

ŠKOLSKI PEDAGOG I MEDIJSKA PISMENOST

Dr. sc. Sofija Vrcelj

Andrea Lach, mag. educ. philol. croat. et paed.

Sažetak: *U radu se nakon teorijske analize medija i njihova utjecaja na djecu te isticanja potrebe za medijskom pismošću iznose rezultati istraživanja o važnosti školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti. Rezultati istraživanja ukazali su na to da je potrebno raditi na promicanju medijske pismenosti u školama, a glavni razlozi za to su sve veća izloženost medijskim sadržajima, shvaćanje medija kao čimbenika koji višestruko utječe na djecu i mlade, nesigurnost u značenje pojma medijska pismenost te nedovoljna, odnosno neadekvatna zastupljenost tih sadržaja u nastavi. Kao najpogodnije oblike za promicanje medijske pismenosti sudionici istraživanja najviše su istaknuli radionice, projekte, preventivne programe, suradnju s ostalim dionicima škole, organiziranje posjeta ustanovama te provođenje istraživanja i osiguravanje programa stručnog usavršavanja na temu medijske pismenosti u školama.*

Ključne riječi: *mediji, medijska pismenost, školski pedagog.*

Uvod u temu

U 20. i 21. stoljeću novi su mediji prisutni u gotovo svim aspektima svakodnevnog života. Društvene mreža kao što su Twitter, Facebook, Instagram i Tumblr unijele su revolucionarne promjene u komunikaciju, kako i profesionalnom, tako i u osobnom životu. Uvođenje Skype-a također je poboljšalo način komuniciranja glasovnim i video kontaktom. Ovi digitalni alati za komuniciranje omogućuju ponovno spajanje obitelji, prijatelja i poslovnih partnera koji su na različitim lokacijama (Tapscott, 2009). Bežični uređaji kao što su pametni telefoni i tableti nude nam pogodnost rada i komunikacije u pokretu, bilo kad i bilo gdje. Možemo gledati televizijske programe, filmove i YouTube isječke, prenositi vlastite slike ili priče, ostati u kontaktu s obitelji i prijateljima i umrežiti se s kolegama diljem svijeta jer nismo više privezani za radni stol (Ostrički, 2015). Pojam „novi mediji“ obuhvaća sadržaje koji se kreiraju, pohranjuju ili preuzimaju u digitalnom obliku, a obuhvaćaju tekst, fotografije, audio i videozapise. Proliferacija medijskih tehnologija, komercijalizacija i globalizacija medijskih tržišta, fragmentacija masovne publike i porast „interaktivnosti“ u osnovi transformiraju svakodnevna iskustva mladih s medijima (Buckingham, 2008). Novi mediji učinili su pomak prema „participativnoj kulturi“, uključujući različite društvene mreže, suradničke oblike rješavanja problema i nove oblike cirkulacije informacija. Retorika oko novih medija često utjelovljuje tvrdnju da elektronički mediji pomažu stvoriti ravnopravnije i *oslobođenije* društvo jer omogućuju pristup svima koji žele govoriti, bez posredstva snažnih interesa koji kontroliraju sadržaj tiskanih medija i kanala emitiranja. Ne trebamo biti bogati i moćni da bismo pristupili *World Wide Webu*. Mediji, međutim, mogu stvoriti iskrivljenu sliku svijeta, stoga je pri proučavanju medija i njegovih funkcija važno moći (de)konstruirati poruke koje šalju mediji, bez obzira radi li se o *starim* ili *novim* medijima. (De)konstrukcija poruka generira potrebu medijske pismenosti svih čitatelja, a posebice „digitalnih urođenika“ (Tyner, 2010).

U posljednje se vrijeme sve više ukazuje na značaj medijske pismenosti, što rezultira istraživanjima koja koriste različite definicije (Carlsson, ed., 2019). Prvi je put medijska pismenost definirana 1992. godine na konferenciji *National Leadership Conference on Media Literacy*, i to kao „spodobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1992). Jedan od vodećih teoretičara medijske pismenosti i pokretač medijske pismenosti u Velikoj Britaniji Len Masterman (2001 prema Kink 2008) navodi sličnu definiciju, prema kojoj je medijska pismenost sposobnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje (medijskih) poruka u najrazličitijim oblicima. U skladu s potonjom definicijom, autori Livingstone i Thumim (2003) pišu o trima dimenzijama medijske pismenosti, a to su: tehničke kompetencije, vještine i praksa kritičkog razmišljanja/prihvatanja te proizvodnja sadržaja. Bez kritičkog promišljanja o medijskim sadržajima, medijska pismenost ostala bi izolirana od povijesnih i evoluirajućih elemenata te kompetencija potrebnih u suvremeno doba. Pismenost uključuje stjecanje vještina i znanja za čitanje, tumačenje i stvaranje određene vrste tekstova i artefakata te za stjecanje intelektualnih alata i sposobnosti sudjelovanja u (nečijoj) kulturi i društvu (Kellner i Share, 2005). Kultiviranje pismenosti uključuje stjecanje kompetencija u praksi i u kontekstima koji su uređeni pravilima i konvencijama i mijenja se u socijalno izgrađenim obrazovnim i kulturnim praksama. Medijska pismenost naglašava značaj čitanja, analiziranja i dekodiranja medijskih tekstova.

Pitanje promicanja medijske pismenosti na međunarodnoj je razini još 1964. godine pokrenuo UNESCO, a na Međunarodnom simpoziju odgoja za medije u Grünvaldu u Njemačkoj 1982. godine 19 je europskih zemalja prihvatilo Deklaraciju o medijskom odgoju. U njoj su definirani pojam i ciljevi te je naglašena važnost odgoja koji bi pripremio mlade na odgovorno građanstvo i povećao kritičku svijest medijskih korisnika (Zgrabljic Rotar, 2005). Međutim, iako je u bezbroj navrata dokazano i mnogim argumentima potkrijepljeno da medijsku pismenost treba promicati, oblikovanje jedinstvenog polazišta o tome tko bi i kako trebao usmjeravati djecu i mlade prema pravilnom izabiranju i razumijevanju medijskih sadržaja, kritičkom razmišljanju o njima te samostalnom stvaranju novih medijskih sadržaja nije nimalo jednostavno. Ipak, odgovornost se za njezino promicanje ponajviše stavlja na obrazovni sustav. Budući da medijsko obrazovanje i njegova kvaliteta nisu jednako ostvareni u svim školama, odnosno „uočene su velike razlike u svakodnevnoj školskoj praksi u različitim školama“ (Car, Kanižaj, 2015, str. 24), zaključuje se da ta praksa uvelike ovisi o djelatnicima škole (ravnatelju, stručnim suradnicima i samim nastavnicima) te o tome koliki će naglasak na medijsku pismenost oni staviti u svojoj djelatnosti.

Angažman u medijskom opismenjavanju društva nedjeljiv je od rada školskog pedagoga. Prema Nastavnom planu i programu za osnovnu školu u Republici Hrvatskoj, školski pedagog „...sudjeluje u svim fazama odgojno-obrazovne djelatnosti, od planiranja i programiranja do vrednovanja rezultata. On surađuje sa svim drugim sudionicima odgojno-obrazovne djelatnosti/procesa u školi. Prati, istražuje i analizira nastavni rad, te predlaže načine i sadržaje za unaprjeđivanje i poboljšavanje nastave i cjelovitoga odgojno-obrazovnog rada u školi.“ (MZOS, 2006, str. 18). Aktivnosti koje pedagozi ostvaruju unutar odgojno-obrazovnih ustanova kategoriziraju se u područja rada, detaljnije obrazložena u Konceptiji razvojne pedagoške djelatnosti iz 2001. godine. U njoj se navodi pet temeljnih područja: priprema za ostvarenje plana i programa odgojno-obrazovne ustanove (opće planiranje i organiziranje rada, izvedbeno planiranje i programiranje, ostvarivanje uvjeta za realizaciju programa), neposredno sudjelovanje u odgojno-obrazovnom procesu (upis učenika i formiranje razrednih odjela, uvođenje novih programa i inovacija, praćenje i izvođenje odgojno-obrazovnog rada, rad s učenicima s posebnim potrebama, savjetodavni rad pedagoga s učenicima, nastavnicima, roditeljima i drugim subjektima neposredno ili posredno vezanim za odgojno-obrazovnu ustanovu i njezin program rada, profesionalne orijentacije, zdravstvena i socijalna zaštita učenika), praćenje i vrednovanje odgojno-obrazovnog procesa, osposobljavanje i stručno usavršavanje odgojnoobrazovnih djelatnika (osobno

stručno usavršavanje i stručno usavršavanje učitelja, odnosno nastavnika) te informacijska, bibliotečna i dokumentacijska djelatnost. Iako se na nacionalnom istraživačkom prostoru rijetko spominje uloga bilo kojeg zanimanja, izuzevši nastavnike Hrvatskoga jezika, u promicanju medijske pismenosti, u stranoj se literaturi nalaze radovi koji povezuju djelatnost školskog pedagoga s medijskom pismenošću. Jedan od značajnijih primjera za to nalazimo u američkoj literaturi:

„S mogućnostima koje donose nove tehnologije, dolaze i nove odgovornosti. Školski pedagozi na prvoj su liniji obrane, pomažući djeci prilikom snalaženja u novome, promijenjenom svijetu. Oni igraju važnu ulogu u pomaganju učenicima prilikom donošenja sigurnih, pametnih i odgovornih odluka. Školski pedagozi pomažu stvoriti novu generaciju digitalnih građana.“ (American School Counselor Association, 2012, str. 2)

Iz područja rada stručnih suradnika uočava se da ne postoji područje koje se konkretno bavi medijima niti medijskom pismenošću. Neki autori (Maksimović, Petrović i Osmanović, 2015) smatraju to velikim nedostatkom i prostorom za izmjene, osobito ako se u obzir uzme ekspanzija medija i njihova sve veća upotreba u odgojno-obrazovnom procesu te nužnost pedagoških intervencija na tome području. Važno je zaključiti da, usprkos tome što formalno ne postoji područje rada koje se bavi medijima i medijskom pismenošću, školski pedagog može promicati medijsku pismenost u okviru svih područja svojega rada. Iako nema izravnog spominjanja medija, u opisu se jednog od područja rada (Informacijska, bibliotečna i dokumentacijska djelatnost) mogu prepoznati prve ideje o potrebi za angažiranjem pedagoga u području medijske pismenosti:

„U doba sve većeg širenja informatičke tehnologije njezino praćenje, upoznavanje i primjena u odgojnoj i obrazovnoj praksi predstavlja obvezu za sve subjekte odgojno-obrazovnog procesa. Vodeću ulogu u tome ima razvojno-pedagoška služba, a osobito pedagog. On treba prednjačiti u njezinom poznavanju i sustavno usklađivati aplikaciju tih znanja i rješenja u sva područja rada odgojne i obrazovne ustanove. (...) Pedagozi kao stručni suradnici trebaju pratiti razvoj edukacijskog softvera i osposobljavati nastavnike za njegovu primjenu, osiguravati prikupljanje i distribuciju informacija i dokumenata putem interneta te uspostaviti trajne izvore znanja i učiniti ih dostupnim svim sudionicima odgojno-obrazovnog procesa.“ (Jurić, Mušanović, Staničić i Vrgoč, 2001).

Kao „stručnjak najšireg profila“, postoji mnogo načina da školski pedagog pridonese razvoju medijske pismenosti učenika. To je proces koji se ne može ostvariti jednom aktivnošću niti se može regulirati samo jednim zakonom. Svaka je inicijativa korisna, a strategije kojima će se školski pedagog koristiti uvelike ovise o njemu, njegovoj upoznatosti s pojmom medijske pismenosti, viđenjem svoje uloge u promicanju medijske pismenosti, procjeni svoje osposobljenosti za promicanje medijske pismenosti, ali i o poticajima i imperativima za koje je zaslužna obrazovna politika. Jedan od mogućih načina promicanja važnost medijske pismenosti jest provedba većeg broja istraživanja na temu medijske pismenosti. Na nacionalnome se istraživačkom prostoru provedena istraživanja vezana za medijsku pismenost tiču uglavnom zastupljenosti pojedinih tema u vezi s medijima i medijskom pismenošću u obrazovanju te potrebom za promicanjem takvih tema. Uočava se nedostatak istraživanja koja povezuju rad školskog pedagoga i promicanje medijske pismenosti. Ovim istraživanjem nastojao se dati doprinos razumijevanju uloge školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti.

Metodologija i provedba istraživanja

Opći je cilj istraživanja obuhvaćenog ovim radom bio ispitati stavove studenata diplomskog studija pedagogije na Filozofskome fakultetu u Rijeci o ulozi školskoga pedagoga u promicanju medijske pismenosti. Specifični ciljevi istraživanja bili su: 1. Ispitati u kojoj su mjeri studenti diplomskog studija

pedagogije u Rijeci upoznati s medijskom pismenošću., 2. Ispitati prepoznatost uloge školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti kod studenata diplomskog studija pedagogije u Rijeci. i 3. Utvrditi doprinos visokoškolskog obrazovanja stjecanju znanja u vezi s medijskom pismenošću kod studenata diplomskog studija pedagogije u Rijeci.

Uzorak istraživanja čine studenti diplomskog studija pedagogije na Filozofskome fakultetu u Rijeci. Razlog odabira ovog uzorka je taj što ovi studenti uskoro ulaze u svijet rada, gdje će pridonositi odgojno-obrazovnom okruženju vodeći se vlastitim znanjima i stavovima. Istraživanjem je obuhvaćeno 35 studenata, a uključivanjem studentica i studenata i jednopredmetnog i dvopredmetnog studija pedagogije te studenata s dviju studijskih godina (1. i 2. godina diplomskog studija), nastoje se obogatiti podaci istraživanja. Iako je uzorak istraživanja relativno mali, a to je stoga što je istraživanje prvotno osmišljeno kao kvalitativno, a potom je uslijed novonastale situacije s COVID-19 prilagođeno kvantitativnoj metodologiji, ono daje uvid u stavove studenata diplomskog studija o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti. U istraživanje je uključeno znatno više žena, koje čine čak 94,29% ukupnog broja ispitanika, što je u skladu s feminizacijom odgojno-obrazovne djelatnosti. Kada je riječ o zastupljenosti sudionika istraživanja s obzirom na godinu studija, u istraživanje je uključeno 14 studenata prve godine diplomskog studija pedagogije i 21 student druge godine diplomskog studija pedagogije. Gotovo dvostruko više je studenata jednopredmetnog studija pedagogije, točnije njih 22 (62,86%), dok 13 ispitanika čine studenti dvopredmetnog studija pedagogije (37,14%).

Instrument ovoga istraživanja činio je mrežni anketni upitnik *Stavovi o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti* izrađen za potrebe istraživanja putem Googleovih obrazaca (engl. *Google Forms*), mrežne usluge koja omogućuje izradu jednostavnih mrežnih anketa koristeći se Googleovim računom. Anketni upitnik konstruiran je na temelju proučene literature koja obuhvaća teme iz područja medijske pismenosti te teme u vezi sa pedagogijom, usmjerene osobito ka proučavanju uloge školskog pedagoga i obilježja njegova djelovanja u školi. Upitnik se sastoji od nekoliko dijelova (Opći podaci o sudioniku/ci istraživanja/Procjena poznavanja medijske pismenosti/Važnost školskog pedagoga za promicanje medijske pismenosti/Doprinos visokoškolskog obrazovanja stjecanju znanja o medijskoj pismenosti). Prije pristupanja upitniku svaki je sudionik bio dužan pročitati informacije iz opisa istraživanja te dati svoju suglasnost za sudjelovanje u istraživanju. Na kraju anketnog upitnika ispitanicima je ostavljen prostor za eventualne dodatne komentare i objašnjenja odgovora.

Budući da se promicanje medijske pismenosti nerijetko shvaća kao odgovornost drugih zanimanja, a ne školskog pedagoga, te da na Odsjeku za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Rijeci, usprkos tomu što se izvode kolegiji čiji se sadržaji mogu povezati s medijskom pismenošću, nema kolegija koji bi se temom medijske pismenosti bavio sveobuhvatno, u istraživanju smo pošli od pretpostavke da studenti diplomskog studija pedagogije u Rijeci smatraju da nisu upoznati s medijskom pismenošću, da ne prepoznaju ulogu školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti kao važnu te da smatraju da je studij nije pridonio njihovom stjecanju znanja o medijskoj pismenosti.

Kao što je spomenuto, istraživanje je provedeno mrežnim anketiranjem tako što je mrežni anketni upitnik proslijeđen svim studentima diplomskog studija pedagogije na Filozofskom fakultetu u Rijeci. Prikupljanje podataka trajalo je od 18. svibnja do 1. lipnja 2020. godine, a nakon prikupljanja podataka, podaci su uneseni u bazu podataka te obrađeni u statističkom programu IBM SPSS Statistics 26. Za obradu podataka korištena je deskriptivna statistika i t-test za nezavisne uzorke, a odgovori na otvorena pitanja analizirani su jednostavnom kvalitativnom analizom.

Rezultati istraživanja i njihova interpretacija

Iz rezultata istraživanja može se zaključiti da se studenti diplomskog studija pedagogije u Rijeci koji su sudjelovali u ovome istraživanju procjenjuju prilično uspješnima u poznavanju medijske pismenosti. Uvidom u rezultate uočava se da se čak 85,71% ispitanih studenata diplomskog studija pedagogije smatra uspješnim u donošenju informiranih odluka prilikom uporabe komunikacijske i medijske tehnologije, kao i u razumijevanju medijskih sadržaja i usluga. 77,42% ispitanika smatra se sposobnima za iskorištavanje prednosti cjelokupnog raspona mogućnosti koje dolaze uz nove komunikacijske i medijske tehnologije, a odgovori sudionika istraživanja koji se odnose na ovu tvrdnju statistički se značajno razlikuju na temelju varijable vrsta studijskog programa. Pritom se studenti dvopredmetnog studija statistički češće procjenjuju sposobnima od studenata jednopredmetnog studija. Važno je istaknuti i da su rezultati t-testa za ovu tvrdnju ukazali na postojanje statistički značajne razlike u odgovorima studenata jednopredmetnog i dvopredmetnog diplomskog studija pedagogije ($t(33)=-2,154$; $p<0,05$). Pritom su studenti dvopredmetnog studija ($M=4,31$; $s=0,630$) statistički značajnije izrazili slaganje s navedenom tvrdnjom od studenata jednopredmetnog studija ($M=3,77$; $s=0,752$). Moguće objašnjenje ovakvog rezultata leži u pohađanju kolegija za koje studenti smatraju da pridonose sposobnosti iskorištavanja prednosti cjelokupnog raspona mogućnosti koje nude nove tehnologije u okviru studija koji pohađaju uz studij pedagogije.

