



# **KURIKUL MEDIJSKOG OBRAZOVANJA ZA OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE**

*Lana Ciboci Perša, Igor Kanižaj, Danijel Labaš*

# **KURIKUL MEDIJSKOG OBRAZOVANJA ZA OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE**

*Autori:*

*Lana Ciboci Perša, Igor Kanižaj, Danijel Labaš*



MINISTARSTVO RADA, MIROVINSKOGA  
SUSTAVA, OBITELJI I SOCIJALNE POLITIKE

*Zagreb, 2023.*

**Impressum:**

**Autori:**

doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša (Hrvatsko katoličko sveučilište)  
izv. prof. dr. sc. Igor Kanižaj (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)  
prof. dr. sc. Danijel Labaš (Hrvatsko katoličko sveučilište)

**Lektura:**

prof. dr. sc. Danijel Labaš  
Hrvatsko katoličko sveučilište

**Fotografije:**

Shutterstock

**Dizajn, graf. priprema i tisak:**

Prsten d.o.o., Dubrovnik

**Nakladnik:**

Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu  
Golikova 28, 10 000 Zagreb  
[www.dkmk.hr](http://www.dkmk.hr)  
[www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)

**Elektronička pošta:**

[info@dkmk.hr](mailto:info@dkmk.hr)

**Tiskano uz potporu Ministarstva rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike RH 2023. godine u sklopu projekta „Prevencija, a ne intervencija!“ u partnerstvu s Gradom Velika Gorica i Centrom za djecu, mlade i obitelj Velika Gorica.**

**Sadržaj ovog priručnika u isključivoj je odgovornosti Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu i ne odražava stav Ministarstva rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike.**

## **Sadržaj:**

<b>UVODNIK .....</b>	<b>5</b>
<b>PRVI RAZRED OŠ.....</b>	<b>6</b>
<b>DRUGI RAZRED OŠ.....</b>	<b>15</b>
<b>TREĆI RAZRED OŠ.....</b>	<b>24</b>
<b>ČETVRTI RAZRED OŠ.....</b>	<b>34</b>
<b>PETI RAZRED OŠ .....</b>	<b>44</b>
<b>ŠESTI RAZRED OŠ .....</b>	<b>53</b>
<b>SEDMI RAZRED OŠ.....</b>	<b>63</b>
<b>OSMI RAZRED OŠ.....</b>	<b>72</b>
<b>PRVI RAZRED SŠ .....</b>	<b>82</b>
<b>DRUGI RAZRED SŠ .....</b>	<b>91</b>
<b>TREĆI RAZRED SŠ .....</b>	<b>101</b>
<b>ČETVRTI RAZRED SŠ .....</b>	<b>110</b>



# Kurikul medijskog obrazovanja za osnovne škole

## **Uvodnik**

*Dragi učitelji, stručni suradnici i knjižničari!*

*Potaknuti vašim zauzetim radom u promicanju medijskog obrazovanja i ohrabreni iskazanim stavovima roditelja o potrebi uvođenja medijskog odgoja i obrazovanja u predškolski i školski odgoj odlučili smo pripremiti cjeloviti kurikul medijskog obrazovanja za osnovne škole.*

*Zahvaljujući potpori Ministarstva rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike RH osmislili smo 72 jedinice za osnovne škole i 36 jedinica za srednje škole koje možete koristiti u vašoj svakodnevnoj nastavi, ali i u izvannastavnim aktivnostima. Vjerujemo kako će vam one biti od posebne koristi u planiranju školskog kurikula te u pripremi plana i programa. Grad Velika Gorica kao partner projekta „Prevencija, a ne intervencija“ bit će prvi grad u RH sa sveobuhvatnim kurikulom, ali se nadamo kako će u cijeloj Hrvatskoj ovaj priručnik ostaviti trag i potaknuti razvoj medijske pismenosti naših učenika.*

*To je tek mali poticaj da temeljito i sustavno progovorite o važnim temama koje svaki dan prepoznajemo u području medijskog obrazovanja. Listajući ovaj priručnik vidjet ćete kako su radionice i teme zapravo nadogradnja postojećeg kurikula, ali i da progovaraju o svim aktualnim temama i izazovima u digitalnom okruženju iz informacijsko-komunikacijske perspektive. Zato smo za svaki razred osmislili ukupno 9 radionica koje možete provoditi u klasičnoj nastavi, ali i u modelu C, odnosno u kontekstu nastave na daljinu. Na kraju svake jedinice predlažemo i konkretne zadatke za ostvarenje ishoda, a priložen je i osnovni popis literature dok prošireni možete pronaći na našim mrežnim stranicama.*

*Svjesni smo činjenice kako u mnogim školama još uvijek nemamo iste uvjete za rad, kao i da se broj učenika značajno razlikuje od škole do škole. U tom vas smislu potičemo da svaku jedinicu prilagodite svojim uvjetima i okolnostima.*

*Ovaj priručnik od ostalih se razlikuje i po tome što ćemo ga nadopunjavati u mrežnom izdanju koje će biti dostupno na stranicama [djecamedija.org](http://djecamedija.org).*

*Veselimo se vašim povratnim reakcijama i prilikama za suradnju!*

*Vaši*

*Lana, Igor i Danijel*

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Što su informativni mediji?</b>
<b>Razred</b>	<b>Prvi razred</b>	
<i>Odgovoно-obrazovni ishod</i>	1.1.1. Učenici će moći opisati glavne karakteristike informativnih medija.	
Kratki opis ishoda:	<p>Učenici su kao i odrasli danas u velikoj mjeri izloženi medijskom sadržaju i sve im je teže prepoznati i razlikovati novinarski sadržaj od npr. oglašavačkog sadržaja. Istraživanja Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba pokazuju kako su djeca vrlo rano i vrlo intenzivno izložena medijskom sadržaju. Iako u ovom uzrastu djeca najviše slušaju glazbu i gledaju filmove oni su sve više izloženi i vijestima. Stoga je važno već od prve godine škole učiti ih o tome da prepoznaju i razlikuju informativne medije od npr. platformi za gledanje video sadržaja ili za zabavu. Informativni sadržaj proizvode novinari i urednici koji su za to sposobljeni. Informativni sadržaj nam je bitan jer nam omogućava da prepoznajemo događaje i njihovu važnost, ali i da znamo što se događa u svijetu i da koliko toliko budemo sigurni u točnost i pouzdanost tih informacija. To je zapravo središte ove jedinice. Želimo ih naučiti da znaju prepoznati da su vijesti u televizijskom programu različite od bilo kojeg drugog zabavnog sadržaja.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike</i>. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djeca-medija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2.pdf">https://djeca-medija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2.pdf</a></li> <li>2. Lechpammer S. (2022). <i>Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu</i>, Dostupno na: <a href="https://www.medijska-pismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijska-pismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> <li>3. Malović S. (2005). <i>Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga</i> Zagreb.</li> <li>4. Primorac B., Šimeg M., Šojat A. (2010.) <i>Novinarstvo u školi, Školska knjiga</i>.</li> <li>5. Žderić J. (2009). <i>Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke</i>, Medioteka.</li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Učenici trebaju zajedno s roditeljima pogledati jednu središnju informativnu televizijsku emisiju (Dnevnik ili Vjesti dana). Nakon toga neka zajedno pogledaju bilo koju drugu emisiju koja nije informativna (npr. neka emisija zabavnog sadržaja). Neka zajedno s roditeljima razmislite o sljedećim pitanjima: Što su saznali u informativnoj emisiji? Koliko su te informacije važne za njihov život? Jesu li sve razumjeli? Ista pitanja neka postave za sadržaj koji su zajedno gledali nakon 20.00 sati. Nakon toga zajedno u razredu raspravite i razmijenite iskustva.</li> <li>2. U drugom zadatku učimo učenike prepoznati glavne informativne žanrove. U informativnom programu možemo pronaći vijesti, najave, priloge, javljanja uživo, razgovore u studiju, razne infografike (grafički prikaz podataka) i multimedijski sadržaj. Temeljem povratnih informacija iz prvog zadatka odaberite jednu od emisija koju su djeca gledala zajedno s roditeljima. Pogledajte zajedno u razredu cijelu emisiju. Potom odaberite jedan od žanrova npr. javljanje uživo s terena i neka ukratko ispričaju na satu što su osobno naučili iz tog javljanja. Koja je bila tema? Zašto je potrebno javljanje uživo?</li> </ol> <p>Ako u vašoj školi postoje školske novine ili novinarska skupina upoznajte ih s njima i predstavite njihove aktivnosti.</p>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>		<i>Kako prepoznati vijest?</i>
<i>Razred</i>	<i>Prvi razred</i>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	<i>1.1.2. Učenici će moći navesti ključna pitanja pomoću kojih mogu prepoznati i pronaći vijesti.</i>	
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Djeca se vrlo rano naviknu na medijski sadržaj, iako je primarno riječ o zabavnom sadržaju do kojega dolaze samoinicijativno, a nerijetko i uz pomoć i poticaj roditelja. U predškolskom uzrastu učenici nisu bili u tolikoj mjeri izloženi informativnom sadržaju u kojem je temeljni žanr – vijest. Bez obzira na uzrast i dalje u velikoj mjeri ovisimo o vijestima koje dobivamo putem medija. Vijest je temelj novinarstva i donosi odgovor na najvažnija novinarska pitanja: <i>Tko? Što? Kada? Gdje? Zašto? Kako?</i> Ponekad odgovor na sva ova pitanja možemo pronaći u jednoj rečenici. No upravo ova pitanja razlikuju vijest od svih ostalih oblika koje možemo susresti u novinarstvu. Učenici će nakon ove jedinice moći sami prepoznati što je vijest.</p>	
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike.</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djeca-medija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djeca-medija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Lechpammer S. (2022). <i>Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu,</i> Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> <li>3. Malović S. (2005). <i>Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga</i> Zagreb.</li> <li>4. Primorac B., Šimeg M., Šojat A. (2010) <i>Novinarstvo u školi, Školska knjiga.</i></li> <li>5. Žderić J. (2009). <i>Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke,</i> Medioteka.</li> </ol>	
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Svaka vijest trebala bi dati odgovore na šest novinarskih pitanja. Odaberite vijest u mediju koji vam je pri ruci i pripremite za učenike listić na kojem ćete navesti svih šest novinarskih pitanja prema sljedećem nacrtu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tko govori/izjavljuje?</i></li> <li>- <i>Što govori/izjavljuje/opisuje?</i></li> <li>- <i>Kada se događaj dogodio? (dan, jučer, prije tjedan dana?)</i></li> <li>- <i>Gdje se događaj dogodio? (u Sisku, Zagrebu, Osijeku?)</i></li> <li>- <i>Zašto se dogodio, odnosno zašto se o nečemu izvještava? (ovo je najteže pitanje i ponekad ne možemo pronaći odgovor.)</i></li> <li>- <i>Kako se to dogodilo? (važno je opisati okolnosti u kojima se nešto događa)</i></li> </ul> <p>Zajedno s učenicima pokušajte pronaći odgovore na pitanja u vijesti koju ste odabrali.</p> <p>2. U drugom zadatku želimo potaknuti razgovor između djece i roditelja o vijestima. Neka zajedno poslušaju vijesti s bilo koje radijske postaje. Te vijesti u pravilu će trajati do tri minute. Neka pažljivo slušaju i zajedno s roditeljima neka pokušaju odgovoriti na svih šest novinarskih pitanja. Drugi dan u razredu razgovarajte o njihovim iskustvima i koliko im je teško bilo odgovoriti na pitanja. Ako je moguće neka snime vijesti koje su slušali kako bi se lakše mogli vraćati na njih.</p>	
<i>Bilješke:</i>		

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Tko i kako osmišljava naslove u medijima?</b>
<b>Razred</b>	<b>Prvi razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.1.3. Učenici će moći opisati ulogu urednika u kreiranju naslova.	
Kratki opis ishoda:	<p>Djeca su u svojoj okolini okružena brojnim naslovima. Iako ih možda ni ne primjećuju oko sebe naslove mogu vidjeti u gotovo svakom mediju i medijskom sadržaju, npr. i na YouTube kanalu, ali i u crtanim filmovima. Naslove u medijima određuje i uređuje urednik koji je odgovoran za taj sadržaj. Glavni cilj naslova je privući našu pažnju i potaknuti nas da provedemo što više vremena uz neki tekst, članak, emisiju, audio ili video zapis. Bez naslova malo bi ljudi kliknulo i na poveznice koje možemo pronaći na internetu. Naslovi zaista imaju veliku moć i zato je važno da razmišljamo o njima i da ih analiziramo.</p> <p>U zadnje vrijeme u sadržaju portala možemo vidjeti i ovakve primjere naslova:</p> <p>Nećete vjerovati kada vidite što je učinila!</p> <p>Pogledajte što se skriva iza ove fotografije!</p> <p>Evo što morate znati o nogometu u školi!</p> <p>To je posebna vrsta naslova i nju ćemo opisati u prvom zadatku.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<p>1. Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018.). Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p> <p>2. Lechhammer S. (2022). Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></p> <p>3. Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb.</p> <p>4. Žderić J. (2009). Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke, Medioteka.</p>	
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. Budući da u ponajprije mrežnim izdanjima sve više možemo pronaći naslove koji se temelje na tzv. klikoljkama/mamilicama kakve smo naveli u opisu ishoda, važno je učenicima objasniti zašto je sve više takvih naslova i po čemu su oni specifični. Odaberite jedan od portala npr. vecernji.hr ili jutarnji.hr. Proučite naslove koji su objavljeni i pronadite one koji imaju karakteristike mamilice kao npr. „Nećete vjerovati što je napravio!“ Pazite da sadržaj bude primjereno uzrastu. Proučite što se krije iza takvog naslova kada kliknete na njega. Potom pokažite učenicima naslov koji ste odabrali. U ovom je zadatku važno pokazati da se iza ovakvih naslova često krije sadržaj koji ne očekujemo.</p> <p>2. Za drugi zadatak prethodno odaberite naslovnu stranicu jednih dnevnih novina. Provjerite jesu li naslovi primjereni za djecu. Umnožite naslovnu stranicu ili projicirajte uz pomoć projektorja. Odaberite jedan od naslova koji je po vašem mišljenju s obzirom na okolnosti najzanimljiviji. Raspravite među učenicima o tome koliko je taj naslov informativan. Što su novo saznali? Žele li temeljem naslova pročitati cijeli članak? Ima li nešto što ne razumiju? Ukažite učenicima na to da naslove osmišljava urednik, a ne osoba koja je napisala neki članak. Važno je znati da jedna osoba odlučuje o ovom najvažnijem medijskom sadržaju.</p>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Djeca i pametni telefoni</i>
<i>Razred</i>	<b>Prvi razred</b>
<i>Odgovno-obrazovni ishod</i>	1.1.4. Učenik će moći raspraviti ulogu pametnih telefona u dječjim životima te prepoznati njegove pozitivne i negativne strane.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Današnja djeca od najranijih dana koriste medije i medijske sadržaje pri čemu je jedan od prvih uređaja koji koriste pametni telefon, najčešće njihovih roditelja. Naime, upravo su pametni telefoni i tableti prvi uređaji na kojima djeca predškolske dobi gledaju najčešće crtane filmove, igraju videoigre i posjećuju YouTube (Chaudron, 2015). S polaskom u školu dio djece dobiva i svoje vlastite uređaje. Istraživanja pokazuju da 82,4% djece u dobi od 9 do 11, 95,5% djece u dobi od 12 do 14 te 99,1% djece u dobi od 15 do 17 godina (Ciboci i sur., 2020) posjeduje vlastiti pametni telefon. U nižim razredima osnovne škole djeca ga najčešće koriste kako bi komunicirala s članovima obitelji i prijateljima pri čemu često s njima imaju i zajedničke grupe na različitim aplikacijama kao što su Viber i WhatsApp. Koriste ga i za igranje videoigara, praćenje različitih sadržaja na YouTubeu i društvenim mrežama. Naime, iako je dobna granica za otvaranje profila na većini društvenih mreža 13 godina, mnoga djeca već u nižim razredima otvaraju profile (navodeći lažne godine). Trenutačno najpopularnija mreža među djecom su TikTok i Instagram. Djeca često uz pametni telefon provode previše vremena već u toj najranijoj dobi zbog čega je važno kod njih osvijestiti razumnu upotrebu medija, ali i odgovorno korištenje pametnog telefona i drugih sadržaja na njemu. Osim što je potrebno обратити pozornost na aktivnosti djece na pametnim telefonima, važno je s djecom razgovarati i da korištenje pametnih telefona nije razlog međusobnog isključivanja u slučaju da netko od djece ne posjeduje vlastiti pametni telefon, ali ni zadirkivanja na temelju posjedovanja skupljih/jeftinijih mobilnih uređaja.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L. i sur. (2019). <i>Svijet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu</i>. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana</i>. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>3. Ćosić, I., Pregrad, J., Salečić, I., Tomić Latinac, M. (2010). <i>Prekini lanac – zaustavimo električno nasilje</i>. Priručnik programa prevencije električnog zlostavljanja. Unicef – Ured za Hrvatsku.</li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu</i>. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>5. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje</i>. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> <li>6. HAKOM (2019). <i>Kako se zaštiti u svijetu interneta i mobilnih telefona</i>. Zagreb: HAKOM. Dostupno na: <a href="https://bit.ly/3GzRQse">https://bit.ly/3GzRQse</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razgovarati s djecom o aktivnostima na pametnim telefonima te istražiti njihove medijske navike - od sadržaja koji koriste te količine vremena koju provode uz svaki od navedenih sadržaja. Upoznavanje medijskih navika djece u razredu predviđjet je za daljnje medijske aktivnosti u razredu, a može biti korisno i za uočavanje potencijalnih problema s razvojem ovisnosti i pojavom električnog nasilja u ranoj fazi. U slučaju potrebe, rezultati radionice mogu se prikazati i roditeljima na roditeljskom sastanku ako učitelj procijeni da bi za roditelje bilo korisno vidjeti aktivnosti njihove djece, a s kojima potencijalno nisu upoznati.</li> <li>2. Potaknite učenike da prvo samostalno, a potom zajedno u razredu dovrše sljedeće rečenice: Na pametnom telefonu volim..., na pametnom telefonu ne volim..., pametni telefon mi koristi za..., volio/voljela bih kada bi pametni telefon... Cilj je zadatka osvijestiti kod djece ulogu koju pametni telefoni imaju u njihovim životima već u toj ranoj dobi.</li> <li>3. Ćosić, I., Pregrad, J., Salečić, I., Tomić Latinac, M. (2010). <i>Prekini lanac – zaustavimo električno nasilje</i>. Priručnik programa prevencije električnog zlostavljanja. Unicef – Ured za Hrvatsku. Radionica 1: Mobilni, str. 48-51; Radionica 2: Dobre strane i opasnosti prilikom korištenja interneta i mobitela, str. 52-53; Radionica 4: Pravila sigurne vožnje internetom i mobitelom, str. 61-63. Dostupno na: <a href="https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini_lanac_-FINAL.pdf">https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini_lanac_-FINAL.pdf</a></li> </ol>

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Što znači biti medijski pismen?</b>
<b>Razred</b>	<b>Prvi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.1.5. Učenik će moći objasniti što znači biti medijski pismen.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Budući da se današnja djeca s medijima susreću od najranije dobi, stjecanje medijskih kompetencija važno je od prvih kontakata djece i medija, u početku kroz igru, a kasnije kroz različite odgojno-obrazovne aktivnosti. Stoga ne treba čuditi da se danas medijska pismenost smatra jednim od najvažnijih oblika pismenosti u 21. stoljeću. Pritom medijska pismenost podrazumijeva pristup, analizu i kritičko vrednovanje te stvaranje vlastitih medijskih sadržaja (Aufderheide, 1993). Cilj je ove nastavne jedinice kod djece osvijestiti važnost posjedovanja medijskih kompetencija te ih potaknuti na promišljanje o vlastitim kompetencijama i njihovom unapređenju. S djecom je važno raspraviti i osvijestiti ih da biti medijski pismen podrazumijeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- imati pristup različitim medijima i znati kako ih koristiti – primjerice, pitajte ih da usporede način na koji oni i njihovi roditelji koriste televiziju, a na koji internet – tko je u tome uspješniji, zašto?</li> <li>- analizirati i kritički vrednovati medijske sadržaje – kod djece ovog uzrasta važno je početi osvještavati one segmente medijske pismenosti koje mogu razumjeti – od načina pristojnog ponašanja na internetu i prepoznavanje neprimjerenih oblika ponašanja, čuvanje vlastite privatnosti do analiziranja pozitivnih i negativnih obrazaca ponašanja kod najdražih animiranih likova, ali i posljedice pretjeranog korištenja medija</li> <li>- stvaranje vlastitih medijskih sadržaja – djecu treba osvijestiti da je odraz medijske pismenosti i koliko smo sami sposobni stvarati vlastite medijske sadržaje – od televizijskih i radijskih priloga do internetskih blogova i drugih medijskih oblika.</li> </ul>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike.</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Blažina, K., Fedor, I., Labaš, D. (2014). <i>Mediji (i) naši učitelji.</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</li> <li>3. EAVI, DKMK (2013). <i>Put u svijet medijske pismenosti – animirani video,</i> dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=dOTen2DhP0k&amp;t=263s">https://www.youtube.com/watch?v=dOTen2DhP0k&amp;t=263s</a>.</li> <li>4. EAVI, DKMK (2020). <i>Put u svijet medijske pismenosti 2 – animirani video,</i> dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KgEFmmLFkzk">https://www.youtube.com/watch?v=KgEFmmLFkzk</a></li> <li>5. ENGO Futura (2014). <i>Abeceda medijske pismenosti.</i> Dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=VJ-kSNComXw">https://www.youtube.com/watch?v=VJ-kSNComXw</a></li> <li>6. Unicef Hrvatska (2016). <i>Utjecaj medija na djecu – ljepota.</i> Dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Nl5jB11agI">https://www.youtube.com/watch?v=Nl5jB11agI</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike.</i> Radionica 15: Vodič za korištenje medija; Radionica 18: Nabroji pet!; Radionica 19: Medijska spajalica; Radionica 30: Ekran medijske pismenosti. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Razlikovanje stvarnih i fiktivnih medijskih sadržaja</b>
<i>Razred</i>	<b>Prvi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.1.6. Učenik će znati razlikovati stvarne i fiktivne medijske sadržaje.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Djeca tek oko sedme godine počinju razlikovati stvarni i medijski svijet te postaju svjesna da se medijski prikaz realnosti ponekad u potpunosti razlikuje od stvarnosti. Tada postaju svjesna i da, primjerice, proizvodi koji se oglašavaju u medijima u stvarnosti ne moraju biti takvi kakvima se prikazuju u medijima, ali i da je cilj oglasa prodati neki proizvod. Nadalje, tada u potpunosti razumiju da bi oponašanje nasilnih medijskih sadržaja u stvarnosti moglo imati u potpunosti drugačije posljedice, često puno opasnije. Cilj je ove nastavne jedinice osvijestiti djecu da se medijski svijet često razlikuje od stvarnog i da moraju biti vrlo oprezna kada.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2019). <i>Obitelj i izazovi novih medija</i>. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</p> <p>2. Medijska pismenost za najmlađe - <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Kea831YXKEU">https://www.youtube.com/watch?v=Kea831YXKEU</a>.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Zajedno s učenicima pogledajte video o razlikovanju stvarnih i medijskih sadržaja te potom potaknite djecu da razmisle i navedu još neke razlike između stvarnosti i fikcije. Video je dostupan na <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Kea831YXKEU">https://www.youtube.com/watch?v=Kea831YXKEU</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2019). <i>Obitelj i izazovi novih medija</i>. Radionica 27: <i>Videoigra i stvarni život</i>, str. 78. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Što su mediji?</i>
<i>Razred</i>	<i>Prvi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.1.7. Učenik će moći razlikovati tradicionalne medije od novih medija i društvenih mreža.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Djeca su od najranije dobi okružena medijima i njima se koriste, a da o njima malo znaju. Zato ih je potrebno upoznati s medijima što prije i objasniti im da su mediji posrednici koji prenose informacije od pošiljatelja do primatelja. Uobičajeno se kaže da im ime potječe od latinske riječi „medium“ što i znači posrednik. Kada danas govorimo o medijima najčešće mislimo na masovne medije. Njihova je karakteristika usmjerenost na velik broj ljudi, to jest činjenica je da u kratkome roku mogu doprijeti do velikoga broja ljudi – do mase. U prenošenju informacije od pošiljatelja (novinara ili uredništva) preko nekoga kanala (tiskani mediji, radio, televizija, internet) poruku prenose do primatelja ili publike – bilo da je riječ o čitateljima, slušateljima ili gledateljima.</p> <p>Mediji su se kroz povijest mijenjali i razvijali te uobičajeno kažemo da ni jedan novi medij nije istisnuo stari medij, nego se jednostavno talože jedni na druge i umnožavaju. Mediji se mijenjaju zbog ljudskoga napretka i razvoja, ali i zbog različitih društvenih, političkih, kulturnih, ekonomskih i ostalih okolnosti. Mediji kakve pozajemo danas i zovemo novim medijima, elektroničkim ili digitalnim medijima uvelike se razlikuju od tradicionalnih i daleko su razvijeniji od njih. Iz povijesti i prošlosti znamo da je čovjek u početku informacije drugim ljudima prenosio usmeno, a kada je izmislio pismo onda je to, od samih početaka civilizacije, činio i pisanim putem, ali je kroz mnoga stoljeća riječ bila o vrlo ograničenim mogućnostima prenošenja informacija i znanja, jer su se i prve knjige prepisivale rukom, najčešće u samostanima katoličkih redovnika. Tek izumom tiskarskoga stroja i pokretnih slova oko 1444. dobivamo tiskane medije, a prva tiskana knjiga u svijetu bila je Biblija iz 1455. godine. U Hrvatskoj je prva knjiga tiskana već 1483. i riječ je o „Misalu po zakonu rimske dvore“. Prve novine u svijetu bile su Aviso – Avio i Relation iz 1609, a prve novine u Hrvatskoj su bile „Kraglski Dalmatin“ iz 1806. S. F. B. Morse je 1837. izmislio telegraf, a A. G. Bell 1876. telefon. „Ulagak vlaka u stanicu“ prvi je film koji je prikazan 1895., a njegovi su autori braća Auguste i Louis Lumiere. Već 1820. Talijan Guglielmo Marconi uspješno prenosi radijsku vezu, a iste te godine osnovana je prva radijska postaja – KDKA – u američkom Pittsburghu. Samo šest godina kasnije – 1926. – riječima „Halo, halo, ovdje Radio Zagreb“ započelo je radijsko emitiranje u Hrvatskoj, dok je tri godine kasnije – 1929. – John Braid ostvario prvi televizijski prijenos u svijetu. U Hrvatskoj se televizijski program počinje emitirati 1956., a prvi televizijski prijenos između Amerike i Europe ostvaren je 1962. Već 1969. godine ostvaren je prijenos spuštanja čovjeka na mjesec. Riječ „internet“ bez koje je danas život nezamisliv spominje se 1982. godine, 1991. nastaju prve internetske stranice, a jedna od najpopularnijih društvenih mreža – Facebook – pokrenut je 2004.</p> <p>Medije možemo podijeliti na tradicionalne i nove. Tradicionalni mediji su knjiga, novine i časopisi, radio i televizija, a u nove medije ubrajamo internet, to jest sve one sadržaje do kojih možemo doći digitalnim putem i uz pomoć digitalnih tehnologija i uređaja kao što su pametni telefon, tablet, prijenosno i stolno računalo.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blažina, K., Fedor, I., Labaš, D., Mediji (i) naši učitelji, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Djeca i mediji, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-mediji-knjizica_medijska_pismenost.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-mediji-knjizica_medijska_pismenost.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na temelju teksta kratkog opisa ishoda s učenicima razgovarajte o medijima i njihovo povijesti. Objasnite im kako su mediji nastajali kroz povijest te ih pitajte ih što znaju o medijima, jesu li čuli za sve navedene medije te koje medije koriste oni, koje njihovi roditelji i koje medije imaju kod kuće.</li> <li>2. Učenike potaknite da nacrtaju medije koje imaju kod kuće i da objasne za što ih koriste.</li> <li>3. U priručniku „Obitelj i izazovi novih medija“ preuzmite Radionicu 1 „Vremenska crta medija“ (str. 14) i učenicima pomognite da na vremenskoj crti označe kada je pokrenut određeni medij (tisk, radio, televizija, internet).</li> </ol> <p>- U istome priručniku na stranici 15 preuzmite radionicu „Jedan dan bez medija“. Učenike potaknite da zamisle jedan dan bez medija. Neka ispričaju što bi taj dan sve radili – od jutra do večeri – a Vi im pomognite i na ploču napišite kako bi izgledao njihov dan bez medija i dnevni raspored u obitelji. Na taj ćeće ih način poučiti da medijima nije potrebno posvećivati previše vremena, jer u danu moramo imati vremena za sve – za odlazak u školu, pisanje zadaća, druženje s prijateljima i članovima obitelji, za slobodne aktivnosti i za odmor i opuštanje.</p> <p>- Iz priručnika „Obitelj i izazovi novih medija“ preuzmite radionicu „Medijska abeceda“ (str. 62). Djecu potaknite da na velikom bijelom papiru napišu početna slova abecede, a onda uz svako slovo – koliko god im je to moguće – navedu jedan medij ili neki pojam koji dolazi iz medija ili je s njime povezan, a da je njima poznat (npr. A – animirani film, I – informacija, N – novinar, V – vijest).</p>

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Funkcije medija</i>
<i>Razred</i>	<i>Prvi razred</i>
<i>Odgovoно-obrazovni ishod</i>	1.1.8. Učenik će se upoznati s tri temeljne funkcije medija i znaće ih razlikovati.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Kada smo djecu u nastavnoj jedinici „Što su mediji?“ upoznali s medijima, onda im možemo objasniti i njihove funkcije. Za početak će im dovoljno biti objasniti da mediji imaju tri temeljne funkcije ili uloge: informirati, obrazovati i zabavljati. Prva je funkcija medija informiranje i učenike možemo podučiti da nas mediji u kratkom roku mogu obavijestiti o novim i aktualnim događajima u našoj okolini i u svijetu. Mediji izvještavaju i o djeci, pa je dobro djeci objasniti da ono što mediji pišu o njima utječe i na njihovu sliku u društvu: ako mediji pišu pozitivne stvari i vijesti o djeci, onda je i društvena slika djece pozitivna. Kada se govori o informativnoj ulozi medija, onda valja reći da se moraju držati određenih i profesionalnih kriterija i načela: dužni su prenositi istinu, biti objektivni, pošteni i vjerodostojni. Druga funkcija medija s kojom treba upoznati učenike je obrazovna. Mediji zapravo preko različitih tema koje obrađuju promiču razne obrazovne, kulturne i odgojne sadržaje te također mogu pomoći i u školovanju djece jer govore o različitim odgojno-obrazovnim temama i pitanjima, ljudima i krajevinama, zemljama i njihovoj kulturi čime podižu razinu obrazovanja i upoznavanja sa cijelim svijetom. Djeci je vjerojatno najzanimljivija treća funkcija medija – ona zabavna. Zabavni medijski sadržaji dio su svačije svakodnevnice, pa i dječje i obiteljske. Velika je vjerojatnost da će djeca kod prvoga susreta s medijima posebno rado koristiti upravo njihove zabavne sadržaje kao što su animirani ili crtani filmovi, humoristične serije i filmove, zabavne video igre i sve one emisije i prijenose čiji je cilj zabaviti i nasmijati publiku. U tom kontekstu poučite djecu da opuštanju i razonodbi ne pridonose nasilni sadržaji u medijima, kako se često pogrešno misli i prikazuje.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blažina, K., Fedor, I., Labaš, D., <i>Mediji (i) naši učitelji</i>, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike</i>, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Djeca i mediji, <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-mediji-knjizica_medijska_pismenost.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-mediji-knjizica_medijska_pismenost.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima povedite razgovor o pojedinačnim ulogama medija. Pitajte ih mogu li razlikovati informativnu od obrazovne i zabavne funkcije, te im Vi iznesite neke primjere.</li> <li>2. Nakon što ste još jednom utvrdili razlike između informativne, obrazovne i zabavne funkcije medija, učenike potaknite da sada oni iznesu primjere medija ili emisije koje informiraju, medija ili emisija koje obrazuju i onih koje zabavljaju.</li> <li>2. Potaknite djecu da kod kuće s roditeljima na radiju poslušaju ili na televiziji gledaju tri različite emisije od kojih će jedna biti informativna, druge obrazovna, a treća zabavna.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Vrste medija i medijskih sadržaja</b>	
<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Razred</i>
<i>Odgovorno-izvodni ishod</i>	<b>Prvi razred</b>
	1.1.9. Učenici će se upoznati s vrstama medija i različitim medijskim sadržajima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Nakon što smo učenike u nastavnoj jedinici „Što su mediji?“ poučili o tome da postoje tradicionalni i novi mediji, vrijeme je da im objasnimo neka njihova obilježja. Rekli smo da u tradicionalne medije ubrajamo knjigu, tisak, radio i televiziju, a u nove medije internet kojega koristimo za prenošenje različitih sadržaja, pa i na društvenim mrežama.</p> <p>Prije nego što im opišemo svaki mediji i njegove funkcije, dobro bi bilo da im kažemo kako medije osim na tradicionalne i nove, dijelimo i na auditivne ili slušne jer koriste zvuk (radio), na vizualne koji koriste sliku (kao što su novine i časopisi) i na audiovizualne koji koriste zvuk i sliku (televizija i internet s društvenim mrežama).</p> <p>Prije nego je postojao tisak – novine i časopisi – ljudi su na raspolaganju imali knjige koje su prepisivali rukom. Zato tada nije bilo tako puno knjiga kao što ih imamo danas. Kada je izmišljen tiskarski stroj s pokretnim slovima (1446., prema nekima 1455.), knjige su se lakše umnožavale, a uskoro se počinju javljati i razne novine i časopisi. Jedne od prvih novina tiskane su u Njemačkoj i Francuskoj, a prve prave novine koje su tiskane u Hrvatskoj bile su „Novine horvatzke“ (1835.) koje je uređivao Ljudevit Gaj, premda je i ranije bilo novina – ne samo na hrvatskom, nego i na drugim jezicima.</p> <p>Uz nastanak radija obično se spominje Giulielma Marconija i 1896. godinu, jer je uspio bežično prenijeti zvuk, koji je uz brzinu u prenošenju informacija temeljno obilježje i današnjih radijskih postaja.</p> <p>Riječ televizija spoj je dviju riječi – grčke „tele“ (daleko) i latinske „visio“ (prikaz). Zbog njezine raširenosti televiziju se naziva i medijem 21. stoljeća, a početak joj se vezuje uz 1926. godinu i ime Johna Logiea Bairda.</p> <p>Internet je danas velika konkurenca svim tradicionalnim medijima, jer je među najpopularnijim medijima današnjice. Početci interneta kakvoga poznajemo danas sežu u 1969. godinu kada je osnovan Arpanet, kojim je po prvi puta omogućen prijenos podataka s jednoga računala na drugo putem mreže. Danas je internet sveprisutan i čini nam se da bez njega ne bismo mogli niti raditi niti živjeti, jer je dio naše svakodnevnice. Više od polovice svih ljudi na svijetu danas se služi internetom – bilo na svojim pametnim telefonima, bilo na tabletima, na prijenosnim ili stolnim računalima.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blažina, K., Fedor, I., Labaš, D., Mediji (i) naši učitelji, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Mediji-i-nasi-ucitelji.pdf</a></li> <li>2. Brošura za online sigurnog đaka, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/brosura-za-online-sigurnog-djaka_final.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/brosura-za-online-sigurnog-djaka_final.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svijet interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o vrstama medija koje poznaju. Koje im se knjige sviđaju i jesu li znali da je i knjiga – medij? Koje novine i časopise vole, oni ili netko u njihovoj obitelji? Slušaju li radio i koje radijske postaje prate? Koje su im emisije drage i prate li koju dječju emisiju na radiju ili na televiziji?</li> <li>2. S učenicima razgovarajte o internetu i o onome što znaju o njemu; koriste li internet i u koje surhe? Prate li samo zabavne sadržaje kao što su crtani filmovi i igraju li online videoigre ili internet koriste i za nešto drugo – za što? Koriste li ga za učenje? Imaju li već otvoreni profil na društvenim mrežama i znaju li s koliko bi ga godina smjeli otvoriti?</li> <li>3. Djeci u razred donesite više različitih dnevnih novina i časopisa. Na internetu potražite njihova internetska izdanja, pa ih zajedno komentirajte. Što su uočili, koje su razlike primijetili, što im se više sviđa – tiskani mediji ili njihova online izdanja?</li> <li>4. S djecom na radiju poslušajte ili na televiziji pogledajte neku dječju emisiju i komentirajte sadržaj. Što im se posebno svidjelo? Misle li da bi i oni mogli snimiti emisiju za radio ili kratki video? Znaju li već koristiti mobitel za snimanje zvuka i snimanje video zapisa? Što bi rado snimili, na koji način i za koji medij? Zašto su odabrali baš taj medij?</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Animirani filmovi i animirani likovi</i>
<i>Razred</i>	<i>Drugi razred</i>
<i>Odgono-obrazovni ishod</i>	1.2.1. Učenik će znati prepoznati animirane filmove primjerene dobi i objasniti pozitivne i negativne obrazce ponašanja animiranih likova.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Prvi medijski sadržaji s kojima se djeca susreću najčešće su animirani filmovi u kojima djeca pronalaze i svoje omiljene likove, pa čak i uzore. Stoga je važan odabir kvalitetnih animiranih filmova koji potiču interakciju kod djece (primjerice postavljanje pitanja ili određenih zadataka), koji sadrža pjesme i stihove s rimom, u kojima se ključni pojmovi ponavljaju te koji sadrže pozitivne uzore od kojih djeca mogu učiti, a uključene su i sve skupine društva, osobito pripadnici manjina. Danas na tržištu postoji sve veći broj animiranih filmova primjereni dječji različitog uzrasta, a koji zadovoljavaju navedene karakteristike. No, zabrinjava činjenica da je u animiranim filmovima prisutna velika količina nasilnih sadržaja koji djecu mogu potaknuti na oponašanje i prouzročiti neželjene posljedice, osobito s obzirom na činjenicu da zbog kognitivnog razvoja djece do određenog uzrasta ne razlikuju stvarnost i fikciju. Stoga je vrlo važno s djecom razgovarati o sadržajima koje vide u animiranim filmovima te mogućim posljedicama njihova oponašanja što je i glavni cilj ove nastavne jedinice. Istovremeno, korištenje animiranih likova treba povezati i s oglašavanjem jer se upravo oni često koriste kada se djeci želi nametnuti želja za nekim proizvodom.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Alpeza, J. (2018). Radionica optičkih igračaka. Radionički materijali za djecu od 5 do 7 godina. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/radionica-optic%CC%8Ckih-igracaka.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/radionica-optic%CC%8Ckih-igracaka.pdf</a></p> <p>2. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2021). Animirani film. Dostupno na: <a href="http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2819">http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2819</a></p> <p>3. Commonsensemedia.org – preporuka animirani filmove primjereni dječjem uzrastu. Dostupno na: <a href="https://www.commonsensemedia.org/lists/best-cartoons-for-kids">https://www.commonsensemedia.org/lists/best-cartoons-for-kids</a></p> <p>4. Zagrebačka škola crtanog filma. Dostupno na: <a href="http://zagrebfilm.hr/o-nama/zagrebacka-skola-animiranog-filma/">http://zagrebfilm.hr/o-nama/zagrebacka-skola-animiranog-filma/</a></p> <p>5. EAVI, DDMK (2013). Put u svijet medijske pismenosti – animirani video, dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=dOTen2DhP0k&amp;t=263s">https://www.youtube.com/watch?v=dOTen2DhP0k&amp;t=263s</a>.</p> <p>6. EAVI, DDMK (2020). Put u svijet medijske pismenosti 2 – animirani video, dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KgEFmmLFkzk">https://www.youtube.com/watch?v=KgEFmmLFkzk</a></p> <p>7. Portal Vrti svoj film. Dostupno na: <a href="https://vrtisvoj.film/">https://vrtisvoj.film/</a></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Sukladno gore navedenim karakteristikama kvalitetnih animiranih filmova, odaberite jedan koji zadovoljava te karakteristike i pogledajte ga zajedno s učenicima (primjerice Pustolovine braće Kratt, Dora istražuje). Potom raspravite s njima sadržaj animiranog filma – tko su glavni likovi, koja je tema filma, što su naučili iz njega te po čemu se taj animirani film razlikuje od drugih koji su obilježili njihovo djetinjstvo. Cilj je da i sami prepoznaju karakteristike kvalitetnih animiranih filmova.</p> <p>2. Potaknite učenike da osmisle svoj vlastiti animirani film. Neka osmisle naziv animiranog filma, njegovu radnju, izgled i imena glavnih likova te avanturu u kojoj su se našli likovi. Povežite ovaj zadatak sa satom Likovne kulture pa učenicima zadajte zadatak da naslikaju lik iz svog zamišljenog animiranog filma. Nakon što sva djeca naslikaju svoje likove, nalijepite ih na zidove učionice i organizirajte malu izložbu radova.</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Povijest animiranih filmova</b>
<b>Razred</b>	<b>Drugi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.2. Učenik će moći opisati povijesni razvoj animiranih filmova.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Prvi animirani filmovi pojavili su se prije više od sto godina. Bili su u potpunosti drugačiji od onog na što su navikla današnja djeca – bez boje i puno likova te jednostavnih radnji. Uz prve animirane filmove općenito, svakako preporučujemo da s učenicima pogledate i prvi animirani film u boji – Cvijeće i drveće (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_NKcsg8vE_U">https://www.youtube.com/watch?v=_NKcsg8vE_U</a>) koji je nastao 1932. godine, a koji, osim što je prvi takav film snimljen u boji, i prvi je animirani film nagrađen prestižnom nagradom Oscar. U Hrvatskoj je važnu ulogu u razvoju animiranog filma imala Zagrebačka škola crtanog filma unutar koje je nastao i jedan od najpoznatijih animiranih filmova Profesor Baltazar i mnogi drugi.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2021). Animirani film. Dostupno na: <a href="http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2819">http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2819</a></li> <li>2. Zagrebačka škola crtanog filma. Dostupno na: <a href="http://zagrebfilm.hr/o-nama/zagrebacka-skola-animiranog-filma/">http://zagrebfilm.hr/o-nama/zagrebacka-skola-animiranog-filma/</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zajedno s djecom pogledajte neke od prvih animiranih filmova i s njima raspravite kako im se svidaju te da ih usporede sa svojim omiljenim animiranim filmovima koji su obilježili njihovo djetinjstvo. Cilj je zadatka osvijestiti razvoj animiranih filmova kroz povijest s grafikom koja se znatno promjenila i napredovala svih ovih godina. <i>Preporuka filmova:</i> Duhovite faze smiješnih lica - <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wGh6maN4l2I">https://www.youtube.com/watch?v=wGh6maN4l2I</a> Dinosaur Gertie – <a href="https://www.youtube.com/watch?v=32pzHWUTcPc">https://www.youtube.com/watch?v=32pzHWUTcPc</a> Little Nemo – <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K8qow7jTyoM">https://www.youtube.com/watch?v=K8qow7jTyoM</a></li> <li>2. S učenicima pogledajte prvi animirani film snimljen u boji – Cvijeće i drveće (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_NKcsg8vE_U">https://www.youtube.com/watch?v=_NKcsg8vE_U</a>) koji je nastao 1932. godine i koji je prvi animirani film nagrađen prestižnom nagradom Oscar.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Nasilje u medijima – osnovni pojmovi</i>
<i>Razred</i>	<i>Drugi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.3. Učenik će moći prepoznati nasilje u medijima i objasniti utjecaj nasilnih medijskih sadržaja na djecu.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Nasilje u medijima</i> sastavni je dio gotovo svih medijskih sadržaja – od animiranih,igranih i dokumentarnih filmova do glazbenih spotova, oglasa i videoigara. Izloženost velikoj količini nasilja u medijima na medijske korisnike utječe na različite načine – od oponašanja samih nasilnih sadržaja do navikavanja i veće tolerancije prema nasilju, osjećaja straha i shvaćanja svijeta puno opasnjim nego što uistinu jest. Kako će nasilje u medijima utjecati na djecu ovisi prije svega o njihovom uzrastu, količini vremena koju djeca provode uz različite nasilne medijske sadržaje, o psihološkim karakteristikama djeteta i roditeljskom odgoju te utjecaju okoline. Iako se ovo područje istražuje već jedno stoljeće, još uvijek među znanstvenicima nema jedinstvenog suglasja što se sve smatra nasiljem u medijima. Dok neki pod nasiljem podrazumijevaju samo fizičko, psihičko i verbalno nasilje nad ljudima, drugi pod time podrazumijevaju i posljedice nesreća, prirodnih katastrofa pa čak i one oblike nasilja u kojima nije vidljiv sam čin nasilja, ali jesu njegove posljedice. Zanimljivo je i da se mnogi još uvijek ne slažu oko toga treba li nasilje u animiranim filmovima u kojima nemamo stvarne štete također smatrati nasiljem iako do sada postoje brojna istraživanja da takvi sadržaji djeci, osobito predškolskog i ranog školskog uzrasta, mogu dati ideje za oponašanje koje može završiti s neželjenim i puno tragičnijim posljedicama u odnosu na način na koji je prikazano u samim medijima.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). <i>Mediji bez nasilja?</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</p> <p>2. Agencija za elektroničke medije (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></p> <p>3. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011). <i>Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove.</i> U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). <i>Djeca medija – od marginalizacije do senzacije.</i> Zagreb: Matica hrvatska.</p> <p>4. Potter, W. J. (1999). <i>On media violence: Tousands Oaks: Sage.</i></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Razgovarajte s djecom o tome što se sve smatra nasiljem u medijima, odnosno kakve bi sve sadržaje oni okarakterizirali nasilnima. Neka svako dijete dođe i na ploču napiše jedan pojam. Probajte zajedno doći do pojmovea kao što su oružje (pištolj, nož), udarac, rane, ružne riječi, vikanje, psovanje, vrijeđanje, laži, bol, strah, krv, patnja ljudi i životinja, uništavanje stvari. Nakon toga zajedno definirajte nasilje u medijima kao namjerno nasilno ponašanje prema drugom živom biću (prema ljudima ili životinjama), ali i nematerijalnim stvarima.</p> <p>2. Pogledajte video Birajmo što gledamo – Nasilje (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=zaYEYUpjb-c">https://www.youtube.com/watch?v=zaYEYUpjb-c</a>) i potaknite kod djece raspravu o mogućim utjecajima nasilja u medijima na djecu. Analizirajte video i način na koji se dječaci igraju, kako se ponašaju jedan prema drugome, gdje su vidjeli takav način igranja, što bi se dogodilo kada bi netko imitirao nasilje viđeno u medijima (primjerice crtanim filmovima) u stvarnosti? Bi li posljedice bile iste?</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Oglašavanje ili promidžba</i>
<i>Razred</i>	<i>Drugi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.4. Učenici će se upoznati s oglašavanjem (promidžbom) u medijima i njezinim utjecajem.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Učenici nižih razreda osnovnoškolskoga uzrasta vrlo rado gledaju oglase u medijima, jer su vrlo slikoviti i kreativno su osmišljeni, te time privlače njihovu pozornost. Oglasi sami po sebi mogu biti vrlo korisni, ali moramo voditi računa o nekim mogućim izazovima i rizicima, posebno kada je riječ o djeci. Prvo trebamo biti svjesni činjenice da mlađa djeca reklamama vjeruju puno više od onih starijih i to zato što često ne shvaćaju da sadržaji koje vidi na televiziji, na plakatima i drugdje nisu stvarni, nego su najčešće izmišljeni s jasnim ciljem promidžbe, a onda u krajnjem slučaju i prodaje neke usluge ili nekog proizvoda. Isto tako, kako ističu Lana Ciboci i Leali Osmančević, mlađa djeca imaju puno manje iskustva u kupnji od starije djece, pa se često i razočaraju kada kupe određeni proizvod koji se uvelike razlikuje od „čarobnog“ prikaza u oglasu ili reklami. Zato ih u ovoj nastavnoj jedinici trebamo podučiti o važnosti oglasa, ali ih upozoriti i na činjenicu da njihov prikaz nekoga proizvoda ili usluge nije stvaran, nego izmišljen i metaforičan. Pri tome vodite računa da djeca do osme godine teško razlikuju reklame od ostalih sadržaja u medijima. Tome osobito pridonosi prisutnost popularnih televizijskih osoba i likova iz crtanih filmova zbog kojih oni najmlađi teško shvaćaju da je zapravo riječ o reklamama.</p> <p>Zato im objasnite da su oglasi, reklame ili promidžba poruke pomoći kojih različite institucije i osobe pokušavaju korisnicima medija, to jest svima nama – od najmlađih do najstarijih - poslati neku poruku, uvjeriti nas u nešto te informirati ili prodati određeni proizvod ili uslugu. Važno je da im istaknete te tri funkcije oglasa, to jest da on informira o nečemu (o novoj knjizi, igrački, mobitelu), ali i da nas pokušava uvjeriti da trebamo taj proizvod ili uslugu, a u konačnici nas želi potaknuti na kupnju. Reklame su zato poput „tvornica želja“ – u nama stvaraju želje za onime što doista i ne trebamo.</p> <p>Potom im objasnite da oglašavati može bilo tko, ali samo ako ima dovoljno novca kojim će platiti svoj oglas u mediju.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Sveti svijet interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Osmančević, L., Čarobni (varljivi) svijet reklama, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o oglasima: znaju li što su oglasi, tko može oglašavati i što se sve može oglašavati. U ovom radnom zadatku predlažemo da učenike pozovete da sami navedu oglase koje prepoznaju, pa ih zajedno s njima opišite i pitajte ih kakva su njihova iskustva s oglasima. Jesu li ponekad kupili neki proizvod koji im se svidio zbog oglasa / reklame, a kada su ga kupili bili su razočarani? Što ih je razočaralo? Jesu li tada shvatili da oglasi uvijek ne prikazuju vjerno ono što oglašavaju?</li> <li>2. U ovome zadatku učenicima dajte priliku da sami kažu koja im je reklama / oglas najdraža (ili koja im se baš sviđa) i zašto. Potaknite ih da opišu tu reklamu / oglas i da pokušaju opisati koje im je (vrijedne) informacije ta reklama prenijela i misle li da je sve u njoj bilo istina i točno. Potom ih pitajte je li reklama utjecala na njih i jesu li ikada kupili neki proizvod koji su vidjeli u oglasu / reklami. Je li oglas / reklama u njima stvorila želju da kupe nešto?</li> <li>3. S učenicima izradite oglas na neku temu koju ćete sami osmisliti. Predlažemo da bude tema vezana uz vaš razred (npr. reklama za primjereno ponašanje u razredu i / ili u školi ...). Kao primjer može vam poslužiti reklama „Poštujte naše znakove“ na čijem ćete temelju moći s učenicima i vi osmisliti svoju reklamu.</li> </ol>

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Karakteristike i vrste oglasa / promidžbe</i>
<i>Razred</i>	<i>Drugi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.5. Učenici će znati prepoznati različite vrste oglasa i njihove pozitivne i negativne strane.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Kako piše u „Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“ Agencije za elektroničke medije, „proizvođači i oglašivači kako dječijih, tako i drugih proizvoda, usmjeravaju svoje oglašavanje i tržišne komunikacije prema djeci jer ona predstavljaju tri potrošača u jednom.“ Konkretno, djeца su primarni potrošači jer raspolažu džeparcem; sekundarni su jer nagovaraju roditelje da im kupuju ono što žele i konačno djeца su i budući potrošači koji će u budućnosti biti samostalni potrošači.</p> <p>Tako su djeca zapravo „meta“ različitih vrsta oglasa i zato imaju važnu ulogu u reklamnoj industriji, a procjenjuje se da se samo u Sjedinjenim Američkim Državama godišnje, kako pišu Lana Ciboci i Leali Osmančević, potroši više od 30 milijardi dolara na oglašavanje koje je usmjereno prema djeci.</p> <p>Zato ih je potrebno upozoriti da postoje pozitivne i negativne reklame, koje isto tako imaju pozitivne i negativne karakteristike, to jest činjenice je da postoje proizvodi i usluge koje se smiju reklamirati, ali i one koje se ne smiju.</p> <p>Pozitivne su reklame one koje istinito informiraju o nekom proizvodu, cijenama ili akcijama. Isto su tako pozitivni oni oglasi koji su humanitarni i na taj način pomažu onima kojima je pomoć potrebna. Učenicima objasnite i primjerima navedite da su pozitivne i one reklame koje promiču odgojno-obrazovne, kulturne, moralne i obiteljske vrijednosti, kao i reklame koje potiču međuljudsku suradnju i toleranciju.</p> <p>Pozitivne su i one reklame koje su zabavne i smiješne, ako pri tome ne prikazuju lažno proizvode i usluge.</p> <p>Konačno, učenike upozorite da je u Hrvatskoj zabranjeno oglašavanje: alkohola i alkoholnih pića, duhana i duhanskih proizvoda, droge, pirotehničkih sredstava, oružja i streljiva, lijekova i medicinskih postupaka koji su dostupni jedino na liječnički recept. Zabranjeno je i oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponizavajući način.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Osmančević, L., Čarobni (varljivi) svijet reklama, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Učenike potaknite da u razgovoru istaknu koje su karakteristike pozitivnih reklama. Neka sami pokušaju istaknuti pozitivne strane reklama i objasniti jesu li vidjeli takvu vrstu reklama. Gdje su ih vidjeli? Jesu li ikada vidjeli neku reklamu koja oglašava nešto vezano uz školu – školsku torbu, knjige, pernicu ...? Je li takva reklama pozitivna?</li> <li>S učenicima razgovarajte o sadržajima koji se ne smiju reklamirati. Jesu li i gdje su primjetili takve sadržaje? Objasnite im zašto su ti sadržaji zabranjeni i kako štetno utječu na zdravlje ljudi.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Utjecaj oglašavanja na djecu</i>
<i>Razred</i>	<b>Drugi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.6. Učenici će moći kritički vrednovati oglašavanje u medijima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	„Oglašati bi trebali realistično prikazivati proizvode, ne zlorabiti djetetove potrebe, osjećaje i povjerenje prema obitelji i vršnjacima, ne bi smjeli umanjavati autoritete poput roditeljskog ili relevantnih društvenih i kulturnih vrijednosti. Također, oglasi ne smiju zlorabiti neiskustvo i lakovjernost djece i adolescenata, kao ni prikazivati ih u opasnim situacijama“, ističe se u „Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“ Agencije za elektroničke medije. No, svjesni smo činjenice da zbog reklama koje vidimo u medijima kupujemo ono što nam zapravo uopće ne treba, jer najveća moć reklama zapravo leži u njihovoј lakoј dostupnosti, privlačnosti i uvjerljivosti. Zbog toga i imaju utjecaja na djecu, na kojeg ih treba upozoriti, jer teže razlikuju programske sadržaje od oglasa, a jednako su tako osjetljivija na pretjerivanja koja se često koriste u oglašavanju kada se za neki proizvod tvrdi da je „najbolji, najzabavniji, najveći ili stvoren samo radi njih i njihove razonode“ (AEM). Učenicima isto tako prenesite da reklame ne smiju: diskriminirati, poticati ponašanje koje je štetno za bilo čije zdravlje ili sigurnost ljudi te zaštitu okoliša, izravno poticati maloljetnike na kupnju ili unajmljivanje proizvoda ili usluge, iskorištavajući njihovo neiskustvo ili lakovjernost, izravno poticati maloljetnike na uvjerenjanje roditelja ili drugih na kupnju robe ili usluga koje se reklamiraju, iskorištavati posebno povjerenje koje maloljetnici imaju u roditelje, nastavnike ili druge osobe, i kao što smo rekli - prikazivati ih u opasnim situacijama.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p> <p>3. Ciboci, L., Osmančević, L., Čarobni (varljivi) svijet reklama, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf</a></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. S učenicima razgovarajte o tome jesu li primijetili da oglasi utječu na njih. Pitajte ih jesu li ikada kupili neki proizvod kojega su vidjeli u reklami? Kako im je taj proizvod predstavljen i kakve je želje u njima pobudio? Jesu li oni nagovarali roditelje da im kupe taj proizvod? Ako jesu, jesu li ih roditelji poslušali ili im ga nisu kupili? Kako je roditeljska odluka utjecala na njihove odnose?</p> <p>2. „Velika izloženost djece oglašavanju može kod njih poticati orientaciju na materijalističke vrijednosti i razvoj stereotipa. Sve to može navesti djecu da ograniče svoja ponašanja, težnje i aspiracije, kao i otvorenost prema nematerijalnim vrijednostima“ (AEM). Djecu pitajte jesu li svjesni kako se svugdje oko nas nalazi mnogo reklama i kako su i oni sami njima jako izloženi. Razgovaraju li s roditeljima o tome da nije važno samo kupovati, nego je potrebno razmišljati o svom ponašanju, znati se suzdržati od pretjerane kupnje i izbjegavati reklame? Jesu li primijetili neku reklamu koja ih je razočarala, jer je loše govorila o njima? Jesu li primijetili reklame koje štete okolišu i potječu pretjeranu potrošnju i kupovanje skupih stvari?</p> <p>3. S djecom razgovarati o reklamama koje govore o hrani. Kakva im se hrana nudi i kojim rječnikom? Govore li te reklame istinu o proizvodima i njihovim učincima na naše zdravlje? Mogu li nas reklame navesti da jedemo nezdrave proizvode?</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Kako nastaje sadržaj u medijima</i>
<i>Razred</i>	<i>Drugi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.7. Učenici će znati opisati nastanak vijesti u medijima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>U ovoj ćemo jedinici naučiti kako nastaju vijesti, tko su ljudi koji ih pripremaju i proizvode. Budući da u velikoj mjeri ovisimo o vijestima u našoj svakodnevničkoj važno je poznavati i proces nastanka vijesti koji nije nimalo jednostavan. Mnogo ljudi sudjeluju u npr. proizvodnji jednih dnevnih novina i postoje određena pravila kojih se svih moraju pridržavati kako bi se novine proizvele. Još je više komplikiran proces proizvodnje npr. neke televizijske serije. Na primjeru proizvodnje dnevnih novina učenici će moći opisati cijeli proces proizvodnje. Ako je moguće bilo bi dobro da organizirate i posjet tiskari kako bi se uživo upoznali s procesom proizvodnje. U procesu nastanka novina sudjeluju: novinar, urednik, lektor, redaktor, fotoreporter i grafičar. Nakon njih novine se proizvode u tiskari gdje je proces jednako složen i zahtjevan, a vrlo važan dio proizvodnje je i distribucija koja je posljednja faza. U zadacima koji slijede upoznat će se s prvim dijelom prikupljanja, obrade i pripreme vijesti za tiskanje.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Lechhammer S. (2022). <i>Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu</i>, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></p> <p>2. Malović S. (2005). <i>Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb</i>. Na stranici <a href="https://www.medijskapismenost.hr">medijskapismenost.hr</a> proučite sve informacije o Danima medijske pismenosti koji se već nekoliko godina održavaju u Hrvatskoj. Na stranicama pogledajte kako su brojne škole organizirale posjet medijskim redakcijama.</p> <p>Pogledajte kako izgleda cijeli ciklus proizvodnje vijesti na primjeru studentskih novina Global: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=uHz9UDkg_W4&amp;list=PLjKf0UJQff5rL9qVWGaI1jzLShSIQJV7Y&amp;index=1">https://www.youtube.com/watch?v=uHz9UDkg_W4&amp;list=PLjKf0UJQff5rL9qVWGaI1jzLShSIQJV7Y&amp;index=1</a></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Odaberite bilo koji tekst iz novina. Učenicima objasnite kako je ono što vidimo kao članak u početku bio samo jedan događaj. Na taj događaj urednik je odlučio poslati jednog novinara. On je prikupljao informacije, intervjuirao sugovornika, pripremio izvještaj ili neki drugi žanr. Nakon toga tekst je pogledao urednik i dao svoje komentare (skratio ili tražio proširenje, izbacio nelogičnosti, provjerio izvore) i uputio tekst na lekturu (pravopisnu i gramatičku provjeru). Nakon lekture tekst je pogledao i redaktor koji se brinuo za stilski dio i provjerio sve navode i informacije na koje se novinar poziva. Tekst je potom ponovno vraćen uredniku koji je odredio opremu teksta (naslove, podnaslove, međunaslove) i poslao tekst grafičaru. On daje konačni vizualni oblik kako ga mi vidimo dok čitamo. Za cijeli ovaj proces potrebno je određeno vrijeme koje je i danas važno bez obzira što se puno toga puno kraće radi u digitalnom okružju. Predlažemo da izradite radni listić na kojem će s lijeve strane biti navedene sve osobe koje sudjeluju u proizvodnji: novinar, urednik, lektor, redaktor, fotoreporter i grafičar, a s desne strane kratki opis. Učenici moraju spojiti opis posla s osobom.</p> <p>2. Jedna od važnih osoba je i fotoreporter. On snima fotografije i s njima također donosi priču o nekom događaju. Pronađite fotografiju u bilo kojem medijskom sadržaju i razgovarajte s učenicima o tome što fotografija prikazuje, možemo li temeljem fotografije znati o čemu je riječ, jesu li nam potrebne još neke informacije? Razgovarajte s njima i o tome kako bi ovaj tekst izgledao bez fotografije i kako bi ga onda doživjeli.</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Kako izgleda tvoj digitalni trag?</b>
<b>Razred</b>	<b>Drugi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.8. Učenici će moći opisati kako nastaje njihov digitalni trag.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Vaši učenici već imaju svoj digitalni trag – to je zapravo trag o svemu što su do sada činili u virtualnom prostoru. Svaki put kada su utipkali naziv neke pjesme ili crtanog filma, ali i kada su negdje nešto napisali. Digitalni trag ostaje za nama i kada igramo igre u virtualnom prostoru, ali i kada se dopisujemo s drugima. Zato je važno promišljati o svemu što radimo dok koristimo internet. Na jedan dio sadržaja možemo utjecati svaki put kad smo online tako da npr. izbrisemo povijest pretraživanja što je moguće na gotovo svakom pretraživaču. No, ako ste već aktivni na društvenim mrežama to je mnogo teže. Neki će reći da mreže pamte svaku poruku koju smo napisali, ali da možda pamte i onu koju nismo ni objavili. Ono što je zapravo najvažnije jest da dobro razmislimo kada nešto napišemo i objavimo u virtualnom prostoru znajući da čak i ono što smo pokušali izbrisati možda ostane zapisano na nekom od servera, daleko od naših očiju. Konačno, digitalni trag za djecu stvaraju i roditelji. 65% roditelja objavilo je fotografiju predškolskog djeteta na društvenim mrežama, dok je njih 35% objavilo fotografiju djeteta na društvenim mrežama u prvome mjesecu djetetova života (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2017).
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>Pogledajte kratki video o digitalnom tragu iz kurikula Sigurnost djece na internetu: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=oWc_i6z4Ep4">https://www.youtube.com/watch?v=oWc_i6z4Ep4</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Lechpammer S. (2022). Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> <li>Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb</li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Učenike želimo naučiti barem osnovno pretraživanje digitalnog traga. To ćemo najlakše naučiti tako da u bilo kojem pretraživaču (Google, Bing, Yahoo...) utipkaju svoje ime i prezime. Ovu vježbu možete provesti u informatičkom kabinetu ili u dogовору с учителјем информатике. U ovoj dobi učenika mala je vjerojatnost da će o nekome od njih već biti nešto zabilježeno, no ono što će shvatiti kroz zadatak jest da je njih možda spomenuo netko drugi, a to mogu biti i njihovi roditelji. I to je također digitalni trag. Raspravite o tome kako su se osjećali kada su vidjeli prve rezultate pretraživanja. Upozorite ih da u mrežnoj komunikaciji budu pristojni i oprezni kao što su to u komunikaciji uživo.</li> <li>U drugom zadatku neka istraže digitalni trag za vašu školu. Neka u pretraživače utipkaju naziv vaše škole, a možete ih podijeliti tako da svi ne koriste iste pretraživače. Jedan dio učenika neka pretražuje uz pomoć Googla, drugi uz pomoć Binga, a treći uz pomoć Yahooa. Usporedite na kraju rezultate i raspravite o tome zašto su se njihovi rezultati razlikovali. Nisu ni svi pretraživači isti.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Kako provjeriti jesu li vijesti točne?</b>
<b>Razred</b>	<b>Drugi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.2.9. Učenici će moći opisati kako provjeriti sadržaj vijesti.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Vijesti su najvažniji medijski sadržaj. Iako sve češće vidimo kako za informiranje koristimo i društvene mreže, što pokazuju i istraživanja koja smo provodili, vijesti koje susrećemo u informativnim medijima temelj su novinarstva. Nažalost, ponekad ni vijesti nisu u potpunosti točne i pouzdane. Do toga dolazi zbog propusta u izvještavanju, ali i nenamjernih pogrešaka koje su sastavni dio svih profesija, pa tako i novinarstva. No, u zadnje smo vrijeme vidjeli i primjere u kojima određene osobe ili institucije žele iskoristiti medije za svoje svrhe. Zato je od posebne važnosti provjeravati sadržaj vijesti. U ovom ćemo zadatku uz vrlo jednostavne korake naučiti učenike kako mogu provjeriti bilo koji sadržaj koji izgleda kao vijest ili se predstavlja kao vijest. Budući da često takve sadržaje svi skupa dijelimo i preko interneta, ovaj će zadatak posebno naglasiti dio koji se odnosi na provjeru.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Lechpammer S. (2022). <i>Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu</i>, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></p> <p>2. Malović S. (2005). <i>Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga</i> Zagreb.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. U prvom zadatku odaberite bilo koju kratku vijest iz novina. Neka slobodno bude što kraća. Pročitajte ju zajedno su učenicima u razredu. Postavite sljedeća pitanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- donosi li vijest odgovore na svih 6 novinarskih pitanja: tko, što, kada, gdje, zašto i kako?</li> <li>- Koji podaci nedostaju?</li> </ul> <p>Nakon ovih uvodnih pitanja razgovarajte s učenicima o tome kako bi još mogli provjeriti sve što je navedeno u vijesti. Potaknite ih da zajednički uz pomoć tražilica na internetu provjerite neke od informacija koje su navedene u vijesti. Na isti način možete provjeriti i osobe koje se spominju u vijesti.</p> <p>2. Ako ste u prilici pokažite im i primjer bilo koje televizijske vijesti. Usporedite televizijsku vijest s vijestima iz novina. U koliko mjeri više vjeruju televizijskim vijestima zbog audio i video dijela? Koliko voditelji povećavaju uvjerenjivost tog medijskog sadržaja?</p>
<i>Bilješke:</i>	

*Nastavna jedinica****Upoznajmo svijet medija: internet***

Razred	<b>Treći razred</b>
<i>Odgожно-обра-зованни исход</i>	1.3.1. Ученик ће моћи разликовати интернет и друге vrste medije te prepoznati i objasniti pozitivne i negativne strane interneta.
<i>Kratki opis исхода:</i>	<i>Internet se smatra medijem svih medija – na njemu možemo slušati, gledati i čitati različite medijske sadržaje i kao takav internet je objedinio sve starije medije u jednom. Glavna je karakteristika interneta mogućnost dvostruke komunikacije što je taj medij učinilo posebnim i jedinstvenim u odnosu na tisk, radio i televiziju. Internet nam svima omogućuje jednostavno pretraživanje sadržaja i dolaženje do različitih informacija, komunikaciju s obitelji i prijateljima, razmjenu fotografija i video sadržaja, igranje igara, različite oblike zabave, ali i brojne edukativne sadržaje. Jedan od najpopularnijih internetskih sadržaja današnjice svakako su društvene mreže na kojima i sama djeca provode najviše vremena, čak i puno prije uzrasta koji im dopušta otvaranje profila na različitim društvenim mrežama. S druge strane, pretjerano korištenje interneta može stvoriti ovisnost kod medijskih korisnika. Istovremeno, pri korištenju interneta potrebno je biti jako oprezan zbog mogućnosti lažnog predstavljanja i krađe identiteta, slanja virusa i različitih oblika neželjene pošte te problema elektroničkog nasilja s kojim se djeca susreću od najranijih dana.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L. i sur. (2019). <i>Svijet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu</i>. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovorajmo o životu s druge strane ekrana</i>. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></p> <p>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu</i>. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></p> <p>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje</i>. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%CC%8Cne.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%CC%8Cne.pdf</a></p> <p>5. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje</i>. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></p> <p>6. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje</i>. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></p> <p>7. Udruga roditelja Korak po korak (2014). #DeleteCyberbullying Priručnik za učitelje. Zagreb: Udruga roditelja Korak po korak. Dostupno na: <a href="https://deletecyberbullying.files.wordpress.com/2015/01/hrvdcpriruc48dnik-za-uc48ditelje-web.pdf">https://deletecyberbullying.files.wordpress.com/2015/01/hrvdcpriruc48dnik-za-uc48ditelje-web.pdf</a></p> <p>8. Udruga roditelja Korak po korak (2016). #DeleteCyberbullying Priručnik za roditelje. Zagreb: Udruga roditelja Korak po korak. Dostupno na: <a href="https://urkpk.org/wp-content/uploads/2020/04/DeleteCyberbullying-priru%C4%8Dnik-za-roditelje.pdf">https://urkpk.org/wp-content/uploads/2020/04/DeleteCyberbullying-priru%C4%8Dnik-za-roditelje.pdf</a></p> <p>9. HAKOM (2019). <i>Kako zaštiti djecu na internetu?</i> Video dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zXxXfCbW0ss">https://www.youtube.com/watch?v=zXxXfCbW0ss</a></p> <p>10. Profil Klett (2018). <i>Stop nasilju na internetu</i>. Video dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=jXXGKMwTJ5U">https://www.youtube.com/watch?v=jXXGKMwTJ5U</a></p> <p>11. Centar za sigurniji internet - <a href="https://csi.hr/">https://csi.hr/</a></p> <p>12. <i>Sigurnost djece na internetu – letak o sigurnosti djece</i>. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/10pitanja.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/10pitanja.pdf</a></p> <p>13. Borovac, T. i sur. (2018). <i>Priručnik za informacijsku sigurnost i zaštitu privatnosti</i>. Osijek: Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/prirucnik-velki-solic-pdf-1545897306-1.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/prirucnik-velki-solic-pdf-1545897306-1.pdf</a></p> <p>14. <i>Društvena igra Sigurnost djece na internetu</i>. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf</a></p> <p>15. Školski kurikul <i>Sigurnost djece na internetu</i> - <a href="https://petzanet.ucitelji.hr/">https://petzanet.ucitelji.hr/</a></p>

Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2019). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Radionica 8: Tvornica znanja, str. 27.; Radionica 35: Radionica 35: Vježba pretraživanja podataka na internetu, str. 109; Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</i></li><li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje. Zadatak 1: Pozitivne i negativne strane intetneta, str. 9; Zadatak 6: Pretraživanje interneta – korisne stranice o sigurnosti na internetu, str. 11. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef (uz prilagodbu učenicima u razrednoj nastavi).</i></li></ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Netiquette</i>
<b>Razred</b>	<b>Treći razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.3.2. Učenik će znati objasniti i primijeniti pravila lijepog ponašanja na internetu.
Kratki opis ishoda:	<p>Na internetu vrijede ista pravila lijepoga ponašanja kao u stvarnome svijetu. Iako je način komunikacije na internetu nešto drugačiji od onoga u stvarnome svijetu (primjerice, takva je komunikacija često štura, puna je emotikona, a neverbalna komunikacija kao i povratna informacija često izostaju), djecu treba podučiti da pri dopisivanju na internetu nije pristojno vrijedati i koristiti pogrdne izraze, lažno se predstavljati, pretjerano koristiti emotikone te da budu svjesni da korištenje velikih tiskanih slova na internetu podrazumijeva vihanje. Budući da djeca, osobito kada postanu aktivna na internetu i društvenim mrežama, često objavljaju fotografije i audiovizualne materijale u virtualnom svijetu, treba ih podučiti da prije objave takvih materijala, a na kojima se nalaze i druge osobe, moraju tražiti dopuštenje tih osoba za njihovu objavu. Važno je naglasiti i da prilikom preuzimanja i objave tuđih materijala (fotografija ili video sadržaja) uvijek navedu izvor te da ne sudjeluju u online svađama. I najvažnije od svega, djecu treba podučiti da na internetu ne čine drugima ništa što ne bi voljeli da njima netko čini i što bi ih na bilo koji način povrijedilo.</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ciboci, L. i sur. (2019). Svet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramotnoće i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%CC%8Cnje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%CC%8Cnje.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Sigurnost djece na internetu i električno nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></li> <li>Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Zadatak 7: Pravila lijepog i pristojnog ponašanja i komuniciranja na internetu, str. 16; Zadatak 2: Objavljivanje tuđih fotografija na društvenim mrežama bez njihova znanja, str. 11; Zadatak 3: Komentiranje sadržaja na intrnetskim portalima i društvenim mrežama, str. 12. Zagreb: Agencija za električne medije (uz prilagodbu učenicima u razrednoj nastavi). Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Nasilje u animiranim, igranim i dokumentarnim filmovima</b>
<b>Razred</b>	<b>Treći razred</b>
<i>Odgonojno-obrazovni ishod</i>	1.3.3. Učenik će moći razlikovati nasilje u animiranim, igranim i dokumentarnim filmovima i njegove posljedice.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>U prethodnom su razredu učenici naučili definirati nasilje u medijima i objasniti njegov utjecaj na najmlađe medijske korisnike. Cilj je ove nastavne jedinice da učenici nauče razlikovati prikaz i posljedice nasilja viđenog u igranim, animiranim i dokumentarnim filmovima. Dok u igranim i animiranim filmovima stvarne štete i posljedica nema, u dokumentarnim filmovima nasilni se sadržaji prikazuju ne realističan način, uključujući i posljedice različitih oblika nasilja i nasilnih djela, kako među ljudima tako i među životinjama. Često takav prikaz nasilja u dokumentarnim filmovima ima edukativnu svrhu. No, s druge strane, nasilje u igranim i animiranim filmovima koristi se s ciljem zabavljanja publike jer se takvi sadržaji lako prodaju i privlače brojnu publiku, a same štete, odnosno posljedice nasilja nema jer je riječ o u potpunosti izmišljenim nasilnim scenama. No, problem nastaje kada djeca, prije svega ona mlađa od osam godina, oponašaju nasilje viđeno u medijima, osobito animiranim filmovima, nesvesna stvarnih posljedica imitacije takvih sadržaja. S ciljem zaštite djece od neprimjerenih medijskih sadržaja, pa tako i nasilnih, postoje dobne oznake koje primarno roditeljima daju do znanja da određeni sadržaj nije primjeran za djecu mlađu od 12, 15 i 18 godina.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima (NN, 28/15)</li> <li>Agencija za elektroničke medije (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektorničkih medija. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). Mediji bez nasilja? Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</li> <li>Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska.</li> <li>Potter, W. J. (20xx). On media violence: Thousands Oaks: Sage.</li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Odaberite bilo koji animirani film koji sadrži nasilne sadržaje, primjerice Mašu i Medu, Toma i Jerryja, Mickey Mousea, pri čemu je važno da s djecom analizirate nasilne scene i razgovarate o posljedicama oponašanja takvih sadržaja u stvarnom svijetu. Primjerice, što bi se dogodilo kada bi se oni ponašali prema svojoj braći i sestrama kao Maša prema Medi? Bi li braća/sestre bili sretni zbog toga? Što bi o tome mislili njihovi roditelji? Uz ovaj zadatak, potičemo vas i da pogledate Zadatak 2. Nasilje u crtanim filmovima, str. 12-13, Zadatak 11. i radni listić 2. Nasilje u medijima, str. 17, 19-20 u Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Pozitivni i negativni medijski sadržaji. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef.</li> <li>Potaknite djecu da tijekom vikenda zbrajaju sve nasilne scene koje će vidjeti u svim sadržajima na televizijskom ekranu i da o tome vode bilješke. Na kraju vikenda neka promisle o najnasilnijim scenama koje su vidjeli i razmislite kako su takve scene utjecale na njih, a kako bi potencijalno mogle utjecati na njihove vršnjake. Sljedeći tjedan na satu razmijenite iskustva i rezultate do kojih su učenici došli. Cilj je zadatka osvijestiti djecu da je u svim sadržajima koje gledaju prisutno nasilje i da se u igranim filmovima i sadržajima koji su namijenjeni odraslima nasilje prikazuje puno detaljnije i brutalnije, ali da istovremeno često u sadržajima za djecu, kao što su animirani filmovi, ima više nasilja nego u sadržajima za odrasle.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Novinarstvo</i>
<i>Razred</i>	<i>Treći razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.3.4. Učenici će se upoznati s novinarstvom i novinarskom strukom.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Novinarstvo je struka u kojoj djeluju novinari koji prikupljaju, pišu, uređuju i objavljaju informacije za novine i časopise, tjednike i magazine, za radio i televiziju i za nove medije. Profesionalni novinari moraju se obrazovati i trebali bi završiti fakultetsko obrazovanje, no u Hrvatskoj to još uvjek nije slučaj. Kako piše Stjepan Malović novinari su „strogog specijalizirani profesionalci koji djeluju prema jasnim strukovnim načelima“, a novinarstvo se ne smatra znanosću. Uloga novinara u novinarstvu je da istinito izvijeste o pojedinim događajima, ljudima i pojavama, da istaknu pozitivne događaje, ali da isto tako razotkriju negativnosti kako bi s njima upoznali javnost, to jest svoje čitatelje, slušatelje i gledatelje. Kako piše Vladimir Pavlinić, „novinarstvo je stavljanje jedne riječi iza druge na takav način da čitatelj dobije određenu poruku, da nastavi čitati i vraća joj se još.“ Cilj je novinara i novinarstva na najkraći i najjasniji mogući način prenijeti novost mnoštву najrazličitijih osoba. Mnogi će autori reći da je novinarstvo zanat, ali nije samo zanat, pa su novinare nekad zvali „sveznajućim neznašnicama“. Hrvatska enciklopedija (mrežno izdanje) piše da je osnovna zadaća novinarstva „obavlještanje javnosti o svim činjenicama važnima za spoznavanje svijeta, radi podizanja kvalitete života i radi boljega snalaženja ljudi u društvu i pojedinaca u međusobnim odnosima. Zbog svoje specifičnosti i moći utjecaja na, prije svega, političko ponašanje ljudi, novinarstvo je i značajan promidžbeni čimbenik. U modernom se smislu razvilo s otkrićem tiskarskoga stroja, kada su stvorene mogućnosti za brzi i djeletvorniji prijam, obradbu i širenje informacije. Razvoj novinarstva povezan je s industrijalizacijom i urbanizacijom, s razvojem tehnike i tehničkim otkrićima, posebno u području telekomunikacija i prometa, te sa stvaranjem javnoga mnjenja.“</p> <p>U današnje pak doba govorimo o elektroničkom novinarstvu, i prema istoj Hrvatskoj enciklopediji taj se izraz „prvotno koristio za novinarstvo u elektroničkim medijima (radio i tv), no danas se sve više koristi za rad u različitim oblicima novih interaktivnih medija (internet, odnosno web). Odlikuje ga nelinearni pristup sadržaju dokumenta (hipertekst), interaktivnost i multimedijski način prezentacije (tekst, slika, zvuk, animacija, video itd.). Temelji se na audio-vizualnim iskustvima radija i televizije, privlačnosti rješenja potrošačke elektronike, odnosno industrije zabave, povećanju brzine prijenosa koju omogućavaju suvremeni telekomunikacijski sustavi te na petostoljetnom iskustvu tiska i nakladništva; elektroničko novinarstvo moguće je samo korištenjem računala. Danas na Webu izlazi mnoštvo publikacija i novina, od kojih neke nemaju konvencionalni (npr. papirnati) oblik.“</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. elektroničko novinarstvo. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <a href="http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=1764">http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=1764</a></li> <li>3. Lechhammer, Stela, Uvod u novinarstvo, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> <li>4. novinarstvo. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <a href="http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44283">http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44283</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na temelju predloženog teksta u kratkom opisu ishoda ove nastavne jedinice iz edukativnih materijala za učenike osnovnih i srednjih škola „Uvod u novinarstvo“ (preporuka korisnih materijala), ali i teksta iz nastavne jedinice za prvi razred jedinice „Što su mediji?“ s učenicima razgovarajte o novinarima kao profesionalcima koji rade u medijima i o novinarstvu. U razgovoru razjasnite da se novinarstvo kroz povijest mijenjalo, od doba tradicionalnih medija do današnjih suvremenih elektroničkih medija, pri čemu se mijenjala i uloga novinara, koja usprkos promjenama i dalje ostaje važna. Istaknite zašto su novinari važni kao posrednici stvarnosti – onoga što se oko nas događa – koju pretvaraju u vijesti nama kao čitateljima, slušateljima i gledateljima.</li> <li>2. Učenike pitajte je li netko od njima bliskih ili poznatih osoba novinar. Ako jest, organizirajte susret s njime, a prije toga s učenicima se pripremite za taj susret kako bi mu znali postavljati pitanja.</li> <li>3. S učenicima prođite 5. poglavje iz edukativnih materijala „Uvod u novinarstvo“ Stelle Lechhammer, kako biste učenicima objasnili da postoji podjela na različite vrste novinarstva. Prema svome iskustvu, odaberite sadržaje koji su primjereno dobi vaših učenika, i ukratko ih s njima raspravite.</li> </ol>

Nastavna jedinica	<b>Od događaja do vijesti i novosti</b>
Razred	<b>Treći razred</b>
Odgojno-obrazovni ishod	1.3.5. Učenici će se upoznati s načinom kako od događaja novinari oblikuju vijesti.
Kratki opis ishoda:	<p>Svojim riječima objasnite učenicima da je događaj sadržaj novinarske ili medijske vijesti, ali da svaki događaj neće postati vijest. O tome koji će događaj postati vijest u medijima odlučuju novinari i urednici medija. Uobičajeno se to događa na sastancima uredništva, na kojima se odlučuje koje će događaje pojedini medij pratiti i o kojim će događajima i na koji način izvještavati.</p> <p>A kako bi neki događaj postao vijest, pišu Vladimir Pavlinić, Stjepan Malović i brojni drugi autori, mora izići „iz okvira“ običnoga, mora biti nov, neobičan, iznimski, izvanredan i originalan. Mogli bismo reći: sve što je normalno, to jest ako život teče „normalno“, uobičajeno, onda to neće postati vijest ili novost. Novost je pak činjenica koja zaslužuje objavu u medijima, a „ocjenu“ o njezinoj važnosti za publiku donosi novinar koji ima odgovornost i predlaže da se ta novost objavi u medijima. Život vijesti može biti jako kratak. No, život nekih vijesti je jako dug, a duže se pamte one vijesti koje dublje zadiru u naše živote i više utječu na nas. Prema mnogim autorima vijest mora imati sljedeće elemente: novost, istinitost, aktualnost, važnost i zanimljivost. Svi će autori ipak reći da je najvažnija kvaliteta vijesti – istina. „Vijest je ili istinita ili nije vijest“, tvrde Luka Brajnović i Stjepan Malović.</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Lechpammer, Stela, Uvod u novinarstvo, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a>.</li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovorajte o tome koje bi školske događaje (priredbe, natjecanja, nagrade...) odabrali i o njima napisali vijest. Prema kojim bi obilježjima te događaje birali i zašto?</li> <li>2. S učenicima odaberite jedan događaj u razredu (proslavu rođendana, izbor za predsjednika razredne zajednice, uspjeh na Lidranu ...) i pokušajte napisati kratku vijest o njemu.</li> <li>3. Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, radionica 3: Moja vijest na stranici 16.</li> </ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Uvod vijesti i obrnuta piramida</b>
<b>Razred</b>	<b>Treći razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.3.6. Učenici će se upoznati s pravilom obrnute piramide i važnošću uvoda u vijest.
Kratki opis ishoda:	<p>Učenike podsjetite da se svaka vijest piše prema pravilima koja se uobičajeno nazivaju „5W“ i jedno „H“, da dolaze iz engleskog jezika i da znače: tko, što, kada, gdje, zašto i kako. Osim što mora odgovoriti na ta pitanja kako bi bila potpuna, svaka vijest mora privući pozornost svojih čitatelja, slušatelja i gledatelja, to jest mora biti zanimljiva. A da bi bila zanimljiva, mora imati dobro napisan uvod koji će privući pozornost čitatelja u kojemu će pobuditi zanimanje. Uvod u vijest na hrvatskom se zove još i „glava“, a na engleskom „lead“. Prema njemu „čitatelji, gledatelji i slušatelji odlučuju zanima li ih sadržaj te hoće li do kraja pročitati, pogledati i poslušati ponuđeni sadržaj“, piše Stela Lechpammer, podsjećajući da „kod pisanja vijesti postoji pravilo obrnute piramide, koje kaže da se sve najvažnije informacije moraju staviti na početak, dok one manje važne idu na kraj. Treba naglasiti da to ne vrijedi za opsežnije i kreativnije novinarske oblike kod kojih novinari pokazuju sve svoje umijeće i stil prilikom oblikovanja prvih rečenica kojima čitatelja uvode u priču.“</p>
Preporuka korisnih materijala:	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p> <p>2. Lechpammer, Stela, Uvod u novinarstvo, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></p>
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. S učenicima razgovarajte o vijestima i zašto je važan uvod ili glava vijesti: što treba sadržavati i kakav mora biti uvod ili glava? Na koja pitanja mora odgovoriti? Što je njegova/njezina svrha?</p> <p>2. S učenicima nacrtajte obrnuto piramidu, podijelite ju na više vodoravnih dijelova te s njima upišite na koja mjesta se stavljuju najvažnije, a potom važne i na kraju najmanje važne informacije.</p> <p>3. Prilagodite „Vježbu 3“ iz edukativnih materijala „Uvod u novinarstvo“ (str. 35), učenike podsjetite da je vijest osnovna novinarska forma te potom u manjim skupinama ili individualno „napravite pregled najvažnijih vijesti toga tjedna u razredu“, vodeći računa o činjenici da idealna vijest ima svega nekoliko rečenica, i to kratkih – kako bi bile jasne dok se čitaju. Neka svatko u grupi napiše jednu vijest, te pokuša najvažnije informacije napisati u uvodu ili glavi.</p>
Bilješke:	

Nastavna jedinica	Zašto je važna moja privatnost online?
Razred	Treći razred
Odgojno-obrazovni ishod	1.3.7. Učenici će moći opisati glavne razloge zbog kojih je važno čuvati svoju virtualnu privatnost.
Kratki opis ishoda:	Vjerojatno jedna od izazovnijih tema koje možete pronaći u ovom kurikulu jest privatnost u virtualnom okružju. Djeca u dobi od 8 ili 9 godina nisu u mogućnosti bez naše pomoći prepoznati sve izazove očuvanja privatnosti. Ponekad im je teško shvatiti važnost čuvanja privatnosti u stvarnom svijetu, a onda još i više u virtualnom. U ovoj jedinici predstaviti ćemo dva osnovna pristupa poučavanju o privatnosti nakon čega će učenici razumjeti zašto je toliko važno čuvati svoju privatnost, ali isto tako će moći prepoznati i dva osnovna pristupa shvaćanju privatnosti kako bi već sada mogli u velikoj mjeri sačuvati svoju privatnost u virtualnom okružju.
Preporuka korisnih materijala:	<p>1. Kako se zaštитiti u svijetu interneta i mobilnih uređaja?, HAKOM – Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti, 2022. <a href="https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2022/dokumenti/Bro%C5%A1ura-Kako%20se%20za%C5%A1tititi%20u%20svijetu%20interneta%20i%20mobilnih%20ure%C4%91aja_2022.pdf?vel=18464276">https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2022/dokumenti/Bro%C5%A1ura-Kako%20se%20za%C5%A1tititi%20u%20svijetu%20interneta%20i%20mobilnih%20ure%C4%91aja_2022.pdf?vel=18464276</a></p> <p>2. Domitrović I. (2019). Online vodič za mlade „Moji podaci i privatnost na internetu“ <a href="https://www.medijskapismenost.hr/online-vodic-za-mlade-moji-podaci-i-privatnost-na-internetu/">https://www.medijskapismenost.hr/online-vodic-za-mlade-moji-podaci-i-privatnost-na-internetu/</a>, pristupljeno 20.5.2022.</p> <p>3. Delete Cyberbullying, 8 stvari na koje trebate pripaziti kako bi zaštitili svoju privatnost na internetu, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/8-stvari-na-koje-trebati-paziti-kako-bi-zastigli-svoju-privatnost-na-internetu/">https://www.medijskapismenost.hr/8-stvari-na-koje-trebati-paziti-kako-bi-zastigli-svoju-privatnost-na-internetu/</a>, pristupljeno 15.5.2022.</p> <p>4. Ciboci, L., Fistrić, M., Kanižaj, I., Labaš, D., Milas, A., Blažina Mukavec, K., Osmančević, L., Preselj, V. (2018). Svet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></p>
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. Privatnost je jedno od najdragocjenijih prava u virtualnom svijetu. No, najprije je nužno objasniti zašto je privatnost uopće potrebno sačuvati. U tome će vam pomoći usporedba s vremenom kada samo u potpunosti samostalno odlučivali o tome koje informacije želimo otkriti drugima, a koje želimo sačuvati za sebe. U uvodnoj raspravi postavite djeci pitanja: na koje su stvari iz svojega života ponosni? Uključuju li te stvari/događaji njima drage osobe? Postoje li neke stvari koje ne bi htjeli dijeliti s drugima? Mogu li se neke od tih informacija slučajno otkriti u medijima? Što oni osobno mogu napraviti da to spriječe? Temeljeno je pravilo da moramo uistinu dva puta promisliti prije nego što nešto bilo što objavimo u medijima. Ako objava uključuje i druge moramo ih pitati imaju li išta protiv da objavimo informacije koje se odnose na njih. To je najmanje što možemo učiniti da poštujemo njihovo pravo na privatnost.</p> <p>2. U drugom zadatku pronađite neku od objava na vašoj web stranici škole, a koja uključuje i vaše učenike. Mislimo ovdje na vijesti o sportskim, školskim ili kulturnim uspjesima vaših učenika. To je pozitivan kontekst i tada smo često skloni objaviti puno detalja i ne razmišljamo o mogućim posljedicama. Pozitivni događaji su idealna prilika da promislimo o našoj virtualnoj privatnosti, ali i da prepoznamo kako ima puno situacija u koje nas drugi dovedu (poput npr. momčadskih sportova). Budimo svjesni razlike u tom dijelu ponašanja u odnosu na individualne situacije.</p>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Što je novinarska redakcija?</b>
<b>Razred</b>	<b>Treći razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.3.8. Učenici će moći opisati tko su ključne osobe u medijskoj redakciji.
Kratki opis ishoda:	Mnogo je zanimljivih informacija u medijskoj redakciji. Krenimo najprije od činjenice kako je svaka medijska redakcija drukčija, ali i da imamo četiri osnovna modela redakcija: novinsku, radijsku, televizijsku, mrežnu redakciju (portali), ali i tzv. konvergiranu redakciju u kojoj u jednom prostoru imamo više redakcija. Glavni cilj redakcije jest da olakša proizvodnju medijskog sadržaja. I kako bi to mogli postići moramo poštovati neka pravila i odnose u redakciji. Jasno se zna tko je urednik, novinar, grafičar... Osim toga vrlo dobro znamo tko je zadužen za koji dio posla. U većini hrvatskih medijskih redakcija čak i način sjedenja i organizacija rada je pažljivo osmišljena kako bi medijski djelatnici što jednostavnije stvarali što bolji medijski sadržaj. Učenike će sigurno zanimati kako izgledaju redakcije. Ako je moguće organizirajte zajednički posjet redakcijama i omogućite im da iz prve ruke vide ono što ćemo proći u predviđena dva zadatka.
Preporuka korisnih materijala:	<p>Na sljedećim poveznicama pogledajte kako su učenici posjećivali medije kroz Dane medijske pismenosti:</p> <p><a href="https://www.medijskapismenost.hr/osnovnoskolci-koji-uce-o-medijima-kriticki-razmisljaju-i-o-koronavirusu/">https://www.medijskapismenost.hr/osnovnoskolci-koji-uce-o-medijima-kriticki-razmisljaju-i-o-koronavirusu/</a></p> <p><a href="https://www.medijskapismenost.hr/prijavite-ucenike-za-radionice-u-medijima-u-6-gradova/">https://www.medijskapismenost.hr/prijavite-ucenike-za-radionice-u-medijima-u-6-gradova/</a></p> <p><a href="https://www.medijskapismenost.hr/svatko-moze-pogrijesiti-a-u-montazi-se-greske-brisu-u-sekundi/">https://www.medijskapismenost.hr/svatko-moze-pogrijesiti-a-u-montazi-se-greske-brisu-u-sekundi/</a></p>
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. U prvom zadatku naučit ćemo tko sve čini radijsku redakciju. Mnogi misle kako su radijski studio i režija dovoljni za proizvodnju radijskog sadržaja. To je moguće, ali preduvjet da bi nešto bilo emitirano jest da se sadržaj unaprijed pripremi. Zato i u radijskim postajama imamo posebne prostore koje zovemo radijskim redakcijama, ali ne uključuju nužno i studio i montažu. Studio je prostor u kojem je voditelj i mikrofoni, a u drugom dijelu su najčešće montažeri – ton majstor koji je jednim debelim stakлом odvojen od studija. Na radiju je zvuk jako važan pa se puno pažnje posvećuje što boljoj kvaliteti zvuka. Osim toga imamo i još jednu prostoriju u kojoj sjede novinari i proizvode svoj sadržaj. Pod ključnom riječi radijski studio potražite na internetu primjere sličnih studija i razmijenite iskustva po čemu su slični i po čemu se razlikuju.</p> <p>2. U drugom zadatku odaberite jednu od poveznica iz prethodne kategorije gdje ste mogli čitati o posjetu učenika nekoj od redakcija. Neka učenici dobro pročitaju jedan od tri članka. Razgovarajte s njima uz sljedeće poticaje:</p> <p><i>Što su novo saznali o medijima općenito?</i></p> <p><i>Jesu li prije čuli za ovaj medij koji su učenici posjetili?</i></p> <p><i>Jesu li oni osobno ikada posjetili neki medij?</i></p> <p><i>Mogu li izdvojiti neke zanimljivosti iz teksta?</i></p> <p><i>Kako su reagirali učenici koji su posjetili medij?</i></p> <p><i>Iz koje škole dolaze učenici?</i></p> <p><i>Jeste li vi ikada posjetili neki medij?</i></p>
Bilješke:	

Nastavna jedinica	<b>Koliko tajni skriva ili otkriva moj mobitel?</b>
Razred	<b>Treći razred</b>
Odgojno-obrazovni ishod	1.3.9. Učenici će moći objasniti koje sve informacije mobitel prikuplja o njima.
Kratki opis ishoda:	Sve više učenika u trećem razredu posjeduje pametni telefon. Dok se koristimo pametnim telefonima oni prikupljaju jako puno informacija o nama. Neki će reći kako se sve potrebne informacije o našim životima nalaze u pametnim telefonima. Oni mogu znati koliko se u danu krećemo, koji nas sadržaj interesira, koje prijatelje pratimo, s kim se družimo, gdje se nalazimo, kakvu odjeću i obuću volimo, kakvu glazbu najviše gledamo na YouTubeu, ali i kada, a možda čak i s kim... Uistinu puno je toga što otkrivamo koristeći pametne telefone. Jedan od najboljih načina da saznamo što smo sve otkrili mobitelima je da preuzmemo sve podatke o našim profilima na npr. društvenim mrežama. No, ovaj je zadatak za učenike u dobi od 9-10 godina pa je u ovom uzrastu važno pomoći učenicima da nauče kako će i njihov uređaj prikupljati određene informacije. U iduća dva zadatka upoznat ćete kako je priča o informacijama koje uređaji prikupljaju vrlo zanimljiva.
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kako se zaštititi u svijetu interneta i mobilnih uređaja?, HAKOM – Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti, 2022., pristupljeno 15.5.2022. <a href="https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2022/dokumenti/Bro%C5%A1ura-Kako%20se%20za%C5%A1tititi%20u%20svijetu%20interneta%20i%20mobilnih%20ure%C4%91aja_2022.pdf?vel=18464276">https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2022/dokumenti/Bro%C5%A1ura-Kako%20se%20za%C5%A1tititi%20u%20svijetu%20interneta%20i%20mobilnih%20ure%C4%91aja_2022.pdf?vel=18464276</a></li> <li>2. Kako zaštititi dijete u svijetu interneta, mrežnih tehnologija i mobilnih telefona, HAKOM – Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti, 2020. <a href="https://www.medijskapismenost.hr/kako-zastititi-svoje-privatne-informacije-na-internetu-i-drustvenim-mrezama/">https://www.medijskapismenost.hr/kako-zastititi-svoje-privatne-informacije-na-internetu-i-drustvenim-mrezama/</a>, pristupljeno 20.5.2022..</li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pametni telefon nije običan mobitel, niti običan uređaj. On prikuplja brojne podatke o nama. Evo poticaja kako provjeriti koje smo podatke omogućili mobitelu da prikuplja o nama. U POSTAVKAMA mobitela odaberite ZAŠTITU PRIVATNOSTI. Ovdje svaki učenik može provjeriti kojim je aplikacijama dopustio da prikupljaju podatke o lokaciji, koje aplikacije imaju stalni pristup svim kontaktima iz imenika, ali isto tako i koje aplikacije imaju stalni pristup npr. mikrofonu ili kameri.</li> <li>2. U drugom zadatku možemo vidjeti kako pametni telefon prikuplja podatke i o tome koliko i kako koristimo mobitel. Opet otidite u POSTAVKE i ovaj put odaberite DIGITALNU RAVNOTEŽU I RODITELJSKI NADZOR. Prva kategorija koja se odnosi na broj minuta koliko smo proveli uz određenu aplikaciju već je sama po sebi vrlo zanimljiva. Bit će interesantno potaknuti učenike koji već imaju mobitel da pred drugim vršnjacima u razredu kažu koliko su oni minuta dnevno uz aplikacije. I to je već vrlo dobar korektiv i poticaj na drukčiji pristup prema korištenju mobitela.</li> </ol>
Bilješke:	

