



PERCEPCIJA NASTAVNIKA O UČESTALOSTI KOMUNIKACIJE S UČENICIMA U OSNOVNOJ ŠKOLI O MEDIJSKIM SADRŽAJIMAⁱ

Mirela Müllerⁱⁱ

Filozofski fakultet,
Odsjek za njemački jezik i književnost,
Sveučilište u Splitu,
Hrvatska

Abstract:

Mediji imaju sve izraženiju ulogu u procesu odgoja i socijalizacije djece i mladih. Medijska socijalizacija označava specifični aspekt razvojnog procesa navedene populacije. Postavlja se pitanje kako u odgoju i razvoju djece i mladih, pod utjecajem medija, nastaje prilagođavanje otvorenih prototipa ponašanja, percepcije, razmišljanja, osjećanja, vrijednosti, utjecaja socijalnih grupa, devijantnog ponašanja, te uopće učinka medija na odgoj djece i mladih. Problem predstavlja činjenica da se suvremeni akteri u odgoju i obrazovanju sve teže nose s kompliciranim zadacima u savladavanju, kako vještina u korištenju medija, tako i preventivnih programa, (s kojima roditelji, nastavnici, te djeca i mladi trebaju biti upoznati); a sve kako bi se postigla željena koordinacija i komunikacija. Djeca i mladi, doduše, danas imaju veću mogućnost izbora, ali ih prate kriza identiteta, slab utjecaj društvenih vrednota (zajedništva), te nesnalaženje u ubrzanom razvoju tehničke revolucije. Djeca i mladi sve više postaju robovima masovnih komunikacija, ovisnici o internetu (društvenim mrežama, Bloogovima, igranju video-igrice.....). Istraživanje polazi od temeljne hipoteze da sastavnici s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju ih na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece reflektivno-kritički stav prema medijskim informacijama. U istraživanju je korištena kvantitativna metodologija. Kao metodološki postupak u ovom istraživanju primijenjen je postupak: *anketiranja*. Rad je predložio različita polazišta za veću senzibilizaciju stručnjaka i roditelja za integriranje nastavnoga predmeta i sadržaja Medijskoga odgoja u suvremeni školski kurikulum.

Ključni pojmovi: komunikacija, medijski sadržaj, nastavnici, učenici, istraživanje, medijski odgoj

ⁱ TEACHERS' PERCEPTION OF THE FREQUENCY OF COMMUNICATION WITH STUDENTS IN PRIMARY SCHOOL ABOUT MEDIA CONTENTS

ⁱⁱ Correspondence: email mmuller@ffst.hr

Abstract:

The media play an increasingly pronounced role in the process of education and socialization of children and young people. Media socialization means a specific aspect of the development process of the mentioned population. The question arises as to how in the education and development of children and young people, under the influence of the media, the adaptation of open prototypes of behavior, perception, thinking, feelings, values, the influence of social groups, deviant behavior, and the general effect of the media on the education of children and young people is created. The problem is the fact that modern actors in upbringing and education are finding it increasingly difficult to cope with complicated tasks in mastering both skills in the use of media and preventive programs (with which parents, teachers, and children and young people should be familiar); and all in order to achieve the desired coordination and communication. Children and young people today have a greater choice, but they are accompanied by an identity crisis, the weak influence of social values (community), and the inability to find their way in the accelerated development of the technical revolution. Children and young people are increasingly becoming slaves of mass communications, addicted to the Internet (social networks, Blogs, playing video games...). The research starts from the basic hypothesis that the constituents do not sufficiently communicate with children about the use of different media, do not direct them to check the credibility of the information they learn through the media, and do not develop in children a reflexive-critical attitude towards media information. Quantitative methodology was used in the research. As a methodological procedure in this research, the following procedure was applied: surveying. The paper proposed different starting points for greater awareness of experts and parents for the integration of the subject and content of Media Education into the modern school curriculum.

Keywords: communication, media content, teachers, students, research, media education

1. Uvodne napomene

Istaknuti znanstvenici iz područja mediologije imaju zajedničke teze kako mediji imaju tri razine uključivanja pojedinca u odgojni i socio-komunikacijski proces: prva razina se odnosi na razinu društvene integracije, druga razina se temelji na socijalnoj komunikaciji (odgoj i obrazovanje, informacije putem medija), a treća je usmjerena na kulturnu razinu (Baacke, 1997; Hugo, 2007; Moser, 2000). Te tri razine se razvrstavaju na dva temeljna aspekta: na strukturalni aspekt, koji počinje pitanjem *o čemu mediji trebaju informirati* u procesu odgoja, (kako bi se spriječila disfunkcionalna uloga); a drugi aspekt se odnosi na *način i aspekt informiranja*, odgovarajući na pitanje: *kako znati živjeti s medijima*. U ovim pristupima se naglašava činjenica kako suvremeni mediji potiskuju nekad primarne agense socijalizacije djece i mladih, prvenstveno obitelj i školu. U svjetlu tih analiza procesa odgoja i obrazovanja, socijalizacije i medijske manipulacije, mediji postaju

najeksplicitniji nositelji simboličkih poruka (Baacke, 2007; Schorb, 1997; Niegemann, 1995). Charlton i Neumann–Braunn ističu da su djeca u svom razvoju i socijalizaciji suočeni s medijskim sadržajem, ali da nemaju osnovne elemente „razvijene kompetencije“ (Charlton/Neumann-Braun, 1992, Bickelmann, 2002). Odgoj putem medija se proučava dva temeljna pitanja: 1) *kako djeca i mladi uče koristiti medije?*; te 2) *kako mediji mijenjaju opće socijalne procese i jesu li to promjene koje unapređuju ili ugrožavaju razvoj?* U prvom pitanju se prije svega misli na svakodnevne procese, koji se odvijaju bez pedagoškog upravljanja. Njemački medijski pedagozi ističu kao primarni cilj u medijskoj pedagogiji razvoj općih i stručnih medijskih kompetencija. Dieter Baacke (2007) medijsku kompetenciju povezuje s komunikacijskom kompetitivnošću. Medijska pedagogija potiče komunikacijsku kompetenciju ovisno o socijalnim, psihofizičkim i pedagoškim aspektima u procesima socijalizacije djece i mladih. Medijska kompetencija ima veliki udio u komunikacijskoj kompetenciji.

Baacke (2007) predlaže sistematizaciju medijske kompetentnosti s četiri aspekta: medijska kritika, medijski korisnik, korištenje medija, te njihovo stvaranje. Iza svega stoji zadatak osposobljavanja djece i mladih za analizu, stvaranje, komunikaciju i djelovanje u suvremenom medijskom okruženju (Baacke, 2007). Schorb *kritičnu refleksivnost* ocjenjuje kao najveći udio medijske kompetentnosti, a koju integrira kao etičko stajalište u konceptu medijskog djelovanja. Medijski teoretičar Neuss (2007) smatra da djelovanje medija upućuje na sposobnost dekodiranja medijskog sadržaja i na svrhu sudjelovanja u razvoju, a ne samo analizu medija. Sljedeći prijedlog objašnjenja i podjele medijske kompetencije potječe od Steffana Aufenangera (2009). On medijsku kompetenciju promatra kroz kognitivnu, moralnu, socijalnu, afektivnu, estetsku te dimenziju djelovanja. Te bazične dimenzije odgojnog djelovanja ujedinjuje s funkcijama medija. Pored Baacke i Schroba, Aufenanger ističe posebnu ulogu afektivne i estetske dimenzije na razvoj svijesti i ponašanje djece i mladih. Daljnju analizu medijske kompetencije iznosi Lothar Mikos (2009), koji smatra da medijska kompetencija ukazuje na tri bitne poveznice: znanje i djelovanje subjekta, potrebe i interesi, te svakodnevne situacije, koje zaslužuju posebne analize u procesima medijske socijalizacije. Odatle i zadatak suvremene medijske pedagogije, koja treba jasnije odrediti što je medijska kompetentnost u odnosu na kronološku dob djece i mladih (Neuss, 2001, Fritz, 1997) kako bi se odgovorilo na pitanje koje medijsko-didaktičke materijale ili metode treba razvijati da bi npr. postupci nastavnika u školama bili aplikativni, odnosno svrsishodni. Sve navedeno upućuje na potrebu detaljnijeg istraživanja odnosa medija kao nositelja simboličkih poruka te analizu odgojnog procesa, kako bi se ustanovila potreba o integriranju medijskog odgoja u školski kurikulum. Ukoliko stručni suradnici u školama nemaju usvojene kompetencije u naglom razvoju *cyber* svijeta, ne mogu biti uključeni i „pratiti“ odgojni proces. Ovo je upravo i bio osnovni motiv (pri izboru) problema ovog istraživanja, stoga su za ispitanike odabrani: nastavnici i roditelji. Cilj istraživanja je utvrditi utjecaj medijskih poruka, odnosno pedagojske implikacije u odgojnom procesu djece u suvremenom tehnološko-digitalnom društvu, kako se one odražavaju u pedagoškoj praksi te utvrditi razliku na roditelje i nastavnike, glede njihove uključenosti

u sprječavanju medijskih manipulacija. U disertaciji će se potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze istraživanja.

