Promišljanje studenata završnih godina Učiteljskoga studija o medijskoj pismenosti na primjeru animiranoga filma

Šarić, Anđela

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:307961

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Repository of Faculty of humanities and social sciences

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Promišljanje studenata završnih godina učiteljskoga studija o medijskoj pismenosti na primjeru animiranoga filma

Šarić, Anđela

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica:

Rights / Prava:

Download date / Datum preuzimanja:

Repository / Repozitorij:







SVEUČILIŠTE U SPLITU

FILOZOFSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

PROMIŠLJANJE STUDENATA ZAVRŠNIH GODINA UČITELJSKOGA STUDIJA O MEDIJSKOJ PISMENOSTI NA PRIMJERU ANIMIRANOGA FILMA

ANĐELA ŠARIĆ

Split, 2021.

Odsjek za učiteljski studij Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu

Metodika nastave Hrvatskoga jezika 3

PROMIŠLJANJE STUDENATA ZAVRŠNIH GODINA UČITELJSKOGA STUDIJA O MEDIJSKOJ PISMENOSTI NA PRIMJERU ANIMIRANOGA FILMA

Studentica:
Anđela Šarić

Mentorica:
doc. dr. sc. Ivana Odža

Split, rujan 2021.

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Medijska pismenost 2
   2.1. Medijski pismena osoba 3
   2.2. Strategije medijske pismenosti 3
   2.3. Kritičko mišljenje 5
   2.4. Opasnosti medija 7
      2.4.1. Medijski nametnute novosti 7
      2.4.2. Spin-off igračke i stereotipizacija 8
3. Kultura i mediji 11
   3.1. Odgojno-obrazovni ishodi 12
   3.2. Prava djece u medijima 12
   3.3. Stanje u školama 13
4. Animirani film 16
   4.1. Povijest animiranoga filma 17
      4.1.1. Hrvatski animirani film 18
   4.2. Dječji doživljaj filma 19
      4.2.1. Odnos prema nasilju 20
      4.2.2. Odgojne vrijednosti 21
      4.2.3. Kognitivne sposobnosti 22
   4.3. Nastava filma 23
5. Istraživanje 24
   5.1. Predmet i cilj rada 24
   5.2. Metode rada 25
      5.2.1. Sudionici istraživanja 25

5.2.2. Instrumentarij i postupak ispitivanja 25
6. Rezultati istraživanja 26
7. Rasprava 42
8. Zaključak 43
9. Literatura 44
9.1. Izvori slika i internetski izvori 47
Sažetak 49
Abstract 50
Prilozi 51

1. Uvod

Vremena u kojima smo mogli vidjeti djecu kako se igraju na ulicama sve više, čini se, postaju prošlost. Baš kao što Oliver Dragojević u stihovima pjesme *Jubav iza kantuna* (2009.) kaže: „Dica više nisu dica od baluna“. Balun[1] su zamijenili mediji (mobiteli, tableti, računala i televizori) kojima su djeca od malena okružena. Prema Koperovu istraživanju[2] provedenom 2009. godine u SAD-u, djeca u 21. stoljeću provedu više vremena uz medije nego što ga provedu u školi tijekom jedne godine. Ovi rezultati pokazuju potrebu za medijskom pismenošću. Ona je odgovor na izazove 21. stoljeća i zato je potrebna učenicima i učiteljima. Učenike treba osposobiti kako bi bili medijski pismeni, a učitelji trebaju biti kompetentni kako bi to mogli i ostvariti. Što više učenika osposobimo kritički promatrati svijet medija, to su veće mogućnosti stvoriti medijski pismenoga pojedinca koji će izbjeći negativne posljedice koje prate virtualni svijet. Na taj će način mediji u njihovu životu imati pozitivnu ulogu.

Cilj je ovoga diplomskoga rada ispitati promišljanja studenata završnih godina učiteljskoga studija o medijskoj pismenosti na primjeru animiranoga filma. Rad se sastoji od teorijskoga i istraživačkoga dijela. U teorijskom dijelu pisat će se o medijskoj pismenosti, njenim značajkama, karakteristikama medijski pismene osobe, negativnom utjecaju medija na djecu, predmetnom području kultura i mediji, pravima djece u medijima, stanju u školama te o animiranom filmu, njegovoj povijesti, dječjem doživljaju animiranoga filma i sastavnicama na koje treba obratiti pozornost pri izboru animiranoga filma. Analizirat će se pojedini animirani filmovi te će se istraživanjem ispitati što budući učitelji misle o navedenomu.

[1] Dalmatinski govor za loptu. Igrati baluna znači igrati nogomet.
[2] https://www.researchgate.net/publication/235635050_Effective_Learning_Networks

2. Medijska pismenost

Temelje medijske pismenosti u školama postavili su Len Masterman i Barry Duncan u Kanadi 1989. godine. Oni su medijsku pismenost opisivali kao pružanje podrške učiteljima, roditeljima i djeci kako bi mogli kritički analizirati i proizvesti medijske sadržaje. Marshall McLuhan je 1960-ih godina stvorio temelje na kojima se gradi medijska pismenost. Njegov pogled na medije naučio nas je da je način na koji je poruka prenesena važan koliko i sadržaj poruke. Točnije, različiti mediji mogu prenositi isti sadržaj na različite načine. Poznato viđenje svijeta kao globalnoga sela[3] McLuhanova je spoznaja. On je uočio da tehnologija uvelike utječe na stavove, uvjerenja i ponašanja ujedinjujući tako cijeli svijet. Nakon što je Len Masterman objavio svoje knjige *Učenje o televiziji* (1980.) i *Učenje o medijima* (1985.), postavljeni su temelji za poučavanje medijske pismenosti učenika osnovnih i srednjih škola. Mastermanova je teorija da mediji samo posreduju i u tom posredovanju mogu neke činjenice drugačije predstaviti. Bez ovoga načela medijsko obrazovanje ne bi bilo moguće. Medijsko obrazovanje treba biti obrazovanje za život, učenici trebaju steći kompetencije i znati primijeniti naučeno. Također, pojmovi trebaju biti razumljivi učenicima, treba ih prilagoditi njihovoj dobi. Ključno je polazište Mastermanove teorije, koja je i danas važna u obrazovanju o medijskoj pismenosti, da mediji izgrađuju stvarnost (usp. Jolls i Wilson, 2014: 68-72).

Medijsku pismenost teško je jednoznačno definirati jer ne postoji jedinstveni pristup ovom pojmu. Prema Čazmaković (2021: 20), medijska pismenost obuhvaća izobrazbu o medijima i primjenu znanja u korištenju medijske tehnologije. Žderić (2009: 11) navodi: „Medijska pismenost je sposobnost interpretiranja i kreiranja osobnog značenja iz stotina, tisuća verbalnih i vizualnih simbola koje svakodnevno percipiramo preko televizije, radija, računala, novina, časopisa i oglašavanja."

Medijska pismenost može biti refleksivna i produktivna. Refleksivna razina omogućuje razmišljanje o medijskim sadržajima te kritičko gledanje na proizvod. Produktivna, kao što i sama riječ kaže, produkcija je novih sadržaja na temelju naučenoga. Učenici su na toj razini sposobni sudjelovati u proizvodnji medijskog sadržaja npr. plakata, fotografija, stripova i sl. (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 29).

[3] Koristi se u medijima i upućuje na svijet u kojem, uz pomoć Interneta, s lakoćom možemo stupiti u kontakt s ljudima iz cijeloga svijeta bez da promijenimo mjesto boravka.

2.1. Medijski pismena osoba

Proučavajući medijsko obrazovanje, odgajatelji su postavili ideje koje je potrebno osvijestiti djeci. Potrebno je djecu naučiti promišljati o kreatorima poruka, o tome kome se te poruke šalju, koje su tehnike primijenjene kako bi se privukla pozornost određene poruke, koje su vrijednosti predstavljene u porukama, mogu li drugi ljudi različito razumijeti istu poruku i postoji li nešto što je izostavljeno u poruci. Medijski pismena osoba trebala bi postaviti sva navedena pitanja (Žderić, 2009: 14).

Definicija medijske pismenosti i očekivane kompetencije medijski pismene osobe mijenjanju se kako se mijenjaju i mediji. Medijski pismena osoba sposobna je procijeniti, analizirati i kreirati medijske informacije. Prema Europskoj povelji o medijskoj pismenosti[4] (2009.) medijski pismena osoba:

1. odgovorno upotrebljava medije u skladu s individualnim potrebama i potrebama zajednice,
2. ima pristup širokom rasponu medijskih sadržaja i oblika iz različitih izvora,
3. može objasniti na koji način i zašto se proizvodi određeni medijski sadržaj,
4. kritički raščlanjuje tehnike, jezike i konvencije koje koriste mediji te poruke koje prenose,
5. kreativno se koristi medijima,
6. izražava ideje i mišljenja,
7. uočava i izbjegava neželjeni i uvredljivi sadržaj.

2.2. Strategije medijske pismenosti

Medijska pismenost treba biti dio medijskoga odgoja koji se uvijek treba nadopunjavati i proširivati, ovisno o novitetima koje medijsko okruženje postavlja. Postoje različite metode i procesi za postizanje medijskoga odgoja, pa će tako učitelji naglasak staviti na raščlambu kulturalnih razlika, stjecanje produkcijskih vještina, razumijevanje ekonomske infrastrukture te proučavanje svojstava određenoga medija (Aufderheide i Firestone, 1993: 9). Grizl i suradnici (2015: 13) smatraju da će bez strategija medijske pismenosti nastati velike razlike između pojedinaca koji imaju pristup medijima i informacijima i onih koji to nemaju. Osim što su zakinuti za slobodu izražavanja, nemaju sposobnost pronaći i kritički vrednovati informacije i

[4] http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php

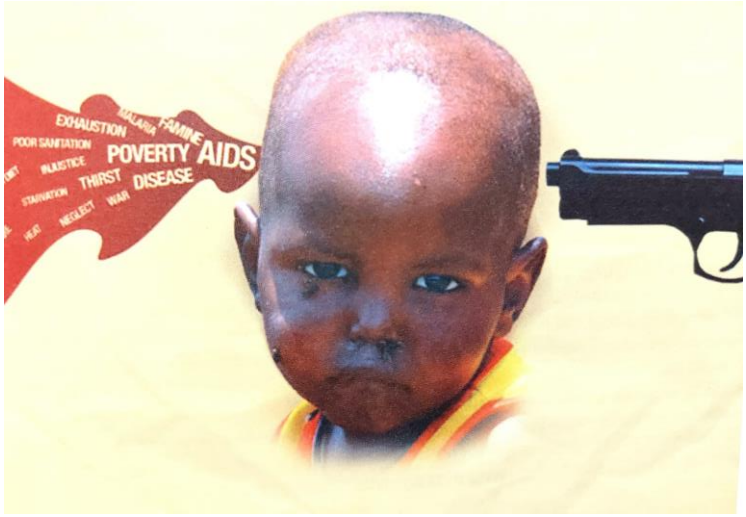
medijske sadržaje. Strategije medijske pismenosti temelje se na već postojećim vrstama medijske pismenosti[5]. Jurić (2015: 8) navodi da strategije medijske pismenosti trebaju biti utemeljene na međunarodnim dokumentima o ljudskim pravima te na pozitivnim iskustvima drugih zemalja. Prema Kinku (2019: 222-226), strategije planirano razvijaju kompetencije za uporabu medija i medijskih poruka, njihovo razumijevanje, vrednovanje te uporabu.

Koncept medijske pismenosti sastoji se od medija i izvora informacija koje su samo polazište. Zatim slijede razlozi zbog kojih ljudi koriste informacije i pristupaju im. To mogu biti zabava, informiranje, identifikacija i sl. Razumijevanje je iduća razina koncepta, a odnosi se na osnovno znanje koje građani trebaju imati. Ono je preduvjet za kritičku analizu. Posljednja je primjena navedenoga u praksi (Grizl i suradnici, 2015:16). U formalnom obrazovanju strategije medijske pismenosti uključuju stvaranje informacijski i medijski pismenih nastavnika pomoću nastavnih programa. U Republici Hrvatskoj to se ostvaruje uvođenjem programa obuke za medijsku pismenost na fakultetima. U neformalnom obrazovanju strategije su formiranje građanskih grupa u kojima podučavaju profesionalnci. Te grupe najčešće formiraju ravnatelji škola te školskih i narodnih knjižnica (Grizl i suradnici, 2015: 27-32).

Strategije medijske pismenosti nisu jednake u svim državama. Tako Matović i Perković (2015: 39-60) ističu potrebu za jasnom strategijom razvijanja medijske pismenosti u Srbiji, a Tajić i Turčilo (2015: 7-16) smatraju da Bosni i Hercegovini također nedostaje državna strategija. Kao rješenje nude shvaćanje modernog koncepta medijske pismenosti u smislu odgoja za medije. U Republici Hrvatskoj, prema Caru i Kanižaju (2015: 20), sustavan pristup i strategije medijske pismenosti ne postoje, a mladi u odgojno-obrazovnom sustavu ostvaruju samo djelomičan pristup obrazovanju za medije. U konačnici, može se zaključiti da nedostaju jasne nacionalne strategije medijskoga obrazovanja.

Da isti sadržaj možemo vidjeti različito dokazuje *slika 1*. Promatrajući ovu sliku, točnije plakat, možemo uočiti nasilan prizor pištolja usmjerenoga u djetetovu glavu. Ovakvi prizori česti su i u animiranim filmovima. Ako pak pogledamo širu sliku i tekst koji je autor dodao na lijevu stranu plakata, možemo uočiti niz problema s kojima se ovo dijete suočava. Neki od njih su AIDS, siromaštvo i žeđ. Na ovom primjeru možemo vidjeti kako se značenje poruke može mijenjati, ovisno o pojedincu (Žderić, 2009: 15-16). Mediji ne pokazuju stvarnost, nego ju predstavljaju (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 68). Što više poznajemo medijski jezik, to su naša očekivanja veća, a mogućnost manipulacije se smanjuje (Žderić, 2009: 14).

[5] Informatička, televizijska, filmska, internetska i digitalna medijska pismenost.



Slika 1. Plakat, medijska manipulacija

2.3. Kritičko mišljenje

Medijska pismenost u okviru animiranoga filma važna je jer animirani film djetetu stvara predodžbu o svijetu, stoga je važno dijete naučiti promatrati kritički. Kritička medijska pismenost je propitivanje medija.[6] UNESCO je 1976. godine izradio model za masovno-medijski odgoj (*a general curricular model)* kako bi djecu i mlade naučio kritičkom prihvaćanju medija (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 19). O kritičkom promišljanju u medijima Čazmaković (2021:11) kaže: „Kritički razmišljati o medijima znači dovesti stvari u pitanje i ne uzimati medije zdravo za gotovo. Mediji ne nude samo vjernu sliku svijeta, njegov odraz u ogledalu, već su i sami aktivni kreatori te slike i toga svijeta. Učenje o medijima podrazumijeva izlazak iz rutine naših medijskih navika, prošireni i izoštreni pogled, promijenjeni kut i sagledavanje medija svježim, radoznalim, kritičkim očima."

Međunarodna knjižničarska organizacija IFLA[7] izradila je letak (*slika 2*) pod nazivom *Kako prepoznati lažne vijesti* kao poticaj na kritičko promišljanje. Hrvatsko knjižničarsko društvo taj je letak preuzelo i prevelo (Jozić, Banović, 2019: 247). Ovo je jedna od ideja koja se može provesti u razredu s učenicima. Tekst plakata prije izvođenja u učionici treba prilagoditi dobi učenika. Učenici i sami mogu izrađivati svoj plakat, a učitelj ga može izložiti

[6] https://www.medijskapismenost.hr/sto-je-kriticka-medijska-pismenost-kako-je-razvijati-kod-djece/
[7] International Federation of Library Associations and Institutions.

na vidljivo mjesto u razredu, npr. na razredni pano. Na taj način učenici uče kako prepoznati lažnu informaciju i kritički razmišljati o njoj.



Slika 2. Letak Hrvatskoga knjižničarskoga društva

Iako se većina nas smatra sposobnima prepoznati lažnu informaciju, 1938. godine zbog vjerovanja medijima nastala je opća panika. Orson Welles[8] u radijskom je studiju čitao svoju novu radio-dramu *Rat svjetova*. Govorio je o marsovcima koji napadaju grad. Oko 34 milijuna ljudi slušalo je tu radijsku emisiju, a tisuće su povjerovale da se radi o stvarnim događajima. Ljude je uhvatila panika i počeli su napuštati domove. Policija je prekinula radijsku emisiju (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 29). Je li zaista toliko teško odvojiti stvarnost od fikcije ili smo nedovoljno medijski pismeni da bismo događaje i vijesti mogli kritički promatrati? Informacije treba propitkivati, kritički ih sagledavati kako bi se spriječili događaji poput ovoga.

[8] Američki glumac, redatelj i producent (1915.-1985.).

2.4. Opasnosti medija

Kada bismo učenike pitali tko su njihovi idoli, većina bi rekla da su to junaci iz filmova. Djeca u junacima animiranih filmova vide svoje uzore te se, u nedostatku pravih uzora, počinju okretati izmišljenima. Izloženi svakodnevnoj medijskoj manipulaciji bez razmišljanja prihvaćaju sve nametnute novitete. To uključuje načine ponašanja i govora, stilove odijevanja i sl. Sve više se udaljavaju od pravih vrijednosti, zanemaruju kulturu, tradiciju, ljubav prema domovini i mnoge druge vrijednosti koje čine njihov identitet. U konačnici, zanemaruju vlastito ja.[9]

2.4.1. Medijski nametnute novosti

Utjecaji koje će medijski nametnute novosti i likovi imati na dijete mogu biti pozitivni i negativni. Osiguravanju pozitivnoga djelovanja najviše pridonosi filmska kultura (Težak, 2002: 48). Ruski psiholozi tvrde da animirani filmovi poput *Spužve Boba Skockanog*, *Maše i medvjeda*[10] te *Tomija i Jerryja* imaju negativan utjecaj na djecu[11]. Djeca u stvarnom životu oponašaju sve što vide na animiranom filmu, što ponekad može biti opasno. Prema istraživanju Courtney Hutchison objavljenom u časopisu Pediatrics (2011.)[12] animirani film *Spužva Bob Skockani* može smanjiti apstraktno mišljenje, kratkotrajno pamćenje i kontrolu impulsa kod djece rane dobi. Hutchison to objašnjava brzim tempom mnogih današnjih animiranih filmova koji djeci smanjuju pažnju.

Djeca oponašaju prizore koje vide u filmovima, animiranim filmovima, serijama, reklamama, videoigrama i sl. Montessori pedagogija[13] kaže da je dijete kao spužva jer upija sve što vidi i čuje oko sebe. Slučaj Rony Zamore (15) koji je ustrijelio susjedu dokazuje tu tvrdnju. Naime, kao razlog ubojstva dječak je naveo oponašanje nasilnih prizora iz filmova. Njegov branitelj izjavio je da dijete nije bilo svjesno posljedica u stvarnom životu s obzirom na to da su pucnji na filmu koji je gledao bili bez posljedica (Košir, Ranfl i Zgrabljić, 1999:100).

Slučaj *Ribafish*, samoubojstvo dvanaestogodišnjeg dječaka, dogodio se 2018. godine u Hrvatskoj. Dva mjeseca prije nego si je oduzeo život, dječak je počeo igrati virtualnu igru *Doki Doki*. Igra je naizgled kao i sve ostale bezopasne igrice uz koje se djeca zabavljaju. Dječakova

[9] http://www.zzjzpgz.hr/nzl/59/roditeljstvo-i-odgoj.htm
[10] Film *Maša i medvjed* nastao je po uzoru na staru rusku tradicijsku priču.
[11] https://hr.rbth.com/news/2016/11/01/psiholozi-smatraju-da-je-masa-i-medvjed-najstetniji-animirani-film-za-djecu_644193
[12] https://abcnews.go.com/Health/Wellness/watching-spongebob-makes-preschoolers-slower-thinkers-study-finds/story?id=14482447.
[13] Pedagogija koja potiče dječju samostalnost. Utemeljiteljica je Maria Montessori.

majka rekla je da nije primijetila ništa neobično. Sjeća se da je prije smrti govorio da treba razbiti četvrti zid.[14] Razbijanje „četvrtog zida“ značilo bi da igrica briše granicu između stvarnosti i virtualnog života. Igra je puna prizora koji navode na samoubojstvo (*slika 3*).



Slika 3. Prizor iz igre *Doki Doki* koji djecu navodi na samoubojstvo

2.4.2. Spin-off igračke i stereotipizacija

U prijevodu, *spin-off* je novi medijski proizvod izveden iz postojećega proizvoda[15]. *Spin-off* igračke su igračke izdvojene iz određenoga animiranoga filma i kao takve proizvedene. Igračke mogu biti proizvedene i prije animiranoga filma npr. *Teenage mutant Ninja kornjače*, *Transformers*, *Action Man* i dr. One su proizvedene za potrebe industrije umjesto za razvojne potrebe djeteta. Oglašavanje igračaka zauzima veliki medijski prostor koji djeca ne mogu izbjeći. Uz to, mnoga se djeca osjećaju zakinutima ako im roditelji ne mogu priuštiti igračku iz njihova omiljenoga animiranoga filma. To utječe na ugled djece u društvu (Žderić, 2019: 68-70). Industrija igračaka koristi se djecom za promidžbu svojih proizvoda ne prateći stvarnu potrebu djece. Na taj im način ograničavaju kognitivne sposobnosti.

Popularna *Barbie* snažno je utjecala na stvaranje stereotipne samopercepcije djevojčica (*slika 4*). Mediji pomoću stereotipa oblikuju pogled na svijet. To snažno utječe na dijete. Stereotipi zanemaruju individualnost. Osim toga, jako su opasni jer mogu biti oblik prenošenja neistina ili poluistina koje su često uvredljive određenoj skupini ljudi na koje se stereotip odnosi. Mogu biti i govor mržnje, poticati rasizam, nacionalizam i sl. U animiranim filmovima

[14] https://www.srednja.hr/novosti/djecak-iz-zagreba-objesio-se-zbog-planetarno-popularne-igrice-rekao-da-postaje-cudna-pomalo-zastrasujuca/
[15] https://en.wikipedia.org/wiki/Spin-off_(media)

može biti prikazana sužena slika odnosa među spolovima. Dječaci su prikazani kao mišićavi i snažni, a djevojčice plahe i nježne zavodnice kojima je jedini cilj lijepo izgledati (Žderić, 2009: 25-33). Djeca oblikuju svoju osobnost oponašanjem. Povećanje anoreksije i bulimije često je rezultat pretjeranoga uživljavanja u medijske uzore (Košir, Ranfl i Zgrabljić, 1999: 74). Ti medijski uzori, u ovom slučaju, šalju pogrješnu sliku „savršenoga" izgleda. Medijskim odgojem trebali bismo otkriti vlastiti identitet, a ne oponašati druge.



Slika 4. Barbie, utjecaj na samopercepciju djevojčica[16]

Animirani film *Zig i Sharko* primjer je prikazivanja stereotipa. Snažni i neustraživi Sharko bori se za naklonost lijepe sirene Marine kojoj je jedini posao biti lijepa (*slika 5*). *U Snjeguljici i sedam patuljaka* i *Shreku* također je princ junak koji spašava glavnu junakinju. Noviji animirani filmovi sve češće u glavnim ulogama imaju hrabre i samopouzdane djevojčice sposobne za velike stvari. Jedan od najpopularnijih takvih animiranih filmova je *Snježno kraljevstvo*.

[16]https://www.google.com/search?q=barbie&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjfi9ffmP_xAhXhAhAIHb7EATwQ_AUoAXoECAEQAw



Slika 5. Isječak iz animiranoga filma *Zig i Sharko*

Suprotnost je navedenim lošim primjerima animirani film *Shrek* koji djecu uči da je izgled manje važan te da ljubav pobjeđuje. Glavni junaci *(slika 6)* Shrek i Fiona ne žele se pretvoriti u lijepu princezu i naočitoga princa. U konačnici, medijski sadržaji nemaju samo negativne utjecaje, zato je važno znati odabrati medijski sadržaj kojemu će djeca biti izložena. Kako bi se izbjegao negativan utjecaj na djecu, s njima treba razgovarati, komentirati medijski sadržaj, kritički ga promatrati, vrednovati i shvatiti moralne poruke (Žderić, 2019: 68-70). Medijski pismeni pojedinac sposoban je prepoznati i izbjeći negativne utjecaje medija.



Slika 6. Glavni junaci Shrek i Fiona

3. Kultura i mediji

Kultura i mediji, uz hrvatski jezik i komunikaciju te književnost i stvaralaštvo, jedno je od triju predmetnih područja predmeta Hrvatski jezik i *Kurikuluma nastavnoga predmeta Hrvatski jezik*[17]. Sastavnica je vrednovanja, a temelji se na razumijevanju teksta uzimajući u obzir kulturne, međukulturne i društvene okvire. Cilj predmetnoga područja *kultura i mediji* razvoj je znanja, uvažavanje različitih uvjerenja i vrijednosti te primjena naučenoga kroz djelovanje u zajednici. Domena uključuje poticanje svijesti i uvažavanja različitih kultura, društava, mišljenja, ideja i stavova, što podiže svijest o različitostima te razvija empatiju. Time se učenike uči povezivanju i primjeni znanja u životu te oblikovanju vlastitoga kulturnoga identiteta. Predmetno područje kultura i mediji uključuje medijsku pismenost tj. kritički odnos prema medijskim informacijama, razumijevanje utjecaja takvih poruka na društvo i pojedinca, samostalno stvaranje i slanje medijskih poruka (Kurikulum, 2019: 3-12).

Tematska područja medijske kulture raznovrsna su. Pogrešno je mišljenje da su mediji samo televizija i internet. Mediji su svi oni kanali kojima prenosimo sadržaje pa tako u medije spadaju i knjige, odnosno tekstovi. S obzirom na to, jedna od zadaća škole danas povezivanje je medija i poboljšanje komunikacije djece u školi i ostalim okružjima unutar kojih komuniciraju (Žderić, 2009: 17).

Cilj je učenja i poučavanja u odgojno-obrazovnom procesu, prema *Kurikulumu* (2019: 109), razvoj općih kompentencija: „Učenje i poučavanje u predmetnome području kultura i mediji potiču učenika na razvijanje potreba i navika za samoinicijativnim istraživanjem i otkrivanjem informacija, za razumijevanjem uloge i važnosti medijskih tekstova i njihovih poruka te njihove kritičke prosudbe, za razumijevanjem sinkronijskih i dijakronijskih aspekata kulturoloških sadržaja, svoje kulture i drugih kultura, jezika i identiteta.“

[17]Kurikulum za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Publikacije/Predmetni/Kurikulum%20nastavnoga%20predmeta%20Hrvatski%20jezik%20za%20osnovne%20skole%20i%20gimnazije%20u%20RH.pdf
Napomena: u nastavku rada upotrebljava se kratica *Kurikulum*.

3.1. Odgojno-obrazovni ishodi

Odgojno-obrazovni ishodi očekivanja su od učenika u određenoj godini poučavanja koja proizlaze iz odgojno-obrazovnih ciljeva učenja i poučavanja predmeta, u ovom slučaju, Hrvatskoga jezika. Odgojno-obrazovni ishodi za prvi razred osnovne škole u domeni kultura i mediji, koji se tiču medijske kulture i pismenosti, odnose se na razlikovanje medijskih sadržaja primjerenih dobi i interesu. To uključuje izdvajanje primjerenih sadržaja i razgovor o njima te prepoznavanje obrazovnih digitalnih medija primjerenih dobi i služenje njima npr. animiranoga filma. Odgojno-obrazovni ishodi za drugi razred osnovne škole u domeni kultura i mediji, koji se tiču medijske kulture i pismenosti, odnose se na izdvajanje primjerenih medijskih sadržaja i razgovor o njima izražavanjem vlastitoga mišljenja te pronalaženjem podataka u elektroničkome tekstu oblikovanome u skladu s početnim opismenjavanjem. Učenik aktivno gleda, sluša i doživljava animirane filmove (Kurikulum, 2019: 19-26).

Nakon završenoga trećega razreda osnovne škole učenici su sposobni prepoznati različite izvore informacija, primati poruke iz različitih medija, izdvojiti važne podatke, oblikovati ih u novi medijski sadržaj te kroz igru stvarati vlastite uratke. Nakon završenoga četvrtoga razreda osnovne škole učenik je sposoban pregledavati različite izvore podataka, objašnjavati i preuzimati materijale sa školske mrežne stranice, razlikovati različite vrste medija, objasniti razlike između njih, pretraživati mrežne portale za djecu, pristupiti društvenim mrežama te istaknuti sličnosti i razlike između književnih djela i filmova. Ta se kompetencija može koristiti pri obradi lektire (Kurikulum, 2019: 32-38). Ovim ishodima potiče se osobni razvoj i kritičko mišljenje te se stvara medijski pismen pojedinac. Da bi djeca odrasla u kritičke osobe, medijskim odgojem trebaju dobiti samosvijest i tako, svjesni sebe, koračati u medijski svijet (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 123).

3.2. Prava djece u medijima

Republika Hrvatska je 2. rujna 1990. godine prihvatila Konvenciju Ujedinjenih naroda o pravima djeteta[18] čime se obvezala svakom djetetu osigurati prava koja je Konvencija odredila. Članak 12. djetetu osigurava pravo na slobodno izražavanje o svim pitanjima koja se na njega odnose. Članak 13. djetetu osigurava pravo na slobodu traženja, primanja i širenja

[18] https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf

informacija i ideja svake vrste. Člankom 17. države priznaju važnu ulogu koju imaju sredstva javnoga priopćavanja i osiguravaju djetetu pristup informacijama i materijalima iz raznovrsnih područja, prvenstveno onih kojima je cilj promicanje dobrobiti djeteta (Konvencija o pravima djeteta, 2017: 7-8).

Prema Zakonu o elektroničkim medijima (2013),[19] audiovizualni program je niz pokretnih slika sa ili bez zvuka koji tvori jedinstvenu cjelinu. Prema članku 16. pružatelji medijskih usluga mogu odrediti pravila ponašanja koja sadržavaju neprimjerenu audiovizualnu komunikaciju. Prema članku 26. zabranjeno je djecu i mlade poticati na nasilje, kriminalne radnje te uporabu opijata i duhanskih proizvoda. Zabranjeni su programi koji mogu nanijeti štetu fizičkom, moralnom i mentalnom razvoju djeteta. Prema članku 49. obrazovne ustanove, uključujući škole, mogu biti nakladnici programa ako ih proizvode i objavljuju učenici, a namijenjeni su školskoj javnosti. Fondom Agencije za elektroničke medije treba se poticati proizvodnja audiovizualnih sadržaja važnih za poticanje kvalitetnih programa za djecu kojima je cilj poticanje njihove dobrobiti.

Prema Zakonu o medijima (2004)[20] člankom 6. osobe koje obavljaju javnu službu i/ili dužnost, dužni su davati točne, potpune i pravovremene informacije. Člankom 16. mediji su dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji bez obzira na spol i spolno opredjeljenje. Zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava njegova dobrobit.

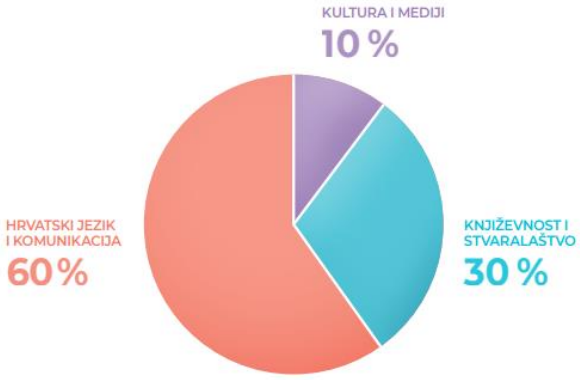
Istraživanje[21] provedeno u Republici Hrvatskoj među svim dobnim skupinama i u kategoriji srednje, više i visoke stručne spreme pokazalo je da ispitanici smatraju da mediji Republike Hrvatske trebaju poboljšati odnos prema zaštiti dječjih prava. Smatraju da su najčešća kršenja prava djece u slučajevima izvještavanja o općim temama vezanima za djecu bez dopuštenja roditelja te izvještavanje o djeci žrtvama nekoga kaznenoga djela.

3.3. Stanje u školama

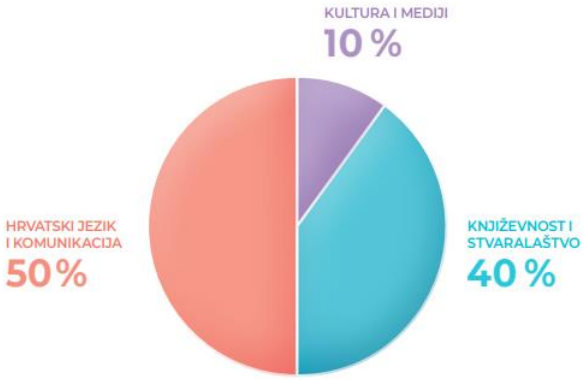
U *Kurikulumu* je naveden prijedlog postotne zastupljenosti predmetnih područja za svaki razred. Učitelj od tog prijedloga može odstupiti do 10 %. Prijedlog zastupljenosti predmetnog područja kultura i mediji u prvom, drugom, trećem (*slika 7*) i četvrtom (*slika 8*)

[19] https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima
[20] https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima
[21] Homa, M. (2020) https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos%3A494/datastream/PDF/view

razredu osnovne škole je 10 %. S obzirom na to da su mediji svakim danom sve više dio naše svakodnevnice, potreba za zastupljenošću domene kultura i mediji vjerojatno će rasti.



Slika 7. Prijedlog postotne zastupljenosti domena za prvi, drugi i treći razred osnovne škole (Izvor: Kurikulum, 2019: 123)



Slika 8. Prijedlog postotne zastupljenosti domena za četvrti razred osnovne škole (Izvor: Kurikulum, 2019: 144)

Učitelji su zainteresirani i motivirani za provođenje multimedijske nastave, ali ona se u praksi rijetko koristi. Škole nisu dovoljno opremljene, a učitelji su opterećeni papirologijom. Budući učitelji primarnoga obrazovanja opazili su da su učitelji slabo pripremljeni za takvu vrstu nastave. Slični rezultati dobiveni su i u istraživanjima Akkoyunlu i Yilmaz Soylu (2008), Uzun i Senturk (2010) te Weber i Lennon (2007) (usp. Horvat 2019: 20-28).

Učitelji su uočili važnost odgoja za medije. Učitelji privatnih škola više primjenjuju odgoj za medije. Dogan smatra da je to zbog bolje opremljenosti privatnih škola. Tehnološko razumijevanje učitelja razredne nastave je visoko, ali ipak imaju negativnije mišljenje o odgoju za medije od učitelja predmetne nastave. Dogan smatra da je to zbog potrebe mlađih učenika

za izvornom stvarnošću (Dogan, 2010: 306-307). Razlike u mišljenjima o multimedijskoj nastavi, između učitelja razredne i predmetne nastave, također je pokazalo istraživanje koje su 2007. godine proveli Şimşek, Alper i Balta (usp. Horvat, 2019:19).

U školama postoji mogućnost poboljšanja kvalitete medijske kulture. Škole se opremaju računalima, ali nije provedena naobrazba odgajatelja. Postoji i određeni otpor za svladavanje komunikacije s novim medijima. U praksi se rijetko primjenjuju metode rasprave i istraživačke nastave, a to bi pomoglo u razlikovanju dobre od loše informacije predstavljene u medijima (Žderić, 2009: 20-22). Medijski odgoj će biti najučinkovitiji ako roditelji, učitelji i medijske osobe shvate da moraju zajedno pridonositi razvijanju veće kritičke svijesti učenika (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 12).

U hrvatskom školstvu medijska pismenost nije obavezan predmet, a rijetki su i predmeti na kojima se proučava. Školska knjižnica zauzima središnje mjesto u podučavanju mladih medijskoj pismenosti (Banović, Jozić, 2019: 247). Suradnja učitelja sa školskim knjižničarom svakako je dobra, ali ipak veći dio posla odrađuje učitelj. Autorica Alma Čazmaković tom problemu doskočila je izdavši *Multimedijski priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi*[22] namijenjen učiteljima. Uz priručnik su izdani slikovnica i video o medijima koji na jasan i zanimljiv način približavaju ovu tematiku. Svrha je omogućiti djeci prepoznavanje razlika između stvarnoga i virtualnoga svijeta. Postoje razne aktivnosti kojima to djeci možemo približiti. Važno je pri tome imati na umu da učenici ne poznaju teorijsku pozadinu ovoga problema, kao ni pojam medijske pismenosti (Čazmaković, 2021: 22).

[22] https://www.medijskapismenost.hr/medijska-pismenost-za-najmlade-multimedijski-prirucnik/

4. Animirani film

Film, kao složeno područje, teško je definirati. Mikić (2001: 15) film definira kao sredstvo filmskoga priopćavanja, politiku, umjetnost, industriju zabave, tehniku, gospodarstvenu granu te komunikaciju. Opisuje ga kao slikovni i zvučni zapis svijeta. Sličnu definiciju filma navodi i Težak (2002: 11). Prema Peterliću (2008: 13) film ima osobine povijesnoga bića. Te riječi ovog nagrađivanog filmologa i filmskog redatelja zaista puno govore. Razvoj kinematografije tekao je brzo, kao i razvoj filma. Publika prihvaća film, najviše zbog pokretnih slika, kako objašnjava Peterlić (2008: 43). Iako se film javlja potkraj 19. stoljeća otkrićem kamere i projektora, njegovi početci zapravo sežu u daleku prošlost. Leonardo da Vinci 1500. godine skicirao je *cameru obscuru*[23] koja je preteča projektora. Gimabattista della Porta (1558.) opisao ju je u svom djelu *Magie naturalis.* Osim *camere obscure,* bitan izum je i *laterna magica*. Smatra se pretečom animiranoga filma jer se pomoću tog izuma uočio prolazak svjetlosti kroz prozirne predmete (Peterlić, 2008: 34-35).

Animirani film, uz dokumentarni i igrani, jedan je od filmskih rodova. Podrijetlo imena u latinskoj je riječi *animare* što znači oživjeti[24]. O animiranom se filmu govori kao o graničnom području jer se sastoji od likovnih i filmskih sastavnica. Likovne sastavnice animiranoga filma su linija, boja, volumen i ploha, a filmske sastavnice su zvuk, montaža, kadar, plan, kut snimanja te pokret kamere (Mikić, 2001: 107-111). Definicija animiranoga filma prema Mikiću je sljedeća: „Animirani film je zajednički naziv za brojne vrste filmova (crtane, lutkarske, kolažne, filmove s animiranim predmetima i sl.) koji nastaju uzastopnim snimanjem pojedinačnih sličica (tehnika snimanja „sličica po sličica“), a koje kasnije bivaju oživljene tehnikom filmske projekcije. Tada se stvara iluzija pokreta, nastaje život iz neživoga.“ Mikić (2001: 111).

Prema tehnikama koje se koriste pri izradi animiranoga filma razlikujemo crtani film, kolažni, lutkarski, film s predmetima, animacijama ljudske figure, računalnim animacijama, animiranim filmovima nastalima bez uporabe filmske vrpce te izravnim crtanjem (Mikić, 2001: 111). Temeljne su vrste animiranoga filma crtani, kolažni i lutkarski (Težak, 2002: 284).

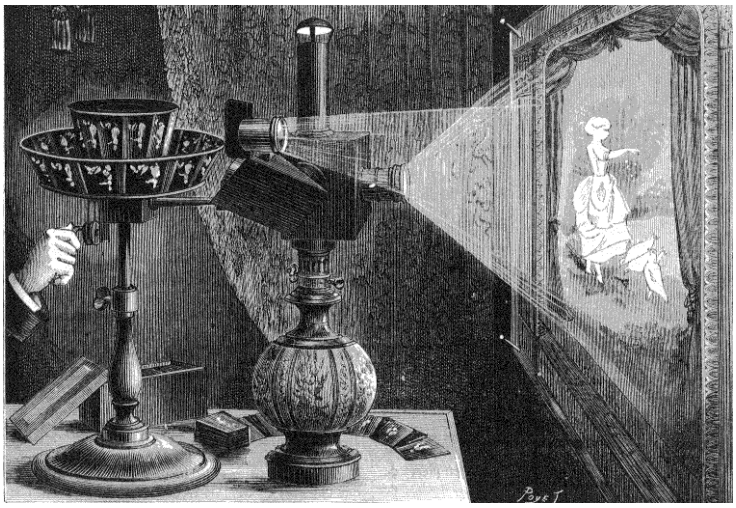
Prema Težaku (2002: 269), animirani film zamijenio je bakine priče koje su djeca rado slušala. Istraživanje[25] pokazuje da 33% djece u dobi od 11 do 15 godina prosječno televizor

[23] Zamračena soba s malom rupom ili lećom na jednoj strani kroz koju se slika projicira na zid ili stol nasuprot rupi (Wikipedija, 2021).
[24] https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=2819
[25] Insitut za državna istraživanja u Zagrebu (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001: 119).

gleda više od 3 sata dnevno, a na vrhu su ljestvice gledanosti animirani filmovi. Čak 77% djece prati ih redovno. Toliku popularnost animirani film duguje Waltu Disneyju, začetniku američke industrije animacije i osnivaču tvrtke *The Walt Disney Company*[26]. Djeca animirane filmove Walta Disneyja ocjenjuju višim ocjenama nego ostale. Težak (2002: 284) smatra da ni današnji animirani filmovi ne prelaze diznijevske okvire.[27]

4.1. Povijest animiranoga filma

Špiljski je čovjek želio prolazne trenutke zabilježiti crtežima na špiljskim stijenama. S obzirom na to da je čovjek tada prikazivao ljude u pokretu, možemo zaključiti da je htio dočarati kretanje. Oživljavanje crteža glavna je odlika animiranoga filma kakvog danas poznajemo. Čovjek je shvatio da zbog tromosti oka može dočarati varku pokretnim crtežima (Težak 2002: 198). Prvi crtani filmovi bili su prikazivani na praksinoskopu (*Slika 9*). Gledanjem u zrcala vidio se brzi slijed slika koje stvaraju iluziju kretanja.[28]



Slika 9. Praksinoskop

[26] Godine 1923. osnovana kao studio za crtane filmove, a danas je jedna od vodećih svjetskih produkcijskih kuća (Wikipedija, 2021).
[27] Diznijevski okviri uključuju pune komične animacije, puni prostor, puni pokret, jednostavnost u pokretima likova, klasičnu glazbu te bajkovite, maštovite i magične događaje i likove. Junake *diznijevih* animiranih filmova krase prave vrijednosti poput dobrote, hrabrosti i odanosti (Wikipedija, 2021).
[28] https://en.wikipedia.org/wiki/Praxinoscope

Prva zvijezda animiranoga filma bio je mačak Feniks (*Slika 10*). Smatra se zvijezdom filmske animacije jer se prvi puta pojavio u nijemim animiranim filmovima. Njegovi su autori Pat Sullivan i Otto Messmer.[29]



Slika 10. Mačak Feliks

4.1.1. Hrvatski animirani film

1951. godine snimljen je crtani film *Veliki miting* rađen u stilu diznijevske animacije. Prema Mikiću (2001: 204-206) to je prvi pravi crtani film koji zadovoljava sve kriterije. Zatim se osniva *Duga film* koja proizvodi pet crtanih filmova, a 1952. godine osniva se *Zora film*. Tu je snimljen prvi hrvatski crtani film u boji. Radi se o *Crvenkapici* (1955.). Te iste godine Milan Bogdanović i Branko Ranitović osnivaju *Studio za crtani film Zagreb* u kojem nastaje Zagrebačka škola crtanog filma. U animacijama Aleksandra Marksa, Borivoja Dovnikovića, Milana Blažekovića, Kreše Zimonića, Joška Marušića i dr. mogu se uvidjeti bitne odrednice moderne animacije poput naglašene likovnosti i redukcije pokreta. Vukotićev *Surogat* iz 1962. godine nagrađen je Oscarom. Od animiranih filmova za djecu svakako treba spomenuti *Baltazara, Čudesnu šumu* (1986.) te *Čudnovate zgode šegrta Hlapića* (1996.). Na akademiji likovnih umjetnosti u Zagrebu otvoren je studio za crtani film Zagrebačka škola crtanog filma u kojem se i danas okupljaju autori.[30]

[29] https://sh.wikipedia.org/wiki/Ma%C4%8Dak_Felix
[30] https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatski_animirani_film

4.2. Dječji doživljaj filma

Djeca na filmu vide nove situacije i tako zadovolje svoju znatiželju i potrebu za avanturom. Vide nove načine rješavanja problema poistovjećujući se s omiljenim junacima. Djeca na taj način putuju u svijet mašte sjedeći u svom domu. Film utječe na stvaranje osobnosti jer oblikuje mišljenje, ukus, odgojne i etičke vrijednosti. Mikić (2001: 208) o dječjem razumijevanju filma kaže: „Budući da je djeci uvijek bliža slikovitost od apstrakcije, djeca gledajući pokretne slike od kojih je film sastavljen, vrlo intenzivno doživljavaju filmsku priču i primaju njegovu poruku. Gledanjem filmova dijete potpuno nesvjesno razvija i određene misaone sposobnosti kao što su percepcija ili opažanje, koncentracija i vizualna memorija. Razvija i oblike mišljenja, oblikuje maštu i širi skalu emocija."

Djeca svijet vide drugačije od nas odraslih. Isto tako, razumijevanje animiranih filmova nama je jednostavno, ali djeci to predstavlja problem. Mikić (2001: 209) i Težak (2002: 47) kažu da djeca često, gledajući animirani film, ne mogu spoznati je li to mašta ili stvarnost i mogu li se ti događaji uistinu dogoditi. To je zbog toga što, prema Mikiću (2009), dijete teško može razumjeti situacije koje nije proživjelo. Učitelji trebaju djeci pomoći u tome. Jedna od aktivnosti koja se može provesti u razredu na ovu temu je Stara fotografija (vidi *Prilog 1*).

Djeca u predškolskoj dobi najviše gledaju kraće filmove, uglavnom animirane. Tada nisu sposobni razumjeti film u cjelini. Ne mogu povezati dijelove filma u cjelinu, a pamte samo prizore koji su po svom sadržaju bliski njihovoj psihi. Nerazumijevanje pojedinih dijelova filma ne smeta im u praćenju filma (Težak, 2002: 47). Djeca u dobi od 7 do 9 godina razumiju vrlo jednostavne filmove. Događaje iz filma shvaćaju kao apsolutnu istinu, ali oni ne utječu na njihovu zbilju. Posebno im je zanimljivo prizore iz animiranog filma ponovno proživjeti kroz igru, glumu, crtanje i sl. U toj dobi vole bajkovite fabule. Djeca u starosti od 10 do 12 godina zanimaju se za filmsko stvaranje, a u dobi od 13 do 15 godina razvijaju kritičnost prema odgledanim scenama (Mikić, 2001: 210).

U istraživanju provedenom 2001. godine Ilišin (2001: 91) je zaključio da postoje razlike u opredjeljenju dječaka i djevojčica u odnosu na medije. Točnije, dječacima je potrebno više osjetilnih poticaja za privlačenje i zadržavanje pažnje, dok je djevojčicama dovoljno samo jedno čulo. Dječaci su više usmjereni na audiovizualne medije, a djevojčice na samo vizualne ili audiomedije.

Dijete, odrastajući, prolazi kroz četiri faze razumijevanja filma. To su participacija, identifikacija, distanciranje i projiciranje. U fazi participacije djeca nadodaju sami sebe kao lika u film i poistovjećuju se s njime. Identifikacija je proces u kojem dijete emotivno doživljava

postupke likova, s glavnim junakom se raduje i tuguje. Djeca starija od 12 godina u procesu su distanciranja. To je proces u kojem se odupiru svemu što se filmom predlaže. Posljednji proces je projiciranje u kojemu iz filma izvlače poruku i nastoje ju primijeniti u stvarnomu životu (Mikić, 2001: 211).

4.2.1. Odnos prema nasilju

Animirani filmovi kojima su djeca okružena obiluju nasiljem. Postavlja se pitanje kako to utječe na djecu. Djeca su sklona imitirati nasilje koje vide ne shvaćajući koliko su takva ponašanja opasna. Mogu se usredotočiti na scene nasilja i ponoviti ih nekoliko mjeseci poslije. Određene slike, glazba, zvukovi i izrazi lica mogu im uzrokovati strašne snove. Djeca iznad osam godina mogu biti uznemirena vijestima koje prikazuju nasilje, posebno događajima za koje misle da se mogu njima dogoditi. Dugotrajna izloženost filmovima koji slave nasilje donosi veći rizik za nasilno ponašanje. Povećava se i rizik da djeca postanu neosjetljiva na nasilje nad drugima (Žderić, 2009: 16-33). Težak navodi pokus psihologa A. Bandure koji je izveo pokus s djecom od 3 do 5 godina. Djeci je prikazan crtani film u kojem je osoba zlostavljala, tukla i psovala mačku. Djeca su zatim odvedena u prostoriju s mačkom te su je bezdušno psovali i tukli. Iz ovog primjera očit je kratkoročni utjecaj nasilja na ekranu na ponašanje djece (Težak, 2002: 17). Animirani film *Uspon teenage mutant kornjača* obiluje nasilnim scenama (*slika 11*). Glavni su junaci opremljeni raznim oružjem, a svi problemi rješavaju se nasiljem.



Slika 11. Isječak iz animiranoga filma *Uspon teenage mutant nindža kornjača*

Desetci izbodene, izranjavane i oslijepljene djece bili su žrtve filma *Crna strijela* (1846) oponašajući prizore koje su vidjeli na filmu. Gledajući animirane filmove poput *Toma i Jerryja* koji također obiluje nasiljem (*slika 12*), djeca prestaju vjerovati u smrt, pa su u SAD-u mnoga djeca stradala kao žrtve gubljenja svijesti o stvarnosti i fantastici. Skandinavske zemlje zabranjuju animirane filmove diznijevskog smjera jer prikazuju prizore nasilja i događaje koji su nemogući u stvarnosti izlažući tako djecu opasnim oponašanjima junaka s ekrana. Time djeca mogu ozbiljno ozlijediti sebe i druge oko sebe (Težak, 2002: 16).



Slika 52. Isječak iz animiranoga filma *Tom and Jerry*

Nije toliko važno što djeca gledaju, već u kakvim socijalnim i ekonomskim okolnostima to čine (Košir, Ranfl, Zgrabljić, 1999: 99). Dječji osjećaji otupe pri stalnoj izloženosti medijskom nasilju. Kada se to dogodi, vrijeme je za uzbunu (Košir, Ranfl i Zgrabljić, 1999: 102).

4.2.2. Odgojne vrijednosti

Djeca imaju potrebu sve dijeliti u dvije kategorije, ili je sve dobro ili je sve loše. Baš kao što gledaju i ponavljaju primjere lošega ponašanja, isto to rade gledajući dobre primjere ponašanja. Djeca bi trebala gledati junake koji se bore za pravdu i tako razvijati ideje o moralnosti i ispravnome ponašanju. Gledajući suradnju i poštovanje između likova u animiranim filmovima, djeca uče o takvim moralnim vrijednostima i to primjenjuju u realnim životnim situacijama.

U filmskoodgojnom pristupu nastavi filma naglasak je na odgojnim zadatcima. To su odnos prema drugima, odgovornost, odnos među spolovima, ekologija, ljubav, rad, vjera i domovina (Težak, 2002: 68). Neki od animiranih filmova koji u sebi sadrže odgojne vrijednosti su *Potraga za Nemom*, *Priča o igračkama*, *Nebesa*, *Shrek* i *Naprijed*. Animirani filmovi često prikazuju likove koji imaju jednodimenzionalne karaktere. Glavni junaci su u potpunosti dobri, a vještice i čudovišta su loši. To se najviše očituje u *diznijevskim* animiranim filmovima kao što su *Snjeguljica i 7 patuljaka, Tri praščića, Pepeljuga* i mnogi drugi. Djeca bi ipak trebala dobiti uvid o složenosti ljudskoga karaktera.

4.2.3. Kognitivne sposobnosti

Film može usporavati i gušiti razvoj djetetove mašte kada ga obasipa scenama kojima se ništa ne može nadodati niti oduzeti. Između slika nema mjesta za predah, a mašta ne može stvaralački djelovati. Kadar traje kratko, a dijete često primijeti najzanimljiviji dio kadra, umjesto onoga bitnoga (Težak, 2002: 22-23).

Primjer dobroga animiranoga filma koji potiče djetetovu mašu i budi stvaralački duh je *Profesor Baltazar*. Hrvatski animirani film autora Zlatka Grgića prati zgode dosjetljivoga staroga izumitelja (*slika 13*). Dobri profesor uvijek i svima rado pomaže svojim izumima. U filmu je uvijek izdvojeno vrijeme u kojem profesor razmišlja. Tada i gledatelj također može osmisliti vlastite ideje. Problemi se rješavaju isključivo maštom i razumom, bez ikakve potrebe za nasiljem.



Slika 6. Stroj profesora Baltazara

4.3. Nastava filma

Nastava filma odvija se u sklopu nastavnoga predmeta Hrvatski jezik u području medijske kulture. Učitelj koji izvodi nastavu filma trebao bi i sam imati filmsku kulturu. Prije svega treba biti prijatelj filmu i prijatelj djeci. Iako sve škole nemaju uvjete za gledanje filma tj. nemaju posebnu učionicu za to, učitelj svaku učionicu može potpuno zatamniti i tako stvoriti uvjete. Često se sve sastavnice filma ne mogu obuhvatiti u jednom školskom satu, stoga je potrebno usmjeriti se na bitne elemente (npr. radnju i likove).

Svrha nastave filma je osposobiti učenike za kritičko primanje medijskih poruka, otkrivanje vrijednosti filma, aktivirati im stvaralačku maštu kako bi ostvarili slobodnu, samokritičku i stvaralačku osobnost te obogatili svoj život. U nekim školama svrha se nadopunjuje osposobljavanjem učenika za kreiranje i odašiljanje vlastitih medijskih poruka videokamerom ili videoprojektorom. U odgojno-obrazovnom procesu učenici trebaju steći opću filmsku naobrazbu, znati čitati, kritički prosuđivati i samostalno vrednovati filmove. Općenito, zadatci nastave filma mogu biti filmskonaobrazbeni, filmskokomunikacijski, filmskoodgojni, psihičkofunkcionalni, općeodgojni te općenaobrazbeni (Težak, 2002: 39-40).

Od prvog do trećeg razreda osnovne škole učenici su se u nastavi filma sposobni izraziti crtanjem i modeliranjem prizora koje su vidjeli na filmu te obnoviti prizore pomoću igara. Najprimjereniji filmovi za ovu dob učenika su bajke i životinjske zgode. S 10, 11 i 12 godina učenici su sposobni objasniti zaplet u filmu, analizirati i uspoređivati likove i sadržaje filmova te samostalno snimiti kratke filmove (Težak, 2002: 50).

Film nema odgovarajuće mjesto u obrazovanju iako nudi puno mogućnosti koje učitelji u razredu mogu koristiti. Medijskoj kulturi posvećeno je malo pažnje što je nužno mijenjati jer su mediji svakodnevno prisutni u djetetovou životu. Zbog toga Mikić (2001: 208) ističe potrebu provođenja odgoja za film. On smatra da djeca u školi stječu malo znanja o filmu i medijskoj kulturi, a time i o medijskoj pismenosti. Uvođenjem filmske kulture u odgojno-obrazovni proces, prema Težaku (2002: 270), škola može od malena učenika naučiti komunikaciji s filmom.

5. Istraživanje

U ovom poglavlju opisat će se istraživanje koje je provedeno u svrhu izrade ovoga diplomskoga rada. Opisat će se predmet i cilj rada, postaviti hipoteze, navesti metode rada, sudionike istraživanja, instrumentarij i postupak istraživanja.

5.1. Predmet i cilj rada

Do sada provedena istraživanja[31] pokazuju da studenti učiteljskoga studija smatraju da je razina njihove medijske pismenosti vrlo dobra, ali da im je potrebno više medijskoga obrazovanja. Smatraju da su djeca u osnovnim školama nedovoljno medijski pismena i da je vrlo važno ostvariti kritičko mišljenje kod djece. Mišljenja su da trenutni školski kurikul nije dovoljno fleksibilan za uvođenje medijske pismenosti u obrazovanje. Prema dosadašnjim rezultatima, a i iskustvu koje sam stekla studirajući na učiteljskom studiju, hipoteze su ovoga istraživanja:

H1: Studenti završnih godina učiteljskoga studija smatraju važnim djecu razredne nastave osposobljavati za medijsku pismenost.

H2: Studenti se smatraju dovoljno kompetentnima za medijsko opismenjavanje učenika razredne nastave.

H3: Studenti prepoznaju mogućnosti animiranoga filma za medijsko opismenjavanje učenika u svojoj budućoj praksi.

Cilj je ovoga istraživanja navedene hipoteze dokazati ili opovrgnuti, kako bi se dobio uvid o poznavanju medijske pismenosti studenata završnih godina učiteljskoga studija i njihovim razmišljanjima o važnosti osposobljavanja djece razredne nastave za medijsku pismenost. Nadalje, cilj je ispitati prepoznaju li studenti mogućnosti animiranoga filma za medijsko opismenjavanje učenika te kojim bi se filmskim naslovima koristili u svojoj budućoj praksi.

[31] Vidjeti: Hodalj, 2018: 45-61, Bilač, 2012: 1-8, Ilišin, 2001: 11-38, Peran i Raguž, 2016: 1-15.

5.2. Metode rada

U ovom je istraživanju primijenjena kvantitativna metoda anketnoga *online* ispitivanja. Ova metoda izabrana je zbog brze obrade većega broja podataka u kratko vrijeme, ali i zbog novonastale situacije s bolesti COVID-19. Radi mjera koje su na snazi u Republici Hrvatskoj gotovo je nemoguće studentima omogućiti rješavanje ankete u papirnatom obliku. Pri objašnjavanju dijelova mjernog instrumenta korištena je metoda analize, u opisivanju činjenica korištena je metoda deskripcije, za povezivanje dijelova u smislenu cjelinu korištena je metoda sinteze, a za izvođenje zaključaka iz pojedinačnih cjelina korištena je metoda dedukcije.

5.2.1. Sudionici istraživanja

Sudionici su istraživanja studenti 4. i 5. godina učiteljskoga studija u Splitu, Zadru i Zagrebu. Imaju iskustva izvođenja nastave koja su stekli na praksi, kao i znanja koja su stekli na kolegijima iz područja metodike nastave Hrvatskoga jezika. Studenti 5. godine imaju iskustvo održanih sati Hrvatskoga jezika u razredu. Anketu je ispunilo 76 studenata, 45 s pete godine i 31 s četvrte studijske godine. Riječ je o prigodnome uzorku snježne grude;[32] ne možemo govoriti o reprezentativnosti, stoga se ovo istraživanje može smatrati tek orijentirom za buduća istraživanja.

5.2.2. Instrumentarij i postupak ispitivanja

Instrument korišten za prikupljanje podataka u ovom istraživanju je virtualni anketni upitnik. Preduvjet za ispitivanje anketnoga upitnika prijava je s fakultetske e-*adrese.* Na početku ankete nalazi se svrha provođenja ankete te napomena o anonimnosti odgovora. U anketnom upitniku nalazi se 38 pitanja. Pitanja su otvorenoga[33] i zatvorenoga[34] tipa. U većini pitanja[35] koristila se Likertova skala procjene, najčešća ljestvica za mjerenje stavova. U svakom od tih pitanja od studenata se traži stupanj slaganja tj. neslaganja s navedenom tvrdnjom ili neutralnost. Stupnjevi su iskazani brojevima od 1 do 5 s time da 1 označava *Ne slažem se*, a 5

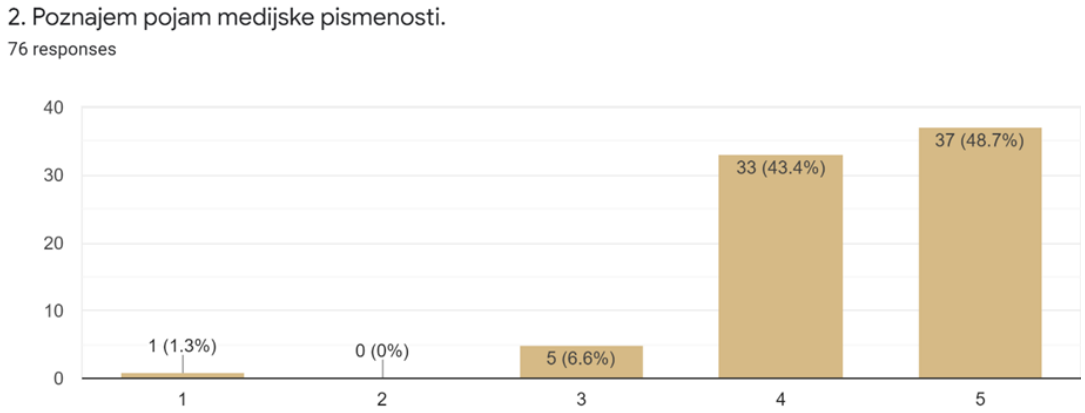
[32] O metodi snježne grude vidjeti: http://struna.ihjj.hr/naziv/metoda-snjezne-grude/20469/
[33] 4.. 8., 19.. 21., 25., 26., 35. 37. - 39. pitanje
[34] 1. - 3., 5. - 7., 9. - 18.- 20., 23., 24., 27. - 34., 36. pitanje
[35] 2., 3., 5. - 7., 9., 10. - 17., 23.,27. - 32. pitanje

Slažem se. Pitanjima otvorenoga tipa od studenata su se tražila objašnjenja s ciljem što boljeg razumijevanja danih odgovora. Prva skupina pitanja (1. – 11.) vezana je za pojam medijske pismenosti, druga za područje Kultura i mediji (12. – 22.), a treća (23. – 39.) za animirani film.

Anketnim upitnikom dobit će se uvid o tome znaju li studenti što je medijska pismenost i prepoznaju li mogućnost podučavanja o medijskoj pismenosti na temelju animiranoga filma. Obrađeni rezultati ankete grafički su prikazani i opisani u sljedećem poglavlju.

6. Rezultati istraživanja

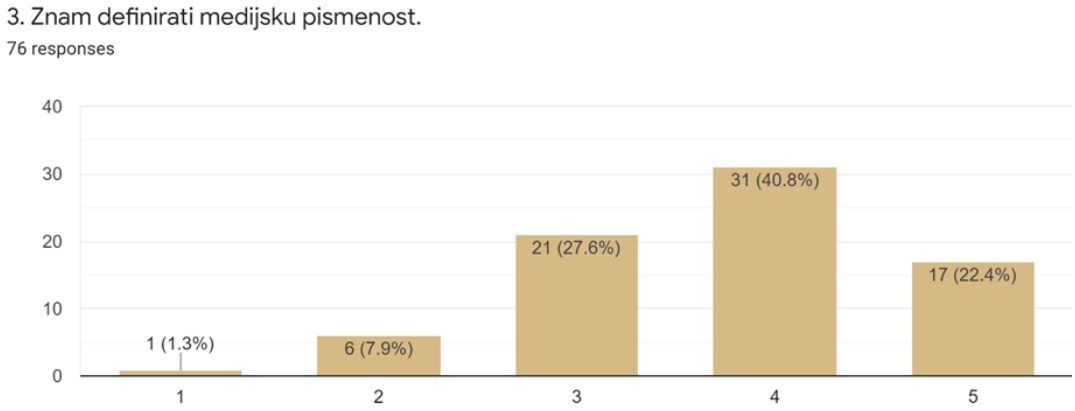
U prvom pitanju studenti su trebali navesti koja su studijska godina. Anketni upitnik ispunilo je 76 studenata, od kojih 45 studenata (59,2 %) pohađa 5., a 31 student (40,8 %) 4. godinu studija. U drugom pitanju tvrdnju *Poznajem pojam medijske pismenosti* na koje su studenti trebali odgovoriti pomoću Likertove ljestvice, 37 (48,7 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 33 ispitanika (43,4 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem,* 5 ispitanika (6,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem* te jedan ispitanik (1,3 %) brojkom 1 – *ne slažem se*. Odgovora pod brojem 2 – *djelomično se ne slažem*, nije bilo. Dakle, većina (48,7 %) ispitanika smatra da poznaje pojam medijske pismenosti. (*slika 14*).



Slika 14. Odgovori studenata na drugo pitanje

Tvrdnja u trećem pitanju glasi *Znam definirati medijsku pismenost*. Ispitanika koji se slažu s tom tvrdnjom je 17 (22,4 %), 31 ispitanik (40,8 %) označio je tvrdnju brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 3 ispitanika (27,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 6 ispitanika (7,9 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem* te jedan ispitanik (1,3 %) brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako 22,4 % ispitanika smatraju da znaju definirati pojam

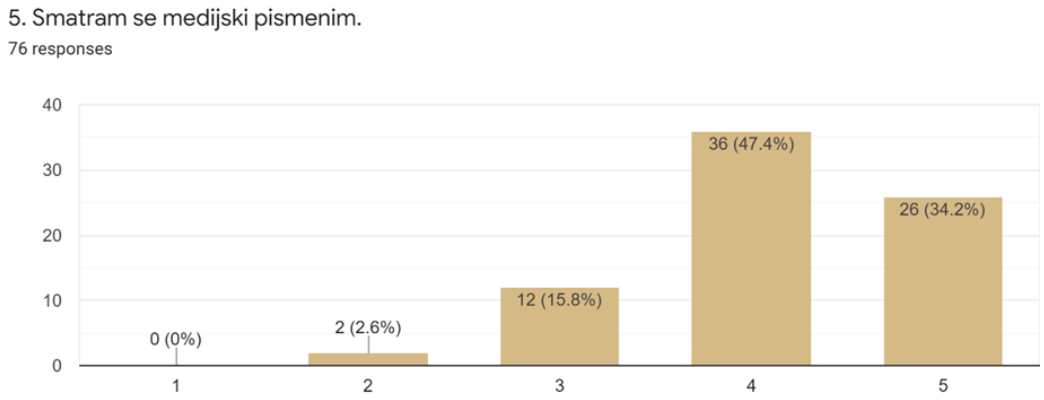
medijske pismenosti, a svega se 1,3 % ne slaže s tom tvrdnjom. Većina ispitanika (40,8 %) djelomično se slaže s tvrdnjom (*slika 15).*



Slika 15. Odgovori studenata na treće pitanje

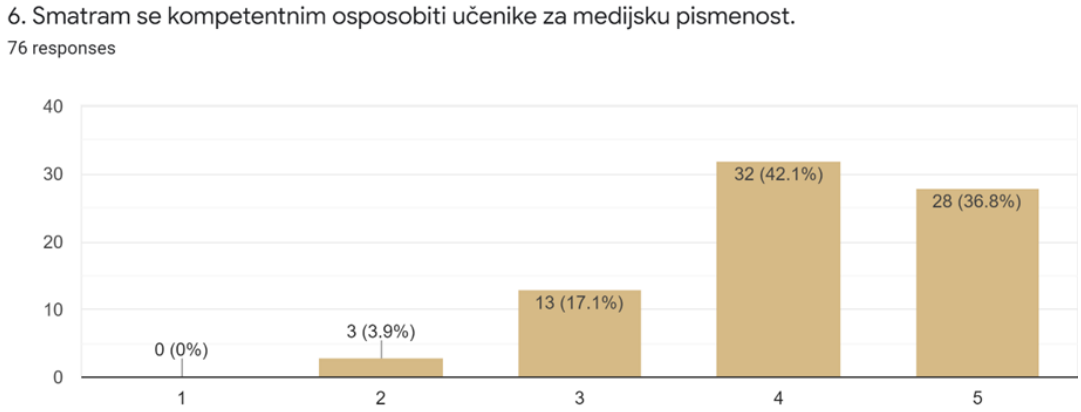
Četvrto je pitanje otvorenoga tipa, a glasi *Kako biste definirali medijsku pismenost?* Na ovo pitanje dvoje od 76 studenata nije dalo odgovor. Neke od definicija su: *Medijska pismenost je dobro snalaženje s medijima te analiziranje i prepoznavanje poruka koje nam mediji nude. Medijska pismenost je mogućnost analiziranja, kritiziranja, ocjenjivanja i stvaranja kvalitetnoga medijskoga sadržaja. Medijska pismenost je sposobnost pristupa, kritičkoga promišljanja i stvaranja novoga medijskoga sadržaja. Medijska pismenost nam daje uvid u medije te kako utječu na nas, ali i dopušta nam da koristimo i one dobre strane medija.* Zanimljivo je da je samo 5 studenata u definicije uključilo i kritičko mišljenje.

Peto pitanje studenti su rješavali pomoću Likertove ljestvice. Tvrdnja glasi *Smatram se medijski pismenim*. Brojkom 5 – *slažem se* tvrdnju je označilo 26 (34,2 %) ispitanika, 36 ispitanika (47,4 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 12 ispitanika (15,8 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 2 ispitanika (2,6 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*. Niti jedan ispitanik tvrdnju nije označio brojkom 1 – *ne slažem se*. Većina ispitanika (47,4 %) djelomično se slaže s tvrdnjom (*slika 16*).



Slika 16. Odgovori studenata na peto pitanje

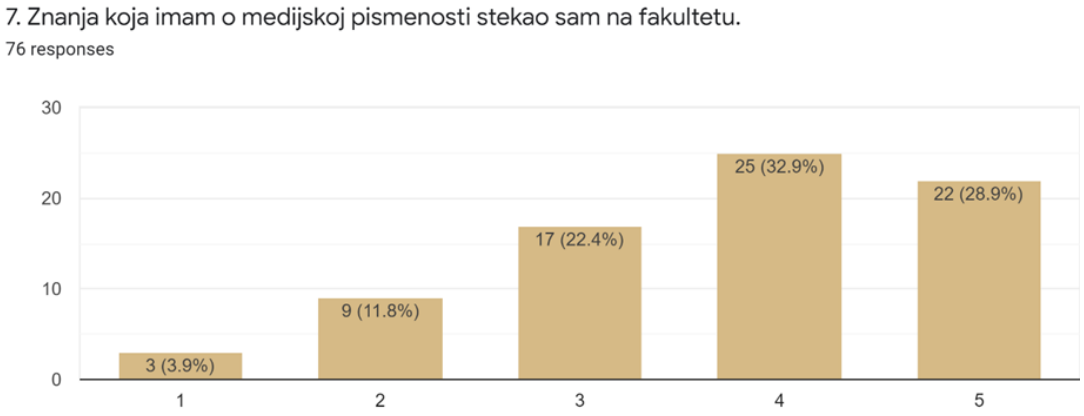
Šesto pitanje studenti su također rješavali pomoću Likertove ljestvice. Tvrdnju *Smatram se kompetentnim osposobiti učenike za medijsku pismenost* 28 (36,8 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 32 (42,1 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 13 ispitanika (17,1 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 3 ispitanika (3,9 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*. Niti jedan ispitanik tvrdnju nije označio brojkom 1 – ne slažem se. Iz navedenoga proizlazi kako se 36,8 % ispitanika smatraju kompetentnim osposobiti učenike za medijsku pismenost, a nitko od studenata ne smatra da nije kompetentan osposobit učenike za medijsku pismenost. Većina ispitanika (32,1 %) djelomično se slaže s tvrdnjom (*slika 17*).



Slika 17. Odgovori studenata na šesto pitanje

Tvrdnja u sedmom pitanju glasi *Znanja koja imam o medijskoj pismenosti stekao sam na fakultetu*. Tvrdnju je brojkom 5 – *slažem se* označilo 22 (28,9 %) ispitanika, 25 ispitanika (32, 9 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 17 ispitanika (22,4 %) brojkom 3 - *niti se slažem, niti se ne slažem*, 9 ispitanika (11,8 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a 3 ispitanika (3,9

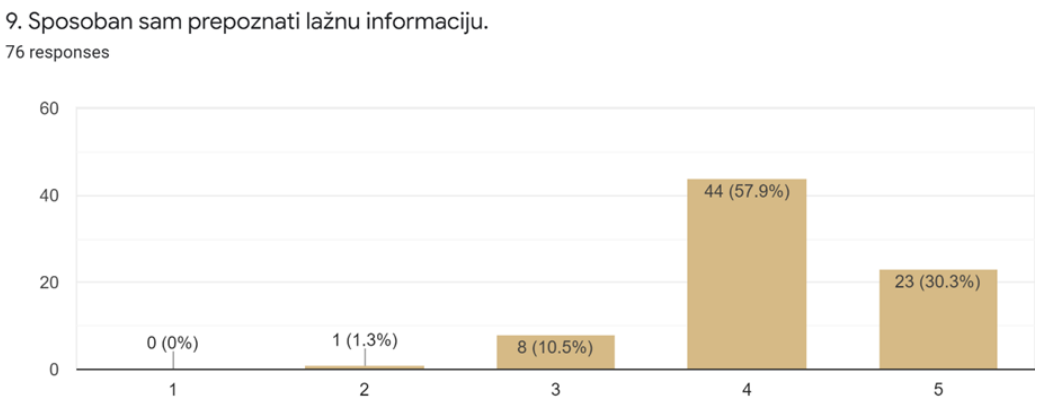
%) brojkom 1 – *ne slažem se*. Većina ispitanika (32,9 %) djelomično se slaže s tvrdnjom (*slika 18*).



Slika 18. Odgovori studenata na sedmo pitanje

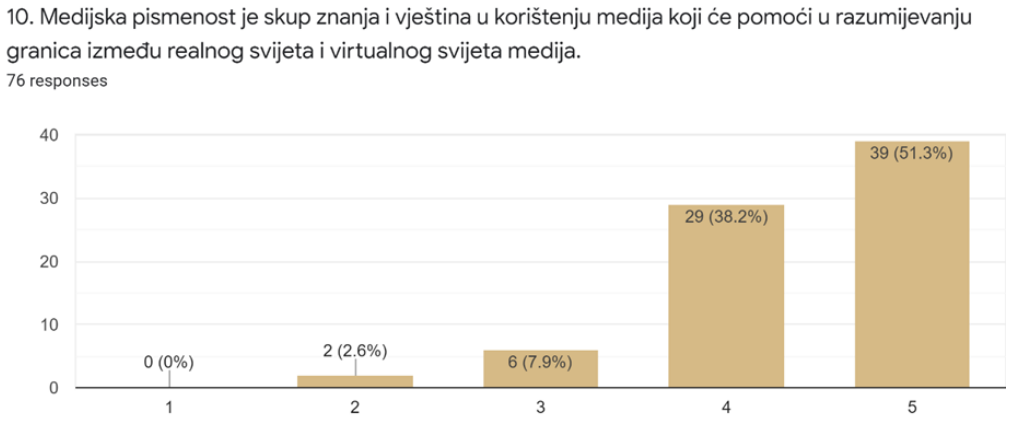
Osmo je pitanje otvorenoga tipa, a nastavlja se na prethodno pitanje. Studenti su trebali napisati na kojim su kolegijima usvojili znanja o medijskoj pismenosti. Najviše studenata (41,7 %) napisalo je da su znanja o medijskoj pismenosti usvojili na kolegiju *Medijska kultura*. Kolegiji koje su navodili još su i modul informatike, *Hrvatski jezik* te izborni predmet *Mediji u odgoju i obrazovanju*. Na ovo pitanje nije odgovorilo 8 studenata (11,8 %).

Deveto pitanje studenti su rješavali uz pomoć Likertove ljestvice. Tvrdnju koja glasi *Sposoban sam prepoznati lažnu informaciju*, 23 (30,3 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 44 ispitanika (57,9 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 8 ispitanika (10,5 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 1 ispitanik (1,3 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako 30,3 % ispitanika smatraju da znaju prepoznati lažnu informaciju, dok niti jedan ispitanik ne smatra da nije sposoban prepoznati lažnu informaciju. Većina ispitanika (57,9 %) djelomično se slaže s tvrdnjom (*slika 19*).



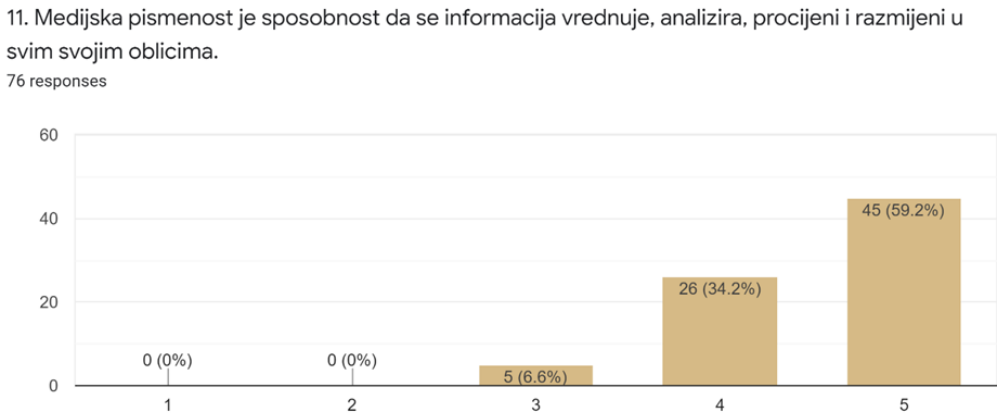
Slika 19. Odgovori studenata na deveto pitanje

Tvrdnju u desetom pitanju koja glasi *Medijska pismenost je skup znanja i vještina u korištenju medija koji će pomoći u razumijevanju granica između realnog svijeta i virtualnog svijeta medija*, 39 (51,3 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 29 ispitanika (38,2 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 6 ispitanika (7,9 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 2 ispitanika (2,6 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Većina ispitanika (51,3 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 20*).



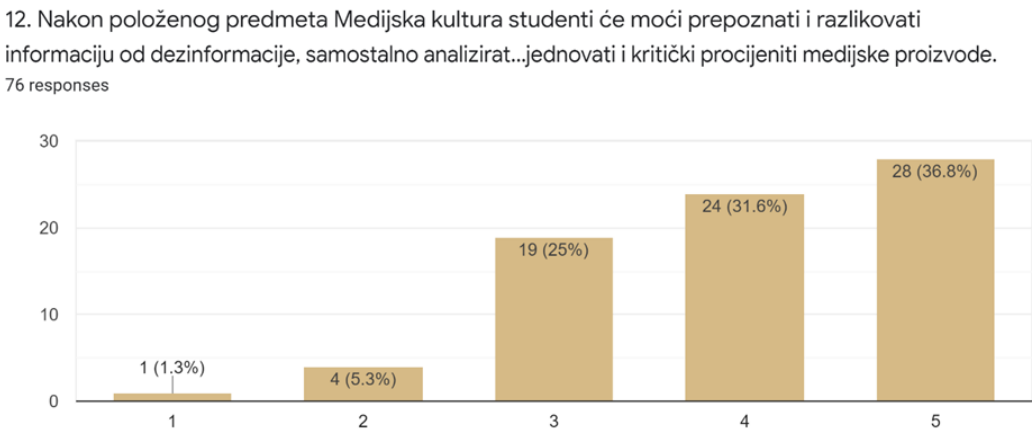
Slika 20. Odgovori studenata na deseto pitanje

Tvrdnju u jedanaestom pitanju koja glasi *Medijska pismenost je sposobnost da se informacija vrednuje, analizira, procijeni i razmijeni u svim svojim oblicima*, 45 (59,2 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 26 ispitanika (34,2 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 5 ispitanika (6,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem* te niti jedan ispitanik brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, niti brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako se 59,2 % ispitanika slaže s navedenom tvrdnjom, dok niti jedan ispitanik ne smatra da je tvrdnja netočna. Neizjašnjenih je ispitanika 6,6 %. Većina ispitanika (59,2 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 21*).



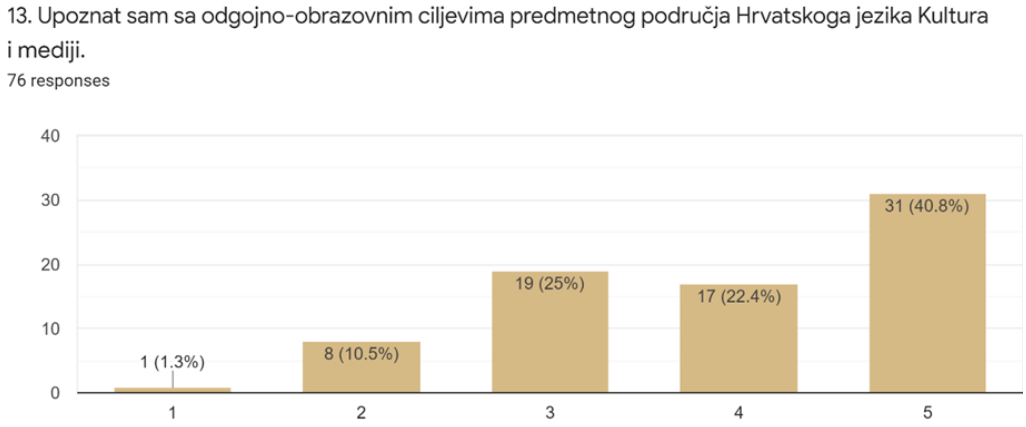
Slika 21. Odgovori studenata na jedanaesto pitanje

Tvrdnja navedena u dvanaestom pitanju koja glasi *Nakon položenog predmeta Medijska kultura studenti će moći prepoznati i razlikovati informaciju od dezinformacije, samostalno analizirati* medijske proizvode te vrednovati i kritički procijeniti medijske proizvode, nalazi se u elaboratu o studijskom programu učiteljskoga studija. Tvrdnju je brojkom 5 – *slažem se* označilo 28 (36,8 %) ispitanika, 24 ispitanika (31,6 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 19 ispitanika (25 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 4 ispitanika (5,3 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se* (1,3 %). Iz navedenoga proizlazi kako se 36,3 % ispitanika slažu s navedenom tvrdnjom tj. poznaju kompetencije predmeta *Medijska kultura* koju su položili u četvrtom semestru. Jedan ispitanik (1,3 %) smatra da je tvrdnja netočna. Neizjašnjenih je ispitanika 25 %. Većina ispitanika (36,8 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 22*).



Slika 22. Odgovori studenata na dvanaesto pitanje

Tvrdnju u trinaestom pitanju, koja glasi *Upoznat sam sa odgojno-obrazovnim ciljevima predmetnog područja Hrvatskoga jezika kultura i mediji*, 31 (40,8 %) ispitanik označio je brojkom 5 – *slažem se*, 17 ispitanika (22,4 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 19 ispitanika (25 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 8 ispitanika (10,5 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se* (1,3 %). Iz navedenoga proizlazi kako se 40,8 % ispitanika slaže s navedenom tvrdnjom, dok jedan ispitanik smatra da je tvrdnja netočna (1,3 %). Većina ispitanika (40,8 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 23*) što zapravo nisu dobri rezultati ako uzmemo u obzir da se radi o učiteljima završnih studijskih godina.



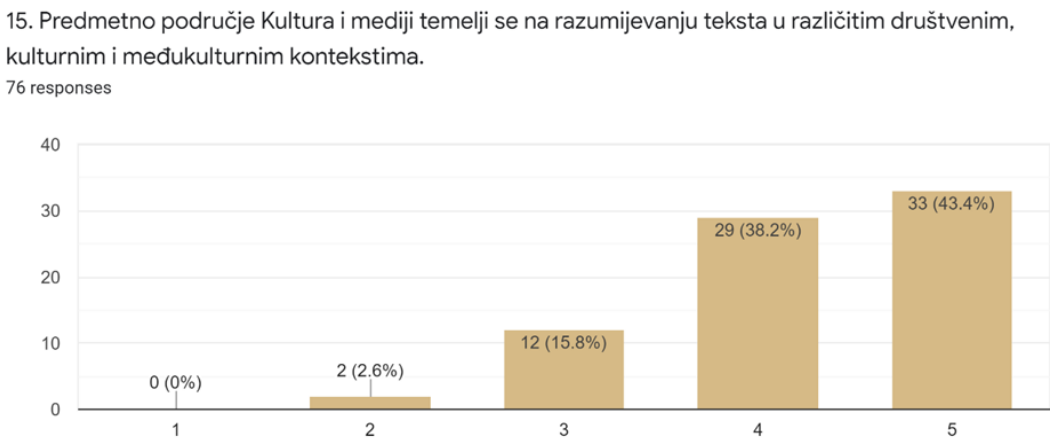
Slika 23. Odgovori studenata na trinaesto pitanje

Tvrdnju u četrnaestom pitanju, koja glasi *Predmetnim područjem kultura i mediji potiče se razvoj znanja o sebi i drugima, uvažavanje različitih uvjerenja i vrijednosti te se omogućuje djelovanje u društvenoj zajednici*, 37 (48,7 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 24 ispitanika (31,6 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 14 ispitanika (18,4 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 1 ispitanik (1,3 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika (48, 7%) slaže s tvrdnjom (*slika 24*).



Slika 24. Odgovori studenata na četrnaesto pitanje

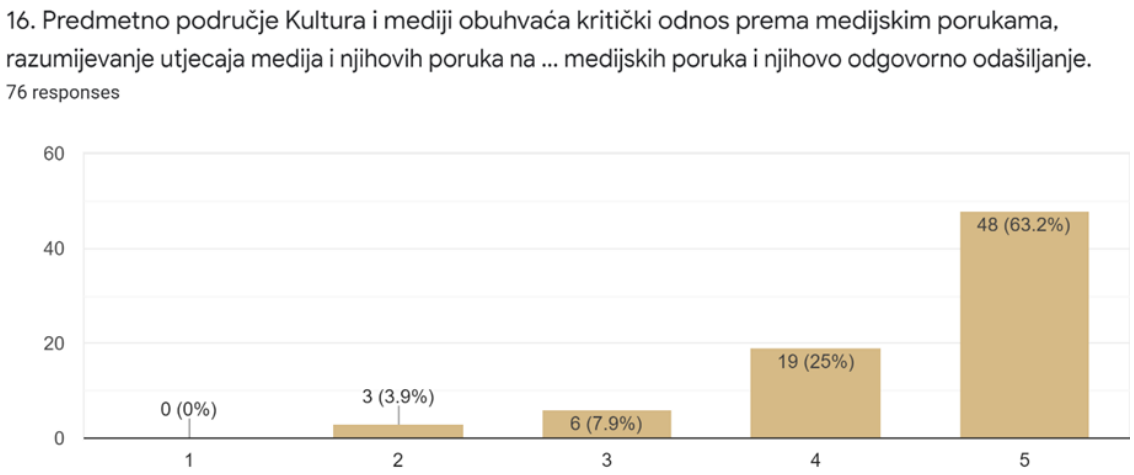
Tvrdnju u petnaestom pitanju, koja glasi *Predmetno područje kultura i mediji temelji se na razumijevanju teksta u različitim društvenim, kulturnim i međukulturnim kontekstima*, 33 (43,9 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 30 ispitanika (39 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 12 ispitanika (15,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 2 ispitanika (2,6 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Većina ispitanika (42,9 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 25*).



Slika 25. Odgovori studenata na petnaesto pitanje

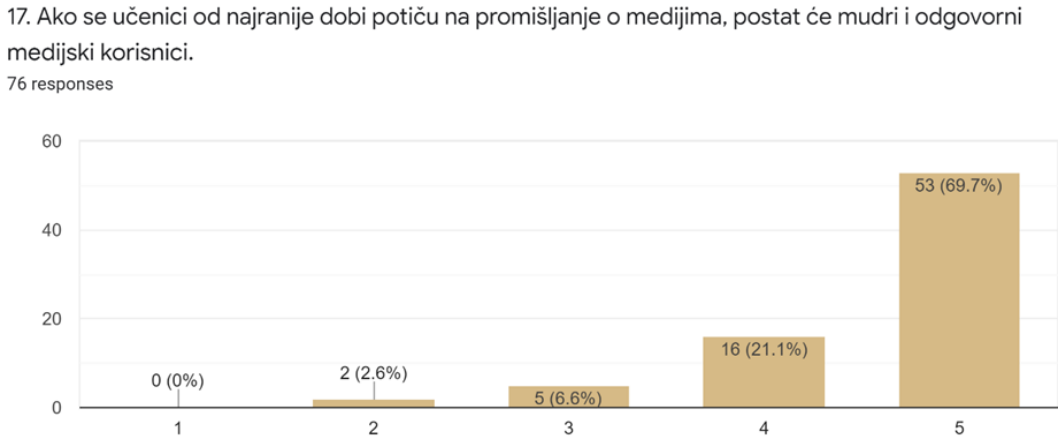
Tvrdnju u šesnaestom pitanju, koja glasi *Predmetno područje kultura i mediji obuhvaća kritički odnos prema medijskim porukama, razumijevanje utjecaja medija i njihovih poruka na društvo i pojedinca te stvaranje medijskih poruka i njihovo odgovorno odašiljanje*, 48 (63, 2 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 19 ispitanika (25 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 6 ispitanika (7,9 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 3 ispitanika (3,9

%) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika (63,2 %) slaže s tvrdnjom (*slika 26*).



Slika 26. Odgovori studenata na četrnaesto pitanje

Sedamnaesto pitanje odnosi se na važnost poticanja kritičkoga mišljenja. Tvrdnju koja glasi *Ako se učenici od najranije dobi potiču na promišljanje o medijima, postat će mudri i odgovorni medijski korisnici*, 53 (69,7 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 16 ispitanika (21,1 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 5 ispitanika (6,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, 2 ispitanika (2,6 %) brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 1 – *ne slažem se*. Većina ispitanika (69,7 %) slaže se s tvrdnjom (*slika 27*).



Slika 27. Odgovori studenata na sedamnaesto pitanje

Osamnaesto pitanje odnosi se na ulogu učitelja u medijskom odgoju. Da u medijskom odgoju najvažniju ulogu imaju učitelji, smatra 29 ispitanika (38,1 %), a 48 ispitanika (63,1 %) ne slaže s tim. Ispitanici koji smatraju da učitelji imaju najveću ulogu u medijskom odgoju, svoj

odgovor objašnjavaju ovako: *Učitelji su često prve osobe koje oblikuju djecu i njihova razmišljanja. Učenici najviše vjeruju učitelju i informacijama koje im on daje. Učitelji su ti koji su kompetentni za medijsko opismenjavanje učenika te smatram da imaju najveću ulogu u tome. Dijete ne zna samostalno kritički presuditi o informacijama koje dobiva putem medija, roditelji možda ne znaju kako djecu medijski opismeniti, a medijska pismenost je ipak dio odgoja i obrazovanja tako da bi učitelj trebao imati najvažniju ulogu u medijskom odgoju, baš kao što je učitelj najvažniji općenito u opismenjavanju učenika.*

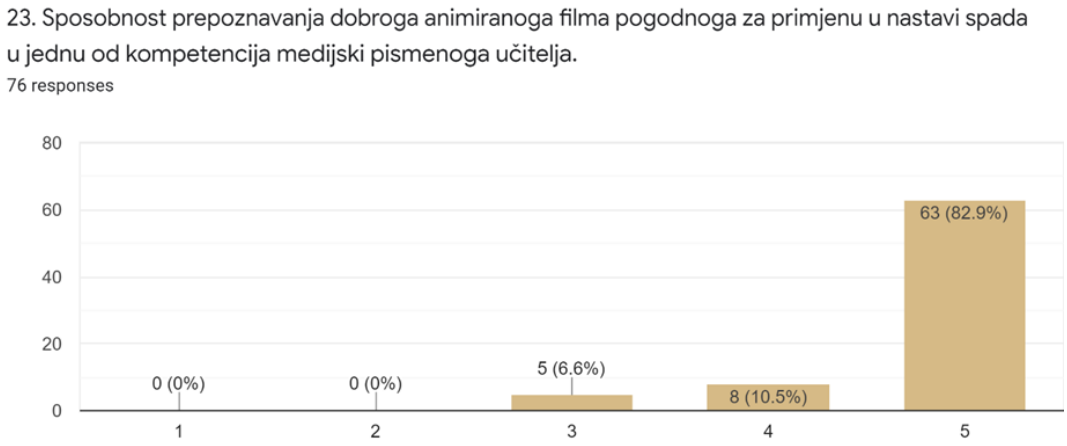
Ispitanici koji smatraju da učitelji nemaju najveću ulogu u medijskom odgoju, svoj stav argumentiraju na sljedeći način: *Puno veću ulogu imaju roditelji jer učenici se koriste medijima uglavnom u slobodno vrijeme. Učitelj ima određenu dužnost uvesti učenike u koncepte medijskog odgoja, ali ne može utjecati na ono što učenik radi u slobodnom vremenu te kako njegova obitelj reagira na to. Roditelji su primarni odgajatelji djece. Medijski odgoj počinje od kuće. Škola bi trebala biti oslonac i potpora ili dodatna snaga u smislu educiranja roditelja.*

U dvadesetom pitanju s tvrdnjom *Učenike razredne nastave prvog obrazovnog ciklusa važno je poučavati o medijskoj pismenosti* slaže se 71 ispitanik (93,4 %), a 5 ispitanika (6,6 %) se ne slaže. Svoje odgovore objašnjavaju: *Učenici vole pratiti trendove društva, no treba ih od početka upozoravati da mediji koliko god imaju pozitivnih strana imaju i one negativne. Medijska pismenost je važna sposobnost bez koje učenici ne mogu dalje u život. Ako potičemo cjeloživotno učenje i razvoj kompetencija, onda nam je medijska pismenost bitna. Medijska pismenost kreće već od malih nogu. Mediji mogu utjecati na razvijanje stavova i kritičkog mišljenja, stoga je i važno učenike poučavati o medijskoj pismenosti. Unatoč tome što smatram da učiteljev utjecaj nije najvažniji - ne znači da učitelj ne treba biti medijski pismen jer je svejedno potrebno na tome što više raditi u školi dokle god postoji nada da što više učenika možemo usmjeriti na pravi put - a to je da od njih napravimo pametne ljude kojima nećemo mi nametati svoja stajališta o medijima, već će oni sami znati kritički prosuditi i donositi dobre odluke. Mislim da djeca ne trebaju još to znati, ali valja objasniti nedostatke medija i njihov loš utjecaj na djecu. Možda je to prerano za njih jer tad tek uče čitati, pa je teško vjerojatno da će i u medijima samostalno tražiti podatke.*

Dvadeset i drugo pitanje od ispitanika traži da označe koje kriterije određena informacija treba ispuniti kako bi ju smatrali točnom. Ispitanika koji smatraju da je to zanimljivost informacije je 7 (9,1 %), 38 ispitanika (49,4 %) smatra da je to izvornost, 5 (6,5 %) aktualnost informacije, 1 ispitanik (1,3 %) nezavisnost izvora, 22 ispitanika (28,6 %) objektivnost, 1 ispitanik (1,3 %) smatra da je to sve od ponuđenoga, a dva ispitanika (2,6 %) da su to izvornost i objektivnost. Iz ovoga možemo zaključiti da su ispitanicima najvažniji kriteriji, koje određena

informacija treba ispuniti da bi ju smatrali točnom, izvornost (49,4 %), objektivnost (28,6 %), zanimljivost (9,1 %) i aktualnost informacije (6,5 %).

Iduća pitanja odnose se na animirani film u nastavi kao sredstvo medijskoga opismenjavanja. Dvadeset i treće pitanje ispitanici su rješavali pomoću Likertove ljestvice. Tvrdnju koja glasi *Sposobnost prepoznavanja dobroga animiranoga filma pogodnoga za primjenu u nastavi spada u jednu od kompetencija medijski pismenoga učitelja*, 63 (82,9 %) ispitanika označilo je brojkom 5 – *slažem se*, 8 ispitanika (10,5 %) brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 5 ispitanika (6,6 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, ni brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako se 82,9 % ispitanika slaže s navedenom tvrdnjom. (*slika 28*).



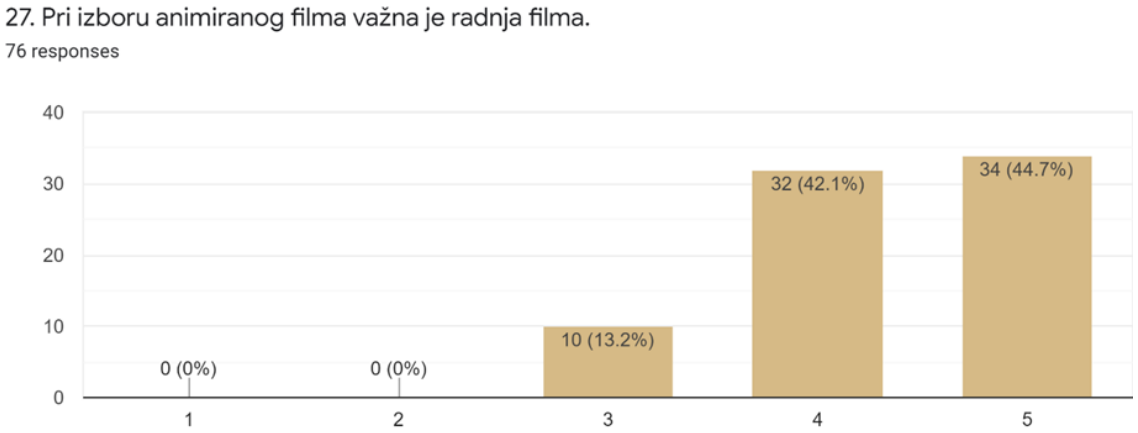
Slika 28. Odgovori studenata na dvadeset i treće pitanje

U dvadeset i devetom pitanju 70 ispitanika (90,9 %) izjasnilo se kompetentnima prepoznati dobar animirani film koji ostvaruje odgojno – obrazovne ishode. Ispitanika koji se ne smatraju kompetentnima je (9,1 %). Kao obrazloženje svojih odgovora navode: *Nakon odslušanoga kolegija i velikoga broja odgledanih animiranih filmova smatram da mogu prepoznati onaj kvalitetni. Znam prepoznati jer pratim novosti u medijima. Smatram se kompetentnom jer mislim da mogu dobro prepoznati koji film je primjeren djeci i nosi li dobre poruke kojima će učenici ispuniti zadane ishode. Na fakultetu smo dosta razgovarali o pomnom odabiranju nastavnih sredstava i izvora znanja. Mislim da svaki magistar primarnog obrazovanja treba znati prepoznati te ishode u animiranim filmovima. Tijekom svog školovanja smatram da smo stekli dovoljno kompetencija kako bi znali odrediti koji animirani film ispunjava koje odgojno-obrazovne ishode. Upoznata sam s odgojno-obrazovanim ishodima koje treba ostvariti, a kolegij Medijska kultura mi je omogućio kritički vrednovati animirane filmove. Na kolegiju Medijska kultura imali smo prilike analizirati razne animirane filmove i*

njihov utjecaj na djecu te dobre i loše strane koje neki animirani film donosi pa bih rekla da nam je to uvelike pomoglo u budućoj analizi nekog animiranog filma. Ispitanici koji se ne smatraju kompetentnima smatraju da je u ovom području vrlo lako pogriješiti i da im je potrebno još obrazovanja.

Dvadeset i šesto je pitanje otvorenog tipa, a glasi *Koje uvjete animirani film, po Vašem mišljenju, treba ispuniti kako biste ga ocijenili dobrim za učenike razredne nastave?* Po mišljenjima ispitanika, animirani film treba biti poučan, zanimljiv, objektivan, kratkog trajanja, empatičan, radostan, primjerenih sadržaja, s dobrom poukom te smislenom i kvalitetnom radnjom. Među likovima treba biti primjerena komunikacija, bez vulgarnog sadržaja i skrivenih poruka,[36] blizak djeci u kontekstu svakodnevnog života i okruženja, jezično točan, koji potiče kreativnost i kritičko mišljenje. Na popisu uvjeta koje treba ispuniti je da ga učitelj pogleda prije ulaska u razred, da je na popisu prijedloga za primjenu s djecom te da ispunjava odgojno-obrazovne ishode i prati temu nastavnoga procesa.

U idućih šest pitanja ispitanici su pomoću Likertove ljestvice trebali označiti stupanj slaganja s određenim elementom animiranoga filma za koji smatraju da je važan pri izboru. S tom tvrdnjom slaže se 34 (44,7 %) ispitanika, 6 ispitanika (7, 9%) označilo je tvrdnju brojkom 4 – *djelomično se slažem*, 10 ispitanika (13,2 %) brojkom 3 – *niti se slažem, niti se ne slažem*, a niti jedan ispitanik brojkom 2 – *djelomično se ne slažem*, ni brojkom 1 – *ne slažem se*. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika (44,7 %) slaže s tvrdnjom (*slika 29*).

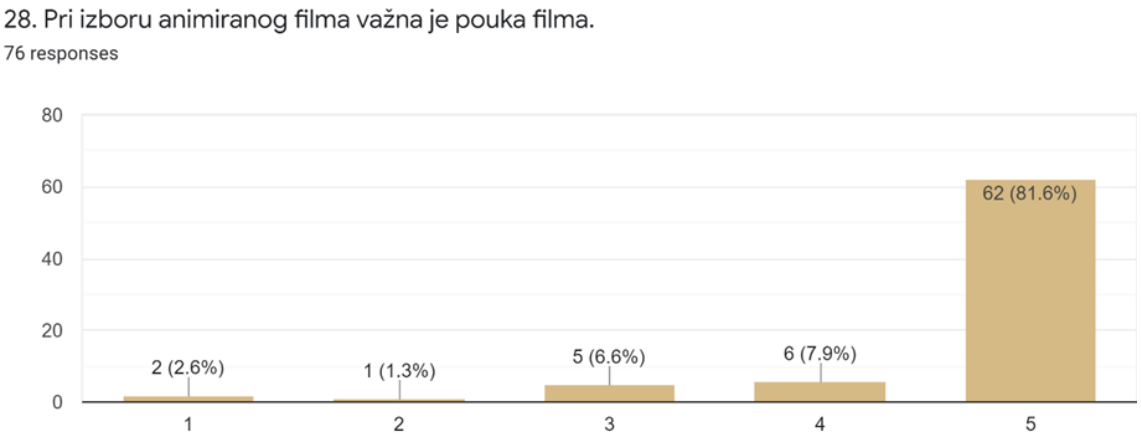


Slika 29. Odgovori studenata na dvadeset i sedmo pitanje

Da je pri izboru animiranoga filma važna pouka slaže se 62 ispitanika (81,66 %), 6 ispitanika se (7,9 %) djelomično slažu, 5 ispitanika (6,6 %) je neizjašnjenih, a 2 ispitanika (2,6

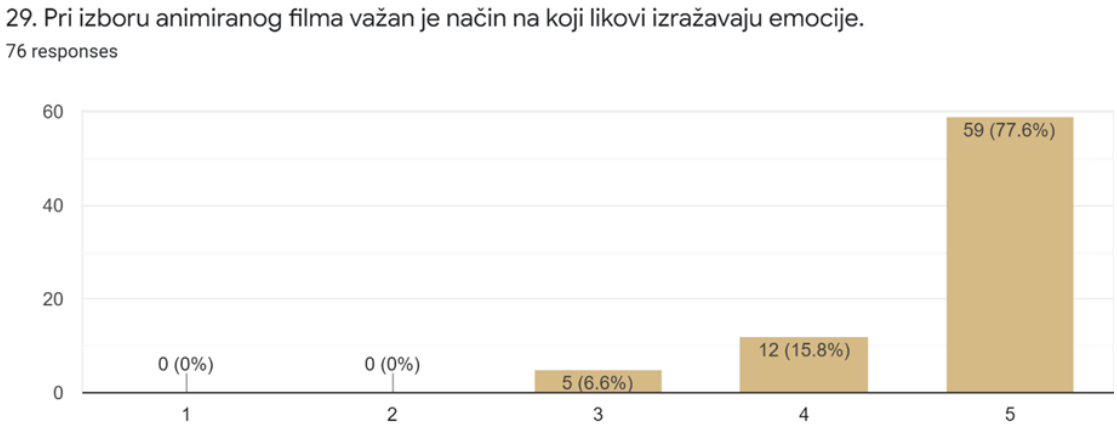
[36] Skrivene ili subliminalne poruke umentute su u animirani film tako da su ispod granica ljudske percepcije, pa ih ljudsko oko ne može svjesno uočiti.

%) ne slažu se s navedenom tvrdnjom. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika slaže s tvrdnjom (*slika 30*).



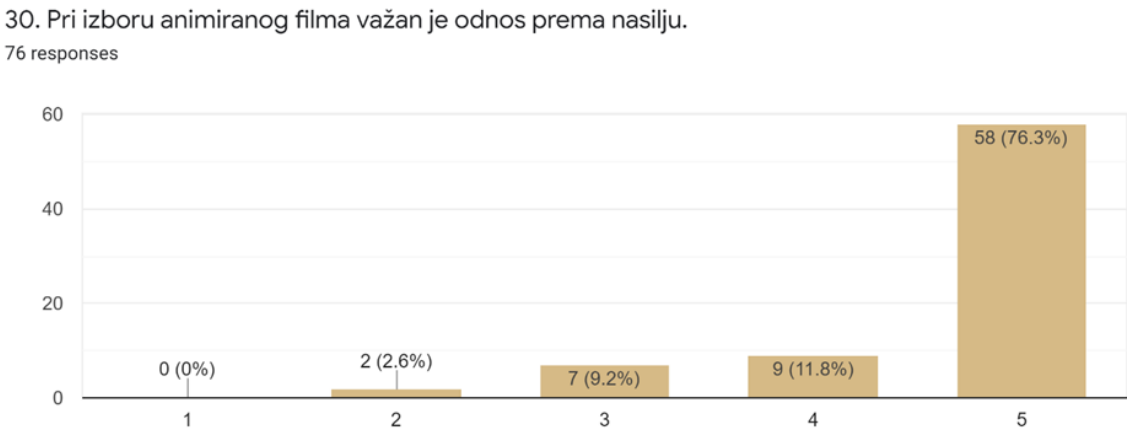
Slika 30. Odgovori studenata na dvadeset i osmo pitanje

Da je pri izboru animiranoga filma važan način na koji likovi izražavaju emocije slaže se 59 ispitanika (77,6 %), 12 ispitanika (15,8 %) djelomično se slažu, 5 ispitanika (6,6 %) je neizjašnjenih, a niti jedan ispitanik ne slaže se s ovom tvrdnjom. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika slaže s tvrdnjom (*slika 31*).



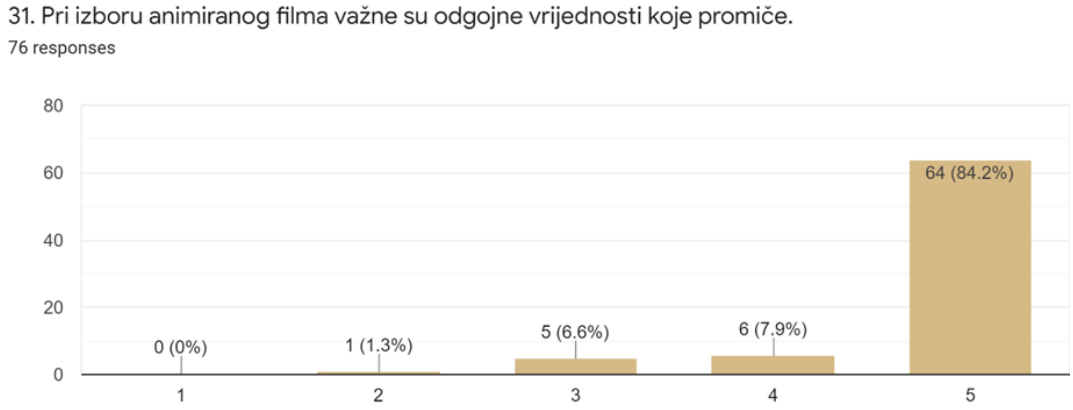
Slika 71. Odgovori studenata na dvadeset i deveto pitanje

Važnost odnosa prema nasilju u animiranim filmovima prepoznaje 58 ispitanika (76,6 %), 9 ispitanika (11,8 %) djelomično se slaže, 7 ispitanika (9,2 %) je neizjašnjenih, a 2 ispitanika (2,6 %) ne slažu se s navedenom tvrdnjom. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika slaže s tvrdnjom (*slika 32*).



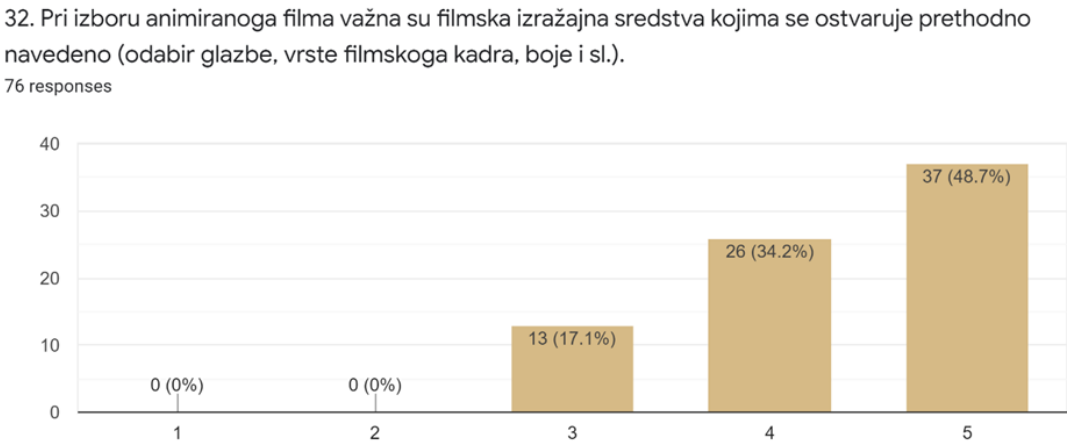
Slika 32. Odgovori studenata na trideseto pitanje

Da su pri izboru animiranoga filma važne odgojne vrijednosti koje promiče slaže se 64 ispitanika (84,2 %), 6 ispitanika se (7,9 %) djelomično se slaže, 5 ispitanika (6,6 %) je neizjašnjenih, a niti jedan ispitanik nije naveo da se ne slaže s navedenom tvrdnjom. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika slaže s tvrdnjom (*slika 33*).



Slika 33. Odgovori studenata na trideset i prvo pitanje

Da su pri izboru animiranoga filma važna izražajna sredstva kojima se ostvaruje prethodno navedeno (odabir glazbe, vrste filmskog kadra, boje i sl.) slaže se 37 ispitanika (48,7 %), 26 ispitanika (34,2 %) djelomično se slažu, 13 ispitanika (17,7 %) se nije izjasnilo, a nitko od ispitanika nije označio da se ne slaže s navedenom tvrdnjom. Iz navedenoga proizlazi kako se većina ispitanika slaže s tvrdnjom (*slika 34*).



Slika 34. Odgovori studenata na trideset i drugo pitanje

O zastupljenosti elemenata kojima će medijski opismenjavati učenike računa vodi 75 ispitanika (97,4 %), a 2 se ispitanika (2,6 %) ne slažu s tim. Iako su ovo izvrsni rezultati, 2 budućih učitelja ne vodi računa o elementima animiranog filma. Prostor za napredovanje svakako postoji kako bi se dosegnula stopostotna osviještenost učitelja o medijskom opismenjavanju.

Ispitanicama je ponuđeno 6 naslova animiranih filmova kraćega vremenskoga trajanja. Trebali su označiti filmski naslov kojim bi se koristili u nastavi. *Profesora Baltazara* je izabralo 64 ispitanika (83,1 %), 6 ispitanika (7,8 %) *Tom i Jerryja*, 3 ispitanika (3,9 %) *Mašu i medvjeda*, 2 ispitanika (2,6 %) *Robo vlakove*, a 2 ispitanika (2,6 %) *Uspone teenage mutant nindža*. Niti jedan ispitanik nije izabrao animirani film *Zig i Sharko*.

Filmske naslove, kako navode, ispitanici su birali prema jednostavnosti, poučnosti, zanimljivosti, kriteriju odgoja, radnje i likova, tematici, odgojnim vrijednostima, poticanju na kreativnosti te odgojno – obrazovnim kriterijima. Neki su od odgovora: *'Maša i medvjed' jer smatram da djeca uče kako i oni različiti mogu biti prijatelji i kako mogu jedni drugima pomoći. Iako je Maša u nekim situacijama malo "divlja" smatram da to ne ostavlja prevelike posljedice na dijete i da djeca mogu razumjeti da takvo ponašanje nije najbolje. 'Tom i Jerry' jer ga djeca svakako obožavaju i gledaju ga vjerojatno i od najmanje dobi. Mačka i miš se prirodno love, ali bih ipak birala neke epizode u kojima ima manje nasilja. 'Profesor Baltazar' pokazuje da se razne situacije mogu riješiti na zanimljive i neuobičajene načine. Ne moramo uvijek razmišljati na određen način, bitno je da se ponekad sami snađemo.*

Ispitanicima je ponuđeno 6 animiranih filmova dužega vremenskoga trajanja. *Kralja lavova* izabralo je 45 ispitanika (59,7 %) 17 ispitanika (22,1 %) izabralo je *Snjeguljicu i 7*

patuljaka, 7 ispitanika (9,1 %) *Snježno kraljevstvo 2*, 3 ispitanika (3,9 %) *Shreka*, 2 ispitanika (2,6 %) *Naprijed* i 2 ispitanika (2,6 %) *Crvencipelicu i 7 patuljaka*.

Te filmske naslove ispitanici su birali prema vrijednostima, tradiciji, zanimljivosti, poučnosti, sadržaju, pouci, medijskim komponentama, moralnoj pouci i sukobu dobra i zla. Neki od odgovora su: '*Kralj lavova' donosi mnogo uznemirujućih scena koje kao mala nisam primjećivala na način na koji sam ih upoznala nedavno, ali ipak mislim da je pomalo uznemirujuće, a u isto vrijeme ne možemo djecu udaljiti od svega što je neprimjereno te se takvi animirani filmovi mogu iskoristiti za dobar razgovor o nekim temama. Odabrala bih 'Snjeguljica i 7 patuljaka' jer se može korelirati sa bajkama i 'Kralj lavova' jer je općeprihvaćen od kritičara. Ostale ne jer ih djeca mogu gledati i u slobodno vrijeme. Iako mi je osobno najdraži 'Shrek' - ne bih se njime koristila u nastavi zbog određenih ponašanja i izražavanja emocija. 'Snjeguljica' ima previše stereotipa (princeza čeka princa itd.). Odabrala sam 'Snježno kraljevstvo 2' jer je zanimljiva i emotivna priča. 'Snjeguljica i 7 patuljaka' zato što je dobro film snimljen, djeca i tako čitaju priče o Snjeguljici, dobra je kvaliteta snimanja, ima pouku kojom pokazuje da dobro uvijek pobjeđuje. 'Snježno kraljevstvo 2' jer je film drugačiji od uobičajenog, ali je ipak prikazana ljubav između sestara, ljubav momka i snjegovića Olafa. Također ima pouku kojom dokazuje da dobro uvijek pobjeđuje. I 'Kralj lavova' jer je smiješan, zanimljiv, pokazuje prijateljstvo različitih životinja i kako nikad ne treba odustajati nego se boriti za ono što je tvoje.*

Ispitanici su mogli napisati kojim bi se animiranim filmovima koristili u nastavi, a nisu navedeni u anketi. Naveli su *Bambija, Šegrta Hlapića, Malog princa, Dušu, Doktorica Pliško, Potraga za Nemom, Moje tijelo, Ružno pače i Super knjigu* (biblijska tematika). Komponente medijske pismenosti koje su obuhvatili odabranim animiranim filmovima su, kako navode, poučnost, zanimljivost, kritičnost, odgojne vrijednosti, jednostavnost, izražajnost, objektivnost, istinitost, etičke vrijednosti, uvažavanje različitih mišljenja, multikulturalnost te pedagoške, psihološke i sociološke komponente.

7. Rasprava

Pitanjima koja se odnose na predmetno područje Hrvatskoga jezika kultura i mediji može se zaključiti da su studenti upoznati s odgojno-obrazovnim ciljevima predmetnoga područja kultura i mediji navedenima u predmetnom kurikulu. Smatraju da se učenike prvoga obrazovnoga ciklusa treba poticati na promišljanje o medijima i poučavati o medijskoj pismenosti, ali ne smatraju da u tome najveću ulogu imaju učitelji. Veću odgovornost prepisuju roditeljima. Bez obzira na to, pozitivno su se izjasnili o važnosti medijske kulture u odgoji djece, stoga se hipoteza (H1) *Studenti završnih godina učiteljskoga studija smatraju važnim djecu razredne nastave osposobljavati za medijsku pismenost* može se potvrditi. Djelomično se smatraju kompetentnima definirati medijsku pismenost, a isti stav imaju o vlastitoj medijskoj pismenosti. Hipoteza (H1) *Studenti se smatraju dovoljno kompetentnima za medijsko opismenjavanje učenika razredne nastave* stoga nije u potpunosti dokazana, iako definicije koje nude studenti o medijskoj pismenosti sugeriraju da su, usprkos samokritičnosti, dovoljno kompetentni. Najviše se studenata složilo da je medijska pismenost sposobnost da se informacija vrednuje, analizira, procijeni i razmijeni u svim svojim oblicima. Smatraju se medijski pismenima, sposobnima prepoznati lažnu informaciju te kompetentnima osposobiti učenike za medijsku pismenost. Znanja o medijskoj pismenosti studenti su stekli na kolegiju Medijska kultura.

Pitanja koja se odnose na animirani film kao sredstvo medijskoga opismenjavanja, pokazala su kako studenti smatraju da sposobnost prepoznavanja dobroga animiranoga filma spada u jednu od kompetencija medijski pismenoga učitelja. Smatraju da su kompetentni prepoznati dobar animirani film koji ostvaruje odgojno-obrazovne ishode najviše nakon odslušanoga kolegija Medijska kultura, što su i dokazali nabrojivši potrebne uvjete koje animirani film treba zadovoljiti. Smatraju da je pri izboru animiranoga filma najvažnija pouka koju film šalje, način na koji likovi izražavaju emocije te odnos prema nasilju. Ovim dijelom istraživanja dokazujemo hipotezu (H3) *Studenti prepoznaju mogućnosti animiranoga filma za medijsko opismenjavanje učenika u svojoj budućoj praksi.* Animirani filmovi kojima bi se najviše koristili u nastavi su *Profesor Baltazar* i *Kralj lavova*.

8. Zaključak

Ubrzani razvoj tehnologije i medija donio je nove izazove odgojno-obrazovnom sustavu. Učenici svoje slobodno vrijeme sve više provode pred ekranima. Svakodnevno im je dostupna velika količina podataka i sadržaja. Nisu svi medijski sadržaji s kojima se dijete susreće dobri za njega. Mnogi od njih mogu imati negativne posljedice, stoga učitelji ne mogu zanemariti potrebu stvaranja medijski pismenoga pojedinca. Prije nekoliko desetljeća nismo mogli ni zamisliti koliko će nam medijska pismenost biti potrebna. Mnogi učitelji, prema istraživanjima, ni danas ne prepoznaju važnost uključenosti medijske pismenosti u kurikulu. Ovaj diplomski rad još je jedan u nizu mnogih radova i istraživanja koji dokazuju važnost medijske pismenosti u primarnom odgoju i obrazovanju. Medijski pismena osoba sposobna je kritički procjenjivati, analizirati i kreirati medijske informacije.

Provedeno istraživanje pokazuje da učitelji poznaju pojam medijske pismenosti i prilično ga točno definiraju, iako nisu u potpunosti sigurni u vlastite kompetencije za osposobljavanje učenika za medijsku pismenost. Problem vide u nedostatku kolegija o medijskoj pismenosti u fakultetskom obrazovanju. Studenti dobro poznaju predmetno područje Hrvatskoga jezika kultura i mediji, što je jedan od preduvjeta za uključivanje medijske pismenosti u nastavu. Ne smatraju da najveću ulogu u medijskom odgoju imaju učitelji. Smatraju da je važnija uloga roditelja. S obzirom na to da učenici mnogo vremena provode u školi s učiteljem, on svakako ima važnu ulogu u medijskom opismenjavanju. Studenti prepoznaju mogućnosti animiranoga filma za medijsko opismenjavanje u svojoj budućoj praksi. Odabirom filmskih naslova pokazuju svoje razvijene vještine medijske pismenosti.

9. Literatura

1. Aufderheide, P., Firestone, C. (1992). *Media literacy*. American University, Washington D.C.
2. Banović, A., Jozić, R. (2019). *Od knjige do oblaka*. Alfa, Zagreb
3. Bilač, S. (2012). Mediji u nastavi hrvatskoga jezika, *Školski vjesnik* 61, 3, 1-8. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/86898. Pristupljeno 5. srpnja 2021.
4. Blumer, H. (1933). *Filmovi i ponašanje*. Ohio State University, The Macmillan Company, New York. Dostupno na: https://brocku.ca/MeadProject/Blumer/1933/1933_11.html. Pristupljeno 14.travnja 2021.
5. Carr, N. (2011). *Što Internet čini našemu mozgu*. Jesenski i Turk, Zagreb
6. Car, V., Matović, M., Turčilo, L. (2015). *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*. U: Zbornik radova sa 5. regionalne znanstvene konferencije. Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo. https://www.bib.irb.hr/828640
7. Car, V., Kanižaj, I. (2015). *Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti.* U: Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije., Car, V., Turčilom L., Matović, M.: 19-38
8. Čakmazović, A. (2021). *Multimedijski priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi.* Savez društava " Naša djeca" Hrvatske, Zagreb . Dostupno na: https://www.medijskapismenost.hr/medijska-pismenost-za-najmlade-multimedijski-prirucnik/ Pristupljeno: 21.kolovoza 2021.
9. Dogan, S. (2010). Perceptions of teachers about the use of educational technologies in the process of instruction. *Odgojne znanosti*, 1-13. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/68274. Pristupljeno 3. kolovoza 2021.
10. Grizl, A., Astana, S., Banda, F., Dezuani, M., Mur, P., Onuma, Č., Vilson, K. (2015). *Medijska pismenost - smjernice za politiku i strategiju*. Nacionalna biblioteka Crne Gore, Srbija
11. Homa, M. (2020.) *Kršenje prava djeve u elektroničkim medijima.* Diplomski rad. Sveučilište u Osijeku, Osijek
12. Hodalj, J. (2018). *Uloga medijske pismenosti u obrazovanju.* Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Zagreb

13. Hutchison, C. (2011). Study Finds. *Časopis Pediatrics*, ABC News. Dostupno na: https://abcnews.go.com/Health/Wellness/watching-spongebob-makes-preschoolers-slower-thinkers-study-finds/story?id=14482447.
Pristupljeno 14. travnja 2021.
14. Kink, S. (2008). *Medijsko opismenjavanje odraslih*. Slovenija. Dostupno na: file:///C:/Users/An%C4%91ela/Downloads/Kink.pdf
Pristupljeno 22. kolovoza 2021.
15. Košir, M., Ranfl, R., Zgrabljić, N. (1999). *Život s medijima*. Doron, Zagreb
16. Ilišin V., Marinović, A., Radin F. (2001). *Djeca i mediji*. Državni institut za društvena istraživanja, Zagreb
17. Jurić, Lj. (2015). *Strategije za promicanje medijske pismenosti u Hrvatskoj*. Završni rad. Sveučilište Sjever, Koprivnica
18. Jolls, T., Wilson, C. (2014). TheCore Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*. Dostupno na: https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss2/6/.
Pristupljeno 20.ožujka 2021.
19. Koper, R. (2009). *A Conceptual Model of Learning Networks.* Universiteit Nederland. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/235635050_Effective_Learning_Networks
Pristupljeno: 5. ožujka 2021.
20. Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2021). *Animirani film*. https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=2819 . Pristupljeno 3.kolovoza 2021
21. Matović, M., Perković, S. (2015). *Potreba za jasnom strategijom razvijanja medijske pismenosti.* U: Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije., Car, V., Turčilom L., Matović, M.: 19-39
22. Mikić, K. (2001). *Film u nastavi medijske kulture*. Educa, Zagreb
23. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2010). Nacionalni okvirni kurikulum: za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje. Zagreb
24. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2006). Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb
25. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2019). Predmetni kurikulum nastavnoga predmeta Hrvatski jezik. Zagreb
26. Peran, S., Raguž, A. (2016). *Medijska pismenost – obrazovanje studenata i svijest o vlastitoj odgovornosti.* Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Zagreb

27. Peterlić, A. (2008). *Povijest filma: rano i klasično razdoblje*. Hrvatski filmski savez, Zagreb
28. Turčilo, L., Tajić, T. (2015*). Nepostojanje strategije kompenzirano individualnim naporima u razvijanju medijske pismenosti*. U: Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije., Car, V., Turčilom L., Matović, M.:7-19
29. Težak, S. (2002). *Metodika nastave filma na općeobrazovnoj razini*. Školska knjiga, Zagreb
30. UNICEF (1989.) *Konvencija o pravima djeteta.* Dostupno na: https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf
    Pristupljeno 3. kolovoza 2021.
31. Vlada Republike Hrvatske (2013.) Zakon o elektroničkim medijima. https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima
    Pristupljeno 4. kolovoza 2021.
32. Vlada Republike Hrvatske (2013.) Zakon o medijima. https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima
    Pristupljeno 21. kolovoza 2021.
33. Žderić, J. (2009). *Medijska kultura djece i mladih*. Medioteka, Zagreb

9.1. Izvori slika i internetski izvori

Slika 1. Plakat, medijska manipulacija. Preuzeto iz Žderić, 2009:14

Slika 2. Letak Hrvatskoga knjižničarskoga društva. Preuzeto s https://dugopolje.org/prepoznavanje-lazne-vijesti/. Pristupljeno 7. svibnja 2021.

Slika 3. Prizor iz igre Doki doki. Preuzeto s https://www.novizivot.net/aplikacija-doki-doki-navodi-djecu-na-samoubojstvo/. Pristupljeno 20. lipnja 2021.

Slika 4. Barbie. Preuzeto s https://www.google.com/search?q=barbie&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjfi9ffmP_xAhXhAhAIHb7EATwQ_AUoAXoECAEQAw. Pristupljeno 9. svibnja 2021.

Slika 5. Isječak iz animiranoga filma Zig i Sharko. Preuzeto s https://www.youtube.com/watch?v=TGt45BZSxUw&ab_channel=Zig%26Sharko. Pristupljeno 2.kolovoza 2021.

Slika 6. Glavni junaci Shrek i Fiona. Preuzeto s https://www.pngwing.com/en/free-png-hubfd. Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Slika 9. Praksinoskop. Preuzeto s https://en.wikipedia.org/wiki/Praxinoscope#/media/File:Lanature1882_praxinoscope_projection_reynaud.png. Pristupljeno 18. srpnja 2021.

Slika 10. Mačak feliks. Preuzeto s https://petmagazine.rs/macak-feliks-prva-zvezda-crtanog-filma/. Pristupljeno 20. lipnja 2021.

Slika 11. Isječak iz animiranoga filma Uspon teenage mutant nindža kornjača. Preuzeto s https://www.youtube.com/watch?v=jmSvPEKkigA&list=PLgWg2QFh6D2iTxkMq95Y_-o46CeKsyp9V&ab_channel=EloStarCartoon ep.1. Pristupljeno 20. srpnja 2021.

Slika 12. Isječak iz animiranoga filma Tom and Jerry. Preuzeto s https://trangbamien.com/the-10-best-tom-and-jerry-cartoons/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=the-10-best-tom-and-jerry-cartoons. Pristupljeno 22. srpnja 2021.

Slika 13. Stroj profesora Baltazara. Preuzeto s https://mojtv.hr/serije/17443/profesor-baltazar.aspx. Pristupljeno 16. srpnja 2021.

Wikipedija (2021). *Spin-off* https://en.wikipedia.org/wiki/Spin-off_(media). Pristupljeno 4.srpnja 2021.

Wikipedija (2021). *Camera obscura* https://en.wikipedia.org/wiki/Camera_obscura. Pristupljeno 1.kolovoza 2021.

Wikipedija (2020). The Walt Disney https://en.wikipedia.org/wiki/The_Walt_Disney_Company. Pristupljeno 5.srpnja 2021.

Wikipedija (2020). *Zagrebačka škola crtanog filma.* https://bs.wikipedia.org/wiki/Zagreba%C4%8Dka_%C5%A1kola_crtanog_filma. Pristupljeno 17.srpnja 2021.

Sažetak

Medijska pismenost važna je kompetencija 21. stoljeća. Potreba za medijski pismenim pojedincima raste kako se i mediji razvijaju. Učenike razredne nastave posebno je važno medijski opismenjavati. Oni su skupina koja je izložena medijskoj manipulaciji i zato ih je potrebno naučiti kritički razmišljati o medijima, prepoznavati lažne informacije i tako izbjeći opasnosti medija i medijski nametnutih noviteta. Provedenim istraživanjem željeli smo ispitati promišljanje studenata završnih godina učiteljskoga studija o medijskoj pismenosti na primjeru animiranoga filma. U provedenom istraživanju sudjelovalo je 76 studenata četvrte i pete godine učiteljskoga studija sa Sveučilišta u Splitu, Zadru i Zagrebu. Rezultati dobiveni istraživanjem pokazuju kako se studenti smatraju djelomično kompetentnima za medijsko opismenjavanje učenika razredne nastave, smatraju važnim djecu razredne nastave osposobljavati za medijsku pismenost te prepoznaju mogućnosti animiranoga filma za medijsko opismenjavanje učenika u svojoj budućoj praksi. U konačnici, ovim radom želi se ukazati na važnost medijske pismenosti u odgoju i obrazovanju, kao i na mogućnosti medijskoga opismenjavanja na primjeru animiranoga filma.

Ključne riječi: medijsko opismenjavanje, kultura i mediji, animirani film

Abstract

Media literacy is an important 21st century competency. The need for media literate individuals is growing as the media evolves. It is especially important to educate primary school students in the media. They are a group that is exposed to media manipulation and it is necessary to teach them to think critically about the media, to recognize false information and thus avoid the dangers of the media and media imposed trends. With the conducted research, we wanted to examine the thinking of final year students of teacher education on media literacy on the example of animated film. The method of work used in the research is a quantitative method of online poll research. In this research are participated 76 students fourth and fifth year teachers' studies from universities in Split, Zadar and Zagreb. The results of the research show that students consider themselves partially competent enough for media literacy of primary school students, consider it important to train primary school children for media literacy and recognize the possibilities of animated film for media literacy of students in their future practice. Ultimately, this graduate thesis seeks to emphasize the importance of media literacy in education and the possibility of media literacy on the example of an animated film.

Keywords: media literacy, culture and media, animated film

Prilozi

Prilog 1: Aktivnost *Stara fotografija*

Cilj je ove aktivnosti naučiti učenike kritički promišljati i razlikovati stvarni svijet od svijeta prikazanoga u medijima. Aktivnost je namijenjena učenicima razredne nastave.

Učenici su imali zadatak pronaći fotografiju s nekog izleta ili putovanja na kojoj su oni i donijeti ju u školu. Fotografije su trebali razmijeniti s prijateljem u klupi. Zatim su dobili zadatak biti novinari i opisati fotografije svojih prijatelja (što je sve prijatelj vidio, kako se osjećao i sl.). Nakon što je novinar ispričao svoje viđenje fotografije, učitelj potiče ostatak razreda na kritičko promišljanje pitanjima: „Vjerujete li novinaru? Zašto? Što mu vjerujete? Što ne vjerujete? Zašto? Što bismo trebali učiniti da budemo potpuno sigurni u točnost informacija? Bismo li trebali pitati vlasnika fotografije te informacije?“. Nakon toga vlasnik fotografije ispriča što je stvarno vidio na izletu i kako se osjećao na izletu. Učitelj ostatku razreda postavlja pitanja: „Vjerujete li mu? Zašto? Zašto više vjerujete njemu nego novinaru? Trebamo li vjerovati svemu što čujemo na televizoru i pročitamo na internetu?“

Učenici trebaju dotaknuti rukom svoju glavu i opisati što sve osjete. Učitelj ih potiče pitanjima: „Što sve osjetite? Osjetite li svoj nos? Osjetite li svoje oči?“ Nakon toga trebaju na fotografiji dotaknuti svoju glavu. Učitelj ih potiče pitanjima: „Možete li na fotografiji osjetiti svoj nos? Možete li na fotografiji osjetiti svoje oči? Dodirujete li svoj stvarni nos? Koji nos je stvaran, na fotografiji ili onaj koji ste osjetili pod prstima? Je li to što smo osjetili pod prstima isto kao i fotografija?“ Na isti način učenicima možemo prikazati razliku između filma i stvarnoga svijeta.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja **Anđela Šarić**, kao pristupnica za stjecanje zvanja **magistra primarnoga obrazovanja**, izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mojega rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i literatura. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, stoga ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga diplomskoga rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 8. rujna 2021.

Potpis



IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOGA/DIPLOMSKOGA RADA (PODCRTAJTE ODGOVARAJUĆE) U DIGITALNI REPOZITORIJ FILOZOFSKOGA FAKULTETA U SPLITU

Student/Studentica: Anđela Šarić

Naslov rada: Promišljanja studenata završnih godina učiteljskoga studija o medijskoj pismenosti na primjeru animiranoga filma

Znanstveno područje: humanističke znanosti

Znanstveno polje: interdisciplinarne humanističke znanosti

Vrsta rada: diplomski rad

Mentor/Mentorica rada (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime): doc. dr. sc. Ivana Odža

Sumentor/Sumentorica rada (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime):

Članovi Povjerenstva (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime): doc. dr. sc. Anđela Milinović Hrga i v. pred. dr. sc. Tea-Tereza Vidović Schreiber

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanoga završnoga/diplomskoga rada (zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice potpuno odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude:

a) u otvorenom pristupu

b) dostupan studentima i djelatnicima FFST-a

c) dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6 mjeseci / 12 mjeseci / 24 mjeseca (zaokružite odgovarajući broj mjeseci).

(zaokružite odgovarajuće)

U slučaju potrebe (dodatnoga) ograničavanja pristupa Vašemu ocjenskomu radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnomu tijelu u ustanovi.

Mjesto, nadnevak: Split, 8. rujna 2021.

Potpis studenta/studentice:

