



MEDIJSKA PISMENOST ZA NAJMLAĐE

MULTIMEDIJSKI PRIRUČNIK ZA DJECU PREDŠKOLSKE I
RANE ŠKOLSKE DOBI

ZAGREB
2021.



Sveučilište u Zagrebu
Učiteljski fakultet



MEDIJSKA PISMENOST ZA NAJMLAĐE
Multimedijski priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi

Autorica
Alma Čakmazović

Ilustracije
Petra Zlonoga

Recenzija
Doc. dr. sc. Marina Gabelica

Lektura
Ksenija Rožman

Dizajn i prijelom
Branimir Lazanja

Nakladnik
Savez društava „Naša djeca“ Hrvatske

Za nakladnika
prof. dr. sc. Aida Salihagić Kadić

Sunakladnik
Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Za sunakladnika
prof. dr. sc. Siniša Opić



Zagreb, 2021.

ISBN: 978-953-6103-63-8

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001088356.

Priručnik je sufinanciran sredstvima Agencije za elektroničke medije u okviru Javnog poziva za sufinanciranje projekata na temu poticanja medijske pismenosti iz 2019. godine. Izradu Videa o medijima kao sastavnog dijela Priručnika sufinancirao je Ured UNICEF-a za Hrvatsku.



Poštovani odgajatelji i učitelji,

autorski tim i institucije, kao tvorci ovog Priručnika, svjesni su vaše velike odgojne zadaće: svakoga dana u vašim su rukama budući odrasli ljudi, generacije naših građana. Izražavamo vam veliko poštovanje i zahvalnost za posao koji obavljate, a koji je za mnoge među vama više od posla.

Svjesni smo da priručnik iz područja medijske pismenosti nije prva ni jedina „dodana“ aktivnost i „dopunski“ sadržaj koji vam je na raspolaganju. Naprotiv, u današnje doba količina novih sadržaja, edukacija, radionica, programa samo raste.

Pri kreiranju Priručnika imali smo na umu da vam dodatne aktivnosti u neodgovarajućim uvjetima mogu predstavljati neželjenu obavezu u ionako napregnutom svakodnevnom rasporedu. Stoga poštujemo vašu slobodu oko odluke da se bavite ili ne bavite medijskom pismenošću te ni u kojem smislu ne šaljemo poruku da je medijska pismenost imperativ, a život bez ovog Priručnika nezamisliv. Ako ipak uspijete svoju djecu uvesti u područje medijske pismenosti, vjerujemo da će to prije svega biti u interesu djece i uz vaše zadovoljstvo. U svakom slučaju želimo da Priručnik i njegove prateće materijale, video i slikovnicu, koristite s dječjom radoznalošću i intelektualnim veseljem.



Sadržaj

O Multimedijском priručniku	5
Pregled i struktura Multimedijскоg priručnika za predškolsku djecu i učenike prvog i drugog razreda osnovne škole	6
TEORIJSKI DIO PRIRUČNIKA	8
Uvod u medijsku pismenost	9
Djeca, mediji, edukacija	9
Učiti o medijima	11
Pismenost jučer, danas, sutra	12
„Mediji naši svagdašniji“	13
Definiranje medija	13
Mediji i tehnologija	13
Masovni mediji	15
Mediji kao posrednici	15
Pristup medijskoj pismenosti	16
Mediji i reprezentacija	17
Znakovi u medijima	18
PRAKTIČNI DIO PRIRUČNIKA	21
Iskustveni pristup medijskoj pismenosti i aktivnostima za djecu predškolske i rane školske dobi (1. i 2. razred osnovne škole)	22
ISKUSTVENE AKTIVNOSTI	23
NOS	23
SRCE, SUNCE, MJESEC, ZVIJEZDE	25
ZNAK	27
LJUBAV	28
„VARKE SLIKA“	30
MANDARINE	31
Zahvale	32
Poziv odgajateljima i učiteljima	33

O Multimedijskom priručniku za djecu predškolske i rane školske dobi

Svrha je ovoga Priručnika da posluži kao podrška i edukacijski resurs odgajateljima predškolaraca i učiteljima školaraca u prvom i drugom razredu osnovne škole za medijsko poučavanje. Medijska edukacija u predškolskoj dobi i u prvom i drugom razredu osnovne škole prilika je da djeca od rane dobi počnu razvijati svijest i spoznaje o suvremenom društvu i kulturi čije je dominantno obilježje velika moć i utjecaj sveprisutnih masovnih medija u oblikovanju svijeta i naših predodžbi o tom svijetu.

Današnja su djeca izložena masovnim medijima godinama prije nego što mogu steći prve teorijske spoznaje o fenomenu medija. Što ranije dobiju priliku kritički sagledavati ovaj fenomen, to su veće šanse da će odrastajući razvijati otpornost prema štetnim utjecajima masovnih medija kao i učiti sagledavati medije na način koji može obogatiti njihov život i koristiti zajednicama u kojima žive.

U hrvatskom sustavu odgoja i obrazovanja medijska pismenost zasad nije obavezan predmet. U Hrvatskoj i u svijetu posebno su rijetki programi medijske pismenosti i medijske edukacije za djecu predškolske i rane školske dobi, pa ovaj Priručnik djelomično popunjava tu prazninu. Kako većina nas kroz svoje obrazovanje najčešće nije bila u prilici učiti o medijima, tako vjerujemo da i starija djeca, pa i odrasli mogu u Priručniku pronaći neke koncepte i misaone alate korisne za život u svijetu koji je bez medija gotovo nezamisliv.

Pregled i struktura Multimedijiskog priručnika za predškolsku djecu i učenike prvog i drugog razreda osnovne škole

ELEMENTI	PRIRUČNIK	SLIKOVNICA O MEDIJIMA	VIDEO O MEDIJIMA
DOSTUPNOST	E-izdanje na internetu	E-izdanje na internetu Tiskano izdanje	E-izdanje na internetu
SADRŽAJ	Teorija i ključni koncepti Iskustvene i praktične aktivnosti za djecu Internetske poveznice za slikovnicu i video	Iskustvene i praktične aktivnosti za djecu Ključni pojmovi	Iskustvene i praktične aktivnosti za djecu Ključni pojmovi

Multimedijiski priručnik sadrži tri dijela: priručnik, slikovnica i video:

- **Priručnik** je namijenjen odgajateljima i učiteljima. Sadrži teorijski dio o edukaciji iz područja medijske pismenosti, iskustvene i praktične aktivnosti za djecu organizirane u šest skupina te poveznice za elektronska izdanja slikovnice i videa.
- **Slikovnica o medijima** namijenjena je djeci. Sadrži dio iskustvenih i praktičnih aktivnosti iz Priručnika obogaćen ilustracijama kao i osnovne pojmove bitne za početak edukacije iz medijske pismenosti za najmlađe.
- **Video o medijima** u trajanju od 4'53" sastavljen je kao video-vodič kroz izabrane aktivnosti za djecu koje, poput onih u priručniku i slikovnici, omogućuju iskustveno učenje o medijima, ovoga puta uz pomoć animacije.

Sva tri materijala, priručnik, slikovnica i video, sadrže aktivnosti u kojima djeca prve spoznaje o medijima usvajaju na način prilagođen njihovoj dobi (5 godina i više) kroz **interakciju i iskustveno učenje putem vlastitih osjetila**. Sadržajna razlika između priručnika, slikovnice i videa je u tome što priručnik sadrži najviše aktivnosti te je u njemu izložen eksplicitni teorijski sadržaj namijenjen odgajateljima i učiteljima. U slikovnici i videu teorija je ugrađena u iskustvene aktivnosti, a djeci su predstavljeni samo ključni teorijski pojmovi s ciljem da se s njima susretnu (vjerojatno) prvi put, zadrže ih u sjećanju te ih kasnije, kroz odgoj i obrazovanje, istražuju i nadograđuju svoje spoznaje o njima.

Pri korištenju priručnika, slikovnice i videa možemo koristiti sva tri elementa pojedinačno ili kombinirati priručnik sa slikovnicom i videom. Može

se kretati od sadržaja s manje podražaja prema sadržajima s više podražaja ili suprotno - krenuti s videom kako bismo u početku zadobili dječju pozornost. Dio se aktivnosti u ova tri materijala ponavlja, ali su izložene na različitim način i uz pomoć različitih medija. To je prilika i za komplementarni pristup pri kojem se djecu može upućivati da uočavaju razlike koje se javljaju kada se isti sadržaj predstavlja upotrebom različitih tehnika u različitim medijima: tekst, ilustracija, animacija, zvuk.

Dakako, pristup sadržaju i elementima Multimedijskog priručnika može se prilagoditi vremenskim i drugim okolnostima, dostupnoj tehničkoj opremi ili interesima i sklonostima djece uz korištenje samo nekih materijala ili kombinacijom u skladu s uvjetima i okolnostima.