2. Metodologija istraživanja

U istraživanju je korištena kvantitativna metodologija. Kao metodološki postupak u ovom istraživanju primijenjen je postupak: *anketiranja*. Empirijsko istraživanje je provedeno na stratificiranom uzorku sedmih i osmih razreda osnovnih škola u Splitu, (dvije osnovne škole: OŠ Lučac i OŠ Meje) i Zadru, (dvije osnovne škole: OŠ Smiljevac i OŠ Petar Preradović), te na uzorku njihovih roditelja i nastavnika. Formirana je hipoteza rada: H1: Nastavnici s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju ih na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece refleksivno-kritički stav prema medijskim informacijama. Na temelju afirmativne hipoteze formirane su sljedeće nutle hipoteze:

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika o učestalosti razgovora o medijima s nastavnicima i roditeljima.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i roditelja o učestalosti u kojoj ih roditelji upozoravaju o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i nastavnika o učestalosti u kojoj ih nastavnici upozoravaju o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora.

3. Metoda prikupljanja podataka

Za potrebe istraživanja konstruiran je anketni upitnik za nastavnike i roditelje VII i VIII razreda, sastavljen od instrumenata korištenim u dvije švicarske studijeⁱⁱⁱ. Nakon prikupljenih anketnih upitnika, pristupilo se unosu, obradi i interpretaciji podataka za

ⁱⁱⁱ Za potrebe istraživanja konstruiran je originalni anketni upitnik sastavljen od dvaju upitnika, korištena u dvije švicarske studije, autorskog tima Daniela Süssa, Armin Schliengera, Doris Kunz Heima, Markus Baslera, Stefan Böhia, Daniel Frischknechta (2003), „Jugendlichen und Medien“, Merkmale des Medienalltags, unter besonderer Berücksichtigung der Mobilkommunikation (Forschungsbericht); (Mladi i mediji - Značajke medijske svakodnevnice mladih s naglaskom mobilne komunikacije, utjecaju medija na socijalizaciju mladog naraštaja), Hochschule für angewandete Psychologie HAP, Fachhochschule (Abteilung Pädagogik; Zürich i od anketnog upitnika autorskog tima: HAP Zürich: Prof. Dr. Daniel Süss, Dr. Verena Rutschmann, Markus Basler, Stefan Böhi, Corinna Merz, Franziska Mosele (2003), Befragung 2003, „Kinder und Jugendliche und ihre Medien“ (u slob. prijevodu, Mladi i njihovi mediji - anketni upitnik), Hochschule für angewandete Psychologie, Schweizerisches Institut für Kinder und Jugendlichen; Zürich. Anketni upitnici bili su namijenjeni završnim razredima osnovne škole i početnim razredima srednje škole, a korišteni su na reprezentativnom uzorku (N= 2.667 ispitanika).

sve tri skupine ispitanika. U disertaciji je izvršen računalni unos i obrada podataka, uz primjenu statističkog programa SPSS (20.0).

2.1.1. Analize podataka

Od statističkih metoda korištene su: deskriptivna metoda analiza podataka (svi podatci su prikazani deskriptivno i uz prikaz podataka su dane poveznice deskriptivnih rezultata s već postojećim sličnim istraživanjima) te inferencijska metoda analiza podataka. Od postupaka deskriptivne statistike primijenjeni su slijedeći: Izračunavanje frekvencija; izračunavanje postotka, izračunavanje mjera centralne tendencije (aritmetička sredina, mod), izračunavanje mjere varijabilnosti (standardna devijacija) i izračunavanje koeficijenta korelacije (Pearsonov koeficijent). Za testiranje hipoteze o jednakosti aritmetičkih sredina više osnovnih skupova korištena je analiza varijance (ANOVA: Scheffeoov post-hoc, Bonferroni post-hoc i Fischerov post-hoc analiza), t-test. Postupak t-testa i ANOVE primijenio se s ciljem utvrđivanja veza i odnosa između zavisnih i nezavisnih varijabli.

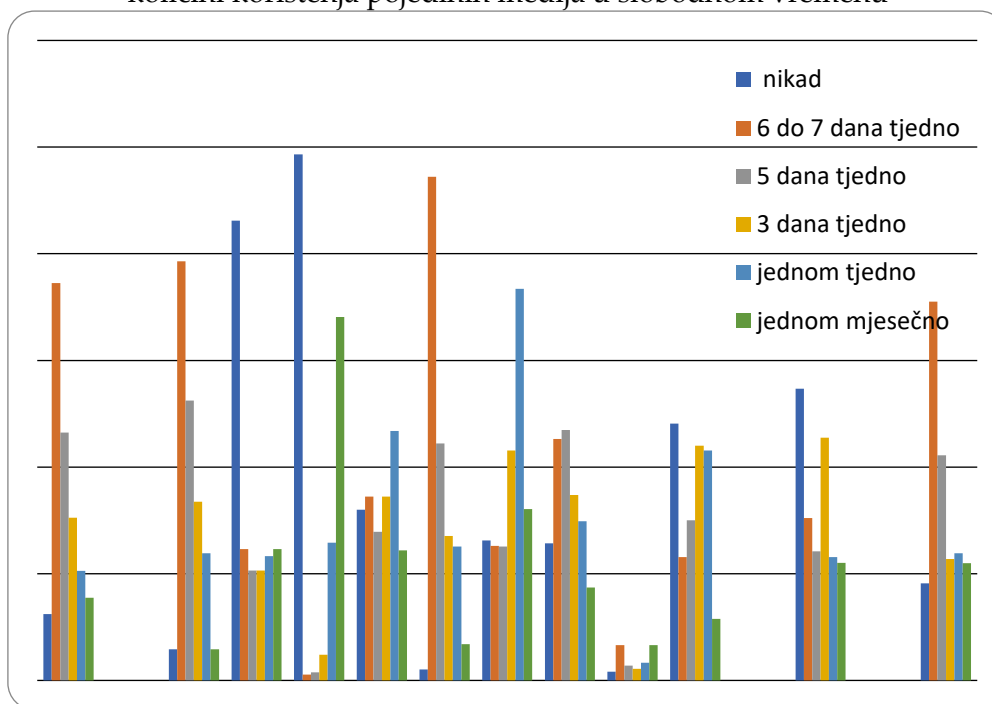
3. Interpretacija rezultata istraživanja nastavnika

Tablica 1: Opći podaci o ispitanicima/nastavnicima

Spol	F	%
Nastavnici	5	11,91
Nastavnice	37	88,09
Ukupno	42	100
Škola	F	%
Meje	17	40,48
Lučac	13	30,95
Petar Preradović	7	16,67
Smiljevac	5	11,90
Ukupno	42	100
Razred	F	%
VII razred	20	47,62
VIII razred	22	52,38
Ukupno	42	100
Mjesto Stanovanja	F	%
Selo	4	9,52
Grad	38	90,48
Ukupno	42	100
Članovi Kućanstva	F	%
1 član	5	11,90
2 člana	12	28,57
3 člana	7	16,67
4 člana	18	42,86
Ukupno	42	100
Mjesto Stanovanja	F	%
u malom stanu	4	9,52
u srednjem velikom stanu	22	52,38
u velikom stanu	1	2,38
u kući	15	35,71
Ukupno	42	100

Sljedeći podatci prikazuju odnos slobodnog vremena i korištenja učestalosti pojedinih medija kod nastavnika.