Dok se većina ispitanika (65,71%) u potpunosti slaže s tvrdnjom da škola ima veliku ulogu u promicanju medijske pismenosti, 35,29% ispitanika priznalo je da dosad nisu razmišljali o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti. Usprkos tome, zaključuje se da studenti diplomskog studija pedagogije prepoznaju mogućnost djelovanja, školskog pedagoga za promicanje medijske pismenosti, s obzirom na to da je 74,29% ispitanika izrazilo slaganje s tim da školski pedagog može utjecati na promicanje medijske pismenosti u velikoj mjeri. Valja napomenuti da se studenti prve godine studija u većoj mjeri slažu s navedenom tvrdnjom od svojih starijih kolega, a moguće objašnjenje leži u obogaćivanju studijskog programa sadržajima u vezi s medijima i medijskom pismenošću. Zanimljivo je istaknuti i to da je 40% ispitanih studenata diplomskog studija pedagogije u stava da je za promicanje medijske pismenosti u školi u većoj mjeri odgovoran nastavnik Hrvatskog jezika nego pedagog, što ne iznenađuje ako se uzme u obzir to da se medijska pismenost u Republici Hrvatskoj godinama promicala samo nastavom iz medijske kulture, odnosno u okviru predmeta Hrvatski jezik. Tek petina ispitanika smatra da je od uloge školskog pedagoga za promicanje medijske pismenosti u školi važnija uloga ravnatelja škole, a trećina ispitanika važnijom od uloge pedagoga u ovome kontekstu smatra ulogu školskog knjižničara.

Nadalje, iako su rezultati istraživanja pokazali da približno pola (51,43%) ispitanih studenata diplomskog studija pedagogije smatra da školski pedagog može kvalitetno promicati medijsku pismenost kroz područja svojega rada, daljnjom se analizom utvrdilo da više od 70% ispitanika smatra da bi u postojeća područja rada školskog pedagoga trebalo uvesti područje koje će se baviti medijima i medijskom pismenošću. Mogući razlog zauzimanja takvog stava jest uviđanje potrebe za sustavnijim pristupom problematici u vezi s medijima i medijskom pismenošću od strane školskog pedagoga. Rezultati su pokazali da je 88,57% ispitanika stava da bi kao školski pedagozi radili na promicanju medijske pismenosti, a kao najčešće razloge za to navode sve veću izloženost djece medijskim sadržajima, shvaćanje medija kao čimbenika koji višestruko utječe na djecu i mlade, nesigurnost što zapravo znači pojam „medijska pismenost“, nedovoljnu zastupljenost sadržaja u vezi s medijskom pismenošću u nastavi, omogućavanje uspješnijeg snalaženja u današnjem svijetu medija i u budućnosti, veliku ulogu medija i medijske pismenosti u obrazovanju, poučavanje učenika kako doći do odgovarajućih i provjerenih informacija te educiranje djece i roditelja o kritičkom vrednovanju medijskih sadržaja. većina ispitanika (74,29%) izrazila neslaganje s tvrdnjom „Školski pedagog ne može poduzeti mnogo toga u kontekstu promicanja medijske pismenosti.“, od čega se 13 ispitanika uopće ne