GDJE MOŽEMO NAĆI SLIKOVNICU I VIDEO?

Slikovnica o medijima: medijska pismenost za najmlađe nastala je 2018. godine u okviru projekta UNICEF-a, Agencije za elektroničke medije i portala medijskapismenost.hr - Dani medijske pismenosti. Slikovnica je tiskana u ograničenoj nakladi i dostupna u pojedinim knjižnicama. U elektronskom obliku može se naći na ovoj internetskoj poveznici:

<https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Slikovnica-o-medijima.pdf>

Video o medijima: medijska pismenost za najmlađe iz 2020. godine nastao je na temelju Slikovnice o medijima i dostupan je na ovoj internetskoj poveznici:

<https://youtu.be/s8CzkiOpcEA> (bez titlova)

<https://youtu.be/XSgN9wppnfw> (s titlovima)



TEORIJSKI DIO PRIRUČNIKA



Uvod u medijsku pismenost

Djeca, mediji, edukacija

Obitelj, prijatelje, vrtić i školu dugo već prepoznajemo i proučavamo kao okruženja u kojima djeca usvajaju prva znanja, stječu prve spoznaje i uče, spontano ili planski, o svijetu u kojem žive i o tome što znači pripadati ljudskom društvu. U svom neposrednom okruženju djeca oblikuju životne stavove, usvajaju pravila, običaje, vrijednosti i uvjerenja, razvijaju svoje poglede na svijet, stječu navike, spoznaju što je dobro, poželjno, prihvatljivo, korisno, lijepo, vrijedno ili zdravo u društvu u kojem žive kao i ono što nije takvo. U prošlosti se ovaj proces usvajanja društvenih i kulturnih normi odvijao kroz izravnu komunikaciju i neposrednu interakciju u krugu obitelji i zajednice s roditeljima, vršnjacima, odgajateljima, učiteljima.

No, razvojem tehnologije djetetovo se okruženje značajno mijenja. Djetinjstvo u 21. stoljeću podrazumijeva stvari s kojima se većina ljudi nikad prije nije susrela,¹ a jedno od njegovih najupadljivijih obilježja rastuća je prisutnost elektroničkih medija praćena sve učestalijom interakcijom djece i medija te pojačanim interesom društva za tu interakciju.

I javnost i znanost danas se bave pitanjima štetnih i korisnih medijskih utjecaja na djecu, navikama djece i vremenom koje provode uz medije, sigurnošću, nasiljem i privatnošću djece u medijskom svijetu itd. Ta potreba da razumijemo što se zapravo događa u interakciji djece i medija, pratila je pojavu svakog novog medija. Jedno od prvih poznatih istraživanja uloge medija u životima djece „*Filmovi i ponašanje*“ provedeno je u SAD-u daleke 1933. godine. U to se vrijeme skupina znanstvenika pod vodstvom Herberta Blumera² pitala kako filmovi utječu na djecu i njihovo ponašanje, igru, emocije, stavove o ljubavi, odnose, ambicije, ukratko kako filmovi utječu na njihove poglede i ideje o životu. Intervjuirajući dvije tisuće tinejdžera, istraživačka je skupina svoj izvještaj završila sljedećim zaključkom: film je *autentična edukacijska institucija*. Ne edukacijska u konvencionalnom smislu prenošenja pojedinih informacija i komadića znanja, nego edukacijska u istinskom smislu neposrednog, praktičnog i važnog uvođenja djece u život³. Za mnoge tinejdžere, zaključili su Blumer i njegovi suradnici, filmovi su autentični prikazi života iz kojih djeca izvlače obrasce ponašanja i ideje o stvarnosti.

¹ Steinberg, S. R., & Kincheloe, J. L. (2004). *Kinderculture: The corporate construction of childhood*. Boulder, Colo: Westview Press.

² Herbert Blumer (1900.-1987.), američki sociolog

³ Blumer, H. (1933). *Motion pictures and youth - Movies and conduct*, The Payne Fund Studies, Preface Charters W. W. Bureau of Educational Research, Ohio State University, str. 196. The Macmillan Company, New York.

Mediji kao nevidljivi odgajatelji i učitelji

Taj Blumerov pogled na medije, u ovom slučaju filmove kao edukacijske institucije, aktualan je danas kao i 1933. godine. Popularno je stajalište da učimo u učionici kao i izvan učionice - kroz informacije, medije i tehnološke platforme.⁴ U odnosu na doba prije devedeset godina kad je nastala Blumerova studija, današnja djeca provedu tijekom jedne godine više vremena uz medije, nego što ga provedu u školi.⁵ Kaže se da svijet „proputuju” mnogo prije no što samostalno prijeđu zebnu u vlastitoj ulici, a do tinejdžerske dobi pogledaju vjerojatno više filmova i serija nego njihovi vršnjaci u zlatno doba Hollywooda za cijeli svoj život.

Istraživanja posljednjih desetljeća pokazuju da udio vremena koje djeca provode uz medije postojano raste. Elektronički su mediji danas svuda dostupni, sve su ranije prisutni u životima djece,⁶ svakodnevni se kontakt s medijima produljio, mogućnosti interakcije sve su raznovrsnije, podražaji sve brojniji, a tehnike medijske reprezentacije sadržaja sve privlačnije, pa se Blumerova usporedba filmova s edukacijskim institucijama danas može primijeniti na sve medije.

Uspoređujući medije s institucijama poput vrtića i škole kao mjestima na kojima djeca uče, bitno je osim sličnosti osvijestiti i njihove razlike. Za razliku od formalnih odgojno-obrazovnih institucija, masovni su mediji slučajni, usputni, neformalni i neslužbeni „edukatori” koji, namjerno ili nenamjerno, svjesno ili nesvjesno, provode i podučavaju „nevidljivi kurikulum”. Dok odgajatelji i učitelji djecu odgajaju i nastavu izvode prema transparentnom, pomno razvijenom i praćenom programu, kod medijskog „kurikuluma” u pravilu izostaje jasna slika o tome tko „podučava”, što se „podučava”, kako, zašto i s kojim ciljem. Pa ipak, pažnja koju poklanjamo toj slučajnoj i usputnoj „edukaciji” danas je još uvijek zanemariva u odnosu na pažnju usmjerenu na formalne odgojno-obrazovne sustave i programe. Nastava putem javne televizije uvedena 2020. godine u uvjetima epidemije u Hrvatskoj samo je doslovna demonstracija svakodnevne prakse koja se spontano odvija u svakom trenutku interakcije djece s masovnim medijima. Mediji djecu ne „podučavaju” samo tijekom nastave na daljinu, nego uvijek. To nas opažanje potiče na kritičko razmišljanje o medijima i usmjerava nas prema potrebi da djecu podučimo i pripremimo, koliko je to moguće, za svakodnevni život s medijima.

⁴ UNESCO (2017). *Media and Information Literacy, a critical approach to literacy in the digital world*. Pristupljeno 25.4.2020. <https://en.unesco.org/news/media-and-information-literacy-critical-approach-literacy-digital-world>

⁵ Dill, K. E. (2009). *How fantasy becomes reality: seeing through media influences*. Oxford University Press, New York.

⁶ 24% djece u dobi 3 – 4 godine u Velikoj Britaniji posjeduje vlastiti tablet, a 1% djece te dobi koja su na internetu ima profil na društvenim mrežama (Ofcom, Children and Parents: Media Use and Attitudes Report, 2019).

Učiti o medijima

Kao svako učenje, i učenje o medijima započinje pitanjima. Kritički razmišljati o medijima znači, najjednostavnije rečeno, dovesti stvari u pitanje i ne uzimati medije zdravo za gotovo. Na primjer, popularno je stajalište kako su mediji „izvor informacija o svijetu kakav on jest“, no učenje o medijima podrazumijeva preispitivanje upravo te najtvrdje i najrasprostranjenije pretpostavke. Baš kao i jezik, mediji ne služe samo pukom i neutralnom prenošenju informacija. Mediji ne nude samo vjernu sliku svijeta, njegov odraz u ogledalu, već su i sami aktivni kreatori te slike i tog svijeta. Svaki suvisli komadić medijskog sadržaja jedan je pogled na svijet u malom. Učenje o medijima podrazumijeva izlazak iz rutine naših medijskih navika, prošireni i izoštrani pogled, promijenjeni kut i sagledavanje medija svježim, radoznalim, kritičkim očima.

Učenje o medijima podrazumijeva mnoštvo tema i mnoštvo pristupa. Možemo npr. učiti o ulozi medija u društvu i o tome kako se društvo mijenja s pojavom svake nove medijske tehnologije, možemo postavljati pitanja o psihičkim, pa i nervnim učincima medija na djecu, proučavati raznovrsne medijske „proizvode“, o medijima možemo razmišljati u kontekstu umjetničkog izražavanja. U središtu interesa može biti jezik koji mediji koriste, možemo proučavati poruke, simbole i značenja koja mediji prenose, može nas zanimati kome se obraćaju pojedini mediji i obrnuto, zašto pojedine

publike biraju pojedine medije, možemo učiti o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama, mogu nas zanimati materijalne okolnosti medijske proizvodnje, organizacijski aspekti medija, odnosi vlasništva i pitanja moći. Mediji se proučavaju iz različitih perspektiva od medicine do umjetnosti, nemoguće ih je obuhvatiti jednim univerzalnim pristupom. U svakom slučaju, što više znamo o medijima, to je veća naša sloboda pri izboru medija i izvora informiranja. Naši pogledi i spoznaje o svijetu nisu tek posljedica našeg interesa i količine i kvalitete dostupnih informacija, nego i našeg razumijevanja uloge i svojstava medija koji stvaraju i prenose značenja i tako posreduju u stvaranju slike o svijetu.

Učenje o medijima započinje u trenutku kada pokušamo sagledati medije izvan naše svakodnevne rutinske prakse, u ulozi potrošača ili čak proizvođača medijskog sadržaja. Možemo s lakoćom i zavidnom vještinom koristiti današnje medijske servise, kablovske televizije, digitalne platforme, aplikacije, datoteke, društvene mreže i slično, ali te rasprostranjene, normalizirane i visoko razvijene prakse ne jamče medijsku pismenost. Cilj učenja o medijima je širenje **misaonog okvira** koji nam omogućuje da preispitujemo svoje razumijevanje i odnos prema medijima, otkrivamo i prenosimo djeci zakonitosti po kojima mediji djeluju i opskrbljujemo ih alatima koji će im pomoći u njihovim naporima da ostvare svoje ciljeve i izgrade vlastite živote. To je okvir u kojem se ovdje razmatra medijska pismenost.



Pismenost jučer, danas, sutra

BITI PISMEN

Kako se standardi pismenosti podižu, istovremeno se povećavaju nejednakosti među ljudima. Dok u razvijenim zajednicama djecu podučavaju računalnom programiranju, **najmanje 750 milijuna mladih i odraslih osoba u svijetu još ne čita i ne piše, a 250 milijuna djece ne uspijeva steći osnovne vještine čitanja i pisanja.**

<https://en.unesco.org/themes/literacy>.

Ni Europa nije izuzetak. Skoro 75 milijuna odraslih osoba, kao i svaki peti petnaestogodišnjak, ima manjak osnovnih vještina čitanja i pisanja.

United Nations Regional Information Centre for Western Europe <http://www.unric.org/en/literacy/27800-high-level-group-issues-wake-up-call-to-address-literacy-crisis-in-europe>

LJudska civilizacija po mnogima započimje otkrićem pisma. Pismenost je jedno od najznačajnijih obilježja svijeta kako ga čovjek doživljava, barem od vremena prosvjetiteljstva. Ali što znači biti pismen? Jako dugo, do prije samo pedesetak godina, pismenost se u pravilu odnosila na sposobnost čitanja i pisanja. Ako smo svladali abecedu, čitali i izvodili osnovne računske radnje, to je značilo da smo pismeni. Ipak, takvo se shvaćanje postupno napušta i zamjenjuje novim shvaćanjem. Suvremeno je informacijsko doba nametnulo novu društvenu praksu, medije i načine kreiranja značenja, a time i novu interpretaciju pismenosti.⁷

Od osamdesetih se godina 20. stoljeća javljaju zahtjevi da se pri definiranju pismenosti uzima u obzir **kontekst** u kojem čitamo ili pišemo kao i s tim kontekstom povezane **vrijednosti**. Nije važno samo **što** se piše i **što** se govori, nego i **gdje** se to odvija, **tko** govori ili piše, i **konačno zašto**, s kojim ciljem. Tekst, dakle, ne uzimamo više zdravo za gotovo, već se pitamo tko ga je napisao, s kojim ciljem i u skladu s kojim svjetonazorom.

Ako se pogled na pismenost promijenio u svega pedeset godina, znači da je značenje pismenosti predmet dogovora, podložno različitim tumačenjima i definicijama. Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) definira pismenost kao **sposobnost iden-**



Pet pitanja koja mogu promijeniti svijet

Na tragu proširenog shvaćanja pismenosti jedna od vodećih edukacijskih organizacija iz područja medijske pismenosti *Center for Media Literacy* (Centar za medijsku pismenost) razvila je pet pitanja ključnih za pedagogiju medijske pismenosti:⁸

1. Tko je kreirao ovu poruku?
2. Koje su kreativne tehnike korištene da bi se privukla moja pažnja?
3. Kako drugi ljudi ovu poruku mogu različito tumačiti od mene?
4. Koje su vrijednosti, životni stilovi i pogledi zastupljeni ili izostavljeni iz ove poruke?
5. Zašto je ova poruka poslana?

*tificiranja, razumijevanja, interpretiranja, kreiranja, komuniciranja i računanja korištenjem tiskanih i pisanih materijala povezanih s različitim kontekstima.*⁹

To je daleko zahtjevnije tumačenje od onog od prije pola stoljeća koje je podrazumijevalo sposobnosti čitanja i izvođenja osnovnih računskih radnji. Ono što vrijedi za pismenost, vrijedi i za medije: njihove su definicije promjenjive i predmet su dogovora.

⁷ Pismenost., Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. Pristupljeno 25.4.2020. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48456>

⁸ Center for Media Literacy http://www.medialit.org/sites/default/files/SKQ%20ClassroomGuide_1.pdf

⁹ Montoya, S. (2018). Defining literacy. GAML Fifth Meeting, 17-18 October 2018. Hamburg, Germany. UNESCO - UNESCO Institute for statistics.

„Mediji naši svagdašniji”¹⁰

Definiranje medija

Pitanje *što su mediji* može se činiti suvišnim sve dok na medije gledamo iz perspektive nekoga tko svakodnevno „surfa” internetom, gleda televiziju, sluša radio ili čita novine. Korištenje medija stvar je rutine. Naše svakodnevne medijske navike do te su mjere uobičajene da u pravilu nemamo potrebu pitati se *što su to mediji* i koja je njihova uloga u našim životima. Pokušamo li ipak definirati pojam medija, otkrit ćemo da nema jednoznačnog i univerzalnog odgovora. Mediji se, kao i pismenost, mogu definirati na više od jednog načina. Mediji su složen fenomen, a to znači da ne postoji jedna disciplina ili jedno učenje koje taj fenomen sveobuhvatno definira i objašnjava kao što npr. kemija može objasniti kalij. Kalij je u 1820., 1920. i 2020. manje-više isti, ali mediji su društveni fenomen uvijek određen povijesnim i kulturnim kontekstom.

U stručnoj i znanstvenoj literaturi i u dokumentima javnih politika mogu se pronaći različita shvaćanja, tumačenja i definicije medija, a sukladno tome i medijske pismenosti. Ovim vas putem potičemo da ih u skladu s vašim interesima i vremenom potražite. Načelno se može reći da odgovor na pitanje *što su mediji* ovisi o kontekstu u kojem se to pitanje postavlja.

Jednostavnije rečeno - ovisi o tome koga pitamo. Umjesto da pojam medija označimo sveobuhvatnom definicijom, razmotrit ćemo ovdje u kakvom su odnosu mediji i tehnologija jer iz našeg pogleda na taj odnos proizlaze i tumačenja medijske pismenosti.

Mediji i tehnologija

Neosporno je da su mediji usko povezani s tehnologijom, odnosno da se tehnologija uvijek iznova mijenja izazivajući promjene i u medijskom svijetu. Ipak, nije posve razložno poistovjetiti razumijevanje i poznavanje medija s razumijevanjem i poznavanjem informacijsko-komunikacijske tehnologije ili npr. izjednačiti medijsku pismenost s digitalnom pismenošću. Znanja i vještine koje zahtijeva praktična primjena i korištenje informacijsko-komunikacijske tehnologije nisu ona ista znanja i vještine potrebne za kritičko čitanje teksta, razumijevanje simbola, tumačenje značenja, selekciju informacija i slično. Ako razumijevanje medija izjednačimo s vještinama korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije, olako bismo mogli zaključiti kako su mnoga djeca danas medijski pismenija od svojih roditelja ili drugih odraslih osoba uključujući učitelje. Koliko ste puta

¹⁰ Naziv predstave Dramske skupine učenika viših razreda Osnovne škole Opuzen iz 2013. godine http://os-opuzen.skole.hr/?news_id=272

čuli ili pomislili kako djeca nadmašuju odrasle u korištenju suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija? Hrvatske znanstvenice Lasić-Lazić, Špiranec i Banek Zorica objašnjavaju kako se ova pretpostavka temelji na predodžbi o iznimnim vještinama mladih u korištenju tehnologija, no u kontekstu učenja vjerojatnije je da se radi o površnim interakcijama djece i mladih usmjerenim na kvantitetu podataka

umjesto na njihovo kvalitetno i kritičko tumačenje kao pretpostavku istinskog učenja što sugerira informatičku, ali ne i informacijsku pismenost¹¹ ili, u našem slučaju, medijsku pismenost.