Grafikon 1: Prikaz podataka mišljenja nastavnika o količini korištenja pojedinih medija u slobodnom vremenu

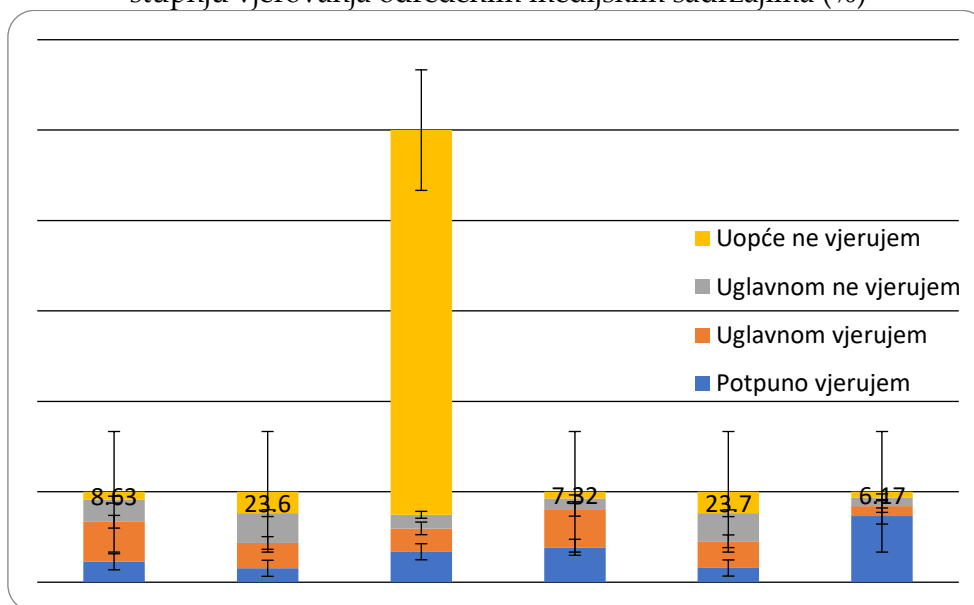


Tablica 2: Deskriptivne mjere podataka mišljenja nastavnika o količini korištenja pojedinih medijskih sadržaja u slobodnom vremenu za Grafikon 1

Red.-br.	Naziv čest-ice	jednom mjesečno		jednom tjedno		3 dana tjedno		5 dana tjedno		6 do 7 dana tjedno		Nikad	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
1.	čitam knjigu (bez škol-skih knjiga i lektire)	1.36	0.58	1.19	0.25	1.42	0.15	1.67	0.11	1.45	0.37	1.25	1.43
2.	čitam novine	1.92	0.71	1.13	0.19	1.45	0.89	1.61	0.22	1.22	0.41	1.19	0.39
3.	čitam stripove	1.19	0.59	0.25	0.20	2.25	1.45	1.74	2.25	0.36	0.36	2.20	0.40
4.	čitam časopise za mlade	1.90	0.77	0.11	0.17	0.25	0.25	1.55	1.47	1.56	0.32	1.17	1.37
5.	čitam neke druge stvari	1.59	0.66	1.14	0.22	2.25	1.25	2.44	1.78	0.56	0.45	0.22	0.41
6.	gledam televi-ziju	1.68	1.86	2.25	2.18	1.65	0.36	1.69	1.55	1.37	0.44	2.18	1.38
7.	gledam dvd-e	1.44	0.65	2.65	0.16	2.15	1.04	2.89	0.03	2.36	0.47	1.16	2.36
8.	slušam radio	1.13	1.09	2.23	2.12	2.25	0.66	1.56	1.08	0.08	0.38	1.12	1.32
9.	slušam cd-e i/ili MP3	1.54	0.74	2.45	0.45	1.45	0.65	0.56	1.06	1.08	1.03	1.65	0.08
10.	igram igrice na raču-nalu	1.33	0.61	0.65	1.54	2.21	0.78	1.23	2.04	0.12	0.45	1.45	1.09
11.	kori-stim internet	1.60	0.64	2.47	0.56	1.12	1.55	1.22	1.65	0.25	0.78	1.78	1.26

Rezultati prikazani u Grafikonu 1. i Tablica 1. pokazuju da veći udio ispitanika slobodno vrijeme provodi uz televiziju (47,23%, $M=1.37$, $SD=0.44$), potom čitajući dnevni tisak (39,87%, $M=1.22$, $SD=0.41$), uz knjigu (38,45%, $M=1.67$, $SD=0.11$), uz internet (36,12%, $M=0.25$, $SD=0.78$) i uz računalo (21,10%, $M=0.12$, $SD=0.45$). Ukoliko usporedimo podatke ispitanika prema podacima s učenicima u odnosu na provođenje slobodnog vremena, zamjećujemo da učenici za 37,41% više koristi televizor i za 35,77% više internet. Dakle, možemo zaključiti da najveći postotak djece slobodno vrijeme provodi gledanje televizora i korištenjem interneta, a što potvrđuje da neselektivno korištenje slobodnog vremena učenika vodi razvoju učestalijeg korištenja određenih medija i na taj način se ugrožava komunikacija u obitelji. Usporedimo li podatke korištenja istih medija na temelju analize čestice *tri dana tjedno*, ispitanici svoje slobodno vrijeme provode uz računalo (22,14%, $M=2.21$, $SD=0.78$), uz glednja DVD-a (21,38%, $M=2.15$, $SD=1.04$), potom čitajući neke druge stvari (18,19%, $M=2.25$, $SD=1.25$) i čitajući dnevni tisak (14,56%, $M=0.89$, $SD=1.61$).

Grafikon 2: Prikaz podataka mišljenja nastavnika o stupnju vjerovanja određenim medijskim sadržajima (%)



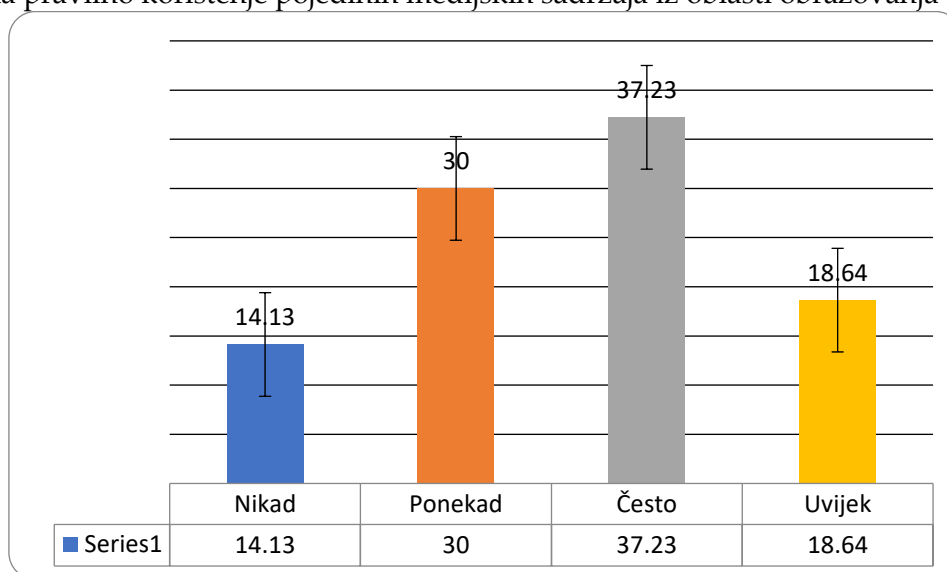
Tablica 2: Deskriptivne mjere podataka mišljenja nastavnika o stupnju vjerovanja pojedinim medijskim sadržajima za Grafikon 2

Red.br.	Naziv čestice	N	M	Min	Max	SD
1.	televizijskim informacijama	42	2.21	2	3	0.41
2.	sadržajima s Interneta	42	2.31	2	3	0.46
3.	radio emisijama	42	2.11	2	3	0.32
4.	člancima u dnevnim/tjednim novinama	42	2.31	2	4	0.51
5.	člancima u časopisima za mlade	42	2.69	2	4	0.71
6.	školskim udžbenicima	42	1.71	1	3	0.55

Podatci prikazani u Grafikonu 2. i Tablica 2. pokazuju čestinu vjerovanja nastavnika informacijama iz različitih medija s kojima se susreću, većina (44,30%, $M=2.21$, $SD=0.41$)

uglavnom vjeruje televizijskim informacijama, uglavnom ne vjeruje sadržajima s interneta (33,00%, M=2.31, SD=0.46), potom u potpunosti vjeruje radio emisijama (33,64%, M=2.11, SD=0.32), uglavnom ne vjeruje člancima u dnevnim/tjednim novinama (31,05%, M=2.31, SD=0.71), člancima u časopisima za mlade (31,05%, M=2.69, SD=0.71) i potpuno vjeruje školskim udžbenicima (73,20%, M=1.71, SD=0.55). Ukoliko usporedimo podatke ispitanika prema podacima s učenicima u čestini vjerovanja informacijama putem medija, 40,01% učenika uglavnom vjeruje televizijskim informacijama, radio emisijama vjeruje 44,44% učenika, člancima u časopisima za mlade, 39,54% i samo 56,20% učenika, potpuno vjeruje školskim udžbenicima. Temeljem prethodno navedenih podataka, potvrđeno je da nastavnici donekle imaju reflektivno-kritičku svijest (za razliku od učenika) prema navedenim informacijama danim putem medija, ali da nemaju usvojene medijske kompetencije kako bi selektivno razlučivali odgojnu i/ili manipulacijsku ulogu o pojedinim medijskim sadržajima. Na temelju analize pitanja *upućuju li nastavnici učenike na pravilno korištenje različitih medija, kod izvršavanja zadataka vezanih uz obrazovanje (npr. domaće zadaće, učenje za ispit i slično)*; dobiveni podatci su prikazani u Grafikonu 3.

Grafikon 3: Prikaz podataka koliko nastavnici upućuju učenike na pravilno korištenje pojedinih medijskih sadržaja iz oblasti obrazovanja (%)



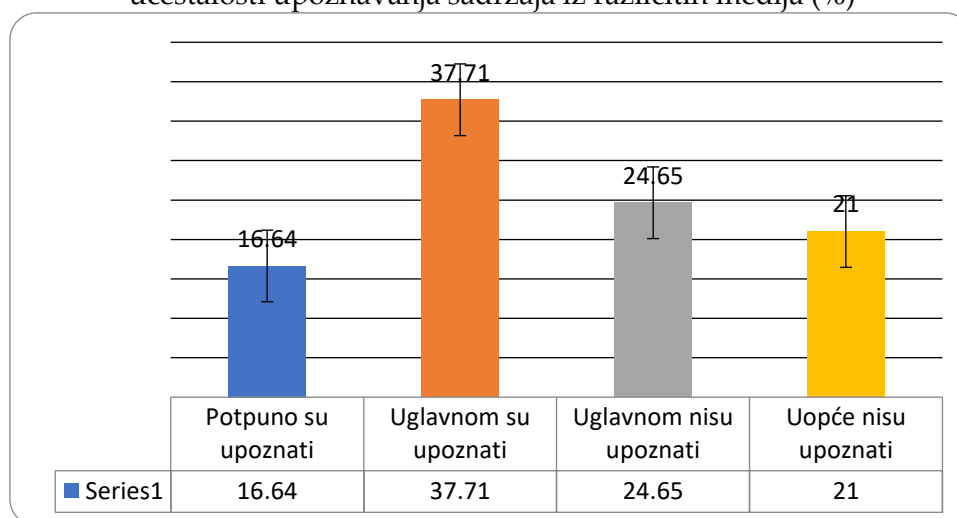
Tablica 3: Deskriptivne mjere podataka koliko nastavnici upozoravaju učenike na pravilno korištenje pojedinih medijskih sadržaja iz oblasti obrazovanja za grafikon 3

Red.br.	Naziv čestice	M	Min	Max	SD.
1.	Nikad	0.31	0	1	0.46
2.	Ponekad	0.38	0	1	0.48
3.	Često	0.36	0	1	0.47
4.	Uvijek	0.45	0	1	0.49

Grafikon 3. i Tablica 3. pokazuju podatke mišljenja nastavnika da često (37,23%, M=0.36, SD=0.47) upozoravaju učenike na pravilno korištenje pojedinih medijskih sadržaja iz

oblasti obrazovanja. Manji udio ispitanika su mišljenja da samo *ponekad* (30,00%, $M=0.38$, $SD=0.48$) upućuju učenike na pravilo korištenje različitih medija kod izvršavanja zadataka vezanih za obrazovanje, dok ipak učenici tvrde suprotno. Ako usporedimo dobivene podatke kod učenika koji su mišljenja da samo 14,256% nastavnika ($M=2.03$, $SD=0.68$) upućuje na potrebu provjeravanja informacija iz medija, možemo zaključiti da nastavnici nedovoljno upozoravaju učenike na pravilno korištenje medija. Zabrinjavajuće je da nastavnici slobodno vrijeme najčešće provode uz internet i računalo, ali da nemaju potrebu za upozoravanje na pravilno korištenje istih. Usporedimo li dobivene podatke kod učenika i nastavnika s podacima iz provedenog istraživanja iz 2008. godine kod zadarskih srednjoškolaca, možemo tvrditi da je za 38% pala čestina vjerovanja upozoravanja kod učenika, dok nastavnici ipak smatraju da i dalje često upućuju učenike na pravilno korištenje novih tehnologija. Dakle, u istraživanju prije tri godine učenici i nastavnici su imali podjednako mišljene o čestini upozoravanja na pravilno korištenje, dok u istraživanju iz 2011. godine je postotak čestine pao na 16,45%. Sve navedeno dodatno upućuje na potrebu integriranja medijskog odgoja u školskom kurikulumu, kao i na razvoj općih i stručnih medijskih kompetencija ne samo kod učenika, nego i kod nastavnika.

Grafikon 4: Prikaz podataka mišljenja nastavnika o učestalosti upoznavanja sadržaja iz različitih medija (%)



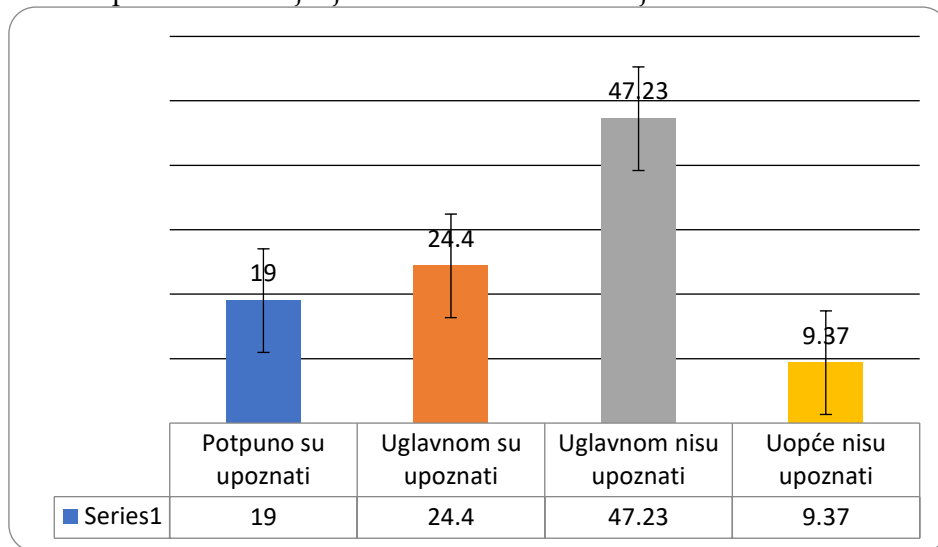
Tablica 4: Deskriptivne mjere podataka mišljenja nastavnika o učestalosti upoznavanja sadržaja iz različitih medija za Grafikon 4.

Red.br.	Ime čestice	M	Min	Max	SD.
1.	Potpuno su upoznati	0.36	0	1	0.48
2.	Uglavnom su upoznati	0.39	0	1	0.49
3.	Uglavnom nisu upoznati	0.30	0	1	0.46
4.	Uopće nisu upoznati	0.53	0	1	0.50

Podatci prikazani u Grafikonu 4. i Tablici 4. pokazuju da samo 37,11% ($M=0.36$, $SD=0.46$) nastavnika *uglavnom je upoznato* sa sadržajima s kojima se susreću kroz različite

elektroničke i tiskovine izvore informacija, a samo 24,45% ($M=0.30$, $SD=0.46$) nije upoznato. Zabrinjavajući je podatak da samo 22,45% ($M=0.53$, $SD=0.50$) ispitanika uopće nisu upoznati sa sadržajem. Ovdje se potvrđuje da nastavnici nemaju usvojene medijske kompetencije što također potvrđuje i hipotezu rada o nužnosti integracije medijskog odgoja u školski kurikulum.

Grafikon 5: Prikaz podataka mišljenja nastavnika o korištenju računala učenika izvan škole (%)



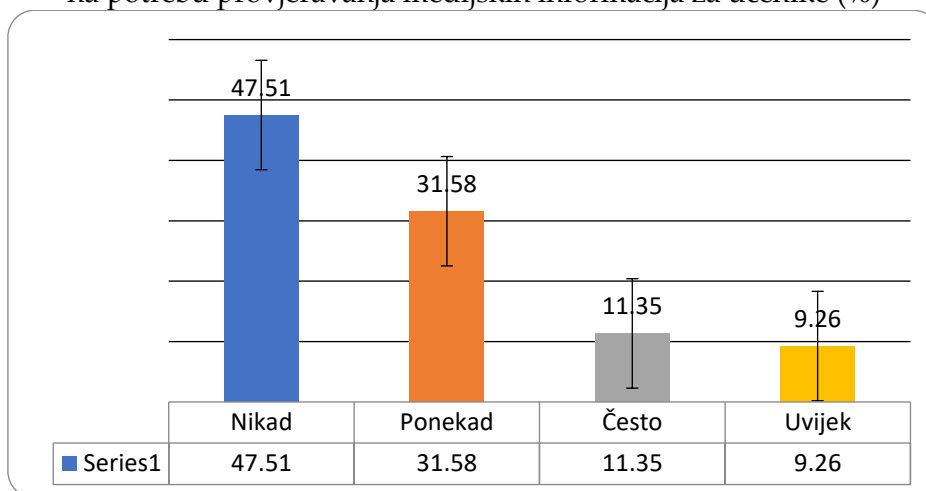
Tablica 5: Deskriptivne mjere podataka mišljenja nastavnika o korištenju računala učenika izvan škole za Grafikon 5

Red.br.	Ime čestice	M	Min	Max	SD.
1.	Potpuno su upoznati	0.48	0	1	0.50
2.	Uglavnom su upoznati	0.51	0	1	0.51
3.	Uglavnom nisu upoznati	0.36	0	1	0.48
4.	Uopće nisu upoznati	0.40	0	1	0.49

Rezultati prikazani u Grafikonu 5. i Tablici 5. pokazuju da nastavnici *uglavnom nisu upoznati* sa korištenjem računala učenika izvan škole (47,23%, $M=0.36$, $SD=0.78$), a tek 16,17% ispitanika smatra su *u potpunosti upoznati* ($M=0.48$, $SD=0.50$). Ukoliko usporedimo s dobivenim podacima kod učenika u čestini mišljenja o upoznatosti njihovih roditelja, možemo zaključiti da je skoro jednak postotak (nešto manje od 1,75% roditelja) kao i kod nastavnika. Dakle, dobiveni podatci se mogu interpretirati na slijedeći način: nastavnici i roditelji uglavnom nisu upoznati sa sadržajima koje učenik koristi na računalu za vrijeme boravka kod kuće. Podatci upućuju na činjenicu nedostatka komunikacije s učenicima unutar obitelji ali i na distancu razgovora u odnosu učenik-nastavnik, a što argumentira problematiku o ugroženosti socijalizacije mladog naraštaja u kojem mediji postaju glavni agensi. Medijska socijalizacija označuje specifični aspekt razvojnog procesa djece. Postavlja se pitanje kako u odgoju i razvoju djece, a pod utjecajem novih medija, nastaje prilagođavanje otvorenih prototipa ponašanja, percepcije, razmišljanja, osjećanja, vrijednosti i utjecaja socijalnih skupina. Tradicionalne institucije kao što su obitelj,

odgojno i obrazovne ustanove sve više gube na značenju, naspram medijskim izazovima. S toga aspekta, možemo tvrditi da se i ovdje radi o četvrtom tipu odgoja, tzv. permisivnom i indiferentnom stilu. Dijete odgojeno u takvom ozračju ne vodi računa što o njemu drugi misle, ono od nastavnika i roditelja traži njihovo odobravanje. U tom odgoju bitna je samo vanjska manifestacija. Na temelju analize pitanja *upozoravaju li nastavnici učenike na potrebu provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija (TV, Internet...) i tiskovnih izvora (časopisi za mlade...)*, dobiveni podatci su prikazani u Grafikonu 6.

Grafikon 6: Prikaz učestalosti upozoravanja nastavnika na potrebu provjeravanja medijskih informacija za učenike (%)



Tablica 6: Deskriptivne mjere podataka o učestalosti upozoravanja nastavnika na potrebu provjeravanja medijskih informacija za učenike za Grafikon 6

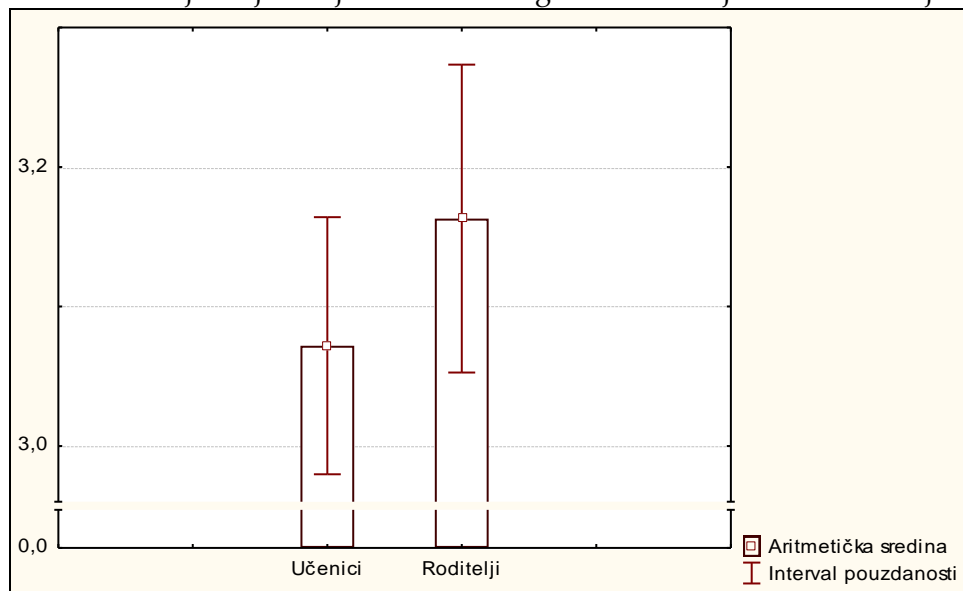
Red.br.	Ime čestice	M	Min	Max	SD
1.	Nikad	0.30	0	1	0.46
2.	Ponekad	0.40	0	1	0.50
3.	Često	0.30	0	1	0.47
4.	Uvijek	0.19	0	1	0.40

Podatci prikazani u Grafikonu 6. i Tablici 6. pokazuju veći udio ispitanika da skoro *nikad* ne upozoravaju učenike na potrebu provjeravanja medijskih informacija (48,12%, $M=0.30$, $SD=0.46$), potom 32,89% ispitanika je mišljenja da *ponekad upozoravaju*, dok samo 7,89% misli da *uvijek upozoravaju*. Ako usporedimo ove rezultate s dobivenim podacima kod učenika, možemo zaključiti da učenici smatraju kako ipak, roditelji (34,34%, $M=2.92$, $SD=1.01$), za razliku od nastavnika (14,26%, $M=2.03$, $SD=0.68$) češće upozoravaju na potrebu provjeravanja medijskih informacijama.

Dalje, H2: Nastavnici i roditelji s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece refleksivno-kritički stav prema medijskim informacijama.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja.

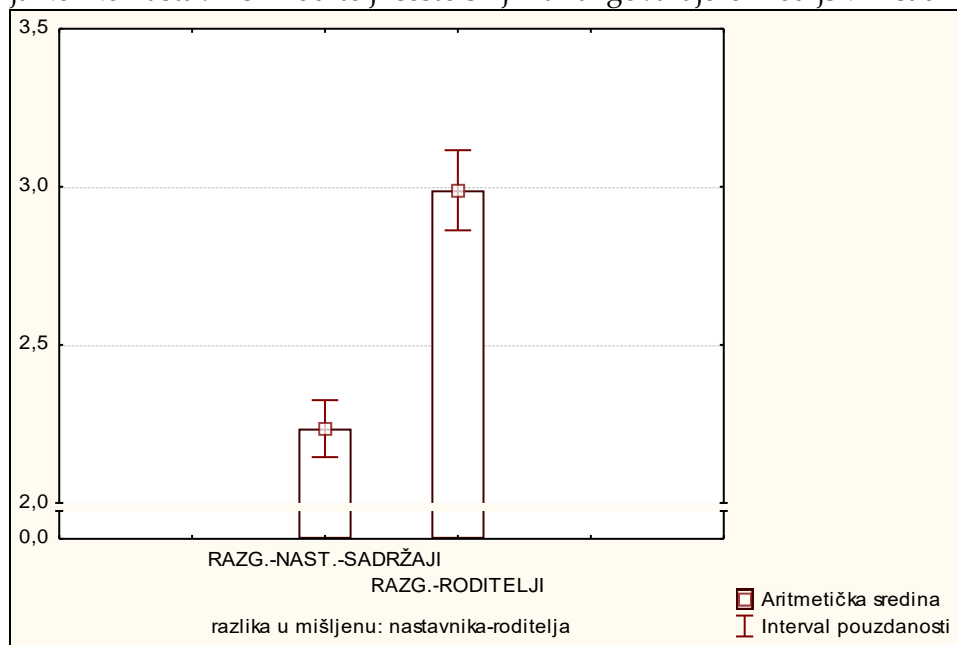
Grafikon 7: Prikaz razlike kod mišljenja učenika na temelju analize pitanja o učestalosti razgovora od strane roditeljima o medijskim informacijama, s obzirom na mišljenje učenika i samih roditelja o njihovoj učestalosti razgovora o medijskim informacijama



Prema statističkoj analizi pitanja koliko često razgovaraš s roditeljima o sadržajima s kojima se susrećeš kroz različite elektroničke medije (TV, Internet) i tiskovne izvore informacija (časopisi za mlade...) te koliko roditelji razgovaraju u svezi navedenog, odbacuje se nul hipoteza da ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja, kao što je vidljivo u Grafikonu 28. Dakle, učenici su mišljenja da sa svojim roditeljima samo ponekad razgovaraju o sadržajima u medijima ($M=3,071$), dok su roditelji mišljenja da često o tome razgovaraju ($M= 1.96$). Na razini značajnosti od $p<0,05$, utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja ($t= 0,99$, $p=0,31$). Suvremena istraživanja pokazuju da mladi o internetu znaju znatno više od njihovih roditelja, a kada roditelji preuzmu aktivnu ulogu posrednika između djece i medija, (tako što redovito razgovaraju s djecom o medijskim sadržajima) tada se smanjuje vjerojatnost lošeg utjecaja medija na dijete (Subrahmanyam; Greenfield, 2008). Singer (1986; prema: Anderson, 2003). Istraživanje koje je proveo Nathanson (1999) otkriva da djeca čiji roditelji s njima diskutiraju o neprimjernim nasilnim medijskim sadržajima pokazuju manje agresivnih tendencija od djece s kojima roditelji ne razgovaraju i koji ne ograničavaju izloženost takvim sadržajima. Istraživanja provedena kod nas (Ilišin, 2003; Trstenjak, 2006; Miliša, 2007; 2008) pokazuju da samo 10%- 15% djece razgovara o medijskim sadržajima i/ili ponudama, te da je nužno s djecom razgovarati o onome što su vidjela i čula, kako bi im se pomoglo vrednovati značenje, te shvatiti odgojne poruke (Košir; Zgrabljic; Ranfl, 1999).

Dalje, H_0 : Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika o učestalosti razgovora o medijima s nastavnicima i roditeljima.

Grafikon 8: Značajnost razlike kod mišljenja učenika na temelju analize pitanja koliko nastavnici i roditelji često s njima razgovaraju o medijskim sadržajima



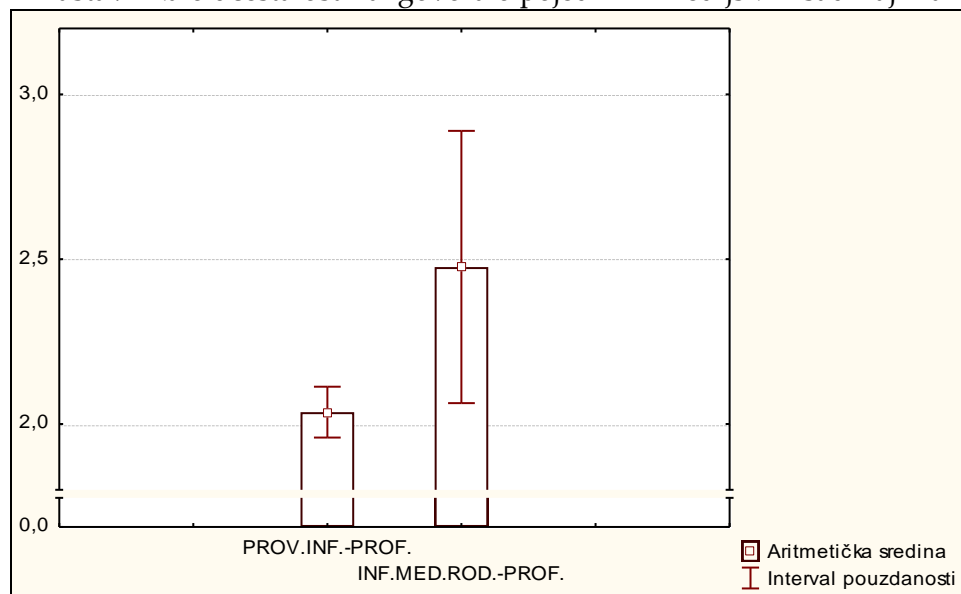
Tablica 6: Prikaz t-testa za Grafikon 29. (Značajnost razlike kod mišljenja učenika na temelju analize pitanja koliko nastavnici i roditelji često s njima razgovaraju o medijskim sadržajima)

	M	SD	N	t	df	p
Razgovor-roditelji-medijski sadržaji	2.14.	0.78				
Razgovor-nastavnici-medijski sadržaji	2.69	0.78	42	3.20	41	0,002

Odbacuje se nul hipoteza da ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika o učestalosti razgovora o medijima s nastavnicima i roditeljima, a što je vidljivo u grafikonu 29 i tablici 44. Na razini značajnosti od $p < 0,05$, utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika o učestalosti razgovora o medijima s nastavnicima i roditeljima ($t = -3,20$, $df = 41$, $p = 0,00$). Utvrđeno je da učenici smatraju da nastavnici s njima često razgovaraju o medijskim sadržajima. Učenici smatraju da roditelji (za razliku od nastavnika) češće razgovaraju o sadržajima danim u elektroničkim medijima. Analizirajući podatke iz deskriptivne analize, frekvencije potvrđuju da nastavnici gotovo nikad ne razgovaraju (67,51%) sa svojim učenicima, dok roditelji ponekad razgovaraju (15,71%).

Dalje, H_0 : Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i roditelja o učestalosti upozoravanja od strane roditelja o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora.

Grafikon 9: Značajnost razlike u mišljenju učenika o upućivanju nastavnika na provjeru informacija putem (elektroničkog) medija, s obzirom na mišljenje nastavnika o učestalosti razgovora o pojedinim medijskim sadržajima



Tablica 7: Prikaz t-testa za grafikon 31. (Značajnost razlike u mišljenju učenika o upućivanju provjera informacija putem (elektroničkog) medija, s obzirom na nastavnike o učestalosti razgovora o pojedinim medijskim sadržajima)

	M1	M2	t	df	p	N1	N2
Provjeravanje informacija-uč.nastavnici	2.03	2.47	3.34	346	0.00	306	42

Odbacuje se nul hipoteza da ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i nastavnika o učestalosti upozoravanja od strane nastavnika o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora. Na razini značajnosti od $p < 0,05$, utvrđeno je da ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i nastavnika o učestalosti upozoravanja od strane nastavnika o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora ($t=3,34$, $df=346$, $p=0,00$). Kod utvrđivanja korelacije na temelju analize pitanja postoji li povezanost između roditelja koji su upoznati sa sadržajima s kojima se njihovo dijete susreće kroz različite elektroničke medije i nastavnika koji razgovaraju sa svojim učenicima o provjeravanju medijskih informacija, utvrđena je srednja povezanost ($r=-0,32$). Dakle, što su roditelji više upoznati sa sadržajima, to manje nastavnici razgovaraju i provjeravanju medijske informacije i obrnuto. Kod utvrđivanja korelacije, o povezanosti između upućenosti roditelja o tome što im djeca rade dok koriste računalo u svojoj sobi i između nastavnika koji razgovaraju sa svojim učenicima o provjeravanju medijskih informacija, utvrđena je statistički srednja povezanost ($r=-0,36$). Utvrđena je statistički značajna srednja povezanost ($r=-0,43$) kod mišljenja učenika s obzirom na upućivanje ispitanika na provjeravanje medijskih informacija od strane roditelja i mišljenja nastavnika koliko su upoznati sa sadržajima s kojima se učenici susreću kroz različite elektroničke (TV, internet..) i tiskovne izvore informacija (tiskovine, časopisi za mlade...).

Nadalje, utvrđena je, također, statistički značajna srednja povezanost između mišljenja učenica o tome koliko su njihovi roditelji upoznati sa situacijom što rade kada su u svojoj sobi za računalom ($r=-0,38$) i između mišljenja roditelja o tome koliko su uključeni u upućivanje učenica na pravilno korištenje određenih medija kod izvršavanja zadataka vezanih za obrazovanje. Dakle, što su roditelji više upoznati sa situacijom što im rade djeca dok su u sobi za računalom, to su manje uključeni u upućivanje na provjeru medijskih informacija i obrnuto. Utvrđena je statistički srednje značajna povezanost kod učenika ($r=-0,56$), između mišljenja roditelja da su upoznati sa sadržajima s kojima se njihovo dijete susreće kroz različite elektroničke medije (TV, internet...) i tiskovne izvore informacija (tiskovine, časopisi za mlade...) i između mišljenja nastavnika o istom. Po utvrđivanju korelacije u pitanju postoji li povezanost između roditelja koji nadziru dijete u sobi dok je uz računalo, utvrđena je srednje statistički značajna povezanost kod roditelja koji upućuju na provjeravanje sadržaja informacija putem medija ($r=-0,56$). Utvrđena je, statistički obrnuta, srednje značajna korelacija između provjeravanja informacija od strane roditelja i upućivanja na provjeravanje medijskih informacija od strane nastavnika ($r=-0,60$).

4. Zaključna razmatranja

Uporaba medija u svakodnevici je potrebna za stjecanje medijske kompetentnosti, a značenje medijskog djelovanja treba usmjeriti prema simboličnoj razmjeni između primatelja i medija. Dok, s jedne strane, otvaraju nesagledive mogućnosti učinkovitije suradnje učenika i nastavnika, dostupnosti informacija i cjeloživotnoga obrazovanja, s druge strane, nisu samo primarno promatrani kao tehničko sredstvo u odgojnom procesu, nego kao estetsko-simbolički materijal za samoizražavanje i poboljšanje kvalitetnije komunikacije. Uz pomoć simbola (mladi) čovjek se prilagođava svijetu (socijalizacijska uloga), mijenja ga (kritičko-odgojna uloga) ili bježi iz svijeta realnosti u svijet fikcije (manipulativna uloga). Medijski pedagozi analiziraju šest funkcija medija: komunikacijsku, kognitivnu, socijalno-političku, kulturalnu, obrazovnu i socijalno-humanističku. Sve te funkcije se u odgojnemu procesu mogu analizirati pri razmjeni simbola (kodova i znakova) s pomoću kojih se svi sudionici u odgoju uključuju u preuzimanju ili očuvanju (određenih) uloga u društvu. Iz medija se stvaraju znakovi i simboli i na taj se način rekonstruiraju u igru interakcije djece i mladih kao nositelja odgojnih sadržaja. Odatle slijedi pitanje: kako medije kao nositelje simboličkih poruka staviti u funkciju poboljšanja odgojnoga procesa i sprječavanja manipulacije? U svjetlu tih analiza procesa odgoja i obrazovanja, socijalizacije i medijske manipulacije mediji postaju najeksplicitniji nositelji simboličkih poruka. Mediji su nositelji komunikacijskih procesa. Oni su neizostavan čimbenik u suvremenim analizama odgojnoga procesa. Djeca i mladi sve više postaju sredstvo masovnih komunikacija, ovisnici o internetu a sve je prisutnija socijalna potištenost i izoliranosti pojedinca, pri čemu izostanak vrednota empatičnosti i altruizma postaje pedagoški izazov u teoriji i praksi odgoja. Odatle slijedi pitanje: kako medije staviti u funkciju poboljšanja procesa socijalizacije i otklona

medijskih manipulacija? Medijska pedagogija sadrži socio-pedagojske, socio-političke i socio-kulturne analize ponuda za sve uzraste medijskih konzumenata. Ona se ne odnosi samo na temeljne zahtjeve socijalizacije djeteta i mladih u svijetu medija i informacijsko-komunikacijskih tehnologija, već i na mogućnosti korištenja informacija i razvijanja medijskih kompetencija. Odgoj putem medija aktualizira dva temeljna pitanja: kako djeca i mladi uče koristiti medije? i kako mediji mijenjaju socijalne odnose te jesu li to razvojno unapređujuće ili ugrožavajuće pedagoške promjene? Temeljno pitanje jest otkrivanje proturječnosti komunikacije pri otkrivanju pedagojskih implikacija utjecaja medija na kulturu, vrijednosti i ponašanja. Tehnološki napredak (računalo, internet, e-pošta, globalizirano obavješćivanje) omogućuje izvanredan pristup informacijama iz medija, ali i manipulacije medijima. Uloga medija je učiniti vrijednosti, kulturu ili tradiciju različitih država razumljivima, drugim riječima, strano učiniti poznatim uz poštivanja svoga. Kulturu danas više nije moguće zamisliti bez medija i/ili novoga fenomena – tzv. *cyber* kulture. Analize medija iznimno su aktualne u odgojnoj praksi, a ne samo u obrazovnome procesu. Audiovizualni (inovativni) mediji (televizija i internet), ali i tradicionalni mediji (knjige, časopisi i radio) u posljednjih nekoliko desetljeća dobivaju na važnosti kad je u pitanju analiza njihova utjecaja na način razmišljanja djece i mladih. S razvojem interneta veliki se naglasak stavlja na slobodu artikulacije, na slobodu mišljenja, ali nedovoljno i na njegove pedagojske implikacije u odgoju.

Razvoj i uloga medijske kulture u Hrvatskoj koncipirani su na dobivanju znanja (ponajprije) iz tiska, interneta, školskih listova i listova za tinejdžere, kazališta (mladih), glazbe, radija, TV-a, knjižnica, kinematografije, ali ne i na metodički način pitanjem kako se 'znati' oduprijeti negativnomu medijskom utjecaju, odnosno kako steći medijske kompetencije. Medijska se kultura u Hrvatskoj shvaća kao ona koja pridonosi odgoju i obrazovanju budućih osviještenih građana koji se mogu snaći u mnoštvu raznolikih informacija i poruka, primjerice kako bolje razumjeti filmski medij, njegove specifičnosti, način izražavanja. Tim pristupom izostaje medijski odgoj koji teži stjecanju medijskih kompetencija. Razvoj medijske kulture trebao bi biti integriran u sklopu medijskoga odgoja. Bez medijskoga odgoja, koji podrazumijeva usvajanje medijskih kompetencija, ne može medijska kultura (po sebi) razvijati temeljne kompetencije.

