

PE4 smjernica

DKMK

Medijsko obrazovanje unutar formalnog obrazovnog osnovnoškolskog sustava

1. Analiza relevantnosti problema

U europskim državama postoje različiti pristupi medijskom obrazovanju unutar formalnog obrazovnog sustava. Dok neke od njih nude medijsko obrazovanje kao specijalizirani predmet, druge ga provode kao dio različitih predmeta ili kao slobodnu nastavnu aktivnost, a najveći broj njih medijsko obrazovanje provodi kroz neki postojeći predmet, najčešće kroz materinski jezik (Masterman, 1994 prema Erjavec, 2005). Upravo se potonji model primjenjuje i u Hrvatskoj. Naime, medijsko obrazovanje u hrvatskim osnovnim školama primarno se provodi kroz nastavu Hrvatskoga jezika i tzv. domenu C – Kultura i mediji. Stoga najvažniju ulogu u formalnom medijskom opismenjavanju imaju učitelji razredne nastave (od prvog do četvrtog razreda), odnosno učitelji Hrvatskoga jezika (od petog do osmog razreda).

Prije stupanja na snagu Odluke o donošenju kurikulumu za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj (NN 10/2019) provedeno je nekoliko istraživanja koja su vrednovala tadašnji model medijskog obrazovanja. Navedena su istraživanja pokazala da, između ostaloga, sami učitelji Hrvatskoga jezika i razredne nastave nisu zadovoljni postojećim programom medijskog obrazovanja i da ga smatraju neadekvatnim modelom medijskog opismenjavanja djece u hrvatskim školama (Ciboci, 2018a), da postoji neujednačena praksa u provedbi medijskog obrazovanja u hrvatskim školama i da njegova provedba često ovisi o entuzijazmu samih učitelja (Ciboci, 2018a; Ciboci, Osmančević, 2015), da sami učitelji Hrvatskoga jezika i razredne nastave smatraju da nisu dovoljno educirani o medijima da bi o njima mogli predavati učenicima (Ciboci, 2018a; Ciboci, Osmančević, 2015), a što pokazuju i istraživanja kojima su analizirani studijski programi na kojima se obrazuju navedeni učitelji (Ciboci, Osmančević, 2015; Ciboci, Hobbs, Kanižaj, 2016), da se medijsko obrazovanje velikim dijelom odnosi na filmsku pismenost i da su druge vrste medija gotovo u potpunosti zanemarene (Ciboci, 2018a) te da učenici nakon završetka osnovne škole, a time i obveznog medijskog obrazovanja, ne posjeduju nužne medijske kompetencije (Ciboci, 2018b) što je i najveća mana medijskog obrazovanja u Hrvatskoj, a koje je posljedica svih ranije navedenih nedostataka.

Iako se medijska pismenost navodi među ključnim kompetencijama Strategije obrazovanja, znanosti i tehnologije (NN 124/14) pri čemu je naglašeno da je pri izradi kurikularnih dokumenata važno osigurati „uvođenje novih sadržaja kojima će se razvijati informacijska, financijska i medijska pismenost“ te „osigurati trajnu potporu programa dječjeg medijskog stvaralaštva u vrtićima, osnovnim i srednjim školama te poticati razvoj novih školskih medijskih projekata“, u hrvatskom se obrazovnom sustavu još uvijek ne daje dovoljno prostora medijskom obrazovanju. Naime, Odlukom o donošenju kurikulumu za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj (NN 10/2019) kurikularnom reformom napravljeni su određeni pomaci u odnosu na prijašnji model medijskog obrazovanja, prije svega stavljanjem većeg naglaska na nove tehnologije uz koje djeca provode i najviše vremena, a što je bila zamjerka prethodnog modela (Ciboci, 2018a). No, trenutačni kurikulum, koji je za sve predmete raspisan kroz ishode učenja, često učiteljima daje mogućnost izbora kojoj će vrsti medijskih sadržaja posvetiti pozornost jer isti ishodi



predviđaju mogućnost obrade gradiva na tradicionalnim, elektroničkim i novim medijima. To znači da ne postoji ujednačena praksa u svim školama i da sve ovisi o znanju, a često i entuzijazmu samih učitelja i njihovoj odluci kojoj će vrsti medija i medijskih sadržaja posvetiti najviše pozornosti. Nadalje, satnica koju učitelji trebaju posvetiti medijskom obrazovanju i dalje je premala (10% od predviđenih 175, odnosno 140 sati godišnje) te i dalje nedostaju kvalitetni nastavni materijali, ali i programi dodatnog usavršavanja za učitelje u tom području.

Iako Hrvatski jezik ima najvažniju ulogu u medijskom opismenjavanju učenika u osnovnoj školi, treba istaknuti i da se sadržaji medijske pismenosti provode i kroz druge predmete među kojima osobito treba istaknuti Informatiku (kroz koju se naglasak stavlja na internet) te na međupredmetne teme, prije svega na međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije te Građanski odgoj i obrazovanje. No, kad su međupredmetne teme u pitanju, problem je što ne postoji ujednačena praksa u svim školama pa provedba sadržaja koji su predviđeni kurikulumima međupredmetnih tema često ovisi o inicijativi samih učitelja.

U ovoj će se smjernici naglasak staviti na Hrvatski jezik kao temeljni predmet kroz koji se provodi medijsko obrazovanje u hrvatskim osnovnim školama.

2. Opis postojećeg pristupa

Predmetno područje Kultura i mediji (tzv. domena C) obuhvaća „kritički odnos prema medijskim porukama, razumijevanje utjecaja medija i njihovih poruka na društvo i pojedinca; stvaranje medijskih poruka i njihovo odgovorno odašiljanje; razumijevanje kulture s gledišta svakodnevnoga života, s društvenoga gledišta, kulture u odnosu na popularnu kulturu i kulture u odnosu prema književnosti i ostalim umjetnostima te utjecaj kulture na oblikovanje vlastitoga kulturnog identiteta; poticanje svjesnosti o jedinstvenosti i vrijednosti različitih mišljenja, stavova i ideja, društava i kultura radi uspješne komunikacije te razumijevanja drugih i drukčijih“ (Odluka o donošenju kurikulumu za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj, NN 10/19). Pritom ovo predmetno područje u nastavi Hrvatskoga jezika obuhvaća tek 10% sadržaja od 175 sati predviđenih od prvog do šestog, odnosno 140 sati nastave u sedmom i osmom razredu.

Cilj je da se kroz predmetno područje Kultura i mediji učenici počinju upoznavati s medijima i medijskim sadržajima već u prvom razredu te da ih se kroz ishode učenja na različitim obrazovnim razinama sustavno potiče na kritičko analiziranje i vrednovanje medijskih sadržaja – od onih tradicionalnih do novih. Dok se, primjerice, u nižim razredima osnovne škole, točnije od 1. do 4. razreda, od učenika očekuje da razlikuju medije i osnovne medijske sadržaje te da prepoznaju medijske sadržaje namijenjene djeci, ali i različite izvore informacija, u višim razredima se, sukladno uzrastu, od djece očekuje i da kritički vrednuju i analitički pristupaju različitim medijskim sadržajima (primjerice da prepoznaju kako se grafičkim elementima oblikuje značenje medijske poruke i stvara željeni učinak na primatelja te da uoče sliku stvarnosti koju predstavljaju mediji radi komercijalizacije). Ishodi učenja predviđeni kurikulumom navedeni su u tablicama 1 i 2 u prilogu ove smjernice. Iz tablica je vidljivo da su ishodima obuhvaćene i nove tehnologije te da je kurikulum osuvremenjen u odnosu na prethodni model medijskog obrazovanja, no da se i dalje učenike rijetko potiče

na stvaranje vlastitih medijskih sadržaja što se smatra jednom od ključnih medijskih kompetencija i u tom području svakako ima prostora za napredak.

Za kvalitetnu i uspješnu provedbu svih ishoda učenja ključno je da sami učitelji posjeduju medijske kompetencije kako bi mogli obrazovati nove generacije. Najnovija istraživanja pokazuju da većina učitelja Hrvatskoga jezika smatra da niti oni (58,2%) niti učitelji razredne nastave (62,3%) nisu dovoljno educirani i medijski pismeni da bi mogli učenike educirati o sadržajima iz područja medijskog obrazovanja (Ciboci Perša i sur., 2022). S druge strane, učitelji razredne nastave smatraju da su i jedni i drugi dovoljno educirani pri čemu se više njih tako izjasnilo kad su u pitanju učitelji Hrvatskoga jezika (61,3%), nego oni sami (52,5%) (Ciboci Perša i sur., 2022). Istovremeno i jedni i drugi rijetko sudjeluju u programima neformalnog medijskog obrazovanja kako bi se dodatno educirali i unaprijedili svoje medijske kompetencije (Ciboci Perša i sur., 2022). Kad su u pitanju medijske navike samih učitelja, koje podrazumijevaju i aktivno korištenje samih medija, internet je najkorišteniji medij među učiteljima, a svakoga dana većina njih gleda televiziju i sluša radio. Istovremeno, većina njih nema naviku čitanja tiskanih novina (Ciboci Perša i sur., 2022). Iako je riječ o vlastitoj samoprocjeni učitelja, većina njih posjeduje kompetencije kritičkog vrednovanja, no rijetko sami stvaraju medijske sadržaje (Ciboci Perša i sur., 2022). Unatoč svemu navedenom, većina učitelja razredne nastave i Hrvatskoga jezika smatra da bi se medijsko obrazovanje i dalje trebalo provoditi u sklopu nastave Hrvatskoga jezika, no čak 56,2% njih smatra da bi u škole trebalo uvesti poseban predmet koji bi se bavio samo medijskim obrazovanjem (Ciboci Perša i sur., 2022).

2a. Akteri važećeg policy pristupa

Najvažniju ulogu u poboljšanju kvalitete medijskog obrazovanja u hrvatskim osnovnim školama prije svega ima Ministarstvo znanosti i obrazovanja koje je ključno tijelo u donošenju odluka kad su u pitanju obrazovni procesi. Izrada i izmjena kurikula te povećanje satnice za medijsko obrazovanje u isključivoj je nadležnosti Ministarstva. Važnu ulogu ima i Agencija za odgoj i obrazovanje koja organizira stručna usavršavanja učitelja. Pritom navedeno Ministarstvo i Agencija zajedno trebaju raditi na kreiranju i diseminaciji nastavnih materijala koji se koriste u radu s djecom, kako u osnovnim, tako i u srednjim školama. Naravno, treba spomenuti i škole koje mogu samostalnim školskim kurikulumima dodatno raditi na podizanju medijskih kompetencija svojih učenika, međutim u njima ključnu ulogu imaju učitelji o čijem entuzijazmu često ovisi kvalitetna provedba medijskog obrazovanja. Isto se odnosi i na stručne suradnike knjižničare koji mogu dati ključni doprinos u medijskom opismenjavanju učenika.

3. Ciljevi predložene policy intervencije

Na temelju prethodne analize nameću se sljedeći ključni ciljevi ove *policy* intervencije:

1. Podići razinu medijskih kompetencija učenika u osnovnoj školi;
2. Osnažiti učitelje razredne nastave i Hrvatskoga jezika u provedbi medijskog obrazovanja;
3. Dati veće ovlasti školskim knjižničarima u provedbi medijskog obrazovanja u osnovnim školama.

4. Prijedlog policy rješenja na uočene nedostatke i preporuke za unaprjeđenjem javne politike.

Temeljem navedene analize u nastavku se donose ključne preporuke za unaprjeđenje medijskog obrazovanja unutar formalnog obrazovnog osnovnoškolskog sustava.

- *Preporuka 1: Medijskom obrazovanju treba dati više prostora unutar obrazovnog sustava*

Kako bi se medijsko obrazovanje u Hrvatskoj provodilo što kvalitetnije, a time i povećale medijske kompetencije samih učenika, nužno je medijskoj pismenosti osigurati više prostora unutar obrazovnog sustava, bilo unutar nastave Hrvatskoga jezika ili nekog drugog predmeta. Pritom, ako medijsko obrazovanje ostane sastavnim dijelom Hrvatskoga jezika, nužno je povećati satnicu za njegovo provođenje. Stavljanjem sadržaja medijske pismenosti unutar međupredmetnih tema tijekom kurikularne reforme napravljen je važan iskorak, međutim i dalje postoji problem što one ne obvezuju učitelje na njihovu provedbu te je stoga važno medijskim sadržajima dati više prostora unutar obveznog predmeta koji će se jednako provoditi u svim školama u Hrvatskoj i ponuditi specijalizirani predmet koji će se baviti samo medijskim obrazovanjem. Iako navedena preporuka povlači pitanje ukupne školske satnice i kako postići povećanje satnice za medijsku pismenost bez dodatnog opterećivanja učenika, treba uzeti u obzir da o niti jednom predmetu u Hrvatskoj ne postoji toliko istraživanja javnoga mnijenja, a osobito roditelja, koja potvrđuju njihove stavove da bi u obrazovni sustav trebalo uvrstiti medijsko obrazovanje čija bi svrha bila podučavanje učenika o korištenju medija i odnosu prema medijskim sadržajima (Ciboci i sur., 2020; Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2015).

- *Preporuka 2: Unutar medijskog obrazovanja pojačati sadržaje koji su usmjereni na razvijanje kritičkog mišljenja prema medijima i medijskim sadržajima*

Sve veći broj medija i medijskih sadržaja, osobito onih digitalnih, od djece zahtijeva pronalaženje pouzdanih i vjerodostojnih izvora, prepoznavanje manipulativnih medijskih sadržaja i zaštitu osobnih podataka, osobito na digitalnim platformama. Stoga je važno da se kroz medijsko obrazovanje djeci ponude sadržaji koji će biti usmjereni na razvijanje kritičkog mišljenja prema medijima, s naglaskom na digitalne tehnologije i procese prikupljanja korisničkih podataka, a sukladno europskoj regulativi i smjernicama (Digital Markets Act, 2022; Digital Services Act, 2022).

- *Preporuka 3: Educiranje učitelja za provedbu kurikula*

Sve navedene promjene unutar obrazovnog sustava na nižim razinama neće biti moguće bez promjena u visokom obrazovanju. Učitelji koji medijski opismenjuju djecu u školama moraju tijekom studija steći sve potrebne kompetencije kako bi stečeno znanje mogli prenositi dalje svojim učenicima, a što trenutačno nije slučaj. Osim toga, potrebno je svim učiteljima koji provode medijsko obrazovanje omogućiti programe dodatnog usavršavanja kako bi kontinuirano mogli nadograđivati znanje i vještine stečene tijekom studija. Naime, za razliku od brojnih drugih područja, mediji i medijska tehnologija svakodnevno se razvijaju tako da znanje koje učitelji steknu na studiju već za koju godinu može biti zastarjelo te je stoga nužno učiteljima omogućiti konstantno stjecanje znanja iz tog područja, upoznavanje s novinama i na taj im način omogućiti da svojim učenicima prenose nužne vještine koje su im potrebne za život u suvremeno doba. Dodatno usavršavanje mora doći od strane nadležnih institucija – Ministarstva znanosti i obrazovanja te Agencije za

odgoj i obrazovanje. Pritom je važno, kao što su i sami učitelji naglasili, da takva usavršavanja osim teorijskog znanja pruže i praktične vještine koje će učitelji moći primijeniti u radu s učenicima. Važnu ulogu ovdje svakako trebaju imati organizacije civilnog društva koje su, kada je u pitanju medijsko obrazovanje, vrlo važan dionik i kao takve su prepoznate čak i na razini Europske unije (Kanižaj, 2017). U njihovom radu podršku im osobito trebaju pružiti nacionalne institucije koje će kroz sufinanciranje projekata koje udruge provode omogućiti različite modele i oblike usavršavanja učitelja.

- *Preporuka 4: Poticati suradnju učitelja i knjižničara na medijskom opismenjivanju*

Knjižničari mogu imati ključnu ulogu u medijskom obrazovanju u hrvatskim školama, no da bi to bilo moguće prije svega je potrebno izraditi kurikulum za knjižničare kojim će se jasno definirati njihovo područje djelovanja u školama, a među kojima svakako može biti medijska pismenost. Trenutačno se nedovoljno koriste potencijali školskih knjižničara koji, osim resursa kojima raspolažu u svojim knjižnicama, posjeduju veliko znanje o samim medijima i kritičkom vrednovanju informacija koje su stekli tijekom studija, ali i tijekom kontinuiranog usavršavanja koje provodi Agencija za odgoj i obrazovanje.