¹¹ Lasić-Lazić, J., Špiranec, S., Banek Zorica, M. (2012). *Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima - pronađeni u informacijskom opismenjavanju*, *Medijska istraživanja*, 18, 1, 125 – 142.

Mediji ≠ informacijsko-komunikacijska tehnologija

Mediji > informacijsko-komunikacijska tehnologija

Poistovjetiti medije s tehnologijom postaje još upitnije ako uvažimo da se tehnologija razvija brže nego što je društvo u mogućnosti pratiti, cjelovito sagledati i vrednovati implikacije tog razvoja. To nas dovodi do potrebe da kada učimo o medijima, prije svega, spoznamo one njihove aspekte koji su **neovisni** o tehnologiji. Medijska edukacija bi nam trebala omogućiti bavljenje upravo tim značajkama medija koje ne ovise o tehnologiji, nego su univerzalne i zajedničke svim medijima. Prednost takvog pristupa medijskoj

pismenosti je u tome što stečena znanja možemo primijeniti na manje-više bilo koji medij, bez obzira radi li se o spiljskom crtežu ili YouTubeu. Predmet proučavanja u ovom Priručniku uglavnom su oni mediji koje zovemo „masovnim“.

Masovni mediji

Riječ „mediji“ često se poistovjećuje s masovnim medijima, npr. televizija, radio, novine i internet. Masovni su mediji značili veliku društvenu prekretnicu masovnim širenjem ideja i informacija, odnosno novim načinima na koje ljudi dolaze do spoznaja i oblikuju pogled na svijet.

Prije pojave masovnih medija izgovorena i napisana riječ bila je primarni medij za prenošenje informacija, a doseg joj je bio ograničen.¹² Masovni mediji unose promjenu zahvaljujući komunikacijskim tehnologijama koje imaju potencijal za brzo dosezanje mnogobrojne publike na udaljenim mjestima.¹³ Masovne medije povezuje s *masovnim komunikacijama* koje se proučavaju u najmanje deset disciplina kao što su psihologija, filozofija, sociologija, ekonomija, političke znanosti, kibernetika, umjetnost, književnost, biologija, matematika, lingvistika i dr.¹⁴ Svaka od ovih disciplina ima svoju priču o komunikaciji i medijima prenošenju nam svoj spoznajni okvir i pogled. Pogled na masovne komunikacije iz perspektive književnosti zasigurno se razlikuje od onog iz perspektive matematike, a svi ti različiti pogledi zajedno svjedoče o složenosti promatranog fenomena i sugeriraju kako ne postoje jednostavni odgovori na složena pitanja. Načelno, mediji uključuju spiljske crteže, govor, dimne signale, pisma,

knjige, telegrafiju, telefoniju, časopise, novine, radio, film, televiziju, pametne telefone, videoigre i dr.¹⁵, a mi se ovdje uglavnom bavimo masovnim medijima.

Mediji kao posrednici

Svaka definicija medija i medijske pismenosti reflektira određeno stajalište, polazi od osobitog pogleda na svijet iako taj pogled nigdje ne mora biti naveden, napisan ili objašnjen. U ovom Priručniku polazimo od shvaćanja medija kao *posrednika u informiranju*, posrednika u onom što znamo i kako znamo, a time i posrednika u onom što ne znamo.¹⁶ Otkud posredovanje? Riječ „mediji“ izvedena je iz latinske riječi *medius* što znači *srednji*¹⁷ ili *u sredini*. Podrijetlo ove riječi podcrtava shvaćanje medija kao posrednika između nas i informacija kroz koje doživljavamo svijet i tumačimo zbilju. U skladu s ovako shvaćenim medijima jedna je od ključnih pretpostavki medijske pismenosti prepoznavanje razlike između *zbilje* i *medijski posredovane zbilje*.

„Sadržaj masovnih medija socijalizira nas na način da o nekim problemima brinemo, a o drugima ne, da te probleme vidimo s jednog stajališta, a ne s drugih stajališta te da usvajamo određene stavove prema stajalištu koje je predstavljeno.“

Ott, B.L., Mack, R.L. (2014), *Critical Media Studies: An Introduction*, 2nd Edition. John Wiley & Sons, Inc., str. 14.

„Svi mi živimo u dva svijeta: u svijetu zbilje i u svijetu medija.“

Potter, W. J. (2016). *Media Literacy*, Eighth Edition, Sage Publications, str. 312.

¹² Ott, B.L., Mack, R.L. (2014). *Critical Media Studies: An Introduction*, 2nd Edition, John Wiley & Sons, Inc.

¹³ Isto

¹⁴ Bryant, J. and Miron, D. (2004). *Theory and research in mass communication*, Journal of Communication. 54, 662 – 704.

¹⁵ Ott, B.L., Mack, R.L. (2014). *Critical Media Studies: An Introduction*, 2nd Edition. John Wiley & Sons, Inc.

¹⁶ Isto

¹⁷ Klaić, B. (1990). *Rječnik stranih riječi*. Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb.

Pristup medijskoj pismenosti

Područje medijske pismenosti nije bez dvojbi. Unutar znanstvenih i stručnih krugova, kao i u široj javnosti, ne postoji jedinstveni pristup i unificirani pogled na medijsku pismenost. Sam naziv „medijska pismenost“ podložan je različitim tumačenjima, pa nije rijetkost da se i definicije manje ili više razlikuju. Različiti pristupi medijskoj pismenosti počivaju na različitim pretpostavkama i žarištima interesa, pa različite definicije vode i različitim pedagoškim pristupima edukaciji medijske pismenosti.¹⁸ Tako i pristup zastupan u ovom Priručniku valja shvatiti kao jedan od mogućih. Dakle, polazimo od temeljne pretpostavke da **nema medijske pismenosti bez edukacije o medijima.**

Tako shvaćena medijska pismenost koja počiva na edukaciji o medijima, potječe od pionira medijske pismenosti Lena Mastermana (Engleska) i Barryja Duncana (Kanada). Njihovi izvorni koncepti, utemeljeni 1989. godine, danas su ključni u edukaciji o medijskoj pismenosti u SAD-u i Kanadi.¹⁹ Bitna obilježja ovog pristupa su univerzalnost i bezvremenska primjena zahvaljujući fokusu koji nije na tehnologiji, nego na procesima zajedničkim svim masovnim medijima, a to su *kreiranje i prenošenje značenja*. Zahvaljujući ovom pristupu, tzv. „novi mediji“, tipični za naše suvremeno doba, ne mijenjaju bit medijske pismenosti sadržane u njezinom središnjem konceptu, a to je koncept *reprezentacije*.²⁰

¹⁸ Wenner, R.M. (2016). Media Literacy Definition: Ambiguity and Problems in Media Pedagogy

¹⁹ Jolls, T., Wilson, C. (2014). *The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow*. Journal of Media Literacy Education, 6, 2. 68-78.

²⁰ Isto



Mediji i reprezentacija

Radi se o ne posve jednostavnom konceptu, no ako ga uronimo u životnu svakodnevicu i omogućimo djeci učenje o reprezentaciji putem iskustvenog, osjetilnog i emocionalnog iskustva koje mogu preoblikovati u spoznaju, ovaj koncept postaje pristupačan. Svaki masovni medij, ovisno o tehnologiji na koju se oslanja, raspolaže osobitim instrumentarijem kojim se koristi pri kreiranju i prenošenju medijskih sadržaja. Ta multimedijska „kutija s alatima“ sadrži tekstove, nazive, naslove, brojeve, zaplete, interpunkcijske znakove, lica, tijela, pokrete, mimiku, boju i visinu glasa, jačinu tona, statističke podatke, grafove, fotografije, videa, glazbu, šumove, dramske pauze, ilustracije, grafike, boje, itd. Profesionalnom upotrebom tih „alata“ nastaju sadržaji, tipični medijski proizvodi koje nazivamo „vijesti“, „naslovnica“, „sport“, „glazbeni spot“, „članak“, „dokumentarni film“, „reklama“ i drugo. Pomoću tih alata „pričaju se priče“ i kreiraju predodžbe o svijetu. Na primjer, medijski sadržaji koji prenose informacije o događanjima u svijetu posebna su vrsta priče koju iz perspektive našeg osobnog doživljaja donekle možemo usporediti s robom iz takozvanih *second hand*²¹ dućana. Posebnost tih priča je u tome što one ne predstavljaju naše osobne neposredne doživljaje, iskustva „iz prve ruke“.