Nove informativne tehnologije (internet, mrežno komuniciranje, elektronički mediji...) mijenjaju navike i ponašanje pojedinaca, osobito djece i mladih, ali i samu strukturu društvene zajednice. Brojnim istraživanjima je argumentiran zaključak da su mediji postali primarni agens socijalizacije mladog naraštaja. U disertaciji je napravljena distinkcija između pojmova medijska pismenost, medijsko obrazovanje i odgoj za medije. Medijska kompetencija pretpostavlja sposobnost refleksno-kritičke analize medijskih ponuda, istodobno se koristeći medijima kao sredstvom za neovisno, kreativno i kritičko izražavanje. Medijska pismenost je užji pojam i odnosi se na razinu stjecanja vještina vezanih uz neki konkretan medij, kao što je informatička pismenost, filmska umjetnost, tehnološka ili digitalna pismenost.

U empirijskom dijelu istraživanja u ispitivanju je sudjelovalo 92 roditelja i 42 nastavnika iz četiri osnovne škole s područja Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije).

Da je škola izgubila „utrku“ s medijima, implicitno je vidljivo (i) iz postotka ovog istraživanja koji kazuje da 27,7 % učenika/ca samo jednom mjesečno čita lektiru (kao školsku obvezu), da najveći postotak učenika smatra kako suvremeni mediji omogućavaju kvalitetnije korištenje slobodnog vremena (42,8%), 41,8% učenika smatra da im je važna marka mobitela, kako bi bili u „trendu“ te da im je najviše stalo do vršnjačke socijalizacije. Prihvaćena je hipoteza jer nastavnici i roditelji s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece reflektivno-kritički stav prema medijskim informacijama. Rad je predložio različita polazišta za veću senzibilizaciju stručnjaka i roditelja za integriranje nastavnoga predmeta i sadržaja Medijskoga odgoja u suvremeni školski kurikulum.

Conflict of Interest Statement

The author declares no conflicts of interest.

About the Author(s)

Mirela Müller, Assistant Professor, completed her graduate studies in pedagogy and German language and literature in 2007 at the University of Zadar (Croatia), and her postgraduate doctoral studies in social sciences in 2013 at the University of Zagreb Croatia. She has been employed at the Faculty of Philosophy in Split since October 1, 2020, at the Department of German Language and Literature. She is a member of numerous programs and organizing committees of international conferences. Participates in domestic and international conferences, and publishes scientific papers in domestic and foreign journals. Area of scientific interest: interdisciplinary field (pedagogy, interdisciplinary humanities), German language methodology, high school curricula, hybrid foreign language learning, multimedia didactics, language-pragmatic theories in intercultural language teaching.

Scopus link: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56936215200>

Web of Science ID: IUQ-5334-2023,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6631-3136>

References

- Aufenanger, S. (1997): Medienpädagogik und Medienkompetenz: Eine Bestandsaufnahme. In: Enquete-Kommission 'Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft. Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft'. Deutscher Bundestag (Hrsg.), *Medienkompetenz im Informationszeitalter*. Bonn, 15–22.
- Aufenanger, S. (2007): Medienkonservatismus. In: *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 19,2. S. 76-79. Mainz: Johannes Gutenberg UNI.
- Aufenanger, S.; Neuss, N. (1999): *Alles Werbung, oder was?: Medienpädagogische Ansätze zur Vermittlung von Werbekompetenz im Kindergarten. Konzeption und Effizienz praktischer*

- Medienarbeit in Schleswig-Holstein*. Ein Forschungsprojekt der Unabhängigen Landesanstalt für das Rundfunkwesen. Dostupno na: <http://home.arcor.de/nneuss/werb-pdf.pdf> [10. ožujka 2012.]
- Baacke D. (2007): *Medienpädagogik*. Unveränderte Neuauflage. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Baacke, D. (1973): *Kommunikation und kompetenz – Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien*. München: Juventa Verlag.
- Baacke, D. (1987): *Jugend und Jugendkultur*. Weinheim–München: Juventa Verlag.
- Baacke, D. (1997): *Medienpädagogik: Grundlage der Medienkommunikation*. Tübingen: Niemeyer Verlag.
- Baacke, D. (1998): *Medienkompetenz im Spannungsfeld von Handlungskompetenz und Wahrnehmungskompetenz*. Vortrag an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg am 8.12.1998. Dostupno na: <http://www.ph-ludwigsburg.de/medien1/baacke.pdf> [8. 12. 1998.]
- Baacke, D.; Ferchhoff, W.; Vollbrecht, R. (1997): *Kinder und Jugendliche in medialen Welten und Netzen*. In: Fritz, J.; Fehr, W. (Hrsg.), *Handbuch Medien: Computerspiele. Theorie, Forschung, Praxis*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 31–57.
- Bickelmann, K.; Sosalla, W. (2002): *Medienkompetenzen, Voraussetzungen, Förderung, Handlungsgeschichte*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Fritz, J. (1997): *Langeweile, Stress und Flow: Gefühle beim Computerspiel*. In: Fritz, J. Fehr, W. (Hrsg.), *Handbuch Medien: Computerspiele. Theorie, Forschung, Praxis*. Bonn, 207–215.
- Hug, T. (2001): *Aufwachsen im Medienzeitalter. Überlegungen zu den veränderten Aufgabenbereichen und Zuständigkeiten der Medienpädagogik*. In: Schmidt Siegfried, J. (Hrsg.), *Lernen in Zeiten des Internet: Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Bozen: Pädagogisches Institut für die deutsche Sprachgruppe, 139–155.
- Moser, H. (2000): *Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter*. Opladen: Leske und Budrich.
- Moser, H. (2006): *Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter*. Opladen: Leske und Budrich.
- Moser, H. (2006): *Standards für die Medienbildung. Schweizer Erfahrungen mit der Entwicklung von Standards*. *Computer+Unterricht*, 63, 16–18.
- Moser, H. (2006): *Standards in der Medienbildung. ein Standardmodell aus der Schweiz*. *Computer+Unterricht*, 63, 49–55.
- Moser, H. (2008): *Die Medienpädagogik und der zweite Strukturwandel der Öffentlichkeit*. In: Heinz Moser et al. (Hrsg.), *Jahrbuch Medienpädagogik 7.: Medien, Pädagogik, Politik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 23–50.
- Moser, H. (2009): *Die Medienkompetenz und die „neue“ erziehungswissenschaftliche Kompetenzdiskussion*. In: Meister, Dorothee/Herzig, Bardo/ Moser, Heinz/ Niesyto, Horst (im Druck): *Jahrbuch Medienpädagogik*. Heidelberg: Verlag für sozialwissenschaften.

- Moser, N. (1999): *Einführung in die Medienpädagogik: Aufwachsen im Medienzeitalter*. 2. Auflage. Opladen: Leske und Budrich.
- Neuss N. (2000): *Operationalisierung von Medienkompetenz: Ansätze, Probleme und Perspektiven*. Dostupno na: <http://www.medienpaed.com/00-1/neuss1.pdf> [10. ožujka 2012.]
- Neuss, H. (2006): Eine neue Sicht auf Selbstbildungsprozess bei Kindern. In: *Bildung und Lerngeschichten im Kindergarten*. Beltz Verlag.
- Neuss, N. (Hrsg). (2001): *Phantasiegefährten. Warum Kinder unsichtbare Freunde erfinden. Psychologie, Ursachen, Umgang*. Weinheim–Basel.
- Niegemann, H. M. (1995): *Computergestützte Instruktion in Schule, Aus- und Weiterbildung: theoretische Grundlagen, empirische Befunde und Probleme der Entwicklung von Lehrprogrammen*. Frankfurt: Peter Lang.
- Schorb, H. (1997): *Medienpädagogik*, Köln: Köln Stam.

Creative Commons licensing terms

Authors will retain the copyright of their published articles agreeing that a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) terms will be applied to their work. Under the terms of this license, no permission is required from the author(s) or publisher for members of the community to copy, distribute, transmit or adapt the article content, providing a proper, prominent and unambiguous attribution to the authors in a manner that makes clear that the materials are being reused under permission of a Creative Commons License. Views, opinions and conclusions expressed in this research article are views, opinions and conclusions of the author(s). Open Access Publishing Group and European Journal of Alternative Education Studies shall not be responsible or answerable for any loss, damage or liability caused in relation to/arising out of conflict of interests, copyright violations and inappropriate or inaccurate use of any kind content related or integrated on the research work. All the published works are meeting the Open Access Publishing requirements and can be freely accessed, shared, modified, distributed and used in educational, commercial and non-commercial purposes under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).