5. Prilozi

Tablica 1. Ishodi učenja predmetnog područja *Kultura i mediji* u nižim razredima osnovne škole (Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj, NN 10/2019)

	ODGOJNO-OBRAZOVNI ISHODI	RAZRADA ISHODA
PRVI RAZRED	OŠ HJ C.1.2. Učenik razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu.	<ul style="list-style-type: none"> – izdvaja primjerene medijske sadržaje i razgovara o njima: animirani filmovi, televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa, kazališne predstave, slikovnice i knjige za djecu – sluša čitanje ili samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu – prepoznaje obrazovne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima
DRUGI RAZRED	OŠ HJ C.2.2. Učenik razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu.	<ul style="list-style-type: none"> – izdvaja primjerene medijske sadržaje i razgovara o njima izražavajući vlastito mišljenje – gleda i sluša animirane filmove, dokumentarne i igrane filmove za djecu – prati (gleda, sluša, doživljava) televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa – samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu – prepoznaje obrazovne i interaktivne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima
TREĆI RAZRED	OŠ HJ C.3.1. Učenik pronalazi podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi učenika.	<ul style="list-style-type: none"> – prepoznaje različite izvore informacija: digitalni udžbenici, tekstovi u zabavno-obrazovnim časopisima i knjigama za djecu te na obrazovnim mrežnim stranicama – pronalazi i kombinira podatke iz različitih izvora primjerenih dobi – izdvaja važne podatke iz teksta i razvrstava ih prema uputi, te prenosi tekst u druge oblike ili medije
	OŠ HJ C.3.2. Učenik razlikuje tiskane publikacije primjerene	<ul style="list-style-type: none"> – razlikuje knjige, udžbenike, časopise, plakate, strip, brošure, reklamne letke – samostalno i redovito čita tekstove u književnim i zabavno-obrazovnim časopisima za djecu i iskazuje mišljenje o njima

	dobi i interesima.	<ul style="list-style-type: none"> – čita stripove i razlikuje ih od ostalih tiskanih medijskih tekstova – stvara kroz igru vlastite uratke potaknute određenim medijskim sadržajem
ČETVRTI RAZRED	OŠ HJ C.4.1. Učenik izdvaja važne podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi.	<ul style="list-style-type: none"> – prepoznaje moguće izvore podataka i informacija: stručnjaci ili drugi pojedinci, školske ili narodne/gradske knjižnice, internet – dolazi do podataka kombinirajući različite izvore – prepoznaje, preuzima, pregledava i objašnjava materijale sa školske mrežne stranice – upotrebljava podatke u različite svrhe: proširuje sadržaje učenja, priprema se za pisanje i govorenje
	OŠ HJ C.4.2. Učenik razlikuje elektroničke medije primjerene dobi i interesima učenika.	<ul style="list-style-type: none"> – razlikuje televiziju, radio, internet – gleda emisije za djecu i razgovara o njima – objašnjava razliku između novinskih priloga na televiziji i radiju (primjerice, intervju) – pristupa društvenim mrežama uz vođenje i usmjeravanje te pretražuje mrežne portale za djecu – gleda animirane, dokumentarne i igrane filmove i filmove dječjega filmskog stvaralaštva tematski i sadržajno primjerene recepcijskim i spoznajnim mogućnostima – zamjećuje sličnosti i razlike između književnoga djela, kazališne predstave ili filma nastalih prema književnome djelu

Tablica 2. Ishodi učenja predmetnog područja *Kultura i mediji* u višim razredima osnovne škole (Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj, NN 10/2019)