Znači, to nije odjeća koju smo mi prvi put odjenuli, to nisu priče iz našeg vlastitog doma i okruženja, priče koje smo osobno iskusili i doživjeli, nego one do nas dolaze putem posrednika i u *simboličkom* obliku. Kada si postavimo pitanje kako znamo ono što znamo, onda možemo odgovoriti da, za razliku od naših predaka, većina stvari koje danas znamo dolazi do nas upravo tim simboličkim putem, kroz priče, posredovanjem medija, a tek manji dio zbilje spoznajemo izravno, kroz naša vlastita osjetila.²² Gore opisani bogati instrumentarij mediji koriste kako bi proizveli sadržaje koje u pravilu doživljavamo i usvajamo na način na koji usvajamo i našu neposrednu zbilju iako se zapravo radi o simboličkim sadržajima i unaprijed kreiranim medijskim pričama i predodžbama. Fotografija Kineskog zida *ukazuje* na Kineski zid, ali ta slika nije sam Kineski zid, nego ono što ga *reprezentira*, kao što ni jelovnik nije stvarno jelo, nego tek ukazuje na stvarna jela. Upravo u tome leži bit **reprezentacije** kao središnjeg koncepta medijske pismenosti.

REPREZENTACIJA
 Ključni koncept
 medijske pismenosti

²¹ Dućan s rabljenom robom

²² Ott, B.L. i Mack, R.L. (2014), *Critical Media Studies: An Introduction, Second Edition*. John Wiley & Sons, Inc.

Znakovi u medijima

Pripremila
dr.sc. Marina Gabelica

Svaka komunikacija, bez obzira na medij kojim se ostvaruje, počiva na **dekodiranju (dešifriranju) dogovorenih znakova**. Primjerice, ako je jezik sustav *jezičnih znakova*²³, jasno je da je za uspješnu komunikaciju potrebno da sugovornici poznaju isti jezični sustav, odnosno da govore istim jezikom. Ipak, iz iskustva znamo da je i za sporazumijevanje govorom potrebno mnogo više od razumijevanja značenja riječi (tj. znakova) pojedinog jezika. Komunikacija audio-vizualnim medijima je još složenija jer istovremeno podrazumijeva sporazumijevanje različitim sustavima znakova – slikom, zvukom i riječju.

Dakle, ZNAK je kompleksan pojam koji se ne odnosi samo na jezično sporazumijevanje; znak može upućivati na različite i raznorodne fenomene komunikacije kao npr. geste, mimiku lica, pokrete tijela, glazbu, sliku... Stoga se pri čitanju znakova često pozivamo ne samo na vlastito iskustvo svijeta, već i na prethodna iskustva komunikacije, posredovana znanja – jer određeni ćemo znak interpretirati prema društveno dogovorenim konvencijama. Stoga je za uspješno dekodiranje znakova potrebno i iskustvo svijeta, ali i kulturološko i društveno iskustvo.

Primjerice, dijete će, temeljem iskustva stvarnoga svijeta, prepoznati da fotografija ili crtež jabuke **označava** jabuku u stvarnosti (IKONA). S vremenom će naučiti i da riječ J-A-B-U-K-A (SIMBOL) **označava** jabuku u stvarnosti pa će, kad čuje ovu riječ, prizvati svoje iskustvo s jabukama (okus, miris i sl.). Jednom kad ovlada pisanjem, dijete će naučiti i kako slovima – simbolima zapisati ovu riječ. Istovremeno, jabuka se u brojnim kulturama pojmovno (metaforički) povezuje sa zdravljem, pa će ikona jabuke u literaturi, brošurama i drugdje asociirati dijete, koje je upoznato s tom metaforom, na zdravlje prije nego na jabuku iz stvarnosti.

Iz opisanoga je vidljivo da je ZNAK izuzetno kompleksan pojam koji zahtijeva prilično veliko iskustvo svijeta – neposredno i posredovano. Zbog toga je učenje o svojstvima i funkcijama znakova značajno za snalaženje s medijski posredovanim sadržajima.

Znakovima i njihovom interpretacijom bave se brojne discipline, prije svega semiotika i semiologija, no za potrebe ovoga Priručnika pozvat ćemo se na pojam znaka kako ga je opisao Charles Sanders Peirce²⁴ u odnosu na ono što znak predstavlja (reprezentira). Kao takav, znak može biti simbol, ikona ili indeks²⁵.

²³ Prema Ferdinandu de Saussureu ZNAK obuhvaća označitelja (akustičku sliku, odnosno, riječ) i označenika (pojam na koji se znak odnosi).

²⁴ Charles Sanders Peirce (1839. – 1914.) američki znanstvenik, logičar i filozof koji se smatra utemeljiteljem moderne znanosti o znakovima – semiotike. Izvor: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=47316>

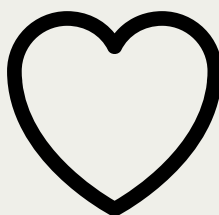
²⁵ Peirce, C. S. (1931. – 1958.). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Ur. John Deely. Cambridge: Harvard University Press.

ZNAK je uvijek ono što stoji umjesto nečega drugoga.

SIMBOL Znak koji je proizvoljan, konvencionalan, dogovoren, naučen (npr. slova, brojevi, sat, prometni znakovi, kemijski simboli, Morseova abeceda itd.).



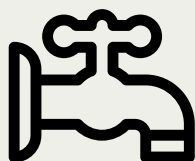
H₂O VODA



IKONA Znak koji prema svojim obilježjima pokazuje sličnosti s objektom na koji se odnosi²⁶; oponaša ga ili mu nalikuje. Npr. fotografija ili portret osobe mogla bi se smatrati ikonom.



INDEKS Znak koji upućuje na objekt bez njegovog opisivanja²⁷ nudeći dodatne informacije na temelju kojih zaključujemo da je riječ o tom objektu.²⁸ Kucanje na vrata indicija je da imamo posjetitelja; dim je indicija vatre; plač djeteta indicira neku od njegovih potreba...



²⁶ Ibid. Str. 146.

²⁷ Ibid

²⁸ Eco, U. (1984). *Semiotics and the Philosophy of Language*, str. 136., 215. Hampshire and London: The McMillian Press.

Sposobnost propitivanja temelj je životnog obrazovanja i istinske demokracije.

Center for Media Literacy

Polazeći od sveobuhvatnog koncepta i pristupa medijskoj pismenosti kao edukaciji o medijima iz perspektive Duncana i Mastermana²⁶ i Centra za medijsku pismenost²⁷, možemo sažeti poglede na edukaciju iz medijske pismenosti koje zagovaramo u ovom Priručniku:

- Život i rad u današnjem društvu zahtijevaju od nas konstantnu prilagodbu novim informacijsko-komunikacijskim tehnologijama, no *medijska pismenost* prije svega podrazumijeva *edukaciju o medijima*, a tek onda praktične vještine korištenja medijske tehnologije.
- Edukacija o medijima nije jednosmjernan, nego dvosmjernan proces u kojem istovremeno uče i učenik i učitelj, a učitelj je glavni zadatak učenike podučiti vještini postavljanja pitanja
- Propitivanje medijskih sadržaja ne podrazumijeva da se bavimo sirovim informacijama, doslovnim sadržajima, nego znakovima, predodžbama i porukama koje ti sadržaji prenose, simboliziraju i predstavljaju, odnosno, medijskim reprezentacijama.

³⁰ http://www.medialit.org/sites/default/files/VoicesMediaLiteracyLenMasterman_1.pdf

³¹ Center for Media Literacy
<http://www.medialit.org>

PRAKTIČNI DIO PRIRUČNIKA



Iskustveni pristup medijskoj pismenosti i aktivnostima za djecu predškolske i rane školske dobi (1. i 2. razred osnovne škole)

U ovom se dijelu Priručnika nalaze praktične, iskustvene aktivnosti koje prate i nadopunjuju sadržaj *Slikovnice o medijima: medijska pismenost za najmlađe* i *Videa o medijima*. Glavna svrha aktivnosti je omogućiti djeci spoznaju o razlici između svijeta medija i svijeta zbilje. Djeca se upoznaju s ključnim konceptima medijske pismenosti na način koji je primjeren njihovoj dobi kroz interakciju i iskustveno učenje putem vlastitih osjetila. Aktivnosti Priručnika organizirane su oko namjere da djeca stvarne pojave, fizičke predmete, doživljene osjećaje i iskustva dostupna

njihovim osjetilima uspoređuju s njihovim simboličkim reprezentacijama, odnosno medijski posredovanim predodžbama.

