sadržaj vijesti** – neka informacije odgovaraju na pet pitanja: TKO, ŠTO, GDJE, KADA i ZAŠTO?
- **Oprema vijesti** – fotografija s potpisom autora ili navedenim izvorom ako se preuzima s interneta.

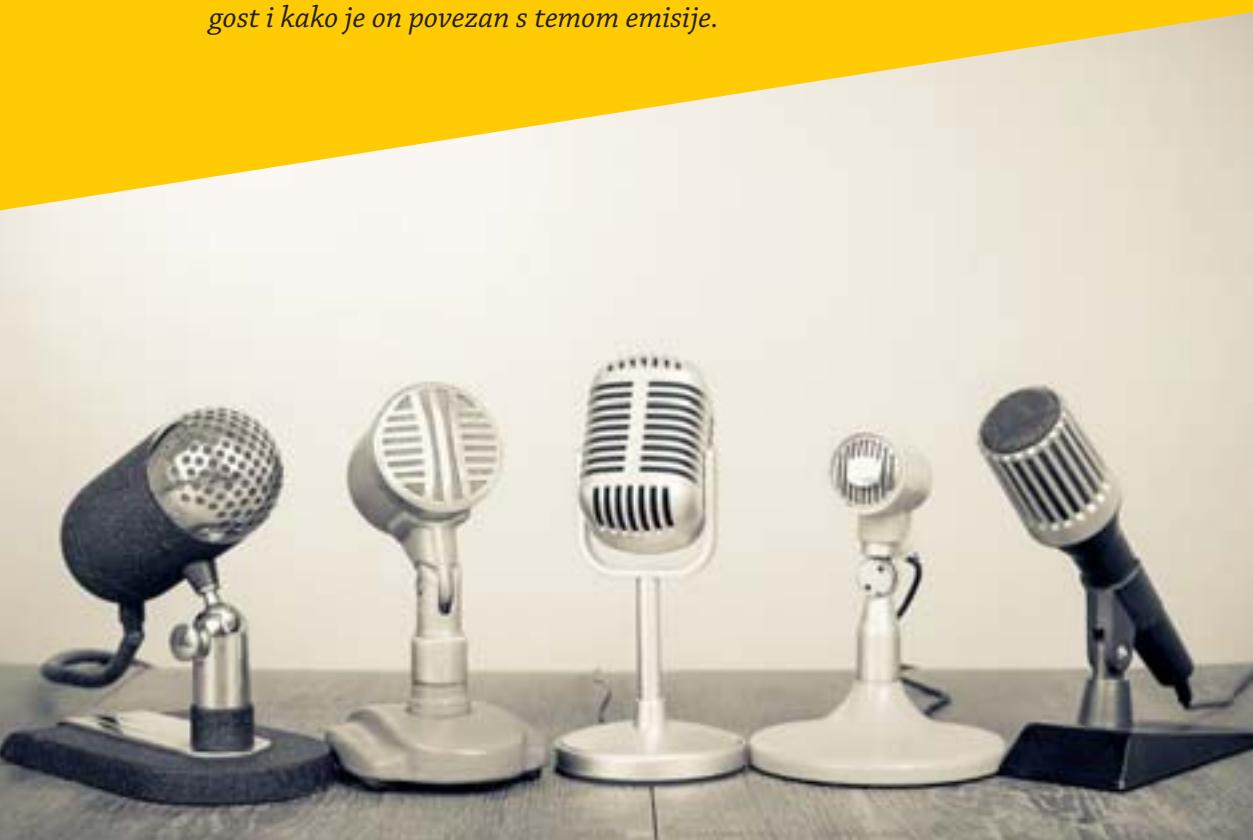




Radionica 4 : Moja radijska emisija

Djeca trebaju uz pomoć diktafona (ili pametnog telefona), papira i olovke snimiti svoju radijsku emisiju na temu koju žele. Radijska emisija treba trajati 20 minuta – 2 minute za najavu i odjavu, 3 minute za pjesmu i 15 minuta razgovora voditelja i sugovornika o temi emisije. Za jednostavnije snimanje, djeca mogu slijediti navedene smjernice:

- ➔ *Neka tema emisije bude zanimljiva i aktualna.*
- ➔ *Neka gost emisije bude osoba koja zna puno o odabranoj temi i koja može prenijeti korisne informacije.*
- ➔ *Neka najava i odjava emisije budu kratke i jasne; u najavi treba ukratko opisati temu, a u odjavi spomenuti o čemu je bilo riječi u emisiji.*
- ➔ *Neka voditelj bude jasan u svojim pitanjima za gosta emisije i neka prije razgovora slušateljima kratko pojasni temu emisije – zašto je baš ta tema odabrana, zašto je važna za slušatelje i što je u toj temi zanimljivo.*
- ➔ *Neka voditelj prije razgovora s gostom kratko najavi zašto je odabran baš taj gost i kako je on povezan s temom emisije.*





Radionica 5: Analiza naslovnih stranica Večernjeg lista – dnevne novine (za djecu od 4. do 8. razreda)

Prije sata medijske kulture registrirajte se kao korisnik na stranici CEPIS.hr kako biste mogli koristiti bazu podataka u kojoj se nalaze naslovne stranice Večernjeg lista od 1989. do 2015. godine.

Na svom računalu djeci prezentirajte 5 naslovnih stranica na isti dan iz pet različitih godina po vašem odabiru. Naslovne stranice možete i prethodno pohraniti na svoje računalo.

Nakon što im pokažete pet navedenih naslovnih stranica raspravite s učenicima o sadržaju stranica, slikama, naslovima, sadržaju naslova, temama na koje se odnose naslovi, ukupnom broju naslova na stranici, grafičkom izgledu novina, cijeni novina. Nakon toga odaberite jednu od aktualnih naslovnih stranica novina i temeljem objavljenih naslova postavite pitanje učenicima koje bi oni događaje odabrali kao događaje dana i zašto. To je i prilika za djecu u kojoj mogu naučiti kako naslove određuju i opremaju urednici, dok novinari pišu tekst i eventualno predlažu određene naslove.





Radionica 6: Usporedba tiskanog i online izdanja novina

Djeca i mladi sve više prate digitalna izdanja dnevnih novina. Prema postojećim istraživanjima istodobno sve manje mlađih čita dnevne novine. Cilj je ove radionice da učenici postanu svjesni sličnosti u izvještavanju za novine i njihova internetska izdanja, ali i da upoznaju brojne mogućnosti koje nudi internet.

Odaberite im jedan tekst iz dnevnih novina – tiskanog izdanja. Umnožite po jedan primjerak za svakog učenika. Na satu im dajte zadatak da ga detaljno pročitaju i vrednuju. Zajedno s prijateljem iz klupe trebaju raspraviti o sadržaju članka. Nakon toga se od njih očekuje da pronađu internetsko izdanje istoga članka (na internetskoj stranici uz pomoć pametnog telefona ili računala) te utvrde i prepoznaju sličnosti i razlike.

Internetska izdanja novina nude brojne mogućnosti koje nemamo u tisku: možemo dodavati fotografije, mijenjati opremu i sadržaje, dodavati video priloge, komentare čitatelja, dužinu priloga ...



Pozitivne strane medija

Uz svoje tri glavne funkcije – informiranje, obrazovanje i zabavu – mediji imaju i druga pozitivna obilježja. Mediji prenose informacije i u jako kratkom vremenu te informacije mogu doći do velikog broja ljudi. Mediji nam mogu približiti svaki događaj i pomoći njih možemo saznati osnovne informacije o onome što nas zanima. Kao i svatko od nas, djeca također imaju prirodnu potrebu za informiranjem i saznavanjem novih stvari i mediji su jedno od sredstava kojima se mogu uspješno služiti u svakodnevnom životu. Obrazovna uloga medija je jednakom tako vrlo važna i pozitivna, posebice tijekom djetetovog školovanja u kojem su upravo mediji ti za kojima dijete poseže kada želi saznati nešto više o temi koja ga zanima, kada neku knjigu poželi pročitati na ekranu računala ili kada priprema referat ili neki drugi školski zadatak. U trenucima opuštanja, mediji nam također mogu biti saveznici, posebice sa svojim zabavnim sadržajima. Bilo da je riječ o crtanim filmovima, zanimljivim dokumentarnim filmovima, zabavnim emisijama ili smiješnim prikazima djeca se, kao i

odrasli, rado opuštaju uz medije i uz njih provode svoje slobodno vrijeme. Djeci osnovnoškolske dobi su posebno privlačne razne računalne igre kojih je na tržištu sve više. Pozitivni primjeri su i različite verzije edukativnih igara kroz koje i djeca i odrasli na zabavan način mogu naučiti nešto novo. Valja spomenuti i da je jedan od najčešćih načina provođenja slobodnog vremena u životima djece pretraživanje interneta i korištenje društvenih mreža. Društvene mreže postale su sastavnim dijelom svakodnevice djece i mlađih. Čak 99% djece u Hrvatskoj ima pristup internetu, a njih 93% posjeduje profil na društvenoj mreži (Poliklinika za zaštitu djece Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2013). Još jedna od pozitivnih strana medija svakako je pomaganje drugima. Naime, brojne humanitarne akcije do širokih masa u kratkom vremenskom razdoblju dopru upravo zbog medija i na taj način vrlo brzo uspijevaju nekome pomoći. Nažalost, uz brojne pozitivne strane, mediji imaju i negativne koje mogu ostaviti ozbiljne posljedice na sve nas, a posebno na djecu.



Dječja prava u medijima

Mediji imaju važnu ulogu u promoviranju i zaštiti dječjih prava. Svojim izvještavanjem novinari mogu upozoriti na kršenje dječjih prava, ali i omogućiti djeci da se njihov glas i razmišljanje o temama koje ih se tiču čuju u javnosti. Naime, pravo djece na slobodu izražavanja jedno je od temeljnih dječjih prava zajamčenih Konvencijom o dječjim pravima. Stoga prije svega treba njegovati i poticati izradu dječjih školskih časopisa u hrvatskim školama jer su to još uvijek jedini mediji u Hrvatskoj koji su u potpunosti posvećeni djeci, a u čijem stvaranju sudjeluju sama djeca.

Dosadašnja istraživanja u Hrvatskoj pokazala su da mediji često krše dječja prava, prije svega pravo na privatnost (Ciboci i sur., 2011; Vlainić, 2012; Ciboci, 2014; Ciboci i Osmančević, 2014), a vrlo rijetko ih promoviraju. Istraživanja pokazuju i da su djeца rijetko izvori informacija u medijima (Ciboci i sur., 2011). Stoga važnu ulogu imaju roditelji i učitelji koji djecu trebaju poticati na izražavanje svojih stavova i ideja kroz izradu medijskih sadržaja jer je kreiranje medijskih sadržaja važan korak u medijskom osnaživanju djece, ali i informiranju šire javnosti o temama koje su djeci važne.



Promicatelji dostojanstva i razvoja čovjeka i društva

Mediji danas imaju nezamjenjivu i po mnogo čemu jedinstvenu ulogu i odgovornost u promicanju autentičnoga i cijelovitog razvoja osoba i u pospješivanju blagostanja društva. Informiranje preko medija uvijek je u službi općeg dobra.

Svaki pojedinac i svako društvo ima pravo na obaviještenost utemeljenu na istini, slobodi, pravednosti i solidarnosti. Zbog toga su mediji svjesni svoje obveze promicanja poštivanja ljudske osobe, njezinoga prava, ali i obvezе na slobodan izbor, njezine unutarnje slobode. Sve su to dobra koja bi se kršila ako bi mediji zloupotrebljavali čovjekove slabosti. Mediji stoga mogu pridonijeti sposobnosti razmišljanja i odlučivanja čovjeka, pomažući mu objektivnim, nepristranim i cijelovitim informiranjem. Pri tome uvijek moraju voditi računa o dostojanstvu ljudske osobe bilo preko sadržaja, tj. onoga što objavljaju i načina na koji to čine, ali i preko djelovanja i utjecaja kojega imaju na svoju publiku. Društveno odgovorni mediji nikada ne pristaju biti prijenosnici pogrešnoga ili iskrivljenoga pogleda na život, na obitelj, na društveni moral, te poštuju i zastupaju autentično dostojanstvo svake ljudske osobe, bez obzira na njezin društveni status, porijeklo, rasu, vjeru ili svjetonazorsku pripadnost.

I tradicionalni i novi mediji u današnjem globaliziranom svijetu imaju vrlo važnu ulogu i u povezivanju ljudi. Oni pomažu i podupiru socijalizaciju u raznim slojevima društva, ali i među društvima na svjetskoj razini jer prenose i šire informacije, vrijednosti i mišljenja o drugim ljudima, društvima i kulturama. Njihova uloga u prenošenju kulturnih sadržaja je nezamjenjiva. U tom kontekstu, mediji imaju dvije alternative: ili

pomažu čovjeku rasti u shvaćanju i prihvatanju istine i dobra ili se pretvaraju u razarajuće snage koje se suprotstavljaju ljudskome i društvenome blagostanju i dobrobiti.

Društvena odgovornost medija široka je i oni pridonose širenju horizontata, ali i usmjeravanju pozornosti na važne teme kao što je potreba poštivanja okoliša. Zato mediji danas imaju vrlo važnu ulogu u podizanju razine svijesti o ekološkim problemima i nužnosti novoga odnosa prema svijetu u kojem živimo. Mediji u tom kontekstu upozoravaju na čovjekovo nemoralno ponašanje, na želju da posjeduje i uživa, da pretjerano troši i nepravedno raspoređuje bogatstva i zalihe koji su dani svima, bez obzira gdje živjeli i kojoj kulturi ili zemlji pripadali. I na taj način mediji također promiču autentičan i cijelovit razvoj ljudske osobe i društva, upozoravajući da čovjek osim materijalnih ima i duhovne, intelektualne i kulturne potrebe utemeljene na dostojanstvu osobe i na vlastitom identitetu svake društvene i zajednice.



Oglašavanje na korist čovjeka i društva

Današnji su mediji postali i prenositelji brojnih promidžbenih poruka. Dakako da je ta njihova uloga prihvatljiva ako su označene kao takve – i to jasno i nedvosmisleno. U današnjem društvu oglašavanje ili promidžba duboko utječe na način kako ljudi promatralju život, svijet i sebe same, osobito kada jer riječ o njihovim vrijednostima i kriterijima za vlastite prosudbe i ponašanja.

Područje oglašavanja i promidžbe danas je krajnje široko i raznoliko. Općenito, oglašavanjem se smatra

javna objava čija je namjera ponuditi informacije te pobuditi interes i određenu reakciju. To znači da oglašavanje ima dva temeljna cilja: informirati i nagovoriti (uvjeriti) na određeno ponašanje. Zbog te svoje funkcije, oglašavanje uz negativne strane o kojima će kasnije biti riječ može imati i pozitivan učinak na više područja.

Ponajprije, oglašavanje može igrati važnu ulogu u procesu koji nekom gospodarskom sustavu omogućuje pružanje doprinosa razvoju čovjeka i društva. U suvremenim tržišnim gospodarstvima, ako djeluju u skladu s moralnim načelima koja se temelje na cjelovitom razvoju ljudske osobe i skrbi za opće dobro,





oglašavanje je korisno sredstvo za podupiranje poštene konkurenčije kao i etički odgovornog takmičenja koje pridonosi gospodarskom rastu u službi autentičnoga razvoja čovjeka i čovječanstva. Oглаšavanje ostvaruje taj svoj cilj među ostalim i informirajući ljudе o raspoloživosti i dostupnosti novih - razumski poželjnih - proizvoda i usluga, ali i o poboljšanjima onih već postojećih na tržištu, pomažući ljudima u donošenju odluka kako dolikuje informiranim i razboritim potrošačima. Jednako tako, takvo oglašavanje pridonosi i padu cijena, te potiče gospodarski napredak i otvaranje novih radnih mjeseta, povećanje dohodaka i dostojanstveniju i ljudskiju razinu života za sve. Osim toga može olakšati financiranje edukativnih i zabavnih publikacija ili programa.

Drugo područje na kojem je važno oglašavanje je političko. Naime, političko oglašavanje može dati svoj doprinos demokraciji koji je sličan doprinisu kojega pruža ekonomskom blagostanju u tržišnom sustavu koji je nadahnut moralnim normama. Kao što slobodni i odgovorni mediji u demokratskom sustavu pomažu u suzbijanju tendencija manipuliranja onih koji su na vlasti i promiču partikularne interese, tako i političko oglašavanje može dati svoj doprinos informirajući osobe o idejama i političkim prijedlozima stranka i kandidata, a među njima i novih kandidata koje javnost još ne poznaje.

Oглаšavanje može i ima korisne učinke i na kulturnom području podupirući sadržaje i programe osobite intelektualne, estetske i moralne kvalitete koji vode računa o javnom interesu i kulturno uzdižu publiku.

Pozitivan učinak oglašavanje može imati i za društveni moral. Naime, mnoga dobrotvorna društva i udruge koje se zauzimaju za čovjeka koriste oglašavanje kako bi komunicirale svoje poruke, ponajprije tolerancije, suočavanja i altruizma, ljubavi prema potrebnima; poruke koje se tiču zdravlja i odgoja, konstruktivne i korisne poruke koje odgajaju i na mnogostrukе načine potiču osobe na dobro.



Radionica 7: **Zid dobrih priča**

Na zid (ili na prethodno stavljeni veliki papir) svaki dan zalijepite po jedan pozitivan primjer koji ste pronašli u medijima. Na kraju mjeseca sa Zida dobrih priča pročitajte učenicima u školi što ste sve u medijima čitali toga mjeseca.





Radionica 8: Tvornica znanja

Podijelite djecu u dvije skupine i svakoj skupini zadajte jednu temu po izboru bilo da je riječ o ljudima, životinjama, prirodi, vremenu, obrazovanju i sl. Važno je da tema za obje skupine bude ista. Jedna skupina djece se u 30 minuta treba pripremiti za kratko izlaganje o temi prethodno koristeći samo knjige i postojeće znanje, a druga koristeći samo internet. Nakon svojih izlaganja svaka skupina treba navesti po pet prednosti i nedostataka svojih načina pretraživanja informacija – knjiga i interneta.





Radionica 9: Kad bih bio urednik na televiziji!