	ODGOJNO-OBRAZOVNI ISHODI	RAZRADA ISHODA
PETI RAZRED	OŠ HJ C.5.1. Učenik razlikuje tiskane medijske tekstove i izdvaja tekstove/sadržaje koji promiču pozitivne vrijednosti.	<ul style="list-style-type: none"> – razlikuje tiskane medijske tekstove prema učestalosti izlaženja: dnevne novine, tjedne, mjesečne i godišnje časopise – uočava uporabu i organizaciju pojedinih sadržajnih i grafičkih elemenata u različitim tiskanim medijskim tekstovima radi prenošenja poruke – prepoznaje kako se grafičkim elementima (naslov, nadnaslov, podnaslov, fotografija/ilustracija, okvir) oblikuje značenje medijske poruke i stvara željeni učinak na primatelja – izdvaja sadržaje koji promiču pozitivne vrijednosti i potiču pozitivne komunikacijske obrasce
	OŠ HJ C.5.2. Učenik opisuje značenje popularnokulturnih tekstova u kontekstu svakodnevnoga života.	<ul style="list-style-type: none"> – uočava vezu teksta i svijeta koji ga okružuje – opisuje značenje popularnokulturnih tekstova i povezuje ih sa svakodnevnim životom – uočava priču kao temelj popularnokulturnih tekstova – upoznaje pojam popularne kulture
ŠESTI RAZRED	OŠ HJ C.6.1. Učenik uspoređuje različito predstavljanje istih medijskih sadržaja i njihov utjecaj na razvoj mišljenja i stavova.	<ul style="list-style-type: none"> – uočava podjelu na komercijalne i nekomercijalne medije – uočava predstavljanje istih medijskih sadržaja u različitim medijima – objašnjava reakcije različitih primatelja na isti medijski tekst – pretpostavlja o ciljanoj publici na temelju pročitanaog teksta / pogledane predstave / filma / serije – opisuje kako se različitim postupcima, tehnikama te vizualnim i zvučnim znakovima oblikuje značenje medijske poruke i stvara željeni učinak na publiku
	OŠ HJ C.6.2. Učenik objašnjava značenje popularnokulturnih	<ul style="list-style-type: none"> – objašnjava vezu teksta i svijeta koji ga okružuje – objašnjava značenje popularnokulturnih tekstova i povezuje ih s vlastitim interesima, željama i iskustvom

	<p>tekstova s obzirom na interese i prethodno iskustvo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – uočava priču i likove kao temelje popularnokulturnih tekstova, tj. kao objekte znatiželje, sviđanja/nesviđanja – izdvaja dijelove popularnokulturnih tekstova koji predstavljaju razlike i različita uvjerenja – uspoređuje vlastita i tuđa mišljenja o popularnokulturnim tekstovima u skladu s dosadašnjim iskustvom – objašnjava pojam popularne kulture na poznatim primjerima popularnokulturnih tekstova
SEDMI RAZRED	<p>OŠ HJ C.7.1. Učenik obrazlaže pozitivan i negativan utjecaj različitih medijskih tekstova na razvoj stavova i vrijednosti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – objašnjava svoju reakciju na medijski tekst – uspoređuje reakcije različitih primatelja na isti medijski tekst – suprotstavlja se stereotipima, predrasudama, pristranosti, prikriivenoj i otvorenoj diskriminaciji i govoru mržnje – opisuje usklađenost i svrhovitost elemenata medijske poruke / medijskih tekstova / sadržaja u različitim časopisima
	<p>OŠ HJ C.7.2. Učenik obrazlaže značenje popularnokulturnih tekstova s obzirom na društveni i ekonomski kontekst.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – tumači vezu teksta i svijeta koji ga okružuje – opisuje ulogu popularne glazbe u izražavanju temeljnih pitanja mladenačkoga identiteta – obrazlaže značenje popularnokulturnih tekstova i povezuje ih s društvenim i ekonomskim okruženjem (npr. biografije poznatih koje prikazuju društvenu i ekonomsku raslojenost) – tumači priču i likove kao temelje popularnih tekstova, tj. kao objekte divljenja ili osude – izdvaja dijelove teksta koji predstavljaju predrasude i stereotipe – objašnjava postojanje različitih, njemu poznatih supkultura – uspoređuje popularnu kulturu s tzv. visokom umjetnošću na poznatim primjerima iz književnosti ili drugih umjetnosti
	<p>OŠ HJ C.7.3. Učenik posjećuje kulturne događaje u fizičkome i virtualnome okružju.</p>	<p>Preporučeni sadržaji: posjet kazalištu: kazališne predstave; programi kojima se predstavlja organizacija rada kazališta, rad na predstavi i njihovi sudionici; odlazak u kino i kinoteke; posjet medijskim kućama (radijske i televizijske postaje, novinske i izdavačke kuće); posjet institucijama: knjižnice, muzeji, atelijeri, umjetničke radionice, instituti, zavodi; posjet festivalima: književni, filmski, znanstveni, obrazovni, tradicijski; posjet tribinama i susreti s književnicima i autorima različitih područja djelovanja; sudjelovanje u radionicama različitih sadržaja; posjet izložbama; posjet predavanjima u fizičkome i digitalnome okružju; sudjelovanje u projektima; posjet internetskim sadržajima: internetske izložbe, internetske učionice, kulturni portali</p>
OSMI RAZRED	<p>OŠ HJ C.8.1. Učenik prosuđuje utjecaj medijskih tekstova radi komercijalizacije.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – uočava sliku stvarnosti koju predstavljaju mediji radi komercijalizacije i uspoređuje ju s vlastitom slikom stvarnosti – objašnjava utjecaj medijskih poruka na oblikovanje vlastitih stavova – samostalno izabire i prerađuje medijske poruke za stvaranje pretpostavki i donošenje odluka – uočava internet kao platformu: internet kao medij svih medija – uočava sastavne elemente hipermedije: međusobno povezani tekst, slika, video i zvuk – služi se poveznica koje proširuju sadržaj teksta
	<p>OŠ HJ C.8.2. Učenik prosuđuje popularnokulturne tekstove s obzirom na književni kontekst i kontekst ostalih umjetnosti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – obrazlaže vezu teksta i svijeta koji ga okružuje – prosuđuje značenje popularnokulturnih tekstova povezujući ih s društvenim, ekonomskim i kulturnim okruženjem – tumači priču i likove kao temelje popularnokulturnih tekstova, tj. kao objekte identifikacije – objašnjava postojanje različitih, njemu poznatih supkultura (gejmeri, šminkeri, emoi, hipsteri...)