Na ovaj način, recepcijom putem osjetila, usporedbom i refleksijom djeca uče prepoznavati simbole spontano integrirajući spoznaju o ključnom konceptu medijske pismenosti – reprezentaciji – u svoju edukaciju o medijima.

Načelo reprezentacije prisutno je i u umjetnosti otkud se crpi inspiracija za medijsku edukaciju. Rad belgijskog nadrealističkog slikara Renea Magrittea³² jedno je od izvorišta za aktivnosti koje kroz umjetnost pojednostavljaju koncept reprezentacije i približuju ga djeci kao i odraslima bez teorijskog poznavanja koncepta i bez prethodne edukacije iz područja medijske pismenosti.

Konkretno, radi se o Magritteovom djelu *Varke slika*. To djelo prikazuje motiv lule ispod koje je ispisan tekst: „Ovo nije lula.“ Magritte nas ovom naizgled proturječnom porukom poziva da uočimo razliku između slike lule i stvarne lule koju kao predmet možemo držati u ruci, osjetiti pod prstima njezin oblik i materijal od kojeg je izrađena, nosnicama upoznati njezin miris ili na dlanu osjetiti njezinu težinu. Za razliku od stvarne lule, slika lule, odnosno njezina simbolička reprezentacija, to ne omogućuje.

³² Rene Magritte (1898. – 1967.), belgijski slikar nadrealizma



Rene Magritte, Varke slika: *Ovo nije lula*, 1929.

ISKUSTVENE AKTIVNOSTI

NOS

CILJEVI

Djeca će:

1. Osvještavati funkcije osjetila dodira, vida i sluha
2. Povezivati osjetila sa zbiljom i vlastitim iskustvom
3. Uspoređivati stvarni dio tijela s njegovim medijskim reprezentacijama
4. Iskustveno spoznavati razlike između zbilje i medijske reprezentacije
5. Upoznati karakteristike ilustracije, fotografije i videa

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

1. Ispis elektronskog izdanja ili tiskano izdanje *Slikovnice o medijima: medijska pismenost za najmlađe*. Alternativno ili kao dodatak, ovu aktivnost u smanjenom obimu možemo provesti i uz pomoć *Videa o medijima: medijska pismenost za najmlađe*, koji ujedno sadrži i audio-vizualne upute za djecu
2. Mobitel s kamerom
3. Zrcalo

AKTIVNOST

Zamolimo djecu da kažiprstom dotaknu vlastiti nos. Postavljamo im sljedeća pitanja:

- Osjećate li pod prstima dodir kože?
- Kakav je oblik nosa?
- Je li vaš nos hladan ili topao?
- Što bi se dogodilo kada bismo stisnuli nos? (Pripazimo da djeca ne pritisnu nos prejako kako ih ne bi zaboljelo.)
- Osjećate li rupice na nosu?
- Koliko je rupica na nosu?
- Kako se te rupice zovu? (Imenujemo rupice nosnicama.)

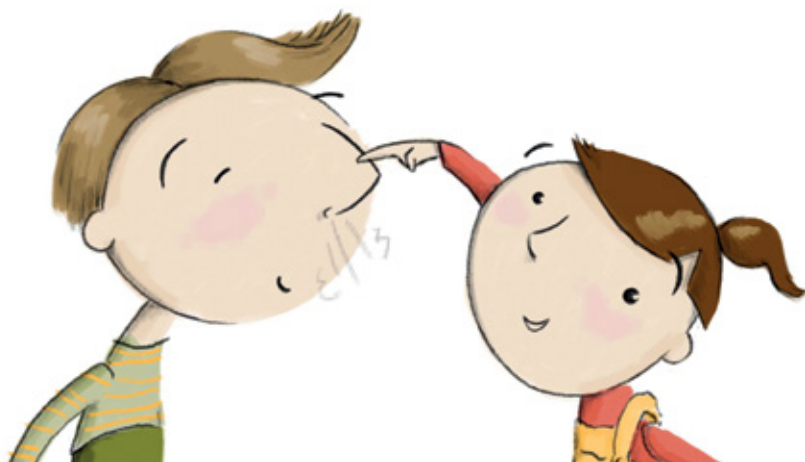
1.

Djeca započinju učenje o medijima uz pomoć vlastitog tijela, osjetila i emocija. Koriste dodir, vid i sluh kako bi istražila dio tijela – vlastiti nos. Izravnim iskustvom uz pomoć osjetila opažaju oblik, strukturu, boju i zvuk koji je naš nos u stanju proizvesti. Taj multisenzorni doživljaj uspoređuju prvo s odrazom nosa u ogledalu, a potom i reprezentacijom u vidu nacrtanog i snimljenog nosa. Kroz tu usporedbu djeca upoznaju razlike i uče raspoznavati neposrednu, vlastitu zbilju od simboličkih, medijskih reprezentacija. Dodatno, kroz ovu aktivnost djeca će učiti i o karakteristikama različitih medija. Ovu aktivnost možete započeti videom ili slikovnicom za djecu.



TRAJANJE

15 minuta



Predložimo djeci da brzo puhnu kroz nosnice. Neka ponove puhanje nekoliko puta. Pitamo ih:

- Osjećate li kako kroz vaše nosnice struji zrak?
- Čujete li zvuk koji stvaraju vaše nosnice?

Povedemo zatim djecu do zrcala. Zamolimo ih da se pogledaju u zrcalo i upitamo ih:

- Vidite li svoj nos u zrcalu?
- Je li tamo u zrcalu vaš pravi nos ili samo njegov odraz?
- Koji je nos stvaran: ovaj na vama ili onaj u zrcalu?
- Kako znate da je vaš nos stvaran?

Potražimo ilustraciju nosa u slikovnici. Razgovaramo s djecom o tome što vide na ilustraciji. Zatražimo od djece da stave prst na ilustraciju nosa i zažmire.³³

Postavimo im pitanja:

- Što osjećate pod prstima?
- Je li to što osjećate papir ili nos?
- Može li iz nacrtanih nosnica izaći zrak?
- Može li nacrtani nosić curiti kada je prehladen?
- Je li to stvarni nos ili samo slika nosa?

Pomoću mobitela zajedno s djecom napravimo fotografije njihovih noseva ili snimimo kratki video u kojem djeca dotiču nos, pušu kroz nosnice i slično. Pogledamo fotografije ili video i zamolimo djecu da dotaknu nos na ekranu mobitela. Postavimo im pitanja:

- Dodirujete li sada svoj nos ili fotografiju / snimku svog nosa?
- Koji je nos stvaran: onaj kojeg osjetite pod prstima ili onaj na ekranu?

Na kraju, kroz pitanja i razgovor uspoređujemo i identificiramo svojstva različitih medija:

- Gdje smo sve pronašli nos koji nije stvaran?
- Je li ono što smo vidjeli u zrcalu isto što i fotografija?
- Što smo morali napraviti da dobijemo fotografiju, a što da dobijemo sliku u zrcalu?
- Hoće li slika ostati u zrcalu ako se maknemo od zrcala?
- Ako se odmaknemo od fotografije, hoće li ona i dalje postojati?
- Po čemu se fotografija nosa razlikuje od ilustracije nosa u slikovnici?
- Što nam treba da napravimo ilustraciju?
- Možemo li fotografiju izraditi uz pomoć olovke i bojica?
- Što nam je potrebno da bi napravili fotografiju?
- Ima li fotografija zvuk?
- Po čemu se razlikuju fotografija i video?

³³ Ako nemamo slikovnicu, možemo koristiti bilo koji crtež ili fotografiju s prikazom čovjekovog nosa.



SRCE, SUNCE, MJESEC, ZVIJEZDE



CILJEVI

Djeca će:

1. Koristiti dodir i sluh kako bi opažala rad srca
2. Usporediti stvarno srce s nacrtanim i razmatrati razlike
3. Upoznati se s riječima „znak“ i „simbol“ te prepoznati crtež srca kao znak/simbol
4. Usporediti stvarna nebeska tijela s crtežima nebeskih tijela
5. Identificirati razlike između nebeskih tijela u prirodi i njihovih simboličkih reprezentacija

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

1. Ispis elektronskog izdanja ili tiskano izdanje *Slikovnice o medijima: medijska pismenost za najmlađe*.³⁴ Alternativno ili kao dodatak ovu aktivnost u smanjenom obimu možemo provesti i uz pomoć *Videa o medijima: medijska pismenost za najmlađe* koji ujedno sadrži i audio-vizualne upute za djecu.
2. Nekoliko dana unaprijed zatražimo od djece da oslušuju otkucaje srca svojih roditelja i opipavaju im puls na zapešću ili vratu.
3. Ako je moguće, djeci ponudimo stetoskop za oslušivanje pulsa.
4. Papir, olovke, bojice ili flomasteri

AKTIVNOST

Ako nam je dostupan stetoskop, omogućimo djeci da ga pokušaju koristiti tako što će sama sebi i jedni drugima poslušati otkucaje srca. Zamolimo ih da par dana ranije u svom domu opipavaju zapešće, vrat ili oslušuju grudni koš roditelja i tako čuju i osjete kako srce radi. Započnimo razgovor pitanjima:

- Čije ste srce oslušivali?
- Kakav je zvuk srca?
- Jeste li osjetili otkucaje srca pod prstima?
- Oponašajte otkucaje srca. (Djecu potičimo da zvuk i ritam srca dočaraju glasom, a zatim i pokretom – bilo pokretom ruke u zraku ili bubnjanjem po tvrdoj površini).