slaže s tvrdnjom, a 13 se s njom uglavnom ne slaže. Dvoje ispitanika pretežno se slaže s tvrdnjom da školski pedagog ne može poduzeti mnogo toga u kontekstu promicanja medijske pismenosti (5,71%), dok se sedmero ispitanika s njom djelomično slaže (20%). Ipak, važno je istaknuti da se nitko od ispitanih studenata pedagogije ne slaže s tvrdnjom u potpunosti, što znači da studenti diplomskog studija pedagogije prepoznaju mogućnost djelovanja školskog pedagoga za promicanje medijske pismenosti. Spomenuti je rezultat potkrijepljen i odgovorima koje su ispitanici birali za tvrdnju „Školski pedagog u velikoj mjeri može utjecati na promicanje medijske pismenosti.“, što je prikazano u i tablici 13.). Analizirane tvrdnje sadržajno su suprotne i izneseni rezultati potvrđuju stav ispitanika da školski pedagog može utjecati na promicanje medijske pismenosti u velikoj mjeri, s obzirom na to da postotak ispitanika koji su se složili s danom tvrdnjom (74,29%) odgovara postotku ispitanika koji su izrazili neslaganje s tvrdnjom „Školski pedagog ne može poduzeti mnogo toga u kontekstu promicanja medijske pismenosti.“ U ovom je kontekstu još važno istaknuti da rezultati t-testa za ovu tvrdnju ukazuju na postojanje statistički značajne razliku u razini slaganja s navedenom tvrdnjom između studenata prve i druge godine diplomskog studija pedagogije ($t(33)=-2,075$; $p<0,05$). Pritom se studenti prve godine diplomskog studija pedagogije ($M=1,57$; $s=0,646$) značajno slabije slažu s navedenom tvrdnjom u odnosu na studente druge godine ($M=2,19$; $s=0,981$) (tablica 14.). Nastavno tome, rezultati t-testa za tvrdnju „Školski pedagog u velikoj mjeri može utjecati na promicanje medijske pismenosti“ pokazuju da se odgovori studenata prve i druge godine također statistički značajno razlikuju ($t(33)=2,345$; $p<0,05$) (tablica 15.). Studenti prve godine studija ($M=4,43$; $s=0,646$) u većoj se mjeri slažu s navedenom tvrdnjom od studenata druge godine studija ($M=3,71$; $s=1,007$), što se može objasniti uvođenjem novih kolegija u vezi s medijima i medijskom pismenošću na studij pedagogije koje su mlađi studenti pohađali

Iz rezultata istraživanja može se zaključivati i o širini poslova školskog pedagoga u okviru kojih može raditi na promicanju medijske pismenosti, a sudionici istraživanja najviše su istaknuli radionice, a zatim i projekte, preventivne programe, uključivanje sadržaja vezanih za promicanje medijske pismenosti u plan kulturne i javne djelatnosti škole, suradnju s ostalim dionicima škole, organiziranje posjeta ustanovama čije su područje rada mediji, organiziranje edukacija i roditeljskih sastanaka u okviru rada s roditeljima na promicanju medijske pismenosti, provođenje istraživanja na temu medijske pismenosti, osiguravanje programa stručnog usavršavanja za nastavnike te osobno stručno usavršavanje pedagoga. Budući da odgovori sudionika istraživanja svjedoče o svjesnosti vlastite uloge u promicanju medijske pismenosti kod djece i drugih dionika škole, odbacila se i druga hipoteza (Studenti diplomskog studija pedagogije u Rijeci ne prepoznaju ulogu školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti kao važnu).

Usprkos tome što više od polovice ispitanih studenata diplomskog studija pedagogije smatra da školski pedagog može kvalitetno promicati medijsku pismenost kroz postojeća područja svojega rada, daljnjom se analizom utvrdilo da više od 70% ispitanika smatra da bi u postojeća područja rada školskog pedagoga trebalo uvesti područje koje će se baviti medijima i medijskom pismenošću. Točnije, 34,29% ispitanika izrazilo je potpuno slaganje s tvrdnjom „U područja rada školskog pedagoga potrebno je uvesti područje rada koje će se baviti medijima i medijskom pismenošću.“, 37,14% ispitanika s tvrdnjom se pretežno slaže, a 25,71% ispitanika svoje je slaganje s tvrdnjom procijenilo kao djelomično (tablica 21.). Mogući razlog zauzimanja takvog stava jest uviđanje potrebe za sustavnijim pristupom problematici u vezi s medijima i medijskom pismenošću od strane školskog pedagoga, a jedan je od mogućih načina za to upravo osmišljavanje područja rada koje će se baviti medijima i medijskom pismenošću te poslova koji bi bili u okviru tog područja rada. Samo je jedan ispitanik odgovorio da se s tvrdnjom pretežno ne slaže, odnosno da ne prepoznaje potrebu za uvođenjem područja rada pedagoga koje će se odnositi na medije i medijsku pismenost. Obrazovanje budućih odgojno-obrazovnih djelatnika za medijsku pismenost, a time i školskih pedagoga, od velike je važnosti, što je potvrđeno i rezultatima nekih domaćih i stranih istraživanja (Hobbs, 2007 prema Yildiz i sur., 2019; Tulodziecki i

Grafe, 2012). I u ovom se istraživanju polazilo od činjenice da je pedagogu medijsko obrazovanje nužno kako bi mogao osmišljavati, planirati i realizirati odgojne i nastavne aktivnosti koje će djeci, ali i ostalim dionicima odgojno-obrazovnog procesa, pomoći razumjeti i koristiti medijske sadržaje (Maksimović i sur., 2015), stoga se ispitao stav studenata diplomskog studija pedagogije o doprinosu visokoškolskog obrazovanja stjecanju znanja o medijskoj pismenosti