Učenicima pripremite listiće na kojima ćete ispisati pet vijesti dana (npr. Čovjek sletio na Mars, Sara Kolak osvojila medalju, Petar Perić iz OŠ ... najbolji u matematici, Svađa susjeda u Dubrovniku, Proslavljen Dan državnosti, Ovo je najbolji učenik u Hrvatskoj). Od učenika se očekuje da kao urednici središnje informativne emisije na nekoj televiziji, koju sami odaberu, odrede redoslijed tema o kojima će izvijestiti. Pritom je važno da svaki učenik dobije samo svoj listić s popisom tema koje trebaju rangirati prema redoslijedu važnosti. Za taj im je zadatak potrebno 3 minute. Nakon toga moraju s prijateljem iz klupe raspraviti što su odredili slično, a što različito. Potom možete raspraviti u cijelome razredu o tome čime su se vodili kada su određivali redoslijed. Važno je da kroz ovu vježbu uoče različiti pristup za nacionalne u odnosu na lokalne vijesti, njihov subjektivni pristup određivanju teme, razlike u vrednovanju, ali ujedno i izazove u tom dijelu novinarskoga posla.





Radionica 10: Knjiga ili film? Zadatak za školske praznike.

Ovaj je zadatak namijenjen učenicima 3. i 4. razreda i može biti podudaran s nastavnim planom i programom. Zadatak im možete dati uoči početka praznika, a može se ostvariti i zajedno s roditeljima. Učenicima biste trebali odrediti jednu od navedenih knjiga koju trebaju pročitati za vrijeme praznika i voditi kratke bilješke (po uzoru na one koje se pišu za lektiru). Nakon toga imaju zadatak zajedno s roditeljima pogledati film koji je nastao na temelju knjige. Već u obitelji mogu komentirati sadržaj filma, a onda u razredu puno detaljnije, dok ih vi možete usmjeravati i cijelo vrijeme uspoređivati opise, slike i doživljaje koji se odnose na knjigu/film.

Prijedlozi knjiga i filmova: Šegrt Hlapić, Emil i detektivi, Družba Pere Kvržice, Vlak u snijegu.



Negativne strane medija

Nasilje u medijima

Kada govorimo o negativnim obilježjima medija, prvo se mora spomenuti nasilje koje je vidljivo u većini medijskih sadržaja. Brojni znanstvenici bave se temom nasilja u medijima već dugi niz godina upravo zato što ga djeca gotovo svakodnevno susreću putem reklama, u crtićima, tijekom igranja videoigara, u glazbenim spotovima i sportskim prijenosima. Prema rezultatima samo nekih od brojnih provedenih istraživanja prosječno dijete do svoje osamnaeste godine može vidjeti čak 200 000 simuliranih nasilnih djela i 16 000 dramatiziranih ubojstava (Trend, 2007: 4). Jedna od opasnosti prevelike izloženosti nasilnim sadržajima u medijima je doživljavanje vanjskoga svijeta kao mjesa preopasnoga za život te stvaranja iracionalnih strahova u prilikama s kojima se možemo zateći u stvarnom životu, a koje smo prethodno vidjeli u nekom medijskom sadržaju. Igor Kanižaj i Lana Čiboci (2011) upozoravaju na četiri osnovne vrste negativnih učinaka koje takvi sadržaji mogu ostaviti na pojedinca, a to su: fiziološki - poput ubrzanog ritma disanja i otkucaja srca i pojačanog znojenja, emocionalni - poput smanjenja empatije i konstantnog osjećaja straha, te kognitivni, dok na kraju kao učinak navode i promjene u ponašanju i stavovima.

A young boy is shown from the side, sitting alone in a dark room. He is wearing a light-colored t-shirt and shorts. His head is bowed, and he appears to be crying or looking very distressed. The lighting is low, with a blue tint, creating a somber and emotional atmosphere.

Naravno, spomenuti učinci neće se javiti svaki put kod svakog djeteta nakon gledanja štetnih medijskih sadržaja. Nepovoljni učinci mogu biti kratkotrajni te se javiti najčešće unutar prvih sat vremena od izloženosti nasilnom medijskom sadržaju kao što su horor filmovi ili dugotrajni koji se počinju javljati tek nakon brojnih sadržaja kojima je dijete bilo izloženo tijekom dužeg vremenskog razdoblja. Tek tada se djetetu, primjerice, može smanjiti empatija u odnosu na nasilje u stvarnome životu. Sve ubrzanjjem razvojem novih tehnologija razvili su se i brojni novi oblici komunikacije, ali i novi oblici nasilja. Jedan od najopasnijih je svakako nasilje putem novih medija koje se još zove i cyberbullying koji obuhvaća svaku komunikacijsku aktivnost novim tehnologijama koja se može smatrati štetnom, kako za pojedinca tako i za opće dobro (Poliklinika za zaštitu djece Grada Zagreba). Više o novim medijima te njihovim negativnim utjecajima nalazi se u petom dijelu priručnika.

Negativne strane medija

Prikaz ljepote u medijima

Što je medijima lijepo? Ovo pitanje često se nameće svima nama pa tako i djeci. Djeca postaju izložena različitim medijskim prikazima ljepote od najranije dobi, posebice kroz crtice i reklame. Muški i ženski likovi privlačnoga izgleda s vremenom mogu postati uzor djeci. Muški likovi su najčešće junaci, intelektualci, vođe i heroji, dok su ženski likovi prikazani slabijima od muških i uvjek im je potrebna pomoć posebice kada su u nevolji. Najčešće su prikazane kao majke, kućanice, sluškinje i učiteljice. Brojna istraživanja su provedena i na ovu temu, a jedno od njih je pokazalo da ženski

likovi često pate zbog ljubavi i da su opsjednuti modom i svojim odabranikom (Lamb, Brown, 2009). Zbog takvih i sličnih prikaza djeca i mlađi mogu vrlo lako stvoriti pogrešnu sliku o vlastitom izgledu, ali i pojmu ljepote općenito. Istraživanja su također pokazala da mediji često prikazuju muškarce i žene savršenih manekenskih proporcija te da je rijetkost vidjeti prikaz punašne osobe koja nužno nema istaknut struk ili mišiće. Savjeti koje mediji nude također se odnose na tjelesni izgled koji nam nameću – kako izgubiti kilograme, kako imati sjajniju kosu, potpuno bijele zube i ljepšu kožu.

Takav, gotovo savršen fizički izgled, mediji nužno povezuju s uspjehom, ljubavlji i popularnošću zbog čega i najviše štete djeci i mlađima pri vlastitom samopoimanju (Kuhar, 2005). Najpopularnija lutka za iganje Barbie je s vremenom postala kulturna i modna ikona koja je bila uzor za postizanje savršenog fizičkog izgleda brojnim djevojčicama. No, znanstvena istraživanja utvrdila su da Barbie ne bi mogla biti stvarna djevojka jer bi bila premršava, ne bi imala sve unutarnje organe zbog premalih proporcija i prevelike visine, ne bi mogla čak ni stajati zbog premalih stopala, imala bi potpuno iskrivljenu kralježnicu i ne bi imala mjesta čak ni za sva rebra u tijelu (Radford, 2007). Zbog iskrivljene slike o

ljepoti, među mlađima su sve brojniji i poremećaji u prehrani od kojih su najučestaliji anoreksija i bulimijska. Učestalo promoviranje dijeteta kao zdravog i poželjnog načina života te naglašavanje važnosti modne industrije i nametnutih idea u vezanih uz fizički izgled znak su medijske manipulacije koja ne ispunjava niti jednu od prije spomenutih osnovnih funkcija medija i medijskih sadržaja te kao takvi nisu poželjni sadržaji za djecu i mlađe. Pozitivne pomake u nastojanjima da se izmjeni način na koji mediji prikazuju i nameću ljepotu predstavljaju sve brojnije inicijative i kampanje posvećene stvarnoj ljepoti koja je individualna i nije određena isključivo fizičkim obilježjima svakog pojedinca.



Negativne strane medija

Mediji i oglašavanje

Poruke pomoću kojih različite tvrtke, institucije ili pojedinci pokušavaju korisnike medijskih sadržaja uvjeriti u nešto što promoviraju zovu se oglasi ili reklame koje nas svakodnevno okružuju i mogu imati negativne utjecaje. Oglašavati se može razne proizvode ili usluge u skladu sa zakonom i moralom, no takav oglas mora biti jasno označen i odvojen od ostalih novinarskih sadržaja. Negativne posljedice može imati prikriveno oglašavanje i posebice oglašavanje koje je usmjereni isključivo na djecu. Prikriveni oglasi su svi oglasi koji nisu jasno označeni i za koje publika misli da su dio

novinarskog teksta te ih ne uspijeva prepoznati kao oglase. Budući da ponekad nisu prepoznatljivi, njihovi utjecaji su vjerojatno ozbiljniji od utjecaja koje na nas mogu imati obični oglasi. Negativne obilježja reklama također imaju i reklame koje lažno predstavljaju proizvod ili uslugu koju reklamiraju, reklame koje zapostavljaju kulturne i moralne vrijednosti, reklame čiji sadržaj na bilo koji način ponižava ili diskriminira pojedinca ili određenu skupinu ljudi te reklame koje manipuliraju korisnicima kroz stvaranje lažnih potreba. Djeca i mladi predstavljaju vrlo značajnu





skupinu potrošača na koje je reklamna industrija često i vrlo direktno usmjereni. Djeca i mladi mogu imati velik utjecaj na svoje roditelje i njihovo donošenje odluka o kupnji nekog proizvoda.

Također, reklamna industrija nastoji od djece u najranijoj dobi stvoriti svoje vjerne potrošače i kupce pa se tako djeca s prvim reklamama mogu susresti u crtanim filmovima koje počinju gledati u najranijem djetinjstvu. Kako bismo na vrijeme prepoznali sve spomenute negativne strane medija nužan je medijski odgoj, odnosno medijska pismenost.



**Negativne
strane medija**

Deset savjeta koji pomažu saznati ...

Što su i kako prepoznati lažne vijesti?

Lažne vijesti (engl. fake news) (dez)informacije su koje su najčešće izmišljene, nisu točne, govore o događajima koji se nikad nisu dogodili, prenose izjave koje nikad nisu bile izrečene, pa i najave događaja koji se nikada neće dogoditi. Osnovna im je nakana – manipulirati nama kao publikom i navoditi nas na pogrešne zaključke o osobama, događajima ili pojavama o kojima se lažno izvještava i piše. Zbog toga je vrlo važno naučiti prepoznati lažne vijesti, jer ponekad i mi sami – ne provjeravajući takvu „vijest“ koja zapravo nije vijest – postajemo dio kruga prenošenja lažnih vijesti u javnom

prostoru, osobito preko društvenih mreža na kojima gotovo svi imamo otvorene svoje osobne profile. Lažne vijesti ponekad, na žalost, prenosimo i svojoj rodbini, prijateljima i poznanicima, suradnicima i kolegama na poslu i to putem elektroničke pošte, društvenih mreža i na drugi načine. Na taj smo način zapravo u pitanje doveli i svoju vjerodostojnost jer nismo provjerili što smo prenijeli dalje, pa je uputno ubuduće povesti računa o nekim smjernicama koje nam mogu poslužiti kao svojevrsni vodič za ispravno ponašanje s nepouzdanim i neprovjerenim medijskim sadržajima.

1) Nemojte pročitati samo naslov! Jedan od načina kako se šire lažne vijesti leži u činjenici da površno pročitamo samo naslov, a ne cijeli članak. Ako nam je naslov privlačan, podijelimo lažnu vijest i time sami širimmo dezinformacije. Zato pročitajte cijeli članak.

2) Provjerite tko je objavio vijest! Provjerite domenu i izgled stranice. Ako vam se izvor informacije - npr. neka internetska stranica ili portal - učine nepoznatima, to bi trebalo u vama pobuditi sumnju. Preko neke tražilice provjerite tko stojiiza vijesti, pogledajte i druge članke toga izvora kako biste zaključili je li taj izvor vjerodostojan ili nije. Prave medijske organizacije imaju vlastitu domenu. Ponekad lažne stranice izgledaju kao i prave, ali domena je drugačija. Pripazite na stranice koje završavaju na ‘com.co’ ili ‘lo’ (primjerice Newslo). Pripazite i na stranice koje sadrže riječi ‘wordpress’ i ‘blogger’ jer je u tom slučaju riječ o osobnom blogu i stavu pojedinca, a ne medijske organizacije“, tj. neke ustanove, nakladnika ili izdavačke kuće.

3) Provjerite impressum. Proučite informacije o vlasnicima, uredništvu, novinarima. Ako je riječ o pravom mediju, te će informacije moći pronaći i na drugim mjestima. Proučite uvjete korištenja, u njima može biti naglašeno o kakvoj se stranici radi.

4) Provjerite datum i vrijeme objave! Još jedan općeniti element kod lažnih vijesti je da prenose neku staru vijest, a ljudi navode na pomisao da se to događa baš sada. Provjerom datuma i vremena objave izuzetno brzo možemo otkriti je li riječ o „recikliranoj“ vijesti i na taj način sprječiti dovođenje u zabludu i drugih osoba.

5) Provjerite tko je autor! Jednostavnom provjerom autora teksta otkrit ćemo mnoga informacija o izvoru vijesti. Pogledajte tekstove koje je taj autor napisao ranije, jer vam oni jasno govore o tome je li novinar vjerodostojan ili u svojim ranijim člancima publiku dovodi u zabludu i drugih osoba.

6) Provjerite korištene poveznice i izvore!

Provjerite izvještavanje drugih medija o tom događaju. Nedostatak poveznica ili izostavljanje izvora jasan su znak upozorenja na lažnu vijest. No, vodite računa i o drugoj strani medalje: naime, lažni internetski portali često znaju navoditi velik broj poveznica koje nas vode do obmanjujućih ili lažnih informacija. Ako je riječ o istinitom sadržaju, navedeni će događaj ili informaciju prenijeti i drugi mediji. Ako se ona u njima ne pojavi – sumnjajte u njezinu vjerodostojnost.

7) Provjerite upitne citate i fotografije! Autori lažnih vijesti s nevjerljivom lakoćom izmišljaju citate, te ih mogu čak pripisati i vrlo poznatim javnim osobama. Vrlo lako uzmu fotografiju s nekoga ranijeg događaja te ju samo objave uz svoju lažnu vijest. Njihovu prijevaru lako ćete otkriti uz pomoć bilo koje tražilice ili uz pomoć aplikacije TinEye.

8) Čuvajte se potvrde vaših stavova! Ljudi su vrlo često skloni pratiti teme koje potvrđuju njihov pogled na svijet. Lažne su vijesti oblikovane i napisane tako da u čitateljima pobude emociju i potvrde njihova stajališta. Zato je puno važnije provjeriti temelje li se vijesti na činjenicama, nego li ih podjeliti s drugima samo zato što podupiru određenu stranu, argument ili političko uvjerenje koje vam je blisko.

9) Provjerite vijest kod drugih izvora! Ako vam se vijest učini sumnjivom ili mislite da u njoj nešto nedostaje, potražite prenose li ju drugi izvori, tj. mediji. Ako ostali pouzdani izvori ne prenose tu vijest, vrlo je vjerojatno da je riječ o lažnoj vijesti.

10) Razmislite prije nego podjelite! Izvori lažnih vijesti oslanjaju se na to da će čitatelji dijeliti i širiti njihove sadržaje. Te lažne vijesti mogu vrlo brzo nekontrolirano kružiti i imati štetne posljedice za one koji su uključeni u njih i kojima ih i vi dijelite.



Radionica 11: Osvojenost o količini i sadržaju reklama u filmskom programu (za djecu od 1. do 4. razreda)

Proučite televizijski program i odaberite jedan večernji film za djecu.

Učenicima dajte zadatak da izračunaju ukupan broj reklama koje su emitirane za vrijeme filma, kao i da izračunaju broj reklamnih blokova. Osim toga neka podijele reklame po kategorijama. Na nastavi nakon toga kritički se osvrnute na broj emitiranih reklama, teme reklama, a od učenika se očekuje i da se posebno osvrnu na jednu reklamu koja im se posebno svidjela. Neka međusobno razmijene iskustva. Mogu komentirati i što su za vrijeme reklama radili njihovi ukućani.





Radionica 12: Vanjsko oglašavanje

U svakodnevnom životu okruženi smo mnogobrojnim promotivnim porukama koje nam dolaze preko panoa koji se nalaze na trajektnim i autobusnim stajalištima (tzv. citylights) ili preko velikih plakata koji svi ulaze u kategoriju tzv. outdoor oglašavanja.

U ovoj radionici svaki učenik ima zadatak na putu do škole zapamtiti koliko je takvih primjera reklamiranja susreo. Učenicima koji putuju javnim prijevozom može se dati zadatak da zabilježe i svaki sličan način oglašavanja u javnom prijevozu. Na satu medijske kulture potom im dajte priliku da opišu što su vidjeli. Problematizirajte sadržaj reklama i uočljivost te prilagođenost poruka određenim ciljnim skupinama (odrasli u odnosu na djecu).





Radionica 13: Kino dvorane i oglašavanje

Vrlo važan aspekt našega društvenog života je i posjet kino dvoranama.

Upravo smo u tom okružju izloženi velikom broju promidžbenih poruka koje se mogu prepoznati gotovo na svakom koraku, a možda najviše u minutama uoči početka filma. Nerijetko reklame i najave novih filmova znaju potrajati čak i 15 minuta. Pokušajte s djecom kritički razgovarati upravo o tome: koja je razlika između načina i karakteristika oglašavanja u kino dvoranama u odnosu na ostale medije. Kako se oni osjećaju kada uoči početka filma gledaju veliki broj reklama? Uznemiruje li ih tolika količina reklama? Jesu li sve po njihovom mišljenju prilagođene uzrastu? Po čemu se ovakav tip oglašavanja razlikuje od svih drugih?





Radionica 14: **Moć uvjeravanja u reklamama**

Podijelite djecu u nekoliko skupina (najviše 5). Svakoj skupini dajte po jedan predmet iz učionice, primjerice olovku, marker, bilježnicu, stolicu itd. Ako ovo igrate kod kuće predmete prilagodite sobi u kojoj se nalazite. Nakon što je svaka skupina/osoba dobila po jedan predmet ima pola sata za osmišljavanje cijele reklamne kampanje. Kako biste im olakšali rad, u nastavku donosimo nekoliko smjernica:

- Ime proizvoda – upečatljivo, jasno i zanimljivo;
- Obilježja proizvoda – navesti sve pozitivne strane proizvoda i opisati zašto su baš one dobre;
- Korisnost proizvoda – navesti zašto je proizvod koristan i zašto baš njega publika treba kupiti;
- Pakiranje – osmisliti originalno i zanimljivo pakiranje proizvoda;
- Reklamni plakat – na velikom papiru napraviti plakat sa slikom proizvoda, nazivom proizvoda i sloganom proizvoda.



II. TELEVIZOR U OBITELJI



Vjerujemo da se svi možemo složiti oko tvrdnje da televizor nije obični kućanski aparat. Riječ je o jednome od najmoćnijih medija današnjice koji je privlačan, zanimljiv i intrigantan i to posebno maloj djeci. Mnogi televiziju optužuju da je loša učiteljica, da je kradljivica vremena, da je nestvarnost pretvorila u zbilju, a da ono što kamera nije zabilježila – kako je upozorio

kanadski sociolog Robert Tannenbaum - kao da ne postoji, kao da se nije ni dogodilo.

Međutim, televizija istodobno ima i puno pozitivnih strana: uz njezinu pomoć učimo i stvarno je korisna; ona je otvoren prozor u svijet kojim se na iznimno brz način ostvaruje globalizacija i povezivanje među ljudima, pa ljudi različitih



kultura i rasa, podrijetla i nacija žive u jednom te istom televizijskom – doduše virtualnom – svijetu. Vjerojatno svi kod kuće vidimo koliko odrasli i djeca vole provoditi vrijeme ispred televizora. Amerikanci su čak izračunali da djeca u dobi od šeste do osamnaeste godine pred televizorom provedu oko 16 tisuća sati. Slično je stanje i u Hrvatskoj pa je medijska pismenost ili odgoj za korištenje medija potrebno svima: ne samo djeci, već i roditeljima.

I roditelji moraju razumjeti što se događa i kako funkcioniраju mediji. Ali, isto tako da bi i oni lakše prestali gledati televiziju i razmislili o drugačijim načinima obiteljskoga druženja. Zato bi roditelji u ruci morali držati daljinski upravljač. Vrlo je važno da roditelji pomognu djeci u izboru emisija koje je dobro i korisno pogledati i da razgovaraju, ali i raspravljaju o sadržajima tih emisija s kritičkim duhom.

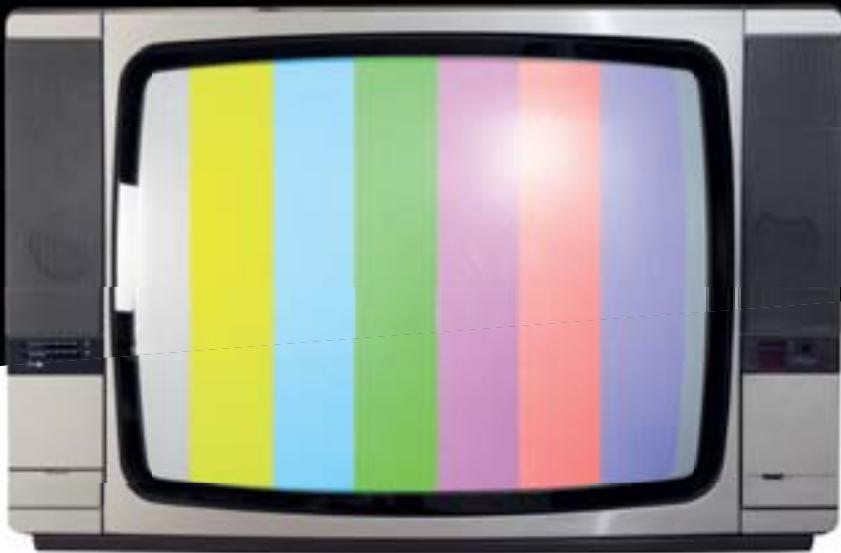


Savjeti i smjernice za roditelje

Različiti su savjeti koji se mogu dati roditeljima, a mi ovdje prikazujemo savjete i smjernice koje iznosi obiteljski i komunikacijski savjetnik Jan Uwe Rogge:

1) Jasnoća motiva. Roditelji bi se trebali na prvo mjestu pitati zbog čega neki članovi obitelji - osobito djeca - žele gledati televiziju (dodajmo: ili igrati videoigre ili biti na računalu ili pametnom telefonu). Pri tome ipak moraju razlikovati trenutne potrebe od onih trajnih. Ako netko želi vrlo često i dugo gledati televiziju imat će, jamačno, razlog: nekakav neugodan događaj ili krizu, pomanjkanje drugih vrsta aktivnosti kojima bi se mogao baviti u slobodno vrijeme ili možda nema dobar i pozitivan odnos sa samim roditeljima. Zato Jan Uwe Rogge savjetuje: Nemojmo razmišljati samo o „posljedicama“ onoga što dijete vidi na televiziji, već o tome zašto dijete sada želi gledati televiziju, i što pri tome - sada - proživljava.

2) Zabrana. Zapamtimo, kaže Jan Uwe Rogge, da zabrana nije nikada rješenje. Zabraniti gledanje televizije redovito ne pomaže puno nego dovodi do nesporazuma, pa i sukoba između roditelja i djeteta, te je često uzrokom prosvjedovanja djeteta. Djeca će stoga - ako im to ikako bude moguće - naći alternativno rješenje: gledat će televiziju kod prijatelja ili djeda i bake. A to nitko ne želi, jer se djecu na taj način navodi da lažu roditeljima.



3) Dnevni red. Televizija i televizijski program mora se prilagoditi dnevnom redu djeteta i ne obratno. Potrebno je odrediti vrijeme koje se može posvetiti ili odvojiti za gledanje televizije, poštujući vrijeme koje je potrebno za druge aktivnosti predviđene za slobodno vrijeme. Služiti se medijima i gledati televiziju je dobro i prihvatljivo, ali samo onda ako su jedna od aktivnosti predviđenih u slobodno vrijeme.

4) Mjesto televizora u kući. Televizor ne bi smio biti ni postati „središtem“ kuće. Njegovo bi mjesto moralo biti neki „mirni kutak“ kojim bi se svim ukućanima poslao važan znak: „Televizor nije najvažniji u kući“. Valja dodati: Roditelji, nemojte djeci kupovati televizor i stavljati ga u njihovu spavaću sobu te vodite računa o tome da djeca danas tv program mogu pratiti i preko svojih telefona.



5) Biranje programa. Djeci treba pružiti mogućnost da gledaju „svoje“ programe ako ih zanimaju. No, prije toga se treba dogovoriti koje emisije mogu gledati. Ako se nešto dogovore s djetetom i roditelji se moraju pridržavati dogovora.

6) Sredstvo pritiska. Gledanje televizije ne smije postati ni nagrada ni kazna, a ni u kojem slučaju televizor ne smije zamjenjivati „dadilju“.

7) Gledati zajedno. Kada je to moguće djeca ne bi trebala gledati televiziju sama. Najviše im kod gledanja odgovaraju njihovi vršnjaci jer sadržaje filma shvaćaju na gotovo identičan način kao i oni. Nazočnost roditelja ne bi smjela biti takova da dijete stekne dojam da ga netko nadgleda ili kontrolira.



8) Potreba dijaloga. U razgovorima o televizijskim programima roditelji moraju izbjegavati prijetnje, moraliziranja ili omalovažavanje. Najbolji dijalog je onaj koji vodi računa o sugovorniku kojemu se u prvom licu šalju takozvane „ja poruke“: „Sviđa mi se ... Nije mi se svidjelo“ S poopćavanjem tj. generaliziranjem: „Te se stvari ne gledaju ...“ ili s omalovažavanjem: „Koju to glupost iznova gledaš?“, dijete stječe dojam da ga se ne razumije i da ga se podcjenjuje.

9) Postupanje nakon filma. Djeca s televizijom postupaju drugačije od odraslih. Ona uvijek pokušavaju „probaviti“ ono što su vidjela i doživjela uz pomoć mimike i gestikulacije. Upravo suprotno čine roditelji: prisiljavaju ih da mirno sjede pred televizorom. Djeca trebaju dinamičnost jer se na taj način oslobađaju strahova, odbacuju nasilje i smanjuju unutarnju napetost koju je u njima prouzročio sadržaj filma.

10) Sređivanje ili slaganje dojmova. Djeci treba vremena da „poslažu“ dojmove odmah nakon filma ili drugih emisija. Stoga nije dobro ni pozitivno pitati ih nešto odmah po završetku filma.



Zaštita djece pomoću dobnih oznaka

Kako bi se djecu zaštitilo od neprimjerenih sadržaja u elektroničkim medijima, propisane su dobne oznake 12, 15 i 18 koje su detaljno objašnjene u Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija koje je donijela Agencija za elektroničke medije.

Sadržaji s dobnom oznakom 12 nisu primjereni za osobe mlađe od 12 godina. Takvi se sadržaji smiju prikazivati tijekom čitavog dana, ali moraju biti označeni grafičkom oznakom prozirnog kruga s upisanom zelenom brojkom 12. Prije takvih sadržaja slijedi i zvučno upozorenje: „Program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12 godina.“

Sadržaji s dobnom oznakom 15 nisu primjereni za osobe mlađe od 15 godina. Takvi se sadržaji ne smiju prikazivati od 7 do 20 sati te moraju biti označeni grafičkom oznakom prozirnog kruga s upisanom narančastom brojkom 15.

Sadržaji s dobnom oznakom 18 namijenjeni su gledateljima starijima od 18 godina. Takvi se sadržaji ne smiju prikazivati od 7 do 23 sata te moraju biti označeni grafičkom oznakom prozirnog kruga s upisanom crvenom brojkom 18.

Djeca i mediji

Prema najnovijim preporukama Američke pedijatrijske akademije (2016) djeca mlađa od 18 mjeseci ne bi trebala koristiti medije jer istraživanja pokazuju da to usporava njihov kognitivni razvoj, uključujući razvoj vokabulara i jezičnih vještina. Prema njihovom mišljenju, djeca predškolske dobi ne bi trebala koristiti medije više od jedan sat dnevno pri čemu je važan odabir kvalitetnih medijskih sadržaja, pri čemu roditelji zajedno s djecom gledaju, komentiraju i vrednuju medijske sadržaje. To je osobito važno za kritički pogled prema medijima i medijskim sadržajima kod djece od najranije dobi.

Jedna od najvećih svjetskih stručnjakinja u ovom području Sonia Livingstone ističe da je u korištenju medija među djecom najvažnije kakve sadržaje djeca koriste te ako je dijete fizički zdravo, dovoljno spava, druži se s prijateljima i članovima obitelji, uspješno izvršava svoje obaveze u školi, ima hobi te se preko medija zabavlja, ali i uči – roditelje ne treba zabrinjavati provodi li dijete uz medije previše vremena.





Radionica 15: Vodič za korištenje medija

Zamislite da ste upoznali djevojčicu Franku i dječaka Marka koji nikada nisu čuli za medije. Vas su zamolili za pomoć – treba im jednostavan vodič za korištenje medija. Što biste im napisali? Koje upute biste im dali? Od nekoliko spojenih papira u boji napravite vodič za Franku i Marka. Vodič je podijeljen na pet glavnih tema, a vaš je zadatak da ispod svake teme odgovorite na postavljena pitanja kako bi se Franka i Marko što brže snašli u svijetu medija!

MEDIJI

- Što su mediji?
- Nabrojite vrste medija i napišite primjere za svaki od njih.
- Zašto svakodnevno koristimo medije?

VIDEOIGRE

- Što su videoigre i kakve sve videoigre postoje – navedite primjere.
- Postoje li edukativne videoigre – pronađite primjere.
- S kime sve mogu igrati videoigre?
- Imaju li videoigre pozitivna i negativna obilježja? Ako imaju, navedi ih.
- Koja je tvoja najdraža videoigra i zašto?

REKLAME

- Što su reklame i čemu one služe?
- Moram li kupiti svaki proizvod koji se reklamira u medijima?
- Kako izgleda jedna reklama?

INTERNET

- Što je internet i kako ga možemo pronaći?
- Čemu služi internet?
- Ima li internet i negativnih obilježja?
- Može li nam internet pomoći u učenju i kako?
- Kako se najbolje zaštитiti na internetu?
- Koje su tvoje omiljene stranice na internetu?





Radionica 16: Kada bih mogao/mogla u medijima bih promijenio/la ...

S djecom organizirajte raspravu o tome što im se sve ne sviđa u medijima, zašto im se ne sviđa i pitajte ih kako bi to promijenili da su oni urednici i proizvođači medijskih sadržaja. Bi li uveli neke nove teme i sadržaje ili bi prilagodili postojeće? Što bi sve željeli proizvoditi da su vlasnici medija? Koje postojeće sadržaje bi smanjili, a koje povećali?





Radionica 17: Što mi poručuje animirani film?

Pitajte učenike koji su im omiljeni animirani filmovi i odaberite 5 najpopularnijih. Podjelite učenike u skupine i neka svaka skupina dobije po jedan animirani film te uz pomoć ovih smjernica analizira likove, radnju i glavnu poruku.

- Naziv animiranog filma: _____
- Opišite u 5 rečenica radnju animiranoga filma.
- Navedite tko je glavni lik ili likovi.
- Navedite pozitivna obilježja glavnog lika.
- Navedite negativna obilježja glavnog lika.
- Navedite što ste sve naučili iz animiranoga filma.
- Koja je glavna pouka ovog animiranoga filma?



**Vrijeme za
crtić!**



Radionica 18: Nabroji 5!

S učenicima napravite 4 kartice na kojima će pisati nazivi medija: TISAK, RADIO, TELEVIZIJA, INTERNET. Nakon toga podijelite učenike u četiri skupine i neka svaka skupina sjedne u krug. Karticu dajte jednom učeniku i čim je dobije mora nabrojati 5 medijskih sadržaja (nazivi emisija, imena novina, i sl.) koji je povezan s tim medijem. Čim nabroji svih 5 karticu mora dati drugom učeniku i tako u krug. Grupa u kojoj je kartica najviše kružila je pobjednik.



III. MEDIJSKA PISMENOST

Kako bismo što bolje razumjeli načine na koje funkcioniraju mediji i kako poruke koje prenose utječu na nas, potrebna nam je medijska pismenost. Medijska pismenost nas osposobljava da razumijemo, analiziramo i kritički razmišljamo o medijima i medijskim sadržajima koji dolaze do nas, a na kraju nam pruža i znanja o tome kako i sami možemo stvarati medijske sadržaje (usp. Aufderheide, 1993). Medijskom pismenošću stječemo vještine pomoću kojih na kvalitetan

način uspijevamo razumjeti medije i sprječavamo da određeni medijski sadržaji loše utječu na nas. Medijsko opismenjavanje važno je zbog nekoliko razloga. Prije svega, medijima smo okruženi svakodnevno i nužno je naučiti pravilno ih koristiti i kritički promatrati sve medijske sadržaje. Također, bez medijske pismenosti ne možemo naučiti analizirati, procjenjivati, preispitivati, pa ni proizvoditi nove medijske sadržaje.



Sve vrste medija možemo iskoristiti na najbolji mogući način ako smo medijski pismeni. Od tiskanih medija najznačajnija je knjiga uz pomoć koje nam se razvijaju jezične kompetencije, ali i mašta. Putem radija možemo pratiti najrazličitije edukativne emisije i razvijati svoj vokabular na vrlo pristupačan način. Televizija nam nudi mogućnost jedinstvenog audiovizualnog didaktičkog sredstva koje je, uz ostale medije,

postalo izvor informacija, obrazovanja i zabave. Putem novih medija možemo proširivati svoje znanje i olakšati si shvaćanje određenih pojava. Djeci je internet vrlo korisno sredstvo u pojašnjavanju gradiva ili pronalasku dodatnog materijala vezanog uz nastavno gradivo. Kako bismo iz svih navedenih medija izvukli najkvalitetnije sadržaje i izbjegli sve potencijalne opasnosti nužno je biti medijski pismen.

Medijska pismenost u Hrvatskoj

U Hrvatskoj djeca o medijima uče u osnovnoj školi u sklopu medijske kulture koja je dio nastave hrvatskoga jezika. Pritom je naglasak na filmu i filmskoj umjetnosti što najbolje pokazuju sadržaji medijske kulture koji su predviđeni Nastavnim planom i programom hrvatskoga jezika. Naime, djeca u sklopu medijske kulture u osnovnoj školi uče sljedeće:

Prvi razred: animirani film, knjižnica, lutkarska predstava.

Drugi razred: filmska priča (cilj je zamijetiti i odrediti slijed događaja u filmu, ispričati filmsku priču kratkoga crtanoga filma, razlikovati glavne i sporedne likove u filmu), kazalište (cilj je recepcija nekoliko primjerenih kazališnih predstava, naučiti razlikovati kazališnu predstavu od filma i pozornicu od gledališta), televizija (cilj je izdvojiti najdražu emisiju, pogledati ju i razgovarati o njoj).

Treći razred: dječji film (cilj je razlikovatiigrani film za djecu od animiranoga filma te ispričati filmsku priču), radijska emisija (recepcija radijske emisije, rasprava o njoj, učenje zamjećivanja zvučnih izražajnih sredstava), knjižnica – korištenje enciklopedije (cilj je naučiti naći traženu obavijest u dječjoj enciklopediji služeći se kazalom i abecednim redom)

Četvrti razred: dokumentarni film (recepcija primjerenih dokumentarnih filmova (ekološkoga sadržaja, zavičajna tematika), cilj je zamijetiti osnovna obilježja dokumentarnoga filma), usporedba filma s književnim djelom (recepcija nekoliko dječjih filmova nastalih na književnome predlošku, iskazivanje vlastitog doživljaja književnog djela i filma; uočavanje sličnosti i razlika između filma i književnog djela prema kojemu je snimljen), računalo (cilj je razlikovati obavijesne i zabavne mogućnosti računala), knjižnica – služenje rječnikom i školskim



pravopisom (cilj je pronaći traženu obavijest u školskome rječniku ili pravopisu služeći se kazalom i abecednim redom).

Peti razred: mediji (cilj je osvijestiti postojanje različitih vrsta medija; navesti primjer za priopćajni proces: pošiljatelj - poruka - medij - primatelj u jednome od medija), filmski rodovi (cilj je prepoznati i razlikovati filmske rodove), animirani film (cilj je prepoznati osnovna obilježja animiranoga filma i razlikovati crtani film od lutkarskoga filma), tisak (cilj je prepoznati i razlikovati vrste), kazalište (cilj je uočiti suprotstavljenje likove, prepoznati kazališna izražajna sredstva u predstavi: scenografiju, kostimografiju, rasvjetu).

Šesti razred: filmska izražajna sredstva (uče prepoznavati izražajna sredstva u filmu; razlikovati vrste kadrova, planova i kuta snimanja), internet (pronalaženje nekoliko mrežnih stranica o temama iz hrvatskoga jezika i književnosti, strip (cilj je prepoznati izražajna sredstva stripa; uočiti sličnosti i

razlike između filmskoga kadra i kvadrata stripa (plan i kut gledanja).

Sedmi razred: igrami film (cilj je prepoznati i objasniti obilježja igranoga filma i filmske priče; uočiti ideju te odnose među likovima i izražajna sredstva; razlikovati vrste igranoga filma; usporediti film i književno djelo), televizijska emisija (cilj je naučiti razlikovati vrste televizijskih emisija s obzirom na njihovu namjenu), radio (cilj je naučiti prepoznati radijska izražajna sredstva; razlikovati vrste radijskih emisija; osvijestiti obavjesnu, obrazovnu i zabavnu ulogu radija).

Osmi razred: scenarij i knjiga snimanja (cilj je naučiti razlikovati scenarij i knjigu snimanja te uočiti ulogu redatelja), dokumentarni film (učenici uče razlikovati dokumentarni film od ostalih filmskih rodova; uče razlikovati vrste dokumentarnih filmova i uočavaju filmska izražajna sredstva u dokumentarnome filmu), Zagrebačka škola crtanoga filma, kataloško i računalno pretraživanje.

Problemi u provedbi medijske kulture

Nedovoljna educiranost nastavnika

– sami učitelji razredne nastave i hrvatskoga jezika priznaju da tijekom svog formalnog obrazovanja nisu imali dovoljno predmeta koji su bili posvećeni medijima te stoga većina njih smatra da su im potrebna dodatna usavršavanja u tom području.

Loša tehnološka opremljenost

škola – da bi se medijska kultura mogla adekvatno provoditi u školama, važna je kvalitetna tehnološka opremljenost škola – od radija, televizora, računala i projektora do pristupa internetu.

Nedostatak kvalitetnih materijala – u Hrvatskoj još uvijek nedostaju kvalitetni udžbenici, radni listići i cd-i s filmovima i praktičnim materijalima koje bi nastavnici mogli koristiti u nastavi medijske kulture. Budući da se mediji i tehnologija razvijaju velikom brzinom, važna je i aktualnost i stalna prilagodba materijala koji se koriste u nastavi.

Izvor:

Ciboci, L., Osmančević, L. (2015) Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama, u: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.) Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.



Interes medijskih korisnika za medijsku pismenost

Medijski odgoj u Hrvatskoj proteklih 10 godina sve više privlači pozornost znanstvenika, ali i šire javnosti. Da javnost i te kako smatra da je medijski odgoj potreban u hrvatskom obrazovnom sustavu, pokazalo je prvo istraživanje javnoga mnjenja o medijskom odgoju koje su 2013. godine, među 1080 građana, proveli Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu te agencija za istraživanje tržišta, medija i javnog mnjenja Ipsos Puls. Istraživanje je pokazalo da 62% hrvatskih građana smatra da bi u obrazovni sustav trebalo uvrstiti medijski odgoj pri čemu njih 55% smatra da bi medijski odgoj trebao biti dio drugih predmeta. 48% građana smatra da su za medijski odgoj djece jednako odgovorni roditelji te odgajatelji u vrtićima, odnosno učitelji u školama, dok 41% građana smatra da su za medijski odgoj odgovorni prije svega roditelji. Navedeno je istraživanje pokazalo osobito

zanimljive rezultate među djecom u dobi od 10 do 19 godina. Naime, njih čak 68% smatra da bi medijski odgoj trebao biti dio obrazovnog sustava pri čemu većina njih ističe da bi s medijskim odgojem trebalo započeti od 5. do 8. razreda.

Istovremeno, istraživanje koje je 2014. godine provedeno među 837 roditelja djece predškolske dobi pokazalo je da 68% roditelja djece predškolske dobi smatra da je djeci od najranije dobi potreban medijski odgoj pri čemu njih 69% smatra da bi s medijskim odgojem trebalo započeti već u vrtiću.

Izvori:

Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. (2015) Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Kotilainen, K., Kupiainen, R. (ur.) Reflections on Media Education Futures. Göteborg: Nordicom; 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, 20 (2), 53-67.





Radionica 19: Medijska spajalica

Na školsku ploču ili veliki bijeli papir nacrtajte četiri stupca. Na vrhu svakog stupca navedite jednu vrstu medija: tisak, radio, televizija, internet. S popisa u nastavku djeci nasumce čitajte pojmove koje oni moraju upisati u odgovarajući stupac. Ukoliko se radionica odvija u razredu, učenike treba podijeliti u četiri grupe. Određeni pojmovi mogu se upisati u više stupaca jer se i odnose na više medija.

Pojmovi: naslovica, Twitter, tjednik, video, reportaža, novinar, horor film, reklama, senzacionalizam, podnaslov, cyberbullying, ekran, antena, humoristična serija, voditelj, urednik, crtani film.

Nakon igre provjerava se točnost rezultata i komentira se što znači svaki pojam. Prije nego što provedete radionicu, na internetu potražite pojašnjenje svakog od navedenih pojmova.





Radionica 20: Napravi svoju reklamu!

U ovoj radionici djeca trebaju napraviti reklamu pomoću smjernica u nastavku. Proizvod ili usluga koju djeca žele reklamirati može biti stvarna ili izmišljena. Svoje gotove reklame djeca trebaju predstaviti videouratkom, crtežom, tekstom ili glasovnim zapisom, ovisno o tome što sami odaberu.

Dobru reklamu odlikuje humor, prepoznatljivost, jednostavnost, jasnoća poruke, a jedan od ciljeva oglašivača je i da se o reklami puno govori među ljudima. Reklame se uvijek prilagođavaju mediju putem kojega se objavljuju i publici koja prati te medije.

Smjernice za izradu reklame:

- ➔ *odaberite proizvod ili uslugu koju želite promovirati*
 - ➔ *kome je proizvod/usluga namijenjen?*
 - ➔ *gdje se proizvod/usluga može nabaviti?*
- ➔ *putem kojeg medija želite oglašavati svoj proizvod/uslugu?*
 - ➔ *zašto je proizvod koristan?*



Radionica 21: Medijska abeceda

Na velikom bijelom papiru djeca trebaju napraviti abecedu koristeći pojmove koji dolaze isključivo iz svijeta medija. Ne morate odabrati sva slova, no svako odabranlo slovo treba označavati po jedna riječ koja je na bilo koji način povezana s medijima (npr. I – informacija, R – reportaža, V – vijest). Radionica može biti i slikovna pa djeca mogu nacrtati svaki pojam uz određeno slovo abecede i na taj način stvoriti zanimljiv plakat za svoju školu.





Radionica 22: Moje novine

Za ovu radionicu djeci su potrebni papiri u boji, klamerice i flomasteri. Nekoliko A4 papira je potrebno presaviti i spojiti klamericom i početi s izradom novina. Potrebno je odrediti najmanje tri teme koje su djeci zanimljive i o kojima bi željeli čitati u novinama. Teme mogu biti raznolike: obitelj, sport, igra, prijatelji, životinje, gradovi, blagdani i sl. Svaka tema treba sadržavati naslov, podnaslov, tekst, sliku i potpis novinara. Kada su novine gotove, djeca ih trebaju razmijeniti i međusobno ih čitati.





Radionica 23: Slikopriča bez riječi

Za ovu radionicu djeca trebaju samostalno ili u manjim skupinama odabrati temu koju žele predstaviti ostalima. Zatim, pomoću fotografija ili videozаписа trebaju predstaviti odabranu temu bez korištenja usmenih ili pisanih riječi. Predstavljanje jedne teme može trajati najviše 10 minuta. Nakon odgledane prezentacije teme, ostali sudionici trebaju prepričati što su vidjeli i jesu li pogodili temu.





Radionica 24: Slikopriča s riječima

*Za ovu radionicu djeca trebaju samostalno ili u manjim skupinama odabratи temu koju žele predstaviti ostalima (jedna od do sada navedenih). Zatim pomoću riječi i slika trebaju predstaviti odabranu temu.
Evo primjera slikopriča.*

MARKOVA OMILJENA IGRAČKA

Kad je  Marko dobio , svakoga dana poslije škole se igrao s njim i nije se obzirno na niti drugo.

 je imao  koja je mogla dugo trajati, ali se ipak bila praznja jer je  prejerio. Ujedno,  se ubrzo pokvario. 

Mama mu je predložila da svakoga dana prodira jednu . Prvotko je mamin prijedlog i potom je bio arstan jer je saznao puno toga o životinjama.

 vlastivina, avionica,  i ostalone bio projektne

dječaka zanimu. Mama je bila zadovoljna što je  pomalo zaboravio na svoju

omiljenu igračku , a priče iz  u potpunosti su razigrane pojavom malitza. Kad je profilo deset dana, mama ga je podbjetila da idu kod

 prezreti mobilni, a  je rekao: "Mama, možemo li pevo navratiti u knjžnicu i ponudit novu ?" Mama se razumjela i odmah pristala.

 je odsada slobodno vrijeme nakon škole pomalo provodi uz igre na , a pomalo čitajući 

BORN
BUDAC
3.A

ISCRPLJENI KOMPЈUTER

Bio jednom jedan  koji je stalno igrao igre na . Svi dan je igrao dvanaest sati.  ga je često opominjala, ali  je samo igrao igre na , jednog dana dok je igrao igre na  iscrpljen  se poljario. 

"ZABRANJENO JE IGRATI IGRE DO kraja ŠKOLSKE GODINE!"

Roko Badurina 3.a



Radionica 25: ***Slika govori više od 1000 riječi***

Učenike podijelite u parove i neka za svaku od navedenih tema o kojima bi se pisalo u novinama opišu koju bi fotografiju stavili i zašto. Nakon toga ih pitajte da odaberu četiri teme i od njihovih fotografija naprave naslovnicu novina - jedna fotografija i naslov su u sredini jer su prema njihovom mišljenju najvažniji, a ostale tri su sa strane u manjem formatu, ali dovoljne važne za naslovnicu.

Teme:

- Otvaranje nove osnovne škole u gradu
- Sudar dva automobila na autocesti
- Izvještaj o dječjim pravima u medijima
- Nova mobilna aplikacija za dopisivanje
- Koncert poznatog pjevača/pjevačice
- Pobjeda Hrvatske na utakmici
- Uvođenje novog pravilnika ponašanja u osnovnim školama
- Izgrađeno novo dječje igralište
- Elektroničko zlostavljanje učenika 6. razreda osnovne škole
- Krađa u trgovini
- Dolazak poznatog političara u zagrebačku zračnu luku
- Uspješan završetak projekta medijske pismenosti u osnovnoj školi
- Rodjendan osnovne škole





Radionica 26: Pomažem vršnjaku!

S učenicima započnите razgovor o njihovim vršnjacima koji su žrtve električkog nasilja odnosno cyberbullyinga. Zatim im recite da imaju priliku poslati poruku podrške svom vršnjaku. Podijelite im papire i recite da napišu takvu poruku svom vršnjaku koji je doživio nasilje putem interneta.

Nakon toga podijelite učenike u 4 skupine i svakoj skupini zadajte jednu od ponuđenih tema: Zaštita djece od nasilja na internetu, Škole u drugim dijelovima svijeta, Dječji talenti, Dječja igra. Neka osmisle sedmodnevnu kampanju koja će promovirati tu temu putem naslovnih (eng. cover) fotografija na Facebooku. Uz osmišljavanje i izradu sedam fotografija, za svaku od njih neka osmisle i po jednu rečenicu vezanu uz kampanju. Od materijala im ponudite kolaž papir, flomastere, bojice, ali i pristup računalu i programima za crtanje te printanju. Na kraju neka zalijeve svih sedam fotografija jednu ispod druge u učionici i predstave ih razredu. Komentirajte ih i analizirajte zajedno.







IV. VIDEOIGRE



Videoigre u životima djece i mladih

Videoigre su u današnje vrijeme postale sredstvom opuštanja i zabave. Djeca, mladi i odrasli sve češće svoje slobodno vrijeme provode uz videoigre.

Prema istraživanjima 33% učenika uz videoigre provodi dva do tri sata dnevno, 25% njih jedan sat dnevno, a 8,6% pet i više sati dnevno (Bilić, Ljubin Golub, 2011). Iako na tržištu postoji velik broj edukativnih i korisnih videoigara, postoje i one prepune nasilja koje imaju loš utjecaj na svoje korisnike. Kako bismo mogli izabrati kvalitetne videoigre nužno je poznavati njihove pozitivne i negativne strane te načine sprječavanja najozbiljnijih negativnih utjecaja kao što je ovisnost o videoigramama.



Pozitivne strane videoigara

Prednosti igranja videoigara su brojne i kvalitetne, posebice ako uz njih provodimo dio svog slobodnog vremena. Najznačajnije prednosti su:

- *otpornost na stres i povećanje koncentracije, posebice u akcijskim videoigrama*
- *razvijanje motoričkih reakcija*
- *upoznavanje novih ljudi sa sličnim interesima*
- *učenje timskom radu*
- *učenje o drugim kulturama i jezicima*
- *razvijanje logike i bržih načina rješavanja problema*
- *učenje sportskog ponašanja kroz pobjede i poraze*
- *pomoći u odgojno-obrazovnom rastu i procesima*
- *izvor zabave*

PEGI

Kako bi se ostvarile sve nabrojane pozitivne strane i suzbile one negativne, od velike je važnosti odabrati igre primjerene određenoj dobi. Klasifikacija igara prema sustavu PEGI proširena na europskoj razini pozorno prati je li neka igra prikladna za određenu dobnu skupinu ili nije, te se na taj način štiti djeci i mlađe. Simboli koje ćete

pronaći na pakiranjima videoigara jasno će vam reći je li neka igra prikladna za djecu od 3, 7, 12, 16 ili 18 godina. Istodobno je vidljiv i znak koji pokazuje ima li u igri nasilnih sadržaja, prikaza seksa, droge, zastrašivanja, diskriminacije, vulgarnih riječi ili hazarderskih igara, kockanja, kao i o tome je li riječ o online igri.





Spomenuti sustav PEGI tako nudi osnovne savjete pri odabiru videoigre:

- ➔ *Nemojte davati svoje osobne podatke kao što su adresa, telefonski broj ili fotografija.*
- ➔ *Nemojte se susretati s igračima s kojima igrate online igre, a da o tome niste obavijestili svoje roditelje.*
- ➔ *Recite odmah svojim roditeljima ako ste naišli na neke informacije koje vam se ne sviđaju, ako se netko ponaša neprimjereno, ako vrijeda ili vara – takva ponašanja nisu prihvatljiva niti online!*
- ➔ *Možete blokirati pristup igri igračima, prenijeti informaciju o tome provideru ili pak razgovarati s roditeljima.*

Negativne strane videoigara



Nažalost, videoigre imaju i negativne strane koje mogu rezultirati ozbiljnim problemima ako se na vrijeme ne sprječe ili ne kontroliraju.

a) Ovisnost o videoigrama.

Loš odabir videoigre i pretjerano igranje može dovesti do ovisnosti u bilo kojoj životnoj dobi. Djeca, mladi i odrasli koji su postali ovisni o igranju videoigara počinju zanemarivati sve aktivnosti koje bi u njihovim životima morale biti primarne poput učenja, stjecanja novih znanja, provođenja vremena s obitelji i prijateljima. Stručnjaci upozoravaju da se nekim (odraslima) dogodila toliko snažna ovisnost da više ne odlaze na posao, a kod neke djece da ne odlaze u školu; neki ne jedu redovito kako ne bi prekidali igranje; neki jedu jako brzo kako bi se ponovno vratili igranju, što je nezdravo i štetno; a neki zaboravljaju da se moraju kretati, da moraju vježbati i biti tjelesno aktivni. Kako bi se ovisnost sprječila nužno je postavljanje jasnih granica o vremenu, načinu i vrsti videoigara koje se igraju. Vrlo je teško oslobođiti se ovisnosti i ponovno se vratiti u stvarni svijet, pa je stoga nužno na vrijeme reagirati i sprječiti ovisničke simptome.



b) Videoigre ne mogu u potpunosti zamijeniti tvoje fizičke aktivnosti.

Nužno je shvatiti da videoigre, koliko god akcijskih i pustolovnih elemenata u sebi imale, ne mogu tijelu dati sve što mu treba i u potpunosti zamijeniti fizičku aktivnosti koja je nužna za razvoj.



Negativne strane videoigara

c) Videoigre mogu dovesti do navikavanja na nasilje.

Neke su osobe u opasnosti da postanu neosjetljive na nasilje ako je njihova „zabavna“ aktivnost često posvećena videoigrama koje sadrže velik broj nasilnih elemenata. Industrija videoigara - da bi privukla pozornost korisnika i kako bi povećala prodaju - ima tendenciju stvaranja priča koje su posebno okrutne, a koje dugoročno mogu doista oštetiti naše mentalno zdravlje i učiniti nas neosjetljivima na nasilje. Glavni savjet je pripaziti, odrediti jasna pravila i nastojati izbjegći svaku vrstu pretjerane upotrebe nasilja u videoigrama.



d) Videoigre mogu pružiti pogrešna očekivanja u stvarnom životu.

Virtualni svijet i virtualni život nema ništa s našim konkretnim svakodnevnim životom. Virtualni svijet je iskrivljena, nepostojeća i nestvarna slika našega stvarnoga svijeta. Njega su izmislili za potrebe videoigre i „funkcionira“ samo dok se igramo. Zato se svakako preporuča ne gledati na stvarni svijet u kojem živimo kao na videoigru!

Izvori:

<http://www.giovaniimedia.ch/it/opportunita-e-rischi/videogiochi.html#sthash.kgldopP2.dpuf>
<http://www.giovaniimedia.ch/it/opportunitarisch/videogiochi.html#sthash.kgldopP2.dpuf>



Radionica 27: **Videoigra i stvarni život**

Zamolite učenike da nabroje videoigre koje su igrali i postavite im pitanje o tome koliko vremena dnevno provode uz videoigre. Uz pomoć tražilice na internetu pronađite informacije o poznatoj igri Minecraft. Na lijevoj strani lista ili ploče učenici koji su ju igrali moraju navesti od 5 do 10 radnji koje mogu vidjeti u igri. Nakon toga moraju navesti vide li neke sličnosti između tih radnji i stvarnog života. Cilj je da prepoznaaju koliko su videoigre „stvarne“, a u sljedećem koraku da usporede prihvatljive i neprihvatljive radnje koje moraju učiniti da bi pobijedili u toj igri.





Radionica 28: Najpopularnije videoigre i njihovi sadržaji - spajalica

Na lijevoj strani lista navedene su sljedeće videoigre:

Minecraft

Fifa

World of Warcraft

Super Mario

Tetris

Call of Duty

Grand Theft Auto

Resident Evil

NHL

Uz pomoć tražilice pronađite PEGI oznaku za svaku igru i prema izgledu videoigre raspravite o mogućoj temi videoigre.
Podijelite ih u tri kategorije:
zabavne, akcijske, nasilne.





Radionica 29: **5 najboljih videoigara**

U ovoj radionici djeca trebaju napraviti svoj popis njima najboljih i najdražih videoigara te ispod svake igre navesti kratak opis radnje i likova te tri pozitivne stvari koje su naučili iz svake odabrane videoigre.





Radionica 30: Ekran medijske pismenosti

Od velikog crnog papira napravite ekran računala ili televizije. Neka djeca na ekran zalijepi svoje crteže ili fotografije koje su pronašli, a koje prema njihovom mišljenju mogu biti dio medijske pismenosti. Kada je plakat popunjeno, razgovarati s djecom o važnosti medijske pismenosti i velikom broju tema kojima nas ona podučava.



V. SVIJET INTERNETA NA DLANU







Internet u životima djece i mladih

Današnja se djeca od najranije dobi susreću sa svim vrstama medija pa tako i internetom. Razvoj tehnologije omogućio je mlađim generacijama da neprestano koriste internet, čak i u odgojno-obrazovnim institucijama. Stoga ne trebaju čuditi rezultati istraživanja koji pokazuju da mnoga djeца koriste internet na svojim telefonima čak i za vrijeme nastave (Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba, Hrabri telefon, 2013). Istraživanje koje je provela Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba i Hrabri telefon 2013. godine na uzorku od 1489 djece i mladih u dobi od 11 do 18 godina, pokazalo je da 99% djece ima pristup internetu kod kuće ili u školi te da 93% ispitane djece i mladih posjeduje Facebook profil iako djeca do 13 godine ne bi

trebala moći otvoriti profil na toj društvenoj mreži. Djeca u dobi od 10 do 15 godina internet najčešće koriste zbog zabavnih sadržaja (slušanje glazbe,igranje igrica, gledanje filmova), dopisivanja s prijateljima i za druženje na društvenim mrežama poput Facebooka. Djevojčice češće od dječaka internet upotrebljavaju za dopisivanje s prijateljima, posjećivanje specijaliziranih stranica za druženje i traženje dodatne literature vezane uz školu i školske zadatke, dok dječaci češće od djevojčica traže sadržaje na internetu, igraju igrice, posjećuju forume i različite stranice za čavrjanje, pišu vlastite blogove i posjećuju stranice namjjenjene odraslima (Pregrad, Tomić Latinac, Mikulić, Šeparović, 2010: 17-18).



Brojne su pozitivne strane novih medija. Djeca i mladi uz njih mogu učiti, pronaći kvalitetne informacije za svoje školske i seminarske radove, komunicirati s ljudima, razmjenjivati iskustva, mišljenja i informacije s vršnjacima sličnih interesa ili problema, čitati knjige, informirati se o događajima u drugim državama pa čak i kontinentima, pretraživati rječnike i enciklopedije. Korištenje interneta omogućuje aktivno, kreativno i samostalno učenje. Osim toga, djeca i mladi uče razlikovati kvalitetne od nekvalitetnih informacija te vjerodostojne od nevjerodostojnih izvora, a izrada vlastitih blogova i internetskih stranica kod djece potiče razvoj kreativnosti i omogućuje im da se i njihov glas i mišljenje čuje u javnosti. Internet je izvor brojnih edukativnih materijala pa tako djeca na njemu mogu pronaći i dodatne materijale

o gradivu sa sata, stranice koje školsko gradivo prikazuju na zanimljiv način i omogućuju vježbanje zadataka iz različitih područja (matematika, fizika, kemija, strani jezici, hrvatski jezik itd.).

No, internet ima i mnogo negativnih strana. Nekvalitetne i neprovjerene informacije, informacije koje bi negativno mogle utjecati na dječji razvoj (nasilni i pornografski sadržaji), krađa intelektualnog vlasništva, prijevare vezane uz kreditne kartice, dječja pornografija, govor mržnje, ugrožavanje privatnosti pojedinca i elektroničko nasilje samo su neke od njih. Upravo je ovo potonje jedan od najčešćih problema u novije vrijeme među djecom i mladima. Kako u svijetu tako i u Hrvatskoj zabilježeni su brojni slučajevi elektroničkog nasilja među djecom, neovisno o spolu i dobi.

EU Kids Online Hrvatska

– nacionalno istraživanje sigurnosti djece i mladih na internetu

U 2017. godini provedeno je prvo reprezentativno nacionalno istraživanje o medijskim navikama djece, praksama i stavovima njihovih roditelja te iskustvima i sigurnosti djece na internetu. Istraživanje je provedeno suradnjom brojnih partnera. Uz koordinatora istraživanja, Društvo za komunikaciju i medijsku kulturu, istraživanje su poduprli Hrvatski telekom, Agencija za elektroničke medije, OŠ Većeslava Holjevca iz Zagreba, Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti te Centar za nestalu i zlostavljanu dječju.



U istraživanju je sudjelovalo 1.017 djece u dobi od 9 do 17 godina te onaj roditelj koji ima više uvida u aktivnosti djeteta na internetu. Istraživanje je proveo Ipsos Puls CAPI metodom (putem laptopa u kućanstvima ispitanika).

Ovim se istraživanjem Hrvatska uključila u svjetski standard praćenja sigurnosti djece na internetu, temeljem sudjelovanja u EU Kids Online konzorciju kojeg čine 33 zemlje (www.eukidsonline.net). Opći cilj istraživanja bio je steći bolji uvid u navike djece pri korištenju interneta i suvremenih tehnologija, ispitati učestalost i oblike izloženosti djece uznemirujućim sadržajima i nasilju te ispitati zaštitne faktore i ulogu okoline u zaštiti i edukaciji djece i mladih o opasnostima na internetu.



Ključni rezultati istraživanja

- Djeca internetu najčešće **pristupaju** preko pametnih telefona i računala/laptopa/notebooka
- Gotovo polovica djece u dobi od 9 do 11 godine, 2/3 djece djece u dobi od 12 do 14 godina te 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina **uvijek kada želi ili treba može** pristupiti internetu.
- Najkorištenija **društvena mreža** među djecom od 9 do 17 je Facebook, dok se na drugom mjestu nalazi Instagram.



- Svako deseto dijete u dobi od 15 do 17 godina prihvata sve **zahtjeve za prijateljstvom** drugih ljudi na društvenim mrežama. Istovremeno, gotovo svako četvrti dijete te dobi svakoga tjedna traži na internetu nove prijatelje ili kontakte.
- Svako peto dijete u dobi od 9 do 17 godina u potpunosti ili uglavnom **ne zna promijeniti postavke privatnosti**, npr. na društvenim mrežama.
- **Gotovo svako treće dijete u dobi od 9 do 17 godina je u posljednjih godinu dana komuniciralo na internetu s osobama koje nisu upoznali uživo.** To je činilo svako deseto dijete u dobi od 9 do 11 godina, svako četvrti dijete u dobi od 12 do 14 godina te gotovo **1/2 djece u dobi od 15 do 17 godina**.
- Više od 1/10 djece u dobi od 9 do 17 godina se u posljednjih godinu dana susrela uživo s osobom koju su upoznali na internetu. **To je napravilo svako četvrti dijete u dobi od 15 do 17 godina** i svako deseto dijete u dobi od 12 do 14 godina. Djeca koja više vremena provode na internetu češće odlaze na takve susrete.
- Kada ih je zadnji put na internetu **nešto uznemirilo ili im zasmetalo**, više od pola djece u dobi od 9 do 17 godina je zatvorilo aplikaciju, svako treće dijete je blokiralo osobu kako ih ona više ne bi mogla kontaktirati, svako četvrti dijete ignoriralo je problem, a svako peto dijete promijenilo je postavke privatnosti.



- U proteklih godinu dana **više od pola djece** u dobi od 9 do 17 godina primilo je **povređujuću ili neprimjerenu poruku**. Pritom je takvu poruku primilo više od 1/3 djece u dobi od 9 do 11 godina, gotovo 1/2 djece u dobi od 12 do 14 godina te gotovo 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina. Djeca koja su tijekom tjedna i preko vikenda više vremena provodila na internetu, češće su dobivala takve poruke.
- Više od 1/10 djece u dobi od 9 do 17 godina bilo je zastrašivano na internetu u posljednjih godinu dana.
- Gotovo 2/3 djece u dobi od 9 do 17 godina na internetu je u proteklih godinu dana vidjelo seksualne fotografije ili film gole osobe, a da im nije bila namjera vidjeti ih. S tim se susrela 3/4 djece u dobi od 9 do 11 godina, više od 2/3 djece u dobi od 12 do 14 godina te gotovo 2/3 djece u dobi od 15 do 17 godina
- Roditelji češće o aktivnostima na internetu razgovaraju s djecom mlađe dobi. Istovremeno, roditelji puno češće nadziru aktivnosti na internetu mlađe djece, ali i mlađoj djeci češće daju savjete što učiniti ukoliko ih netko uznemirava na internetu.

Zanima vas više o projektu?

Posjetite službenu stranicu hrvatskog projekta: **<http://hrkids.online>**



Tko su youtuberi i kako su postali popularni?

Možda ste primijetili kako djeca sve češće uzimaju svoje telefone i provode vrijeme gledajući video kanal YOU TUBE. On je postao jedna od glavnih platformi – video kanala za zabavu djece i mlađih. Medijske kuće prepoznale su nove medijske navike djece i počele utjecati na stvaranje takvog sadržaja te su osmislili stvaranje **posve novih zvijezde koje se zovu youtuberi, odnosno vloggeri**. To se nije dogodilo preko noći prije desetak godina. Sve je zapravo započelo s javnim finansijskim interesom vlasnika ovoga kanala. Cilj industrije je od anonimnih pojedinaca stvoriti zvijezde s kojima se djeca i mlađi mogu poistovjetiti, kojima će se vjerovati i koji će postati idoli, a sami autori platformi javno priznaju kako se na taj način želi utjecati na izbore djece. **Zbog toga su ovi kanali i platforme**

toliko važne pa privlače i veliki broj oglasivača. No, vjerojatno niste znali niti uočili kako ove nove zvijezde jako često promoviraju određene proizvode i pritom vrlo dobro zarađuju, iako mlađi koji oduševljeno prate svoje instant zvijezde zapravo ne znaju pozadinu, kao ni činjenicu da svaki novi like donosi dodatna sredstva i materijalnu korist mrežama, kanalima i oglasivačima. A to je jedan posve drugi svijet. Sigurno ćete se iznenaditi kada pogledate listu najpopularnijih youtubera budući da svi imaju više milijuna pratitelja:

**PewDiePie, 60 milijuna pratitelja
Smosh, 22 milijuna,
Zoella, 12 milijuna
Bethany Mota, 10 milijuna
Connor Franta, 6 milijuna**





Novi trendovi nisu zaobišli ni Hrvatsku. Velika je vjerojatnost da će djeca u školama vrlo lako prepoznati neke od sljedećih hrvatskih „zvijezda“:

Filip Dejanović - The Skirt 200.000 pratitelja

Marko Vučetić, 122.000

Davor Gerbus, 122.000

Sve je počelo 2006. godine kada je Google preuzeo YouTube. Istraživanje je pokazalo (Ault, 2015) da su youtuberi utjecajniji od poznatih osoba. Djeca i mlađi oduševljeno gledaju vršnjake kako postaju zvijezde na ovom kanalu, no malo tko zna kako je većina onoga što je objavljeno pomno isplanirano. Mala je šansa da u jednom video nećete pronaći promotivne aktivnosti u kojima se često dogodi, posve slučajno, da glavni akter promovira određeni proizvod. Djeca i mlađi, osobito oni mlađeg uzrasta, to u pravilu ne prepoznažu.

Jedan od najzanimljivijih primjera korištenja You Tube kanala za promotivne aktivnosti je BibisBeautyPalace – 4,8 milijuna (Gerhards, 2017). Na kanalu možete pronaći veliki broj reklama koje dolaze iz svijeta mode i kozmetike. Ovakvi kanali očito postaju utjecajniji od tradicionalnih medija i mlađi im sve više vjeruju. **Stoga, s youtuberima oprezno i kritički, pogotovo prema uloženom vremenu koje može uludo proći uz sadržaj koji često nema nikakvu društvenu vrijednost jer se uglavnom temelji na najlošijem obliku zabave i popunjavanja slobodnog vremena.**



Elektroničko nasilje

Elektroničko nasilje - poznato i pod nazivom cyberbullying, nasilje preko interneta, virtualno nasilje - podrazumijeva uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije poput elektroničke pošte, sinkronih pričaonica, mobitela, tekstualnih poruka, internetskih stranica ili blogova kako bi se promoviralo namjerno i štetno ponašanje od strane pojedinca ili skupine s namjerom da se našteti drugoj osobi (Haber, Haber, 2007 prema Walker, Sockman, Koehn, 2011: 32).

Postoje dvije vrste napada – izravni napad i napad preko posrednika. Za razliku od izravnog napada kod kojeg osoba šalje drugoj osobi uznemirujuće ili prijeteće poruke, viruse ili pornografiju, kod napada preko posrednika, osoba napada drugu osobu preko treće osobe, najčešće njezinog profila na društvenim mrežama, a da ta osoba toga nije niti svjesna. Istraživanja su pokazala da se, iako se radi o zlostavljanju u virtualnom svijetu, žrtva i počinitelj međusobno najčešće poznaju u stvarnom svijetu. Većinom žrtve i počinitelji idu u istu školu, a najčešće čak i u isti razred ili generaciju.

Posljedice elektroničkog nasilja i te kako su vidljive. Djeca i mladi koji su žrtve elektroničkog nasilja rjeđe odlaze na internet, a istraživanja su pokazala da se kod takve djece češće javlja osjećaj ljutnje, tuge, frustracije, straha ili srama. Takve osobe imaju i nizak osjećaj samopoštovanja, suicidalne namjere, probleme u školi, češće uzimaju opijate, nose oružje u školu te se češće upuštaju u sukobe s vršnjacima (Berson, Berson, Ferron, 2002; Cowie, Berdondini, 2002; Ybarra, Mitchell, 2007 prema Hinduja, Patchin, 2011: 71).



Razlike između nasilja u stvarnom životu i elektroničkog nasilja

Postoji nekoliko ključnih razlika između nasilja u stvarnom i virtualnom svijetu.

→ **Elektroničko nasilje može biti prisutno 24 sata,
svih 7 dana u tjednu.**

Glavna je karakteristika elektroničkog nasilja da osobe mogu biti zlostavljane 24 sata dnevno. Naime, osobi možete poslati uvredljivu sms poruku ili napisati ružne komentare o njoj na internetu u bilo koje doba dana i noći.

→ **Izloženost nasilju i uzneniranju kod kuće i na drugim mjestima.**

Za razliku od stvarnog fizičkog nasilja gdje su djeca, ukoliko ne govorimo o obiteljskom nasilju, sigurna i zaštićena u okrilju svoga doma, kod elektroničkog nasilja više ne postoji sigurno utočište.

„Djeca više nemaju tu sigurnost da mogu otići kući i izbjegći zlostavljanje. Prije deset godina, ako bi dijete bilo zlostavljano, moglo je otići doma i sjediti ispred televizora. Danas kad djeca provode toliko vremena ispred računala, bilo da kupuju, istražuju nešto za školu, igraju igrice ili se samo druže s prijateljima, lakše postaju metom zlostavljanja.“ (Pregrad, Tomić Latinac, Mikulić, Šeparović, 2010: 8)



→ **Snaga pisane riječi.**

Zlostavljanje na internetu ostavlja trag pisane riječi jer „žrtva može svaki put ponovno pročitati što je nasilnik o njoj napisao, a u verbalnom obliku uvrede se lako mogu zaboraviti. Pisana riječ djeluje konkretnije i realnije od izgovorene.“ (Pregrad, Tomić Latinac, Mikulić, Šeparović, 2010: 8)

→ **Mnogobrojna publika i svjedoci.**

Veliki problem elektroničkog nasilja je broj svjedoka nasilnih djela. Naime, dok će tučnjavu učenika vidjeti samo učenici neke škole, uvredljive komentare na društvenim mrežama ili bilo gdje na internetu može vidjeti jako veliki broj ljudi.

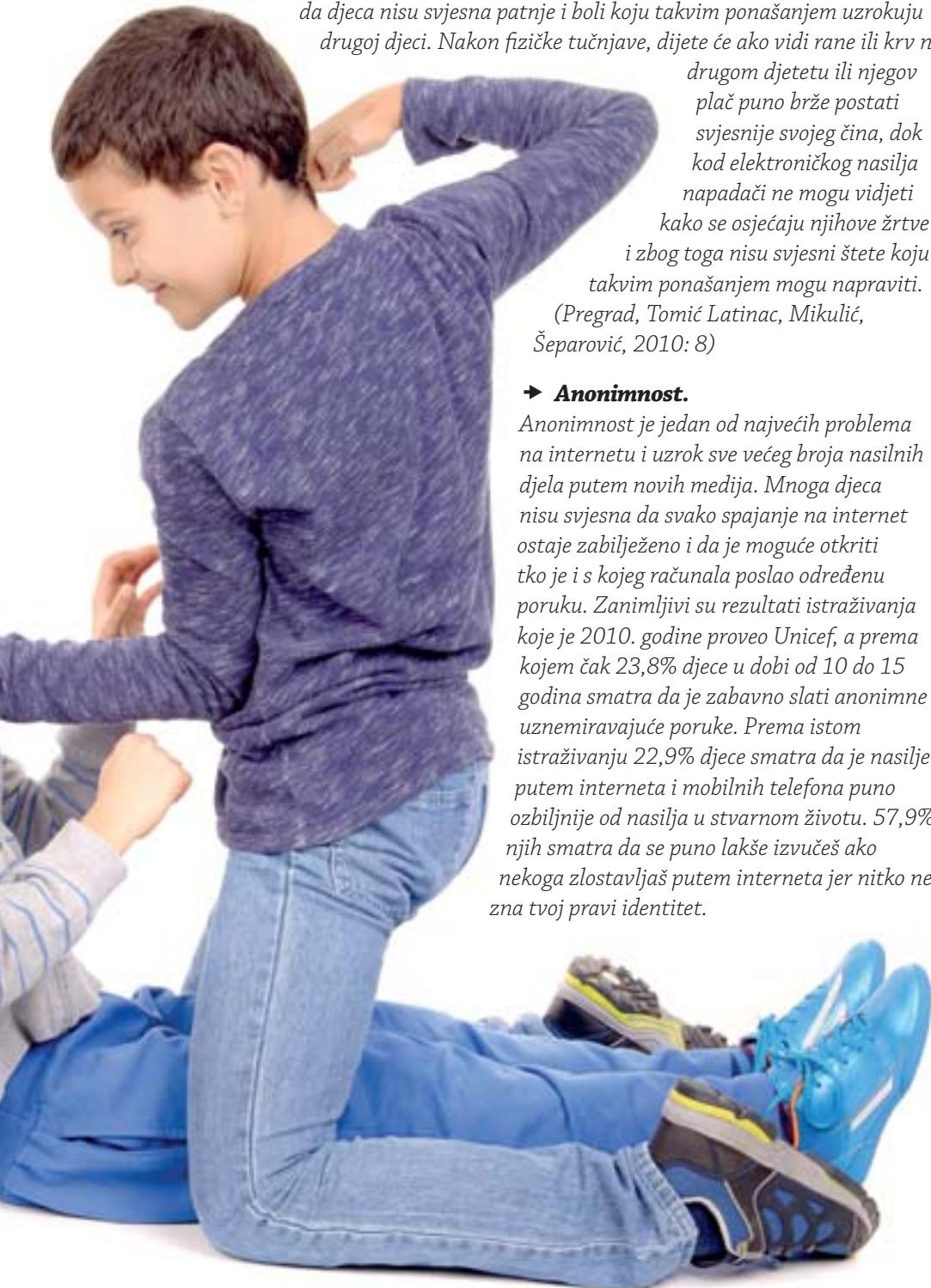
► **Nerazumijevanje posljedica elektroničkog nasilja.**

Razlog sve češćoj pojavi elektroničkog nasilja možemo tražiti i u činjenici da djeca nisu svjesna patnje i boli koju takvim ponašanjem uzrokuju drugoj djeci. Nakon fizičke tučnjave, dijete će ako vidi rane ili krv na drugom djetetu ili njegov plać puno brže postati svjesnije svojeg čina, dok kod elektroničkog nasilja napadači ne mogu vidjeti kako se osjećaju njihove žrtve i zbog toga nisu svjesni štete koju takvim ponašanjem mogu napraviti.

(Pregrad, Tomić Latinac, Mikulić, Šeparović, 2010: 8)

► **Anonimnost.**

Anonimnost je jedan od najvećih problema na internetu i uzrok sve većeg broja nasilnih djela putem novih medija. Mnoga djeca nisu svjesna da svako spajanje na internet ostaje zabilježeno i da je moguće otkriti tko je i s kojeg računala poslao određenu poruku. Zanimljivi su rezultati istraživanja koje je 2010. godine proveo Unicef, a prema kojem čak 23,8% djece u dobi od 10 do 15 godina smatra da je zabavno slati anonimne uznenimiravajuće poruke. Prema istom istraživanju 22,9% djece smatra da je nasilje putem interneta i mobilnih telefona puno ozbiljnije od nasilja u stvarnom životu. 57,9% njih smatra da se puno lakše izvučeš ako nekoga zlostavljaš putem interneta jer nitko ne zna tvoj pravi identitet.



Oblici električkog nasilja

SEXTING

slanje neprimjerenih seksualnih poruka i fotografija putem mobitela ili interneta

HAPPY SLAPPING

grupa napada pojedinca, nasilje snima mobitelom ili kamerom i kasnije snimku objavljuje na internetu

CYBER UHOĐENJE

učestala radnja koja uključuje prijetnje i nanošenje štete nečijoj privatnosti

GROOMING

mamljenje djece radi seksualnih potreba

CATFISHING

otvaranje lažnih profila putem kojih napadač navodi drugu osobu na ljubavnu vezu putem interneta

TROLLING

namjerno učestalo širenje sarkastičnih komentara upućenih slučajno odabranoj osobi s ciljem izazivanja sukoba

FLAMING

namjerno slanje agresivnih, uvredljivih i neprimjerenih poruka s ciljem poticanja online svađe i nasilja

MALWARE

zlonamjerni programi koji mogu ugroziti računalo

PHISHING

prevara koja korisnika navodi na otkrivanje korisničkog imena i lozinke i upisivanje u krivotvorenu web stranicu

SPAM

neželjena električka pošta, najčešće u obliku reklama i lažnih oglasa koja može biti i opasna ukoliko u sebi sadržava virus koji otvaranjem poruke može nastetiti računalu

Izvor: Ciboci, Osmančević, Preselj (2015)



Grupe mržnje na društvenim mrežama

Jedan od najčešćih oblika elektroničkog nasilja u Hrvatskoj su grupe mržnje na društvenim mrežama poput Facebooka. U njima često djeca i mladi kritiziraju i vrijedeđaju svoje vršnjake, poznanike, učitelje ili slavne osobe. Glavne su karakteristike takvih grupa (Ciboci, 2014):

1.

„Usmjerenošć prema većem broju ljudi – grupe mržnje, osobito one koje privlače veliku pozornost javnosti i imaju najveći broj simpatizera, usmjerene su prema većem broju ljudi. U takvima se grupama proziva veliki broj osoba, pri čemu je najčešće riječ o grupama u kojima se objavljaju eksplisitne fotografije djevojaka koje se najčešće naziva pogrdnim imenima i optužuje ih se za promiskuitet.

2.

U grupama mržnje na društvenim mrežama djevojke se najčešće optužuju za promiskuitet, a dječake se naziva 'kretenima' i 'retardiranim'.

3.

U grupama mržnje na društvenim mrežama veću netrpeljivost pokazuju simpatizeri takvih grupa, nego sami osnivači – najveći broj uvreda i pogrdnih komentara u grupama mržnje dolazi od strane simpatizera, a ne od samih pokretača stranice.

4.

Grupe mržnje na društvenim mrežama relativno su kratkog trajanja – budući da je najveći broj grupa mržnje usmjerjen prema većem broju osoba i da takve grupe imaju i veći broj simpatizera, često takve grupe izazivaju veliku pozornost javnosti, a time ih i mnogi prijavljuju kao grupe s neprihvatljivim sadržajima koje potom administratori društvenih mreža uklanjaju sa stranice.

5.

U grupama mržnje na društvenim mrežama koriste se brojne psovke i vulgarni izrazi – gotovo je nemoguće pronaći grupu mržnje na društvenim mrežama bez ijedne psovke i vulgarnih izraza.



6.

Osobe protiv kojih su grupe pokrenute, najčešće su imenovane punim imenom i prezimenom – iako su grupe mržnje u Hrvatskoj često usmjerene protiv većeg broja osoba, one su najčešće imenovane punim imenom i prezimenom. Kod mnogih je, prije svega djevojaka, navedeno i mjesto stanovanja te godište. Često se događa i da osnivači stranice njihove eksplisitne fotografije povezuju linkom s njihovim profilima na društvenim mrežama.“



Kako spriječiti elektroničko nasilje?

SMJERNICE ZA DJECU

1. Na internetu vrijede ista pravila pristojnog ponašanja kao i u svakodnevnom životu. Poštuj ih.
2. Ne ostavljam na internetu svoje osobne podatke – osobito adresu i broj mobitela.
3. Lozinke čuvaj samo za sebe. Druge bi ih osobe mogle zloupotrijebiti.
4. Zaštiti svoj profil na društvenim mrežama. Postavke uredi tako da tvoje fotografije, statuse i sve objave vide samo tvoji prijatelji.
5. Ne objavljuj fotografije u neprimjerenum i seksualno eksplicitnim pozama te one fotografije zbog kojih bi ti jednog dana moglo biti neugodno.
6. Ne objavljuj niti ne razmjenjuj fotografije ili snimke osoba za koje znaš da su mlađe od 18 godina ako su na njima prikazane bez odjeće ili u seksualiziranom ponašanju jer možeš počiniti kazneno djelo.
7. Ne otvaraj poruke koje si dobio od nepoznatih osoba ili s nepoznatih e-mail adresa. Ako dobiješ takvu poruku, obavijesti roditelje.
8. Ako posjetiš neku stranicu ili primiš e-mail koji ti se čini neprimjereni reci to svojim roditeljima ili drugoj odrasloj osobi od povjerenja.
9. Pazi s kim razgovaraš na internetu. Ne prihvacaј nepoznate ljude za prijatelje na društvenim mrežama. Nikad ne znaš tko se krije iza tih profila i kakve namjere ima ta osoba.
10. Ne svađaj se preko društvenih mreža ili e-maila.
11. Nikad nemoj ići sam na sastanak s osobom koju si upoznao na internetu. Ako ta osoba inzistira da dođeš bez pratnje, nemoj otići na takav sastanak.
12. Ako netko od tebe zatraži da učiniš nešto što smatraš da nije u redu i zbog čega ti nije ugodno – obavijesti o tome roditelje.

13. Ne objavljuj na internetu ono što ne želiš da se zna jer sve što je na internetu objavljeno je dostupno.

14. Izbjegavaj koristiti „check-in“ na društvenim mrežama. Ako stalno označavaš mesta koja posjećuješ, zlonamjerne osobe - predatori će lakše otkriti kuda se krećeš.

15. Nikad ne prihvacaј besplatni poklon (poput bona za mobitel) u zamjenu za adresu ili neku drugu informaciju bez dozvole roditelja.

SMJERNICE ZA RODITELJE

1. Naučite više o računalima kako biste mogli zaštitiću djecu od neprimjerenih internetskih sadržaja.
2. Poučite djecu načinima zaštite privatnosti na internetu i što da učine u slučaju elektroničkog nasilja.
3. Razgovarajte s djetetom o opasnostima interneta i poučite ga da ne daje osobne podatke ni fotografije na internetu te da ne dogovara susrete s nepoznatim ljudima. Savjetujte dijete da se nikad i ni pod kojim uvjetima ne sastaje s osobama koje upozna putem interneta, osim u vašoj pratnji.
4. Koristite internet zajedno s djecom te ih potičite da dijele svoja internetska iskustva s vama.
5. Uključite roditeljsku zaštitu na računalu. Blokirajte stranice koje nisu namijenjene djeci.
6. Stavite računalo u dnevni boravak kako biste mogli nadgledati djecu dok su na internetu.
7. Povremeno provjerite koje stranice dijete posjećuju, upoznajte njegove „online“ prijatelje i pogledajte o čemu raspravljaju.
8. Pazite da vaše dijete ne provodi previše vremena ispred računala.



SMJERNICE ZA DJELATNIKE U ODGOJNO-OBRZOZVNIM USTANOVAMA

9. Poučite dijete da ne prosljeđuje niti komentira sadržaje koji nekoga mogu povrijediti.
 10. Savjetujte svom djetetu da mu prijatelji budu osobe koje poznaje u stvarnom životu, odnosno da oprezno prihvata zahtjeve za novim prijateljstvima.
 11. Upoznajte djetetove internetske prijatelje onoliko koliko poznajete i ostale prijatelje.
 12. Upozorite dijete da lozinka dijeli samo s vama, ali ne i s prijateljima. Provjerite je li lozinka vašeg djeteta dovoljno komplikirana kako ju drugi korisnici ne bi mogli otkriti.
 13. Provjerite koje su najčešće teme razgovara u chat sobama/stranicama i na društvenim mrežama koje vaše dijete posjećuje i uvjerite se da nisu namijenjene punoljetnim osobama.
 14. Ohrabrujte dijete da vas pita o onome što ne zna te potičte razgovore o sadržajima na internetu.
 15. Ako vaše dijete ima otvoren profil na nekoj društvenoj mreži, i vi otvorite profil na istoj mreži i budite prijatelj djetetu.
 16. Postavite jasna pravila ponašanja na internetu. Upozorite ih da se pravila pristojnog ponašanja iz stvarnog života primjenjuju i na internetu.
 17. Objasnite djeci opasnosti slanja vlastitih fotografija preko interneta i mobitela, kao i pojam dječje pornografije.
 18. Zabранa služenja interneta nije rješenje. Dijete će do interneta doći na drugim mjestima, poput škole ili prijatelja. Naučite ih radije kako da pravilno koriste internet.
 19. Povremeno utipkajte ime svog djeteta u neku tražilicu (npr. Google) da vidite pojavljuje li se i na kojim stranicama.
 20. Objasnite djetetu kada i zašto razgovor s nepoznatim osobama, posebno o seksualnim temama, može biti opasan za njega.
1. Barem jednom u polugodištu / semestru organizirajte predavanje i radionice o sigurnosti djece na internetu.
 2. Poučite djecu načinima zaštite privatnosti na internetu - što da učine u slučaju elektroničkog nasilja; da ne dijele osobne podatke ni fotografije na internetu te da ne dogovaraju susrete s nepoznatim ljudima. Savjetujte djecu da se nikad i ni pod kojim uvjetima ne sastaju s osobama koje su upoznali putem interneta.
 3. Ohrabrujte djecu da vas pitaju o onome što ne znaju te potičite razgovore o sadržajima na internetu. Ohrabrujte prijavljivanje elektroničkog nasilja. Osigurajte učenicima atmosferu u kojoj vam se bez straha mogu obratiti u slučaju da su žrtve ili svjedoci elektroničkog nasilja.
 4. Postavite jasna pravila o ponašanju na internetu. Izvjesite ih u učionice ili na hodnike u školi.
 5. Potaknite međuvršnjačke grupe pomoći unutar škole. Potaknite stariju djecu da razgovaraju s mlađima o opasnostima na internetu.
 6. Osmislite plan djelovanja u slučaju pojave elektroničkog nasilja u školi.
 7. Zaštitite računala u školi i onemogućite djeci pristup neprimjerenim stranicama. Nadzirite što djeca rade na računalima u školi.
 8. Educirajte roditelje o opasnostima na internetu, potaknite ih na dodatno obrazovanje i razgovor s djecom o elektroničkom nasilju.
 9. Pripazite na znakove zlostavljanja kod djece: na emocionalnu uzneniranost za vrijeme ili poslije korištenja interneta, izbjegavanje prijatelja i uobičajenih aktivnosti, izbjegavanje škole i grupnih okupljanja, lošije ocjene i ispade bijesa, nagle promjene raspolaženja i ponašanja itd.
 10. Potičite djecu na pozitivna ponašanja na internetu.

Što učiniti u slučaju elektroničkog nasilja?

SMJERNICE ZA DJECU

1. Ako ti netko pošalje zlonamjernu ili prijeteću poruku, nemoj odgovoriti. Pokaži je roditeljima ili odrasloj osobi u koju imаш povjerenja.
2. Ako primiš neželjeni poziv, prekini ga i ne razgovaraj s osobom koja te uznamirava.
3. Ako te netko vrijeđa ili uznamirava preko interneta (društvenih mreža) suzdrži se od komunikacije s tom osobom i ne odgovaraj na primljene uvrede.
4. Blokiraj broj s kojeg ti stižu neželjene poruke. Možeš prijaviti i blokirati korisnike i na svim društvenim mrežama.
5. Prijavi elektroničko nasilje roditeljima, učiteljici/ učitelju, najboljem prijatelju ili prijateljici. Oni ti mogu pomoći. Nasilje možeš prijaviti i policiji na Red Button - <https://redbutton.mup.hr/>.
6. Ako postaneš žrtva elektroničkog nasilja, ne krivi sebe, nisi ti kriv za to što ti se događa, već tvoj zlostavljač.
7. Sačuvaj sve neugodne poruke, fotografije i brojeve telefona s kojih primaš neželjene pozive. Oni su dokaz zlostavljanja pomoću kojih će policija lakše pronaći zlostavljača.
8. Pomogni djeci koju na taj način zlostavljaju tako da ne prikrivaš nasilje i da odmah obavijestiš odrasle.

SMJERNICE ZA RODITELJE

1. Ne odgovarajte na poruke i pozive osobe za koju sumnjate da iskorištava i zlostavlja vaše dijete.
2. Ne brišite poruke ili fotografije jer mogu poslužiti kao dokaz.
3. Pokušajte otkriti identitet zlostavljača kako bi se mogle poduzeti adekvatne mjere za sprječavanje daljnog zlostavljanja. Zlostavljač je najčešće osoba iz djetetova okruženja.
4. Ako je identitet zlostavljača poznat, pokušajte kontaktirati njegove roditelje (jer postoji velika vjerojatnost da oni ne znaju kako se njihovo dijete nasilno ponaša).
5. Kontaktirajte internetskog providera.
6. Kontaktirajte školu.
7. Kontaktirajte policiju ako poruke preko interneta sadrže prijetnje nasiljem, uhodenje, napastovanje, dječju pornografiju i sl.
8. Ako dijete dobije neprimjerenu poruku, poziv ili je izloženo nasilju, dajte mu podršku i potaknite ga da odmah razgovara s vama ili nekom drugom odrasloj osobom u koju ima povjerenja (poput nastavnika, školskog psihologa), kako se problem ne bi pogoršao.



SMJERNICE ZA DJELATNIKE U ODGOJNO-OBRAZOVNIM USTANOVAMA

1. Poduzeti sve mjere da se zaustavi i prekine nasilno postupanje prema djetetu, a u slučaju potrebe zatražiti pomoć drugih djelatnika odgojno - obrazovne ustanove ili policije.
2. Ako je dijete povrijeđeno u mjeri koja zahtijeva lječničku intervenciju ili pregled odmah pozvati službu hitne lječničke pomoći.
3. Obavijestiti roditelje djeteta ili zakonske zastupnike, te ih upoznati sa svim činjenicama i okolnostima koje je do tada doznala i izvijestiti ih o aktivnostima koje će se poduzeti.
4. Informirati roditelje o oblicima savjetodavne i stručne pomoći.
5. Razgovarati s djetetom brižljivo, poštujući djetetovo dostojanstvo i pružajući mu potporu.
6. Pružiti podršku i surađivati sa žrtvom elektroničkog nasilja i njenim roditeljima.
7. Djecu žrtve uključiti u grupe podrške gdje će se povećati njihovo samopouzdanje i socijalne vještine.
8. Razgovarati s nasilnikom i žrtvom odvojeno o incidentu.
9. Ukoliko se ispostavi da je zlostavljač učenik iz škole, obavijestiti njegove roditelje. Pokušati promijeniti ponašanje nasilnika, dati mu potporu ukoliko uvidi problem i prihvati odgovornost.



- 
10. Obavite razgovor s drugom djecom ili odraslim osobama koje imaju spoznaju o učinjenom nasilju te utvrdite sve okolnosti vezane uz oblik, intenzitet, težinu i vremensko trajanje nasilja.
 11. Razgovarati s djetetom koje je počinilo nasilje uz nazočnost stručne osobe, ukazati djetetu na neprihvatljivost i štetnost takvog ponašanja, te ga savjetovati i poticati na promjenu takvog ponašanja, a tijekom razgovora posebno обратити pozornost iznosi li dijete neke okolnosti koje bi ukazivale da je dijete žrtva zanemarivanja ili zlostavljanja u svojoj obitelji ili izvan nje.
 12. Pozvati roditelje ili zakonske zastupnike djeteta koje je počinilo nasilje, upoznati ih s događajem, kao i s neprihvatljivošću i štetnošću takvog ponašanja, savjetovati ih s ciljem promjene takvog ponašanja djeteta, te ih pozvati na uključivanje u savjetovanje ili stručnu pomoć unutar škole ili izvan nje.
 13. O poduzetim aktivnostima, razgovorima, izjavama te svojim opažanjima sačiniti službene bilješke, kao i voditi odgovarajuće evidencije zaštićenih podataka koje će se dostaviti na zahtjev drugim nadležnim tijelima.



Radionica 31: Smjernice za prevenciju elektroničkog nasilja

Pročitajte s učenicima sljedeće priče. Potaknite ih da razmisle i naprave smjernice što bi trebali učiniti oni, a što roditelji i učitelji u školama kako bi spriječili da njihovi vršnjaci postanu žrtve elektroničkog nasilja, ali i smjernice što svatko od njih treba učiniti kada se nasilje već dogodi. Neka svaki učenik navede barem jednu smjernicu. Smjernice pišite na veliki plakat. Zalijepite plakat na vidljivo mjesto u učionici. Razgovarajte o svakoj smjernici koju su naveli učenici.

PRIČA 1.

Djevojčica (14)

Maloljetna je djevojčica u siječnju ove godine postala žrtva elektroničkog nasilja. Grupa je njezinih vršnjaka iz razreda pokrenula grupu na Facebooku „Svi koji mrze Martinu Marktić i žele da ode iz škole“. U grupi su je nazivali brojnim pogrdnim imenima, objavljivali uvredljive snimke i svakodnevno je ponižavali. Djevojčica je zbog toga postala depresivna, ali nikome, čak niti roditeljima, nije rekla što joj se događa. Prestala se družiti s prijateljima, izbjegavala je grupna okupljanja te je popustila čak i u školi, počela je dobivati brojne jedinice iako je do tada bila odlična učenica. Iako je patila, nije se nikome obratila za pomoć zbog čega je svakoga dana bila u sve goroj situaciji. Iako je od tada prošlo nekoliko tjedana, situacija je i dalje ista.

► **Što biste vi učinili na njenom mjestu? Što bi trebali učiniti njezini roditelji i učitelji u školi? Izradite smjernice!**



PRIČA 2.

Dječak Filip (12) upoznaje djevojku Josipu preko interneta, dopisuju se gotovo svakodnevno mjesec dana. Filip svaki slobodni trenutak kod kuće koristi za dopisivanje s Josipom, ali to počinje činiti i u školi, čak i za vrijeme nastave. Filip se sve više povezuje s Josipom, međusobno počinju otkrivati neke intimne detalje o sebi, a uskoro počinje i međusobno slanje fotografija. Josipa zamoli Filipa da mu pošalje nekoliko fotografija bez odjeće, no Filipu to nije bilo ugodno i odbio je to učiniti te se želio nastaviti dopisivati. Osoba s druge strane ekrana nije bila djevojčica, već seksualni predator (58) koji je nakon prvotnog stjecanja povjerenja započeo s ucjenama: "Svi će u školi saznati što si mi ispričao, svima ću pokazati tvoje poruke, svi će vidjeti tvoje fotografije...". Predator zauzvrat i dalje traži slike Filipa bez odjeće. Prethodno mu je slao „svoje“ fotografije tako što je na internetu preuzeo slučajno odabranu fotografiju tamnokose djevojčice u koju se dječak i zaljubio. Dječak se u strahu obraća svom najboljem prijatelju koji ga savjetuje da razgovara s roditeljima.

- **Kako pomoći Filipu? Što bi trebali učiniti njegovi roditelji i učitelji u školi? Izradite smjernice!**



Radionica 32: Povezivanje parova

Izradite s učenicima memo kartice na zadane pojmove. Zaigrajte s učenicima memo - povezivanje parova. Kada neki učenik otkrije par, da bi dobio bodove mora točno objasniti značenje navedenih pojmoveva. U slučaju da pogriješi, drugi učenik ima mogućnost otkrivanja parova i njegovog značenja.

PHISHING	SEXTING	HAPPY SLAPPING	GROOMING	CATFISHING
SEXTING	TROLLING	SPAM	CATFISHING	PHISHING
HAPPY SLAPPING	FLAMING	MALWARE	CYBERBULLYING	MALWARE
CYBERBULLYING	GROOMING	TROLLING	SPAM	FLAMING



Radionica 33: **Ugovor o korištenju tableta**

S djecom koja su završila drugi razred osnovne škole roditelji mogu odlučiti potpisati ugovor o korištenju tableta. Slobodno ga možete prilagoditi ovisno o vašim procjenama. Ugovor bi trebao biti realan i ostvariv. A važno je da ga potpišete i Vi i dijete.

Kako ćemo se služiti tabletom?

- 1. Koristimo ga za zabavu i školu da naučimo nešto novo.**
- 2. Igramo najviše 30 minuta dnevno kroz tjedan, a za vikend se moramo posebno dogоворити.**
- 3. Nikada ne igramo nasilne igre jer ima jako puno drugih igrice koje su puno zabavnije.**
- 4. Ako naši prijatelji dođu na igru i žele da svi igramo nasilne mi to nećemo raditi jer od toga nema nikakve koristi.**
- 5. Internetom se koristimo kad su tata i mama blizu.**
- 6. Ako mi tata ili mama kažu da se prestanem igrati, a ja odmah ne poslušam jasno mi je da će mi uzeti tablet.**
- 7. Kada dođu prijatelji oni su važniji od tableta i s njima se mogu igrati puno bolje nego s tabletom.**
- 8. Ako tablet padne i razbije se novi nećemo dobiti.**
- 9. Mama i tata imaju pravo uzeti mi tablet ako se ne pridržavam ovih pravila.**
- 10. Kada je lijepo vrijeme i ako mogu ići van uvijek ću to odabrati prije tableta.**

Pridržavat ću se svih pravila!

Potpis



Radionica 34: To sam ja!?

Ovu je radionicu osmisnila bivša pravobraniteljica za djecu Mila Jelavić. Zadatak se može napraviti kod kuće. Učenicima dajte zadatak da za idući susret moraju pripremiti plakat na koji će isprintati i nalijepiti nekoliko objava-statususa sa svojih društvenih mreža kojima se najviše ponose. Mogu raditi i u timu u dvoje. Plakate (hamer) mogu i vizualno ukrasiti. Kada donesu svoje domaće zadaće na satu raspravite o sadržaju naglašavajući važnost zaštite privatnosti i dostupnosti javnih profila. Radionica će potaknuti njihovo kritičko promišljanje o sadržaju koji objavljaju na društvenim mrežama, a moći će i međusobno komentirati pri čemu treba biti vrlo oprezan, odnosno prije rasprave dobro proučite objave koje su pripremili kako ne bi bilo objava koje nisu primjerene.





Radionica 35: **Vježba pretraživanja** **podataka na internetu**

Učenici danas u potrazi za informacijama ili zabavom najčešće koriste video kanale poput YouTubea ili Vimea. Predložite im da odaberu jedan pojam te da pretraže osnovne rezultate koje će im ponuditi sljedeći pretraživači:

Ask.com

Bing

Dogpile

DuckDuckGo

IxQuick

Quora

Google

Yahoo

Yandex

Možete ih podijeliti i u male grupe kako bi usporedili rezultate do kojih su došli.

Zadržite se na sljedećim karakteristikama pretraživača: vizualni dio, brzina reakcije na upit, zadovoljstvo rezultatom, ocjena korisnosti. Ukoliko imate vremena možete im ukazati i na neke specifičnosti svakog pretraživača, pogotovo kada je riječ o postavkama privatnosti. Svakako biste ih trebali informirati kako najpopularniji pretraživači koriste i prikupljaju veliku količinu naših osobnih podataka.



VI. ODGOJ KOMUNIKACIJOM U OBITELJI



Neprijeporna je činjenica da „komunikacija odgaja, a odgoj komunicira“ i teško da će netko – nakon svega što je pročitao u ovom priručniku – reći da ta tvrdnja nije točna. No, kako moramo voditi računa o svojoj komunikaciji – verbalnoj i neverbalnoj – u obitelji, isto tako na pameti moramo imati i kao činjenicu prihvatići kako se danas komunikacija u obitelji uvelike promijenila, a masovni mediji kojima se svakodnevno svi služimo, ne mijenjaju samo načine našeg

međusobnog komuniciranja, nego mijenjaju i nas same, posebno djecu i mlade, jer se stalno moramo navikavati i prilagođavati novim komunikacijskim sredstvima. Ponekad im i podlegnemo, te postanemo o njima ovisni i zbog njih zanemarujemo ne samo svoje obvezе, nego i druge ljude. Nezaustavljiv razvoj medija stalno nas tjera na promjene, ne da nam mira pa je došlo do promjene i na antropološkoj i na kulturnoj razini (Labaš, 2015).



Roditelji, budite protagonisti odgoja!

Naime, mediji kojima se svakodnevno služimo, na žalost, često ne idu na ruku i ne donose mir u naše obitelji. Oni se vode jednom mogućom idejom vodiljtom: postići što veći profit. Zato u njima ima sve više reklamnih poruka kojima se djecu zavodi i nagovara da „kupe sve što vide“. Jednako tako, u njima ima – kao što smo pokazali i u prethodnim tekstovima – sve više nasilnih sadržaja (bilo u informativnim, bilo u drugim sadržajima, posebno videoigramu) koji štete ne samo djeci i mladima, nego i cijelim obiteljima. Zato ponavljamo još jednu smjernicu roditeljima: Budite protagonisti odgoja! Roditelji su prvi i nezaobilazni subjekt odgoja djece. Nužno je da sami roditelji sačuvaju

ta svoja roditeljska pravâ i svoju primarnu ulogu u odgoju djece, na prvome mjestu na moralnom i odgojnном području. Na roditeljima je da i oni sami pozovu medije da poštiju taj njihov „odgojni primat“, bez obzira što i masovni mediji danas imaju svoju „jedinstvenu ulogu“: oni ne samo da informiraju, već također oblikuju duh svojih korisnika te stoga mogu dati značajan doprinos odgoju i obrazovanju mlađih. Važno je imati na umu kako između obrazovanja i komunikacije postoji tijesna veza: obrazovanje se naime ostvaruje uz pomoć komunikacije, koja utječe, na pozitivan ili negativan način, na oblikovanje osobe.

Dogovarajte se oko (televizijskih) odgojnih sadržaja

Valja znati da mnogi roditelji medije smatraju velikom pomoći u odgoju djece i ne mogu zamisliti kako bi proveli dan bez televizije, DVD-a, računala ili mobitela. Mediji roditeljima pružaju mogućnost da dovrše poslove, da smire djecu ili da „dobiju“ malo vremena za sebe znajući da su njihova djeca „na sigurnom“ – to jest, da se ne igraju izvan doma, niti da rade neke nepodopštine po stanu ili kući. Više televizora i DVD-ova, kao i računala u kući mogu pomoći i kod rješavanja svađa među braćom i sestrama o tome što će se i kada gledati, ali i roditeljima daju mogućnost da i oni sami pogledaju svoje omiljene programe. Ove nam tvrdnje pokazuju da roditelji nisu uvijek i potpuno svjesni poteškoća i problema koje su im u domove i obitelji donijeli mediji. Stoga moramo zapamtiti: televizor, kao i ostali mediji, nisu obični kućanski aparati.

Roditelji također tvrde da je obrazovanje jedna od velikih vrijednosti televizije za njihovu djecu, te ističu da im djeca preko televizijskih zaslona uče „puno stvari“. No, mnogo je onih koji misle da bi im djeca sve te stvari naučila jednakojako tako dobro i bez televizije, ali ne žele dodatni „teret“ koji bi im kao roditeljima pao na leđa bez medija. Čini se da je prevladavajući osjećaj da jednostavno ne postoji način u kojima bi oni mogli provoditi život i učiniti sve što moraju bez televizije i videa, a odgojni sadržaj i korisne lekcije mnogih programa smanjuje njihov osjećaj krivnje što više vremena ne provode sa svojom djecom. Dok neki roditelji smatraju da se računalom djeca mogu koristiti za više obrazovanja od televizije, mnogi ipak daleko više preferiraju televiziju ili video jer im je za njih potreban manji trud oko nadzora ili jer se boje da će djeca uništiti računalo.





Vodite računa o položaju televizora u domu

Istraživanja nam danas pokazuju da mediji, osobito televizija, imaju ključnu ulogu u životima djece i to od najranije dobi. Tako u jednome danu više od osmero djece od deset između 6 mjeseci i 6 godina koriste televizor (ili neki drugi medijski zaslon) oko 2 sata. Trećina djece živi u domovima gdje je televizor uključen cijeli ili gotovo cijeli dan, pa i onda kada ga nitko ne gleda, a oko 30 % ima televizor uključen i za vrijeme obroka (Common Sense Media, 2013).“

Pedagoški je savjet da se djeci ne dopusti da jedu dok gledaju televiziju ili da idu spavati s uključenim televizorom, a posebno da im se ne stavi televizor u njihovu spavaću sobu. Pedagozi, među

kojima je i ranije spomenuti Jan Uwe Rogge, ističu da djeca smiju gledati televiziju, ali u dogовору с родитељима и не previše dugo. Najbolje je televiziju gledati zajednički u obitelji i zajedno odlučivati о tome što će se gledati. Ako vaše dijete želi stalno gledati televiziju, razgovarajte zašto je to tako: možda ima neki problem, možda se gledanjem televizije oslobađa neke napetosti ili stresa. Ako bi stalno gledalo emisije s nasilnim sadržajima, razgovarajte о tome, kako nasilni sadržaji ne bi imali kratkoročne ili dugoročne posljedice. Televizor nemojte staviti u središte svoje dnevne sobe, jer ste ga tako stavili i u središte svoga obiteljskog života. Nadite mu neko primjereno mjesto i neka nije uključen cijeli dan.



Dnevni red prilagodite obitelji i sebi, ne prema medijima

Djeci se u razgovoru nemojte obraćati docirajući i vrijeđajući njihov odabir (Kakve to gluposti opet gledaš?), nego ih – što su starija – potičite na što više suodgovornosti i potičite ih da biraju kvalitetne filmske i druge sadržaje kao i obrazovne emisije. Savjet je stoga: imajte dnevni red, pa i za gledanje televizije. Potičite djecu i na čitanje za koje moraju naći mjesta u svom slobodnom vremenu. No, jednako tako: ne zabranjujte gledanje

televizije jer zabrane nisu rješenje, nego uobičajeno vode do sukoba i obiteljskih razmirica. Televizor nikako ne smije biti niti dadilja niti sredstvo pritiska.

Zato ponovno preporučujemo: manje gledanja u zaslone, više čitanja, međusobnog slušanja i obiteljskog razgovora. Samo oni mogu dovesti do više razine medijske pismenosti i boljeg korištenja medija.

Roditelji, učite i spajajte nova znanja sa svojom mudrošću

I računala i internet, stvarni i virtualni prijatelji, internetske „platforme“ i društvene mreže danas igraju osobito veliku ulogu u životu djece i mladih, a roditelji se često boje da neće moći pratiti brzinu internetskih inovacija i „metamorfoza“ koje očaravaju čak i najmlađe, a nerijetko uznemiruju odrasle. Tek što roditelji - mama i tata - nauče „baratati“ nekom „tehnološkom novotarijom“ sve se stubokom mijenja, jer je na pomolu – a dovoljno je vidjeti samo promidžbene programe – nešto novoga.

Sirene zavodljivih glasova internetskih mora i mali opijeni mornari u našim kućama i učionicama zahtijevaju nove odgovore i kompetentan pristup. Jer, netko mora u ruke primiti kormilo: ne mora biti tako vješt u baratanju računalom, ali je zato bogatiji životnom mudrošću. I zna se služiti – kompasom. Naša djeca – kako su nam u prethodnim tekstovima pokazala mnoga istraživanja - sve više vremena provode na internetu, nadasve na društvenim mrežama (social networks). No, isto su tako već naučili da mogu naići na opasnosti, na „ružne susrete“ o kojima govore brojna istraživanja, te razumiju da je najvažnije da ih na njihovom putovanju prate roditelji.

A da bi ih mogli pratiti, roditeljima je prva preporuka: svi moramo učiti, spajajući nova znanja sa starom životnom mudrošću. Dakle, preporuka roditeljima je: učite i spajajte nova znanja sa svojom „starom“ mudrošću. Djeca sve više vole internet i društvene mreže poput Facebooka i Instagrama - činjenica je to koje je svjestan svaki roditelj. O tome se gotovo svakodnevno čuje s mnogih strana, koje upozoravaju da i roditelji moraju ići ukorak – bok uz bok – sa svojom

djecem, jer su i pedagozi i drugi stručnjaci primijetili (a to vide i roditelji sami) sve nižu dob onih koji ulaze u svijet društvenih mreža, pa se na njima mogu naći cijeli „virtualni razredi“ osnovnih škola koji su povezani u različite skupine.





Roditelji, nemojte demonizirati medije

U tom kontekstu, vrijedno je spomenuti činjenicu koju vrlo duhovito objašnjava talijanski stručnjak Giuseppe Pelosi u svojoj knjizi „U pomoć! Imam kibernetičko dijete!“, a čiji je podnaslov: „Priručnik za roditelje izgubljene na internetu“: optuživati sredstvo ne služi ničemu.

Zapravo, „optuživati internet je kao da se optužuje šumu u bajci o Crvenkapici, dok je neprijatelj vuk, a ne šuma.“ Stoga je slijedeći savjet svakome roditelju da

shvati kako su društvene mreže važna i izvanredna prilika (za informiranje, upoznavanje, druženje) i ne smije ih se demonizirati. Ali, kao i sa svim drugim moćnim sredstvima, s njima se mora znati upravljati tako da nam ne nanesu zlo, da nas ne povrijede. Nekom roditelju i djetu ta sredstva nisu ništa drugo do li projekcija kvalitete onih istih odnosa što ih svakodnevno žive u stvarnosti, a neke prenose i na internet.



Roditelji, nemojte okretati glavu na drugu stranu

No, jednako tako roditelji moraju znati da ozbiljan i zreo stav o potencijalnim rizicima na internetu vodi računa o rizicima i opasnostima. Jedan od rizika je svakako pretjerano dugo provođenje vremena na internetu i društvenim mrežama na koje smo upozorili, a koje

može odvesti u ovisnost, pa bi roditelji morali pratiti koliko dugo su im djeca na internetu. Savjet: nemojte zanemarivati dužinu vremena koje vaše dijete provodi uz računalo i nemojte okretati glavu na drugu stranu!



Roditelji, razgovorom spriječite moguće neprimjерено ponašanje ili nasilje

Jednako tako, vodite računa i o opasnosti od negativnih doživljaja i negativnih iskustava – od onih „benignijih“ kada djeca računalo „zaraze virusima“, do onih puno opasnijih – dobivanja „ponuda prijateljstva“ od nepoznatih ljudi sve do izloženosti nasilnim ponašanjima, psihičkom maltretiranju, fizičkim prijetnjama, ucjenama, nepristojnim i pornografskim fotografijama. Vezano uz to savjet je roditeljima: razgovarajte s djecom i prije nego što se takvo što može dogoditi, steknite njihovo povjerenje – isto ono koje imaju u vas kada je riječ o svakodnevnom životu, ili ih naučite kome se mogu obratiti u slučaju da dožive nešto neprimjерeno na internetu i društvenim mrežama. Potaknite ih da se obrate bilo vama, bilo učiteljima, pa čak i policiji. Pratite ih, nemojte ih osuđivati: ako im se dogodi nešto neprihvatljivo pa i

protuzakonito, objasnite im da nisu oni za to odgovorni, da nije njihova krivnja što im se to dogodilo. Potičite ih jednako tako da budu oprezni, da ne daju svoje osobne podatke (lozinke, adresu ...) nikome, pa ni svojim prijateljima vršnjacima. Upozorite ih da se ne predstavljaju lažno i da ne otvaraju lažne profile na društvenim mrežama. Podučite ih da se na društvenim mrežama i općenito na internetu ne smiju ponašati drsko, da ne smiju biti nasilni prema drugima, da vam kažu ako su se susreli s elektroničkim nasiljem (bilo da je riječ o njima, bilo da je riječ o nekom njihovom prijatelju), da ne napastuju druge korisnike on line, da ne prenose fotografije i poruke koje bi mogle biti neugodne za druge, tj. njihove prijatelje, ne širiti spmove, zapravo - ne govoriti i ne činiti ono što ne bi činio u stvarnom životu, ne razgovarati s nepoznatima.



Roditelji, nemojte špijunirati svoju djecu na internetu

Pri kraju ovoga priručnika, željeli bismo dodati još jednu vrlo važnu stvar i savjet. Naime, ako se u obzir uzme osjećaj odgovornosti koji proizlazi iz ovih savjeta, onda roditelji moraju povesti računa da se ne pretvore u „špijune“ svoje djece na internetu i društvenim mrežama. Najbolji pristup medijskome odgoju je stvaranje solidnog odnosa s djetetom, koji će djetetu - kako mlađe dobi tako i adolescentu - omogućiti razgovor o svakoj temi, pa i eventualnim tjeskobama, strahovima i brigama do kojih je došlo zbog kontakata i zahtjeva koji im stižu preko interneta i društvenih mreža. Na taj se način uspostavlja odnos povjerenja koji će dovesti do toga da se dijete osjeća prihvaćenim i da ga se ne osuđuje, kako bi se uvjek osjećao zaštićenim. Baš kao i mornar koji zna

da je siguran ako je za kormilom iskusan kapetan. Zato ponavljamo još jednom: djeca smiju koristiti medije, djeca smiju gledati televiziju, djeca smiju koristiti internet i društvene mreže. Da bi to mogla potreban im je pravi savjet i roditelj otvoren za dijalog i razgovor, roditelj koji svojim primjerom pokazuje koje je mjesto medijima u obitelji, roditelj koji zna uzeti televizijski daljinski upravljač i kormilo za navigaciju virtualnim svijetom u svoje ruke, dijeleći rizike ali i ljepotu i bogatstvo koje su sa sobom u naše obitelji donijeli suvremeni mediji. I ne zaboravite: odredite pravila zajednički, razgovorom i u dogovoru sa svojom djecom. I na taj će način potvrditi istinitost tvrdnje da „odgoj komunicira, a komunikacija odgaja“ – pa i za ispravno i korisno služenje medijima.



Radionica 36: Vaš korak prema medijskoj pismenosti

„U prvom je koraku važno da prepoznamo vrijeme i prostor koji smo u svojim životima ustupili medijima. Stoga vas potičemo da kroz iduća tri dana pokušate voditi male bilješke o tome koliko ste vremena proveli dnevno uz radio, televiziju, internet i novine. Na običan papir koji ćete staviti na vama vidljivo mjesto, na kraju svakog dana, pokušajte zapisati broj minuta koje ste kroz dan proveli uz svaki medij. U obzir uzmite vrijeme od kada se probudite do počinka, uključujući i vrijeme koje provedete u prometu, no vodite evidenciju i o vremenu koje ste posvetili medijima kada ste bili usmjereni na neku drugu aktivnost (npr. kuhajući, spremajući, čisteći, trčeći ...). Bilo bi dobro da ovaj prvi korak provedete sami, bez znanja vaših ukućana, obitelji ili prijatelja, u svojevrsnoj tajnosti. Nakon uspješno završena prva tri dana, u četvrtom danu više ne morate voditi evidenciju o vremenu već uz naziv svakog medija (radio, televizija, tisak, internet) pokušajte na kraju dana, u svega pet minuta, navesti ključne teme i informacije do kojih ste došli koristeći medije. Tako ćete na najbolji način prepoznati informacijsku vrijednost svakog medija. Posebno je važno da pritom pokušate prepoznati i osjećaje koje ste proživiljavali (strah, tuga, uznenirenost, oduševljenost ...). Zapišite i jeste li pritom bili sami, te navedite i mjesto (posao, grad, priroda, sport ..) gdje ste se tada nalazili.

Ako te podatke usporedite s vremenom koje provodite uz pojedini medij sami ćete doći do odgovora koji vam mediji daju najviše korisnih informacija, ujedno ćete lako prepoznati kojem od njih posvećujete previše vremena, a da je to možda vrijeme koje ste doslovno - izgubili. To je početni test osvješćivanja koji, ovisno o vašoj volji i spremnosti, može trajati od navedena četiri dana do cijelog mjeseca ili čak godinu dana. Što ste ustrajniji to ćete više prepoznavati temeljne karakteristike vašeg odnosa prema medijima.

Nakon što ste uspješno prošli prva četiri dana, petoga dana na novi papir zapišite ono što biste htjeli raditi u životu, a za što smatraste da nemate vremena (izleti, čitanje, gledanje filmova, kuhanje ...). Šestoga dana usporedite broj minuta koje ste evidentirali da provedete uz medije kroz prva tri dana s navedenim popisom želja. Iskustvo pokazuje da

ćete barem 60 minuta svog vremena svaki dan moći posvetiti jednoj od svojih želja, ako to vrijeme ne provedete uz medije za koje ste prethodno procijenili da vam ne daju dovoljno korisnih informacija ili da uz njih vežete većim dijelom negativne osjećaje. Što više dana provedete u ovom koraku, rezultati će biti objektivniji i olakšat će vam donošenje odluka s ciljem da se izborite za svoje vrijeme.

Nakon toga na osobnom primjeru posvjetidočite svojim bližnjima i potaknite ih da se priključe, odnosno da sami krenu kroz prvi korak. Možda ćete ih morati poticati ili neće pokazivati isti interes kao Vi, a lako je moguće i da ćete korak morati ponoviti, no ustrajnost će se sigurno isplatiti. Prvi korak prema medijskoj pismenosti može poboljšati kvalitetu komunikacije u Vašoj obitelji.

Ovaj je program lako prilagoditi svim generacijama, uz napomenu da ćete kod male djece Vi morati voditi zapisnik ispitujući ih o tome što osjećaju, promatrajući njihovo neverbalno ponašanje, odnosno evidentirajući ukupno vrijeme u kojem ih izlažete nekom mediju.“

Ovaj je tekst kao kolumnu u Školskim novinama objavio dr. sc. Igor Kanižaj 2012. godine.



Popis korištenje literature

1. Agencija za elektroničke medije (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija.
2. American Academy of Pediatrics (2016). American Academy of Pediatrics Announces New Recommendations for Children's Media Use. Preuzeto s: <https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/Pages/American-Academy-of-Pediatrics-Announces-New-Recommendations-for-Childrens-Media-Use.aspx>
3. Brown, L. M., Lamb, S., Tappan, M. (2009). *Packaging boyhood: Saving our sons from superheroes, slackers and other media stereotypes*. New York: St Martin Press.
4. Brusić, R., Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Mališa, J., Marković, N., Osmančević, L., Rovis Brandić, A., Vučenović, D. (2015). Komunikacija odgaja, odgoj komunicira – Emocionalna i medijska pismenost. Zagreb: Pragma.
5. Ciboci, L.; Jakopović, H.; Opačak, S.; Raguž, A.; Skelin, P. (2011). Djeca u dnevnim novinama: Analiza izvještavanja o djeci u 2010. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije (str. 11.-34.), Zagreb: Matica hrvatska.
6. Ciboci, L.; Kanižaj, I. (2011.). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove? U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije (str. 11.-34.), Zagreb: Matica hrvatska.
7. Ciboci, L. (2014). Zaštita privatnosti djece u Večernjem listu i Jutarnjem listu u 2013. godini u odnosu na 2010. godinu, Medijske studije, 5 (9), 92-106.
8. Ciboci, L. (2014). Grupe mržnje na društvenim mrežama – novi oblici nasilja među djecom i mladima. U: Majdak, M., Vejmelka, L., Radat, K., Vuga, A. (ur.) Nasilje na internetu među i nad djecom i mladima (str. 13.-26.), Zagreb: Društvo za socijalnu podršku.
9. 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, 20 (2), 53-67.
10. Ciboci, L., Osmančević, L. (2015) Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama. U: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.) Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.
11. Ciboci, L.; Kanižaj, I.; Labaš, D. (2015) Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Kotilainen, K., Kupiainen, R. (ur.) Reflections on Media Education Futures. Göteborg: Nordicom.
12. Ciboci, L., Osmančević, L., Preselj, V. (2015). Internet na dlanu (brošura za djecu). Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
13. Common Sense Media (2013) „Od nule do osam: dječje korištenje medija u Americi”. Dostupno na: <https://www.commonsensemedia.org/file/zero-to-eight-2013pdf-0/download>, 10. studenoga 2016.
14. Hinduja, S., Patchin, J. W. (2010). Bullying, Cyberbullying, and Suicide. Archives of Suicide Research, 14 (3), 206-221.
15. Kuhar, M. (2005). Medijske reprezentacije tjelesnog izgleda i samopredodžba mlađih. Medijska istraživanja, 11 (1), 97-112.
16. Leksikon radija i televizije (2006). Zagreb: Masmedia.
17. Livingstone, S. (2016). New 'screen time' rules from the American Academy of Pediatrics, Media Policy Project Blog. Preuzeto s: <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2016/10/24/new-screen-time-rules-from-the-american-academy-of-pediatrics/>, 3. studenoga 2016.
18. Matković, D. (1995). Televizija – igračka našeg stoljeća. Zagreb: AGM.
19. Mučalo, M. (2010). Radio – medij 20. stoljeća. Zagreb: AGM.
20. Perišin, T. (2010). Televizijske vijesti. Zagreb: Medijska istraživanja.
21. Peruško, Z. (2011). Uvod u medije. Zagreb: Jesenski i Turk.
22. Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba, Hrabi telefon (2013). Koliko vremena i uz koje rizike djeca provode na internetu i Facebooku. Preuzeto s: <http://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/nase-istravivanje-koliko-vremena-i-uz-koje-rizike-djeca-provode-na-internetu-i-facebooku/>, 11. svibnja 2014.
23. Pregrad, J., Tomić Latinac, M., Mikulić, M., Šeparović, N. (2010). Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkom nasilju. Izvještaj o rezultatima istraživanja provedenog među djecom, učiteljima i roditeljima u sklopu programa prevencije elektroničkog nasilja „Prekini lanac!“, Unicef. Preuzeto s: http://www.unicef.hr/upload/file/353/176706/FILENAME/Izvjestaj_-_Iskustva_i_stavovi_djece_roditelja_i_ucitelja_prema_elektronickim_medijsima.pdf, 3. svibnja 2014.

24. Radford, B. (2007). *Barbie vs. Her Critics: defending the doll so many love to hate*. Playthings. 18.
25. Tomić Latinac, M., Unicef (2010). Rezultati istraživanja o elektroničkom nasilju. Preuzeto s: http://www.unicef.hr/upload/file/347/173890/FILENAME/Rezultati_istrazivanja_o_elektronickom_zlostavljanju.pdf, 3. svibnja 2014.
26. Trend, D. (2007.). *The Myth of Media Violence. A Critical Introduction*. Black-well Publishing.
27. Vican, D.; Milanović Litre, I. (2006) *Nastavni plan i program za osnovnu školu*, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, GIPA.
28. Villani, S. (2001.). *Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research*. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 40 (4), 392-401.
29. Vlainić, M. (2012). Kako hrvatske dnevne novine izvještavaju o djeci: analiza sadržaja Jutarnjeg i Večernjeg lista, *Medijska istraživanja*, 18 (1), 33-59.
30. Walker, C. M., Sockman, B. R., Koehn, S. (2011). *An Exploratory Study of Cyberbullying with Undergraduate University Students*. *TechTrends*, 55 (2), 31-38.
31. Zgrabljic Rotar, N. (2005.). *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar.

Internetski izvori:

1. <http://www.hrt.hr/povijest/povijest-hrt-a-2>, 15. studenoga 2015.
2. http://www.hrt.hr/uploads/media/Razvoj_radija_i_televizije_Osnivanje_postignuca_i_stalni_napredak_02.pdf, 15. studenoga 2015.
3. <http://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/>, 15. studenoga 2015.

DJECA MEDIJA NAJBOLJI HRVATSKI PROJEKT MEDIJSKE PISMENOSTI



Desetak mladih i angažiranih studenata odlučilo je 2008. godine dati svoj doprinos medijskom opismenjivanju djece i mladih u svojoj zajednici. Danas okupljamo 108 stručnjaka koji su u deset godina postojanja uspješno opismenili više od 15.000 djece, mladih, školskih djelatnika i roditelja u više od 37 gradova diljem Hrvatske. Tri glavne aktivnosti kojima se Djeca medija bave su: edukativna predavanja i radionice, radijske emisije te društvene mreže i internetska stranica djecamedija.org. Za svoje su aktivnosti članovi Djeca medija 2015. godine nagrađeni Posebnom Rektorovom nagradom, a Projekt Djeca medija nagrađen je u konkurenciji 50 projekata iz Europske unije posebnom nagradom žirija Zaklade Evens za medijsko obrazovanje – EVENS PRIZE 2017.



Teme edukativnih interaktivnih predavanja i radionica:

- Odgojna i obrazovna uloga medija
- Komunikacija u obitelji
- Obitelj i izazovi novih medija
- Mediji i izazovi odgoja djece
- Mediji i nasilje
- Elektroničko nasilje
- Sigurnost i zaštita privatnosti na internetu
- E-bonton: pravila lijepog ponašanja na internetu
- Mediji i oglašavanje
- Medijski prikaz ljepote
- Mediji i ovisnost
- Utjecaj videoigara na djecu i mlađe
- Videoigre: od negativne do kreativne
- Senzacionalizam u medijima
- Lažne vijesti i propaganda
- Djeca i crtani filmovi



Nagrade:



- Projekt Djeca medija nagrađen je u konkurenciji 50 projekata iz Evropske unije posebnom nagradom žirija Zaklade Evens za medijsko obrazovanje - EVENS PRIZE 2017.
- Za svoje su aktivnosti članovi Djece medija 2015. godine nagrađeni Posebnom Rektorovom nagradom koju svake godine najboljim studentskim projektima i znanstvenim radovima dodjeljuje rektor Sveučilišta u Zagrebu.

Društvene mreže (Facebook, Twitter) i internetske stranice www.djecamedija.org i www.dkmk.hr

- Zanimljivi tekstovi o aktualnostima iz svijeta medija
- Medijska svakodnevica
- Publikacije
- Istraživanja
- Roditeljski kutak
- Dječji kutak
- ...i mnoge druge zabavno-edukativne sadržaje potražite na našem profilu na Facebooku - Djeca medija, Twitteru - djeca_medija i na internetskim stranicama www.djecamedija.org i www.dkmk.hr



Znanstveno-istraživačke aktivnosti:

- Tematska sjednica „Medijska pismenost za sigurnost djece u svijetu medija i interneta“ u Hrvatskom saboru
- Istraživanje EU Kids Online (2017.) s domaćim partnerima, projekt „Mind Over Media“ („Razmisli o medijima“) s inozemnim partnerima (2018.)
- Zbornik „Djeca medija – od marginalizacije do senzacije“
- Organiziranje znanstvenih simpozija „Mediji i djeca“ (2011.) i „Medijski odgoj i zaštita dječjih prava“ (2017.)
- Tri izdanja priručnika za roditelje i nastavnike „Obitelj i izazovi novih medija“
- Edukativne brošure za djecu i mlade: „Dobrodošli u svijet interneta. Sigurni uz Djecu medija“, „Mediji bez nasilja“, „Stereotipi i medijski prikaz ljepote – Kako mediji oblikuju naš pojam lijepoga“, „Mediji (i) naši učitelji“, „Čarobni (varljivi) svijet reklama“, „Kako prepoznati senzacionalizam u medijima“, „Svijet interneta na dlanu“, „Svijet videoigara“
- Suradnja s EAVI-jem (European Association for Viewer's Interest) te adaptacija edukativnih crtanih filmova „Put u svijet medijske pismenosti“ i „Put u svijet medijske pismenosti 2: Osvještenost“
- Stalna suradnja s Uredom pravobraniteljice za djecu i Maticom hrvatskom
- Međunarodna suradnja sa srodnim institucijama i projektima
- Suradnja i istraživanja na području medijskog odgoja s različitim udrugama, posebno „Pragmom“
- Sudjelovanje na manifestaciji „Noć knjige“

Djeca medija u brojkama:

- Održali smo više od 700 predavanja i radionica za više od 15.000 djece, mladih, roditelja i školskih djelatnika.
- Emitirali smo više od 80 radijskih emisija na temu medijskog odgoja na Radio Mariji.
- Posjetili smo više od 120 škola i odgojno obrazovnih ustanova:

Posjetite nas na...

- Internetskim stranicama:
www.djecamedija.org
www.dkmk.hr
- Facebook: Djeca medija
- Twitter: @djeca_medija
- Instagram: @djecamedija



www.djecamedija.org



Pišite nam...

- E-pošta Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: info@dkmk.hr
- E-pošta projekta Djeca medija: info@djecamedija.org
- Adresa: Kordunska 1, 10 000 Zagreb
- Predsjednik Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: izv. prof. dr. sc. Danijel Labaš



www.djecamedija.org

www.dkmk.hr