		– uspoređuje popularnu kulturu s tzv. visokom kulturom na poznatim primjerima iz književnosti ili drugih umjetnosti
	OŠ HJ C.8.3. Učenik posjećuje kulturne događaje u fizičkome i virtualnome okružju	Preporučeni sadržaji: posjet kazalištu: kazališne predstave; programi kojima se predstavlja organizacija rada kazališta, rad na predstavi i njihovi sudionici; odlazak u kino i kinoteke; posjet medijskim kućama (radijske i televizijske postaje, novinske i izdavačke kuće); posjet institucijama: knjižnice, muzeji, atelijeri, umjetničke radionice, instituti, zavodi; posjet festivalima: književni, filmski, znanstveni, obrazovni, tradicijski; posjet tribinama i susreti s književnicima i autorima različitih područja djelovanja; sudjelovanje u radionicama različitih sadržaja; posjet izložbama; posjet predavanjima u fizičkome i digitalnome okružju; sudjelovanje u projektima; posjet internetskim sadržajima: internetske izložbe, internetske učionice, kulturni portali.

6. Izvori

- Ciboci Perša, L., Labaš, D., Burić, I. (2022). *Medijska pismenost učitelja razredne nastave i učitelja Hrvatskoga jezika*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
- Ciboci, L. (2018a). *Vrjednovanje programa medijske kulture u medijskom opismenjivanju učenika osnovnih škola (doktorska disertacija)*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Ciboci, L. (2018b). Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu. *Medijske studije*, 9 (17): 23-46.
- Ciboci, L., Osmančević, L. (2015). Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama, 121-138. U: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije. Zbornik radova s 5. regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu
- Digital Markets Act (2022)
- Digital Services Act (2022)
- Erjavec, K. (2005). Odgoj za medije: od koncepta do školske prakse, 77-106. U: Zgrabljic Rotar, N. (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Mediacentar.
- Kanižaj, I. (2017). The role of civil society organisations in promoting media literacy, transliteracy and media and information literacy in EU. *Revista Fuentes*, 19 (2), 69-80.
- Odluka o donošenju kurikuluma za nastavni predmet Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj, NN 10/2019
- Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije, NN 124/2014