U vezi s doprinosom studija znanju o medijskoj pismenosti, najviše ispitanika (42,86%) izrazilo je stav da je doprinos osrednji, a 40% ispitanika smatra da studij pridonio njihovom znanju o medijskoj pismenosti u maloj mjeri, pri čemu se kao pozitivan primjer iz prakse ističu kolegiji Obitelj i prevencija asocijalnih oblika ponašanja, Vještine kritičkog mišljenja, Savjetodavni rad školskog pedagoga, Školska pedagogija s teorijama škole, Obitelj i djeca u riziku i Metodika rada školskog pedagoga. Budući da je doprinos studija kod sudionika istraživanja ipak u nekoj mjeri prepoznat, prihvaća se treća istraživačka hipoteza 64 (Studenti diplomskog studija pedagogije u Rijeci smatraju da je studij pridonio njihovom stjecanju znanja o medijskoj pismenosti).

Valja istaknuti i to da se iz rezultata dobivenih t-testom može uvidjeti statistički značajna razlika u odgovorima studenata prve i druge godine studija ($t=3,312$; $p<0,05$). Pritom studenti prve godine diplomskog studija pedagogije ($M=3,14$; $s=0,770$) smatraju da je studij značajno više pridonio znanju o medijskoj pismenosti u odnosu na studente druge godine diplomskog studija pedagogije ($M=2,38$; $s=0,590$). Ovaj se nalaz može povezati s prijašnjim rezultatima kojima se utvrdilo da studenti prve godine diplomskog studija pedagogije u većoj mjeri prepoznaju ulogu školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti u odnosu na svoje starije kolege. Jednostavnije rečeno, više učenja i znanja o problematici dovodi do većeg i jasnijeg prepoznavanja potrebe za djelovanjem.

Zaključak

Život u digitalnom dobu iznjedrio je nove potrebe u obrazovanju poput medijske pismenosti odnosno dobro *baratanje* različitim informacijama. Rezultati ovog istraživanja, uz sva ograničenja, ukazuje da ispitanici smatraju da znaju što je medijska pismenost te važnost odgojno-obrazovnog procesa u njenom promicanju.

Doprinos ovoga istraživanja jesu saznanja o stavovima studenata diplomskog studija pedagogije na Filozofskom fakultetu u Rijeci o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti kod djece, roditelja, ali ostalih djelatnika škole (nastavnika). Širenjem svjesnosti o mogućnostima djelovanja školskog pedagoga na promicanju medijske pismenosti može se postići da uloga školskog pedagoga u tom kontekstu bude prepoznatija i jasnija. Neki od načina za to je svakako povećanje opsega literature koja će povezivati školskog pedagoga s medijskom pismošću i provedba više istraživanja na tu temu. Najvećim ograničenjem ovoga istraživanja smatra se mali uzorak. Jednako tako, od velikog bi istraživačkog značaja bilo provesti slično istraživanje o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti među školskim pedagozima zaposlenima u školama na različitim područjima. Unatoč ograničenjima, iz rezultata ovoga istraživanja mogu se iščitati pozitivne naznake u vezi s promicanjem medijske pismenosti od školskih pedagoga, stoga se kao preporuka može izdvojiti da budući pedagozi nastave u istom smjeru raditi na svojoj medijskoj pismenosti u okviru kolegija koji su im ponuđeni na fakultetu, pristupom brojnim literaturnim izvorima i razvijanjem vještina u okviru praktičnog rada. Valja imati na umu da su „pedagozi kao stručni suradnici imperativ suvremene škole i uvjet kvalitetnog ostvarivanja školskog programa“ (Jurić i sur., 2001, str. 11), a kao takvi trebaju spremno odgovoriti na svaki „imperativ današnjice“, pa tako i medijsku pismenost.

Literatura:

1. American School Counselor Association (2012). Facebook for School Counselor. Preuzeto 15.12.2019. s <https://www.k12.wa.us/sites/default/files/public/safetycenter/internetsafety/pubdocs/facebookforschoolcounselors.pdf>
2. Buckingham, D. (2008). "Introducing Identity." Youth, Identity, and Digital Media.in. Buckingham, D. (ed). . *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 1–24. doi: 10.1162/dmal.9780262524834.00.
3. Carlsson, U. (ed). (2019). *Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age A Question of Democracy*. UNESCO.
4. Europska komisija (2007). Europski pristup medijskoj pismenosti u digitalnom okruženju. EUR-Lex: Pristup zakonodavstvu Europske unije. Preuzeto 16.11.2019. s <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52007DC0833&from=EN>
5. Europska komisija (2017). Mapiranje praksi i aktivnosti medijske pismenosti u EU – 28, Strasbourg: European Audiovisual Observatory. Preuzeto 10.12.2019. s <https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-en-final-pdf/1680783500>
6. Europska konvencija o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950), URL: https://www.usud.hr/sites/default/files/doc/KONVENCIJA_ZA_ZASTITU_LJUDSKIH_PRAVA_I_TEMELJNIH_SLOBODA_s_izmjenama_i_dopunama_iz_PROTOKOLA_br._14.pdf , posjet: 15.3.2020.
7. Fajdetić, M. i Šnidarić, N. (2014). Kompetencije stručnog suradnika pedagoga u suvremenoj pedagoškoj praksi. *Napredak*, 155 (2), 237-260.
8. Izvedbeni planovi jednopredmetnog preddiplomskog studija pedagogije (2017). Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet, Odsjek za pedagogiju. Preuzeto 18.12.2019. s https://www.ffri.uniri.hr/files/izvedbeni/2017-2018/PED_IP-izvedbeni_preddipl2017_2018-LJS.pdf
9. Jerčić, M. (2018). *Zašto je važno da djeca i mladi nauče pretraživati informacije na internetu. Medijska pismenost – abeceda za 21. stoljeće*. Preuzeto 12.11.2019.
10. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
11. Jurić, V. (2004.a). *Metodika rada školskog pedagoga*. Zagreb: Školska knjiga
12. Jurić, V. (2004.b). Pedagoški menadžment – refleksija opće ideje o upravljanju. *Pedagojska istraživanja*, 1 (1), 137-147.
13. Jurić, V., Mušanović, M. Staničić, S. i Vrgoč, H. (2001). *Koncepcija razvojne pedagoške djelatnosti stručnih suradnika – prijedlog*. Ministarstvo prosvjete i športa – Prosvjetno vijeće.
14. Kellner, D., Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy *Discourse: studies in the cultural politics of education* Vol. 26, No. 3, pp. 369/386.
15. Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina-Manzoni, M. (2016). *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije
16. Labaš, D. (2017). Medijska pismenost i informacijsko doba, 31-46. U: Josić, Lj. (ur.), *Zbornik Informacijska tehnologija i mediji*
17. Lasić-Lazić, J., Špiranec, S., Banek Zorica, M. (2012). Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeni u informacijskom opismenivanju. *Medijska istraživanja*, 18 (1), 125-142.
18. Ledić, J., Staničić, S., Turk, M. (2013). *Kompetencije školskih pedagoga*. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci
19. Letinić, A., Horvat, M., Sesar, J., Berković, J., Mrakovčić, M., Kontošić, M., Miloš, V., Morić, D. (2016). *Čitajmo između redaka: priručnik za razvoj medijske pismenosti*. Zagreb: GONG i Kurziv.

20. Livazović, G. (2009). Teorijsko-metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život i škola*, 21(1), 108-115.
21. Maksimović, J., Petrović, J., Osmanović, J. (2015). Medijske kompetencije školskih pedagoga u suzbijanju vršnjačkog nasilja. In *Medias Res: Journal of the Philosophy of Media*, 4 (6), 912-923.
22. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th edition). SAGE Publications Inc.
23. Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
24. Tulodziecki, G., Grafe, S. (2012). Approaches to Learning with Media and Media Literacy Education – Trends and Current Situation in Germany. *Journal of Media Literacy Education*, 4 (1), 44-60.
25. Tyner, K. (2010). *Media literacy: New agendas in communication*. New York: Routledge.
26. Wenner, R. M. (2016). "Media Literacy Definitions". Master of Arts (MA), thesis, Communication/TheatreArts, Old Dominion University, DOI: 10.25777/js5y-hk73 https://digitalcommons.odu.edu/communication_etds/.
27. Yildiz, M. N., Fazal, M., Ahn, M., Feirsen, R., Ozdemir, S. (2019). *Handbook of research on media literacy research and applications across disciplines*. Hershey: Information Science Reference.

SCHOOL TEACHER AND MEDIA LITERACY

Abstract: *After the theoretical analysis of media and its influence on children and emphasizing the need for media literacy, the paper presents the results of research on the importance of school counselor in promoting media literacy. The research findings show that there is a need to work on promoting media literacy in schools. The main reasons for this are the increasing exposure to media content, the understanding of media as a factor influencing children and adolescents, the uncertainty about the importance of media literacy and the inadequate, i.e. inappropriate, presentation of this content in the classroom. As the most appropriate forms of promoting media literacy, the research participants mainly mentioned workshops, projects, prevention programs, cooperation with other school stakeholders, organizing visits to institutions and conducting research and providing training programs on media literacy in schools.*

Key words: *media, media literacy, school counselor*