Uspoređujući stvarno srce, Sunce, Mjesec i zvijezde s njihovim slikama djeca otkrivaju pojam znaka. Pomoću osjetila dodira i sluha opažaju puls i otkucaje srca, a potom pokušavaju osjetiti i čuti otkucaje nacrtanog srca. Uspoređuju stvarno i nacrtano srce te razmatraju s njima povezane osjećaje. Na isti način uspoređuju Sunce, Mjesec i zvijezde kao stvarna nebeska tijela s njihovim crtežima, odnosno, reprezentacijama.



TRAJANJE

20-25 minuta

³⁴ Ako nemamo pristup slikovnici, možemo koristiti bilo koji crtež popularnog, simboličkog prikaza srca.

Pokažimo djeci crtež s popularnim, simboličkim prikazom srca iz slikovnice. Zamolimo ih da stave ruku na nacrtano srce, osluhnu ga ili prislonu stetoskop na crtež. Upitamo ih:

- Kuca li ovo nacrtano srce?
- Može li nacrtano srce biti radosno i tužno kao pravo srce?
- Je li ovo pravo srce ili samo slika koja označava srce?
- Izgleda li pravo srce baš kao na crtežu?
- Znate li kako izgleda pravo srce?
- Možemo li reći da nacrtano srce sliči na pravo srce i da podsjeća na njega?

Razgovarajmo s djecom o tome kako slika srca označava dio našeg tijela i podsjeća na njega. Kažimo im da ono što sliči i podsjeća na nešto, nazivamo **znak** ili **simbol** te da oni služe za **označavanje**. Kroz razgovor djecu upućujemo na razliku: naše je srce STVARNO, a nacrtano srce je ZNAK.

- Znate li kako se zove to što sliči na srce i podsjeća na srce, ali nije pravo srce?
- Jeste li čuli za riječ „znak“ ili „simbol“?
- Čemu služe znakovi?
- Ako znakove koristimo za označavanje, što označava nacrtano srce?
- Koje je srce stvarno, a koje srce je znak?
- Znate li kako izgledaju znakovi za Sunce, Mjesec i zvijezde?

Predložimo djeci da nacrtaju znakove za Sunce, Mjesec i zvijezde, a potom zajedno s njima usporedimo nacrtane znakove sa stvarnim nebeskim tijelima. Potaknimo djecu na razgovor o razlikama između stvarnih nebeskih tijela i njihovih znakova.

- Koliko je veliko Sunce?
- Može li stati u ovu prostoriju?
- Može li Sunce stati u Hrvatsku?
- A može li znak Sunca stati u čašu?
- Je li Sunce vruće?
- Je li znak Sunca vruć?
- Možemo li pravi Mjesec dotaknuti rukom?
- Možemo li znak Mjeseca dotaknuti rukom?
- Možemo li obojiti pravu zvijezdu na nebu?
- A možemo li obojiti znak zvijezde?
- Što još možemo prikazati znakovima?
- Poznajete li još neki znak koji predstavlja nešto iz stvarnosti?



ZNAK

CILJEVI

Djeca će:

1. Iskoristiti svoj glas i osjetila za upoznavanje prvog slova abecede
2. Učiti o razlikama između slova i glasa
3. Povezati znak (slovo i glas) A s različitim emocijama

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

- Papir i olovka ili ploča za pisanje

AKTIVNOST

Kažemo djeci da izgovore glas A na različite načine:

- Izgovorite glas A *glasno; tiho; šaptom*
- Izgovorite glas A kao da ste sretni, kao da ste ljuti, iznenađeni ili uplašeni

Pitajmo djecu:

- Glas A smo čuli, ali jesmo li ga vidjeli?
- Vi zasigurno poznajete ZNAK za glas A – to je SLOVO A. Napišite slovo A

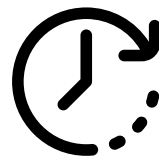
Nakon što djeca napišu slovo (ili ga napišimo na ploču), pitajmo ih:

- Možemo li vidjeti slovo A?
- Možemo li čuti slovo A?

Zatim djeci kažimo da ćemo napisati slovo A, ali tako da pokušamo dočarati glas A koji je tih, glasan, ljut, veseo... (Poticemo djecu da karakteristike glasa dočaraju malim ili velikim slovom, bojom, jačinom otiska i sl.).

3.

Djeca proučavaju prvo slovo abecede kao jedan od elemenata znakovnog sustava. Koriste svoja osjetila i emocije kako bi osvijestila znak A u različitim kontekstima.



TRAJANJE

5-10 minuta

4.

Djeca koja poznaju slova i mogu čitati i pisati u ovoj će aktivnosti dodatno proširiti spoznaje o znakovima i dalje razvijati sposobnost njihova prepoznavanja. Osim likovnih znakova analizirat će i jezične znakove i otkrivati jezik kao znakovni sustav. Povezat će i usporediti riječ *ljubav* s *osjećajem ljubavi*. Uspoređujući znak za ljubav s vlastitim doživljajem ljubavi, djeca otkrivaju da se znakovi ne odnose samo na vidljivi, materijalni svijet i da njima ne označavamo samo predmete i objekte, nego i stvari koje nisu opipljive i vidljive kao što su osjećaji. Djeca će sama kreirati znakove, a starija djeca kroz aktivnost vođenog maštanja mogu produbiti razgovor o ljubavi.



TRAJANJE

15-20 minuta

LJUBAV

CILJEVI

Djeca će:

1. Upoznati riječi kao znakove i analizirati ih
2. Koristiti znakove za označavanje nevidljivih stvari
3. Uspoređivati stvarne osjećaje sa znakovima za osjećaje
4. Kreirati jezični i likovni znak za vlastiti osjećaj ili proživljeni događaj
5. Produbiti razgovor i spoznaje o fenomenu ljubavi

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

1. Ispis elektronskog izdanja ili tiskano izdanje *Slikovnice o medijima: medijska pismenost za najmlađe*
2. Papir i olovke, bojice ili flomasteri za pisanje i crtanje

AKTIVNOSTI

Podijelimo djeci papir i pribor za crtanje i pisanje. Najavimo im da ćemo danas razgovarati o osjećajima. Zamolimo djecu da se prisjete nekog osjećaja i podijele ga s drugima. Pokažemo djeci nacrtano srce iz slikovnice³⁵ i započnemo razgovor:

- Osim što nas podsjeća na naše pravo srce, što nacrtano srce još označava?
- Može li nacrtano srce označavati i neki osjećaj?
- Na koji vas osjećaj podsjeća?
- Koristimo li nacrtano srce da bi označili ljubav?
- Kako zovemo to što služi za označavanje? (Podsjetimo djecu na pojam znaka.)
- Možemo li reći da je nacrtano srce znak ili simbol za ljubav?

Zamolimo djecu da napišu riječ LJUBAV na papir. Razgovarajmo s njima o riječi „ljubav” i usporedimo sa stvarnim osjećajem ljubavi:

- Je li isto osjećati ljubav i napisati riječi „ljubav”?
- Je li ljubav ono što osjećamo i kako se ponašamo ili ono što napišemo i nacrtamo?
- Može li i netko napisati riječ „ljubav” iako ne osjeća ljubav?
- Ako riječ „ljubav” nije isto što i ljubav koju osjećamo, ako nas samo podsjeća na pravi osjećaj, što je onda riječ „ljubav”?
- Možemo li reći da je i riječ „ljubav” također znak?

³⁵ Ako nemamo pristup slikovnici, možemo sami nacrtati srce.

Zamolimo djecu da se prisjete još nekog osobno proživljenog osjećaja (tuga, sreća, strah, ljutnja...), osobe iz svog života (roditelj, član obitelji, susjed, liječnik, teta u vrtiću...), doživljaja (pad u parku, proslava rođendana...), predmeta (omiljena igračka, knjiga, jelo...). Predložimo im da to prikažu prvo pomoću riječi, a potom kroz crtež. Zajedno s djecom izaberimo nekoliko njihovih stvarnih događaja, poja-va ili objekata i usporedimo ih s napisanim ili nacrtanim reprezentacijama.