Nastavna jedinica	<b>Elektroničko nasilje u aplikacijama za dopisivanje</b>
Razred	<b>Četvrti razred</b>
Odgovorno-objekt ishod	1.4.1. Učenik će moći prepoznati elektroničko nasilje i razlikovati oblike međuvršnjačkog elektroničkog nasilja.
Kratki opis ishoda:	<p>Elektroničko nasilje podrazumijeva ponižavanje, vrijedanje, prijetnje te druge aktivnosti čiji je cilj nekoga uznemiriti ili našteti mu koristeći internet i nove tehnologije. Takav se oblik nasilja može događati javno na različitim društvenim mrežama i platformama za dijeljenje videozapisa i igranje videoigara, ali i unutar zatvorenih aplikacija za dopisivanje ili kroz standardne sms poruke i pozive. Upravo ovo potonje karakteristično je za djecu u nižim razredima osnovne škole. Istraživanja u Hrvatskoj pokazuju da su elektroničkom nasilju više izložena starija (6,4% djece u dobi od 12 do 14 godina i 11,8% djece u dobi od 15 do 17 godina), nego mlađa djeca (4% u dobi od 9 do 11 godina) (Ciboci i sur., 2020). Najčešće iskustvo elektroničkog nasilja odnosilo se na primanje povrjeđujućih ili neprimjerjenih poruka (61%), zatim na isključivanje ili izostavljanje iz grupe ili aktivnosti (33%) te na objavljivanje i prenošenje povrjeđujućih poruka tamo gdje ih drugi mogu vidjeti (Ciboci i sur., 2020). Izostavljanje iz grupe u aplikacijama za dopisivanje (najpopularniji među djecom su Viber i WhatsApp) i vrijedanje unutar takvih grupa tipičan je oblik elektroničkog nasilja među djecom u razrednoj nastavi.</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L. i sur. (2019). Svet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramotanje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%C4%81enje-i-gовор-mrz%C4%8Cne.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%C4%81enje-i-gовор-mrz%C4%8Cne.pdf</a></li> <li>5. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektroniccko-nasilje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektroniccko-nasilje.pdf</a></li> <li>6. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> <li>7. Udruga roditelja Korak po korak (2014). #DeleteCyberbullying Priručnik za učitelje. Zagreb: Udruga roditelja Korak po korak. Dostupno na: <a href="https://deletecyberbullying.files.wordpress.com/2015/01/hrvdcpripuc48dnik-za-uc48ditele-web.pdf">https://deletecyberbullying.files.wordpress.com/2015/01/hrvdcpripuc48dnik-za-uc48ditele-web.pdf</a></li> <li>8. Udruga roditelja Korak po korak (2016). #DeleteCyberbullying Priručnik za roditelje. Zagreb: Udruga roditelja Korak po korak. Dostupno na: Dostupno na: <a href="https://urkpk.org/wp-content/uploads/2020/04/DeleteCyberbullying-priru%C4%8Dnik-za-roditelje.pdf">https://urkpk.org/wp-content/uploads/2020/04/DeleteCyberbullying-priru%C4%8Dnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>9. HAKOM (2019). Kako zaštiti djecu na internetu? Video dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zXxXfCbW0ss">https://www.youtube.com/watch?v=zXxXfCbW0ss</a></li> <li>10. Profil Klett (2018). Stop nasilju na internetu. Video dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=jXXGKMwTJ5U">https://www.youtube.com/watch?v=jXXGKMwTJ5U</a></li> <li>11. Centar za sigurniji internet - <a href="https://csi.hr/">https://csi.hr/</a></li> <li>12. Sigurnost djece na internetu – letak o sigurnosti djece. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/10pitanja.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/10pitanja.pdf</a></li> <li>13. Borovac, T. i sur. (2018). Priručnik za informacijsku sigurnost i zaštitu privatnosti. Osijek: Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/prirucnik-velki-solic-pdf-1545897306-1.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/prirucnik-velki-solic-pdf-1545897306-1.pdf</a></li> <li>14. Društvena igra Sigurnost djece na internetu. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf</a></li> </ol>

<p><i>Preporuka radnih zadataka:</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola.</i> Radionica 4: Vrijedeđanje i izostavljanje iz grupa u aplikacijama za dopisivanje (WhatsApp, Viber itd.), str. 10. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda.</i> Radionica 5: Isključivanje drugih iz različitih grupa na mobitelima i društvenim mrežama, str. 14. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef (uz prilagodbu učenicima u razrednoj nastavi). Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> </ol> <p><i>Svakako preporučujemo da zadatke za ovu nastavnu jedinicu potražite u priručnicima koji su u potpunosti posvećeni upravo problemu elektroničkog nasilja. Svaki zadatak možete prilagoditi učenicima u svom razredu, ovisno o vrsti nasilja koji vidite kao najveći izazov upravo među učenicima u razredu:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Ljudsko dostojanstvo, vrijedeđanje, sramoćenje i govor mržnje.</i> Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-govor-mrz%CC%8Cnje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-govor-mrz%CC%8Cnje.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje.</i> Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></li> <li>5. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje.</i> Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> </ol>
<p><i>Bilješke:</i></p>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Edukativni potencijali videoigara</i>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.4.2. Učenik će znati prepoznati edukativne videoigre i moći objasniti karakteristike edukativnih videoigara.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Uz animirane filmove i društvene mreže, djeca u ovom životnom razdoblju najviše vremena provode igrajući videoigre. Iako ih isključivo koriste u zabavne svrhe, videoigre mogu biti vrlo korisno edukativno sredstvo. Naime, igranje igara potiče misaone procese i asocijativno mišljenje, razvija logičke i matematičke sposobnosti, podupire intuiciju i hipotetično mišljenje, dovodi do bolje koordinacije pokreta, veće brzine reakcija i oslobođanje emocija, pomaže protiv rastresenosti, zabavlja, a brojne igre s edukativnim sadržajem mogu biti i vrlo korisno pomagalo u učenju (Lanidao, Pietra, 2005; Bilić, Ljubin Golub, 2011).</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. HT, Hrabri telefon, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (2018). <i>Svijet videoigara.</i> Dostupno na: <a href="https://tinejdzeri.hrabritelefon.hr/wp-content/uploads/sites/3/2018/12/Svijet_videoigara_vodic.pdf">https://tinejdzeri.hrabritelefon.hr/wp-content/uploads/sites/3/2018/12/Svijet_videoigara_vodic.pdf</a></p> <p>2. Ivasović, S., Lovrečić, B., Raknić, D., Labaš, D. (2014). <i>Svijet videoigara.</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Svijet-videoigara.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Svijet-videoigara.pdf</a></p> <p>3. Laniado, N., Pietra, G. (2005). <i>Naše dijete, videoigre, internet i televizija : (što učiniti ako ga hipnotiziraju?)</i> Rijeka: Studio TiM.</p> <p>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike.</i> Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p> <p>5. Bilić, V., Ljubin Golub, T. (2011). <i>Patološko igranje videoigara: uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine.</i> Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja, 47 (2), 1-13.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike.</i> Radionica 29: 5 najboljih videoigara, str. 82. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p> <p>2. Danas na tržištu postoje brojne videoigre s edukativnim sadržajima. Sve ih je više i na hrvatskom jeziku. S djecom kroz raspravu napravite popis edukativnih videoigara s kojima su i sami upoznati te ih razvrstajte sukladno nastavnom gradivu koje obrađuju – od hrvatskog jezika, matematike, prirode do glazbene kulture, snalaženja u prometu i dr. Popis videoigara do kojih ste zajedno došli slobodno podijelite i s roditeljima kako biste i njih upoznali s takvim videoigrama, a i potaknuli ih da s djecom igraju i takve igre, a ne samo one zabavnog karaktera.</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Medijski ideali ljepote</i>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.4.3. Učenik će moći prepoznati i objasniti medijski nametnuti ideale ljepote.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Današnji mediji imaju snažan utjecaj na samopouzdanje i oblikovanje slike o sebi svakog pojedinca pa tako već i na djecu predškolske, a osobito školske dobi. Medijski prikaz ljepote i način na koji su muške i ženske osobe prikazane u različitim medijskim sadržajima često utječe na djecu koja sebe uspoređuju, u početku s animiranim likovima, a potom i svim drugim osobama iz svijeta medija, danas ponajviše s influencerima. No, nametnuti medijski ideal ljepote je kao što i sama riječ kaže – nametnut. Blistav ten bez ijedne pore ili akne, duga sjajna kosa, mršavi izgled, naglašene obline i dugačke noge glavni su atributi koji čine savršeni izgled ženske osobe u medijima, dok se kod muških osoba ističe izražen torzo s mišićima kakve je gotovo pa nemoguće postići bez korištenja različitih sredstava kao što su recimo steroidi. Svakodnevna izloženost takvim medijskim idealima dovodi kod djece do sve ranijeg nezadovoljstva vlastitim izgledom zbog čega već djeca u nižim razredima osnovne škole počinju razmišljati o dijetama što kao posljedicu može imati pojavu bulimije i anoreksije kod djece, ali i razmišljanja o uzimanju nezdravih opijata s ciljem postizanja poželjnog izgleda.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Adamović, A., Andrlon, M., Jorgunica, V. (2014). <i>Stereotipi i medijski prikazi ljepote</i>. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf</a></li> <li>Stipan, T. (2019). <i>Uloga medijske pismenosti u samopredodžbi mladih uvjetovanoj medijskim idealima ljepote</i>. <i>Communication Management Review</i>, 4 (1), 100-121.</li> <li>Labaš, D., Mihovilović, M. (2011). <i>Masovni mediji i semiotika popularne kulture</i>. Kroatologija, 2 (1), 95-122.</li> <li>Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija</i>. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>Dove evolution (n.p.). Dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U">https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Pozitivni i negativni medijski sadržaji</i>. Zadatak 6. <i>Slika omiljenih idola u medijima i kako se zbog toga osjećam</i>, str. 14-15. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Profesionalni i etički kriteriji novinarstva</b>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.4.4. Učenici će se upoznati s profesionalnim i etičkim kriterijima novinarstva.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Učenicima objasnite da se svi novinari, neovisno o tome kojom se vrstom novinarstva bave, moraju pridržavati profesionalnih standarda pisanja i izvještavanja. Oni su univerzalni, to jest vrijede u cijelome svijetu i za sve novinare, no popis će onih osnovnih novinarskih i etičkih načela ponekad varirati. Stjepan Malović (2005), čiji tekst preuzima i Stela Lechhammer, navodi da su to istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost i nepristranost. Međutim, u drugim se kontekstima – a posebno u kontekstu etičkih kodeksa novinarske struke – često dodaju i neovisnost, odgovornost, transparentnost i drugi. Neke od njih možete objasniti učenicima, u skladu s Vašim iskustvom s njima, ali bi najvažnije bilo da im protumačite kriterij istinitosti, jer smo već pisali – a i Vi ste sigurno čuli – da se o vijesti govorи samo u kontekstu istine: „Vijest je istinita ili nije vijest.“ I to stoga što je istina i istinitost doista temelj novinarstva i ni jedan drugi kriterij nije prihvaćen jednodušno kao istina. Novinar mora pisati istinu i to je jednostavno objasniti i rečenicom: Novinar nikada ne smije lagati. Drugi se kriterij odnosi na točnost i veže se uz ispravno iznošenje informacija. Premda svatko može i pogriješiti, novinar mora stalno biti na oprezu kako bi točno napisao mjesto održavanja nekoga događaja, svako ime i prezime sudionika, informacije i brojeve, a ne smije pogriješiti ni u pisanju i računanju. Treći kriterij ili načelo koje možete objasniti je uravnoteženost. Ona se postiže dobivanjem informacija iz više izvora kada je to potrebno (možete koristiti i nastavnu jedinicu o izvorima za treći razred), a ne samo iz jednog, pa je to načelo usko vezano uz poštenje (ne citiramo samo jedan izvor). Nepristranost, pak, znači da se novinar ne smije svrstavati ni na jednu od tih strana o kojima piše. Novinar mora biti i objektivan, premda će neki autori danas pokušati opravdati novinara i reći da ne može biti objektivan jer je i on „samo čovjek“. No, to ne može biti izlika ni isprika da se ne poštuje kriterij objektivnosti, jer se i ona može zloupotrijebiti onda kada se novina prikloni svojim stavovima. Često ćete čuti da se zbog toga kriterij objektivnosti mijenja kriterijem poštenja. Mogli bismo reći: novinar mora biti i objektivan i pošten te se mora držati i ta dva kriterija. To znači da novinar mora i objektivno i pošteno izvijestiti o nekom događaju, osobni ili pojavi i da će sve detaljno istražiti i pokušati doći do svakog mogućeg gledišta na događaj o kojem izvještava.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Lechhammer, Stela, Uvod u novinarstvo, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Učenicima objasnite da se profesionalna i etička načela u novinarstvu podudaraju u najvećem dijelu. Razgovarajte s njima o svakom od tih načela i pitajte ih poštuju li novinari u medijima te načela. Na čemu temelje svoje odgovore? Jesu li i oni možda neobjektivni, nepošteni i pristrani (kakvi mogu biti i novinari)?</li> <li>2. Učenike podijelite u manje grupe, već prema broju učenika u razredu. Svakoj grupi (maksimalno četiri učenice/učenika) dajte neku vijest iz novina ili (dječjeg) časopisa koji su vam dostupni, i dajte im zadatak da otkriju je li vijest istinita, objektivna, točna, uravnotežena i je li pisana objektivno.</li> <li>3. Učenicima koji su podijeljeni u grupe dajte zadaću da sami napišu vijest o nekom razrednom događaju i da vode računa o svim spomenutim profesionalnim i etičkim kriterijima.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Edukativna uloga medija</i>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.4.5. Učenici će se upoznati s jednom od tri ključne uloge medija – edukativnom i znat će ju razlikovati od informativne i zabavne.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Učenicima će objasniti da mediji imaju tri osnovne funkcije ili uloge: oni moraju informirati, moraju obrazovati i zabavljati. Obrazovna uloga medija ipak se ne spominje tako često, već se u prvome planu uobičajeno govori o tome da nas mediji moraju informirati o svijetu koji nas okružuje i donositi nam svaki trenutno nove informacije (to osobito vrijedi za današnje digitalno doba u kojem je na žalost ključna brzina, a ne točnost u prenošenju vijesti) i da nas moraju zabavljati, raznovrasti i opuštati.</p> <p>No, obrazovna uloga medija je tako važna i oni mogu sudjelovati u našem obrazovanju. Kroz različite teme koje obrađuju mediji promiču različite kulturne, obrazovne i odgojne sadržaje, pišu Ciboci, Kanižaj, Labaš i Osmančević. Učenicima objasnite da su pri korištenju medija najčešće edukativni sadržaji oni koji su itekako dragocjeni, jer preko njih upoznajemo nove vrijedne činjenice, a mogu nas podučiti i upoznati s drugaćim ljudima, mjestima, državama, kulturama i ljudima koji na tim mjestima žive. Na ta mesta nikada ne bismo otišli da nema medija i tamošnje ljude, njihove životne stilove i običaje, načine ophodjenja i ponašanja isto tako ne bismo upoznali bez medija.</p> <p>Osim edukativnih časopisa, postoje i edukativni filmovi, radijske i televizijske emisije, ali i videoigre i drugi sadržaji koji se koriste za odgoj i obrazovanje u školi.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., <i>Obitelj i izazovi novih medija</i>. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Labaš, D., Kanižaj, I., Uldrijan, I., Marković, N., <i>Medijskom edukacijom za inkluzivnije društvo</i>, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/DKMK-Digitalna-brosura-Medijskom-edukacijom-za-inkluzivnije-drustvo.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/DKMK-Digitalna-brosura-Medijskom-edukacijom-za-inkluzivnije-drustvo.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preuzmite str. 29 i 30 iz brošure „Medijskom edukacijom za inkluzivnije društvo“ te s učenicima razgovarajte o tome kako kreativno kreirati medijske sadržaje pridržavajući se profesionalnih i etičkih načela novinarstva.</li> <li>2. Za sljedeći zadatak možete se poslužiti istom brošurom (str. 36) i s učenicima prođite „Deset zapovijedi za korisnike medija“ kako bi bili i sami svjesni da i oni mogu svojim ponašanjem / korištenjem određenih medija biti odgovorni za medijske sadržaje.</li> <li>3. Iz priručnika „Obitelj i izazovi novih medija“ preuzmite radionicu 22: Moje novine (str. 63).</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Edukativni časopisi, edukativni radijski i televizijski sadržaji, digitalni sadržaji i društvene mreže kao edukativni resursi</b>
<b>Razred</b>	<b>Četvrti razred</b>	
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.4.6. Učenici će se upoznati s edukativnim medijskim sadržajima i edukativnim medijima.	
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>U Hrvatskoj i u svijetu postoji puno medija – tiskanih i elektroničkih, radijskih i televizijskih emisija, elektroničkih publikacija, prijenosa i ostvarenja koja imaju edukativnu ulogu. Sve medije, a posebno one edukativne, mogli bismo uključivati i u nastavu zato što pospešuju razvoj kritičkog mišljenja, povećavaju motiviranost za nastavno gradivo i omogućuju njegovo lakše shvaćanje, a i potiču na dodatno usavršavanje. Premda ćete čuti i suprotna mišljenja i knjiga je medij. Ona ima važnu odgojnu i obrazovnu ulogu u životima djece i mladih i donosi najveći broj obrazovnih sadržaja namijenjenih djeci. Jednako tako, knjiga potiče i razvija čitalačke navike, te na zanimljiv način prenosi vrijednosti hrvatske i svjetske kulture. Pri tome razvija raznolike sposobnosti i osobne interese.</p> <p>I velik broj tiskanih medija, to jest časopisa u Hrvatskoj namijenjen je djeci i mladima. Nabrajamo samo neke: Smib, Modra lasta, Prvi izbor, Teen, Ok!, Drvo znanja, Matka, Alkica, Poučak, MLF, Una terra, Meridijani, Moj planet, Enter, Zvirk, Priroda, Olimp, Eko revija, National Geographic Junior ...</p> <p>Mnogo je i radijskih emisija koje imaju obrazovne sadržaje poput „Govorimo hrvatski“, „Dogodilo se na današnji dan“, „Slovo zakona“, „Umijeće odrastanja“, „Savjetovalište“, „Minijatura za radoznanje“, „Glazboplov“, „Zašto tako“, „Izvan okvira“, „Između redaka“, „Art-Net“, „Jezik i predrasude“, „Pod reflektorima“, „Divni novi svijet“, „Najljepši vrt“, „Put pod noge“, „Oko znanosti“, „Povijest četvrtkom“, „Vodič za moderna vremena“, „Slušaj kako zemlja diše“, „Znanjem do zdravlja“, „Ništa nevažno“, „U sobi s pogledom“, „Tko ste vi?“ i druge.</p> <p>I na televiziji ima edukativnih emisija kao što su „Luka i prijatelji“, „Učilica“ (nekad na TV, sada se može pristupiti preko interneta), „Školski sat“, „Stari zanati“, „Mali znanstvenici“, „Sjedni odličan!“, a i internet nudi mnoštvo prilika za pronalazak edukativnih sadržaja uz pomoć neke od tražilica. Kako biste pronašli neke od tih sadržaja koje možete koristiti besplatno posjetite <a href="http://djecamedija.org">www.djecamedija.org</a> i <a href="http://medijskipismenost.hr">medijskipismenost.hr</a>, ali i različite knjižnične sadržaje i besplatne e-knjige, pronađite rječnike i pravopise, ali i edukativne sadržaje na YouTubeu.</p>	
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></p>	
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Radni zadatak: Koje časopise čitate? S učenicima razgovarajte o tome koje časopise čitaju. Neka nabroje neke i ukratko objasne zašto ih čitaju. Potom im postavite pitanja poput ovih: U čemu nam ti časopisi mogu pomoći? Je li istina da preko tih edukativnih časopisa možemo produbiti već stekeno znanje? Obogaćuju li ti časopisi naše spoznaje o drugim ljudima i kulturama? Obogaćuju li naš jezik? Pomažu li nam u stjecanju navika praćenje medija i učenja iz medija?</p> <p>Slične zadatke sa sličnim pitanjima možete ponoviti i za radio, televiziju i internetske sadržaje.</p> <p>2. S učenicima osmislite naslov nekoga edukativnoga časopisa, dogovorite o čemu bi htjeli pisati, podijelite im različite zadaće kao da rade u uredništvu (glavni urednik, novinari, fotograf, fotoreporter ...), podijelite im različite zadaće pisanja priloga i na taj način osmislite razredni časopis (može biti i zidni list).</p>	
<i>Bilješke:</i>		

<i>Nastavna jedinica</i>		<b>Moj Google nije tvoj Google</b>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>	
<i>Odgovoно-obrazovni ishod</i>	1.4.7. Učenici će naučiti osnove rada mrežnih tražilica.	
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Nas troje autora ovoga priručnika često putujemo i u zemljama u kojima boravimo koristimo iste tražilice kao i u Hrvatskoj. No, čim uključimo računala i pokrenemo Google vidimo kako se ova tražilica temeljem uključenih postavki lokacije prilagođava mjestu na kojem se nalazimo. Vidimo da nam stiže oglasi koji se odnose upravo na tu zemlju u kojoj jesmo. Postoji jednostavno pojašnjenje za to – algoritmi (niz naredbi kojima je cilj rješavanje nekog problema, odnosno računalne funkcije o kojima ovisi rad računalnih sustava). O tome su sigurno već učili svi koji su na izbornoj nastavi iz informatike. Algoritmi dakle prate naše odluke koje donosimo klikovima ili samo provodeći vrijeme online i onda prema tome i sugeriraju sadržaj koji bi nas mogao zanimati, a sve prema našim prethodnim pretraživanjima. Zato kažemo da „moj Google nije tvoj Google“ jer ćemo kod iste pretrage na različitim računalima sigurno dobiti djelomično drukčije rezultate, a pogotovo ako ste ostavili uključenima sve postavke za privatnost i lokacije.</p>	
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/ako-koristite-google-facebook-twitter-trebate-znati-kako-djeluju-algoritmi/">https://www.medijskapsimenost.hr/ako-koristite-google-facebook-twitter-trebate-znati-kako-djeluju-algoritmi/</a>, pristupljeno 29.5.2022.</li> <li>2. <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/kako-algoritmi-donose-odluke-umjesto-ljudi-i-kliko-su-one-ispravne/">https://www.medijskapsimenost.hr/kako-algoritmi-donose-odluke-umjesto-ljudi-i-kliko-su-one-ispravne/</a>, pristupljeno 26.5.2022.</li> </ol>	
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Za ovaj radni zadatak trebat će vam tablet ili prijenosno računalo ili pametni telefon. Odaberite nekoliko ključnih pojmoveva: npr. Liga prvaka, Ples u Zagrebu... U prvom koraku svaki učenik samostalno na jednom od uređaja treba pretražiti ove pojmove. U raspravi neka iznesu do kojih su rezultata došli. U drugom koraku neka isti pojmovi pretraže uz neku drugu tražilicu: DuckDuckGo, Yahoo, Yandex, Bing... Razmijenite iskustva u ovoj pretrazi.</li> <li>2. Drugi zadatak je zajednički i predviđen je za rad u paru. Učenici neka sjednu jedan do drugog sa svojim računalima. Oba učenika neka mišem kliknu na skroz lijevi kut na ekranu, gdje se nalazi ikonica vremena na OSu Windows. To je zapravo dio u kojem mogu pronaći informacije o vremenu, ali i informacije o vijestima, fotografijama koje se nalaze u računalu i slično podatke. Usporedbom rezultata u trenutku će spoznati kako su sadržaji posve drukčiji, a rezultat su rada algoritama. Nakon ovoga zadatka raspravite u razredu o utjecaju ovih tražilica na naše stavove i pogledе na svijet, na pristup informacijama i općenito problem izbora informacija u svijetu.</li> </ol>	
<i>Bilješke:</i>		

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Kako nas naslovi mogu prevariti?</b>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.4.8. Učenici će moći objasniti koliko naslovi određuju sadržaj nekog medijskog teksta.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	U prethodnoj godini već smo proučavali karakteristike naslova i njihovu važnost u medijskom tekstu. Pod medijskim tekstom smatramo svaku informaciju koja je objavljena na bilo kojem mediju i u bilo kojem formatu i žanru. Zato je ova jedinica od posebne važnosti budući da nam omogućava usporednu analizu medijskog teksta na bilo kojem mediju. Idemo u potragu za naslovima. Jedan medijski tekst čini cjelinu: npr. vijest s naslovima, fotografijama, okvirima ili s nekim drugim sličnim oblikom. No, od svih navedenih elemenata naslov je jedna od najuočljivijih. Zato i danas mnogo toga polazi od i završava u naslovima. Sjetimo se vremena kada su novine tek počele izlaziti i kada su se prodavale na ulicama, dok su kolportери (osobe koje su iz prodavale) izgovarale na glas naslove i time privlačili čitatelje. Naslovi su tada uistinu sve otkrivali, ali morali su proizlaziti iz teksta. Koju god vrstu naslova koristili on bi uvijek trebao proizlaziti iz teksta – u našem slučaju medijskim tekstom.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Lechpmammer S. (2022). Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></p> <p>2. Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Povezanost naslova s tekstrom – u bilo kojem mediju odaberite jedan medijski tekst koji može biti vrlo kratak. Za početak odaberite jednu kratku vijest s nekog portala ili iz magazina odnosno dnevnih novina. Neka bude osnovni oblik – vijest samo s jednim naslovom. Cilj je provjeriti usklađenost naslova sa sadržajem teksta. Neka učenici detaljno pročitaju vijest. Njihov je zadatak utvrditi je li ono što je zaista objavljeno u naslovu moguće pronaći i u sadržaju vijesti. Ako sadržaj i naslov nisu povezani potaknite raspravu u razredu o tome što je do toga dovelo. Na kraju neka sami učenici pokušaju samostalno odrediti novi naslov.</p> <p>2. Uz osnovno razlikovanje naslova od sadržaja važno je da učenici nauče kako se vijesti i medijski tekstovi značajno razlikuju od medija do medija. Tako npr. možemo pronaći vijest o istom događaju na dva različita medija s posve drukčijom prezentacijom u naslovima. Koristeći mrežne stranice dvije najveće dnevne novine jutarnji.hr i vecernji.hr učenici trebaju pronaći jednu vijest o kojoj oba medija izvještavaju. Potom neka usporede sličnosti i razlike u izvještavanju s naglaskom na naslove. Upravo u razlikama koje će pronaći može se prepoznati utjecaj i uloga urednika koji nerijetko zapravo interpretira događaj o kojem se izvještava.</p>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Postani i ti urednik u medijima</i>
<i>Razred</i>	<b>Četvrti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.4.9. Učenici će uz igranje uloga poznavati specifičnosti rada urednika.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Urednik je jedan od najvažnijih medijskih djelatnika. On ima veliku odgovornost u svom radu budući da odabirom tema i načinom kako ih predstavlja utječe na stav javnosti o brojnim temama. No, urednici imaju i veliku ulogu u prepoznavanju dezinformacija i vijesti koje zapravo nisu vijesti ili im nešto nedostaje. Oni su dakle ovdje i kao onaj koji provjerava što je zaista vijest, ali i jamči da je vijest točna, autentična i da je napravljena u skladu s novinarskom etikom. Zato je svaki urednik u posebnoj situaciji da svojim radom usmjerava svoju publiku.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Lechhammer S. (2022). Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu, Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a>.</p> <p>2. Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. U ovoj radionici učenici će kroz igranje uloga upoznati sve specifičnosti uređivanja medija. PPodijelite ih u ekipe po četiri. Jedna osoba je pomoćnik urednika, druga glavni urednik, treća grafičar, a četvrta lektor. Od ponuđenih tema moraju odabrati četiri koje trebaju postati dio naslovne stranice novina ŠKOLARAC. Evo tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ravnatelj podnio ostavku</li> <li>- Škola dobila novu menzu</li> <li>- Razbijen semafor u dvorani</li> <li>- Imamo državnog prvaka u matematici</li> <li>- Naša škola je ponovno osvojila nagradu Škole bez nasilja</li> <li>- Svi naši osmaši upisali srednju školu koju su odabrali</li> </ul> <p>Od svih ponuđenih tema trebaju odabrati tri. I nakon toga objasniti zašto su baš te odabrali, grafičar treba predložiti kako bi ih vizualno prikazao. Upravo na ovaj način svakoga se dana dogovaraju u redakcijama. Na kraju procijenite koji je tim dao najbolju argumentaciju. I svakako ostavite vrijeme za raspravu među učenicima.</p> <p>2. Ako u vašoj školi postoje školske novine odaberite jedan tekst. Potom ga kopirajte ali bez naslova, nadnaslova i podnaslova. Učenicima podijelite taj tekst i dajte im zadatak da odrede naslov za svaki tekst. Ovo je zadatak za vježbe u paru. Nagradite ako možete najkreativniji naslov.</p>
<i>Bilješke:</i>	

Nastavna jedinica	Djeca i društvene mreže
Razred	Peti razred
Odgojno-obrazovni ishod	1.5.1. Učenik će moći razlikovati društvene mreže i njihove pozitivne i negativne karakteristike.
Kratki opis ishoda:	Iako su prve društvene mreže nastale devedesetih godina, svoju su planetarnu popularnost stekle pojavom Facebooka 2004. godine. Od tada do danas postale su jedan od najkorištenijih medija, kako među djecom, tako i među odraslima. Postoje brojne društvene mreže, a njihova se popularnost razlikuje od države do države. Društvene mreže razlikuju se s obzirom na vrstu sadržaja koja na njima dominira. Dok su primjerice na Instagramu to fotografije, na TikToku su to kratki videozapis. Trenutačno najpopularnija društvena mreža na svijetu je Facebook (Statista, 2022), dok su među djecom u Hrvatskoj najpopularniji TikTok, Instagram i Snapchat. Iako je dobna granica za otvaranje profila na većini društvenih mreža 13 godina, danas mnoga djeca i prije toga otvaraju profile navodeći lažne godine, nesvesni brojnih opasnosti – od različitih oblika nasilja do lažnih profila i brojnih dezinformacija. Djeca koriste društvene mreže kako bi komunicirala primarno sa svojim vršnjacima, ali i članovima obitelji, igrala igre te objavljivala vlastite sadržaje. Pritom se često dopisuju i s njima nepoznatim ludima, pretpostavljajući da je riječ o njihovim vršnjacima i nesvesni riziku nalaženja s takvim osobama uživo.
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ciboci, L. i sur. (2019). <i>Svijet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu</i>. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovorajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a>.</li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu</i>. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje</i>. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%C8%81enje-i-gовор-mrz%C8%8Cnje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%C8%81enje-i-gовор-mrz%C8%8Cnje.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje</i>. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></li> <li>Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> <li>Centar za sigurniji internet - <a href="https://csi.hr/">https://csi.hr/</a></li> <li>Društvena igra <i>Sigurnost djece na internetu</i>. Dostupno na: <a href="http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf">http://csi.hr/wp-content/uploads/2020/05/CSI-drustvena-igra.pdf</a></li> <li>Levak, T., Zekić Eberhard, N. (2022). <i>Vodič za srebrne surfere</i>. Zagreb: Agencija za elektorničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/05/brosura-Vodic-za-srebrne-surfere.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/05/brosura-Vodic-za-srebrne-surfere.pdf</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I., Osmančević, L. (2018). <i>Obitelj i izazovi novih medija</i>. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike. Radionica 34. To sam ja!?, str. 108; Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola</i>. Radionica 1. Moje potrebe i društvene mreže; Radionica 3. Odnosi na mreži vs odnosi uživo, str. 23-25. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> </ol>

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Stereotipi u medijima</b>
<b>Razred</b>	<b>Peti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.5.2. Učenik će moći prepoznati stereotipe u medijima i objasniti njihov utjecaj na djecu.
Kratki opis ishoda:	Jeste li znali da u medijskim sadržajima, primjerice u animiranim filmovima, ima više muških nego ženskih likova, da su muški likovi češće glavni likovi i da se češće prikazuju kao junaci, heroji i vode, dok se ženski likovi često prikazuju kao bespomoćni, jadni i da im je potrebna pomoć? Junakinje animiranih serija opsjednute su modom i dečkima ili su tipične princeze koje se nadaju da će doći ljubav njihova života, nikad ne stvaraju svoj svijet, uvijek se trude uklopiti u njegov svijet (Lamb, Brown, 2009). Osim u animiranim i igranim filmovima, stereotipi su česti i u oglasima u kojima žensko tijelo često služi kao seksualni objekt koji oglašava sve proizvode, od kućanskih potrepština do muških higijenskih proizvoda, automobila, kosilica i dr. Takvim načinom prikazivanja muškog i ženskog tijela djeci se od najranijih dana nameće slika ženskoga tijela kao objekta, a ne kao osobe s osjećajima i vrijednostima.
Preporuka korisnih materijala:	<p>1. Ward, L. M., Stevens Aubrey, J. (2017). <i>Watching gender: How stereotypes in movies and on TV impact kids' development</i>. San Francisco, CA: Common Sense. Dostupno na: <a href="https://bit.ly/3xdQL51">https://bit.ly/3xdQL51</a></p> <p>2. Članci o stereotipima u medijima dostupni na portalu Medijskapismenost.hr - <a href="https://www.medijskapismenost.hr/prepoznaite-stereotipe/">https://www.medijskapismenost.hr/prepoznaite-stereotipe/</a></p> <p>3. Adamović, A., Andrlon, M., Jogunica, V. (2014). <i>Stereotipi i medijski prikazi ljepote</i>. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf</a></p> <p>4. Sever Globan, I., Plenković, M., Varga, V. (2018). <i>Reklame i rodni stereotipi: važnost medijske pismenosti</i>. Media, public, culture, 9 (1-2), 81-94.</p> <p>4. Video <i>Gender stereotypes in children books</i>. Dostupno na: <a href="https://www.genderaction.co.uk/latest-news/2019/8/27/gender-stereotypes-in-books">https://www.genderaction.co.uk/latest-news/2019/8/27/gender-stereotypes-in-books</a></p>
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. Puno je stereotipa prisutno u animiranim filmovima i videoigramama. Učenicima zadajte zadatak da na listu papira napišu pet svojih najdražih animiranih filmova i videoigara. Uz svaki od njih neka napišu kojeg je spola glavni lik, kojeg je spola prikazan glavni heroj priče, koja su glavna zanimanja koja se vežu uz osobe muškog, odnosno ženskog spola. Potom neka rezultate usporede s prijateljem s kojim sjede u klupi.</p> <p>2. Potaknite učenike da tjedan dana analiziraju oglase na televizijskim ekranima, na internetu i na varnskom oglašavanju. Neka prate na koji se način u oglasima prikazuju žene i muškarci, koje proizvode oglašavaju jedni, a koje drugi. Potom na satu zajedno analizirajte rezultate do kojih su došli učenici. Usporedite rezultate sa stvarnom životnom situacijom – koliko te proizvode u stvarnom životu koriste žene, odnosno muškarci.</p>
Bilješke:	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Nasilje u glazbi i videoigrama</b>
<b>Razred</b>	<b>Peti razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>		1.5.3. Učenik će znati objasniti karakteristike nasilnih sadržaja u glazbi i videoigrama te njihov utjecaj na djecu.
Kratki opis ishoda:	<p>Glazba i videoigre imaju važnu ulogu u dječjim životima, osobito u socijalizaciji djece i adolescenata. I uz jedne i uz druge djeca odrastaju od najranijih dana i provode veliki dio svog slobodnog vremena. Iako i jedna i druga vrsta sadržaja ima pozitivnu ulogu u dječjim životima, u okviru ove nastavne jedinice treba istaknuti utjecaj prikaza nasilja u takvim sadržajima, osobito na djecu. Naime, nasilje je sastavni dio i jedne i druge vrste sadržaja. Tako se, primjerice, procjenjuje da gotovo 20% glazbenih spotova sadrži nasilne scene pri čemu su takve scene prikazane na vrlo realističan način u kojima nasilnici gotovo nikad nisu kažnjeni niti je prikazana bol, patnja i posljedice za žrtve nasilnih djela, a nasilna se djela stalno iznova događaju (Smith, Boyson, 2002). Veliki je problem i što su često počinitelji nasilja u glazbenim spotovima sami glazbenici koji su mnogođi djeti uzori. S druge strane, procjenjuje se da više od 80% svih videoigara na svjetskom tržištu sadrži nasilje (Bilić, Ljubin Golub, 2011) pri čemu se smatra da nasilje u videoigrama ima puno veći utjecaj nego druge vrste nasilnih medijskih sadržaja zato što je u igrama nasilje najčešće prisutno od početka do kraja igre, od igrača se zahtijeva razmišljanje o načinu na koji će pobijediti pobjednika pri čemu igrač biva nagrađen za nasilno ponašanje, a vrlo često se igrač u potpunosti identificira sa samim likom. Naravno, prisutno je i ponavljanje jer je za prolazjenje videoigre ponekad potrebno i stotinu puta ispočetka prolaziti uvihek iste situacije.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). Mediji bez nasilja? Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.</li> <li>2. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011): Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska.</li> <li>3. Potter, W. J. (1999). On media violence: Thousands Oaks: Sage.</li> <li>4. Bilić, Vesna (2010) Povezanosti medijskog nasilja s agresivnim ponašanjem prema vršnjacima, Odgojne znanosti, 12 (2), 263-281.</li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zajedno s učenicima u razredu razmislite i izdvojite glazbene spotove koji u sebi sadrže nasilje, kao i nasilne tekstove pjesama. Kada ste izdvojili desetak pjesama i glazbenika, analizirajte o kakvoj se vrsti nasilja radi te zašto je uopće toliko nasilja prisutno u zabavnim medijskim sadržajima. Cilj je da djeca zaključe da se nažalost takvi sadržaji jako dobro prodaju jer najčešće privlače veliku pozornost medijske publike.</li> <li>2. Drugi će zadatak učenicima vjerojatno biti teži. Svi zajedno probajte razmislit o videoigrama u kojima nema niti jedne nasilne scene. Koliko ste se takvih igara sjetili? Kome su one namijenjene? Koja je tema u središtu takve igre? Nakon toga potaknite učenike da na listu papira opišu kako bi izgledala njihova videoigra iz snova, ali da u njoj nema niti jedne nasilne scene.</li> </ol>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Film</i>
<i>Razred</i>	<i>Peti razred</i>
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.5.4. Učenici će se upoznati s filmom kao sedmom umjetnosti.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Učenicima objasnite što je film i da se uobičajeno naziva „sedma umjetnost“. Najjednostavnije im je reći da je film sastavljen od „zvučnih slika/fotografija u pokretu“, ali da je to tehnički opis. Jer, film je daleko više od toga – on je pustolovina, igra, zabava, putovanje u nove svjetove i nove doživljaje, upoznavanje s različitim mjestima, ljudima, sadržajima, kulturama, zemljama, događajima. Film nas poput svih drugih medija vodi tamo gdje možda nikada nećemo doći, a najčešće nas vodi u svijet mašte, fantazije i iluzije. Zbog toga neki kažu da je film poput magije, da je čaroban. Ante Peterlić jednostavnim rječnikom film opisuje kao fotografiski i fonografski zapis izvanjskoga svijeta, a Hrvoje Turković kaže da je film specijalizirana izrađevina koja nas navodi na iskušavanje doživljaja i raznih iskustava pomoću kojih onda razabiremo i spoznajemo nešto novo o sebi, drugima i svijetu.</p> <p>Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije tumači nam da riječ film potječe od engleske riječi „film“ i da već od 11. stoljeća znači opnu ili kožicu. No, posebno značenje film poprima s razvojem fotografije već 1845. kada je tu riječ kao naziv za fotografiske materijale navodno – po prvi puta – upotrijebio Englez John Thorntwaite, a znači „savitljivu vrpcu s prevlakom osjetljivom na svjetlost.“ Već od 1896. riječ se kao naziv odnosi i na pojedino (filmsko) djelo, ali i na (filmsku) umjetnost i (filmsku) proizvodnju.</p> <p>U svakom slučaju, film je umjetnost koja je postala jako popularna još od prvog filma braće Lumiere „Izlazak radnika iz tvornice“ 1895. Od tog trenutka počeo je razvoj filma koji je u početku bio crnobijel i nijem, a danas je zvučan i u boji, a dijelimo ih na animirane, dokumentarne, eksperimentalne iigrane filmove.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Sablić, M., Uvod u filmski jezik za osnovne i srednje škole, <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o filmovima i saznajte što znaju o njima. Možete ih pitati znaju li kako film nastaje i koje filmove vole. Znaju li razlikovati filmove koje gledaju na televiziji od filmova koji se snimaju za kino? Znaju li razlikovatiigrani od dokumentarnoga filma i prepoznati po čemu su različiti? Gledaju li animirane filmove i koje? Kako stvarnost prikazujuigrani, a kako dokumentarni filmovi? Što se može naučiti iz filmova?</li> <li>2. S učenicima razgovarajte o odnosu knjige i filma: Može li se film snimiti po knjizi? Jesu li gledali neki film koji je snimljen prema knjizi? Ako jesu, onda razgovarajte o razlici između književnoga i filmskoga teksta, u skladu s njihovom dobi. Pogledajte neki film koji je snimljen prema knjizi zajedno, pa ga komentirajte (sadržaj, glavne likove, postupke glavnih likova ...).</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Filmske vrste i žanrovi</i>
<i>Razred</i>	<b>Peti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.5.5. Učenici će znati razlikovati vrste i žanrove filma.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>S razvojem filma razvijale su se i njegove razne inačice koje se razlikuju po formatu, temi te samom ugodaju filma, a nazivamo ih žanrovima. Najkorišteniji filmski žanrovi su komedija, romantika, akcija, triler, drama, horor i slični. Učenicima objasnite da nam filmovi pružaju mogućnost da razmislimo o sebi i o drugima, o našim postupcima i ponašanjima, o našem životu, o našem odnosu prema drugima i prema prirodi. Oni nas potiču da razmislimo o sebi, o svom životu, o svojoj obitelji, prijateljima i svemu što nas okružuje. Filmove mogu snimati profesionalci i amateri (pa možemo i mi), a po vrsti ih dijelimo na igrane, dokumentarne (faktografske), animirane, apstraktne i eksperimentalne. U kinima najčešće gledamo akcijske igrane i znanstvenofantastične filmove i komedije.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Sablić, M., Uvod u filmski jezik za osnovne i srednje škole, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o tome kakve filmove vole – animirane, igrane, dokumentarne, eksperimentalne ... Neka objasne zašto vole tu vrstu filmova i koji im je film u toj kategoriji najdraži. Potaknite ih da objasne i zašto im je taj film drag. Potom razgovarajte i o sadržaju filmova, te pri tome izaberite pristup: možete razgovarati o odnosima među glumcima, možete razgovarati o pitanjima koja film postavlja na temelju svoga sadržaja, o načinima rješavanja sukoba u filmu, prikazuje li film ponašanje ljudi realistično ili ne ...</li> <li>2. Odaberite neki hrvatski animirani, dokumentarni ili igrani film pa ga pogledajte zajedno s učenicima, te raspravite o njegovom sadržaju prema ozнакama za dobne granice – odaberite jednu od sadržajnih smjernica Agencije za elektroničke medije (preuzmite ju iz „Preporuka za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, str. 32-34, str. 38, str. 40-41, str. 43, str. 45, str. 47).)</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Filmski planovi</i>
<i>Razred</i>	<b>Peti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.5.6. Učenici će znati razlikovati filmske planove.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Uz pomoć teksta Marija Sablića objasnite učenicima što su filmski planovi, jer su oni „abeceda stvaranja filmskog sadržaja“, pa „odabir pojedinog plana, osim u vizuelnom uobičavanju priče, ima i vrlo jasnou zadaću usmjeravanja gledateljeve pozornosti prema bitnom unutar filmskog okvira, što bi u konačnici trebalo gledatelju omogućiti neometano praćenje radnje. Na suptilnijoj ravni, upotreba sasvim određenog filmskog plana otvara mogućnosti stvaranja atmosfere, sugeriranja psihološkog stanja filmskog lika ili naglašavanja emocije filmskog prizora.“</p> <p>Sablić pojašnjava da upotrebu filmskih planova „ne treba shvaćati doslovno, reklo bi se jednodimenzionalno, već oni svoje značenje najčešće ostvaruju u suradnji s drugim vizuelnim sredstvima, poput svjetla, boje i kompozicije slike“ te izlaze osnovne filmske planove i njihove temeljne funkcije, pri čemu mu je polazište biti ljudsko tijelo. Total je „široki plan u kojem je ludska figura prepoznatljiva obrisom, a naglasak je stavljen na okružje, uz opasku da ludska figura ne mora nužno biti sastavnicom totala“, srednji plan prikazuje cijelu ljudsku figuru, američki plan prikazuje ljudsku figuru od koljena do glave, blizi plan ljudsku figuru od pojasa do glave, krupni plan ljudsko lice, a detalj je prikaz određenog dijela ljudskog tijela, primjerice oko, usne, prsti... također i stavljanje naglaska na neki drugi objekt, predmet.</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Sablić, M., Uvod u filmski jezik za osnovne i srednje škole, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-filmski-jezik.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na temelju priručnika „Uvod u filmski jezik za osnovne i srednje škole“ (str. 6 do 12) učenicima detaljno objasnite različite filmske planove. Pri tome možete koristiti i primjere iz različitih filmova primjerenoj njihovoj dobi ili fotografije iz priručnika.</li> <li>2. U ovome zadatku učenicima recite da sami pokušaju nacrtati jednu filmsku scenu. Prvo neka nacrtaju kako bi izgledao total, a onda svatko od njih neka odabere i neka nacrti još jedan plan - kako ni izgledao srednji plan, kako američki, kako blizi, kako krupni plan, a kako detalj. Njihove crteže komentirajte zajedno.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Nećeš vjerovati što se krije u ovoj jedinici!</b>
<b>Razred</b>	<b>Peti razred</b>	
<i>Odgovoно-образовни исход</i>	1.5.7. Učenici će moći prepoznati glavne kategorije mamilica/klikolovki koje mogu pronaći u medijima.	
Kratki opis исхода:	<p>U prethodnim jedinicama već smo spominjali pojam mamilica ili klikolovki. S rastom popularnosti online sadržaja mediji sve češće se oslanjaju na mamilice kako bi privukli pažnju, ali i zaradili na svakom našem kliku. Mamilice kao naslove najlakše ćemo prepoznati po tome da im je sadržaj skriven, odnosno najavljuju nešto što ne otkrivaju. To je novi način predstavljanja sadržaja u virtualnom prostoru. Ako ste susreli naslove poput: „Evo kako je spasio psa“, „Pogledajte što je napravila u parku“ ili npr. „Nećete vjerovati što se krije u ovoj jedinici“ (što je zapravo naziv naše jedinice), riječ je o mamilici ili klikolovki.. Prepoznajemo kako je već u ova tri primjera moguće pronaći neke zajedničke pristupe. Danas uistinu postoji i više od 10 kategorija u kojima možemo pronaći ovakve primjere. A evo glavnih kategorija prema tekstu Beck, Kanižaj, Lechpammer (2021).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clickbait koji nije neistinit</li> <li>2. Prikrivanje mesta događaja</li> <li>3. Prikrivanje mesta vremena</li> <li>4. Zabluda oko sudionika događaja</li> <li>5. Polisemija</li> <li>6. Anominacija</li> <li>7. Metaforizacija</li> <li>8. Hiperbolizacija</li> <li>9. Kondicionalna vijest</li> <li>10. Posve neistinit naslov</li> </ol>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beck, B., Kanižaj, I. i Lechpammer, S. (2021). Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom. u J. Jurišić i Z. Hrnjić Kuduzović (ur.). Medijska agenda 2020. – 2030. (str. 89-102). Hans Seideldorf</li> <li>2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018) Kako prepoznati dezinformacije i i lažne vijesti, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/klikbejt-varke-necete-vjerovati-kako-cete-se-osjecati-kada-prodete-ovaj-zadatak/">https://www.medijskapismenost.hr/klikbejt-varke-necete-vjerovati-kako-cete-se-osjecati-kada-prodete-ovaj-zadatak/</a></li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na stranici <a href="https://sportske.jutarnji.hr/sn/">https://sportske.jutarnji.hr/sn/</a> učenici neka potraže primjere mamilica koje ste im prethodno objasnili. Gotovo svakoga dana na ovim mrežnim stranicama moguće je pronaći primjere mamilica. Razgovarajte s učenicima o tome koliko mamilice zaista utječu na našu odluku da na nešto kliknemo. Pogotovo je važno da s njima razgovaramo o tome koliko kako će ovi naslovi potaknuti one koji možda nisu toliko bliski s temom u odnosu na druge koji će zbog same teme kliknuti.</li> <li>2. Odaberite jednu od figura riječi koju ste učili s učenicima i osmislite potragu za figurom u naslovima. Poslužite se s naslovnim stranicama nekih od portala dnevnih novina (jutarnji.hr, vecernji.hr, 24sata.hr, slobodnadalmacija.hr ili bilo koji drugi). Zanimljivo je kako ćete figure puno lakše pronaći u tabloidiziranim medijima u odnosu na druge medije. Svakako prije nego što im objasnite zadatak provjerite sadržaj koji će pronaći i procijenite je li primjereno uzrastu.</li> </ol>	
Bilješke:		

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Što je senzacionalizam u medijima?</b>
<b>Razred</b>	<b>Peti razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	<b>1.5.8. Učenici će moći objasniti pojam senzacionalizma.</b>	
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Jeste li ikada gledajući neki medijski sadržaj imali osjećaj da je prenapuštan, da su neke stvari pretjerane, da naslov nije povezan s tekstom, da se nekoga možda vrijeda ili pak da se stvari koje nisu bitne predstavljaju kao bitne. Sve što smo naveli odlike su senzacionalističkih naslova i tekstova koji su karakteristični za novine koje nazivamo tabloidima. One često donose malo teksta, puno oglasa, fotografija, tekstovi imaju veliki font... No, senzacionalizam nije karakteristika samo tiskanih medija već i drugih medija. Osim toga, on često podrazumijeva i kršenje etičkih pravila, pogotovo kada je riječ o izvještavanju o javnim osobama te djeci. Stoga ga najlakše prepoznajemo i po bizarnostima koje dolaze u prvi plan pa se ponekad i sami čudimo kako je neka vijest dospjela u medije jer pretpostavljamo da joj тамо nije mjesto.</p>	
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kako prepoznati senzacionalizam u medijima, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima/">https://www.medijskapismenost.hr/kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima/</a>, pristupljeno 25.5.2022.</li> <li>2. Hatipović M., Jurković I., Samardžić A., Kako prepoznati senzacionalizam u medijima, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima.pdf</a>, pristupljeno 25.5.2022.</li> </ol>	
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Senzacionalizam u medijima najčešće možemo prepoznati po razotkrivanju privatnosti kada se izvještava o maloljetnicima i to najčešće u crnoj kronici. Etički kodeksi novinarstva jasno napominju kako je zabranjeno razotkrivanje njihova identiteta, ali u praksi često vidimo suprotno. Niti jedno dijete ne bi smjelo doći u situaciju da se njegov identitet po medijima razotkriva, osim kada je riječ o pozitivnom kontekstu. Jeste li znali da su novinari i medijski djelatnici obvezni pitati uvijek vaše roditelje za dopuštenje kada izvještavaju o vama? Potaknite raspravu u razredu upravo o ovom problemu.</li> <li>2. Ponekad nam se čini da u medijima dominiraju samo javne osobe. Često možemo vidjeti detalje iz njihova privatnog života. A nerijetko i jako puno fotografija njihove djece. Etika nas uči da bi i u tim situacijama trebali zaštititi njihov identitet. Zajedno s učenicima pregledajte sadržaje nekoliko portala i prepoznajte u njima neke od elemenata senzacionalizma koje smo naveli.</li> </ol>	
<i>Bilješke:</i>		

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Je li lako biti novinar?</b>
<b>Razred</b>	<b>Peti razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>		1.5.9. Učenici će moći opisati glavne karakteristike novinarske profesije.
<i>Kratki opis ishoda:</i>		Jeste li znali da je novinarstvo jedno od zanimanja u kojem ne morate nužno završiti studij novinarstva ili komunikacijskih znanosti da biste se bavili novinarstvom. Tako je oduvijek bilo na našim prostorima i svi koji prije ili kasnije zavole novinarstvo kao profesiju upoznaju se vrlo brzo s ovom specifičnosti. Ali bez obzira na to biti novinar uistinu je posebno iskustvo. U ovoj jedinici upoznati novinarstvo i ukazati na neke od najvažnijih karakteristika profesije koja se u mnogočemu razlikuje od većine ostalih profesija.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>		<p>1. Kanižaj, I., Skoko B. (2010). Mitovi i istine o novinarskoj profesiji, Medijske studije, Vol 1, 1-2. 20-38.</p> <p>2. Primorac B., Šimeg M., Šojat A. (2010). Novinarstvo u školi, Školska knjiga.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>		<p>1. Zašto je važno novinarstvo kao profesija? Možete li zamisliti hrvatske medije bez novinara? Neki će reći kako ni to nije nezamislivo zbog sve veće uloge umjetne inteligencije, ali ona ne zna ništa o etici, o poštivanju prava djece, o brojnim specifičnostima svake pojedine situacije. S učenicima potaknite raspravu o tome koja su glavna obilježja ove profesije. Postoje li među njima netko tko razmišlja o tome da u budućnosti postane novinar? Imaju li nekog novinara kojega već sada primjećuju? Što je to što ih posebno privlači novinarstvu kao profesiji? Znaju li gdje se mogu školovati za novinarstvo? Kakva je bila uloga novinara u povijesti? Tko su najpoznatiji hrvatski novinari? Prepostavljamo kako ni vi ne znate odgovore na ova pitanja. U potrazi za objašnjenjima krenimo na početku od enciklopedije Hrvatskog leksikografskog zavoda Miroslav Krleža na stranici enciklopedija.hr. Ovaj zadatak možete provesti zajedno s knjižničarima i potragom za odgovorima u vašoj školskoj knjižnici.</p> <p>2. Posao novinara je dinamičan, s kliznim radnim vremenom, s puno susreta, u neprestanoj komunikaciji s drugim izvorima informacija. Jedna od odlika novinara je da zapravo uvijek promatra sve oko sebe. I čak i kada je slobodan prati što se događa oko njega, a u trenu je spreman reagirati i zabilježiti događaj. S novinarima se svi vole družiti jer imaju puno informacija i jako dobro poznaju područja koja prate i o kojima izvještavaju. No, novinari se često žale da je to vrlo stresan posao s puno napetosti. Za ovu aktivnosti vam predlažemo igru asocijacije s nekoliko profesija, a među njima svakako uključite i novinarstvo.</p>
<i>Bilješke:</i>		

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>TikTok izazovi</i>
<i>Razred</i>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.1. Učenik će moći prepoznati negativne posljedice sudjelovanja u različitim TikTok izazovima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	TikTok je trenutačno jedna od najpopularnijih društvenih mreža na svijetu (Statista, 2022), osobito među djecom i mladima, koji ju vole zbog kratkih video materijala zabavnog karaktera među kojima su omiljeni plesni sadržaji, različite šale i vratolomije. Medijsku pozornost osobito privlači zbog brojnih tzv. izazova u kojima često sudjeluju upravo djeca, a koji mogu imati vrlo ozbiljne i štetne posljedice. Među takvim izazovima ističu se oni koji su djecu pozivali na vezanje užeta oko vrata i prekidanje dotoka kisika, ležanje nasred ceste ili pruge pa do krađe školskih predmeta. S obzirom na vrlo opasne posljedice koje mogu nastati sudjelovanjem u takvim izazovima, važno je djecu osvijestiti koliko opasno može biti sudjelovanje u njima. Veliki je problem što i se mnogi influenceri, koji su uzori današnjoj djeci, često odazivaju i sudjeluju u takvim izazovima čime dodatno potiču djecu na njihovu imitaciju.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></p> <p>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedeđanje, sramotčenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%C8Cnje.pdf">https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gовор-mrz%C8Cnje.pdf</a></p> <p>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Sigurnost djece na internetu i električko nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapsmenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	Potaknite djecu da u paru razmisle i popišu sve TikTok izazove za koje su čuli proteklih godina, bilo kroz razgovor s vršnjacima bilo kroz samu društvenu mrežu. Nakon što su djeca popisala sve izazove, potaknite ih da jedan po jedan par napišu na ploču ime jednog izazova i cijelom razredu objasne o čemu se u izazovu radi te da posebno naglase opasne posljedice koje mogu nastati sudjelovanjem u izazovu. Nakon što ste na ploči naveli sve izazove kojih su se učenici mogli sjetiti, rangirajte ih od onih koje učenici smatraju najopasnijima do najmanje opasnih. Nakon što su se učenici sami pokušali sjetiti svih izazova, potaknite ih da u samim medijima potraže postoje li i drugi izazovi kojih se nisu sjetili, a koji su osobito bili popularni među djecom i mladima. Čitavo vrijeme potičite raspravu o tim izazovima s ciljem upozoravanja učenika na negativne posljedice koje mogu nastati sudjelovanjem u njima.
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Influenceri</i>
<i>Razred</i>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.2. Učenik će moći objasniti tko su influenceri i njihovu ulogu u dječjim životima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Influencerima, koje danas primarno vežemo uz društvene mreže, smatramo osobe koje svojim aktivnostima privlače brojne pratitelje, većinom djecu i mlade na koje imaju i snažan utjecaj jer ih mnogi smatraju svojim idolima. Djeca ih vole jer se uz njih zabavljaju, ali često pronalaze i one osobe s kojima dijele iste hobije i privrženost različitim stvarima. Influenceri postoje oduvijek, no dok su to nekad bili političari, glumci, pjevači i druge osobe iz javnog života, danas su to primarno osobe s društvenih mreža s brojnim pratiteljima koji se često mijere u milijunskim brojevima. Dok se prema broju pratitelja influenceri dijele na mega, makro i mikro influencere, prema vrsti sadržaja razlikujemo influencere koji prate modu, kozmetičku industriju, putovanja, videoigre, fitness, kuhinju i gotovo sva područja ljudskoga života. Danas se među najutjecajnijim influencerima nalaze i djeca što često otvara mnoga etička pitanja takvih aktivnosti, kako njih samih kad su u pitanju stariji maloljetnici, tako još više njihovih roditelja kad su u pitanju djeca predškolske i rane školske dobi.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D. (2021). <i>Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a></li> <li>2. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> <li>3. Biloš, A., Budimir, B., Jaška, S. (2021). <i>Pozicija i značaj influencera u Hrvatskoj</i>. CroDim, 4 (1), 57-68.</li> <li>3. Dokumentarni film o influencerima – <i>Fake famous</i> (2021) - <a href="https://www.imdb.com/title/tt13890392/">https://www.imdb.com/title/tt13890392/</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	Ciboci, L., Labaš, D. (2021). <i>Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih</i> . Radionica 1: <i>Influenceri nekad i danas</i> , str. 5, Radionica 2: <i>Influenceri na različitim društvenim mrežama</i> , str. 6, Radionica 3: <i>Influenceri s obzirom na broj pratitelja</i> , str. 7. Radionica 4: <i>Influenceri s obzirom na vrstu sadržaja</i> , str. 8. Radionica 6. <i>Influenceri od kojih možemo učiti</i> , str. 11. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Međuvršnjačko elektroničko nasilje na društvenim mrežama</b>
<i>Razred</i>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.3. Učenik će znati prepoznati oblike elektroničkog nasilja i objasniti kako pomoći žrtvama takvog oblika nasilja.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Dok je među djecom u nižim razredima osnovne škole, kada govorimo o elektroničkom nasilju, najčešće prisutno isključivanje i izostavljanje iz različitih grupa za dopisivanje pri čemu se takvi oblici nasilja događaju unutar zatvorenih grupa, kod djece u višim razredima osnovne škole nasilje se seli javno na različite društvene mreže. Pritom djeca objavljaju ponižavajuće i uvredljive fotografije i snimke svojih vršnjaka koje često znaju uključivati i snimke fizičkih obraćuna u stvarnome svijetu, ali i javno otkrivanje pojedinosti iz života njihovih vršnjaka i njihovo ismijavanje. Djeca često znaju kreirati i lažne profile s ciljem nasamarivanja i dodatnog izazivanja svojih vršnjaka. Iako djeca često znaju da je njihov prijatelj ili prijateljica žrtva elektroničkog nasilja, ne prijavljuju ga nikome pa ni odraslima od povjerenja jer se boje da će i sami postati žrtve nasilja. U okviru ove teme važno je učenike potaknuti na prijavljivanje nasilja.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Ciboci, L. i sur. (2019). <i>Svijet interneta na dlanu: Sigurnost i privatnost na internetu</i>. Brošura za učenike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></p> <p>3. Čosić, I., Pregrad, J., Salečić, I., Tomić Latinac, M. (2010). <i>Prekini lanac – zaustavimo elektroničko nasilje. Priručnik programa prevencije električnog zlostavljanja</i>. Unicef – Ured za Hrvatsku.</p> <p>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></p> <p>5. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramočenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gоворmrz%CC%8Cnje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-gоворmrz%CC%8Cnje.pdf</a></p> <p>6. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></p> <p>7. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></p> <p>8. HAKOM (2019). <i>Kako se zaštiti u svijetu interneta i mobilnih telefona</i>. Zagreb: HAKOM. Dostupno na: <a href="https://bit.ly/3GzRQse">https://bit.ly/3GzRQse</a></p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost na internetu i elektroničko nasilje. Zadatak 3. Vrste elektroničkog nasilja – povezivanje parova</i>, str. 10; <i>Zadatak 4. Suočavanje s elektroničkim nasiljem</i>, str. 10. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></p> <p>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Zadatak 6. Prijavljanje elektroničkog nasilja</i>, str. 15. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></p> <p>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Radionica 6. Kako pomoći prijatelju koji je žrtva elektroničkog nasilja</i>, str. 13, <i>Radionica 10. Videosnimanje napada (happy slapping)</i>, str. 17, <i>Radionica 16. Kreiranje lažnih profila i lažno predstavljanje</i>, str. 23. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></p>

Nastavna jedinica	Izloženost medijima i medijskim sadržajima
Razred	Šesti razred
Odgojno-obrazovni ishod	1.6.4. Učenici će se upoznati s podacima o korištenju i izloženosti medijima.
Kratki opis ishoda:	<p>Činjenica je da sve više djece i mlađih svakoga dana koristi različite medije, posebno pametne telefone i da to čine „gotovo cijelo vrijeme“. Potvrđilo je to i međunarodno istraživanje EU Kids Online u izvještaju 2020., u kojem se ističe da je riječ o značajnom porastu u odnosu na podatke iz 2010. godine, kako u broju djece koja koriste pametne telefone, tako i u vremenu koje djeca provode na internetu. Međutim, dok se vrijeme koje djeca provode na internetu gotovo udvostručilo u nekim zemljama uključenima u istraživanje, velik broj djece još uvijek ne dobiva odgovarajuću potporu ili savjete od roditelja, učitelja ili prijatelja. U slučaju suočavanja s negativnim iskustvima na internetu, za pomoć se većinom obraćaju roditeljima i prijateljima, a tek rijetko učiteljima ili stručnjacima čiji opis poslova obuhvaća i pomoći djeci u virtualnom svijetu“ (EU Kids Online 2020: Rezultati istraživanja iz 19 zemalja - EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries), ističe se u izvještaju koji pokazuje rizike i prilike koje internet pruža djeci u Europi. Istraživanje je provedeno u razdoblju od jeseni 2017. do ljeta 2019. u 19 europskih zemalja na uzorku od 25.101 djece.</p> <p>U Hrvatskoj je u istraživanju sudjelovalo 1.017 djece u dobi od 9 do 17 godina te onaj roditelj koji ima više uvida u prakse djeteta na internetu. Dok se u komparativnom izvještu 19 europskih država nalaze podaci o online iskustvima djece u dobi od 9 do 16 godina, u nacionalnom izvještu koje je dostupno na EUKidsOnlineHRfinal.pdf nalaze se podaci koji se odnose na djecu od 9 do 17 godina u Hrvatskoj. „Ključni rezultati istraživanja su: Djeca internetu najčešće pristupaju preko pametnih telefona i računala/laptopa/notebooka. Gotovo polovica djece u dobi od 9 do 11 godine, 2/3 djece u dobi od 12 do 14 godina te 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina može pristupiti internetu uvijek kada želi ili treba. Svako četvrtu dijete u dobi od 9 do 14 godina te svaku treću dijete u dobi od 15 do 17 godina je u potpunosti ili uglavnom zabrinuto za svoju privatnost na internetu. Svako deseto dijete u dobi od 15 do 17 godina prihvata sve zahtjeve za prijateljstvom drugih ljudi na društvenim mrežama. Istodobno, gotovo svaku četvrtu 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 svaku treću dijete u dobi od 9 do 17 godina je u posljednjih godinu dana (od trenutka provedbe istraživanja) komuniciralo na internetu s osobama koje nisu upoznali uživo. To je činilo svaku desetu dijete u dobi od 9 do 11 godina, svaku četvrtu dijete u dobi od 12 do 14 godina te gotovo svaku drugo dijete u dobi od 15 do 17 godina. Više od 1/10 djece u dobi od 9 do 17 godina se u posljednjih godinu dana susrelo uživo s osobom koju su upoznali na internetu. To je napravilo svaku četvrtu dijete u dobi od 15 do 17 godina i svaku desetu dijete u dobi od 12 do 14 godina. 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, svaku treću dijete je blokiralo osobu kako ih ona više ne bi mogla kontaktirati, svaku četvrtu 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 povrjeđujući 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. 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 susrelo 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. Istodobno, roditelji puno češće nadziru aktivnosti na internetu mlađe djece, ali i mlađoj djeci češće daju savjete što učiniti ako ih netko uznemirava na internetu“ (<a href="http://hrkids.online/post/fifth-press/">http://hrkids.online/post/fifth-press/</a>).</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svet interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djeca-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djeca-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. <a href="http://hrkids.online/">http://hrkids.online/</a></li> </ol>

<p><i>Preporuka radnih zadataka:</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nalazi hrvatskog dijela istraživanja EU Kids Online ukazuju na potrebu edukacije i podučavanja djece i mlađih o njihovoј sigurnosti i mogućim rizicima. Osnovni cilj edukacije je potpora djeci i mlađima kako bi što ranije i što uspješnije naučili kontrolirati sadržaje s kojima se susreću na internetu, te kako bi se znali snaći u njima potencijalno neugodnim i uznemirujućim situacijama. Na temelju rezultata istraživanja koje smo prikazali s učenicima razgovarajte o njihovom korištenju pametnih telefona i internetskih sadržaja. Potaknite ih da razmisle o tome koriste li pametne telefone prekomjerno, vode li računa o zaštiti svoje privatnosti, o načinima svoje komunikacije s drugim sudionicima virtualnoga svijeta, kao i o eventualnim rizičnim ponašanjima (odavanje lozinki, nasilno komuniciranje, upoznavanje nepoznatih osoba koje su upoznali isključivo u virtualnom svijetu ...).</li> <li>2. Iz istraživanja EU Kids Online izdvojite podatke koji se tiču dobi učenika u vašem razredu. Iznesite im te podatke i pitajte ih razlikuju li se njihova online iskustva od života u virtualnom svijetu ispitanika. Što misle o rezultatima i smatraju li da je nužno nešto promijeniti? Jesu li se možda i oni sreli s nekim neprimjerjenim sadržajima i ponašanjima, bilo da su oni bili žrtve, bilo da su bili počinitelji? Kada bi im se takvo nešto dogodilo, što bi oni osobno poduzeli?</li> </ol>
<p><i>Bilješke:</i></p>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Izvori informacija</i>
<i>Razred</i>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.5. Učenici će se upoznati s važnošću izvora za točnost i cjelovitost vijesti u medijima.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Učenicima objasnite da se u obavljanju svoga posla novinari često služe različitim izvorima, što im je i obveza. Ukratko rečeno, izvori su sve one osobe od kojih se može dobiti informacija i sva ona mesta na kojima se može dobiti informacija o događajima i činjenicama koje zanimaju novinara i namjerava ih objaviti u vijesti. Objasnite im da i oni (učenici) mogu biti izvori informacija, ako su bili prisutni na nekom događaju pa su zato očevici, posebno ako novinar nije bio na tom događaju. Novinarsko pravilo nalaže da novinar u svojoj vijesti mora citirati više izvora, to jest više strana, kako bi mu vijest bila što istinitija i točnija, potpunija i poštenija. Vrste izvora mogu biti različite, pa tako govorimo o neformalnim izvorima koje nitko ne potvrđuje službeno, ali govorimo i o formalnim izvorima koje potvrđuju pojedine ustanoove (i škola može biti izvor informacija). Novinari uobičajeno kod kontakta s izvorima nastoje ne vjerovati slijepo samo jednom izvoru i cilj im je doći do što više izvora, pri čemu sve moraju provjeravati, ali se moraju i ograditi citirajući svoj izvor.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Lechhammer, Stela, Uvod u novinarstvo, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima se prisjetite nekoga važnoga događaja u razredu ili školi koji bi mogao postati vijest. Potom s njima napišite vijest koristeći pravilo obrnute piramide. S njima se dogovorite tko će biti „izvor informacija“ i objasnite još jednom koja je uloga izvora informacija u medijima.</li> <li>2. S učenicima analizirajte neke vijesti ili tekstove u nekom od dječjih časopisa. Prepoznajte tko je izvor vijesti u njima.</li> <li>3. Učenike potaknite da za domaću zadaću napišu neku vijest iz njihove obitelji ili životnoga okruženja. Neka u vijesti obavezno koriste i izvore informacija i citiraju što su im rekli.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Videoigre i dobne granice</b>
<b>Razred</b>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgonojno-obrazovni ishod</i>	1.6.6. Učenici će se upoznati s pozitivnim i negativnim stranama video igara te s dobним granicama zaigranje pojedinih video igara.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	„Mnoga djeca, mlađi, pa i odrasli danas uistinu puno vremena provode igrajući videoigre. Nekako se čini da svi oni uživaju tako provoditi svoje slobodno vrijeme. No, gledamo li na „duge staze”, ta ‘strast’ može prerasti u pravu ovisnost, a da to zapravo niti ne primijetimo. Neki su ‘strastveni’ igrači videoigara čak rekli da su se osjećali kao robovi“, pišu Sebastijan Ivasović, Danijel Labaš, Beatta Lovrečić i Damjan Raknić te dodaju da „neka istraživanja tvrde da su videoigre štetne i za naše zdravlje, pa čak i za mozak.“ No, istina je daigranje videoigara ima i svoje prednosti i lijepo, pozitivne strane. Evo nekih koje nabrajaju autori: pomažu protiv rastresenosti, povećavaju oštinu vida, potiču upoznavanje novih ljudi i stjecanje novih prijatelja, videoigre uče nešto novo o životu, pomažu u logičkom bržem rješavanju problema, mogu se koristiti i u odgojno-obrazovnom kontekstu i zaista su zabavne. No, imaju i negativna obilježja: ovisnost o videoigramu, zanemarivanje tjelesnih/fizičkih aktivnosti, navikavanje na nasilje, poticanje pogrešnih očekivanja u životu i učenje pogrešnih obrazaca ponašanja.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svet svjet interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. Ivasović, S., Labaš, D., Lovrečić, B., Raknić, D., Svet svjet videoigara, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Svet-videoigara.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Svet-videoigara.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koristeći brošuru „Svet svjet videoigara“ s učenicima razgovarajte o njihovim iskustvima s videoigramom. Slažu li se s opisom prednosti i nedostataka videoigara? Mogu li oni nabrojiti još koju prednost ili nedostatak videoigara? Potaknite ih da iznesu pozitivna iskustva i da razgovaraju kako spriječiti negativne strane videoigara. Potaknite ih da uživaju u igri s prijateljima, ali da vode računa o ostalim aktivnostima u slobodno vrijeme.</li> <li>2. „Klasifikacija igara prema sustavu PEGI pozorno prati je li neka igra prikladna za određenu dobnu skupinu ili nije prikladna, te se na taj način štiti djeci i mlađe. Simboli koje ćete pronaći na pakiranju ili omotu igre jasno će vam reći je li neka igra prikladna za djecu od 3, 7, 12, 16 ili 18 godina. Istodobno ćete vidjeti znak ima li u igri nasilnih sadržaja, seksa, droge, zastrašivanja, diskriminacije, vulgarnih riječi, kao i o tome je li riječ o online igri.“ Prema brošuri „Svet svjet videoigara“ koja u poglavljju „Igre primjerene određenoj dobi“ donosi klasifikaciju videoigara s učenicima razgovarajte znaju li koje video igre spadaju u koju dobnu skupinu. Igraju li neke video igre koje nisu prikladne za njihovu dob? Kako bi spriječili vulgarnosti i korištenje neprimjereno jezika, stilu i načina ponašanja koje vide u video igrama? Jesu li svjesni da takvo negativno i neprimjereno ponašanje utječe i na njih?</li> <li>3. Iz priručnika „Obitelj i izazovi novih medija“ preuzmite radionicu 27: „Videoigra i stvarni život“ (str. 78), a možete i koristiti cijelo poglavlje br. IV: „Videoigre“</li> <li>4. Iz priručnika „Obitelj i izazovi novih medija“ preuzmite radionicu 28 i 29: „Najpopularnije videoigre i njihovi sadržaji – spajalica“ i „5 najboljih videoigara“ (str. 79).</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Kako prepoznati dezinformacije</b>
<b>Razred</b>	<b>Šesti razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.7. Učenici će moći objasniti što su dezinformacije.	
Kratki opis ishoda:	<p>Kroz zadnjih nekoliko godina sve se više govorio o dezinformacijama, a nerijetko i o tzv. lažnim vijestima. To je pojam koji naš možda i zbuđuje pa ćemo ga ovdje pobliže upoznati. Zanimljivo je kako dezinformacije možemo prepoznati u brojnim prilikama i ne postoji tema u kojoj ne bismo mogli pronaći barem jednu dezinformaciju. Tako smo u Hrvatskoj mogli naići na brojne dezinformacije koje se odnose na pandemiju i potrese koje ćemo svi pamtitи. Naučit ćemo i kako prepoznati video zapise koji su lažni ili manipulativni. No, nemojmo poistovjećivati pojmove dezinformacije s lažnim vijestima koji su primarno promovirali političari koji se nisu slagali s medijskim izvještavanjem o njima. Lažne vijesti su zapravo oksimoron pa ga možete analizirati i kao figuru. U priručniku Kako prepoznati dezinformacije donijeli smo zanimljiv podatak prema kojem „čak 85% građana u Europskoj uniji prepoznaće lažne vijesti kao problem u njihovim državama, pokazalo je istraživanje EUROBAROMETRA koje je provedeno među 25.576 ispitanika u 28 država članica u veljači 2018. A Hrvatska je uz Portugal bila država u kojoj se u cijeloj EU najviše vjeruje vijestima i informacijama koje dobijemo preko društvenih mreža i programa za dopisivanje“.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nenadić I., Vučković M. (2021). Dezinformacije – edukativna brošura i vježbe za razumijevanje dezinformacija. Agencija za elektroničke medije i UNICEF. <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf</a>, pristupljeno 20.5.2022.</li> <li>2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda, Agencija za elektroničke medije i UNICEF. <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf</a>, pristupljeno 21.5.2022.</li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<p>Iz brošure Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda, Agencija za elektroničke medije i UNICEF. <a href="https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf">https://www.medijskapsimenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf</a>, odaberite sljedeće zadatke i ako je potrebno prilagodite ih učenicima u šestom razredu:</p> <p>ZADATAK 2: Kako istražiti autentičnost objave na YouTube kanalu? str. 11</p> <p>ZADATAK 7: Dokumentarni film „Sindrom 17“ (45 minuta)</p>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Možemo li svi biti novinari?</b>
<i>Razred</i>	<b>Šesti razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.8. Učenici će moći navesti glavne karakteristike novinarske profesije.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Jeste li znali da je novinarstvo zanimanje kojim se možete baviti iako niste završili npr. sveučilišni studij novinarstva ili komunikacijskih znanosti? Možda vam to zvuči čudno ali to je jedno od obilježja ove profesije koja nije regulirana, odnosno ne postoje formalni kriteriji koje morate ispuniti. Kriteriji određuju mediji, odnosno redakcije dok zapošljavaju novinare. Ipak, mi smatramo kako profesionalni novinari moraju završiti studije koji im omogućavaju da znaju koje su specifičnosti rada u novinarstvu, izvještavanja o npr. djeci, poštivanja etičkih kodeksa ili npr. prikupljanja informacija. Stoga, danas u Hrvatskoj zaista imate mogućnost studirati novinarstvo na nekoliko studija koji se isključivo bave obrazovanjem novinara i komunikacijskih stručnjaka. Dodatna znanja i vještine koja su potrebna u novinarstvu ne možemo naučiti samo na nekim tečajevima i zato nam je potrebno sustavno obrazovanje.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Kanižaj, I., Skoko B. (2010). Mitovi i istine o novinarskoj profesiji, <i>Medijske studije</i>, Vol 1, 1-2. 20-38.</p> <p>2. Primorac B., Šimeg M., Šojat A. (2010). <i>Novinarstvo u školi</i>, Školska knjiga.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. U Hrvatskoj postoji nekoliko fakulteta koji se bave obrazovanjem novinara i komunikacijskih stručnjaka. Učenici u 10 minuta pretraživanja na internetu trebaju istražiti koje studije novinarstva ili komunikologije mogu upisati u gradu koji je najbliži vašem. Rade u paru. I svaki par prezentira u 3 minute rezultate do kojih su došli.</p> <p>2. Istražite koji fakultet u Hrvatskoj ima studentski radio, studentsku televiziju i studentske novine. Kako se zovu? Koliko često izlaze? Proučite sadržaj njihovih emisija i razgovarajte u razredu kako oni ocjenjuju sadržaj na koji su naišli te vide li sebe jednoga dana kao novinare, medijske stručnjake ili komunikologe!</p>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Mogu li vijesti biti lažne?</b>
<b>Razred</b>	<b>Šesti razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.6.9. Učenici će moći objasniti zašto vijesti same po sebi ne mogu biti lažne.	
Kratki opis ishoda:	<p>U prethodnim jedinicama već smo proučavali razliku između dezinformacija i lažnih vijesti. U ovom zadatku više bismo se htjeli zadržati na pojmu lažnih vijesti, ali i detaljno povezati sa oksimoronom kao stilskom figurom. Zato je ova jedinica idealna za sat hrvatskog jezika. Krenimo od pojma „lažne vijesti“. Vjesti same po sebi ne bi smjeli biti lažne jer je jedna od definicija pojma vijesti sljedeća: „Skup činjenica koje su izabrali novinari na temelju svih dostupnih informacija i uobičili ih prema zahtjevima masovnih medija“ (Hiebert i Gibbons 2000, prema Malović, 2005). Svaka definicija vijesti temeljiti će se na činjenicama za koje vjerujemo da su provjerljive pa samim time nisu lažne. Ako krenemo od ove perspektive onda ne možemo prihvati pojma „lažne vijesti“ ali on se u zadnje vrijeme zaista često koristio u javnim raspravama.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda, Agencija za električne medije i UNICEF. <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/05/medijska-pismenost-lazne-vijesti.pdf</a></li> <li>2. Nenadić I., Vučković M. (2021). Dezinformacije – edukativna brošura i vježbe za razumijevanje dezinformacija. Agencija za električne medije i UNICEF. <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Dezinformacije.pdf</a>, pristupljeno 20.5.2022.</li> <li>3. Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb.</li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dezinformacije koje izgledaju kao prave vijesti (zato i zovemo lažne vijesti) stvaraju pojedinci iz raznih motivacija. Oni žele zloupotrijebiti povjerenje koje imamo u novinarstvo, a nerijetko iza svega stoje i finansijski interesi pojedinaca. U razgovoru u razredu postavite sljedeća pitanja:           <p>Kakvu štetu mogu našem društvu napraviti lažne vijesti?</p> <p>Zašto pojedinci žele stvarati lažne vijesti?</p> <p>Jeste li ikada naišli na takve vijesti?</p> <p>Što sami možete napraviti da se zaštите?</p> <p>Sa stranice medijska pismenost preuzmite infografiku s osam temeljnih pitanja o tome kako prepoznati „lažne vijesti“ i dezinformacije i razmislite o razlici između ovih pojmljiva:</p> <p><a href="https://www.medijskapismenost.hr/osam-jednostavnih-koraka-za-provjeru-bilo-koje-vijesti/">https://www.medijskapismenost.hr/osam-jednostavnih-koraka-za-provjeru-bilo-koje-vijesti/</a></p> </li> <li>2. U vrijeme pandemije pojedinci su u Hrvatskoj izmišljali vijesti, odnosno lažno obmanjivali javnost. Jedna osoba je preko svojih društvenih mreža širila informaciju da je zaražena, a nije bila. Pogledajte na sljedećoj poveznici kako je to završilo:           <p><a href="https://zadarska-policija.gov.hr/vijesti/izmisljanje-ili-sirenje-laznih-vijesti/10341">https://zadarska-policija.gov.hr/vijesti/izmisljanje-ili-sirenje-laznih-vijesti/10341</a></p> </li> </ol>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Influenceri i lažna slika savršenih života</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.7.1. Učenik će moći prepoznati manipulativne i lažne objave influencera.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Influenceri često svoje živote prikazuju puno savršenijima nego što to uistinu jesu – od uređivanja vlastitih fotografija i audiovizualnih materijala u kojima ponekad do neprepoznatljivosti mijenjaju vlastiti izgled do objave potpuno lažnih sadržaja koji primjerice prikazuju u potpuno izmišljenim životnim situacijama ili recimo na putovanjima. Djeca i mladi se potom često s njima uspoređuju što dovodi do socijalne usporedbe i smanjenog samopouzdanja djece koja su nesvjesna da osobe i način života s kojima se uspoređuju zapravo uopće ne postoje. Smanjeno samopouzdanje do kojeg dolazi zbog uspoređivanja s tuđim izgledom može dovesti i do loših prehrambenih navika pa se kao posljedica javljaju poremećaji u prehrani kod sve mlađe djece, kao i korištenje steroida kod dječaka s ciljem postizanja određene muskulature viđene na njihovim objavama.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<i>Ciboci, L., Labaš, D. (2021). Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a>.</i>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<i>Ciboci, L., Labaš, D. (2021). Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih. Radionica 5. Društvene mreže i socijalna usporedba, str. 9-10, Radionica 7. Djeca kao influenceri, str. 12. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a></i>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Seksting</i>
<i>Razred</i>	<b><i>Sedmi razred</i></b>
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.7.2. Učenik će moći objasniti i predviđati posljedice slanja i razmjenjivanja poruka seksualnog sadržaja.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Seksting kao oblik elektroničkog nasilja, podrazumijeva prosljeđivanje tuđih fotografija, videozapisa i tekstualnih sadržaja drugim osobama bez znanja osobe koja ih je poslala ili njihovo javno objavljivanje. Istraživanja u Hrvatskoj pokazuju da je 17% adolescenata prosljedilo seksualno izazovan video ili fotografiju poznanika bez njegova pristanka, 42,3% adolescenata razmjenjivalo je s drugima seksualno izazovne poruke/fotografije/videozapise, 40% adolescenata barem je jednom uzvratilo na dobivene seksualno eksplicitne sadržaje, 43,7% njih nikada nije reklo pošiljatelju da prestane slati seksualno eksplicitne sadržaje (Poliklinika-djeca.hr, 2019.). Gotovo svaki peti adolescent sekstao je pod nagovorom ili prisilom. Iako su ovakve aktivnosti češće među učenicima u srednjoj školi, one se pojavljuju već i među učenicima u osnovnoj školi, osobito u vrijeme puberteta. Stoga je u višim razredima osnovne škole važno s djecom razgovarati o ovoj temi i osvijestiti ih o posljedicama slanja neprimjerjenih seksualnih sadržaja drugima i upozoriti djecu na potencijalno dugoročne negativne posljedice takva ponašanja.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Europol (2017). Say No! Sextortion – video namijenjen djeci s ciljem prevencije seksualnog izrabljivanja djece. Dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4iXRuBACuu0">https://www.youtube.com/watch?v=4iXRuBACuu0</a></i></li> <li>2. <i>Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). Sexting &amp; Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextorion-1.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextorion-1.pdf</a></i></li> <li>3. <i>Ministarstvo unutarnjih poslova (n.p.). Selfies, sexting, web kamere, iznuda, prisila. Dostupno na: <a href="https://mup.gov.hr/online-prijave/online-prijava-zlostavljanja-djeteta-red-button/zlostavljanje-putem-interneta/selfies-sexting-web-kamere-iznuda-prisila/281702">https://mup.gov.hr/online-prijave/online-prijava-zlostavljanja-djeteta-red-button/zlostavljanje-putem-interneta/selfies-sexting-web-kamere-iznuda-prisila/281702</a></i></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovaranjmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Radionica 12 i 13: Rizici dijeljenja seksualnih sadržaja te Opasnost od seksualne ucjene i iznude, str. 19 i 20. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></i></li> <li>2. <i>Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). Sexting &amp; Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextorion-1.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextorion-1.pdf</a> (čitav nastavni materijal uz prilagodbu za učenike u osnovnoj školi)</i></li> <li>3. <i>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Radionica 4: Seksting – slanje i objavljivanje fotografija intimnih dijelova tijela, str. 13. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svjetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svjetu.pdf</a></i></li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Dječja prava u medijima</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>	
<i>Odgovorno-obrazovni ishod</i>	1.7.3. Učenik će moći objasniti na koji način mediji sudjeluju u zaštiti i promoviranju dječjih prava.	
Kratki opis ishoda:	<p>Mediji imaju važnu ulogu i u zaštiti dječjih prava. Naime, osim što omogućuju vidljivost djece u društvu i informiraju o pravima djece i inicijativama za zaštitu i sudjelovanje djece u društvu, mediji trebaju informirati o kršenju dječjih prava, ali omogućiti djeci da se i njihovo mišljenje čuje, osobito o temama koje se tiču njih samih (Jelavić, 2012). Osobito je važno da se djeci omoguće i mediji koji će njih informirati na način koji će djeci biti primjereno i ono najvažnije – razumljivo, obrađujući teme koje su djeci važne.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Koštiro, M. (2017). Kako izvještavati (o) djeci i mladima. Priručnik za novinare i urednike elektroničkih medija. Zagreb: Panda komunikacije. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2017/10/radna-biljeznica_-Kako-izvje%C5%A1tavati-o-djeci-i-mladima.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2017/10/radna-biljeznica_-Kako-izvje%C5%A1tavati-o-djeci-i-mladima.pdf</a></li> <li>Mujagić, N., Kačmarčík - Maduna, N. (2017). Mediji u najboljem interesu djeteta. Pregled znanja i iskustava za kreatore medijskih sadržaja. Sarajevo: Ministarstvo za ljudska prava i izbjeglice Bosne i Hercegovine. Dostupno na: <a href="https://www.unicef.org/bih/sites/unicef.org.bih/files/2018-10/mediji-u-najboljem-interesu-djeteta.pdf">https://www.unicef.org/bih/sites/unicef.org.bih/files/2018-10/mediji-u-najboljem-interesu-djeteta.pdf</a></li> <li>Gelfod, L., Jempson, M. (2005). Mediji i prava djeteta. Priručnik koji su napisali novinari za novinare. Unicef, MediaWise. Dostupno na: <a href="https://www.unicef.org/montenegro/media/1866/file/MNE-media-MNEpublication10.pdf">https://www.unicef.org/montenegro/media/1866/file/MNE-media-MNEpublication10.pdf</a></li> <li>Ciboci, L. (2014). Zaštita privatnosti djece u Večernjem listu i Jutarnjem listu u 2013. godini u odnosu na 2010. godinu. Medijske studije, 5 (9), 92-107.</li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska.</li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kako biste osvijestili djecu o načinima zaštite njihovih prava u medijima, podijelite učenike u tri grupe. Prva grupa neka tjedan dana gleda središnje informativne dnevниke (možete odabratи nacionalne i/ili lokalne televizijske kanale) na televiziji, druga grupa neka čita informativne internetske portale (odaberite barem pet portala), treća grupa neka sluša vijesti na odabranim nacionalnim i lokalnim radijskim postajama. Sve grupe trebaju pratiti koliko često se u informativnim sadržajima obrađuju teme koje se tiču djece te koliko često su sama djeca izvor informacija. Uočit ćete da su djeca pre malo zastupljena u hrvatskim medijima i da im se rijetko daje prostora čak i kada se obrađuju teme koje se izravno odnose na samu djecu. Uočite u kojoj vrsti medijskih sadržaja djeca dobivaju najviše prostora i u kojoj se najviše izvještava o djeci.</li> <li>Postoje li u Hrvatskoj informativni medijski sadržaji koji su primarno usmjereni na djecu? Upravo je to zadatak ove nastavne jedinice. Potaknite djecu da istraže postoje li na televiziji, radiju, internetu i tiskanim medijima sadržaji koji su primarno usmjereni na djecu. Uočit ćete da ćete najviše takvih sadržaja pronaći na radiju.</li> </ol>	
Bilješke:		

<b>Nastavna jedinica</b> <b>Ovisnost o medijima i internetu</b>	
Razred	<b>Sedmi razred</b>
Odgojno-obrazovni ishod	1.7.4. Učenici će se upoznati s pojmom ovisnosti i posljedicama ovisnosti o medijima, posebno o internetu.
Kratki opis ishoda:	<p>Ovisnost o medijima, ponajviše o internetu ili zloupotreba interneta prekomjerna je uporaba interneta koja narušava fizičko ili psihičko zdravlje te uzrokuje poteškoće u svakodnevnom životu. Učenike podučite da je kod djece i mladih u istraživanjima primijećeno ponašanje koje odgovara baš takvoj ovisnosti – poput tjeskobe zbog toga što nemaju pristup uređaju ili nemogućnosti kontroliranja vremena provedenog na uređaju (najčešće pametnom telefonu) te korištenja uređaja u tolikoj mjeri da je to pogubno po ostale aktivnosti. Takvo ovisničko ponašanje moglo bi biti povezano s drugim problemima poput stresa, depresivnog raspoloženja, pomanjkanja sna ili ograničenih postignuća u školi, na što upozorava i njemački neuropsihijatar Manfred Spitzer. Kako pišu Dora Kušanić, Lana Ciboci i Danijel Labaš, „neki autori, poput Kimberly Young (1996), svrstavaju ovisnost o internetu u ponašajne ovisnosti poput prejedanja, kompulzivnog kockanja i kompulzivnog seksualnog ponašanja. Sljedeća podjela ovisnosti temelji se na vrsti i načinu na koji se sadržaj rabi. Tako razlikujemo generaliziranu ovisnost o internetu, koja se odnosi na besciljno korištenje interneta poput surfanja ili samo potrebe za prisutnosti na kanalima na kojima su ostali korisnici te specifičnu ovisnost o internetu koju obilježava korištenje s jasno izraženim ciljem poput igranja online videoigara, online kupovine, online klađenja i slično (Davis, 2001 prema Montag i sur., 2014). Također, prema vrsti sadržaja koji se rabi, možemo prepoznati tri podvrste ovisnosti o internetu: nekontrolirano igranje online igara i klađenje, cybersex ili ovisnost o online pornografiji i seksu te online socijalizacija ili korištenje društvenih mreža (Weinstein i sur., 2014). Neslaganja postoje čak i pri svrstavanju ovisnosti o internetu u određenu kategoriju poremećaja pa je tako neki svrstavaju u ponašajne poremećaje zbog specifičnih obrazaca ponašanja koja su povezana s ovisnosti poput povlačenja u sebe, učestalog ponavljanja ponašanja bez obzira na posljedice te nekontroliranog korištenja izvora ovisnosti. S druge strane, može se svrstati u opservativno kompulzivne poremećaje ili impulzivno kontrolirane poremećaje (Weinstein i sur., 2014). Bilo koja podjela ili svrstavanje u određene kategorije, korak je bliže konačnoj i univerzalnoj definiciji ovisnosti o internetu koja je prijeko potrebna kako bi se diljem svijeta posvijestilo korisnike o ovome problemu, ali i kako bi im se pružila adekvatna pomoć. Četiri su obilježja ovisnosti o internetu koja pridonose njezinu priznanju i definiciji (Weinstein i sur., 2014): – pretjerano korištenje interneta bez svjesnosti o vremenu provedenom na internetu i ono koje dovodi do zanemarivanja osnovnih potreba čovjeka – povlačenje u sebe i javljanje osjećaja nervoze, anksioznosti i bijesa ako nije moguć pristup internetu ili računalu – tolerancija i sve veća potreba za unaprjeđivanjem računala i raznom opremom – jasne posljedice za dobrobit pojedinca, laganje, izmišljanje, nesuglasice s bliskim osobama, izolacija i umor.“</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svijet interneta na dlani, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. Jeste li ovisni o internetu? „Samotest“ za učenike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf</a></li> <li>4. Kušanić, D., Ciboci, L., Labaš, D., Ovisnost o internetu, file:///C:/Users/Danijel%20Laba%C5%A1/Downloads/1059455.1000823.Zbornik-INFORMACIJSKA-TEHNOLOGIJA-I-MEDIJI-2017-web-3.pdf, str. 29-56d</li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o vremenu koje provode uz medije, posebno uz internet. Znaju li da prekomjerno korištenje interneta može dovesti do ovisnosti koja je i na popisu bolesti Svjetske zdravstvene organizacije?</li> <li>2. Učenicima objasnite da ne postoji jedinstvena definicija, već da postoji nekoliko različitih podjela, ali i naziva za ovo stanje: problematično korištenje interneta, kompulzivno korištenje interneta, virtualna ovisnost, patološko korištenje interneta, zloupotreba interneta (Carlisle i sur., 2016). Pitajte ih koji pojma / definiciju smatraju najprikladnijom i zašto? Neka obrazlože svoj odgovor.</li> </ol>

Nastavna jedinica	<b>Kako prepoznati znakove ovisnosti o medijima i internetu?</b>
Razred	<b>Sedmi razred</b>
Odgojno-obrazovni ishod	1.7.5. Učenici će prepoznavati znakove / simptome ovisnosti o medijima i internetu, kao i posljedice te ovisnosti.
Kratki opis ishoda:	Znakovi ili simptomi ovisnosti o internetu, koja može imati i različite posljedice, koje među ostalim autorima navodi i američka klinička psihologinja Kimberly Young koja je osmisnila i prvi upitnik za dijagnosticiranje ovisnosti o internetu, mogu biti: preokupiranost internetom, nemogućnost prestanka korištenja interneta, osjećaj zadovoljstva ili euforija za vrijeme pretraživanja raznih sadržaja (surfing), provođenje sve više vremena uz internet, osjećaj tuge, tjeskobe ili depresije kada se ne može koristiti internet, zanemarivanje školskih i drugih obveza, laganje roditeljima i prijateljima, rastresenost i razdražljivost. Drugi simptomi koji se još navode su: bezuspješni pokušaji kontroliranja ponašanja; pojačani osjećaj euforije dok se koristimo računalom i internetom; zanemarivanje prijatelja i obitelji; zanemarivanje sna da bi se ostalo online; osjećaj krivnje, postidjenosti, tjeskobe ili depresije kao rezultat ponašanja online; nepoštenje prema drugima, fizičke promjene poput debeljanja ili mršavljenja, bolova u leđima, glavobolje, bolova u prstima i šaci; povlačenje iz drugih aktivnosti koje donose zadovoljstvo.
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Sveti internet na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. Jeste li ovisni o internetu? „Samotest“ za učenike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima razgovarajte o simptomima / znakovima ovisnosti o internetu koristeći pitanja koja postavlja Kimberly Young (<a href="http://netaddiction.com">netaddiction.com</a>). Pitanja prilagodite dobi učenika: 1. Brinete li zbog interneta (razmišljate o njegovom prethodnom korištenju ili želite ponovno što prije online)? 2. Osjećate li potrebu da internet koristite sve duže vrijeme kako bi bili zadovoljni? 3. Jeste li opetovano bezuspješno i uz napor pokušali kontrolirati, oduprijeti se ili prekinuti koristiti internet? 4. Osjećate li se uznenimoreno, jeste li loše raspoloženi, depresivni ili ljutiti kada pokušavate prestati koristiti internet? 5. Ostajete li duže online nego ste to prvotno kanili? 6. Jeste li doveli u opasnost ili riskirali gubitak važnih odnosa, posla, prilika za formaciju ili ostvarenje poslovne karijere zbog interneta? 7. Jeste li lagali članovima obitelji, terapeutu ili drugima da bi sakrili koliko ste zapravo na internetu? 8. Koristite li internet kao sredstvo za bijeg od problema ili za ublažavanje lošeg raspoloženja (npr. osjećaja bespomoćnosti, krivnje, tjeskobe, depresije)?</li> <li>2. Nakon što ste s učenicima razgovarali o znakovima ovisnosti, provedite samotest „Jeste li ovisni o internetu?“. S uputama za provođenje preuzmite ga s: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf</a>. Nakon ispunjavanja „samotesta“ s učenicima raspravljajte o dobivenim rezultatima.</li> </ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Nomofobija i FOMO</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.7.6. Učenici će se upoznati s pojmovima nomofobije i „fomofobije“.
Kratki opis ishoda:	<p>Učenike pitajte obuzima li ih nelagodan osjećaj panike ako im mobitel ostane kod kuće ili ako se baterija na njihovom mobitelu isprazni. Ako Vam odgovore pozitivno, onda su vjerojatno „nomofobični“. Objasnite im da riječ „nomofobia“ dolazi od engleskog izraza „no mobile phone phobia“, a označava fobiju koja se razvija kada smo bez mobilnog telefona. Nomofobia se smatra poremećajem suvremenog digitalnog i virtualnog društva te se odnosi na neugodu, tjeskobu, uznemirenost ili patnju do koje dolazi kada nam „pri ruci“ nije mobilni telefon, tablet, prijenosno ili stolno računalo ili, općenito govoreći, to je patološki strah od ostajanja izvan dodira s tehnologijom ili nekim našim uređajem kojega ne ispuštamo iz ruku, čak niti u kupaonici.</p> <p>„Fomofobia“ dolazi od engleskog pojma „fear of missing out“ ili strah od propuštanja. Kod djece i mladih najočitije se pokazuje kada stalno provjeravaju je li im stigla kakva „notifikacija“ ili obavijest, to jest je li im se netko javio na njihov pametni telefon i ostavio poruku, najčešće u grupi. S tim je problemom povezan i pogrešan osjećaj da je negdje drugdje, gdje su oni koji šalju „notifikacije“ u zajedničku grupu, bolje nego kod nas i u našem životu, jer nam se čini da se svi zabavljaju, a samo mi moramo učiti i raditi.</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svijet interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. Ovisnost o internetu i novim medijima, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-roditelje-Grad-Zagreb.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-roditelje-Grad-Zagreb.pdf</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. S učenicima na internetu potražite objašnjenja pojmljova „nomofobia“ (no mobile phone phobia) i „fomofobia“ (fear of missing out) i razgovarajte osjećaju li i oni da su možda i „nomofobični“ i „fomofobični“. Objasnite im da je riječ o ovisničkom ponašanju. Kako se nose s tom poteškoćom? Kako se oslobođiti te ovisnosti?</li> <li>2. S učenicima pogledajte kratki animirani film „Život u digitalno doba“ (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=V1jfFuduZXo">https://www.youtube.com/watch?v=V1jfFuduZXo</a>). Pitajte ih što su vidjeli i kako gledaju na ponašanje ljudi koji žive u digitalno doba. Je li istina da se ljudi - buljeći u „pametne telefone“ cijelo vrijeme - postupno udaljuju od uobičajenog života i drugih ljudi? Sviđa li im se ovaj kratki film koji na satiričan i humorističan način oslikava sadašnje društveno stanje i ljudima pruža priliku za introspekciju?</li> </ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Moje drugo JA u online svijetu</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.7.7. Učenici će moći kritički vrednovati svoj virtualni identitet.
Kratki opis ishoda:	U sedmom i osmom razredu djeca se sve više i sve češće okreću prema društvenim mrežama. Za neku djecu intenzivnije korištenje medija prilika je i da počnu stvarati sliku o sebi koja je uljepšana i koja se razlikuje od stvarne slike. Uljepšavanje može biti vrlo jednostavno – poboljšanje određenih elemenata na fotografiji uz pomoć filtera i naprednijih alata za uređivanje slike. Nas ipak više zanima fenomen kada svim objavama stvaramo neku drugu sliku sebe, drugo JA. To naravno možemo razumjeti kada je riječ o npr. profesionalnom dijelu, kada se želimo predstaviti u što bolje svjetlu, ali drugo JA može postati i naša krajnost. Ta nova virtualna osoba možda uskoro više neće imati nikakve dodirne točke sa stvarnom osobom. Naše samopredstavljanje u medijima, odnosno društvenim mrežama trebamo kritički vrednovati i postati svjesni što na taj način govorimo o sebi.
Preporuka korisnih materijala:	Adamović I., Andrlon M., Jogunica V. Stereotipi i medijski prikaz ljepote. Kako mediji oblikuju naš pojam lijepoga? <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf</a>
Preporuka radnih zadataka:	<p>1. Pogledajte video HRABRE DJEVOJKE ZSA ZSA I ANTONELA otvoreno progovorile o problemu s aknama. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=eJVJr4Quh1g&amp;list=PLjK-f0UJQff5oUv6DdIb4c9BGm7I5NFZLu&amp;index=19">https://www.youtube.com/watch?v=eJVJr4Quh1g&amp;list=PLjK-f0UJQff5oUv6DdIb4c9BGm7I5NFZLu&amp;index=19</a>  <i>Kako je ovaj prilog djelovaо na vas?</i>  <i>Možete li pronaći sebe u ovom prilogu?</i>  <i>Zašto u medijima želimo stvoriti drugu sliku o sebi?</i></p> <p>2. Ako učenici imaju društvene mreže zamolite ih da za sljedeći sat pregledaju profile na svojim društvenim mrežama i da odaberu fotografije na kojima se oni nalaze, a na koje su najponosniji i koje žele podijeliti s drugima. Odaberite neke od fotografija koje su donijeli i potaknite raspravu o sadržaju fotografija kroz osnovno pitanje: Koliko one zaista opisuju ono što su oni, a koliko neko drugo JA koje bi možda tek htjeli postati.</p>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Različito, a isto – stvaranje vijesti za novine i online medije</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.7.8. Učenici će moći opisati razlike u postupku stvaranja vijesti za novine i za online medije.
Kratki opis ishoda:	Vjerujem da ste i vi nedavno potražili najnovije vijesti na internetu. Odabrali ste neki od vama najdražih portala i proveli nekoliko minuta tražeći glavne vijesti. Jeste li ikada razmišljali o tome kako nastaje sadržaj koji uglavnom besplatno svakoga dana gledate? Najčitaniji portalni i Hrvatskoj trenutačno su oni koji su nastali iz sadržaja medija koji predstavljaju: npr. 24sata.hr (novine 24sata), vecernji.hr (novine Večernji list), dnevnik.hr (NOVA TV), jutarnji.hr (Jutarnji list). Razlikujmo ove portale od onih koji nemaju podlogu jednog od tradicionalnih medija (npr. tportal.hr). Ali ima još nekoliko razlika među njima koje su nam interesantne i moramo ih spomenuti u ovoj jedinici u radnim zadacima.
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brautović M. (2011) <i>Online novinarstvo</i>. Školska knjiga.</li> <li>2. Malović S. (2005), <i>Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga</i> Zagreb.</li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. U prvom zadatku učenike ćemo potaknuti da istraže pozadinu medija na kojem je objavljena. U razgovoru s njima ispitajte koje postojeće portale poznaju. Pokušajte ih usmjeriti prema onima koje smo prethodno naveli i ispitajte u koliko su mjeri s njima upoznati. Potom se vratite na sadržaj i objasnite kako postoji razlika između onih koji preuzimaju sadržaj iz tradicionalnih medija i onih koji nemaju takvu pozadinu. Kako bi npr. izgledao naš virtualni informativni prostor bez onih tradicionalnih medija iz kojih i dalje dolazi većina sadržaja vijesti online?</li> <li>2. U drugom zadatku upoznajemo ih sa specifičnosti online sadržaja. Ako je riječ o online redakcijama veći dio njih nema isti broj novinara kao tradicionalne redakcije i ne mogu slati novinare na isti broj događanja pa će se više oslanjati na one vijesti koje dolaze njima ili koje im šalju drugi. Odlazak na teren važna je dimenzija novinarstva i jedan od temeljnih preduvjeta za profesionalno i nepristrano novinarstvo. Nažalost, zbog velikih troškova sve je manji broj novinara koji vijesti prikupljaju na terenu u odnosu na one koji sjede u redakciji i kojima se vijesti šalju iz „druge ruke“.</li> </ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Što je etika u novinarstvu?</b>
<b>Razred</b>	<b>Sedmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.7.9. Učenici će razumjeti pojam etike u novinarstvu.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Najviše prigovora na rad medija najčešće se temelji na etičkim propustima i prijeporima. Kada mediji odu predaleko i svojim izvještavanjem ugroze dostojanstvo neke osobe ili razotkriju privatnost djece i maloljetnika uvijek smo spremni javno ih kritizirati. No, etika je ipak puno više i zapravo olakšava rad novinarima svakoga dana. Etika novinarstva zapravo se temeljni na moralnim načelima koja su često u suprotnosti s onim što traži tržište. Missouri Group navodi sedam smrtnih grijeha za novinarsku etiku:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plagijat</li> <li>2. Podmićivanje</li> <li>3. Sukob interesa</li> <li>4. Zadržavanje informacija</li> <li>5. Prijevara</li> <li>6. Povreda privatnosti</li> <li>7. Sudjelovanje u vijestima</li> </ol> <p>(ups. Malović, 2005)</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertrand, Claude-Jean (2007). Deontologija medija, Zagreb: ICEJ</li> <li>2. Malović S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb.</li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na stranicama Hrvatskog novinarskog društva, hnd.hr potražite Kodeks časti hrvatskih novinara i proučite dio koji se odnosi na izvještavanje o djeci i maloljetnicima pogotovo članke 19. i 20. U praksi možemo vidjeti zanimljive primjere kršenja ovoga kodeksa. Svakako bi bilo dobro da raspravite u razredu rečenicu: „Dobrobit djeteta nadređena je javnom interesu“. Je li to zaista tako u stvarnosti? Koliko ste puta vidjeli vijesti koje su uključivale i djecu razotkrivajući njihovu privatnost. Ne zaboravite: „Dobrobit djeteta nadređena je javnom interesu“.</li> <li>2. Zajedno s učenicima na vašoj mrežnoj stranici škole pregledajte sve sadržaje i provjerite je li neka od objava otkriva identitet učenika. Je li to dopušteno i opravданo prema čl. 20 Kodeksa?</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

**UHO (Utočište Hrabrih Online)**

Nastavna jedinica	<b>UHO (Utočište Hrabrih Online)</b>
Razred	<b>Osmi razred</b>
Odgojno-obrazovni ishod	1.8.1. Učenik će znati opisati i koristiti platformu UHO.
Kratki opis ishoda:	UHO, odnosno Utočište hrabrih online, je projekt koji je pokrenut 2019. godine s ciljem edukacije i prevencije elektroničkoga nasilja. Uz stručnjake, u prvoj su fazi projekta sudjelovali i neki od najpoznatijih hrvatskih influencera koji su svojim aktivnostima pomogli u podizanju svijesti šire javnosti, a osobito djece, o problemu međuvršnjačkoga elektroničkoga nasilja. Važnu i odgovornu misiju projekta prepoznaла je i struka па je tako projekt nagrađen MIXX nagradom u kategoriji brand awareness, kao i Grand PRixom za društveno odgovorno poslovanje od strane Hrvatske udruge za odnose s javnošću. Do sada su u provedbi projekta sudjelovale brojne udruge – od Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK), Hrabrog telefona i Pragme, a sama je inicijativa za pokretanje došla od jednog osiguravajućeg društva (Wiener osiguranje). Rad platforme poduprla je i Agencija za elektroničke medije. Stručnjaci iz DKMK-a i Pragme i dalje redovito pomažu djeci koja se susreću s ovim oblikom nasilja pa tako svakodnevno i dalje pristižu novi upiti djece kojoj svojim savjetima pomažu komunikolozi i psiholozi. Platforma je dostupna na internetskoj stranici <a href="https://uhoh.dkmk.hr/">https://uhoh.dkmk.hr/</a> na kojoj djeca svakodnevno mogu poslati poruku i potražiti savjet u vezi elektroničkog nasilja.
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brautović M. (2011). <i>Online novinarstvo. Školska knjiga.</i></li> <li>2. UHO (2021). <i>Kako prijaviti elektroničko nasilje?</i> Dostupno na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=sMVwleUX7eg&amp;list=TLPMQzMzAwNTIwMjL64PomWajzqA&amp;index=1">https://www.youtube.com/watch?v=sMVwleUX7eg&amp;list=TLPMQzMzAwNTIwMjL64PomWajzqA&amp;index=1</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Postivanje-sebe-i-drugih-u-virtualnom-svijetu.pdf</a></li> <li>5. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81anje-i-gоворmrz%CC%8Cnje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81anje-i-gоворmrz%CC%8Cnje.pdf</a></li> <li>6. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). <i>Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/elektronicko-nasilje.pdf</a></li> <li>7. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). <i>Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). <i>Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Radionica 4. Vrijedanje i izostavljanje iz grupe u aplikacijama za dopisivanje (WhatsApp, Viber itd.), Radionica 5. Grupe mržnje na intenretu , str. 10-12.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/05/Prirucnik-za-roditelje.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Labaš, D. (2021). <i>Influenci i njihova uloga u životima djece i mladih. Radni priručnik za nastavnike i roditelje učenika osnovnih i srednjih škola. Radionica 9. Influenci pomažu kod cyberbullyinga, str. 17-18.</i> Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenci-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenci-new.pdf</a></li> </ol>
Dodatne preporuke i smjernice	Uz upoznavanje s platformom UHO, svakako bi bilo dobro i korisno učenike upoznati i s aplikacijom Red Button koju je pokrenulo Ministarstvo unutarnjih poslova RH 2013. godine, a koja je prilagođena djeci i omogućuje prijavljivanje sadržaja na internetu za koji sumnjuju da je nezakonit i da se odnosi na različite oblike iskorištavanja ili zlostavljanja djece. Aplikacija je dostupna na stranici: <a href="https://redbutton.gov.hr/online-prijava/7">https://redbutton.gov.hr/online-prijava/7</a>

<i>Nastavna jedinica</i>	<i>Online predatori</i>
<i>Razred</i>	<i>Osmi razred</i>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	<i>1.8.2. Učenik će prepoznati opasnosti online dopisivanja i nalaženja s nepoznatim osobama.</i>
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<i>Komunikacija na društvenim mrežama i platformama za online igranje videoigara najčešće su aktivnosti djece u virtualnom svijetu. Istraživanja su pokazala da je 30,2% djece na internetu komuniciralo s osobom koju nisu upoznali uživo. Među njima je više dječaka (33,5%), nego djevojčica (26,6%), te najviše djece u skupini od 15 do 17 godina (50,3%), dok iza njih slijede oni u dobi od 12 do 14 godina (29,2%) te od 9 do 11 godina (10,2%) (Ciboci i sur., 2020). Pritom se 14% djece susrelo uživo s osobom koju su upoznali na internetu pri čemu takve aktivnosti rastu s dobi (od 15 do 17 godina - 26,8%; od 12 do 14 godina - 12,0%; od 9 do 11 godina - 3,0%). To može biti vrlo opasno jer mogu naići na osobe koje se lažno predstavljaju s ciljem dolaženja do djece i njihovih intimnih fotografija i video materijala. Djecu treba upozoriti da ne nasjedaju na profile osoba koje ne poznaju i u stvarnom svijetu te da se nipošto ne susreću uživo s takvima osobama, osobito ne bez prisutnosti odrasle osobe od povjerenja.</i>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Europol (2017). Say No! Sextortion – video namijenjen djeci s ciljem prevencije seksualnog izrabljivanja djece. Dostupan na: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4iXRuBACuu0">https://www.youtube.com/watch?v=4iXRuBACuu0</a></i></li> <li>2. <i>Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). Sexting &amp; Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextortion-1.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2020/03/sexting-sextortion-1.pdf</a></i></li> <li>3. <i>Ministarstvo unutarnjih poslova (n.p.). Selfies, sexting, web kamere, iznuda, prisila. Dostupno na: <a href="https://mup.gov.hr/online-prijave/online-prijava-zlostavljanja-djeteta-red-button/zlostavljanje-putem-interneta/selfies-sexting-web-kamere-iznuda-prisila/281702">https://mup.gov.hr/online-prijave/online-prijava-zlostavljanja-djeteta-red-button/zlostavljanje-putem-interneta/selfies-sexting-web-kamere-iznuda-prisila/281702</a></i></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekранa. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Radionica 16. Kreiranje lažnih profila i lažno predstavljanje, str. 23; Radionica 17. Mrežno dopisivanje s nepoznatim osobama, str. 24; Radionica 18. Susreti s osobama koje su djeca upoznala na mreži, str. 25. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef.</i></li> <li>2. <i>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Sigurnost djece na internetu i elektroničko nasilje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 5. do 8. razreda. Radionica 5. Seksualno izrabljivanje djece. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef.</i></li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Influenceri i prikriveno oglašavanje</b>
<b>Razred</b>	<b>Osmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.8.3. Učenik će moći prepoznati prikriveno oglašavanje kod influencera.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Današnji influenceri, o kojima su djeca učila i u prethodna dva razreda, zaradu, između ostalog, stječu i oglašavanjem različitih brendova i proizvoda. Problem nastaje kada to čine, a da pritom ne ističu jasno da je riječ o plaćenom sadržaju. Time zavaravaju i manipuliraju svoje pratitelje koji su vrlo često djeca koja često nakon što da vide da njihov omiljeni influencer hvali određeni proizvod ga i sami žele kupiti, nesvesni toga da je on za tu „pohvalu“ plaćen. U Hrvatskoj je prikriveno oglašavanje inače zakonom zabranjeno.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D. (2021). <i>Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih</i>. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a>.</li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Prikriveno oglašavanje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 1. do 4. razreda</i>. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). <i>Čarobni (varljivi) svijet reklama</i>. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Labaš, D. (2021). <i>Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih</i>. Radionica 8. <i>Influenceri i prikriveno oglašavanje</i>, str. 13-16. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosura-Influenceri-new.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). <i>Prikriveno oglašavanje. Nastavni materijali za osnovne škole za učenike od 1. do 4. razreda</i>. Zadatak 2. <i>Kako prepoznati plasman proizvoda u objavama na YouTubeu?</i>, str. 12. Dostupno na: <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf</a></li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

Nastavna jedinica	Digitalna demencija
Razred	Osmi razred
Odgojno-obrazovni ishod	1.8.4. Učenici će se upoznati s pojmom digitalne demencije.
Kratki opis ishoda:	<p>„Digitalni mediji su dio naše kulture. Oni povećavaju našu produktivnost, olakšavaju nam život i služe nam za razonodu. Naš suvremeniji svijet, od opskrbe namirnicama preko mobilnosti i uprave do medicine, doživio bi slom bez digitalne obrade informacija. Ne radi se o tome da se borimo protiv njih ili da ih želimo ukinuti. Ali smo istodobno svjesni da digitalni mediji imaju visok potencijal stvaranja ovisnosti i da dugoročno štete tijelu (stres, nesanica, pretilost – sa svim popratnim pojavama) i prije svega duhu. Mozak se smanjuje jer se manje koristi, stres uništava živčane stanice, a nove stanice koje rastu ne preživljavaju jer za njih više nema potrebe.“ Tako piše autor knjige <i>Digitalna demencija</i> (2018, str. 282) Manfred Spitzer. Učenicima objasnite da se pojам digitalna demencija u znanstvenoj javnosti veže uz ime toga njemačkoga neuropsihijatra. U toj knjizi autor upozorava da novi digitalni mediji mogu dovesti do te vrste demencije – pa i kod naših učenika - koja je više od „puke zaboravnosti“ i da ju uzrokuje prekomjerno korištenje medija. Dakle, ne korištenje medija – nego pretjerivanje (prekomjerno) u korištenju medija, pri čemu ne koristimo mozak koji, ako se potpuno oslonimo na digitalnu tehnologiju i ne koristimo ga, poput svakog drugog mišića – kržlja, to jest ne razvija se. Spitzer piše: „Riječ demencija izvodi se iz latinskog de (razdvajanje, urušavanje) i mens (um, razum). Doslovno prevedeno to znači: umni urušaj“ (str. 51). Spitzerova je ključna premisa da nas elektronički (digitalni) mediji – pametni telefoni, digitalni asistenti, računala, satelitska navigacija i stalna povezanost s internetom – ‘oslobađaju’ uobičajenih mentalnih npora te stoga postajemo sve ovisniji o tehnologiji, a naše psihičke sposobnosti slave.</p>
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Sveti interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>Labaš, D., <a href="https://hrcak.srce.hr/file/316581">https://hrcak.srce.hr/file/316581</a></li> </ol>
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>S učenicima razgovarajte o digitalnoj demenciji. Jesu li čuli za taj pojam? Kada ga u raspravi objasnite, pitajte ih koriste li i oni prekomjerno digitalne medije? Misle li da su i oni digitalno dementni ili bi to mogli postati? Postavite im jednostavna pitanja: Koliko telefonskih brojeva znaju na pamet? Znaju li kada su im rođeni mama, tata, sestra, brat, baka, djed, netko od prijatelja? Kako bi ne koristeći digitalna pomagala došli do nekoga mjestu u svome gradu ili selu? Kako se nalaze bez navigacije i raznih „mapa“ na tražilicama? Potaknite ih da odgovaraju iskreno.</li> <li>Jedan od problema s kojima se suočavaju mlađi naraštaji, pa i učenici je poremećaj pozornosti. Do njega, prema Manfredu Spitzeru, dovodi takozvani „multitasking“ ili rad na više stvari istovremeno, sumanuto klikanje od stranice do stranice, koje odvlači djeci pažnju, rasipa energiju i remeti fokusiranje na ono što je važno. Što više vremena provode surfajući i igrajući razne igrice, djeca će imati više problema s pažnjom i koncentracijom. Osim toga, igrice mogu izazvati ovisnost. Nadalje, što više vremena provedu pred ekranima elektroničkih medija, djeca će imati to lošije društvene vještine, bit će nesocijalizirana i frustrirana“, tvrdi Spitzer. S učenicima raspravite ove njegove tvrdnje. Misle li da mogu raditi više stvari istodobno: pisati zadaću, igrati video igre, dopisivati se na mobitelu, slušati glazbu? Rade li jednu stvar dobro, kada rade više stvari istodobno? Jesu li svjesni da su rastreseni kada rade više stvari u isto vrijeme? Što bi radile radili: družili se s prijateljima uživo, ili bili sami na internetu?</li> </ol>
Bilješke:	

<i>Nastavna jedinica</i>	<b><i>Detoksifikacija („detox“) od interneta i društvenih mreža</i></b>
<b>Razred</b>	<b>Osmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.8.5. Učenici će spoznati kako na njih utječe prekomjerno korištenje medija i kako ga se oslobođiti, to jest kako provesti „detoksifikaciju“ od interneta i društvenih mreža.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Učenike upoznajte s pojmom digitalne detoksifikacije. O njoj Marina Mirković piše: „Digitalna detoksifikacija odnosi se na vremensko razdoblje tijekom kojeg se osoba suzdržava od upotrebe električkih uređaja povezanih na internet, poput pametnih telefona i računala. To je prilika za smanjenje stresa i veće usredotočenje na interakciju s drugima. Također može pomoći u prevenciji ovisnosti o digitalnim uređajima. Odvojiti vrijeme i prostor za redovitu digitalnu detoksifikaciju važno je za ljude svih dobnih skupina. Posebno je važna za djecu i tinejdžere. Njihov mozak se još uvijek razvija, stoga su osjetljiviji na negativne učinke tehnologije na tijelo i živčani sustav. Tinejdžeri provode velik dio svog vremena na internetu koristeći se društvenim mrežama koje ih potiču da se uspoređuju s drugima. Stoga tehnologija ima negativan utjecaj na njihovo samopoštovanje. Jasno je da je ograničenje vremena upotrebe presudno za zaštitu našeg zdravlja. Roditelji su odgovorni za zaštitu svoje djece i tinejdžera od digitalnog preopterećenja. Stoga oni moraju postaviti jasne granice oko upotrebe tehnologije. Odrasli mogu osjećati unutarnju motivaciju za digitalnim detoksifikacijom, dok je to kod djece rijetkost. Žele ostati povezani s prijateljima, zabavljati se uz zaslone svojih digitalnih uređaja. Stoga će trebati više truda i strategije kako bi se djeci pomoglo da se odvoje od digitalnih medija. Digitalna detoksifikacija može biti učinkovita za cijelu obitelj. Svi se obvezuju da će ostati isključeni dio vremena, možda jedan dan, nekoliko dana ili tjedan.“</p>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Svetište interneta na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>3. Labaš, D., <a href="https://hrcak.srce.hr/file/316581">https://hrcak.srce.hr/file/316581</a></li> <li>4. Mirković, M., <a href="https://pogledkrozprozor.wordpress.com/2021/02/28/izazovi-digitalne-detoksifikacije/">https://pogledkrozprozor.wordpress.com/2021/02/28/izazovi-digitalne-detoksifikacije/</a></li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izazov digitalne detoksifikacije – radni list: <a href="https://www.slideshare.net/PogledKrozProzor/izazov-digitalne-detoksifikacije-radni-list">https://www.slideshare.net/PogledKrozProzor/izazov-digitalne-detoksifikacije-radni-list</a></li> <li>2. Trebamo li detox? - <a href="https://datadetoxkit.org/hr/families/datadetox-x-youth">https://datadetoxkit.org/hr/families/datadetox-x-youth</a></li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Prikriveno oglašavanje</b>
<b>Razred</b>	<b>Osmi razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>		<b>1.8.6. Učenici će se upoznati s fenomenom prikrivenoga oglašavanja i njegovom neprihvatljivošću.</b>
Kratki opis ishoda:	<p>„Prikriveni oglas svaki je onaj oglas koji je u određenom mediju predstavljen kao dio novinarskog priloga i nije jasno označen kao oglas. Budući da takvi oglasi nisu odmah prepoznatljivi i imaju veći utjecaj na nas potrošače od običnih oglasa, različite ih osobe vrlo često koriste u promociji svojih proizvoda i usluga. Takve oglase često možemo susresti u hrvatskim medijima iako je za prikriveno oglašavanje u Hrvatskoj predviđena kazna do milijun kuna“, piše Lana Ciboci i Leali Osmančević. Učenicima navedite da je najpoznatiji primjer prikrivenog oglašavanja crtani film „Popaj“ u kojem glavni lik jede špinat što ga čini snažnim i moćnim. Kada se taj crtani film počeo prikazivati na televiziji porasla je i prodaja špinata, kao što se i danas – zbog prikrivenog oglašavanja – prodaju i neki drugi proizvodi i usluge.</p>	
Preporuka korisnih materijala:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf</a></li> <li>2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik-obitelj-i-izazovi165x240mm-v3-web-2-1.pdf</a></li> <li>3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Prikriveno oglašavanje, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf</a></li> <li>4. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš D., Osmančević, L., Preselj, V., Milas, A., Fistrić, M., Blažina Mukavec, K., Sveti internet na dlanu, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/sigurnost-djece-na-internetu-2018-v2-1.pdf</a></li> <li>5. Ciboci, L., Osmančević, L., Čarobni (varljivi) svijet reklama, <a href="https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf">https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf</a></li> </ol>	
Preporuka radnih zadataka:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kako prepoznati plasman proizvoda u objavama na YouTubeu?, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf</a>, str. 13</li> <li>2. Prikriveno oglašavanje u časopisima za mlade, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf">https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Prikriveno-oglas%CC%8Cavanje.pdf</a></li> <li>3. S učenicima razgovarajte o programima koje prate na televiziji, o medijima i časopisima za mlade koje čitaju, o društvenim mrežama i influencerima (YouTubere) koje prate. Jesu li svjesni da se u svim tim medijima objavljaju prikriveni oglasi? Posebno ih potaknite na razgovor o influencerima koji vrlo često prikriveno oglašavaju razne proizvode i usluge – je li to etički prihvatljivo (a znamo da je zakonski zabranjeno)? Osjećaju li se prevarenima? Usporedite i nastavnu jedinicu o influencerima i prikrivenom oglašavanju.</li> </ol>	
Bilješke:		

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Kako nas propaganda može zavarati?</b>
<b>Razred</b>	<b>Osmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	<b>1.8.7. Učenici će moći navesti četiri propagandne tehnike koje možemo pronaći u medijima.</b>
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>Kada odraslima pokušavamo objasniti pojam propagande uvijek nađemo na problem jer je naša primarna percepcija propagande - politička. No osnovna definicija ide puno šire: „Propaganda je oblik svrhovitog uvjeravanja koji pokušava utjecati na emocije, stavove, mišljenja i akcije određene ciljane publike za ideološke, političke ili komercijalne svrhe putem kontroliranog prijenosa jednostranih poruka (koje mogu ili ne moraju biti činjenične) putem masovnih i izravnih medijskih kanala.“ (Richard Alan Nelson, 1996.) Trebalo nam je određeno vrijeme kako bismo osmislili radionice u kojima svi skupa otvaramo oči i prepoznajemo elemente propagande zapravo svugdje oko nas. Kako bismo to mogli moramo razumjeti četiri osnovne tehnike propagande:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Napad na protivnike</li> <li>2. Poticanje emocija</li> <li>3. Odgovaranje na potrebe i vrijednosti publike</li> <li>4. Pojednostavljivanje informacija i ideja</li> </ol>
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mind Over Media – Učinkovita analiza propagande, <a href="https://www.youtube.com/watch?v=p5tZT7YMAbg">https://www.youtube.com/watch?v=p5tZT7YMAbg</a>, pristupljeno 15.5.2022.</li> <li>2. Učinkovita analiza propagande i kurikul za poučavanje i o propagandi: <a href="https://propaganda.mediaeducationlab.com/hr">https://propaganda.mediaeducationlab.com/hr</a>, pristupljeno 16.5.2022.</li> </ol>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na stranici <a href="https://propaganda.mediaeducationlab.com/hr/learn">https://propaganda.mediaeducationlab.com/hr/learn</a> možete pronaći iscrpan pregled definicija propagande. S učenicima prođite kroz sve definicije i pokušajte odabratи jednu od onih za koju mislite da najbolje opisuje vaše razumijevanje pojma propagande.</li> <li>2. U drugom zadatku zadržimo se na tehnikama ODGOVARANJE NA POTREBE I VRIJEDNOSTI PUBLIKE i POTICANJE EMOCIJA. Ovu ćemo tehniku pojasniti na primjeru oglašavanja hrane. Često u oglašavanju hrane možemo pronaći poruke koje se odnose direktno na naše potrebe. Potaknite učenike da promisle o oglasima za hranu koje su nedavno vidjeli. Prisjetite se nekog od popularnih brandova i njihovih oglasa za pića. Upravo kod njih često možemo pronaći poruke koje se temelje na emocijama i potrebama publike.</li> </ol>
<i>Bilješke:</i>	

<b>Nastavna jedinica</b>		<b>Što se događa u multimedijskoj redakciji?</b>
<b>Razred</b>	<b>Osmi razred</b>	
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.8.8. Učenici će moći opisati rad u multimedijskoj redakciji.	
<i>Kratki opis ishoda:</i>	<p>U zadnjih nekoliko godina medijske redakcije u potpunosti su se promijenile. Novinari i medijski djelatnici više ne rade u istim prostorima. Od njih se danas očekuje sve više, pogotovo kada je riječ o broju članaka i priloga koje moraju proizvesti. Slijedom toga promijenio se i rad u redakcijama. Svakako vas potičemo da ako bude prilike organizirate posjet nekoj multimedijskoj redakciji. Upoznat ćete sustav na kojem novinari rade i vidjet ćete kako je u srcu redakcije sadržaj koji se kasnije zapravo samo prilagođava za druge medije. Redakcijski sustavi poput STORY EDITORA u velikoj mjeri olakšavaju proizvodnju vijesti. U ovoj ćemo jedinici upoznati rad na primjeru redakcije studentskih novina Global.</p>	
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>Od ideje do Globala, <a href="https://www.youtube.com/watch?v=uHz9UDkg_W4&amp;list=PLjK-f0UJQff5rL9qVWGaI1jzLShSIQJV7Y&amp;index=1">https://www.youtube.com/watch?v=uHz9UDkg_W4&amp;list=PLjK-f0UJQff5rL9qVWGaI1jzLShSIQJV7Y&amp;index=1</a>, pristupljeno 12.5.2022.</p>	
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>1. Nakon što ste pogledali prilog o proizvodnji novina GLOBAL posjetite njihovu mrežnu stranicu <a href="http://www.globalnovine.eu">www.globalnovine.eu</a></p> <p>Proučite sadržaj ove stranice i na poveznici <a href="https://www.globalnovine.eu/archivatiskanih-izdanja/">https://www.globalnovine.eu/archivatiskanih-izdanja/</a> prelistajte sva prethodna izdanja ovih besplatnih studentskih novina. Kada ste se upoznali sa sadržajem odgovorite na nekoliko pitanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jeste li mogli pronaći poveznicu između tiskanih i online izdanja?</li> <li>- U kojem još elementu možete prepoznati neke karakteristike multimedijskih redakcija?</li> <li>- Biste li voljeli jednoga dana raditi u takvoj redakciji?</li> </ul>	
<i>Bilješke:</i>		

<i>Nastavna jedinica</i>	<b>Što napraviti kada u medijima previše otkrijem o sebi?</b>
<i>Razred</i>	<b>Osmi razred</b>
<i>Odgojno-obrazovni ishod</i>	1.8.9. Učenici će znati objasniti kako s interneta izbrisati neke informacije o sebi.
<i>Kratki opis ishoda:</i>	Jedna od najvećih briga za mnoge od nas jest kako izbrisati sadržaj koji se na internetu može pronaći o nama. Možda vam se ovo ne čini kao veliki problem za osmaše, no razmislimo o njihovom digitalnom tragu... Sigurno postoji barem jedan spomen, slika i tekst koji im više nije po volji i koji bi možda htjeli izbrisati. U ovoj će jedinici u jednom zadatku upravo to naučiti.
<i>Preporuka korisnih materijala:</i>	<p>1. Upute za uklanjanje osobnih podataka s društvenih mreža i Google-a koje je pripremila Agencija za zaštitu osobnih podataka: <a href="https://azop.hr/upute-za-uklanjanje-osobnih-podataka-za-drustvenih-mreza-i-google-a/">https://azop.hr/upute-za-uklanjanje-osobnih-podataka-za-drustvenih-mreza-i-google-a/</a>, pristupljeno 18.5.2022.</p> <p>2. Osmančević L. Webinar Algoritmi koji prate naše digitalne tragove, <a href="https://www.medijskapismenost.hr/video-lekcija-algoritmi-koji-prate-nase-digitalne-tragove/">https://www.medijskapismenost.hr/video-lekcija-algoritmi-koji-prate-nase-digitalne-tragove/</a>, pristupljeno 28.5.2022.</p>
<i>Preporuka radnih zadataka:</i>	<p>Često se zna dogoditi da netko o nama objavi neku informaciju ili fotografiju. U jednom trenutku to nam ne predstavlja veliki problem, ali s vremenom ipak shvatimo kako bi bilo dobro tu fotografiju ukloniti. Isti je slučaj s fotografijama za koje nismo dali pristanak, ali ih netko koristi. To može biti posebno nezgodno kada se prvi put prijavimo za posao i netko nas pretraži preko interneta i pronađe upravo te fotografije. Možda će upravo takva informacija utjecati i na našu budućnost. Zato je važno znati da imamo Pravo na zaborav. To je poseban alat i mogućnost za sve koji žele izbrisati određene podatke s interneta. Evo poveznice gdje ćete pronaći i poseban formular koji je potrebno ispuniti: <a href="https://support.google.com/websearch/troubleshooter/3111061?hl=hr">https://support.google.com/websearch/troubleshooter/3111061?hl=hr</a></p> <p>Možda se i sami pitate nije li možda bilo korisnije da se nisam ni doveo u situaciju da to moram brisati. U pravu ste! Nedostaje nam malo medijske mudrosti... Nadamo se da vas je i ova jedinica u tome potaknula!</p>
<i>Bilješke:</i>	

# Kurikul medijskog obrazovanja za srednje škole

## **Uvodnik**

Danas se mnogo govori o važnosti medijske pismenosti u prevenciji međuvršnjačkog nasilja te neprihvatljivog i rizičnog ponašanja. Često se naglašava važnost učitelja, nastavnika, stručnih suradnika, knjižničara i ravnatelja u potpori učenicima kroz njihovo stjecanje medijskih kompetencija. Nažalost, većinom se u javnom prostoru ne nudi i odgovor na pitanje kako to sve skupa postići. Možda se i sami ponekad osjećate kako se ne možete nositi s brojnim izazovima s kojima se susrećete.

Ako se samo prisjetimo pandemije, potresa i brojnih drugih izvanrednih događaja vidimo kako je sve više izazova za koje osjećamo da im nismo dorasli, pa je logično kako se na razini društva reagira tek nakon što smo svi skupa doživjeli nešto negativno. Pri tom nerijetko zaboravljamo i naše učenike koji bi trebali biti u prvom planu, a posebno je važno voditi računa o cjelovitosti njihove osobe koja uključuje i emocije...

Ovaj kurikul temeljni je dokument za vas nastavnike u provođenju programa medijske pismenosti na području prevencije neprihvatljivoga ponašanja. Dok smo ga pisali nismo mogli prepostaviti koji će dokument u sustavu određivati ono što bi trebalo provesti na tome području, ali znamo da i bez službenih dokumenata radite najbolje što možete i često izvan vaših postojećih obvezi i radnog vremena. Znamo da ćete uvijek reagirati i učenicima ponuditi potporu i vođenje u području medijske pismenosti. Nadamo se da će vam i ovaj priručnik koji je upravo pred vama otvoriti možda neka posve nove shvaćanja i neke nove uvide u probleme i izazove koje ste upravo vi među prvima prepoznali. Vaši su nas poticaji ohrabrili da nastavimo istraživati ovo područje i da vam i mi pružimo svoj doprinos.

Stoga je ovaj okvir od 36 tema za 4 razreda srednje škole samo mala pomoć u vašem svakodnevnom radu. Zahvaljujući potpori Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike kroz projekt Prevencija, a ne intervencija! predstavljamo vam kurikul medijske pismenosti za srednje škole „Medijska pismenost kao prevencija neprihvatljivih ponašanja i nasilja“. Pronaći ćete brojne ideje i savjete kako medijsku pismenost uključiti u vašu svakodnevnicu. Neke od radionica potaknut će vas na iskorak prema vašim učenicima. Potičemo vas da ustrajete! Ne zaboravite da ste ponekad upravo vi jedini oslonac učenicima koji traže ohrabrenje dok se bore s brojnim medijskim i životnim izazovima kojima su okruženi.

Sretno!

Lana Ciboci Perša, Igor Kanižaj, Danijel Labaš

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenik će moći objasniti važnost medijske pismenosti.
- ▶ Učenik će znati razlikovati elemente medijske pismenosti.
- ▶ Učenik će moći analizirati vlastite medijske kompetencije.

## Kratki opis ishoda

Biti medijski pismen znači imati pristup različitim vrstama medija, znati kako ih koristiti, analizirati i kritički vrednovati te stvarati vlastite medijske sadržaje (Aufderheide, 1993). Učenici su navedene kompetencije trebali steći još u osnovnoj školi kroz nastavu Hrvatskoga jezika, Informatike i različitih medupredmetnih tema. No, istraživanje koje je 2021. u Hrvatskoj provela Agencija za elektroničke medije uz potporu MZO-a, među 2353 učenika srednjih škola, pokazalo je da učenici imaju najbolje vještine pristupa sadržaju, upravljanja i korištenja internetom, dok poteškoća imaju s kritičkim razumijevanjem sadržaja i prepoznavanjem lažnih vijesti, a najmanje znanja učenici

pokazuju u području stvaranja vlastitih medijskih sadržaja (Medijskapismenost. hr, 2021). Stoga ne treba čuditi da mlađi u dobi od 16 do 25 godina (AEM, Unicef, 2023) smatraju da bi medijsko obrazovanje trebalo puno intenzivnije uključiti u školski kurikulum. Medijsko obrazovanje je osobito važno u kontekstu prevencije neprihvatljivih oblika ponašanja, osobito onih koji se događaju u virtualnom svijetu, a čijih posljedica djeca često, s obzirom na manjak znanja i vještina u tom području, nisu niti svjesni. Cilj je ove nastavne jedinice osvijestiti važnost posjedovanja medijskih kompetencija u svijetu koji je u potpunosti prožet medijima i medijskim sadržajima.

## Preporuka korisnih materijala

1. Lechpammer, S. (2022). Uvod u novinarstvo. Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: <https://bit.ly/3BmRgfv>
2. Mreža udruga Zagor (2016). Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mlađih u 21. stoljeću. Mreža udruga Zagor. Dostupno na: <https://bit.ly/3Mn2w1D>

## Preporuka radnih zadataka

1. Kako biste utvrdili koliko su vaši učenici medijski pismeni, potaknite učenike na rješavanje upitnika, tzv. EduMediaTest, koji je osmišljen za procjenu razine medijske pismenosti učenika srednjih škola, kao i za poboljšanje njihovih medijskih vještina. Svi podaci o načinu ispunjavanja upitnika i edukativni materijali dostupni su na stranici <https://bit.ly/3Og3LkR>.
2. Zajedno s učenicima pogledajte video o načinu na koji mediji, osobito informativni sadržaji, načinom izvještavanja mogu oblikovati naše videnje određenog događaja. Video „Abeceda medijske pismenosti“ dostupan je na stranici

<https://bit.ly/42yxssG>. Nakon što s učenicima odgledate video, potaknite raspravu na sljedeće teme:  
 A. Neka objasne najmanje tri načina medijskog manipuliranja publikom. O kakvim je oblicima manipulacije riječ? Jesu li do sada i sami prepoznali manipulativne medijske tehnike kada su na njih našli? Neka navedu primjere.  
 B. Jesu li vizualni sadržaji uvijek znak vjerodostojnosti i pouzdanosti medijskog sadržaja?  
 C. Tko određuje koji će medijski sadržaji postati udarna vijest i o kojim to kriterijima ovisi?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenik će moći objasniti prava djece u digitalnom okruženju.
- ▶ Učenik će znati prepoznati neprihvatljive oblike ponašanja u digitalnom okruženju sukladno Konvenciji o dječjim pravima.

## Kratki opis ishoda

Konvencija o pravima djeteta najvažniji je međunarodni dokument kojim se štite dječja prava u cijelome svijetu. Konvenciju je usvojila Generalna skupština Ujedinjenih naroda 20. studenoga 1989. godine zbog čega se svake godine na taj datum obilježava Međunarodni dan dječjih prava. Odbor za prava djeteta Ujedinjenih naroda, koji prati provedbu Konvencije o pravima djeteta, 2021. je usvojio Opći komentar br. 25 kojim se uređuju dječja prava u digitalnom okruženju, odnosno njime se ističe da sva prava koja su djeci zajamčena

Konvencijom u fizičkom svijetu, jednakov vrijede i u onom digitalnom. To je osobito važno kada su u pitanju neprihvatljivi oblici ponašanja među djecom koji se često događaju upravo u virtualnom svijetu u kojem mnoga djeca misle da ih tzv. anonimnost i digitalno okruženje štite od mogućih kazni. Stoga je izrazito važno kod djece osvijestiti činjenicu da pravila ponašanja jednakov vrijede i u fizičkom i u virtualnom svijetu te da počinitelji nasilja jednakov mogu biti kažnjeni za svoja nasilna djela, neovisno o okruženju u kojem ga čine.

## Preporuka korisnih materijala

1. Konvencija o dječjim pravima (dostupna na <https://uni.cf/3Bnbypj>)
2. Dječja prava: Samo dijete - <https://bit.ly/41z54yd> (video kao dobar poticaj za raspravu o dječjim pravima)
3. O'Neill, B. (2023). Research for CULT Committee – The influence of social media on the development of children and young people. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Dostupno na <https://bit.ly/41sGAqq>
4. Ciboci, L., Labaš, D. (2021). Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/42yILtF>

## Preporuka radnih zadataka

1. Podijelite učenike u skupine. Svaka skupina treba imati primjerak Konvencije o dječjim pravima (primjerice - <https://uni.cf/44XPqzd>). Radi lakšeg shvaćanja, možete im podijeliti Konvenciju na jeziku bliskom djeci koja je dostupna na <https://bit.ly/3BnETQq>). Nakon što su pročitali čitavu Konvenciju, zadatak je učenika da na velikom listu papira popišu koje sve prava, na temelju Konvencije, imaju djeca u virtualnom svijetu. Nakon što su izdvojili sva prava, neka svaka grupa istakne i argumentira tri koja smatraju najvažnijima. Cilj je ovog zadatka da se učenike u potpunosti osvijestiti o pravima koje imaju u digitalnom svijetu, ali istovremeno i obaveze, odnosno odgovornosti. Nakon što su izdvojili sva prava, potaknite raspravu o pravima koja su primijetili da se često krše

u digitalnom svijetu. Neka u raspravi istaknu o kojim je pravima riječ, na koji su način prava prekršena, tko ih najčešće krši te gdje najčešće u digitalnom svijetu vide primjere kršenja dječjih prava.

2. Organizirajte debatu u razredu tako da ćete učenike podijeliti u dvije skupine. Tema debate su djeca influenceri. Naime, sve je više djece u svijetu čije fotografije i video materijale objavljaju roditelji koji na tome zarađuju. Često je riječ o djeci predškolskog uzrasta koja uopće nisu svjesna gdje se i na koji način objavljaju njihove fotografije. Neki smatraju da se takvo ponašanje roditelja smatra iskorištavanjem djece za rad što je protivno dječjim pravima. Zadatak je učenika da u dvije skupine argumentiraju zašto se takvi postupci roditelja mogu, odnosno ne mogu smatrati iskorištavanjem djece za rad.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenik će znati prepoznati elektroničko nasilje.
- ▶ Učenik će znati razlikovati oblike elektroničkog nasilja.
- ▶ Učenik će znati objasniti što učiniti u slučaju međuvršnjačkog elektroničkog nasilja.

## Kratki opis ishoda

Elektroničko nasilje podrazumijeva ponижavanje, vrijedanje, prijetnje te druge aktivnosti čiji je cilj nekoga uznenemiriti ili našteti mu koristeći digitalne tehnologije. Dok se kod djece u osnovnoj školi takvi oblici nasilja češće događaju unutar zatvorenih grupa za dopisivanje, učenici u srednjim školama nasilje sele javno na društvene mreže. Istraživanja u Hrvatskoj pokazuju da su elektroničkom nasilju više izložena starija (6,4% djece u dobi od 12 do 14 godina i 11,8% djece u dobi od 15 do 17 godina), nego mlađa djeca (4% u dobi od 9 do 11 godina) (Ciboci i

sur., 2020). Stoga ne treba čuditi što i najnoviji podaci pokazuju da mlade u dobi od 16 do 25 godina najviše, kada su u pitanju novi mediji, zabranjiva utjecaj društvenih mreža na njihovo mentalno zdravlje te samo elektroničko nasilje (AEM, Unicef, 2023). Postoje različiti oblici elektroničkog nasilja – od snimanja fizičkih tučnjava i njihovo objavljivanje na internetu, pokretanja različitih grupa namijenjenih ismijavanju i ponizavanju djece, preko lažnog predstavljanja do slanja i objavljivanja uvredljivih i ponizavajućih poruka.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekranu. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3o2YCBF>.
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41wDjGA>
3. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3MnjSvh>
4. Centar za nestalu i zlostavljanu djecu (2020). Smjernice za postupanje u slučaju elektroničkog nasilja. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/3O7rAuL>
5. Vejmelka, L., Krulić Kuzman, K., Gorjanac, V. (2018). Upoznajmo i prepoznajmo e-nasilje. Program prevencije elektroničko nasilja. Priručnik za voditelje programa. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/44W7xWj>

## Preporuka radnih zadataka

- Zadatke za ovu nastavnu jedinicu možete potražiti u priručnicima koji su u potpunosti posvećeni upravo problemu elektroničkog nasilja. Svaki zadatak možete prilagoditi uzrastu učenika, ovisno o vrsti nasilja koju vidite kao najveći izazov među učenicima u razredu:
1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekranu. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3o2YCBF>.
  2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za

srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41wDjGA>

3. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). Digitalni mediji i mentalno zdravlje. Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3MnjSvh>
4. Vejmelka, L., Krulić Kuzman, K., Gorjanac, V. (2018). Upoznajmo i prepoznajmo e-nasilje. Program prevencije elektroničko nasilja. Priručnik za voditelje programa. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/44W7xWj>

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći samostalno analizirati tekst, video i audio dio jednog glazbenog spota i opisati karakteristike prikazanog nasilja.
- ▶ Učenici će moći objasniti razliku u prikazu napadača i žrtve na primjeru najmanje dvije popularne pjesme.

## Kratki opis ishoda

Sigurno ste barem jednom u životu pjevuli pjesmu za koju niste ni slutili da se temelji na nasilju. Iako prema dosadašnjim istraživanjima nasilje ne dominira u spotovima pjesama (u samo 15% spotova utvrđeno je kako postoji nasilje) nasilje se često prikazuje kao popularno, a nerijetko i realistično (Smith, Boyson, 2002). Osim toga, učenici često ne razmišljaju o tome kako su u riječima i video segmentu spota prikazani agresori/napadači ili općenito osobe koje pjevaju o nasilju. U većini nasilnih spotova najčešće su prikazani i dominiraju upravo napadači, a ne žrtve.

Takve prikaze vrlo često možemo susresti u rap glazbi. Postoje tri temeljna razloga zašto mlađi u tolikoj mjeri slušaju glazbu: stvaranje atmosfere i kontrola raspoloženja; popunjavanje tištine i slobodnog vremena te usredotočenost na tekst (Roe, 1985). U ovoj radionici učenici će naučiti prepoznati nasilje u riječima pjesama te usporediti audio i video dio pjesme, odnosno spota. U dekonstrukciji poruke prepoznat će kako se nasilje često koristi iz komercijalnih razloga ili za privlačenje pozornosti.

## Preporuka korisnih materijala

1. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011): Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. Djeca medija – od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska. Dostupno na <https://bit.ly/3W5MxIG>

## Preporuka radnih zadataka

1. Odabir glazbe i naše emocije  
U raspravi s učenicima podsjetite ih kako glazba prožima veći dio njihove svakodnevnice. Istražite njihovu motivaciju za slušanje glazbe. Potom pokušajte odrediti koliko vremena dnevno provedu uz glazbu. Možete se osvrnuti i na različiti dojam samostalnog slušanja glazbe i slušanja u društvu. Što se mijenja u našem ponašanju? Svakako raspravite ulogu koju imaju emocije u njihovom glazbenom odabiru. Ako u raspravi prepoznate da neki od njih imaju sklonost nasilnoj glazbi svakako se zadržite u raspravi i pokušajte otkriti što je uzrok takvog odabira.
2. Dekonstrukcija glazbenih spotova  
Dok pjevušte popularne pjesme mlađi vrlo rijetko razmišljaju o samim riječima pjesama. U nastavku navodimo dva primjera vrlo popularnih pjesama. Uz pomoć ppt prezentacije prikažite im riječi pjesama ili ih pojedinačno podijelite kako bi mogli provesti analizu sadržaja pjesama. Najprije im pustite audio zapis pjesme, a da ih prethodno niste upoznali sa sadržajem. U tom trenutku im još nemojte pokazivati spot. Potom ukratko raspravite o samom audio zapisu i istražite

njihove reakcije i doživljaj pjesme. Na kraju, kada im pokazujete video paralelno s njim neka gledaju i riječi. Cilj je prepoznati neusklađenost audio, videa i teksta i korištenje bezrazložnog nasilja kako bi se popularizirala pjesma. Slobodno se osvrnite i na broj pregleda koji ima svaki od navedenih primjera.

Filip Dizdar: Hodaš na rukama, <https://bit.ly/41AXwei>

Foster the People: Pumped up Kicks, <https://bit.ly/3IbaJDU>

3. Korištenje glazbe za progovaranje o nasilju i prevencija nasilja  
Glazbu možemo koristiti kako bismo senzibilizirali javnost te provodili aktivnosti u prevenciji nasilja i rizičnog i neprihvatljivog ponašanja. Odaberite jedan od tri primjera i raspravite u razredu u koliko ih mjeri navedeni primjer potiče na drukčiji pristup nasilju te koliko učinkovito pruža pomoć žrtvama. Potiče li ih ovaj primjer da i sami prijave nasilje kojem su svjedočili?  
Lady Gaga - Til It Happens To You, <https://bit.ly/3MudgMO>  
Stoka - Lily, <https://bit.ly/3BJIJDL>

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći opisati način kako prijaviti zlostavljanje na internetu i na društvenim mrežama te kako potražiti stručnu pomoć.

## Kratki opis ishoda

Dosadašnja istraživanja pokazala su kako će se tek svako deseto dijete u dobi 9-11 (a koje je naišlo na uznenirajući sadržaj) povjeriti svojim bližnjima (hrkids.online 2017). I u adolescentskom uzrastu također vidimo mnogo izazova oko prijavljivanja nasilja. Iako u Hrvatskoj postoji nekoliko načina za prijavu nasilja i pružanje pomoći poput npr. Hrabrog telefona, csi.hr, Centar za nestalu i zlostavljanju dječju, aplikacije Red Button ili portala uho.dkmk.hr, #nohatezone, jedan dio

mladih nije ohrabren i ne osjeća se sigurno kako bi prijavili nasilje. Iako ovdje nećemo ulaziti u razloge takvog ponašanja važno je neprestano informirati mlade o mogućnostima koje imaju i pružiti im sigurnost da će njihov poziv uistinu ostati anoniman, ali da će institucije uistinu reagirati. U tome su jako važne i javne kampanje u kojima se želi informirati i senzibilizirati mlade da se odvaje i prijave nasilje koje su sami proživjeli, ali isto tako i nasilje kojemu su svjedočili.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci L., Ćosić Pregrad I., Kanižaj I., Potočnik D., Vinković D., (2020) Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu HR KIDS Online. Dostupno na <https://bit.ly/3Iar3ET>
2. Ćosić, I., Pregrad, J., Salečić, I., Tomić Latinac, M. (2010). Prekini lanac – zaustavimo električno nasilje. Priručnik programa prevencije električnog zlostavljanja. Unicef – Ured za Hrvatsku.

## Preporuka radnih zadataka

1. Aplikacija Red Button  
Na stranici [mup.hr](http://mup.hr) možete pronaći poveznicu RED BUTTON – Online prijava zlostavljanja djeteta. Ovaj je način prijave zlostavljanja namijenjen svima koji su sami žrtve zlostavljanja, ali i koji su zabrinuti za sebe ili dobrobit drugog djeteta. Prijaviti možemo i sadržaj na internetu koji smatramo uznenirajućim. Ove prijave preuzimaju policijski službenici za mladež koji su posebno educirani upravo za ovakva kaznena djela te im se možemo obratiti s punim povjerenjem. Obrazac za ispunjavanje je vrlo jednostavan i jamči našu anonimnost ako se za to odlučimo, te upoznajte učenike s tom aplikacijom. Veliki broj djece i mladih u Hrvatskoj već je prošlih godina zatražio i primio pomoć.
2. Utočište hrabrih online (UHO) - #no hate zona [uhodkmk.hr](http://uhodkmk.hr)  
UHO je portal na kojem možemo prijaviti nasilje online, te uz pomoć utjecajnika (eng. influencer) i raznih stručnjaka zatražiti pomoć. Ovo je uistinu posebna stranica jer nam omogućava i uvid u više od 900 svjedočanstava djece i mladih koji su se povjerili jednom od osam utjecajnika koji su sudjelovali u projektu. Upit možemo poslati javno ili anonimno, a prije nego što se odlučimo napisati svoje iskustvo poticajno je vidjeti o kojim su problemima već drugi pisali, ali i pogledati savjete koje su napisali stručnjaci u ZONI SAVJETA. Neka učenici u

ovoj radionicici kroz 15 minuta prouče primjere koji su objavljeni. Nakon toga odaberite najznačajnije primjere i potaknite raspravu o tome ima li netko u razredu slična iskustva.

3. Video primjeri za senzibiliziranje mladih  
Na sljedećoj poveznici pronaći ćete video Say No! koji je osmišljen na razini Europske unije u sklopu EUROPOLA u koji je uključeno i Ministarstvo unutarnjih poslova RH.  
Ovaj video ima za cilj potaknuti mlade na promjenu ponašanja i smanjiti izloženost rizičnom ponašanju. U njemu se kroz konkretni primjer opisuje rizično ponašanje i posljedice do kojih ono može dovesti, kao i sve češća izloženost mladih mamljenju odraslih osoba koje se mogu lažno predstaviti kako bi pristupile djeци i mladima s ciljem ucjene i seksualiziranim sadržajem, a koji dovodi do počinjenja teških kaznenih djela na štetu djece i mladih.  
Preporuka video materijala: <https://bit.ly/3W0JjWV>  
Pogledajte zajedno video i nakon toga najprije provjerite zna li netko u razredu za sličan primjer u vašoj školi. Znate li za nekoga od prijatelja tko je prošao nešto slično? Što biste vi učinili? Cilj je senzibiliziranje djece i mladih, kao i da nauče čuvati dokazni materijal ako ikada budu izloženi sličnoj situaciji. I ova radionica ima za cilj ohrabriti dječju i mlade da prijave ovakve slučajeve zlostavljanja i da imaju povjerenja u policijske službenike.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći opisati glavne karakteristike nasilja u medijima i na društvenim mrežama.
- ▶ Učenici će moći razlikovati fizičko od emocionalnog nasilja.

## Kratki opis ishoda

Svake godine u okviru Dana medijske pismenosti Agencija za elektroničke medije zajedno s UNICEFOM i agencijom za istraživanje javnog mnjenja IPSOS provodi istraživanje o stavovima djece, mladih i odraslih o medijima i društvenim mrežama. U istraživanju provedenom 2023. godine pokazalo se kako i djeca i odrasli kao dva temeljna razloga za zabrinutost vide u utjecaju društvenih mreža na mentalno zdravlje djece, kao i u online nasilju (AEM, UNICEF 2023). Sve je više mladih koji prepoznaju brojna negativna obilježja online nasilja. Jedno od tih obilježja su i komentari koje djeca i mladi pišu, dijele i

komentiraju na društvenim mrežama. Jedan dio mladih i dalje ne vidi svu težinu elektroničkog nasilja i uvreda ili etiketiranja kojemu su i sami izloženi. Stavimo pred njih općeprihvaćenu definiciju nasilja koju je osmislio profesor Potter, a prema kojoj je nasilje „povreda nečije emocionalne i fizičke dobrobiti“ (Potter, 1999). Kroz radionice koje smo osmislili želimo djecu osvijestiti upravo o tome da je i povreda emocionalne dobrobiti jednako teška i važna kao i fizička bol koju netko trpi kada je izložen takvom tipu nasilja. Verbalno nasilje stoga zasluguje puno veći prostor u našim aktivnostima.

## Preporuka korisnih materijala

1. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011): Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). Djeca medija – od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska. Dostupno na <https://bit.ly/3I7mvPq>
2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2019) Poštivanje sebe i drugih u virtualnom svijetu. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na: <https://bit.ly/2CYZvk9>

## Preporuka radnih zadataka

1. A što ako se poruka više ne može izbrisati? Poruke putem brojnih aplikacija nerijetko šaljemo kada smo ljuti, tužni i razočarani. Ponekad se to može razaznati i u emotikonima 😊 koje koristimo. Skloni smo temeljem onoga što je netko napisao reagirati vrlo burno i instinkтивno. Poruke nikada neće moći opisati cijelu situaciju u kojoj se nalazimo. Npr. preko poruke nikada nećemo osjetiti bilo srca ili dah osobe kojoj šaljemo poruku, a pogotovo nećemo moći vidjeti njene oči kako bismo znali kako se i ona sama osjeća dok nam šalje poruku. Zato je važno dva puta promisliti nad svakom porukom koja govori o našim emocijama. I uвijek je bolje susresti se uživo s osobom s kojom se dopisujemo kada joj želimo govoriti o svojim emocijama. Zamolite učenike da se prisjetete trenutaka kada su posve pogrešno shvatili nečiju poruku samo zato što su sami bili pod utjecajem emocija u određenim raspoloženjima.
2. Što bi se dogodilo da smo pričekali? Budući da se od nas očekuje da smo trajno dostupni i prisutni u virtualnom prostoru i da reagiramo čim primimo neku poruku, posve je logično da ćemo pritom raditi i pogreške. U ovoj radionici krenimo od pravila 5 minuta. U raspravi učenike pitamo jesu li ikada imali iskustvo da su poslali poruku koju su

htjeli izbrisati jer su se predomislili iz bilo kojeg razloga. Zamolite ih da svatko uzme svoj mobitel i da pogledaju poruke koje su poslali u zadnjih 24 sata svojim prijateljima. Postoji li poruka koja je iz bilo kojeg razloga problematična i koja se mogla poslati kasnije? Što bi na taj način dobili, a što izgubili? Je li nužno uвijek isti tren reagirati na poruke?

3. Isključivanje iz grupe Neprihvatljivo je isključivanje mladih iz razrednih grupa iz bilo kojeg razloga. U jednoj je zagrebačkoj osnovnoj školi postojala grupa „3b bez Eme“. Ema je učenica koje se tek doselila i zadnja je došla u razred. Učiteljica mjesecima nije znala za postojanje ove WhatsApp grupe dok jedan od roditelja nije o tome otvoreno progovorio. To nije prihvatljivo ponašanje i nitko ne zaslužuje biti isključen samo zato što je tek došao u novu sredinu. U ovoj radionici primijenite model igranja uloga. Jedan učenik neka bude roditelj, drugi učitelj, tri učenika su oni koji se dopisuju i jedan učenik neka bude onaj koji je isključen. Priča kreće s prijavom roditelja učenika koji je isključen učiteljici. To su ubrzo saznali i učenici u grupi koji su počeli brisati poruke. Kako ćete reagirati? Neka svatko ostane u svojoj ulozi i objasni što bi poduzeo i kako bi reagirao.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će razlikovati vrste medija i medijskih sadržaja.
- ▶ Učenici će znati objasniti negativne utjecaje medija na društvo.

## Kratki opis ishoda

Današnji je svijet nezamisliv bez komuniciranja i medija, a masovni mediji imaju utjecaja i na našu meduljudsku komunikaciju i na komunikaciju u društvu koju često nazivamo i masovnom komunikacijom. Činjenica je da je povijest ljudskoga roda i njegovog napretka vezana uz komunikaciju, a čovjek je kroz povijest razvijao različita komunikacijska sredstva ili medije, pa smo tako od pojave pisma kroz povijest prešli preko izuma tiskarskoga stroja do današnjih digitalnih medija. Pri tome nijedan novi medij nije potpuno zamjenio onaj stari, a medije kakve danas poznajemo nazivamo novim, električnim ili digitalnim medijima koji su k tome još i konvergentni (to jest spajaju tekst, zvuk i sliku), interaktivni i hipertekstualni i po tome se razlikuju od tradicionalnih medija. Tradicionalni su mediji knjige, novine i časopisi ili općenito tisk, ali i radio i televizija. U nove medije ubrajamo sve one koji kao svoju platformu koriste internet, to jest sve one sadržaje do kojih dolazimo električkim putem i uz pomoć digitalnih tehnologija i uređaja kao što su stolna računala, prijenosna računala, tableti i pametni telefoni. I tradicionalni i novi mediji prenose nam razne vrste sadržaja (koje nazivamo i

medijskim prilozima) – od jednostavnih informacija i vijesti, preko reportaža i intervjuja do kolumni i komentara, i mnogih drugih sadržaja koji ovise o mogućnostima samoga medija. Tako ćemo u tisku te sadržaje čitati, na radiju slušati, a na televiziji i internetu i čitati i slušati i gledati.

Kako piše Michael Kunczik, kada se rada neki novi mediji, onda ga se uobičajeno napada kao nešto što ugrožava društvo. „Za novine se smatralo da izještavanjem o zločinima potiču njihovo oponašanje i da podržavaju državni autoritet. Engleski teatar, držalo se, poticao je brutalnost, knjige pak gubitak čudoreda, a čak je i opera izazvala revoluciju i tako belgijsku nezavisnost. Telefon je navodno ugrožavao zdravlje (infarkti), nijemi film poticao seksualnu razuzdanost i nasilje, a tonski film je imao strašne posljedice za muzičare koji više nisu bili potrebni kao muzička pratnja filmu. Radio je podrivao roditeljski autoritet, televizija je dovela do gubitka djetinjstva i propasti kulture (npr. Neil Postman, 1983., 1985.), a digitalni mediji dovode, smatraju kritičari, do deformacija mozga, ovisnosti o kompjutorskim igricama, porastu kriminaliteta, zapuštenosti mladih itd.“

## Preporuka korisnih materijala

1. Lechhammer, S. (2022). Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu. Zagreb: Agencija za električne medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41Ap1EL>
2. Malović, S. (ur.) (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
3. Malović, S. (2005). Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
4. Primorac, B., Šimeg, M., Šojat A. (2010). Novinarstvo u školi. Zagreb: Školska knjiga.
5. Žderić J. (2009). Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke. Zagreb: Medioteka

## Preporuka radnih zadataka

1. S učenicima posjetite internetsku stranicu <https://bit.ly/3pxmnlM> na kojoj ćete pronaći edukativne materijale Uvod u novinarstvo – Edukativni materijali za učenike osnovnih i srednjih škola o medijima i novinarstvu. Na temelju toga teksta autorice Stele Lechhammer upoznajte ih s različitim vrstama tradicionalnih i novih medija i što o medijima kaže zakon, kao i s povjesnim pregledom komunikacije i novinarstva sve do današnjih dana.
2. Iz istih edukativnih materijala na stranicama 17 i 18 pronaći ćete dvije vježbe: „Vježba 1. Što čitamo, gledamo i slušamo?“ i „Vježba 2. Kako čitamo, gledamo i slušamo“. Na temelju prve vježbe s učenicima raspravite tamo postavljena pitanja, a potom prijedite na drugu vježbu i posvetite se kriterijima za ocjenu kvalitete medijskog priloga. Posebnu pozornost обратите na sljedeća tri kriterija koji uključuju i razmišljanje o nasilju u medijima: naglašava li prilog pretjerano konflikt, odnosno sukob? Igra li prilog pretjerano na emocije? Ima li u prilogu senzacionalističkih elemenata?
3. Za treći radni zadatak predlažemo tekst Michaela Kunczika kojeg smo citirali u kratkom opisu ishoda, te s učenicima raspravite sadržaj tog teksta: „Kada se rađa neki novi mediji, onda ga se uobičajeno napada kao nešto što ugrožava

društvo. „Za novine se smatralo da izještavanjem o zločinima potiču njihovo oponašanje i da podržavaju državni autoritet. Engleski teatar, držalo se, poticao je brutalnost, knjige pak gubitak čudoreda, a čak je i opera izazvala revoluciju i tako belgijsku nezavisnost. Telefon je navodno ugrožavao zdravlje (infarkti), nijemi film poticao seksualnu razuzdanost i nasilje, a tonski film je imao strašne posljedice za muzičare koji više nisu bili potrebni kao muzička pratnja filmu. Radio je podrivao roditeljski autoritet, televizija je dovela do gubitka djetinjstva i propasti kulture (npr. Neil Postman, 1983., 1985.), a digitalni mediji dovode, smatraju kritičari, do deformacija mozga, ovisnosti o kompjutorskim igricama, porastu kriminaliteta, zapuštenosti mladih itd.“ (Michael Kunczik, Predgovor. Masovni mediji i njihov utjecaj na društvo, u: Malović, S. (ur.) (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever, 21).

S učenicima raspravite pitanja poput: Što misle o tekstu Michaela Kunczika? Ugrožavaju li mediji društvo? Kakav je njihov odnos prema medijima? Utječu li mediji – posebno novi mediji i društvene mreže – na naše ponašanje? Na koji način? Mogu li mediji poticati na neprimjerene i neprihvatljive načine ponašanja, pa i na nasilje?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će znati razlikovati javne medijske servise, komercijalne i neprofitne medije te prepoznati važnost njihove društvene odgovornosti za demokraciju i aktivno građanstvo.

## Kratki opis ishoda

Mediji su dio vrlo složenoga društvenog sustava svremenih zemalja i njegovih brojnih podsustava. Kako ističe Claude-Jean Bertrand oni su istodobno i javna usluga i politička institucija i industrija. Hrvatski zakon o medijima koji je na snazi od 1. siječnja 2023. ističe da Republika Hrvatska „potiče i štiti pluralizam i raznovrsnost medija“ (čl. 5, par. 1) koji mogu biti javni, komercijalni i neprofitni. Javni mediji u Hrvatskoj, kao što su Hrvatska radiotelevizija i Hina, prema zakonima koji se odnose na njih trebaju djelovati u službi javnosti i biti oslobođeni političkih i komercijalnih pritisaka, a sredstva za neovisno i slobodno djelovanje osigurava im vlast RH. UNESCO-a i Europska radiodifuzijska unija (EBU), čija je članica i Hrvatska radiotelevizija (HRT), navode da je javni medijski servis „stvoren za javnost, javno financiran i javnost ga nadzire“, dok njegov sadržaj informira, obrazuje i zabavlja publiku, odnosno gradane. Isto se tako navodi da javni medijski servis nije ni komercijalan ni u državnom vlasništvu, iako jest zakonski reguliran, a kao takav, sloboden je od političkih i komercijalnih utjecaja. Obje organizacije javni medijski servis prepoznaju kao temelj demokratskih društava, navode Vlatka Šelimber i Igor Šelimber, dodajući da bi načela djelovanja javnog medijskog servisa trebala biti univerzalnost, raznolikost, neovisnost i prepoznatljivost. Javni medijski servis ne bi se trebao približiti komercijalnim medijima nego bi uvijek

trebalo biti u službi javnoga interesa i osim informativne i zabavne imati i formativnu, to jest obrazovnu funkciju. Danas je većina medija u rukama privatnih vlasnika i uz javnu uslugu koju pružaju cilj im je i ostvariti prihode za svoje funkcioniranje, posebno preko promidžbe (oglasa) te ih nazivamo komercijalnim medijima. I komercijalni mediji – uz svoje specifičnosti – nastoje biti društveno odgovorni držeći se općih profesionalnih i etičkih načela u svome djelovanju kako što su istinitost i objektivnost. Neprofitni mediji ili mediji „trećeg sektora“ prema definiciji Unesco-a su „mediji zajednice“ koji „ne djeluju za profit, već za društvenu korist i korist zajednice“, a trebali bi „biti u vlasništvu, služiti i biti odgovorni zajednici u ime koje djeluju te bi trebali omogućiti participaciju zajednice u stvaranju programa“ (UNESCO, 2006). Oni bi trebali biti uključivi i participativni, pluralni i poticati na aktivno građanstvo, trebali bi imati društvene, a ne komercijalne ciljeve i djelovati na neprofitnoj osnovi.

Bez obzira pripadaju li javnom servisu, komercijalnim ili neprofitnim medijima zbog svoje društvene odgovornosti svi se mediji moraju držati svojih obveza prema društvu, a njihove se djelatnosti uređuju zakonom i etičkim kodeksima, ali oni svoju pravu moć crpe iz temeljnoga ljudskog prava na slobodu misli i govora, koja je zajamčena i Ustavom RH (čl. 38).

## Preporuka korisnih materijala

- Bertrand, C-J. (2007). Deontologija medija. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Car, V. (2007). Konvergirani javni medijski servis, Politička misao, XLIV (2), 113-127.
- Malović, S. (ur.) (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
- Malović, S. (2005). Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Mučalo, M. (2014). Javni servisi ili komercijalni sadržaji?, Politička misao, XLI (1), 42-54.
- Šelimber, V., Šelimber, I. (2021). Obrazovna uloga javnog servisa i komunikacijski izazovi medijski posredovane nastave, Communication Management Review, 6 (2), 52-65.

## Preporuka radnih zadataka

- „Cilj medija ne može biti isključivo zarađivanje novaca, kao ni to da su jednostavno slobodni: sloboda je nužan, ali ne i dovoljan uvjet. Cilj koji valja postići jest imati medije koji će valjano služiti svim građanima. Posvuda na industrijaliziranom Zapadu privatni mediji odavna uživaju političku slobodu, a usluge koje pružaju svejedno su vrlo često ispod svake kritike“, napisao je Claude-Jean Bertrand. S učenicima raspravite ovu njegovu tvrdnju uz pitanja vezana uz društvenu odgovornost i slobodu medija. Posebnu pozornost posvetite pitanju slobode na društvenim mrežama.
- S učenicima nabrojite neke domaće ili strane komercijalne medije koje poznaju i prate – bilo da je riječ o tisku, radiju, televiziji ili internetskim portalima. Potaknite ih da navedu koje sadržaje na njima prate, a posebno se osvrnite na informativne i obrazovne programe. Koje informativne programe prate? Koje obrazovne programe prate? Usporedite ih s istim takvim programima na javnim servisima: po čemu su slični, po čemu se razlikuju?
- „U novinarstvu, informacija se shvaća kao društveno dobro, a ne kao roba, što znači da novinar dijeli odgovornost za informaciju koju prenosi i da je stoga odgovoran ne samo onima koji kontroliraju medije već, u konačnici, najširoj javnosti, uključujući i razne društvene interese. Društvena odgovornost

novinara zahtijeva da on u svim okolnostima postupa u skladu s osobnom savješću.“ Na temelju ovoga teksta iz Međunarodnih načela profesionalne etike u novinarstvu Unesco (citirano prema Malović (ur.), 2014, 116) s učenicima raspravite sljedeća pitanja: Što podrazumijevaju pod društvenom odgovornošću medija? Je li informacija danas javno društveno dobro ili roba? Nabrojite neke značajke danas sve popularnijeg društveno odgovornog poslovanja (DOP) s kojim je povezan i razvoj društvene odgovornosti medija i razvoj neprofitnih medija. Koje neprofitne medije poznajete i pratite? Kako bi svi mediji trebali izvještavati o (ratnim) sukobima i nasilju?

- S učenicima raspravite odredbe čl. 38 Ustava Republike Hrvatske: „Jamči se sloboda mišljenja i izražavanja misli. Sloboda izražavanja misli obuhvaća osobito slobodu tiska i drugih sredstava priopćavanja, slobodu govora i javnog nastupa i slobodno osnivanje svih ustanova javnog priopćavanja. Zabranjuje se cenzura. Novinari imaju pravo na slobodu izvještavanja i pristupa informacijama. Jamči se pravo na ispravak svakomu komu je javnom viješću povrijedeno Ustavom utvrđeno pravo.“ Može li sloboda izražavanja misli biti apsolutna? Ima li zakonodavac pravo cenzurirati ili ograničiti neke sadržaje, npr. nasilje u medijima?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će se znati objasniti edukativnu ulogu medija.
- ▶ Učenik će znati razlikovati edukativne medije od drugih vrsta medijskih sadržaja.

## Kratički opis ishoda

U komunikološkoj se literaturi navodi da mediji imaju tri osnovne uloge: informiranje, obrazovanje i zabava, a prema Stjepanu Maloviću Jay Black i Jennings Bryant navode njih četiri: informacija, zabava, uvjerenje i transmisija kulture. Dakako da to nisu jedine uloge koje ostvaruju mediji u našim društвima, ali je vrlo važna odgojno-obrazovna ili edukativna uloga medija, jer različitim temama promiču kulturne, odgojne i obrazovne sadržaje. Preko edukativne uloge mediji nas upoznaju s novim znanjima te nas podučavaju o svemu što do tada nismo znali: o drugim društвima i zemljama, ljudima u njima i njihovim načinima života, kulturama i gospodarstvu, načinima ophodenja i ponašanja. Zahvaljujući edukativnoj ulozi medija upoznajemo se s novim znanstvenim spoznajama, a prikazujući istraživanja na različitim područjima ljudskoga djelovanja mediji potiču i na usvajanje pozitivnih obrazaca ponašanja prema drugima i prema prirodi koja nas okružuje. Mediji, naime, imaju moć utjecaja na društvo i pojedinca te preko svoje obrazovne funkcije prenose kulturne sadržaje s naraštajom na naraštaj čime povećavaju društvenu koheziju i pomažu u kreiranju javnog mnijenja. U odgojno-obrazovnom procesu prijenos obrazovnih sadržaja može se odvijati i na kreativan, zanimljiv i zabavan

način, a preko medija mogu se promicati stavovi da se do uspjeha dolazi samo vlastitim trudom i zalaganjem. U pedagoškom se smislu može reći da mediji utječu i na oblikovanje kolektivne svijesti, kreiranje javnoga mnijenja i utječu na svijest kako mlađih tako i starijih korisnika medijskih sadržaja. U današnjem društву važno je insistirati na obrazovnim sadržajima u medijima, ali i na odgoju i obrazovanju za korištenje medija, to jest na digitalnoj i medijskoj pismenosti. Digitalna pismenost potrebna je kako bismo se u odgojno-obrazovnom procesu mogli služiti medijima u tehničkom smislu, a mlađima je još potrebnija medijska pismenost zbog odrastanja u digitalnoj kulturi u kojoj često, bez posredovanja odraslih, sami oblikuju svoje identitete i načine komuniciranja u kojima može biti i neprihvatljivog ponašanja i negativnog utjecaja. Osim što mediji imaju odgojno-obrazovnu funkciju, u našem se obrazovnom sustavu sve češće koristimo medijima. Stoga je učenike potrebno poticati na čitanje edukativnih časopisa, kao i gledanje edukativnih filmova i televizijskih emisija, slušanje radijskih emisija i podcastova, kao i igranje edukativnih video igara i ostalih sadržaja koji se koriste u edukativne svrhe u školi te ih podučiti kako se služiti medijima u odgojno-obrazovnom procesu.

## Preporuka korisnih materijala

1. Labaš, D. (2015). „Djeca medija“ – mladi obrazuju mlađe, str. 109-121 u: Car, V., Turčilo, L. Matović, M. (ur.), Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo.
2. Labaš, D., Kanižaj, I. Marković, N., Uldrijan, I. (2021). Medijskom edukacijom za inkluzivnije društvo. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na <https://bit.ly/3BoN7Ys>
3. Maletić, F. (2014). Medijska pismenost, str. 135-225, u Malović, S. (ur.) Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
4. Malović, S. (2005). Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb.

## Preporuka radnih zadataka

1. Ako imate školske novine / časopis ili ste aktivni na internetskoj stranici škole, s učenicima razgovarajte o temama i rubrikama, kao i o informacijama i vijestima koje se mogu pronaći u njima. Zajedno otkrijte edukativni potencijal u tim tekstovima i raspravite u koje se sve edukativne svrhe mogu koristiti mediji.
2. Preuzmite brošuru za srednjoškolce „Medijskom edukacijom za inkluzivnije društvo“ (<https://bit.ly/3BoN7Ys>) i tekstove iskoristite za četiri različita radna zadatka:
  - A. Tekstove Danijela Labaša „Što drugi vide kad im govorim?“ i Danijela Labaša i Iгора Kanižaja „Kako ostaviti dobar dojam na druge?“ upotrijebite kako biste s učenicima raspravili zbog čega je važna interpersonalna komunikacija.
  - B. Tekst Nedjeljka Markovića „Moja karijera, moja odluka – ulaganje u obrazovanje i socio-emocionalne vještine kao osobno i društveno ulaganje“ iskoristite kako biste s učenicima raspravili koje su vrijednosti odgoja i obrazovanja i zašto je za osobni napredak važna komunikacija kao „meka vještina“.
  - C. Tekst Igora Kanižaja „Moje prezentacije bit će najbolje“ upotrijebite kako biste podigli digitalnu pismenost svojih učenika i podučili ih na koji način pripremati prezentacije i čemu se mora voditi računa.
  - D. Tekst Ivana Uldrijana „Kako kreirati medijski sadržaj? Kreativno medijsko stvaralaštvo - put ka medijskoj pismenosti“ iskoristite kako biste učenicima pojasnili kako djeluju mediji i na koji način sami mogu kreirati svoje medijske poruke u odgojno-obrazovnom kontekstu (pišući za školske novine, časopis, internetsku stranicu, snimajući video ili audio materijal za nastavu ili za školu i sl.).
2. S internetskih stranica preuzmite knjigu „Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije“ (uredile V. Car, L. Turčilo i M. Matović) te na temelju teksta „„Djeca medija“ – mlađi obrazuju mlađe“ Danijela Labaša razgovarajte o potrebi aktivnoga uključivanja i međuvršnjačke edukacije o medijskoj pismenosti. Mogu li sebe zamisliti kao prenositelja znanja o medijskoj pismenosti svojim vršnjacima? Na koji bi način provodili edukacije?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći objasniti ulogu nasilja u televizijskim serijama i na videoplatformama.
- ▶ Učenici će moći prepoznati komercijalizaciju nasilja u medijskom prostoru.

## Kratki opis ishoda

Nasilje u medijima privlači pozornost publike i oduvijek je bilo dostupno u medijskom sadržaju. U razgovoru s učenicima često vidimo kako su vrlo dobro upoznati s popularnim serijama na videokanalima, ali da je veći dio serija koje su njima interesantne – nasilan. Ako nema roditeljskog posredovanja neki će adolescenti provesti puno vremena izloženi brojnim nasilnim sadržajima u serijama poput Squid Game, Viking, Igra prijestolja, Oz, Hannibal... To čine i usprkos upozorenjima o dobnom uzrastu koji je prikidan za određeni sadržaj. Istodobno, ne zaboravimo kako postoje znanstveni dokazi koji

pokazuju kako je izloženost i gledanje nasilnog televizijskog sadržaja te igranje nasilnih videoigara povezano s agresivnim ponašanjem kod djece, tinejdžera i mlađih kratkoročno i dugoročno. Ova tema za nas je interesantna jer su „istraživanja pokazala kako izloženost nasilnom videosadržaju može smanjiti empatičnost i uzrokovati povećane agresivne misli, ljutnju i agresivno ponašanje“ (Lancet, 2023). Zato nam je cilj potaknuti kod djece promišljanje o tome do kakvih će posljedica dovesti pretjerana izloženost nasilnom sadržaju preko takvih programa.

## Preporuka korisnih materijala

The Lancet Regional Health – Americas 2023; 19: 100473 <https://doi.org/10.1016/j.lana.2023.100473>

## Preporuka radnih zadataka

**Izloženost nasilnim serijama**

U prvom zadatku ispitajte učenike koja je ključna motivacija za gledanje serija koje se temelje na nasilju. O kakvim je serijama riječ? Gledaju li ih na klasičnim kanalima ili na platformama poput Netflix-a? Gledaju li ih sami ili s drugima? Imaju li mogućnost gledanja takvih serija i u drugim prilikama, izvan doma i obitelji? Razgovaraju li s drugima o tim serijama? Gdje su prvi put dobili informaciju o serijama? Koliko su puta prekinuli gledanje ako je bila riječ o sadržaju koji ih uznemiruje?

**Dobne oznake – debata**

Učenike podijelite u dvije grupe. U prvoj grupi neka budu oni koji smatraju kako nije potrebno slijediti upute o dobним granicama za gledanje određenog sadržaja. U drugoj grupi neka budu oni koji smatraju kako su oznake nužne i kako su potrebne pogotovo djeci i mlađima koji sami još uvijek ne znaju što je dobro za njih. Neka kroz 15 minuta pripreme najmanje 3 razloga koja moraju objasniti tijekom debate. Odredite pravila debatiranja.

**Nekontrolirano gledanje**

Jedan od velikih izazova u medijskom odgoju je kada pojedinac provede nekoliko sati gledajući seriju za serijom i ima osjećaj da ne može prekinuti s takvim ponašanjem. To je problem mlađih, ali i odraslih. Višekratno gledanje serija, koje mnogi poznaju pod pojmom binge-watching (eng.) nismo poznavali kao pojam prije pojave specijaliziranih kanala na kojima nema reklama, pa kao korisnici nismo uvjetovani drugim programom već samo slobodnim vremenom. Raspravite s učenicima u razredu jesu li upoznati s ovim pojmom. Jesu li ikada imali slično iskustvo? Mogu li za nekog od svojih vršnjaka reći da ulaze u tu kategoriju? Koje su prednosti, a koji nedostaci višekratnog ili maratonskog gledanja videosadržaja? Kako se osjećamo nakon takve aktivnosti?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći navesti ključne razloge korištenja nasilja u videoigrama.
- ▶ Učenici će moći opisati glavne kategorije za označavanje sadržaja u videoigrama.

## Kratki opis ishoda

Videoigre su najbrže rastuća zabavna industrija. Vjerojatno se ni jedno područje ne razvija tako brzo kao područje videoigara. Čak i u Hrvatskoj imamo nekoliko vrlo dobrih primjera tvrtki koje proizvode uspješne videoigre. Nažalost, analize tržišta pokazuju kako i dalje dominiraju nasilne videoigre. Stoga ne čudi zašto mnogi pokazuju veliki interes za ovo područje. Osim što pružaju zabavu i što imaju mnoge pozitivne posljedice, dokazano je da nasilne videoigre mogu imati i mnoge negativne posljedice: povećanu

agresivnost kod osoba kod kojih struktura ličnosti podržava agresivne kognicije i agresivno ponašanje (Bartlett i sur., 2009) ili npr. zlouporabu alkohola i droga te slabiji odnosi s roditeljima i prijateljima (Padilla i sur., 2008). Činjenica je da mlađi danas provode veliki količinu svoga slobodnog vremena uz videoigre i zato moramo pokazati interes za ovaj sadržaj te ih potaknuti da intenzivnije promišljaju o karakteristikama igara, dakle o sadržaju, ali i o vremenu u kojem su izloženi.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ivasović S., Labaš D. Lovrečić B., Raknić D. *Svijet videoigara*. Zagreb: Drutšvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na <https://bit.ly/3IoXeAj>.
2. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.), *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska. Dostupno na <https://bit.ly/3MH4bzy>

## Preporuka radnih zadataka

**Zašto su mladima „fora“ nasilne videoigre?**  
 Nasilne videoigre često su vrlo zabavne i privlače pozornost, osobito mladih generacija. Podijelite djecu u grupe po četiri i odredite im pet minuta u kojima moraju pokušati pronaći razloge zašto su nasilne videoigre toliko primamljive. Koja je razlika u privlačnosti kod djece u nižim razredima osnovne škole i u srednjoj školi? Kako su prikazani likovi u najpopularnijim igrama? Postoje li možda i neki tržišni razlozi proizvodnje igara koje se temelje na nasilju? Jesu li sve nasilne videoigre primjerene svim uzrastima?

**Znam li sve o videoigrama?**

Provjerite svoje znanje o videoigrama kroz video *Igrajmo sigurno – Znam li sve o videoigrama?* (Video je dostupan na <https://bit.ly/41K6GoJ>) Učenicima najavite da moraju nakon toga objasniti što znače oznake FPS i RPG koje su objašnjene u videu. Osim toga možete ih potaknuti i da vam objasne razliku između PEGI i ESRB kategorizacije sadržaja videoigara.

**Poznajem li ovisnike o nasilnim videoigramama?**

Psiholozi su prije desetak godina osmisili skalu za provjeru ovisnosti o videoigrama. Navedite sve simptome ili neke od njih:

1. nekontrolirana želja, tj. žudnja za igranjem,
2. gubitak kontrole nad ovisničkom aktivnosti i provođenje sve više vremena u igranju,
3. apstinencijski simptomi, tj. osjećaj nemira i razdraženosti kada se ne igra,
4. preokupiranost ovisničkim ponašanjem te zanemarivanje alternativnih zadovoljstava, školskih i kućnih obveza,
5. nemogućnost prestanka igranja videoigara, tj. trajno iskazivanje ovisničkog ponašanja usprkos problemima koje to ponašanje uzrokuje i
6. laganje da bi se prikrila vezanost za videoigre (Young, 2009).

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći objasniti ulogu medija u izvještavanju o nasilju.
- ▶ Učenici će moći opisati kako naši klikovi na mrežnom sadržaju utječu na prezentaciju određene teme.

## Kratki opis ishoda

Gotovo svaki dan u medijima možemo vidjeti barem jedan primjer izvještavanja o nasilju. Takve vijesti okružuju čak i kada to ne želimo i kao da nas uvijek negdje pronađu. Zato ćemo u ovoj nastavnoj jedinici pokušati otkriti pozadinu selekcije vijesti i pronaći razloge zbog čega je toliko vijesti o nasilju u medijima. Uloga medija je ovdje od presudne važnosti. Već smo prije više od 10 godina u istraživanjima (GfK, 2011) vidjeli da građani o raznim oblicima nasilja najviše čuju upravo preko medija, a tek onda od prijatelja, poznanika, u obitelji ili pak na radnom mjestu.

Zato je važno kako će mediji izvijestiti o nasilju, koje će teme naglasiti, koje izvore koristiti, ali možda još važnije od svega kako će progovoriti o nasilju, ali da pritom ne potiču paniku u društvu. Uostalom sjetite se koliko su mediji važni kada smo okruženi izvanrednim dogadjajima poput poplava, požara ili potresa. Sve informacije u svega nekoliko minuta saznavjemo upravo preko medija. Točno je isto tako i da postoje i zlonamjerni pojedinci koji primarno na društvenim mrežama šire dezinformacije i pritom u najmanju ruku u zabludu dovode sve korisnike medija.

## Preporuka korisnih materijala

1. Hatipović M., Jurković I., Samadržić A. Kako prepoznati senzacionalizam u medijima? Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na <https://bit.ly/433RRPD>
2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti? Zagreb: Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Dostupno na <https://bit.ly/42JSiy>

## Preporuka radnih zadataka

**Zašto je vikendom toliko vijesti o nasilju?**  
 Podijelite učenike u grupe po dvoje i kroz nekoliko minuta neka pokušaju dati odgovor na ovo pitanje temeljem vlastitog iskustva. Moderirajte raspravu u smjeru promišljanja o institucijama na koje se mediji oslanjanju u izvještavanju kroz vikend, a to su policija, hitna pomoć, vatrogasci, vojska, HGSS. Nisu li upravo oni najčešći izvori informacija preko vikenda? Nažalost, većina vijesti i događaja koje oni odašilju ulazi upravo u kategoriju nasilja i izvanrednih događaja. Zato je često lakše osloniti se na ove izvore informacije, pogotovo ako je vikendom u redakcijama znatno manje novinara i medijskih djelatnika nego kroz druge dane.

**Je li važna privatnost u izvještavanju o nasilju?**

Jeste li ikada razmišljali o tome kako izvještavati o nasilju? Je li potrebno kod svake vijesti o nesreći objavljivati ime i prezime žrtve i napadača? Što će nama osobno značiti objavljeno mjesto stanovanja tih osoba? Etički kodeksi i zakoni nas obvezuju da uvijek čuvamo dostojanstvo osobe i da pazimo da svojim radom ne otkrijemo podatke koji bi mogli narušiti njihovo dostojanstvo, ali i dostojanstvo njihovih bližnjih. Učenicima dajte zadatak da prouče Kodeks časti hrvatskih novinara koji se

može pronaći na mrežnim stranicama HND-a. Nakon toga raspravite o tome koji su glavni članci kodeksa, a koje sami učenici vide da se krše u medijima koje oni koriste.

**I moj klik potiče nasilje!**

U ovoj radionici želimo učenike osvijestiti kako i oni sukreiraju medijski sadržaj. Na mrežnim stranicama općenjefajnativnih portala često se pokazuju redoslijed tema koje su dobiti najviše klikova. Algoritmi se koriste kako bi nam olakšali stjecanje uvida u navike čitatelja pa će tema koja je možda na prvi pogled bizarna privući puno čitatelja, a urednici će temeljem toga zaključiti kako upravo te teme interesiraju širu publiku. Koliko smo puta i mi kliknuli na temu koja je bila čudna, neobična, neprimjerena, bizarna...? Nije li to bila pomoć uredništvu i algoritmu u tome da i sutra ponude nešto slično? Jeste li znali da svaki naš klik zapravo sukreira sadržaj kojem smo izloženi? Nije li stoga vrijeme da razmislimo na što kliknemo i što ćemo lajkati? Ako imate vremena odaberite u razredu jednu temu koja je društveno važna i afirmativna, ali se nalazi na dnu sadržaja portala. Dogovorite se da svi kliknete na tu temu i da sadržaj ostane otvoren nekoliko minuta. Već sutra ponovite vježbu i vidjet ćete da je tema rangirana više nego ranije.

**Odgojno-obrazovni ishod**

- ▶ Učenici će moći prepoznati neprihvatljive oblike ponašanja koji se temelje na medijski nametnutim idealima ljepote.
- ▶ Učenici će znati objasniti utjecaj medijskih nametnutih idealova ljepote na samopouzdanje i sliku o sebi među adolescentima.

**Kratki opis ishoda**

Izloženost medijima i medijskim sadržajima utječe i na samopouzdanje medijskih korisnika, osobito kada su u pitanju određene vrijednosti koje se nameću kroz medije, kao što su nametnuti ideali ljepote. Koliko to utječe na svakodnevne aktivnosti djevojčica na društvenim mrežama, ali i na njihovu sliku o sebi pokazuje istraživanje prema kojem čak 80 posto djevojčica do 13 godina koristi neku aplikaciju za uređivanje svojih fotografija; 2/3 djevojčica između 10 i 17 godina prije objave na mrežama izmijenile su ili sakrile barem jednu stvar koja im se na njihovom izgledu, odnosno tijelu ne sviđa; oko 37 posto djevojčica je uvjereni da ne izgledaju dovoljno dobro bez uređivanja fotografije, a 59 posto njih je nesigurno u vezi svog izgleda pa redovno uređuju fotke prije nego ih podijele (Dove Self-Esteem Project, 2022). Upravo je izgled i česta tema neprihvatljivih oblika ponašanja

na internetu. Naime, djeca često jedni druge ismijavaju i ponižavaju upravo na temelju fizičkoga izgleda. Tome svjedoče i brojna svjedočanstva koja su pristigla na platformu Utočište Hrabrih Online (UHO) na kojoj djeca mogu dobiti stručne savjete ako sami postanu žrtve elektroničkog nasilje. Tako je jedna djevojčica u dobi od 14 godina pisala da joj je jedan dječak svakodnevno na Instagramu slao uvredljive poruke da je debela, da kakav je osjećaj kupati se u fritezi, koliko dnevno pojede masnoće, da izgleda kao krava pred klanje i slično. Takva su ponašanja osobito rizična u vrijeme adolescencije jer kao posljedicu mogu dovesti do anoreksije i bulimije. Ne treba stoga čuditi i što najnovija istraživanja pokazuju da zbog sadržaja na društvenim mrežama gotovo svaka druga mlada osoba od 16 do 25 godina osjeća stres, usamljenost, zavist ili nižu razinu samopouzdanja (AEM, Unicef, 2023).

**Preporuka korisnih materijala**

1. Lamešić, L., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radiš Bursać, S. (2023). Biti svoj – biti u ravnoteži u virtualnom i medijskom okruženju. Zagreb: Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na <https://bit.ly/3pEfoaZ>
2. Dove (2022). The Confidence Kit. Dove Self-esteem project. Dostupno na: <https://bit.ly/3Mks3IR>
3. National Eating Disorders Association (n.p.). Body Activism - Activity Guide. Dostupno na <https://bit.ly/3LTXpok>
4. Western Health (2012). Body Image – Information and Interactive Activities. Dostupno na <https://bit.ly/41AJ0mT>

**Preporuka radnih zadataka**

1. Potaknite učenike da na platformi UHO, u Zoni savjeta, potraže sve poruke i oblike elektroničkog nasilja koji se temelje na izgledu. Nakon što su učenici izvukli sve poruke, zajedno ih u razredu analizirajte i pokušajte odgovoriti na sljedeća pitanja:
  - A. Kada je u pitanju izgled, koga se češće zlostavlja – djevojčice ili dječake? Kojeg je najčešće spola zlostavljač?
  - B. O kakvim se uvredama radi?
  - C. Na koji način su osobe zlostavljane – preko društvenih mreža, aplikacija za dopisivanje, poziva ili SMS poruka?
  - D. Koliko godina imaju djeca koja su prijavljivala ovakve oblike nasilja?

Nakon što su analizirali sve poruke, neka učenici podijele svoja iskustva na ovu temu, koliko često se susreću oni sami ili njihovi vršnjaci s takvim oblikom nasilja, kako reagiraju u tim situacijama te što smatraju da bi bilo dobro napraviti s ciljem prevencije takvih oblika ponašanja.

2. Preporučujemo provedbu aktivnosti „Kako doživljavam svoje tijelo?“, „Stručnjak/inja za sadržaje u medijima“ i „Idealni tjelesni izgled vs realni tjelesni izgled“ koje se nalaze u priručniku Biti svoj – biti u ravnoteži u virtualnom i medijskom okruženju čije su autorice Lucija Lamešić, Sabina Mandić, Josipa Mihić, Miranda Novak i Sanja Radiš Bursać. Priručnik je dostupan na <https://bit.ly/3pEfoaZ>

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći predvidjeti posljedice slanja i razmjenjivanja poruka seksualnog sadržaja.
- ▶ Učenici će moći predvidjeti opasnosti online dopisivanja i nalaženja s nepoznatim osobama.

## Kratki opis ishoda

Seksualno izrabljivanje djece na internetu iz godine u godinu sve više raste. Dok s jedne strane odrasle osobito zabrinjava činjenica da odrasle osobe sve više koriste Internet kako bi došli do djece, neovisno o dobi i spolu, među djecom osobito rastu posljedice sekstinga, dobrovoljnog slanja vlastitih intimnih fotografija osobama suprotnoga spola koje ponekad, mimo odobrenja i znajna osobe koja je fotografiju poslala, završe javno na mrežama i drugim aplikacijama u kojima ih može vidjeti veći broj ljudi. Sve je više istraživanja i u Hrvatskoj na tu temu. Istraživanje koje je 2019. provela Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreb pokazalo je da je 17% adolescenata prosljedio seksualno izazovan video ili fotografiju poznanika bez njegova pristanka, 42,3% adolescenata razmjenjivalo je s drugima seksualno izazovne poruke/fotografi je/videozapise, 40% adolescenata barem je jednom uzvratio na dobivene seksualno eksplizitne sadržaje, 43,7% njih nikada nije reklo pošiljatelju da prestane slati seksualno eksplizitne sadržaje, a gotovo svaki peti adolescent sekstao je pod nagovorom ili prisilom (Poliklinika-djeca.hr, 2019). Najnovija istraživanja pokazuju da se

nije puno promijenilo ni za vrijeme pandemije. Istraživanje provedeno u sklopu deShame projekta među 2016 hrvatskih srednjoškolaca 2022. godine pokazalo je da je gotovo 40% mladih primilo sadržaje seksualne tematike od poznatih i nepoznatih osoba, svaki deseti učenik poslao je vlastite seksualne sadržaje drugima pri čemu je njih 22% to učinilo zbog ucjene i prijetnje, a svaki drugi na nagovor druge osobe (Vejmelka, Matković, 2022). Pritom je osobito važno djecu neprestano osvještavati o opasnostima nalaženja s nepoznatim osobama s interneta. Iako je na tome potrebno raditi još od osnovne škole, s obzirom na učestalost dopisivanja i nalaženja s nepoznatim osobama među srednjoškolcima, upravo njima treba posvetiti najviše pozornosti i raditi na preventivnim akutnostima kroz čitavo razdoblje adolescencije. Naime, istraživanja su pokazala da je 30,2% djece u Hrvatskoj na internetu komuniciralo s osobom koju nisu upoznali uživo pri čemu je to činilo čak 50,3% djece u dobi od 15 do 17 godina. Pritom se čak 26,8% djece to uzrasta susrelo uživo s osobom koju su upoznali na internetu (Ciboci i sur., 2020).

## Preporuka korisnih materijala

1. Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). Sexting & Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41zSlv9>
2. Vejmelka, L., Krulić Kuzman, K., Gorjanac, V. (2018). Upoznajmo i prepoznajmo e-nasilje. Program prevencije elektroničko nasilja. Priručnik za voditelje programa. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/44W7xWj>
3. Ramljak, T., Vejmelka, L., Rajter, M., Matković, R., Jurinić, J. (2022). Online seksualno uznemiravanje i mentalno zdravlje srednjoškolaca u Hrvatskoj - rezultati istraživanja DeShame1 Hrvatska. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/308MrOA>
4. Ciboci, L., Čosić Pregrad, D., Kanižaj, I., Potočnik, D., Vinković, D. (2020). Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu (HR Kids Online). Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na <https://bit.ly/3MpOts8>
5. Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. EU Kids Online. Dostupno na <https://bit.ly/3pvvpjc>

## Preporuka radnih zadataka

- Zadatke za ovu nastavnu jedinicu možete potražiti u priručnicima koji su navedeni među korisnim materijalima. Svaki zadatak možete prilagoditi uzrastu učenika.
1. Mandić, S., Radić Bursać, R. (2020). Sexting & Sextortion. Nastavni materijal za srednje škole. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41zSlv9>

2. Vejmelka, L., Krulić Kuzman, K., Gorjanac, V. (2018). Upoznajmo i prepoznajmo e-nasilje. Program prevencije elektroničko nasilja. Priručnik za voditelje programa. Osijek: Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Dostupno na <https://bit.ly/44W7xWj>

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći predvidjeti i analizirati negativne posljedice sudjelovanja u različitim TikTok izazovima.

## Kratki opis ishoda

Kao i mlađa djeca tako i srednjoškolci najviše vremena u digitalnom okruženju provode na društvenim mrežama pri čemu su trenutačno najpopularnije među tom dobnom skupinom TikTok, Snapchat i Instagram. Svaka od njih djecu privlači zbor različitih razloga. Naime, TikTok je osim po kratkim videomaterijalima, primarno plesnog sadržaja i tzv. prankova, među djecom omiljen i zbor brojnih izazova koji se svakodnevno šire tom društvenom mrežom, a u kojima često sudjeluju sama djeca. Ovisno o uzrastu djece razlikuju se i oblici izazova u kojima djeca sudjeluju pri čemu su adolescenti skloniji sudjelovanju u rizičnijim izazovima čije posljedice mogu biti iznimno opasne. Budući da trend sudjelovanje djece u TikTok izazovima već godinama ne jenjava i da ih djeca koriste kao oblike međuvršnjačkih natjecanja, ali i stjecanja popularnosti, važno je o ovoj temi razgovarati s djecom na svim razinama obrazovanja – od osnovne do srednje škole. O kakvim je sve izazovima riječ može se pročitati u sljedećim novinarskim člancima:

1. N.C. (2023). Novi opasni TikTok izazov! Dječak preminuo od predoziranja poznatim lijekom za alergije. Dnevnik.hr. Dostupno na <https://bit.ly/41EJGHM>
2. Indeks Magazin (2023). Ovo su najopasniji TikTok izazovi dosad. Index.hr. Dostupno na <https://bit.ly/42zopk9>
3. P.N. (2022). Suludi TikTok izazov među osjećkim tinejdžerima. Više ih je završilo u bolnici zbor torzije testisa. Novelist.hr. Dostupno na <https://bit.ly/42YoXQp>
4. Šimunović, P. (2022). Zbog izazova s ljutom papričicom nekoliko mlađih završilo u bolnici, škole ga zabranile. Srednja.hr. Dostupno na <https://bit.ly/3BmILSK>
5. Šćuric, R. (2022). Još jedan dječak izgubio život zbog TikTok izazova: 'Ne očekujete da će to napraviti vaše dijete'. Srednja.hr. Dostupno na <https://bit.ly/3O5cvKf>

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovorajmo o životu s druge strane ekrana. Priručnik za roditelje i skrbnike učenika osnovnih i srednjih škola. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3o2YCBF>
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/41wDjGA>

## Preporuka radnih zadataka

1. Napišite na ploču TikTok izazovi te s jedne strane napravite stupac s pozitivnim, a s druge strane s negativnim primjerima. Prvi zajednički zadatak učenika u razredu treba biti da navedu sve TikTok izazove kojih se mogu sjetiti pri čemu ih moraju svrstati u stupac – lijevi ili desni. Nakon toga dodajte i treći stupac koji se treba odnositi na godine. Naime, zadatak je učenica da navedu raspon godina djece ili odraslih za koje smatraju da bi mogli sudjelovati u navedenom izazovu. Cilj je osvijestiti djecu da će u najviše izazova sudjelovati upravo adolescenti. Kada to osvijeste, treba potaknuti raspravu o svim

negativnim posljedicama koje bi se mogle dogoditi prilikom sudjelovanja u TikTok izazovima, ali i raspraviti s učenicima zašto djeca toliko često sudjeluju u takvoj vrsti izazova.

2. Drugi zadatak povežite uz prvi i nakon što su djeca osvijestila sve negativne posljedice sudjelovanja u opasnim TikTok izazovima, potaknite ih da u grupama osmisle pozitivne izazove. Neka to bude prilika da se i djeca zabave, ali i da istovremeno osvijeste da se i sudjelovanjem u pozitivnim izazovima može jednako dobro zabaviti, a bez opasnih i negativnih posljedica.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će znati objasniti profesionalne i etičke kriterije novinarstva.
- ▶ Učenici će znati razlikovati etične od neetičnih sadržaja u medijima.

## Kratki opis ishoda

Kako bi sačuvali narušenu vjerodostojnost, ugled i nezavisnost, mediji moraju biti odgovorni i služiti javnosti, a kako bi to mogli – uz poštivanje zakonskih normi – trebaju poštivati i načela i pravila što ih uspostavlja sama struka, a sadržani su u kodeksima časti novinarskih udruženja i društava u Hrvatskoj i svijetu. Pri tome nije riječ samo o tome da novinari moraju biti časni i pošteni ljudi, nego trebaju biti svjesni kako u demokratskim društvima imaju važnu društvenu funkciju, podsjećaju Danijel Labaš i Ivan Uldrijan. Svi novinari bi se trebali pridržavati profesionalnih standarda izvještavanja, neovisno o tome kojom se vrstom novinarstva bave. Profesionalni i etički standardi su univerzalni, „bez obzira na jezik kojim novinar piše i bez obzira na temu o kojoj izvještava, a iako popis osnovnih novinarskih načela ponekad varira u nekoj od točaka, uglavnom ih je većina općeprihvaćena. Tako stručnjak za novinarstvo Stjepan Malović (2005) navodi da su to istinitost, poštjenje, točnost, uravnoteženost i nepristranost. Tu se još često dodaju neovisnost, odgovornost, transparentnost...“, piše Stela Lechhammer. Gordana Vilović dodaje da je „etika u sustavu masovnoga komuniciranja možda jedna od najvažnijih njegovih komponenata, ali nikada do sad nije bilo toliko prijepora i

otvorenih pitanja oko toga. Nove tehnologije i digitalnost u sustavu masovnoga komuniciranja pomakle su granice ne samo u profesionalnih komunikatora nego i u sustavu komuniciranja putem društvenih mreža“, ali uvek kada se govori o etičnom djelovanju u novinarstvu nabrajaju se četiri osnovna načela koja navodi Poynter Institute za medijske studije: „1. pronađite istinu i o njoj izvještavajte, 2. umanjite štetu, 3. djelujte neovisno i 4. budite vjerodostojni“, a oni su u neku ruku odjek općeprihvaćenih etičkih načela za medije i novinare koji uvek moraju pisati istinu, ne smiju se koristiti neprovjerjenim informacijama, ne smiju prikazivati samo jednu stranu u sukobu, ne smiju narušavati temeljne ljudske slobode i prava niti zlorabiti izvore informiranja, ne smiju neovlašteno preuzimati tude tekstove i plagirati, ne smiju poticati nesnošljivost prema drukčijima i drugima niti promicati vlastite stavove na štetu poštenoga izvještavanja, te se moraju zauzimati za mir i biti protiv nasilja. U suvremeno digitalno doba medijska je etika dovedena u pitanje i zbog toga što se danas i obični građani često smatraju novinarima, jer i oni objavljaju vijesti, ali često ostaju anonimni uz evidentnu zloporabu korištenja medija, posebno u internetskom okruženju.

## Preporuka korisnih materijala

1. Bertrand, C-J. (2007). Deontologija medija. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
2. Labaš, D. (2010). Luka Brajnović – od vjernosti sebi do vjerodostojnosti profesije, Medijske studije, 1 (1-2), 171-182.
3. Labaš, D., Grmuša, T. (2011). Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme. Kroatalogija, 2 (2), 87-122.
4. Labaš, D., Uldrijan, I. (2010). Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti, str. 85-106 u: Labaš, D. (ur.) Mediji i društvena odgovornost. Zagreb: Hrvatski studiji.
5. Malović, S. (ur.) (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
6. Malović, S. (2005). Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
7. Vilović, G. (2014). Etičnost masovnoga komuniciranja, str. 227-272 u: Malović, S. (ur.) Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.

## Preporuka radnih zadataka

1. Na temelju predloženoga teksta s učenicima raspravite pojmove istinitosti i objektivnosti, kao i etike i vjerodostojnosti u medijima: „Istina i istinitost u informaciji preduvjet su povjerenja na kojem se zasniva odnos komunikator – medij – recipijent. Istinitost i objektivnost neosporno čine temelj medijske vjerodostojnosti. Riječ je o procesu stvaranja povjerenja čija gradnja traje dugo, a koje može u trenu nestati. Osim toga, istina i vjerodostojnost osiguravaju novinarsku kvalitetu. Budući da pišu za Druge, novinari su i odgovorni za stvaranje slike o Drugom. Pri tome se često (ne)svesno obilno koriste stereotipima kao ustaljenim obrascima opisivanja karakternih osobina, koji se mehanički usvajaju i koji mogu biti zapreka u preuzimanju kasnijih iskustava, posebice kada je riječ o negativnim

prikazima. Nerijetko su za stvaranje loših slika o Drugima odgovorni upravo novinari koji gotovo svakodnevno prelaze tanku granicu između nespretno sročenoga izraza i oštrog, gotovo klevetničkoga suda. Riječ je o društveno štetnim oblicima novinarske komunikacije u koje ubrajamo ideologiju, medijsku manipulaciju (dezinformacija, pogrešna informacija i prikriveno oglašavanje), klevetu i govor mržnje“ (Danijel Labaš i Tanja Grmuša, 2011, 87). Raspravite s učenicima: Koliko novinari poštuju osnovne novinarske principе u izvještavanju (istina, objektivnost)? Koriste li u svom diskursu društveno štetne komunikacijske forme? S kojim ste se društveno štetnim komunikacijskim formama susreli i u kojem mediju? Ima li prema njihovom mišljenju više dezinformacija i

**Preporuka  
radnih  
zadataka**

nasilne komunikacije – sramoćenja, klevete i govora mržnje u tradicionalnim medijima ili u digitalnim medijima i društvenim mrežama?

2. S internetske stranice Hrvatskog novinarskog društva ([www.hnd.hr](http://www.hnd.hr)) preuzmite Kodeks časti hrvatskih novinara. Zajedno s učenicima proučite posebno sljedeće članke:
- a) Članak 6: „U svim novinarskim prilozima, pa tako i u komentarima i polemikama, novinar je dužan poštovati etiku javne riječi i kulturu dijaloga te uvažavati čast, ugled i dostojanstvo osoba ili skupina s kojima polemizira. Kada izvještava o temama o kojima postoje različita relevantna stajališta, a posebice kada se iznose optužujući navodi, novinar nastoji sva ta stajališta predstaviti javnosti.“ Pretražite neke dnevnoinformativne portale ili internetska izdanja dnevnih novina (prema vlastitom odbiru) i pokušajte s učenicima analizirati odabранe priloge: poštuju li novinari u njima etiku javne riječi i uvažavaju li čast, ugled i dostojanstvo osoba ili skupina s kojima polemiziraju? Predstavljaju li sva stajališta ili su pristrani i subjektivni; koriste li više izvora informacija ili samo jedan (koji im odgovara).
  - b) Članak 15: „Posebna se pozornost, obazrivost i odgovornost zahtijeva pri izvještavanju o samoubojstvima, nesrećama, osobnim tragedijama, bolestima, smrtnim slučajevima i nasilnim djelima. Novinar treba izbjegavati intervjuiranje i prikazivanje osoba koje su izravno ili neizravno pogodene tim događajima, osim kada je riječ o iznimnom

javnom interesu. U tom je slučaju novinar dužan voditi računa o časti, ugledu i dostojanstvu osoba o kojima izvještava.“ Pretražite neke dnevnoinformativne portale ili internetska izdanja dnevnih novina (prema vlastitom odbiru) i pokušajte s učenicima analizirati odabранe priloge i odgovoriti na pitanja: Jesu li novinari dovoljno obazrivi i odgovorni kada izvještavaju o temama koje se spominju u ovome čl. 15, posebno kada je riječ o djeci i mladima i kada su oni počinitelji ili žrtve nasilnih djela?

c) Članak 20: „Novinar ne smije otkriti identitet djeteta ili maloljetnika uključenog u slučajevne seksualnog zlostavljanja ili bilo kojeg drugog oblika nasilja ili kaznenog djela, bez obzira je li dijete ili maloljetnik svjedok, žrtva, osumnjičenik ili okriviljenik. Medijski prilozi o takvim slučajevima ne smiju omogućiti identifikaciju djeteta ili maloljetnika. Identitet djeteta ili maloljetnika dopušteno je otkriti samo iznimno, kada je to u javnom interesu i ne ugrožava dobrobit djeteta ili maloljetnika, te uz pristanak roditelja ili skrbnika djeteta ili maloljetnika, ili kada to radi dobrobiti djeteta traže državna tijela.“ Pretražite neke dnevnoinformativne portale ili internetska izdanja dnevnih novina (prema vlastitom odbiru) i pokušajte s učenicima analizirati odabранe priloge i odgovoriti na pitanja: Čuvaju li mediji – i na koji način – identitet djece i maloljetnika ili ih otkrivaju? Što biste preporučili medijima – na koji način biste vi štitili identitet maloljetnika?

<b>Odgojno-obrazovni ishod</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Učenici će moći prepoznati društveno štetne i neprihvatljive komunikacijske forme u medijima i na društvenim mrežama..</li> <li>▶ Učenici će znati opisati i objasniti neprihvatljive oblike ponašanja i virtualnog nasilja: vrijedanje i omalovažavanje, sramoćenje i govor mržnje.</li> <li>▶ Učenici će znati kako koristiti prihvatljive i civilizirane načine komunikacije u stvarnom i virtualnom svijetu.</li> </ul>
--------------------------------	--

<b>Kratki opis ishoda</b>	<p>Istina i istinitost u informaciji preduvjet su povjerenja na kojem se zasniva odnos komunikator – medij – recipient, pišu Tanja Grmuša i Danijel Labaš, te dodaju da „istinitost i objektivnost neosporno čine temelj medijske vjerodostojnosti. Riječ je o procesu stvaranja povjerenja čija gradnja traje dugo, a koje može u trenu nestati. Osim toga, istina i vjerodostojnost osiguravaju novinarsku kvalitetu. Budući da pišu za Druge, novinari su i odgovorni za stvaranje slike o Drugom“, a te se slike danas „preljevaju“ i na društvene medije i društvene mreže. Pri tome se korisnici medija, a ne samo novinari, „često (ne)svjesno obilno koriste stereotipima kao ustaljenim obrascima opisivanja karakternih</p>	<p>osobina, koji se mehanički usvajaju i koji mogu biti zapreka u preuzimanju kasnijih iskustava, posebice kada je riječ o negativnim prikazima. Nerijetko su za stvaranje loših slika o Drugima odgovorni upravo novinari koji gotovo svakodnevno prelaze tanku granicu između nespretno sročenoga izraza i oštrog, gotovo klevetničkoga suda“, pa je potrebno istaknuti da je riječ o društveno štetnim oblicima novinarske komunikacije u koje ubrajamo ideologiju, medijsku manipulaciju (dezinformacija, pogrešna informacija i prikriveno oglašavanje), klevetu i govor mržnje“, a s nekim od njih upoznajemo se u ovoj nastavnoj jedinici, dok će drugima biti posvećene druge nastavne jedinice.</p>
<b>Preporuka korisnih materijala</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2019). Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole – za učenike od 1. do 4. razreda. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, Unicef. Dostupno na <a href="https://bit.ly/3M8n0tH">https://bit.ly/3M8n0tH</a></li> <li>2. Labaš, D., Grmuša, T. (2011). Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme. Krotologija, 2 (2): 87–122.</li> <li>3. Labaš, D., Marinčić, P. (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece, MediAnal, 12 (15), 1-32.</li> <li>4. Sekirica, V., Grmuša, T. (2021). Uloga informacije u suvremenoj medijskoj komunikaciji. In medias res, 10 (19), 3219-3238.</li> </ol>	

<b>Preporuka radnih zadataka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na temelju opisa u kratkim ishodima učenja za ovu temu, s učenicima razgovarajte o tome što oni smatraju društveno štetnim i neprihvatljivim komunikacijskim formama. Za svaku od tih forma neka ponude i objašnjenje.</li> <li>2. Učenicima pročitajte (ili na neki drugi način prikažite) razmišljanje Petre Begović i Danijela Labaša: „Masovni mediji danas igraju veliku ulogu u svakodnevnom životu. Oni osim što informiraju, odgajaju i obrazuju te zabavljaju, sve češće manipuliraju, nameću svoja stajališta, potiču agresiju, nasilje i strah. Mediji postaju toliko neizbjegni da se moramo braniti od njih i njihovog utjecaja na naše ponašanje, ideje, stavove i razmišljanja. U tome nam može pomoći dodatna edukacija, stjecanje medijske kompetencije i pismenosti kako bismo postali samostalni korisnici koji mogu prepoznati kvalitetan medijski sadržaj, vrednovati ga, te kritički pristupati medijima i biti oprezan prilikom njihovog korištenja.“ Nakon toga, s učenicima povedite raspravu o sljedećim pitanjima:       <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Kakav utjecaj – pozitivan i negativan – imaju na njih mediji općenito, a društvene mreže posebno?</li> <li>b) Osjećaju li da mediji njima mogu manipulirati – namećući im sadržaje s kojima se ne slažu ni oni ni njihova obitelj, a koji su društveno neprihvatljivi?</li> <li>c) Misle li da mediji potiču agresiju, nasilje i strah, pa i govor mržnje prema drugima i drugačijima?</li> <li>d) Smatraju li da se od medijskih sadržaja, posebno onih koje nam prenose društvene mreže, danas</li> </ol> </li> </ol>	<p>trebamo braniti jer negativno utječe na naše ideje, stavove i razmišljanja?</p> <p>e) Na koji bi im način u sprječavanju negativnih utjecaja medija i društvenih mreža mogla pomoći medijska pismenost?</p> <p>3. Prema Eduardu Kleinu, govor mržnje je „verbalizacija je negativnih emocija destruktivnog karaktera“, a najčešće je usmjeren prema drugima. Lana Ciboci, Igor Kanižaj i Danijel Labaš pišu da je govor mržnje teško definirati, a često se uspoređuje, pa čak i jednim dijelom izjednačuje s klevetom i/ ili uvredom. „No, u raspravama se najčešće spominje Preporuka Vijeća Europe koja govor mržnje definira kao 'sve oblike izražavanja koji šire, potiču, promiču ili opravdavaju rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam i druge oblike mržnje temeljene na netoleranciji, uključujući i netoleranciju izraženu agresivnim nacionalizmom i etnocentrizmom, diskriminacijom ili neprijateljstvom prema manjinama, imigrantima ili ljudima imigrantskog porijekla.“ Raspravite s učenicima što oni smatraju govorom mržnje i jesu li mu svjedočili. Na koji se način možemo suprotstaviti govoru mržnje u medijima i na društvenim mrežama?</p> <p>4. Preuzmite zadatak 6 i zadatak 7 iz edukativnih materijala Ljudsko dostojanstvo, vrijedanje, sramoćenje i govor mržnje. Nastavni materijali za srednje škole – za učenike od 1. do 4. razreda te ih obradite s učenicima.</p>
----------------------------------	---	---

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći prepoznati različite vrste filmova.
- ▶ Učenici će znati prepoznati različite filmske i nasilne sadržaje.

## Kratki opis ishoda

Za film se uobičajeno kaže da su „zvučne slike u pokretu“. Međutim, film je daleko više, jer je pustolovina, putovanje u nove svjetove i nove doživljaje, upoznavanje s nepoznatim ljudima i njihovim životima. Ante Peterlić jednostavnim rječnikom film opisuje kao fotografiski i fonografski zapis izvanjskoga svijeta, a Hrvoje Turković kaže da je film specijalizirana izrađevina koja nas navodi na iskušavanje doživljaja i raznih iskustava pomoću kojih onda razabiremo i spoznajemo nešto novo o sebi, drugima i svijetu. Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije (HE) kaže da se kod nas „u novije vrijeme zapaža sve jača tendencija da se pojmom film označuje samo pojedino djelo ili da on fungira kao sinonim za sintagmu filmska umjetnost, dok se svi ostali oblici filmske djelatnosti obuhvaćaju pojmom kinematografija.“ Film je umjetnost koja je postala jako popularna još od prvog filma braće Lumiere „Izlazak radnika iz tvornice“ 1895. u Parizu. Od tog trenutka počeо je razvoj filma koji je u početku bio crnobijel i

nijem, kao što su bili filmovi Charlieja Chaplina do današnjih, svjetski poznatih blockbustera koji se snimaju većinom u Hollywoodu u Sjedinjenim Američkim Državama. S razvojem filma razvijale su se i njegove razne inačice koje se razlikuju po formatu, temi te samom ugodaju filmu, a nazivamo ih žanrovima. Najkorišteniji filmski žanrovi su komedija, romantika, akcija, triler, drama, horor i slični, a filmove u širem smislu dijelimo i na igrane (prikuju fikciju), dokumentarne (prikuju zbilju), animirane, eksperimentalne i druge. Filmovi često imaju i nasilne sadržaje, a William James Potter ističe da je nasilje „povreda nečije fizičke i emocionalne dobrobiti“. Nasilje je prisutno u svim medijima i medijskim žanrovima: video igrama, reklamama, glazbenim spotovima, sportskim prijenosima, na internetu općenito, pa tako i u filmovima – bilo da je riječ o animiranim i televizijskim filmovima, televizijskim serijama ili kino filmovima i ono može utjecati na naše ponašanje u stvarnom životu (Michael Kunczik).

## Preporuka korisnih materijala

1. Kunczik, M., Zipfel, A. (2007). Mediji i nasilje: aktualno stanje u znanosti. MediAnal, 1 (1), 1-26.
2. Petani, R., Tolić, M. (2008). Utjecaj medijskog nasilja na adolescente i obitelj. Acta Iadertina, 5 (1), 15-26.
3. Ružić, N. (2009). Mediji kao izvor ideja za oponašanje. MediAnal, 3 (6), 103-120.
4. Valković, J. (2010). Oblici i utjecaji televizijskog nasilja. Nova prisutnost, 8 (1), 67-86.

## Preporuka radnih zadataka

1. S učenicima razgovorajte o tome jesu li gledali filmove u kojima se prikazuje nasilje. Potom raspravite smatraju li da je postoje veze između filmskog nasilja i nasilja u stvarnom životu? Kao početna rečenica može vam poslužiti ova ili slične: „Filmovi ne stvaraju ludake. Oni ih samo čine kreativnijima“, rekao je Billy Loomis u „Vrisku“ citirajući riječi Normana Batesa iz „Psiha“.
2. S učenicima razgovorajte o njihovim emocijama, o osjećajima kada gledaju film s nasilnim sadržajem. Misle li da je i stvari

- svijet nasilniji zbog tih scena, tj. boje li se posljedica nasilja i u stvarnom svijetu?
3. U dogовору с уčenicima odaberite neki film kojega oni smatraju nasilnim, analizirajte njegov sadržaj i zajedno s učenicima predložite neka nenasilna rješenja umjesto nasilnih rješenja u filmu (sukob, svađa, tučnjava ubojstvo). Misle li da bi se na neki način nasilje na filmu trebalo cenzurirati?
  4. Raspravite odnos između nasilja koje se prikazuje npr. u informativnim emisijama (stvarno nasilje) i nasilja u filmu. Po čemu se razlikuju i zašto?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći razumjeti cilj kampanja za podizanje svijesti javnosti o važnosti prevencija nasilja.
- ▶ Učenici će moći vrednovati sadržaj kampanja za sigurniji promet i prevenciju elektroničkog nasilja.

## Kratički opis ishoda

U svakom društvu postoje organizacije koje kroz javne kampanje pokušavaju spriječiti nasilje i pokrenuti što više članova društva da se priključe u suzbijanju nasilja. U tome veliku ulogu imaju oglasi koje možemo susreti u javnom prostoru (plakati) ili u sadržaju medija kao objave na mrežama, često i kroz video kampanje. Kampanje osmišljavaju marketinški i komunikacijski stručnjaci u suradnji sa psihologima, a cilj je da budu što pristupačnije

publici. Oni žele privući našu pažnju, potaknuti nas na razmišljanje i promjenu ponašanja kako bismo prijavili nasilje, prestali sudjelovati u takvim aktivnostima ili npr. sačuvali ljudske živote u prometu. U sljedeće tri radionice učenici će moći upoznati temeljne pristupe kod osmišljavanja ovakvih kampanja. U ovoj ćemo jedinici predstaviti tri prepoznatljive javne kampanje kojima je bio cilj uz pomoć oglasa potaknuti promjenu u društvu.

## Preporuka korisnih materijala

Ćosić I., Pregrad J., Salečić I., Tomić Latinac M. (2015) Prekini lanac! Zaustavimo elektroničko nasilje – Priručnik programa prevencije elektroničkog zlostavljanja. Unicef.  
[https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini\\_lanac\\_-FINAL.pdf](https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini_lanac_-FINAL.pdf)

## Preporuka radnih zadataka

**Za sigurniji promet**

Oglase koristimo i kako bismo senzibilizirali javnost, a posebno mlade za sigurnije ponašanje u prometu. Jedna od najuspješnijih kampanja provodi se u Ujedinjenom Kraljevstvu pod nazivom THINK!. Dokazano je da su nakon više godina primjene uspjeli smanjiti broj smrtnih stradalih u prometu za čak 46%. Pogledajte ovaj primjer i raspravite o tome kako na učenike djeluje ova kampanja. Kako se osjećaju? Kako se oni ponašaju u prometu? Potiče li ih ovakva kampanja na promjenu ponašanja?

Transport for London, Think Crash, 2005. <https://www.youtube.com/watch?v=JGyR6iMgIcs>

**Prevencija obiteljskog nasilja**

U javnosti se često provode kampanje za prevenciju obiteljskog nasilja. Uz pomoć tražilice pronadite poster pod nazivom „The Scream“. Agencija Servicplan iz Njemačke osmisnila je ovaj plakat 2008. godine za međunarodnu organizaciju Children Health Foundation. Kampanja je potaknuta podatkom kako je samo u Njemačkoj 180.000 djece godišnje zlostavljano. Cilj je bio ohrabriti

žrtve da prijave zlostavljanje. Neka učenici u paru samostalno kroz 10 minuta rasprave o njihovom doživljaju fotografije kao i o tome može li ova kampanja potaknuti mlade da prijave nasilje. Postoji li možda još kvalitetniji način? Kako su doživjeli ovaj primjer?

Children Health Foundation – „The Scream“  
<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/the-scream-ee8d82e6-1610-4ab4-adba-974723244aa1>

**Prekini lanac**

Jedna od najprepoznatljivijih kampanja za prevenciju nasilja među djecom zove se PREKINI LANAC! a osmislio ju je UNICEF. Na stranici ove organizacije potražite promotivni plakat pod istim nazivom. Cilj je kampanje je prevencija elektroničkog nasilja među djecom. Kampanja je prvi put pokrenuta 2008. godine. Na YouTube kanalu potražite spot pod nazivom PREKINI LANAC. <https://www.youtube.com/watch?v=koQPZvjseqI>. Nakon toga u raspravi postavite sljedeća pitanja: Jesu li ikada sami bili žrtve nasilja? Kako su se osjećali? Što svatko od njih može napraviti da prekine nasilje? Je li teško prekinuti lanac?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će znati kako prijaviti neprimjerene oglase.
- ▶ Učenici će naučiti kako zatražiti uklanjanje neprimjerenoog sadržaja.

## Kratki opis ishoda

U svijetu oglasa kojem smo okruženi često možemo susresti oglase koji nas uznemiruju. Iako postoji kodeks časti oglašavanja, kao i zakoni koji jasno određuju što se smije a što se ne smije oglašavati ipak poneki kreativni pojedinci i tvrtke idu korak dalje i žele potaknuti što veću reakciju u javnosti. U pravilu je riječ o oglasima koji se mogu dvostrinsko protumačiti. Djeca kao ranjiva skupina ne mogu interpretirati poruke na isti način kao i odrasli i možda će ih neki oglasi uznemiriti iako se možda odraslima ne čine posebno uznemirujući.

Na svu sreću danas u većem dijelu medija postoje i posebna upozorenja za neprimjereni sadržaj za određeni uzrast, ali već i same aplikacije i video kanali poput npr. YouTubea korisnicima omogućavaju da prijave neprimjereni sadržaj. U ovoj ćemo jedinicu učenicima demonstrirati kako i sami mogu prijaviti sadržaj koji ih uznemiruje. Cilj je potaknuti ih da svaki put kada nađu na neprimjereni sadržaj ne ostanu neaktivni već da aktivno sudjeluju u stvaranju medijskog prostora.

## Preporuka korisnih materijala

- <https://www.medijskapismenost.hr/nepozeljni-sadrzaji-na-internetu-i-kome-ih-prijaviti/>  
<https://azop.hr/upute-za-uklanjanje-osobnih-podataka-za-drustvenih-mreza-i-google-a/>

## Preporuka radnih zadataka

**Zaustavimo neprimjerene objave na Facebooku**

Jeste li primijetili oglase dok pregledavate objave na Facebooku? Svaki bi oglas trebao biti označen oznakom PLAĆENI OGLAS. Ali nije svaki oglas prikidan. Zamolite učenike da u ovoj radionici najprije pregledaju svoj profil i neka zabilježe koliko im se oglasa prikazuje. Ako nađu na oglas koji im nije zanimljiv ili ih uznemiruju neka kliknu na oznaku (...) u desnoj strani objave. Nakon toga vidjet će opciju Prijavite oglas. Nakon toga FB od nas traži da označimo što je sporan sadržaj: možete odabrati jednu od 10 kategorija. Nakon toga kliknite na Gotovo. Na sličan način možete prijaviti i objave kao i komentare koji sadrže neprimjereni sadržaj.

**Što vam smeta na YouTubeu?**

Mnoga djeca provode jako puno vremena slušajući i gledajući brojne spotove na YouTube kanalu. Može se dogoditi da nađete na neprimjereni sadržaj i važno je znati da imate mogućnost prijaviti takav sadržaj. Iako će sami algoritmi na ovom kanalu već preventivno blokirati jedan dio sadržaja i dalje se od nas kao korisnika očekuje aktivniji angažman. Pitajte učenike jesu li ikada naišli na neprimjereni sadržaj? Jesu li znali da do tog isto sadržaja mogu doći i puno mlađi? Jesu li ikada

razmišljali o tome da prijave neki sadržaj? Na bilo kojem odabranom videu na desnoj strani se nalazi izbornik (...). Kada kliknete pojavit će se 11 ponuđenih opcija. Kada kliknete na bilo koju od ponuđenih opcija morat ćeće odabrati i jedan od ponuđenih razloga. Nakon toga kliknemo DALJE i predamo prijavu. Ubrzo ćemo dobiti obavijest na elektroničku poštu o posланој prijavi, kao i informaciju o tome što će YT učiniti – jednu od tri mogućnosti.

**Kako mogu reagirati na neprimjereni sadržaja na Instagramu?**

I Instagram nudi brojne mogućnosti prijave neprimjerenoog sadržaja: ukupno 11. Prijavljuje se anonimno, osim ako se prijavljuje povreda prava intelektualnog vlasništva. Uz to Instagram će također napisati: „Ako je netko u neposrednoj opasnosti, nazovite lokalnu hitnu službu – ne čekajte! Ujedno imate mogućnost i blokirati korisnika. Potaknite učenike da kroz pet minuta prođu kroz zadnje objave koje su im dostupne na Instagramu te da provjere postoji li poruka koja ih uznemiruje ili ih jednostavno ne zanima. Naša povratna informacija vrlo je važan podatak i prema algoritmima koji su u pozadini aplikacije te na taj način najjednostavnije možemo utjecati na njihov rad i buduće sadržaje koje će nam slati.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći prepoznati važnost slikovne komunikacije u grupama za dopisivanje.
- ▶ Učenici će kroz izradu novih afirmativnih naljepnica sudjelovati u prevenciji nasilja

## Kratki opis ishoda

U jednom danu jako puno vremena posvetimo dopisivanju i našoj međusobnoj komunikaciji. Iako se većinom dopisujemo riječima često koristimo emotikone i tzv. stickere, naljepnice koje opisuju naše misli, stavove, osjećaje... Neki možda iz lijenosti ne žele previše pisati pa koriste naljepnice, drugi će možda posvetiti puno vremena izrade naljepnica različitih boja, veličina i sadržaja. Učenici ih često koriste u svakodnevnoj komunikaciji, a vrlo su zanimljiv

način izražavanja. Ali, te iste naljepnice mogu postati i zlonamjerne, mogu prikazivati naše slabosti... Upravo se to često može pronaći u učeničkim grupama za dopisivanje. Skloni smo odobravati takve naljepnice samo zato jer nisu kao riječi koje su napisane, ali reakcije učenika mogu biti dramatične i mogu imati još veće posljedice nego same riječi, tim više jer većina naljepnica je zapravo „fora“, izgledaju zabavno, a možda uopće nisu...

## Preporuka korisnih materijala

Ćosić I., Pregrad J., Salečić I., Tomić La—tinac M. (2015) Prekini lanac! Zaustavimo elektroničko nasilje – Priručnik programa prevencije elektroničkog zlostavljanja. Unicef.  
[https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini\\_lanac\\_-FINAL.pdf](https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik-Prekini_lanac_-FINAL.pdf)

## Preporuka radnih zadataka

## Naljepnice u razrednim grupama

U prvih pet minuta neka učenici pogledaju sve naljepnice koje su razmijenili jedni s drugima tijekom zadnja 24 sata. Znamo li tko je autor? Kada je nastala? Kako smo se osjećali kada smo primili? Jesmo li mi kome slali? Hoće li svi moji prijatelji na isti način reagirati na naljepnicu? Što sve sadrži: fotografija/ ilustracija, riječi ili gif? Je li fotografija bila prikladna? A ako nekoga prikazuje jesam li ga pitao za odobrenje za objavu? Razmisle li ikada prije nego što podijele sadržaje? Jesu li ikada razgovarali s drugom osobom o kojoj su napravili naljepnicu koja možda izgleda šaljivo? Neka odaberu naljepnicu koja im je najdraža i neka u jednoj minuti pred cijelim razredom ukratko opišu. Ako žele mogu pokazati i drugima. Na taj će način prepoznati koliko su slični ili različiti...

## Izrada naljepnice koja ohrabruje

Nakon analize postojećih naljepnica, pronađite vrijeme za radionicu u kojoj će učenici morati osmislići što kreativnije naljepnice o prevenciji nasilja koje će kasnije moći poslati drugima. Možete osmislići i nagradivanje tri najbolje naljepnice, ukoliko imate mogućnosti. Dopustite im da prilikom izrade naljepnice mogu koristiti sve što im je pri ruci, kao i druge virtualne sadržaje. Radionica neka bude u paru kako bi međusobno mogli provjeravati sadržaj i upozoravati jedni druge ako sadržaj naljepnice nije prihvatljiv. Na samom početku radionice naglasite im da sve što će osmisli mora biti afirmativno i potaknuti druge da se bore protiv nasilja na društvenim mrežama.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći objasniti na koji način sadržaji koje objavljaju na internetu u djetinjstvu mogu oblikovati njihovu budućnost, kako privatnu tako i poslovnu.

## Kratki opis ishoda

Digitalne tehnologije u potpunosti su promijenile živote, kako odraslih tako i djece. Današnja djeca prisutna su na internetu od najranijih dana, često dok još ni sami ne počnu koristiti tehnologiju jer njihove fotografije i videomaterijale objavljuju njihovi roditelji i članovi obitelji (taj je fenomen poznat pod nazivom sharing). Kada djeca dobiju svoje prve pametne telefone, što se u Hrvatskoj kod najvećeg broja djece događa u nižim razredima osnovne škole, djeca sama otvaraju profile na različitim društvenim mrežama na kojima objavljaju brojne sadržaje među kojima su ponekad i sadržaji kojima nije mjesto na društvenim mrežama. To prije svega podrazumijeva objavljivanje intimnih fotografija, ali i fotografija snimljenih u neprimjerenim situacijama kao što su recimo alkoholizirana

stanja. Naime, djecu treba osvijestiti da sve što je jednom objavljeno na internetu ili podijeljeno unutar različitih aplikacija i društvenih mreža, praktički zauvijek ostaje u internetskom svijetu koji i te kako (negativno) mogu utjecati na budućnost djece, kako privatnu tako i poslovnu. Osobito je važno kod djece osvijestiti da je njihov tzv. zid na društvenim mrežama javni prostor na kojem se predstavljaju jednakom kao u fizičkom svijetu i ako bi se, primjerice, sramili da odredene sadržaje vide njihovi roditelji ili učitelji, tome definitivno onda nije mjesto na društvenim mrežama. To osobito može biti važno i jednog dana u slučaju zaposlenja jer je poslodavcima s ciljem zaštite ugleda tvrtke često jako važno i kako se njihovi zaposlenici predstavljaju na samim društvenim mrežama.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Folo, I. (2021). Privatnost i digitalni otisak. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na <https://bit.ly/3IpADDX>
2. Richardson, J., Samara, V. (2020). Lagani koraci koji pomažu djeci da postanu digitalni građani. Vijeće Europe. Dostupno na <https://bit.ly/433e8fG>

## Preporuka radnih zadataka

1. Kako biste učenike osvijestili da svoje digitalne tragove ostavljaju čitavo vrijeme korištenja interneta (od objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama do komentiranja tudiših sadržaja), potaknite ih da u neku od tražilica upišu svoje ime i prezime te na prazan list papira popišu sve informacije koje su o sebi pročitali na internetu. Nakon što je svaki učenik to napravio, potaknite ih da razmijene s prijateljem/prijateljicom u klupi rezultate do kojih su došli, a potom zajedno komentirajte:
  - A. Koliko su ih iznenadile informacije koje su o sebi pronašli na internetu?
  - B. Osim njih samih, tko je još objavio informacije o njima? Jesu li znali za to?
  - C. Postoje li među objavljenim informacijama i oni sadržaji koje bi voljeli da nisu javno dostupni? Ako da, o kakvim je sadržajima riječ?
2. Sljedeći zadatak učenike treba osvijestiti o slici koju o sebi ostavljaju na društvenim mrežama. Zadatak je učenika da na list papira napišu kakav bi dojam o njima dobio njihov budući poslodavac na temelju sadržaja na društvenim mrežama te što bi o njima saznao. Nakon što su svi učenici odgovorili na pitanje neka ih ubace u zajedničku kutiju iz koje će učitelji vaditi i čitati jedan po jedan, a drugi učenici trebaju zaključiti o kome se radi. Kada završite sa svim odgovorima, potaknite raspravo o stvarnom identitetu i onom na društvenim mrežama, koliko se oni razlikuju te koliko im je teško bilo prepoznati neke svoje prijatelje među navedenim opisima?
3. Na temelju iskustva koje imaju sada, a osobito nakon odradena prva dva zadatka, koje bi savjete dali mlađim generacijama, a s ciljem zaštite privatnosti i ostavljanja digitalnih tragova u virtualnom svijetu. Neka svaki učenik na ploču napiše barem jedan savjet.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći prepoznati pozitivne i negativne strane korištenja umjetne inteligencije u obrazovanju i prevenciji neprihvatljivih oblika ponašanja.

## Kratki opis ishoda

Pitate li umjetnu inteligenciju da jednostavnim rječnikom objasni samu sebe, dobit ćete sljedeći odgovor: „Umetna inteligencija (UI) je područje računalne znanosti koje se bavi stvaranjem računalnih programa i sustava koji imaju sposobnost 'razmišljanja' i 'učenja' na način sličan ljudskom mozgu. UI može pomagati računalima da obavljaju zadatke i donose odluke bez izravne ljudske intervencije. UI koristi različite tehnike i algoritme kako bi računala mogla prepoznati obrasce, donositi zaključke i učiti iz podataka. (...) UI se može koristiti u različitim područjima kao što su prepoznavanje slika i glasa, autonomna vožnja, personalizirane preporuke, chatbotovi i još mnogo toga. Primjena UI je sveprisutna u našem svakodnevnom životu, od pametnih telefona i virtualnih asistenata do društvenih

mreža i pretraživača. Važno je napomenuti da, iako UI može biti jako moćan alat, on nema stvarno razumijevanje ili svijest kao ljudski mozak. On se oslanja na matematičke modelle i algoritme kako bi analizirao podatke i donosio odluke. Također, UI se neprestano razvija i istražuje kako bi se poboljšala njegova učinkovitost i sigurnost.“ (Chat.openai.com, 2023) Sam Chat GPT ističe da je „važno (je) koristiti Chat GPT s oprezom i ne uvijek se oslanjati na njega kao na pouzdan izvor informacija. On je samo jedan alat koji može biti zabavan i koristan, ali treba biti svjestan njegovih ograničenja.“ Cilj je ove nastavne jedinice osvijestiti djecu o razvoju tehnologije, ali i svim njenim manama te objasniti utjecaj umjetne inteligencije na sve aspekte ljudskoga života pa tako i na obrazovanje.

## Preporuka korisnih materijala

1. Besplatan online tečaj Elements of AI. Dostupno na <https://bit.ly/3OsGrAu>
2. Institut za razvoj i inovativnost mladih (n.p.). Umjetna inteligencija. Croatianmakers.hr. Dostupno na <https://bit.ly/3IambPT>
3. Mandić, V. (2023). Kako razvoj umjetne inteligencije utječe na medije. Medijskapismenost.hr. Dostupno na <https://bit.ly/3BJQFVY>

## Preporuka radnih zadataka

1. Potaknite učenike na aktivno korištenje Chat GPT-a. Podijelite ih u pet grupa pri čemu svakoj od njih podijelite teme koje moraju istražiti uz pomoć umjetne inteligencije.
  - (1) Što su neprihvatljivi oblici ponašanja s naglaskom na djecu?
  - (2) Koji oblici neprihvatljivog ponašanja postoje na internetu?
  - (3) Kome prijaviti neprihvatljive oblike ponašanja na internetu?
  - (4) Kako pomoći prijatelju koji je postao žrtva neprihvatljivih oblika ponašanja na internetu?

(5) Kakvim radionicama možemo kod djece razvijati svijest o posljedicama i primjerima neprihvatljivih oblika ponašanja na internetu?

Nakon što je svaka grupa istražila odgovore na pitanja, trebaju unutar grupe raspraviti slažu li se s ponuđenim odgovorima, bi li sami nešto promijenili, dodali i slično. Prilikom odlučivanja mogu koristiti sva dostupna sredstva, uključujući i druge internetske izvore. Svaka grupa treba odabратi jednog predstavnika koji će zaključke do kojih su došli predstaviti drugim učenicima u razredu.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će znati razlikovati dezinformacije, misinformacije i malinformacije.

## Kratki opis ishoda

Dezinformacijama se smatraju one informacije koje su „zavaravajuće, izmišljene, nisu točne, govore o događajima koji se nikad nisu dogodili, prenose izjave koje nikad nisu bile izrečene te najave događaja koji se nikada neće dogoditi, narušavaju povjerenje u društву, umanjuju vjerodostojnost medija i kanala putem kojih se prenose, mogu utjecati na naša shvaćanja, znanja i ponašanja; mogu biti namjerne i slučajne; netko ih je namjerno proizveo i plasirao u medije; nisu novi fenomen i postojale su i prije medija; doživjele su svoj procvat s razvojem društvenih medija“ pri čemu im je osnovna namjera manipulirati publikom (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2018: 7-8). Uz pojam dezinformacija često se vežu i pojmovi misinformacije te malinformacije. Misinformacije su „pogrešne informacije

koje se prezentiraju kao činjenice, (...) ali nisu stvorene s namjerom nanošenja štete“ (Nenadić, Vučković, 2021: 5). S druge strane, malinformacije su zlonamjerne informacije koje su po svojoj prirodi točne, ali se koriste za nanošenje štete drugoj osobi (Nenadić, Vučković, 2021: 5). S ciljem prepoznavanja i razlikovanja dezinformacija, misinformacija i malinformacija u medijima važno je medijsko obrazovanje i stvaranje medijski pismenih korisnika. S obzirom na to da se dezinformacije osobito šire kroz društvene mreže na kojima najviše vremena provode upravo djeca i mladi, važno je, osobito u ovom razdoblju, a s obzirom na to da su upravo oni i budući politički glasači, razvijati kritičko razmišljanje o medijima i medijskim sadržajima.

## Preporuka korisnih materijala

1. Beck, B., Kanižaj, I. i Lechpammer, S. (2021). Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom. U: J. Jurišić i Z. Hrnjić Kuduzović (ur.). Medijska agenda 2020. – 2030. (str. 89-102). Hans Seidel Stiftung.
2. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i i lažne vijesti. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3Ogelxz>
3. Nenadić, I., Vučković, M. (2021). Dezinformacije – edukativna brošura i vježbe za razumijevanje dezinformacija. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3Mlyeez>

## Preporuka radnih zadataka

Ponekad dezinformacije koje se objave u medijima potaknu različite neprihvatljive oblike ponašanja. Primjerice, dezinformacije objavljene za vrijeme predizborne kampanje u SAD-u potaknule su i oružani napad jedne osobe koja je povjerovala u istinitost neprovjerjenih, a kasnije se pokazalo i u potpunosti lažnim informacijama koje su objavljene u američkim medijima. Potaknite učenike da uz pomoć različitih internetskih pretraživača probaju pronaći vijesti o dezinformacijama koje su objavljene u

medijima, a koje su potaknule negativne oblike ponašanja. Cilj je kod učenika osvijestiti važnost provjere informacija u medijima zbog posljedica (po pitanju tuđeg ponašanja ili stavova) do kojih bi povjerenje u takve sadržaje moglo dovesti.

2. Svakako preporučujemo da odaberete i neke od radnih zadataka koji su dostupni u brošuri Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i i lažne vijesti. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3Ogelxz>

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći razlikovati oglase od ostalog sadržaja u medijima.
- ▶ Učenici će naučiti prepoznati glavne karakteristike oglasa u medijima.

## Kratički opis ishoda

Oglaši su „poruke pomoću kojih različite institucije i osobe pokušavaju korisnicima medija (svima nama) poslati neku poruku, uvjeriti nas u nešto te informirati ili prodati određeni proizvod ili uslugu”, pišu Lana Ciboci i Leali Osmančević. U hrvatskom jeziku kao istoznačnice za oglašavanje koristi se riječ promidžba ili reklama, a neki promidžbu poistovjećuju s propagandnim porukama, čija je uloga upoznati nas s novim i drugaćijim proizvodima ili uslugama. Svaki oglas mora biti istinoljubiv i ne smije zavaravati, mora poštivati dostojanstvo svake osobe i ne smije poticati na kupnju proizvoda ili nabavu usluga koje nisu u skladu s etičkim i zakonskim propisima, te mora voditi računa o ukusu i pristojnosti.

Jednako tako, oglaši moraju biti društveno odgovorni, ne smiju poticati potrošaštvo i trebaju poticati odgovornost za okoliš. Kako piše Danijel Labaš, „oglaši se objavljaju svugdje, a najčešće u medijima: u novinama i časopisima, na radiju i televiziji, a sve ih je više na internetu i društvenim mrežama“, gdje ih objavljaju influenceri koji često ne spominju da je riječ o oglašu. No, oglas u medijima i na društvenim mrežama mora biti jasno označen kako bi korisnik medija znao da je riječ o oglašu, a ne o novinarskom prilogu ili priopćenju neke tvrtke ili ustanove. Ako oglas nije jasno označen, riječ je o prikrivenom oglašavanju koje je nemoralno i zakonski je kažnjivo.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2023). Medijska pismenost. Zagreb: Profil.
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Pozitivni i negativni medijski sadržaji. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
3. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). Čarobni (varljivi) svijet reklama. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf>
4. Antolović, K., Haramija, P. (2016). Odgovorno oglašavanje. Pravo i etika u tržišnom komuniciranju. Zagreb: K&K Promocija i HURA

## Preporuka radnih zadataka

1. S učenicima pregledajte dnevnoinformativne portale ili internetska izdanja dnevnih novina (po vašem izboru) i u njima otkrijte oglase. Povedite raspravu o oglasima i njihovom sadržaju: što se sve oglašava? Kako se oglašavaju usluge i proizvodi? Imaju li svi oglasi karakteristike istinoljubivosti ili učenici smatraju da (ih) neprimjerenog nagovaraju na određena ponašanja – kupnju ili nabavu?
2. Na temelju edukativne brošure „Čarobni (varljivi) svijet reklama“ Lane Ciboci i Leali Osmančević s učenicima raspravite o tome što se smije, a što se ne smije oglašavati, naučite pozitivnim i negativnim obilježjima oglasa te kako prepoznati prikriveno oglašavanje.
3. „Zavaravajuće je oglašavanje svako oglašavanje koje na bilo koji način dovodi u zabludu ili je vjerojatno da će dovesti u zabludu“, pišu Karmelo Antolović i Predrag Haramija, a riječ je o oglašavanju u kojem je navedeno da proizvod ima određena svojstva koja u stvarnosti nema, ali i o onom oglašavanju koje je činjenično točno, ne nepotpuno jer ne sadrži sve informacije. Oglas može biti zavaravajući i kada se u njemu prešuti određena postojeća svojstva proizvoda ili usluge, kao i kada se navodi njihova pogrešna cijena ili se jasno ne definiraju uvjeti plaćanja. S učenicima raspravite jesu li se susreli sa zavaravajućim oglašavanjem. Neka iznesu konkretne primjere takve vrste nedopuštenog oglašavanja.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći prepoznati prikriveno oglašavanje.
- ▶ Učenici će osvijestiti na koji način oglašavanje utječe na njihove potrošačke navike i ponašanja.

## Kratki opis ishoda

„Tijekom cijele povijesti, od Fella preko Kellera do Melera oglasi su kao najpoželjnije zavodnice koje snube, očaravaju i osvajaju. Tek kada ih uzmeš, spoznaš istinu“, pišu – citirajući Igora Šišaru – Karmelo Karmelo Antolović i Predrag Haramija te objašnjavaju da je oglašavanje svaki plaćeni oblik prijenosa poruka s ciljem stvaranja utjecaja kod primatelj u kojem je izvor (oglašivač) obično prepoznatljiv. S druge strane može se reći da oglasi ne prodaju robu, nego da oglašavanje stvara uvjete i potiče na kupnju. Međutim, jasno je da zbog snažnog utjecaja na potrošače i zajednicu, „a osobito zbog svoje manipulativne naravi i svekolike društvene odgovornosti, oglašavanje, kao oblik tržišne i društvene komunikacije, mora biti uskladeno s interesima

i potrebama potrošača, proizvođača i društva, odnosno, mora uključivati posebnu društvenu odgovornost u pogledu visokih etičkih i pravnih kriterija.“ Te društvene odgovornosti ne drži se prikriveno oglašavanje, koje krši i etičke i zakonske kriterije, jer je prikriveni oglasi – kako pišu Lana Ciboci i Leali Osmančević – svaki onaj oglasi „koji je u određenom mediju predstavljen kao dio novinarskog priloga i nije jasno označen kao oglasi. Budući da takvi oglasi nisu odmah prepoznatljivi i imaju veći utjecaj na nas potrošače od običnih oglasa, različite ih osobe vrlo često koriste u promociji svojih proizvoda i usluga.“ Danas ih vrlo često koriste influenceri i youtuberi kojima često vjerujemo i koji nas potiču da kupujemo neke proizvode ili usluge, premda nam ne govore da je riječ o oglašavanju.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2023). Medijska pismenost. Zagreb: Profil.
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Positivni i negativni medijski sadržaji. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
3. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). Čarobni (varljivi) svijet reklama. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf>
4. Antolović, K., Haramija, P. (2016). Odgovorno oglašavanje. Pravo i etika u tržišnom komuniciranju. Zagreb: K&K Promocija i HURA

## Preporuka radnih zadataka

1. Prikriveno oglašavanje u Zakonu o medijima definirano je kao „svaka novinarska forma (pisani tekst, fotografija, slika, crtež i dr.) koja je na bilo koji način plaćena, a nije jasno označena kao oglašavanje.“ No, prikriveno oglašavanje je puno više od ove definicije, upozoravaju Lana Ciboci, Igor Kanižaj i Danijel Labaš: „Možemo načelno reći kako postoje dva tipa prikrivenih oglasa: u informativnim sadržajima i u zabavnim sadržajima (Haramija, 2011). Kao društvo bismo trebali biti vrlo skeptični prema prikrivenim oglasima u informativnim sadržajima jer potencijalno mogu manipulirati publikom, pogotovo ako je riječ o oglasnom sadržaju koji izgleda kao novinarski.“ Učenike podijelite u dvije skupine. Prva neka na internetu pronade primjere prikrivenoga oglašavanja u informativnim sadržajima, a druga u zabavnim sadržajima. Potom razmijenite iskustva.
2. „Kada glumci, prezenteri i voditelji u programu elektroničkih medija koriste neki proizvod, to najčešće nije slučajno, a najviše prikrivenih oglasa možete očekivati u najpopularnijim programima i u najgledanijim terminima“ (medijskapismenost.hr). S učenicima razgovarajte o sljedećim temama:

- a) Jeste li znali da „najviše prikrivenih oglasa možete očekivati u najgledanijim programima i u najgledanijim terminima! Kada glumci, prezenteri i voditelji u programu elektroničkih medija koriste neki proizvod, to u najvećem broju slučaja nije – slučajno.
- b) Jeste li znali da se u najčitanijem časopisu za tinejdžere u svakom broju objavi od 130 do 200 prikrivenih oglasa? (Haramija, 2011: 398)
- c) Jeste li znali da oglase osmišljavaju oglašivači i specijalizirane agencije te da uvjek moraju biti jasno označeni kako bi se razlikovati od medijskog sadržaja koji proizvode novinari i urednici? (medijskapismenost.hr).
3. S učenicima razgovarajte o influencerima koje prate. Jesu li svjesni i jesu li primijetili da se netko od tih influencera služi prikrivenim oglašavanjem i da im predlaže i da ih nagovara na kupnju nekog proizvoda ili nabavu neke usluge? Utječu li influenceri na njihove potrošačke navike? Vjeruju li da su proizvodi ili usluge koje oglašavaju influenceri bolji od drugih? Jesu li – makar nesvesno – kupili neki proizvod ili nabavili neku uslugu koju im je preporučio influencer? Osjećaju li se prevarenima kada im influencer ne kaže da prikriveno oglašava proizvode i usluge?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći prepoznati nasilne i seksualizirane sadržaje u oglasima.
- ▶ Učenici će osvijestiti da nasilje ni u kojem mediju, pa ni u oglasu, nije prihvatljiv način ponašanja.

## Kratki opis ishoda

Kao što etično nije zavaravajuće i prikriveno oglašavanje, isto tako su etično neprihvatljive one reklame koje u sebi imaju nasilne i seksualizirane sadržaje, najčešće skrivene pod krinkom „zabave“ i „akcije“. Upravo su oglasi s nasilnim i seksualiziranim sadržajima vrlo često namijenjeni djeci i mladima koje na taj način uče pogrešnim i neprihvatljivim modelima ponašanja. Umberto Eco ističe da oglasi ili reklame počivaju na „ideologiji potrošnje“, a Roland Barthes da su one „označujući aspekt ideologije“ te da im je jedina prava uloga prodaja. Oglasi to postižu tako što uspješno prenose mitove današnjice, posebno mladima, da ćemo biti „kao osoba na slici“ – samo ako koristimo određeni proizvod ili uslugu. Zbog svoga utjecaja oglasi koji imaju nasilne sadržaje mogu dovesti do neprihvatljivih

modela ponašanja, kao što seksualizirani oglasi dovode do pogrešnoga razumijevanja vlastite spolnosti i muško-ženskih odnosa. „Na temelju brojnih istraživanja može se sa velikom sigurnošću zaključiti kako izloženost nasilju u medijima uzrokuje povećanje vjerojatnosti pojave agresivnog ponašanja kod gledatelja“, a „štetno može biti nasilje i u glazbenim spotovima“ kojima se oglašava neka pjesama, ističe se u „Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“. U istim se Preporukama upozorava i na činjenicu da se u posljednjih 50-ak godina prisutnost seksualiziranih sadržaja u popularnim medijima povećava kontinuirano, što vrijedi i za „oglasne poruke i glazbene video uratke“ te se ne smije „zaboraviti njihov mogući utjecaj na djecu i adolescente.“

## Preporuka korisnih materijala

1. Antolović, K., Haramija, P. (2016). Odgovorno oglašavanje. Pravo i etika u tržišnom komuniciranju. Zagreb: K&K Promocija i HURA
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Pozitivni i negativni medijski sadržaji. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
3. Ciboci, L., Osmančević, L. (2014). Čarobni (varljivi) svijet reklama. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Dostupno na: <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf>
4. Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M. (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. Zagreb: Agencija za elektroničke medije

## Preporuka radnih zadataka

1. Hrvatski kodeks oglašavanja u čl. 13 ističe da „oglašavanje ne smije poticati opasne postupke i zanemarivati sigurnost, posebice ako je namijenjeno djeci i mlađeži“, dok u čl. 14 vrlo detaljno govorio o porukama koje su namijenjene maloljetnicima ili u njima nastupaju maloljetnici, pa se tako djecu ne smije prikazivati samu, u igri na cesti ili kako sami prelaze cestu, ne smije ih se prikazivati dok se opasno nagniju kroz prozor ili preko ograda mosta ili se penju opasnim strminama. Taj članak navodi još i da se u porukama isto ne smiju upotrebljavati žigice, upaljače i električne uređaje koji bi mogli uzrokovati opasne opekline, električne šokove ili druge ozljede, niti da djeca smiju voziti automobile, traktore, motocikle, „ako nije očito da su već dovoljno odrasla da bi se to od njih moglo očekivati, tj. da su za to sposobna ili da imaju vozačku dozvolu.“ Raspravite s učenicima jesu li se dok su bili mlađi susretali i susreću li se danas s oglasima u kojima se prikazuje nasilje. Neka podijeljeni u grupama rasprave u kojoj mjeri ove odredbe Hrvatskoga kodeksa oglašavanja smatraju važnima i zašto.
2. „Sustavno medijsko promoviranje seksipila stvara kulturno ozračje u kojem odrastanje

podrazumijeva izloženost seksualnoj objektifikaciji ženskog (u posljednje vrijeme i muškog) tijela. Osobito kod djevojčica i dječaka, takva izloženost nosi rizik prihvaćanja normi poželjnog, seksualiziranog izgleda i ponašanja te, posljedično, samooobjektifikacije to jest samoprocjenjivanja temeljenog na seksualnom interesu okoline“ (Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija). U oglasima ima jako puno seksualiziranih poruka. S učenicima razgovarajte o tim sadržajima – neka sami istaknu neke primjere takvih reklama – pa raspravite kako oni utječu na njihovu sliku o njima samima, ali i o drugima. Smatraju li da je takva vrsta oglašavanja primjerena njihovoj dobi? Utječu li takve vrste reklama na svakoga jednako?

3. Na internetu potražite ili na kiosku nabavite najnoviji broj nekoga časopisa za mlade (npr. OK!) i u razredu s učenicima napravite analizu oglasa u odabranom časopisu. Koliko reklama ima u časopisu? O čemu govore? Prikazuju li scene nasilja? Jesu li seksualizirane? Prikazuju li stereotipe i kako utječu na samopoštovanje?

## Odgojno-obrazovni ishod

- Učenici će znati objasniti razliku između slobode izražavanja i prava na zaštitu privatnosti, ugleda i časti.

## Kratki opis ishoda

Svatko od nas ima pravo na slobodu izražavanja koje prema najvišem pravnom aktu u Hrvatskoj, Ustavu, podrazumijeva slobodu mišljenja, izražavanja misli, govora i javnog nastupa. Pritom je to pravo osobito zajamčeno medijima (članak 38). Međutim, u obavljanju svoga posla, osobito prilikom izvještavanja o različitim tragedijama (nesrećama, ubojstvima, samoubojstvima), novinari moraju štititi pravo na zaštitu osobnih podataka, dostojanstvo, ugled i čast pojedinca. Često su se kroz povijest vodile rasprave što je važnije – sloboda izražavanja ili pojedina prava

pojedinca. O tome je kroz povijest odlučivao i Europski sud za ljudska prava. Na internetu je moguće pronaći puno komentara uz različite presude koje mogu biti dobar poticaj za raspravu među učenicima na ovu temu. Među njima je i priručnik: Nuala Mole, James Reynolds (n.p.). Sloboda izražavanja i pravo na privatnost prema Europskoj konvenciji o ljudskim pravima. The AIRE Centre. Cilj je ove nastavne jedinice osvestiti učenike da mediji moraju štititi privatnost ljudi, a osobito djece i to primarno u slučajevima u kojima su djeca žrtve, počinitelji ili svjedoci nasilnih djela.

## Preporuka korisnih materijala

- Ustav Republike Hrvatske (NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14)
- Zakon o medijima (NN 59/04, 84/11, 81/13, 114/22), Zakon o elektroničkim medijima (NN 111/21, 114/22)
- Europski sud za ljudska prava (2021). Vodič kroz članak 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima. Uredzastupnika.gov.hr. Dostupno na <https://bit.ly/45jQnIC>
- Europski sud za ljudska prava (2020). Vodič kroz 8. članak Evropske konvencije o ljudskim pravima. Echr.coe.it. Dostupno na <https://bit.ly/31OIWBp>
- Mendel, T. (2013). Sloboda izražavanja: Vodič za tumačenje člana 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima i njegovog konteksta. Dostupno na <https://bit.ly/3MKXEnn>
- Vijeće Europe (2021). Sloboda izražavanja i sloboda medija – priručnik. Europska unija i Vijeće Europe u okviru projekata „Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku 2019-2022“, „Sloboda izražavanja i sloboda medija u Jugoistočnoj Evropi“ te „Sloboda izražavanja i sloboda medija u Srbiji (JUFREX)“. Dostupno na <https://bit.ly/42Vmihw>

## Preporuka radnih zadataka

- Sloboda izražavanja u satiričnim časopisima**  
Potaknite učenike da u paru uz pomoć računala ili svojih pametnih telefona istraže slučaj Charlie Hebdoa u kontekstu slobode izražavanja. O kakvom je časopisu riječ? Gdje časopis izlazi? Što se dogodilo 2015. godine i zašto je časopis privukao svjetsku pozornost? Nakon što su učenici istražili i došli do svih informacija, raspravite ulogu slobode izražavanja u satiričnim časopisima – je li ta sloboda neograničena ili u određenim pitanjima ograničenja trebaju postojati? Neovisno o mišljenju učenici svoje odgovore trebaju argumentirati.

- Što je važnije – sloboda izražavanja ili pravo pojedinca na zaštitu privatnosti, ugleda i časti?**

Podijelite učenike u grupe po četiri sudionika. Zadatak je svake grupe da pronađu dva primjera medijskih objava – jedan u kojem bi dali prednost slobodi izražavanja ispred zaštite prava pojedinca te drugi primjer u kojem bi prednost dali zaštiti pojedinačnih prava pojedinaca ispred prava na slobodu izražavanja. Svoje primjere učenici moraju argumentirati.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći analizirati važnost aktivne participacije u medijskom prostoru, osobito u kontekstu promocije i zaštite dječjih prava.

## Kratki opis ishoda

U četvrtom su razredu mnogi učenici već navršili 18 godina ili su na pragu ulaska u zajednicu punoljetnih građana. Iako im to donosi brojna prava, ali i obaveze, važno je mlade osobito ovog uzrasta osnaživati na aktivnu građansku (i političku) participaciju. Zahvaljujući upravo medijima to je danas postalo lakše nego ikad, iako mnogi toga nisu svjesni. Pritom je važno kod učenika osvijestiti važnost argumentiranog izražavanja

svojeg mišljenja u medijima, ali i odgovornog ponašanja, neovisno o kakvoj se vrsti aktivizma radi. Upravo je stvaranje medijskih sadržaja i aktivna participacija u društvu jedan od najvažnijih elemenata medijske pismenosti koji medijske korisnike potiče na aktivno korištenje i stvaranje medijskih sadržaja, osobito s ciljem poticanja na pozitivne promjene u društvu, a ne samo na pasivno korištenje medija.

## Preporuka korisnih materijala

1. Evropska unija (2021). Aktivizam na internetu. Dostupno na <https://bit.ly/3MINBPF>
2. Generation Unlimited, Global Initiative on Decent Jobs for Youth (2020). Young people's participation and civic engagement. Dostupno na <https://bit.ly/45iSHta>
3. Borić, I., Mataga Tintor, A. (2020). Smjernice za kvalitetnu participaciju djece u javnim politikama i odlučivanju. Unicef. Dostupno na <https://bit.ly/3Iy6049>
4. Jedud Borić, I., Miroslavljević, A., Koller-Trbović, N., Širanović, A., Car, S., Kušević, B. (2017). POŠTUJMO, UKLJUČIMO, UVAŽIMO. Analiza stanja dječje participacije u Hrvatskoj. Unicef. Dostupno na <https://uni.cf/3onfAuN>
5. Borić, I., Mataga Tintor, A., Osmak Franjić, D. (2021). Smjernice za sudjelovanje djece i mladih u savjetodavnim tijelima, radnim skupinama i na sastancima. Unicef. Dostupno na <https://uni.cf/3pWE925>

## Preporuka radnih zadataka

1. Zadatak je učenika da potraže primjere aktivizma djece i mladih u javnom prostoru i borbu za različita ljudska prava. Kako biste im pomogli, neka krenu od Malale Yousafzai i Grete Thunberg te istraže po kakvoj su vrsti aktivizma poznate te koje su nagrade do sada osvojile zahvaljujući svom gradanskom aktivizmu. Nakon što su pronašli tražene informacije, neka istraže i druge dječje aktiviste diljem svijeta. Što od njih mogu naučiti?
2. Posljednjih su godina mlađi svojim aktivizmom ukazali na različite probleme kao što su rasna diskriminacija (#BlackLivesMatter), rodna ravnopravnost (#MeToo) ili klimatske promjene (#FridaysForFuture) i time pokrenuli različite promjene u društvu. Istražite o kakvim je pokretima riječ te istražite i druge pokrete koji su potaknuli važne promjene u društvu.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći argumentirati važnost pronalaska pouzdanih izvora informacija u medijima.
- ▶ Učenici će znati razlikovati pouzdane od nepouzdanih izvora informacija.

## Kratki opis ishoda

Sudjelovanje u izbornim procesima jedan je od najvažnijih građanskih obaveza, pa čak i dužnosti, svih punoljetnih članova društva. Pritom je važno na izbore izlaziti pravilno informiran o svim kandidatima, iako, nažalost, postoje i oni koji izlaze na izbore i svoj glas daju pretpostavljenim izbornim pobednicima, odnosno gubitnicima (tzv. bandwagon i underdog učinak) jer misle da svojim glasom neće puno promijeniti što je i jedan od oblika neželjenih ponašanja u izbornim procesima. Naime, razmislite samo što bi se sve moglo dogoditi kada bismo svi razmišljali na taj način. Stoga je iznimno važno naučiti mlade važnosti provjeravanja informacija iz

više različitih izvora i na temelju provjerenih i vjerodostojnih informacija koje su dobili o različitim političkim kandidatima i strankama odabrali onoga/enu koji najviše odgovara njihovim uvjerenjima i stavovima. Uloga medija u tom procesu je neizmјerno važna jer su upravo mediji glavni izvor informiranja javnosti tijekom političkih kampanja i da najveći utjecaj mogu imati na neodlučne birače što su najčešće upravo mladi. Budući da pred učenicima četvrtih razreda predstaje prvi izbori na kojima će sudjelovati, važno je da na njih izadu maksimalno informirani jer samo informirani građani su i odgovorni članovi društva.

## Preporuka korisnih materijala

1. Turčilo, L., Osmić, A., Žiga, J. (2017). Mladi, politika i mediji. Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih. Sarajevo: Hans Seidel Stiftung. Dostupno na <https://bit.ly/2BDv2Yd>
2. Street, J. (2003). Masovni mediji, politika i demokracija. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
3. Vozab, D. (2019). (Ne)informirani građani. Politička participacija u novom medijskom okolišu. Zagreb. Naklada Jesenski i Turk

## Preporuka radnih zadataka

1. Ova nastavna jedinica savršena je za provedbu tijekom predizbornih kampanja i ako možete, svakako ju probajte provoditi u tom razdoblju. U tom slučaju podijelite učenike u grupe i svakoj grupi dodijelite jednog političkog kandidata, odnosno stranku. Zadatak je svake grupe da kroz tjedan dana prate različite vrste medija (tiskane, televizijske, radijske, internetske portale i društvene mreže) i način njihova izvještavanja o kandidatu/stranci koju prate. Pritom je osobito važno da prilikom analiziranja medijskih sadržaja odgovore na sljedeća pitanja:
  1. Ističe li analizirani medij pozitivne strane kandidata/stranke? Koje?
  2. Ističe li analizirani medij negativne strane kandidata/stranke? Koje?
  3. Donosi li medij pojedinosti iz privatnog života kandidata/stranke? Koje?
  4. Spominje li medij kandidata/stranku u kontekstu nekih kaznenih radnji?
5. Ističe li medij aktivnosti kandidata/stranke koje su usmjereni isključivo prema mladima? Koje?
6. Izvještava li medij o kandidatu/stranci na senzacionalistički način? Na koji način?
7. Prikazuju li vizualni i audiovizualni sadržaji (ako ih ima) kandidata/stranku na negativan način? Kako?
8. Prikazuje li medij različite kandidate/stranke na jednak način ili svojim načinom izvještavanja više naginje jednom kandidatu/stranci?
2. Potaknite učenike da razmisle kako bi izgledala njihova kampanja za predsjednika razreda ili školskog učeničkog vijeća. Koje bi taktike koristili? Na koji bi način uključili medije u promociju svojih aktivnosti? Bi li koristili društvene mreže i na koji način? Kreiranjem vlastitih kampanja učenike će se osvijestiti o svim tehnikama koje koriste političari u promociji svojih ideja. Je li uvjek riječ o poštenim tehnikama?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći opisati ulogu društvenih mreža.
- ▶ Učenici će znati prepoznati izazove nestvarnog i lažnog prikazivanja identiteta na društvenim mrežama.

## Kratki opis ishoda

Društvene mreže danas, kao i općenito mediji kroz povijest, imaju sve veću važnost za socijalizaciju djece i mladih te pritom značajno utječe na njihov razvoj. Zahvaljujući medijima i društvenim mrežama djeca i mladi usvajaju vrijednosti, stavove, uvjerenja i životna pravila nekog društva. Danas su internet i društvene mreže – sa svim pozitivnim i negativnim stranama i sadržajima - postali dio svakodnevnog života pojedinka, zbog njih su nestale granice vremena i prostora, a granice učenja i upoznavanja drugih i drugačijih ljudi i kultura prešle su „uske“ okvire neke zajednice i kulture. Dok su tek nastajale, društvene su se mreže ponajviše koristile za privatne objave i „druženje“, ali i za samopromociju i uspostavljanje poslovnih kontakata. No, danas su one postale glavni

izvor informiranja za mlade (Jokić i sur., 2022; Ciboci i sur., 2020; Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba i sur., 2019), no preko njih im dolazi i mnoštvo beskorisnih, nepouzdanih i netočnih vijesti. Ipak treba spomenuti da na društvenim mrežama koje koriste djeca i mladi ima i sve više školskih i edukativnih sadržaja koje oni razmjenjuju međusobno.

Međutim, potrebno je upozoriti i na činjenicu da se djeca i mladi na društvenim mrežama susreću i s izazovom stvaranja svoga online identiteta koji je vrlo često anoniman ili pseudoniman, lažan ili izmišljen te vrlo često ne odražava ni fizički ni psihološki identitet osobe koja je otvorila profil na nekoj društvenoj mreži, a može biti u potpunu suprotnosti sa stvarnim (offline) identitetom.

## Preporuka korisnih materijala

1. Ciboci, L., Labaš, D. (2019). Digital Media Literacy, School and Contemporary Parenting, Medijske studije, 10 (19), 83-101, <https://hrcak.srce.hr/clanak/330023>
2. Ciboci, L. i sur. (2020). Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu HR Kids Online, <http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf>
3. Jokić, B. i sur. (2022). U potrazi za mjerom između školskog igrališta i Tiktoka. Perspektive djece i mladih o korištenju digitalnih tehnologija, [https://wwwadmin.idi.hr/uploads/Upotrazitamjeromizmedjuskolskogigralistai\\_Tik\\_Tok\\_a\\_FINAL\\_IDIZ\\_8fb5eb975f.pdf](https://wwwadmin.idi.hr/uploads/Upotrazitamjeromizmedjuskolskogigralistai_Tik_Tok_a_FINAL_IDIZ_8fb5eb975f.pdf)
4. Labaš, D., Maleš, D. (2017.). Percepcija etičnosti elektroničkih medija kod adolescenata u kontekstu sociodemografskih obilježja i medijske pismenosti, Nova prisutnost 15 (2), 211-230, <https://hrcak.srce.hr/file/272719>
5. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2019). Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih, <https://www.poliklinika-djeca.hr/istraživanja/rezultati-nacionalnog-istraživackog-projekta-drustvena-online-iskustva-i-mentalno-zdravlje-mladih/>

## Preporuka radnih zadataka

1. Istraživanje „U potrazi za mjerom između školskog igrališta i TikToka: perspektive djece i mladih o korištenju digitalnih tehnologija“ (Jokić i sur., 2023) pokazalo je da 62 % učenika trećih razreda srednjih škola pozitivnim ili izrazito pozitivnim procjenjuje utjecaj vlastitog korištenja digitalnih tehnologija na njihovu informiranost o trenutnim zbivanjima, a 37,7 % pozitivnim ili izrazito pozitivnim procjenjuje utjecaj vlastitog korištenja digitalnih tehnologija na njihovu kvalitetu prijateljskih odnosa. Razgovarajte s učenicima o ova dva podatka / mišljenja:
  - a) U koje svrhe oni koriste društvene mreže: za samopredstavljanje i druženje, za održavanje i/ili uspostavljanje kontakata i upoznavanje drugih (novih) ljudi?
  - b) Misle li da nove tehnologije i društvene mreže doista pozitivno utječu na njihovu informiranost o trenutnim zbivanjima? Jesu li svjesni takozvanih „personaliziranih algoritama“ zbog kojih nam tehnologija bira i nameće sadržaje koje ćemo čitati i pratiti, a da toga često nismo ni svjesni? Jesu li svjesni da nas personalizirani algoritmi mogu isključiti i da ne pridonose socijalizaciji, jer nas zatvaraju takozvane „informacijske balone“ u kojima nam stalno nude vijesti slične onima koje pratimo te nas isto tako zatvaraju u krug istomišlenika, pri čemu nemamo dodira s onima koji razmišljaju i djeluju različito od nas?
  - c) Misle li da digitalne tehnologije doista pozitivno utječu na kvalitetu njihovih prijateljskih odnosa? Kod ovoga, ali i prethodnog zadatka, možete ih podijeliti

u dvije grupe: u prvoj neka budu oni koji bi odgovorili pozitivno, u drugoj oni koji bi odgovorili negativno. Svaka skupina neka istakne razloge i argumente za svoje mišljenje, pa potom u plenarnoj raspravi sučelesa svoja razmišljanja.

2. Klinička psihologinja Sherry Turkle je jednom o komunikaciji i identitetu na društvenim mrežama napisala: „Sve što mogu vidjeti samo su vaše riječi.“ Istraživanja pokazuju da se korisnici društvenih mreža prikazuju i da svoj identitet određuju na tri moguća načina: jedni prikazuju svoj fizički i psihološki identitet kakav jest, drugi prikazuju svoj fizički, ali ne i psihološki identitet, a treći ne prikazuju ni svoj fizički, ni svoj psihološki identitet. S učenicima raspravite sljedeće teme:
  - a) Kakav je njihov identitet – profil na društvenim mrežama? Izmišljaju li ga ili prikazuju stvarno ono što jesu? Kako na njih utječe ili može utjecati mogućnost da imaju više profila na istoj ili na različitim društvenim mrežama, a samo jedan identitet s kojim žive u stvarnom svijetu?
  - b) Smatraju li da je točna tvrdnja iz istraživanja da se korisnici društvenih mreža, a među njima i mladi, danas predstavljaju onakvima kakvima bi htjeli da ih vide drugi ljudi, a ne sa svojim identitetom iz stvarnoga života? Kako se osjećaju kada otkriju da im se netko lažno predstavlja na društvenoj mreži? Što bi preporučili svojim vršnjacima s obzirom na potrebu uravnoteženog života online i offline?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će naučiti prepoznati simptome ovisnosti o internetu i društvenim mrežama.
- ▶ Učenici će naučiti što su nomofobija, fomofobija i digitalna demencija.

## Kratki opis ishoda

Prema istraživanju „Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih“ (2019) Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, Ureda za zdravstvo Grada Zagreba i Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu svaki treći adolescent društvene mreže koristi od 3 do 5 sati dnevno, a svaki peti adolescent više od 5 sati dnevno. Takvo ponašanje vezano uz prekomjerno korištenje interneta i društvenih mreža, ističu klinička psihologinja Kimberly Young i neuropsihijatar Manfred Spitzer ukazuje na ovisnost, koja se prepoznaće preko različitih simptoma. Četiri su obilježja ovisnosti o internetu koja pridonose njezinu priznanju i definiciji pišu prema Weinsteinu i suradnicima (Weinstein i sur., 2014) Dora Kušanić, Lana Ciboci i Danijel Labaš: – pretjerano korištenje interneta bez svjesnosti o vremenu provedenom na internetu i ono koje dovodi do zanemarivanja osnovnih potreba čovjeka; – povlačenje u sebe i javljanje osjećaja nervoze, anksioznosti i bijesa ako nije moguć pristup internetu ili računalu; – tolerancija i sve veća potreba za unaprjeđivanjem računala i raznom

opremom; te – jasne posljedice za dobrobit pojedinca, laganje, izmišljanje, nesuglasice s bliskim osobama, izolacija i umor.“ Nomofobija je hrvatska kovanica za engleski izraz „no mobilephone phobia“ čiji su simptomi osjećaj straha ili nelagode kada uz sebe nemamo pametni telefon, osjećaj tjeskobe kada nam se prazni baterija, a nemamo punjač sa sobom, osjećaj umora zbog pretjeranog korištenja mobitela noću ili dosade kada na mobitel nije pri ruci, sve do riskantnoga i opasnoga ponašanja dok smo u prometu ili dok vozimo automobil koristeći mobitel. Fomofobija je isto tako hrvatska kovanica za engleski izraz „fear of missing out“ i označava „strah od propuštanja“, pa učestalo provjeravamo obavijesti na mobitelu. Prema već navedenom istraživanju o društvenim online iskustvima i mentalnom zdravlju mladih“ (2019) svaki peti adolescent društvene mreže provjerava stalno, bez obzira na to je li (mu) stigla obavijest (notifikacija) ili ne. Budući da se sve više oslanjam na digitalnu tehnologiju, smanjuju nam se sposobnosti pamćenja, a tu pojavu Manfred Spitzer naziva digitalnom demencijom.

## Preporuka korisnih materijala

1. Kušanić, D., Ciboci, L., Labaš, D. (2019). Ovisnost o internetu, str. 29-54 U: Zekanović Korona, Lj. (ur.), informacijska tehnologija i mediji 2017, Zadar: Sveučilište u Zadru, <https://bib.irb.hr/datoteka/1000823.Zbornik-INFORMACIJSKA-TEHNOLOGIJA-I-MEDIJI-2017-web.pdf>
2. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2019). Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih, <https://www.poliklinika-djeca.hr/istraživanja/rezultati-nacionalnog-istrazivackog-projekta-drustvena-online-iskustva-i-mentalno-zdravlje-mladih/>
3. Spitzer, M. (2018). Digitalna demencija, Zagreb: Ljevak
4. Spitzer, M. (2021). Epidemija pametnih telefona, Zagreb: Ljevak
5. Young, K. (2017, 1998). Internet addiction test, [https://stoeltingco.com/Psychological/media/IAT\\_web\\_sample.pdf](https://stoeltingco.com/Psychological/media/IAT_web_sample.pdf), <https://www.iitk.ac.in/counsel/resources/IATManual.pdf>

## Preporuka radnih zadataka

1. S učenicima na temelju letka za roditelje „Ovisnost o internetu i novim medijima“ (<https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-roditelje-Grad-Zagreb.pdf>) razgovarajte o tome jesu li čuli za pojmove nomofobije, fomofobije, digitalne demencije i znaju li što su smombiji. Smombi je kombinacija engleske riječi smartphone (pametni telefon) i zombi, a mlađi su ju 2015. godine izabrali za riječ godine, jer su „shvatili povezanost između prekomjerne uporabe pametnih telefona s jedne strane i bezvojnlosti i malodušja s druge“ (Spitzer, 2021: 10). Osjećaju li se oni ponekad kao smombiji? Misle li za sebe da imaju neke simptome nomofobije i koliko često oni provjeravaju obavijesti koje im stižu na mobitel? Pate li i oni od fomofobije i digitalne demencije do koje dolazi zbog stalnoga korištenja digitalnih tehnologija. Ostanjuju li se oni stalno na svoj pametni telefon ili pamte, primjerice, brojeve telefona bliskih osoba?

Rješavaju li matematičke zadatke sami ili radije koriste mobitel ili računalo? Služe li se raznim aplikacijama za navigaciju ili sami pokušavaju pronaći neko mjesto na koje idu u grad (knjižnica, muzej, kino, restoran)?

2. Sa stranice djecamedija.org preuzmite letak „Ovisnost o internetu“ i iskoristite ga s učenicima za test samoprocjene ovisnosti o internetu: <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2022/03/Prevencija-ovisnosti-za-ucenike-Grad-Zagreb.pdf>
3. S učenicima razgovarajte o načinu na koji provode svoje slobodno vrijeme. Mnoga istraživanja, naime, govore o tome da bi korisnici društvenih mreža – posebno djeca i mlađih – svoje slobodno vrijeme radje provodili u stvarnom druženju s prijateljima, a ne u online svijetu. Ipak, adolescenti priznaju da više vremena provode online nego u druženju s prijateljima. Zašto je to tako? Kako bi to mogli promijeniti?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći opisati glavne karakteristike informativnih medija

## Kratki opis ishoda

„U odnosu na razdoblje prije pandemije bolesti COVID-19, djeca i mladi u Republici Hrvatskoj više vremena provode ispred digitalnih ekrana. To se posebice odnosi na učenike srednjih škola te na djevojke. Tako 61,1% učenika 3. razreda srednjih škola odgovara da više ili znatno više vremena provode ispred ekrana mobitela, računala, televizora u odnosu na razdoblje prije pandemije. To se posebice odnosi na djevojke“, pokazalo je istraživanje „U potrazi za mjerom između školskog igrališta i Tiktoka. Perspektive djece i mladih o korištenju digitalnih tehnologija“ (2022). No, osim povećanog broja sati koje mladi provode uz medije i društvene mreže, važno je razmislit o sadržajima koje tamo ili samostalno pretražuju ili im se nude, bez obzira što ih nisu tražili. Tako sve više istraživanja upozorava da se društvenim medijima šire moralno neprihvatljivi i opasni sadržaji: sve više nasilja koje se izražava online (cyberbullying), sve češće pojave sextinga i sextortiona među mladima (pa čak i djecom), širenje sve ekstramnijih pornografskih

sadržaja, mamljenje maloljetnika sa seksualnim ciljem, ali i teški i zastrašujući zločini online: organiziranje prodaje osoba, prostitucije, pa čak i naručivanja i gledanja uživo silovanja i nasilja nad maloljetnicima na drugome kraju svijeta. Manfred Spitzer upozorava na tri skupine problema povezanih s prekomjernim korištenjem interneta i društvenih mreža. U prvoj skupini nabroja one zdravstvene: ovisničko ponašanje, kratkovidnost, anksioznost, depresivnost, pretilost, povećano rizično ponašanje u prometu, povećano rizično spolno ponašanje, poremećaji spavanja ... U drugoj su skupini obrazovni: Izravno narušavanje sposobnosti razmišljanja i posljedično smanjenje kvocijent inteligenčije ..., a u trećoj društveni problemi: narušavanje povjerenja, problemi identiteta, problemi demokratskog uređenja. Kako bismo prevenirali različite posljedice neprimjerenoga korištenja društvenih mreža, potreban je – detox kojim ćemo se uspjeti oduprijeti utjecaju društvenih mreža na naš svakodnevni život.

## Preporuka korisnih materijala

1. Data detox x youth, [https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth\\_HR.pdf](https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth_HR.pdf); <https://datadetoxkit.org/hr/home>
2. Jokić, B. i sur. (2022). U potrazi za mjerom između školskog igrališta i Tiktoka. Perspektive djece i mladih o korištenju digitalnih tehnologija, [https://wwwadmin.idi.hr/uploads/Upotrazizamjeromizmedjuskolskogigralistai\\_Tik\\_Tok\\_a\\_FINAL\\_IDIZ\\_8fb5eb975f.pdf](https://wwwadmin.idi.hr/uploads/Upotrazizamjeromizmedjuskolskogigralistai_Tik_Tok_a_FINAL_IDIZ_8fb5eb975f.pdf)
3. Kušanić, D., Ciboci, L., Labaš, D. (2019). Ovisnost o internetu, str. 29-54 U: Zekanović Korona, Lj. (ur.), informacijska tehnologija i mediji 2017, Zadar: Sveučilište u Zadru, <https://bib.irb.hr/datoteka/1000823.Zbornik-INFORMACIJSKA-TEHNOLOGIJA-I-MEDIJI-2017-web.pdf>
4. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2019). Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih, <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/rezultati-nacionalnog-istrazivackog-projekta-drustvena-online-iskustva-i-mentalno-zdravlje-mladih/>
5. Spitzer, M. (2021). Epidemija pametnih telefona, Zagreb: Ljevak

## Preporuka radnih zadataka

1. Na temelju teksta iz knjige „Epidemija pametnih telefona“ Manfreda Spitzera s učenicima raspravite sve tri skupine problema povezanih s prekomjernim korištenjem društvenih mreža (zdravstveni, obrazovni, društveni). Jesu li kod sebe primijetili koji od tih problema? Dovodi li ih prekomjerno korištenje društvenih mreža do nesanice, depresije, ovisnosti i tjelesnih posljedica, a multitasking do poremećene pozornosti?
2. Posjetite internetsku stranicu [datadetoxkit.org/hr/home](https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/hr/home) i [https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth\\_HR.pdf](https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth_HR.pdf) i učenike podijelite u pet skupina, koliko je tema („paket“). Svaka skupina neka odabere jedan od „alata“ – paketa, to jest tema koju želi istražiti (ili im Vi dodijelite „paket“). Nakon toga neka svaka skupina obradi temu iz odabranoga (ili dodijeljenoga) paketa i potom ih predstavi svima, te objasni na koji način taj „alat“ to jest paket pomaže u detoksikaciji od društvenih mreža.
3. U istraživanju „Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih“ među ostalim se govori o problemu sextinga i sextortiona te s posljedicama takvog neprimjerenog ponašanja na mlade. Na temelju teksta na internetskoj stranici navedenoj u „Preporukama korisnih materijala“ objasnite im što se podrazumijeva pod ta dva pojma, te potom raspravite rezultate do kojih se došlo istraživanjem, a koji su povezani sa sextingom i mentalnim zdravljem mladih. Mladi ističu da ih sexting među ostalim dovodi do: narušenog samopoimanja, anksioznosti, depresije, pa čak i do suicidalnih misli. Raspravite s učenicima o tom rizičnom ponašanju i o tome susreću li se i oni s tim pojavama ili s pornografijom na internetu i društvenim mrežama? Povjeravaju li se nekom ako ih netko vrijeda ili nagovara na neprimjerenog ponašanje? Jesu li upoznati s načinima sprječavanja neprimjerenog ponašanja? Na koji način mogu pomoći jedni drugima?

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će moći objasniti kako izbrisati nasilan sadržaj u virtualnom prostoru.

## Kratki opis ishoda

Zbog sve veće izloženosti medijskim sadržajima u virtualnom prostoru nerijetko se može pronaći sadržaj koji je nasilan i uznemirujući pogotovo za djecu i mlade. Kao publika često odlučujemo ne reagirati na takav sadržaj jer smatramo kako naša reakcija možda neće ništa promijeniti. Takav se stav sve češće može prepoznati pogotovo kod djece i mlađih. Osim toga čini se kad vlada uvriježeno mišljenje da se na internetu ništa ne može izbrisati. Ali to je samo djelomično točno, kao što ćemo vidjeti

u zadatku koji smo osmisili za vas. Ali zašto uopće brisati nasilan sadržaj? Sav medijski sadržaj nije prikladan za sve uzraste. I možda će nešto što se nama čini sasvim prihvatljivo biti u potpunosti neprihvatljivo za nekoga drugoga. Osim toga, u virtualnom prostoru želimo izbrisati i neprimjereni sadržaj koji se možda odnosi na nas. To nam omogućuje Pravo na zaborav na pretraživaču Google. Ako nam neka od prijašnjih objava smeta imamo pravo zatražiti da se takvi podaci izbrišu.

## Preporuka korisnih materijala

Kroz 30 minuta pogledajte film koji je objavila Agencija za zaštitu osobnih podataka - „Tko se to šali s mojim podacima?“ <https://www.youtube.com/watch?v=heTuQUASpGc>

## Preporuka radnih zadataka

**Pravo na zaborav**  
 U raspravi s učenicima provjerite imaju li prethodna znanja o tome kako izbrisati neki sadržaj na internetu. Jesu li ikada poželjeli obrisati jednu snimku ili video zapis iz vašeg djetinjstva koja vam danas izgleda smiješno ili možda jednostavno ne želite da drugi kada pretražuju informacije o vama pronadu upravo tu fotografiju? Jeste li znali da kroz Pravo na zaborav danas možete zatražiti od Googla da ukloni takav sadržaj samo zato jer vam smeta? Sam Google navodi: „Europski zakoni o zaštiti podataka daju pojedincima pravo da od tražilica kao što je Google traže da uklone određene rezultate za upite koji se odnose na ime osobe“. Informatički stručnjaci će reći kako će uvjek ostati zapisan neki sadržaj o nama i to je točno no na ovaj način možemo ipak utjecati na to da se ovaj podatak o nama ne pokazuje u pretraživanju. Zamolite učenike da kroz 10 minuta pretraže svoj digitalni trag i da provjere postoji li možda neki sadržaj o njima zbog kojeg se ne osjećaju dobro.

Potom neka u tražilicu Google unesu: „pravo na zaborav“. <https://reportcontent.google.com/forms/rfbf> Nakon klika na direktnu poveznicu slijedite upute i pokrenite pravo na zaborav.

**Kako izbrisati nasilan sadržaj o vašem prijatelju u virtualnom prostoru?**

Ponekad se čini kao da nam nije dovoljno stalo do dobrobiti naših prijatelja. Tako vidimo nasilan sadržaj o nekome jednostavno odlučujemo ne reagirati. U raspravi u razredu provjerite koliko je učenika i učenica u zadnjih nekoliko dana vidjelo nešto negativno u medijima ili na internetu o osobi koju poznaju. U dijalogu provjerite što ih je sprječilo u tome da pomognu prijateljima i znaju li uopće na koje im sve načine mogu pomoći. Nakon toga upoznajte ih s aplikacijom RED BUTTON koju je pokrenulo Ministarstvo unutarnjih poslova. Ukratko prodite kroz stranicu i upoznajte ih s glavnim kategorijama. Svakako naglasite da prijavu o nekome ili o određenom sadržaju mogu predati i anonimno.

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će naučiti kako mogu odgovoriti na komentare na društvenim mrežama.
- ▶ Učenici će naučiti kako prepoznati anonimne komentatore.

## Kratki opis ishoda

Na mnogim profilima društvenih mreža, čak i uz pozitivne i afirmativne teme često možemo pronaći komentare koji su puni mržnje. Možda ste i sami nekad imali osjećaj da ste napisali nešto lijepo i afirmativno o nekome ili ste možda komentirali nečiju objavu, ali jedna druga osoba je za samo par minuta napisala nešto posve neutemeljeno ili bezobrazno ili

jednostavno neprimjereno o vama ili o onome tko je napisao objavu. U dvije opisane radionice učenike ćemo naučiti kako mogu odgovoriti na takve komentare, a naučit ćemo ih i kako mogu prepoznati anonimne komentatore koje su češće hejteri (eng. hejt). Želimo učenike naučiti kako da reagiraju u takvim situacijama i na taj ih način osnažiti.

## Preporuka korisnih materijala

Utočište hrabrih online (UHO) - #no hate zona uho.dkmk.hr

Pogledajte novinarski video „Kako se boriti protiv vršnjačkog nasilja?“ koji je objavio AJB. Možete ga pronaći na YouTubeu.

## Preporuka radnih zadataka

## Tko su moji komentatori?

U prvih pet minuta neka učenici pregledaju svoj profil na INSTAGRAMU. Posebno pažljivo neka pogledaju komentare koje su primili u zadnjih tjedan dana u potrazi za neprimjerenim komentarima. Odmah neka pogledaju tko su autori tih objava. Znaju li ih otprije? Znaju li ih osobno? Koliko često se vide s njima uživo? Jesu li možda oni njima napisali nešto slično nedavno? Imaju li zajedničke prijatelje? Ako ne mogu pronaći ni jednu poruku koja sadrži mržnju na njihovom profilu neka pregledaju profile nekih od utjecajnika koje poznaju? Potom raspravite o sljedećim pitanjima: kako inače reagiraju u takvim situacijama? Razgovaraju li s drugima o tim problemima? Jesu li ikada tražili pomoć od drugih?

## Okružite se s prijateljima

Jedan od najboljih načina kako možemo odgovoriti hejterima jest da se okružimo s ljudima koji misle isto kao i mi ili pak da zamolimo sve naše prijatelje da stanu u našu obranu. U situaciji kada ste izloženi nekoj uznemirujućoj poruci preplave vas emocije i jednostavno ne znamo kako se postaviti u određenoj situaciji. Teško je razmišljati racionalno u tim trenucima. A zapanjujuće je koliko se rijetko u takvim situacijama sjetimo naših prijatelja. Ne bismo li voljeli da naši stvari prijatelji stanu na našu stranu i da se uključe u komentiranje kao i da odgovore napadaču koji nas proziva. Jeste li spremni na taj iskorak? Jeste li spremni priskočiti upomoć onima kojim je naša pomoć potrebna. Budite uvjereni kako će 10 afirmativnih komentara naših prijatelja na jedan neprimjeren post našeg „neprijatelja“ zaista biti možda i prekretnica. Možda će ohrabriti i brojne druge na mreži da se uključe i komentiraju. Možda će biti primjer drugima da prepoznaju nasilnike oko nas... Odvažite se...

## Odgojno-obrazovni ishod

- ▶ Učenici će naučiti kako sudjelovati u preventivnim aktivnostima protiv nasilja u medijima.
- ▶ Učenici će moći opisati posljedice snimanja i objave online vršnjačkog nasilja.

## Kratki opis ishoda

Dok smo u medijima i na društvenim mrežama izloženi nasilju možemo se osjećati obeshrabreno, pogotovo ako naši vršnjaci i prijatelji drukčije reagiraju od nas. U medijskoj teoriji je poznat koncept desenzibilizacije koji nam govori o tome da se nakon nekog vremena svi lako naviknemo na nasilje i skloni smo ga odobravati. To ne čudi jer smo već od malih nogu izloženi nasilju u gotovo svim žanrovima

i formama. Prisjetimo se samo crtanih filmova, nasilja u glazbi, u informativnom programu... Ponekad se čini kao da smo otupjeli na nasilje. Zato nam je važno u ovoj jedinici potaknuti učenike da se angažiraju i da postanu aktivi medijski korisnici, a ne samo pasivni konzumenti, dio publike koja ne reagira i tako prešutno potvrđuje kako se slaže s ponuđenim konceptom nasilja.

## Preporuka korisnih materijala

Pogledajte prilog objavljen na HRT1 u emisiji Labirint1 – Kako se zaštititi na internetu? <https://www.youtube.com/watch?v=Us871fxhdZ8&list=PLjKfOUJQff5oUv6DdIb4c9BGm7I5NFZLu&index=12> Možete ga potražiti i preko tražilice na YouTubeu.

Pročitajte izvještaj i radni zadatak koji je objavio portal medijskapsimenost.hr, a pripremili Lana Ciboci Perša, Danijel Labaš i Igor Kanižaj <https://www.medijskapsimenost.hr/videosnimanje-napada-happy-slapping/>

## Preporuka radnih zadataka

**Snimanje tučnjave online**

Happy slapping jedan je od fenomena elektroničkog nasilja s kojim su sigurno upoznati svi učenici. Riječ je o fenomenu u kojem za vrijeme međuvršnjačke tučnjave netko treći snima sadržaj i viralno ga prenosi. U tome često sudjeluje brojna publika i zato se u svega nekoliko minuta mnogo zapisa prenese putem različitih društvenih mreža i profila. Pred nama je igranje uloga. Podijelite učenike u timove. Opišite im jednu od sličnih situacija i pitajte ih kako bi oni reagirali. Kao onima koje se snima, hoće li im biti svejedno ili ne bi voljeli da se ta snimka objavi. A kako će reagirati kao oni koji snimaju? Koji su razlozi zašto ne snimati ovakve događaje? Kakve mogu biti posljedice? Svakako ih upoznajte i sve obvezama da svaki takav događaj moraju prijaviti, kao i da svojim snimanje i prenošenjem online kao da posljeđično i oni sudjeluju. Krše li time neke zakone? Kako će reagirati njihovi roditelji?

**Pismo urednicima**

Ako smo u medijima naišli na sadržaj koji je nasilan i uznemirujući svakako možemo reagirati i tako da se javimo urednicima i iznesemo prigovor, odnosno nezadovoljstvo njihovim odabirom sadržaja. Kao dio publike to je i naša obveza. Sigurni smo da je jako mali broj učenika i učitelja reagirao na ovaj način, a nije li to naša obveza, pogotovo ako je riječ o javnom mediju i medijskom servisu poput HRT-a. Do kakvih će reakcija dovesti pismo urednicima? Možda će prvi put čuti da nekom zaista utemeljeno smeta određeni sadržaj? Možda će vas pozvati na razgovor i tražiti još detaljnije pojašnjenje? Naravno, postoji mogućnost da neće reagirati. Ali iskoristite mogućnost i dignite svoj glas kada ste nezadovoljni s određenim sadržajem.