Sa starijom djecom možemo produbiti razgovor o osjećaju ljubavi. Možemo ih uputiti da imenuju različite oblike ljubavi (roditeljska, prijateljska i sl.). Također, možemo ih pitati o sličnostima i razlikama između ljubavi i zaljubljenosti, ljubavi prema *nekome* i ljubavi prema *nečemu*.

Kroz vođeno maštanje djecu zamolimo da zatvore oči i da nekoliko puta duboko udahnu i izdahnu. Zatim im recimo da pomisle na nekoga koga jako vole. Kroz maštanje ih vodimo pitanjima čiji je cilj pojačati umnu predodžbu osobe:

- Kakve su njegove/njezine oči? Kakvo ima lice?
- Kako se osjećaš kad te zagrlj?

Vježbu završavamo nizom pitanja kojima osvježujemo dječji doživljaj ljubavi:

- Gdje osjećaš ljubav?
- Stavi ruku na grudi. Je li ljubav u grudima?
- Proteže li se ljubav iz srca (grudi) i u tvoje ruke, trbuh, noge...?
- Je li ta ljubav velika ili malena?
- Je li topla ili vruća?
- Kakve je boje?

Nakon aktivnosti vođenog maštanja s djecom razgovarajmo o njihovoj predodžbi ljubavi – je li velika ili malena, hladna, topla ili vruća... Mogu li osjećaj ljubavi povezati s bojom? S djecom se prisjetimo znaka za srce i simbolike crvene boje (crvena je topla boja kao i ljubav koju osjećamo prema nekome i sl.). Aktivnost možemo proširiti tako da djeca imenuju druge osjećaje i raspoloženja. Neka na papir nacrtaju nekoliko krugova ispod kojih neka napišu naziv osjećaja ili raspoloženja, a krugove oboje bojom koja njima predstavlja određenu emociju.



5.

Za ovu aktivnost djeca trebaju poznavati abecedu i imati početne vještine čitanja i pisanja. O znakovima i razlikama između zbilje i medijske reprezentacije djeca ovdje uče kroz ideju, estetsko iskustvo i doživljaj *umjetničkog djela*. Djelo „Varke slika” belgijskog nadrealističkog slikara Renea Magrittea prikazuje lulu ispod koje je slikar napisao: „Ovo nije lula”. Njegova poruka zvuči proturječno iako je točna: da se radi o pravoj luli, mogli bismo je držati u ruci, osjetiti njezinu teksturu, pomirisati je. No, ovo je samo slika lule. Zato je naziv ovog djela „Varke slika”.



TRAJANJE

15-20 minuta

“VARKE SLIKA”

CILJEVI

Djeca će:

1. Upoznati umjetničko djelo „Varke slika” belgijskog nadrealističkog slikara Renea Magrittea
2. Analizirati proturječje između slike lule i teksta: „Ovo nije lula”
3. Primijeniti Magritteovu ideju („metodu”) u kreiranju vlastite „varke slika”

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

1. Pripremimo digitalni prikaz na ekranu ili ispis na papiru djela „Varke slika” Renea Magrittea
2. Koristimo hrvatski prijevod poruke s Magritteove slike: „Ovo nije lula”
3. Osigurajmo čisti bijeli papir, olovke, bojice, flomastere ili vodene boje za crtanje, slikanje i pisanje

AKTIVNOST

Zatražimo od djece da promotre Magritteovo djelo „Varke slika”. Recimo im naziv djela, tko je njegov autor i prevedimo im poruku ispod prikaza lule s francuskog na hrvatski jezik: „Ovo nije lula.” Postavimo im pitanja:

- Što je Rene Magritte naslikao?
- Što je slikar napisao ispod lule?
- Je li ovo lula ili nije lula?
- Zašto je slikar napisao da to nije lula?
- Možemo li držati ovu lulu u ruci, osjetiti njezinu težinu, opipati materijal od kojega je izrađena i pomirisati je?
- Zašto to ne možemo?
- Kako se zove ono čime označavamo stvari?
- Je li ovo lula ili znak za lulu?
- Je li Magritte u pravu kad kaže da to nije lula?

Podijelimo djeci papir i olovke, bojice, flomastere ili vodene boje. Predložimo im da svatko od njih napravi svoju „varku slika”, vlastito umjetničko djelo po uzoru na Magrittea. Neka izaberu objekt po želji i nacrtaju ga, a potom ispod napišu „Ovo nije (naziv objekta)”.

MANDARINE

CILJEVI

Djeca će:

1. Koristiti osjetila vida, okusa, dodira i njuha kako bi upoznala stvarni objekt
2. Analizirati sliku tog istog objekta
3. Usporediti osjetilna iskustva s opažanjem slike objekta

POTREBAN MATERIJAL / PRIPREMA

1. Osigurajmo za svako dijete u grupi barem jednu mandarinu (ili neko drugo, slično sezonsko voće)
2. Pripreмимо digitalni prikaz mandarine na ekranu ili ispis fotografije mandarine na papiru

AKTIVNOST

Podijelimo svakom djetetu po jednu mandarinu. Zamolimo ih da zažmire dok drže mandarinu u ruci. Upitajmo ih:

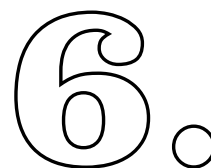
- Kojeg je oblika mandarina?
- Kakva je kora mandarine? Glatka ili hrapava?
- Je li mandarina teška ili lagana, tvrda ili mekana?

Predložimo djeci da ogule mandarinu i pojedu je. Postavimo im pitanja:

- Kakav miris ima mandarina?
- Kakvog je okusa?
- Možete li opisati okus?

Kada djeca pojedu mandarine, pokažimo im fotografiju mandarine. Pitajmo ih:

- Miriši li ova mandarina?
- Možete li je pojesti?
- Je li to prava mandarina ili slika mandarine?
- Možete li objasniti svoj odgovor?
- Kako nazivamo ono čime označavamo stvari iz stvarnosti?



Djeca usmjeravaju pažnju i osjetila vida, okusa, dodira i njuha kako bi istražila stvarno voće, a potom analiziraju sliku tog istog voća. Uspoređuju doživljaj slike voća s prethodnim multisenzornim doživljajem. Na ovaj način osvješćuju razlike između vlastitog iskustva i medijski posredovanih reprezentacija.



TRAJANJE

10 minuta

Zahvale

Ovaj Priručnik nastao je na prijedlog doc. dr. sc. Marine Gabelice kojoj zahvaljujemo na njezinom zaraznom duhu i bezrezervnoj podršci. Zahvaljujemo Agenciji za elektroničke medije jer je omogućila nastanak Priručnika te Uredu UNICEF-a za Hrvatsku na ohrabrenju i financijskoj podršci. Zahvaljujemo studentima Učiteljskog fakulteta, ravnateljicama i odgajateljicama u Dječjem vrtiću *Tratinčica*/PO *Jakuševac*, Dječjem vrtiću *Radost* u Crikvenici te Dječjem vrtiću *Palčica* u Dubrovniku, ravnateljicama i učiteljicama u OŠ Bogumila Tonija u Samoboru, OŠ *Samobor*, OŠ u Banovoj Jarugi/PŠ *Jamarice*, OŠ Ljudevita Gaja, OŠ Tituša Brezovačkog u Zagrebu te OŠ Stepana Kefelje u Kutini koji su nam svojim komentarima pomogli izbrusiti posljednju verziju Priručnika te Društvima „Naša djeca“ koji su pomogli u primjeni prve verzije Priručnika. Veliko hvala na stručnim savjetima i prijateljskoj podršci dr.sc. Ines Galić Jušić, dr.sc. Josipi Mihić i dr.sc. Mirandi Novak.

POZIV ODGAJATELJIMA I UČITELJIMA**Poštovani odgajatelji i učitelji,**

područje medijske pismenosti svakodnevno se razvija kroz praktičan rad, istraživanja, nove teorijske spoznaje te uvođenjem novih medija i novih tehnologija. Stoga se i učenje i poučavanje o medijskoj pismenosti kontinuirano nadograđuje. Pozivamo vas da nam se pridružite i s nama dalje razvijate ovaj Priručnik dijeleći svoja dragocjena iskustva u radu s djecom, kao i svoje prijedloge i ideje.

Unaprijed vam se zahvaljujemo na vašim porukama koje možete poslati putem e-pošte na adresu info@savez-dnd.hr

Savez društava „Naša djeca“ Hrvatske
Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu