



PROJEKT UMIJEĆE KORIŠTENJA INFORMACIJA

PROGRAM IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI

«**MEDIJSKA PISMENOST NA ENGLESKOM JEZIKU**»

Autori/ce programa: Andrea Brezić Grubišić

Datum: 06. kolovoza 2018.

Napomena: program je razvijen u sklopu projekta *Umijeće korištenja informacija* kojeg sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

PROGRAM IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI



Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Osnovne škole „Klinča Sela“

«Medijska pismenost na engleskom jeziku»		
Cilj programa:		popularizirati važnost posjedovanja znanja o medijima i razumijevanja utjecaja medija na svakodnevni život.
Očekivani ishodi / postignuća:		razumijeti svrhu medija i vrste, sigurno i odgovorno koristiti medije, razumijeti medijske poruke, sa kritičkim odmakom konzumirati medijske sadržaje, naučiti samostalno odabirati medijske sadržaje, prepoznati tehnike uvjeravanja, naučiti prepoznati pristrane informacije, spinove ili pogrešne informacije, zalagati se za medijsku pismenost i pravednost, biti svijestan pozitivnih i negativnih utjecaja medija, primijeniti stečena znanja u novim situacijama, istraživanjem doći do određenih zaključaka koje će moći analizirati i primijeniti na konkretne zadatke, pokušati shvatiti značaj medijske pismenosti u svakodnevnom životu.
Način realizacije:	Oblik:	projekt
	Sudionici:	učiteljica, učenici
	Načini učenja:	učenici istražuju, komentiraju, iznose zaključke i analiziraju vrste medija, negativne i pozitivne utjecaje, raspoznaju utjecaj medija sa kojim se susreću u svakodnevnom životu.
	Metode poučavanja:	učitelj koordinira procesom, podučava, objašnjava i daje upute.
	Trajanje izvedbe:	45 min
Broj sati izvannastavne aktivnosti:	Tjedno:	1 ili 2
	Godišnje:	35
Potrebni resursi:		kompjutor, projektor, WiFi, materijali za izrade plakata, materijali za rad i istraživanje, informatička oprema za izradu prezentacija i brošura, tableti, androidi



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Način praćenja i provjere ishoda / postignuća:	evaluacijski listići
Odgovorne osobe:	Andrea Brezić Grubišić



Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Osnovne škole „Klinča Sela“



Odaberite razvoju koje pismenosti pridonosi provedba izvannastavne aktivnosti te opišite na koji način će se očitovati taj doprinos:

1. Digitalna pismenost
2. **Medijska pismenost**
3. Čitalačka pismenost
4. Prirodoslovna pismenost
5. Multikulturna pismenost
6. Pismenost na engleskom jeziku

Učenici će moći razumijeti vrste medija i njihovu svrhu, steći određena znanja kako sigurno i odgovorno koristiti medije. Učiti će kako razumijeti medijske poruke, tj. kako sa kritičkim odmakom konzumirati medijske sadržaje (prepoznati tehnike uvjeravanja, naučiti prepoznati pristrane informacije, spinove ili pogrešne informacije). Učenici će shvatiti važnost samostalnog odabiranja medijskih sadržaja. zalagati se za medijsku pismenost i pravедnost.

Učenici će uočiti i razumijeti pozitivne i negativne utjecaje medija, primijeniti stečena znanja u novim svakodnevnim situacijama.

Učenici će istraživanjem doći do određenih zaključaka koje će moći analizirati i primijeniti na konkretne zadatke, te pokušati shvatiti veliki značaj medijske pismenosti u svakodnevnom životu.





IZVEDBENI PLAN PROGRAMA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI «UPISATI IME IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI»

Mjesec	Tjedan	Sadržaj rada	Izvršitelji	Datum
Rujan	1.	Uvod – što ćemo raditi na grupi?	učiteljica	11.9.
	2.	Vrste medija - tiskani mediji: novine, časopisi, knjiga, slikovnica (upoznavanje terminologije, svrhe)	Učiteljica, učenici	18.9.
	3.	Vrste medija - elektronički mediji: radio i televizija (upoznavanje terminologije, svrhe)	Učiteljica, učenici	25.9.
	4.	Vrste medija - elektronički mediji: Internet servisi npr. YouTube Internet društvene mreže npr. Facebook. Twitter, Instagram, Snapchat (upoznavanje terminologije, svrhe)	Učiteljica, učenici	2.10.
Listopad	5.	Vrste medija – elektronički mediji: videoigre (upoznavanje terminologije, svrhe)	Učiteljica, učenici	9.10.
	6.	Utjecaj medija: pozitivni i negativni utjecaji tiskanih medija	Učiteljica, učenici	16.10.
	7.	Utjecaj medija: pozitivni i negativni utjecaji elektroničkih medija (TV, Internet servisi)	Učiteljica, učenici	23.10.
	8.	Utjecaj medija: pozitivni i negativni utjecaji elektroničkih medija (društvene mreže – privatnost, sigurnost, praćenje)	Učiteljica, učenici	30.10.
	9.	Utjecaj medija: pozitivni i negativni utjecaji elektroničkih medija (jezik mržnje, cyber-bullying)	Učiteljica, učenici	6.11.
Studeni	10.	Utjecaj medija: pozitivni i negativni utjecaji elektroničkih medija (videoigre)	Učiteljica, učenici	13.11.
	11.	Reklame i oglasi (što je to, koja im je svrha, gdje se nalaze, tehnike uvjeravanja, kritički odmak zbog pristranih ili pogrešnih informacija)	Učiteljica, učenici	20.11.
	12.	Reklame i oglasi – kako utječu na svakodnevni život mene, mojih prijatelja i obitelji?	Učiteljica, učenici	27.11.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

	13.	Dezinformacije i lažne vijesti	Učiteljica, učenici	4.12.
Prosinac	14.	Autentičnost objava – npr. Youtube kanali Dokumentarni film: Sindrom 17	Učiteljica, učenici	11.12.
	15.	Plakat: izrada plakata na temu medija	Učiteljica, učenici	18.12.
	16.	Plakat: izrada plakata na temu medija	Učiteljica, učenici	19.12.
Siječanj	17.	Konzumerizam u svakodnevnom životu	Učiteljica, učenici	
	18.	Konzumerizam – Istraživanje slobodnog vremena učenika – koliko vremena provode koristeći medije i kako se to odražava na njihov školski život?	Učiteljica, učenici	
	19.	Konzumerizam – Istraživanje slobodnog vremena učenika i analiza rezultata – koliko vremena provode koristeći medije i kako se to odražava na njihov školski život?	Učiteljica, učenici	
Veljača	20.	Poticanje na nekonzumerizam (izrada prezentacije za rad na SR)	Učiteljica, učenici	
	21.	Poticanje na nekonzumerizam (izrada prezentacije za rad na SR)	Učiteljica, učenici	
	22.	Ovisnosti izazvane medijima (dokumentarni kratki film)	Učiteljica, učenici	
	23.	Ovisnosti izazvane medijima (dokumentarni kratki film)	Učiteljica, učenici	
Ožujak	24.	Ovisnosti izazvane medijima (diskusija)	Učiteljica, učenici	
	25.	Ovisnosti o medijima (izrada prezentacije za rad na SR)	Učiteljica, učenici	
	26.	Medijski prikazi ljepote – ideali ljepote kroz vrijeme (prošlost – sadašnjost)	Učiteljica, učenici	
	27.	Stereotipi i medijski prikazi ljepote – loše strane (anoreksija, bulimija, ideal ljepote)	Učiteljica, učenici	
Travanj	28.	Medijski prikazi ljepote (izrada prezentacije za rad na SR)	Učiteljica, učenici	
	29.	Uloga roditelja i učitelja u razvoju medijske pismenosti u djece - diskusija	Učiteljica, učenici	



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



	30.	Mediji u obrazovanju kao pomoć u učenju – istraživanje Interneta	Učiteljica, učenici	
	31.	Mediji u obrazovanju kao pomoć u učenju– istraživanje Interneta	Učiteljica, učenici	
Svibanj	32.	Mediji u obrazovanju kao pomoć u učenju– istraživanje Interneta	Učiteljica, učenici	
	33.	Mediji u obrazovanju kao pomoć u učenju– objedinjavanje rezultata i objava na školskoj web stranici	Učiteljica, učenici	
	34.	Mediji u obrazovanju kao pomoć u učenju– objedinjavanje rezultata i objava na školskoj web stranici	Učiteljica, učenici	
	35.	Izrada edukativnih brošura za učenike, roditelje i učitelje	Učiteljica, učenici	
Lipanj	36.	Izrada edukativnih brošura za učenike, roditelje i učitelje	Učiteljica, učenici	
	37.	Evalouacija radionice – dobre / loše strane, iskustva, prijedlozi za dalje.	Učiteljica, učenici	

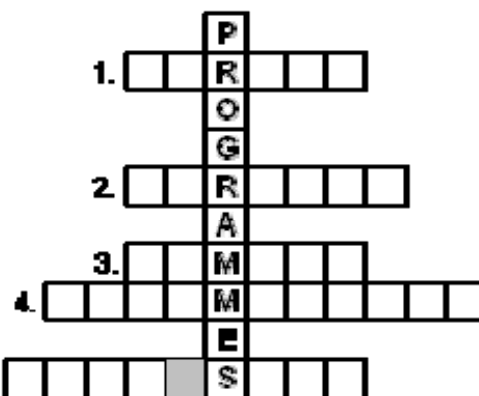


Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Osnovne škole „Klinča Sela“

A. Complete the crossword puzzle about television programmes.

1. A number of programmes about the same situation or the same characters in different situations.
2. It's an animated story for children and adults.
3. It has characters and a story that make you laugh.
4. A programme that intends to inform about nature, life on our planet, science, etc.
5. It's a television entertainment programme where contestants are asked questions and read pieces of text.



The Media "addicted" generation

It is 2 a.m. and you are watching your favourite serial. You were supposed to be in bed hours ago, but you forgot the time because of TV.

Does it sound familiar? If so you may be addicted to TV. TV has some funny effects on the brain which are similar to the effects of addictive drugs. Television is a constant element in our life. Even when we are not actively engaged in watching TV, we turn it on for companionship. We depend on TV for entertainment, news, education, culture, weather, sports and even music.

The latest study by the *Kaiser Family Foundation* indicates that this generation is addicted to TV. The study found that kids, aged 8 -18, watch about 4 hours of TV per day. On top of TV, they spend a couple of hours playing video games and using computers.

The large amount of time spent motionlessly staring at a screen is dangerous to your health and growth. Numerous studies show a relationship between watching TV and obesity. Nowadays children watch every channel and programme, and while some of them are educational and increase young people's knowledge about the world, some others show children's poor eating habits through commercials for fast food, like hamburgers and pizza. Besides, they spend too much time sitting in front of TV and they don't do any exercise.

To keep any TV watching to a healthy level, parents should set time limits to how much and what children can watch. They should also choose programmes carefully and help kids find other things to do instead of only watching TV.

Today's generation is labelled the "M" (Media) Generation. Can you guess why?

B. Find evidence in the text for the following statements:

1. TV addiction may have health consequences identical to drug addiction.

2. TV can contribute to children's obesity.

3. Some programmes have a negative influence on kids' eating habits.

4. Instead of doing exercise, children watch too much TV.

5. Parents should limit the time kids may watch TV.

C. Match the words with their equivalents: (4th paragraph)

- | | | |
|----------------|---|----------|
| 1. amount | A. harmful | 1. _____ |
| 2. staring | B. advertisements on television | 2. _____ |
| 3. dangerous | C. that teach you something | 3. _____ |
| 4. educational | D. looking at something for a long time | 4. _____ |
| 5. commercials | E. quantity | 5. _____ |

D. Answer the following questions:

1. Why do people turn on the television even when they are not watching it?

2. What kind of programmes can people watch on TV?

3. How can television contribute to children's obesity?

4. What should parents do, besides setting limits to the time kids can watch TV?

5. Do you think you are part of the "M" Generation? Why / Why not?

E. Write a text (about 100 words) expressing your opinion about television.

These questions may help you:

- Is watching TV one of your favourite activities or do you prefer doing other things?
- How often do you watch TV?
- Which are your favourite programmes?
- What are the advantages and disadvantages of TV?
- Why do you think TV has become so popular?

Give your text a title.

Check your answers

A

1. series
2. cartoon
3. comedy
4. documentary
5. quiz show

B

1. "TV has some funny effects on the brain which are similar to the effects of addictive drugs."
2. "The large amount of time spent motionlessly staring at a screen is dangerous to your health and growth. Numerous studies show a relationship between watching TV and obesity."
3. "Nowadays children watch every channel and programme, and while some of them ... others show children's poor eating habits through commercials for fast food, like hamburgers and pizza."
4. "Besides, they spend too much time sitting in front of TV and they don't do any exercise."
5. "... parents should set time limits to how much and what children can watch."

C

1. E amount quantity
2. D staring looking at something for a long time
3. A dangerous harmful
4. C educational that teach you something
5. B commercials advertisements on television

D

1. People turn on the television even when they are not watching it because it is part of their lives and they need it for companionship.
2. They can watch different types of programmes: entertainment, news, education, culture, weather, sports and music.
3. Television can contribute to children's obesity because children spend a lot of time sitting in front of TV and they don't do any exercise. Besides, TV commercials persuade them to eat fast food.
4. Besides setting limits to the time kids can watch TV, parents should also control what they watch and they should help them find other interesting things to do instead of only watching TV.
5. Personal answer.

E

Personal answer

- What kind of commercials do you like best?
- Do you find it easy to remember commercials?
- Do you prefer commercials with or without music, children or/and animals?
- Is there any commercial you dislike? Have you bought what they advertise? Why you dislike them?

1. POINTS OF VIEW

Is advertising a good or a bad thing? Discuss your ideas and add your own arguments to the ones listed below.

Advertising is a bad thing	Advertising is a good thing
<ul style="list-style-type: none"> • Spoils TV programs: interrupts the things we really want to see 	<ul style="list-style-type: none"> • Pays for TV programs

2. WHAT'S YOUR OPINION?

Discuss the following statements and take notes of your conclusions.

- We frequently buy things that we don't need, just because we saw them advertised on TV.
- If a product is advertised on TV, this means it must be good.
- Television would be worse without advertisements.
- Advertising is an essential feature of a free and democratic society.

3. POWER OF JUDGEMENT

Watch these advertisements and take notes.

PRODUCT	EFFECTIVE	I'D BUY IT

4. GOOD OR BAD?

- Did you enjoy them?
- How effective was each one?
- What kind of people would buy these products?
- Do you think the kind of language used has an influence on the target audience?
- Does it provide the audience with useful information about the product?
- Would you buy the product which was advertised? Why (not)?

“Advertising is legalized lying”

Do you agree with H.G. Wells?
What's your classmates' opinion?

5. JUST MY IMAGINATION

In groups, create your own product and advertise it to a magazine. Present it to the other groups when you have finished.

- What kind of commercials do you like best?
- Do you find it easy to remember commercials?
- Do you prefer commercials with or without music, children or/and animals?
- Is there any commercial you dislike? Have you bought what they advertise? Why you dislike them?

1. POINTS OF VIEW

Is advertising a good or a bad thing? Discuss your ideas and add your own arguments to the ones listed below.

Advertising is a bad thing	Advertising is a good thing
<ul style="list-style-type: none"> • Spoils TV programs: interrupts the things we really want to see 	<ul style="list-style-type: none"> • Pays for TV programs

2. WHAT'S YOUR OPINION?

Discuss the following statements and take notes of your conclusions.

- We frequently buy things that we don't need, just because we saw them advertised on TV.
- If a product is advertised on TV, this means it must be good.
- Television would be worse without advertisements.
- Advertising is an essential feature of a free and democratic society.

3. POWER OF JUDGEMENT

Watch these advertisements and take notes.

PRODUCT	EFFECTIVE	I'D BUY IT

4. GOOD OR BAD?

- Did you enjoy them?
- How effective was each one?
- What kind of people would buy these products?
- Do you think the kind of language used has an influence on the target audience?
- Does it provide the audience with useful information about the product?
- Would you buy the product which was advertised? Why (not)?

“Advertising is legalized lying”

Do you agree with H.G. Wells?
What's your classmates' opinion?

5. JUST MY IMAGINATION

In groups, create your own product and advertise it to a magazine. Present it to the other groups when you have finished.

ADVERTISING

Go through the vocabulary and use your dictionary if necessary.

SLOGANS

FUNNY

SHOCKING

ANIMALS

SUCCESSFUL

EMPHASIS

SEXY

BILLBOARD

POSITIVE

BABIES

CATCHY TUNE

POSTER

PRIME TIME

COMMERCIAL BREAK

INSPIRING

VISUAL EFFECTS

POWERFUL

PROMOTE

TARGET GROUP

CELEBRITIES

INFORMATIONAL

GET ATTENTION

EYE-CATCHER

CONFUSING

NEGATIVE

EXAGGERATE

PERSUASIVE

ESSENTIAL

SPECIAL OFFER

COMPARE

CUSTOMERS

MISLEADING

PRODUCT

BRAND

BAN

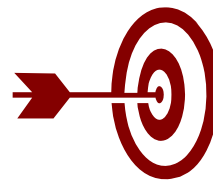
PROFIT

COMMERCIAL

PEAK TIME

CONTROVERSIAL

HUMOUR



Use the marked words from above to fill in the gaps:

- If you want to approach potential you have to their first.
- are often used in advertising. Such as “Think different” in APPLE adverts.
- time and time are the times when most people watch TV.
- To persuade the customers about the quality of their product, they often .
- Famous brands often use in their adverts as they can afford to pay them.
- Often young and people, cute and adorable are used in adverts.
- Many people really hate breaks on TV and they gladly change the channel.
- It is not only about visual effects, sometimes people just hum the .
- Often they try to get the interest of potential customers by . → **50% OFF**

Find adjectives from above that can describe advertisement and add some of your own:

controversial	informational		



Discuss the questions in pairs; take notes so that you are able to summarize your ideas:

How many adverts do you see every day?

Do you remember at least one advert from yesterday? Give details.

Where do you find ads? (Think of all possible places and media.)

What kind of adverts attracts you the most?

Do you think ads should be banned from some places or kind of media?

What do you think about billboards alongside the roads?

SURROUNDED BY ADVERTISING



Do you enjoy watching adverts on TV or the Internet, seeing them in papers or listening to them on the radio?

How do you react to advertisements on television and radio? Do you switch TV channel or radio station when ads are on?



What else do you do while the adverts are on?



Can you think of an advert that actually made you go to the shop and buy the advertised product?

SOLUTION:

1 Use the marked words from above to fill in the gaps:

- If you want to approach potential **CUSTOMER** you have to **GET** their **ATTENTION** first.
- **SLOGANS** are often used in advertising. Such as “Think different” in APPLE adverts.
- **PEAK** time and **PRIME** time are the times when most people watch TV.
- To persuade the customers about the quality of their product, they often **EXAGGERATE**
- Famous brands often use **CELEBRITIES** in their adverts as they can afford to pay them.
- Often young and **SEXY** people, cute **BABIES** and adorable **ANIMALS** are used in adverts.
- Many people really hate **COMMERCIAL** breaks on TV and they gladly change the channel.
- It is not only about visual effects; sometimes people just hum the **CATCHY TUNE**.
- Often they try to get the interest of potential customers by **SPECIAL OFFERS**.

Consumer Quiz - What kind of consumer are you?

Circle your answer.

1. Before making a major purchase, I research the product, the company that makes it, and find reviews from people who've purchased it.

A) Always B) Sometimes C) Never

2. I bring a list when I grocery shop so I won't be tempted to buy things I do not need.

A) Always B) Sometimes C) Never

3. I check a store's return and refund policy before I buy things.

A) Always B) Sometimes C) Never

4. I use coupons or look for sales before I shop.

A) Always B) Sometimes C) Never

5. I stock up on things I need during sales or at bulk stores.

A) Always B) Sometimes C) Never

6. If I am not satisfied with something I bought, I return it for a replacement or refund.

A) Always B) Sometimes C) Never

7. When I shop for food, I compare the quantity to the price (the unit price) to make sure I get the best deal.

A) Always B) Sometimes C) Never

8. I try not to make impulse buys, or buy things for emotional reasons, like "I deserve it!"

A) Always B) Sometimes C) Never

9. I compare products before I buy to find the best price.

A) Always B) Sometimes C) Never

10. If I have a question about a product, I ask a salesperson about it until my question is answered.

A) Always B) Sometimes C) Never

11. I keep my receipts to keep track of the things I buy, and so that I can return them if needed.

A) Always B) Sometimes C) Never

12. Name brands do not affect my buying choices. I buy whatever is the best quality at the best price.

A) Always B) Sometimes C) Never

Count the number of As, Bs, and Cs you circled

If you answered mostly As: You are a smart shopper. You think about your purchases and educate yourself before buying. You do not buy just for the sake of spending. You make the most of your shopping dollar. You know your rights as a consumer and you make sure you do not get cheated. While you may already know a lot of what this workshop covers, there is always room to learn more.

If you answered mostly Bs: You have a good head on your shoulders when it comes to shopping. But paying a bit more attention to how you are spending your money could help you save more. You may want to learn more about your consumer rights. Perhaps you need to track your spending more often. This workshop will give you some ideas about areas where you can improve when it comes to your consumer habits.

If you answered mostly Cs: This is a great workshop for you! You might want to rethink some of your spending and shopping habits. You could likely save money if you took the time to research deals before you buy. You also might want to learn more about your rights as a consumer to make sure you are not getting cheated. This workshop has tips that can help you improve in all these areas.

KONZUMERIZAM

KOMZUN

PEPORUČAMO PROPADANJE
KARTICOM NA RATE



KONZUMERIZAM

POIMANJE

SREĆE

U

POSJEDOVANJU

MATERIJALNOG



PONAŠANJE

POTROŠAČA

KUJUJEMO STVARI KOJE NAM NE TREBAJU,
NOVCEM KOJI NEMAMO KAKO BISMO
IMPRESIONIRALI LJUDE KOJE NE VOLIMO...

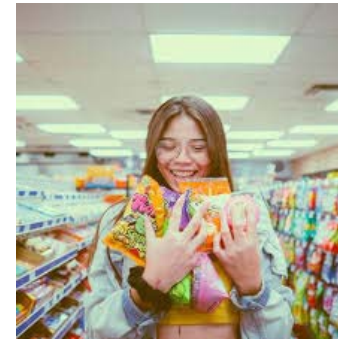


?? REALLY ??



Ponašanje potrošača u 3 ključne faze:

2 FAZA KONZUMIRANJA



Ponašanje potrošača u 3 ključne faze:

3 FAZA ODLAGANJE – što se radi sa kupljenim proizvodom ?



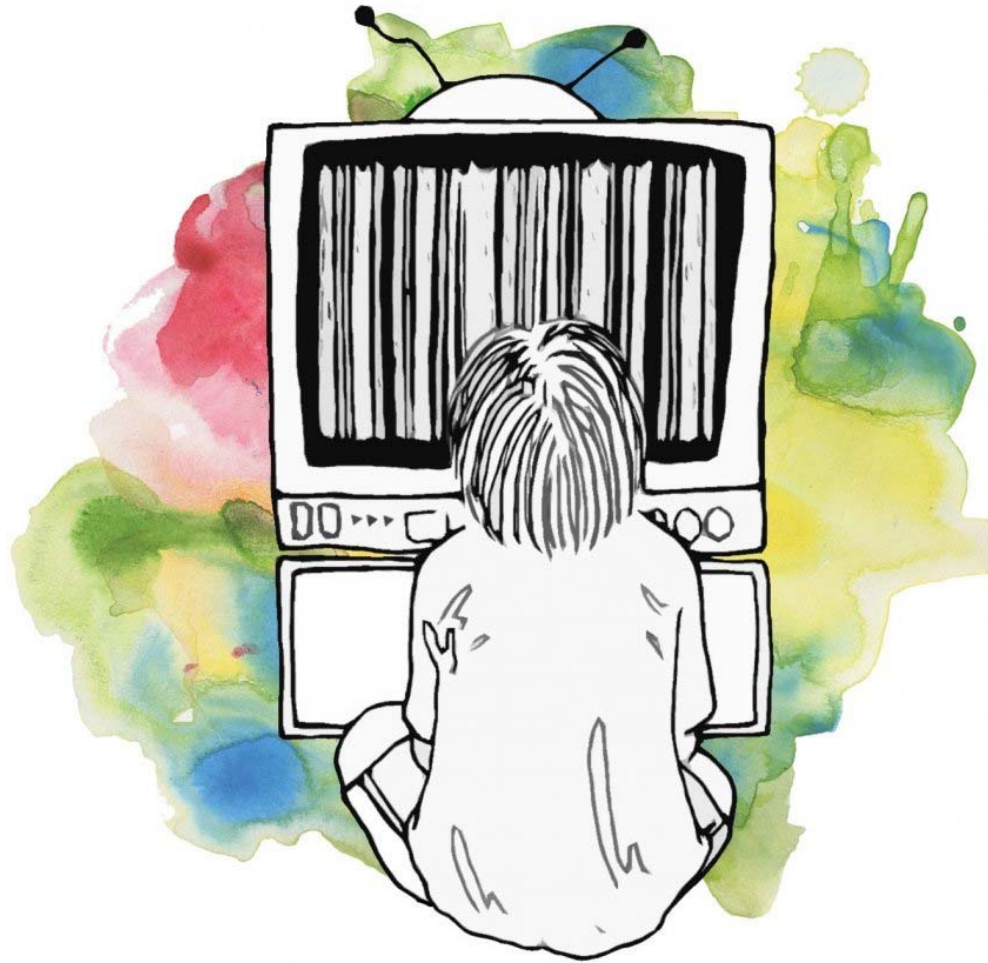


NEW - OLD

PONAŠANJE POTROŠAČA NAKON KUPNJE

Tri alternative:

- čarobni trenutak istine
- trenutak istine
- trenutak jada



**CONSUMERISM
FOR KIDS**

U vrtiću je za stolom je sjedilo oko petero, šestero djece, prelistavao se katalog igračkaka i mogli su se čuti komentari poput **'to ću si kupiti, ovo će mi mama kupiti, ovo ću dobiti za rođendan'** i tako navodeći gotovo sve igračke koje su se nalazile u katalogu.

Upitala sam ih:

'Što će vam te igračke? Hoćete li se moći igrati sa njima odjednom?

Gdje ćete ih držati?' i slično,

no djeca su bili fokusirana **samo na jedno** –

na to kako **IMATI** sve te igračke',



PORUKA I SAVJET RODITELJIMA:

Kada je riječ o utjecaju reklama na dijete, **važno je da roditelj medijski opismenjuje dijete od ranog doba.**

Medijski odgoj usmjeren je na osposobljavanje djeteta **da zauzme kritički stav pri (ne)prihvatanju poruka koje nam različiti mediji posreduju**, da razvije svjestan odnos prema njima te da razvije medijsku sposobnost.

Odgojem o medijima, što nam oni pružaju, djeca mogu smanjiti svoje apetite za igračkama koje su im na reklamama, crtićima i različitim mjestima kretanja nadohvat ruku te tako **ne postati rob materijalističkog društva.**

Sposobnost djece da razumiju reklame - većina djece imaju teškoća u razumijevanju poruka i to tako da ne razlikuju program od reklamnog bloka te pogrešno shvaćaju ili uopće ne shvaćaju dijelove reklame.



Ako dijete traži da mu se kupe neke igračke zato što njegovi prijatelji imaju takve igračke, a ne zbog vlastitog interesa za njih, to nam može govoriti da je djetetu iznimno važno da se uklopi u grupi vršnjaka i da se boji odbacivanja ako će biti drugačiji.

Roditelji trebaju prepoznati ako se radi o tome te **ohrabriti** dijete da **vjeruje u sebe** i gradi pozitivnu sliku o sebi neovisno o tome ima li iste ili drugačije igračke i interese u odnosu na svoje vršnjake.

TEST YOUR SELF.... (click on the link)

[What kind of spender are you?](#)

TEST YOUR SELF.... (click on the link)

MONEY MANAGEMENT CHALLENGE

[Money manager for parents](#)

[Money manager for teenagers](#)

RECI **NE** KONZUMERIZMU !



Razmisli, treba li ti taj proizvod?

Nemoj odmah kupiti, pričekaj koji dan.

Nisi manje vrijedan / vrijedna ako drugi to ima,
a ti ne.

RECI **NE** KONZUMERIZMU !

Savjeti za roditelje....

Što reći djetetu koje silno želi neku igračku, ali roditelji su procijenili da je ne može dobiti - kako ne povrijediti dijete a opet postaviti zdrave granice?

- 1. Pokažite razumijevanje** – to je komponenta koju roditelji ponekad smetnu s uma kada postavljaju djetetu granice. Naime, čak kada se i ne slažemo s djetetovim zahtjevima, njima je važno da imaju osjećaj da smo ih čuli i da ih razumijemo.
- 2. Imenujte emociju** – to je također jedan od načina kako ćemo im dati do znanja da ih razumijemo je da naglas prepoznamo njihove emocije. Osim što pokazujemo razumijevanje, pomažemo njima samima da prepoznaju svoje emocije, što im onda pomaže u samoregulaciji.
- 3. Izrazite granicu** – nakon što ste napravili prva dva koraka ili barem jedan od njih (uvijek je poželjno da prva reakcija bude pozitivna i smirujuća za dijete) jasno i specifično recite djetetu da sada ne može dobiti igračku te zašto je ne može dobiti, pri čemu izbjegavajte odgovor 'zato'. Čak kada i mislite da možda dijete neće razumjeti objašnjenje, dijete će uvažiti trud da mu pružite to objašnjenje.
- 4. Pružite alternativu, ako je to moguće** – uvijek je dobro djeci skrenuti pažnju i izvući ih iz nezadovoljstva nekom zadovoljavajućom alternativnom, pri čemu bi bilo dobro da to nije neka opet materijalna stvar, jer na taj način opet dajemo istu poruku. Upravo to i jest prilika za to da pružanje emocionalnog zadovoljstva potkrijepimo drugim emocionalnim, a ne materijalnim zadovoljstvom.
- 5. Budite dosljedni** – ovo je zlatno pravilo, pogotovo ako je već usvojena neka loša navika koju sada pokušavate iskorijeniti. Naime, ako je nešto funkcioniralo neko vrijeme na jedan način, trebat će vremena da izbljedi ta navika, odnosno uvjetovana reakcija. Jedini način na koji možemo promijeniti neko ponašanje je dosljednim reagiranjem na njega. Možda će u početku biti teže, ali ako dijete shvati da je to zaista to, naučit će i usvojiti novi sustav ponašanja i pravila.

Primjer:

'Razumijem da želiš tog dinosaura i vidim da si jako nezadovoljan što ga ne možeš dobiti, no danas nećemo kupiti dinosaura. Imaš već kod kuće dinosaura i znam da ti se taj baš sviđa, ali kod kuće te čeka tvoj dinosaur. Možemo umjesto kupnje dinosaura otići u zoološki/na predstavu (nešto što dijete voli, a podrazumijeva druženje unutar obitelji).'



**THERE MUST BE
MORE TO LIFE THAN**



Prezentaciju osmislila i napravila grupa medijska pismenost OŠ Klinča Sela.
Voditeljica grupe: Andrea Brezić Grubišić

MITO MOŽEMO!





ANKETA - KONZUMERIZAM

Ispunjavaju li roditelji tvoje želje?	uvijek	ponekad	nikad	
Je li ti stalo do markirane odjeće ili obuće?	da	ne	Ovisi o vrsti proizvoda.	Koji proizvod?
Privlače li te reklame novih proizvoda?	Da, pomažu mi u odabiru	Ne, dosadne su	Ne znam	
Znaš li što je konzumerizam?	Da, znam objasniti	Ne, prvi put čujem	Čuo sam za to, ali ne znam što je	
Da osvojiš milijun kuna na nagradnoj igri, što bi napravio?	Razmislio bih kako da povećam novac i čuvao bih za budućnost	Nemam pojma što bih sa tolikim novcem.	Mogao bih kupiti što god želim.	Razmislio bih kako da dijelom novca pomognem onima koji nemaju.
Kada poželiš nešto kupiti..	Pričekaš još malo i razmisliš je li to trebaš	Tražiš roditelje, ako prođe, prođe.	Gnjaviš roditelje dok to ne dobiješ.	
Štednja novca	Znam kako štediti, imam ušteđevinu.	Kada dobijem novac, brzo ga i potrošim. Veseli me kupiti nešto.	Ne trebam štediti, trošim jer će mi roditelji kupiti što trebam.	Rado bih štedio, no u tome ne uspijevam.

INTERNET VOCABULARY QUIZ

➤ *Match the words with their meanings:*

- | | | | |
|---------------------|-------|---|---|
| 1. WWW | _____ |  | A. a place where you talk by typing |
| 2. E-mail | _____ | | B. a secret word that only you and your parents know |
| 3. Internet address | _____ | | C. a letter you send through your computer |
| 4. URL | _____ | | D. a hidden program that can hurt your computer |
| 5. Chat Room | _____ | | E. advertising that comes to your e-mail address |
| 6. Virus | _____ | | F. a name you choose for yourself that isn't your real name |
| 7. Password | _____ | | G. an Internet address (Uniform Resource Locator) |
| 8. SPAM | _____ | | H. a process of file transfer from the Internet |
| 9. Blog | _____ | | I. a place on the Internet you can visit |
| 10. Screen Name | _____ |  | J. an interconnection of computer information systems available via the Internet (World Wide Web) |
| 11. Internet | _____ | | K. another way to say URL |
| 12. Web-site | _____ | | L. the world that only exists in the computer and your head |
| 13. Cyberspace | _____ | | M. a worldwide system of computers |
| 14. Username | _____ | | N. another way to say "username" |
| 15. Download | _____ | | O. a journal you keep on the Web: short for Web log |

KEYS KEYS

1. WWW **__J__**
2. E-mail **__C__**
3. Internet address **__K__**
4. URL **__G__**
5. Chat Room **__A__**
6. Virus **__D__**
7. Password **__B__**
8. SPAM **__E__**
9. Blog **__O__**
10. Screen Name **__N__**
11. Internet **__M__**
12. Web-site **__I__**
13. Cyberspace **__L__**
14. Username **__F__**
15. Download **__H__**

Advantages

- Both media outlets—magazines and newspapers—have a loyal readership. This can be very useful for advertisers as compared to gaining loyal customers or advertising on the Internet.
- If you are targeting a particular geographical area, you can do so with ease. For example, a local newspaper would be a best medium to advertise about a new shopping complex.
- You can choose the size of the advertisement space. This will help you to plan the budget of the exact expenses to be incurred while advertising.
- With loyal customers, comes the possibility of word-of-mouth marketing or advertising.
- Magazines and newspapers are always in the eye among the public. Magazines are read for a period of a month, which brings more attention to an advertisement.
- You can even advertise through brochures or leaflets depending upon your target audience. If the information is in detail, a brochure can prove to be an apt option. A leaflet, in that case, would be useful for a brief message or introduction of the organization and/or services provided.

Disadvantages

- The cost incurred can sometimes be expensive considering the medium you choose.
- The shelf-life of any particular print medium is limited. Newspapers, for example, are among the public eye only for a day.
- This medium may not always give you a wide reach. Internet, on the other hand, can target a global audience.
- There is a limitation in terms of the kind of people who may actually read your message. The particular newspaper may not actually be accessible every time to your target group, which means, your message may be missed! The Internet on the other hand, can be accessed from anywhere.
- You may have to plan months in advance to advertise in print media. It does not offer you flexibility when you are faced with a tight deadline.
- Advertisements may get lost in all the clutter of editorial and ads by competitors.



Reporters



Reporters gather information and write news stories. To get information, reporters look at documents and also observe the scene and interview people. These stories appear in newspapers and magazines.

Reporters write about accidents, rallies, sporting events, society or political events. Reporters must write clearly and effectively. They also need word processing, computer graphics, and desktop publishing skills. Speaking a second language is necessary for some jobs.

Some reporters appear on television and radio. Radio and television reporters often report "live" from the scene.

News correspondents mostly work in large cities. Some report from foreign cities about the events in the city there.

Reporters must meet deadlines. Some work in the private offices, while others often work in large rooms with other reporters. Television and radio reporters interview curious onlookers, police, other emergency workers, stars or politicians.

Reporters work long hours and sometimes have odd schedules. They sometimes have to travel. At morning newspapers, reporters work from late afternoon until midnight. At evening or afternoon papers, they work from early morning until afternoon. Radio and television reporters work day or evening shifts. Magazine reporters generally work during the day. Reporters often have to work extra hours to meet deadlines. They have to change their working hours to follow a story.



A college degree in journalism is preferred. Working at school newspapers or broadcasting stations is good experience. In high school, you should take courses in English, journalism, and social studies, with an emphasis on writing.

Tick off „true“ or „false“.

1. Reporters get information from documents.
 true false

2. Reporters always must write very long stories.
 true false

3. TV reporters only report from TV studios.
 true false

4. Many different people are interviewed by reporters.
 true false

6. They have odd schedules.
 true false

7. Sometimes they must work extra hours.
 true false

8. It's good to work at school newspapers.
 true false

Form correct sentences!

- and/gather/Reporters/write/information/news stories.
.....
- effectively /write /clearly /They /and /must
.....
- large /in /reporters /work /mostly /cities /Some
.....
- sometimes/TV/radio/reporters/stars/and/ interview.
.....
- extra/often/work/deadlines/to/They/hours/meet
.....
- midnight/late/Some/until/work/from/afternoon
.....
- often /offices /work /in /They /large.
.....

Answer the questions!

- Where do the stories of a reporter appear?
.....
- What skills do reporters also need?
.....
- From where do reporters often report?
.....
- What do reporters write about?
.....
- In which kind of offices do reporters work?
.....
- Who works day or evening shifts?
.....
- What school degree should a reporter have?
.....



KEY

Form correct sentences!

1. Reporters gather information and write news stories.
2. They must write clearly and effectively.
3. Some reporters mostly work in large cities.
4. TV and radio reporters sometimes interview stars.
5. They often work extra hours to meet deadlines.
6. Some work from late afternoon until midnight.
7. They often work in large offices.

Answer the questions!

1. Where do the stories of a reporter appear?
In newspapers and magazines.
2. What skills do reporters also need?
Word processing, computer graphics, and desktop publishing skills.
3. From where do reporters often report?
They often report "live" from the scene.
4. What do reporters write about?
They write about accidents, rallyes, sporting events, society or political events.
5. In which kind of offices do reporters work?
They work in private offices or often work in large rooms with other reporters.
6. Who works day or evening shifts?
Radio and television reporters.
7. What school degree should a reporter have?
A college degree in journalism.

Tick off „true“ or „false“.

1. Reporters get information from documents.
 true false

2. Reporters always must write very long stories.
 true false

3. TV reporters only report from TV studios.
 true false

4. Many different people are interviewed by reporters.
 true false

6. They have odd schedules.
 true false

7. Sometimes they must work extra hours.
 true false

8. It's good to work at school newspapers.
 true false

Daphne Bavelier: **YOUR BRAIN ON VIDEO GAMES**

1 Daphne is a) a doctor

b) a gamer

c) a cognitive researcher

2 She speaks about how a) media effects humans

b) video games effect human brain

c) Internet effects children

3 She is interested in how to make our brains a) faster and better

b) stronger

c) weaker

4 How many school children play video games?

a) Less than 50 %

b) 80 %

c) 90 %

5 The average age of a gamer is: a) 15 years old

b) 25 years old

c) 33 years old

6 Video games have an amazing impact on:

a) our everyday lives

b) children's lives

c) old people's lives

7 Media a) doesn't mention video games

b) bombards people about good and bad sides of playing video games

8 „Screentime make your sight worse“ true / false

9 „Games lead to attention problems and greater distractibility“ true / false

10 Multi-media tasking is

- a) Internet surfing
- b) playing computer games
- c) chatting
- d) eating
- e) listening to music

11 When playing video games in reasonable doses and right age....

- a) ...video games are good for us.
- b) ...wine is good for us.
- c) ...video games are bad for us.

THE END – 14 minute

TASK: Compare your results

Find on line some attention quizzes and play

HW: Watch a short video about teenagers addicted to video games and answer:

What is their life like?

How do they know they are addicted?

What do their parents say and do?

INTERNET SAFETY



SOURCE: isl.collective.com

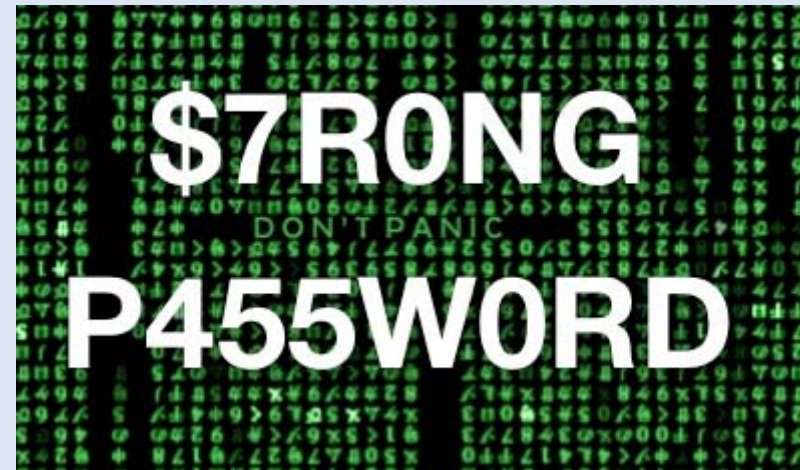
Use safe websites.



Create a strong *password*.



Is your
password
easy as 123?



Create a Strong Password

As you create your password, remember the following:

- It **should not** contain your name.
- It **should not** contain a common dictionary word.
- It **should** contain one or more numbers.
- It **should** have both upper and lower case characters.
- It **should** be over 8 characters long.
- It **must** be different from your old passwords.

Okay

***Don't share your password with anyone.
(Except your *parents*)***

A password is like a toothbrush



Choose a
good one

Don't share it
with anyone

Change it
occasionally



Be careful with what you share.

Anything you post on the Internet can stay online forever.



Never give strangers your *personal information.*

(Address, phone number, likes&dislikes, daily routine etc.)



**Think carefully before *uploading photos or videos*
of yourself!**

**Strangers can download your photos and do
anything *dangerous*.**



Don't make *online friends*.



**Online friends *aren't real friends.*
Never agree to meet online friends.**



John, 31



About Me

**“tall,
and rich,
handsome,
and i love kids”**

***Tell your parents* if you see bad online behavior and if something makes you feel uncomfortable.**



Don't be rude. There is a real person on the other side and he/she has feelings, too.



Be careful with what you *download*. Never open an attachment from someone you don't know. Attachments sometimes contain viruses.



Don't forget! You are responsible for everything you do on social networking sites.

facebook

Email or Phone Password Log In

Forgotten account?

Facebook helps you connect and share with the people in your life.

Create an account

It's free and always will be.

First name Surname

Mobile number or email address

Re-enter mobile number or email address

New password

Birthday

Day Month Year Why do I need to provide my date of birth?

Female Male

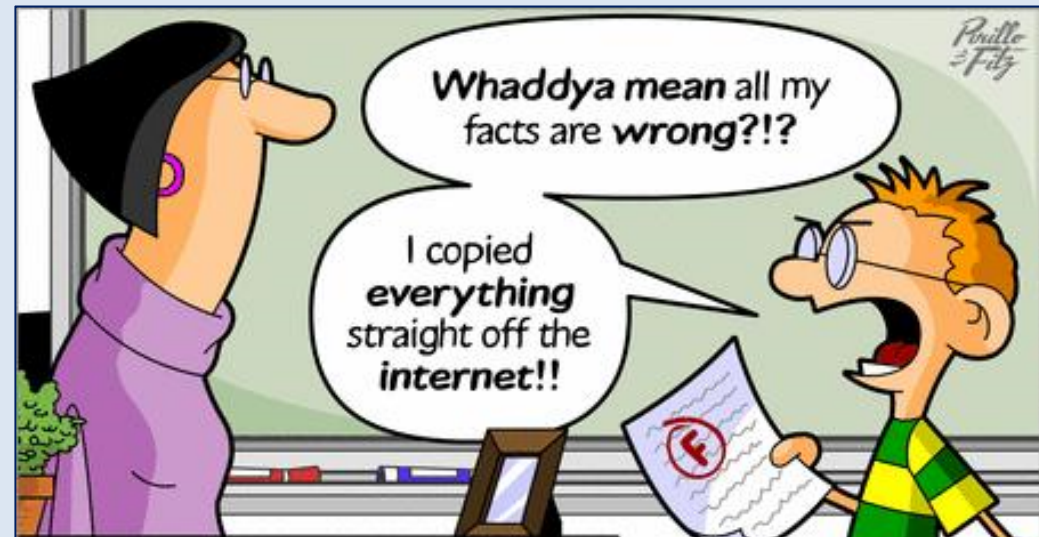
By clicking Create an account, you agree to our Terms and that you have read our Data Policy, including our Cookie Use.

Create an account

By clicking Create an account, you agree to our Terms and that you have read our Data Policy, including our Cookie Use.

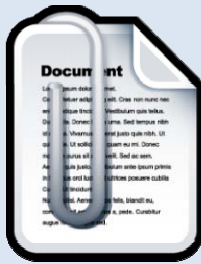
Create an account

The Internet is a good source of information, but *there is a lot of false information* on the Net. Don't believe everything you see on the Net.



Let's check your vocabulary about the Internet!

~~Upload~~ – ~~Offline~~ – ~~Attachment~~ – ~~Web Browser~~
~~Password~~ – ~~Online~~ – ~~Search Engine~~ – ~~Download~~



Attachment



Download



Search
Engine



Offline



Upload



Password



Web
Browser



Online



Take Care

Be Safe

SOURCE: isl.collective.com

Social Discussion Networks

Conversation

- What social networking websites do you use?
- What are the good things about social networking?
- What are the good things about social networking?

Conversation

- Do you have a Facebook account and what do you use it for?
- Do you use Twitter and what are you posting?
- What information do you let other people see on your initial page?
- What can people learn about you when they see your account?

Conversation

- Does your country have any famous social network websites?
- Do you spend a lot of time surfing the internet on Sundays?
- Do women spend more time on the internet than men?

Conversation

- Do you think social network is good way to do business?
- How often do you use WhatsApp?
- What are the things that annoy you about this application?

Conversation

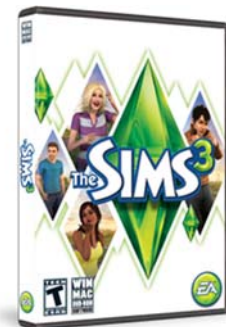
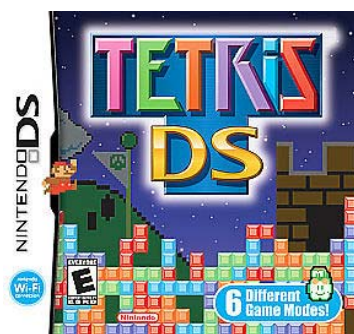
- Is it common for men and women in a relationship to spy on each other's FB, Twitter or WhatsApp accounts?
- Do your parents use social networking sites?
- What type of information you should never put on social networking sites?

VIDEOGAMES

Videogames are one of the most popular forms of entertainment.

- Do you like videogames?
- How often do you play videogames?
- Do you play on the computer, on a games console or on the mobile phone/tablet?
- What is your favourite type of videogames?
- Match these videogames covers with their genre:

Platform game	Shooter	Survival horror	Sports game
RPG (Role Playing Game)	Puzzle game	Music game	Racing game
Party game	Pinball game	Fighting game	Simulation game



Do you agree or disagree with these statements about videogames?

- ✓ Playing too much videogames can be dangerous for your health.
- ✓ Sports videogames are more exciting than playing actual sports.
- ✓ Videogames can be good for the brain.
- ✓ I only play videogames at the weekends.
- ✓ Videogames are for boys only.
- ✓ Adults don't play videogames.
- ✓ I usually make pauses when I play a lot of time.
- ✓ Some videogames are for girls only.
- ✓ Violent games make violent people.
- ✓ You can learn how to drive with videogames.
- ✓ Videogames can be used for education.
- ✓ Videogames based on films are usually very bad.
- ✓ I prefer playing with a joystick rather than a touch screen.



Minecraft is a popular open world game. Players can create anything they want using blocks. They also can “craft” or build tools and objects with the materials they get in the world. The game was released in 2009.

The creator has earned more than a hundred million dollars. He started the game independently, without almost any help. His father was very bad to him but he is a creative person and decided to move on.

- Imagine you can get an interview with Markus `Notch` Persson, the creator of the game. What would you ask him? Think of 3 questions



Some videogame characters have become icons of the modern age. Do you know “how old” are these characters? When was their first game released? Match the years with the characters.

Mario (Super Mario Bros.)	1986
Solid Snake (Metal Gear)	1987
Lara Croft (Tomb Raider)	1981
Link (The Legend of Zelda)	1991
Sonic (Sonic)	1996
Master Chief (Halo)	2001



Videogame characters are often in dangerous situations. But they also have a normal life after their adventures. Do you know the real jobs of these characters?

Mario	Archaeologist
Lara Croft	Bounty hunter
Samus Aran (<i>Metroïd</i> saga)	Treasure hunter
Nathan Drake	Police officer
Chun-Li	Plumber



Most videogame superheroes have sidekicks or friends who help them fight against their enemies. Are these characters friends or enemies?

Sonic	Tails	Dr Eggman	Amy Rose		
Mario	Bowser	Peach	Luigi	Toad	Wario
Pac-Man	Ms Pac-Man	Blinky	Pinky		
Link	Ganon	Zelda	Epona		
Pokémon Trainer	Pikachu	Mum	Team Rocket	Professor Oak	
Donkey Kong	Diddy Kong	Cranky Kong	Dixie Kong	K. Rool	

Mario has been one of the most popular characters in the videogame history. He started as an enemy in *Donkey Kong* and his name was just Jumpman. Look at the picture and describe the characters. What is their relationship? What is their occupation? What colour do they usually wear? And their powers?



TELEVISION THE GOOD AND THE BAD

What do you think of today's TV programmes?

What is your opinion on programmes on TV?

What do you think about TV news and analyses? – Is the reporting objective or not

What do you think of advertising on TV? How does advertising between programmes or in the middle of programmes make you feel?

Could you be happy without having a TV at home?

The expressions below show the ones expressing positive approach, and on the other hand a negative one on TV broadcasting – which is which?

WORTHWHILE

INFORMATIVE

UPLIFTING

VIOLENT

CRUDE

SHALLOW

TRUTHFUL

OBJECTIVE

RELIABLE

SENSATIONAL

BIASED

SELECTIVE

THOUGHT-PROVOKING

INSIGHTFUL

DULL

USEFUL

SILLY

EXAGGERATED

GREAT

ACCEPTABLE

ANNOYING

FRUSTRATING

UPSETTING

Questions

What are the benefits of TV watching?

In what ways can TV watching be harmful?

Is there overkill in the choice of programmes with cable and satellite (DIGI) TV?

Should TV stations air programmes 24 hours a day? Why?

Are there any undesirable qualities that people acquire after too much TV watching? If so, which?

What criteria do you use in deciding whether or not to watch a TV programme?

If you had the authority, what changes would you make to the TV industry or TV programming?

Does television create false expectations about life, which then cause people to be dissatisfied and unhappy? Give examples.

OBRAZOVNE STRANICE:

PREDŠKOLA

<https://www.artrea.com.hr/onlinepredskola.html>

RAZREDNA NASTAVA

<http://razredna-nastava.net/> Zbirka nastavnih materijala.

<http://e-skola.com.hr/index.php/razredna-nastava>

HRVATSKI JEZIK

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/hrvatski-za-5-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/hrvatski-za-6-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/hrvatski-za-7-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/hrvatski-jezik-za-8-razred-pregled-lekcija>

<http://hrvatskijezik.eu/testovi-st/>

MATEMATIKA

<https://novi.tonimilun.com/>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/matematika-za-5-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/matematika-za-6-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/matematika-za-7-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/matematika-za-8-razred-pregled-lekcija>

<https://edutorij.e-skole.hr/share/page/home-page>

<https://sredi5.com/video-instrukcije/>

POVIJEST

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/povijest-za-5-razred-pregled-lekcija>

<http://kolicmislav.com/2017/01/04/grcko-perzijski-ratovi-grcki-gradovi-drzave/>

GEOGRAFIJA

<https://www.znam-neznam.info/geografija-5.html>

<https://www.znam-neznam.info/geografija-6.html>

<https://www.znam-neznam.info/geografija-7.html>

<https://www.znam-neznam.info/geografija-8.html>

PRIRODA

<https://www.znam-neznam.info/priroda-5.html>

<https://www.znam-neznam.info/priroda-6.html>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/priroda-za-6-razred-pregled-lekcija>

FIZIKA

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/fizika-za-7-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/fizika-za-8-razred-pregled-lekcija>

<https://www.znam-neznam.info/fizika-7.html>

<https://www.znam-neznam.info/fizika-8.html>

<https://edutorij.e-skole.hr/share/page/home-page>

KEMIJA

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/fizika-za-7-razred-pregled-lekcija>

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/fizika-za-7-razred-pregled-lekcija>

<https://www.znam-neznam.info/kemija-7.html>

<https://www.znam-neznam.info/kemija-8.html>

<https://edutorij.e-skole.hr/share/page/home-page>

BIOLGIJA

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/biologija-za-8-razred-pregled-lekcija>

<https://www.znam-neznam.info/biologija-7.html>

<https://www.znam-neznam.info/biologija-8.html>

<https://edutorij.e-skole.hr/share/page/home-page>

YOUTUBE kanali za učenje i ponavljanje gradiva

Kemija

https://www.youtube.com/channel/UCx4VyJfkV5Cfmj8datvi9Dw/videos?flow=grid&view=0&live_view=500

Povijest

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLCJTIDvH0cdFmu-sjWeHIYhI8bPr1Yi7K>

Geografija

<https://www.youtube.com/channel/UCPBw5pwTWjCilqPhBVyGhLA>

5. razred

https://www.youtube.com/watch?v=NYkUBB1rzzE&list=PLFrCsmKCp8J7rNgZCMRQPIVksH_oaWo2U

6.razred

<https://www.youtube.com/watch?v=NfuBB3KssJg&list=PLFrCsmKCp8J6ZD6wA2LidDzIGY3xOf6FH>

7.razred

<https://www.youtube.com/watch?v=E3K1yTJYjyQ&list=PLFrCsmKCp8J5n7vVrIGwGyTo0ncbQVjBQ>

Priroda i biologija

<https://www.youtube.com/channel/UCJrhlT81zZZEX0W3D3V3XAA>

Online igre za ponavljanje školskog gradiva

<https://www.mathplayground.com/games.html>

PRIPRAVA ZA IZVOĐENJE RADIONICE

ŠKOLA	OŠ „Klinča Sela“ Klinča Sela		
UČITELJ/UČITELJICA	Andrea Brezić Grubišić	NADNEVAK	16.4.2019.
RADIONICA	Medijska pismenost na engleskom jeziku	REDNI BROJ RADIONICE	29.

TEMA RADIONICE	Uloga roditelja i učitelja u razvoju medijske pismenosti u djece - diskusija
CILJ I ISHODI RADIONICE	Učenici se upoznaju sa roditeljskim dužnostima u svijetu medija. Učenici promišljaju kako, kada i u svezi čega roditelj treba usmjeriti dijete.
MJESTO IZVOĐENJA	OŠ Klinča Sela, učionica

TIJEK RADIONICE

1. UVODNA AKTIVNOST

Učenici se upoznaju sa web stranicom medijska pismenost te korisnim sadržajima koji se mogu pronaći tamo.

2. SREDIŠNJA AKTIVNOST

<https://www.medijskapismenost.hr/roditelji/>

Učenici u paru odabiru jedan članak po izboru te pripreme kratku prezentaciju o novim saznanjima:

Aplikacija tiktok: znate li kakve videe vaše dijete gleda i objavljuje?
Dobar početak s medijima – vodič za roditelje djece od 0 do 6 godina
Znate li koje društvene mreže i aplikacije vaša djeca koriste?
Na što paziti kod izbora i preuzimanja aplikacija za djecu
Kako mobitel utječe na pisanje zadaće i učenje
Ključni savjeti za roditelje youtubera
Koliko ekrani štete zdravlju djece: 4 ključna pitanja za roditelje
Savjeti roditeljima: kako biti ukorak s djecom u virtualnom svijetu
Što kad se dijete ne drži dogovora o korištenju mobitela?
Razgovor s djecom o sigurnom i uravnoteženom korištenju medija

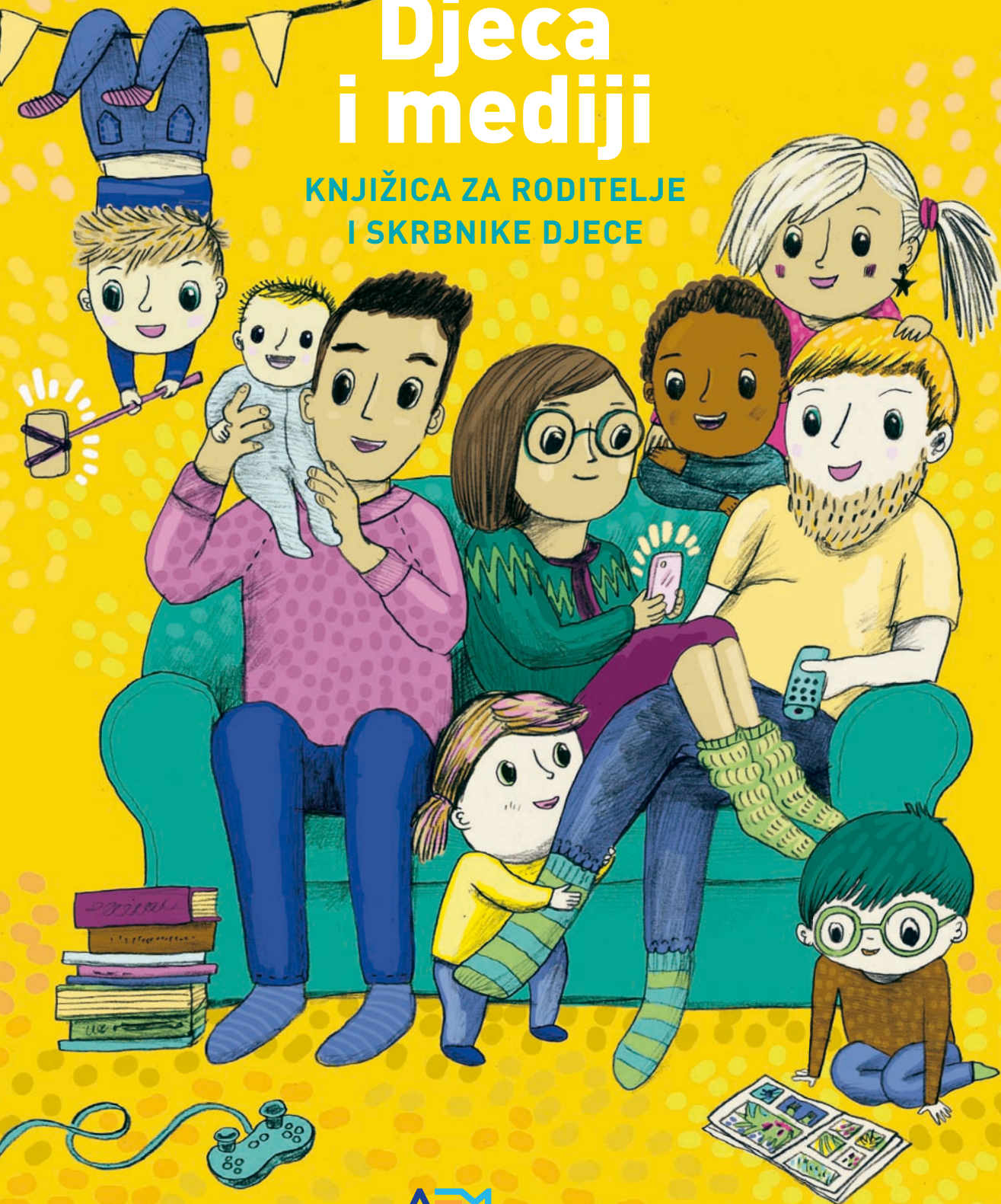
3. ZAVRŠNA AKTIVNOST

„Da sam roditelj, ja bih...“ (pravila, ograničenja,...)

<https://www.medijskapismenost.hr/preuzmite-knjizicu-sa-savjetima-za-koristenje-medija-u-obitelji/>

Djeca i mediji

KNJIŽICA ZA RODITELJE
I SKRBNIKE DJECE




Djeca i mediji

KNJIŽICA ZA RODITELJE I SKRBNIKE DJECE

KANSALLINEN AUDIOVISUAALINEN INSTITUUTTI
NATIONELLA AUDIOVISUELLA INSTITUTET
NATIONAL AUDIOVISUAL INSTITUTE



unicef  za svako dijete



Agencija za elektroničke medije
Agency for Electronic Media



medijska pismenost.hr

ABECEDA ZA 21. STOLJEĆE

TEKST:

Nacionalni audiovizualni institut Finske,
Odjel za medijsko obrazovanje i audiovizualne
medije (MEKU)

Agencija za elektroničke medije, Hrvatska
Ured UNICEF-a za Hrvatsku

UREDNIKA FINSKOG IZDANJA:

Sanna Spišák

HRVATSKO IZDANJE PRIREDILI SU:

Robert Tomljenović, Marin Ilej, Gorana Banda

LEKTURA: Alisa Kichl

PRIJELOM: Emmi Jormalainen, Zinka Kvakić

ILUSTRACIJE: Emmi Jormalainen

FOTOGRAFIJE:

Vanda Kljajo, Duško Miljanić, UNICEF

KONTAKT:

Agencija za elektroničke medije
Jagićeva ulica 31, 10000, Zagreb, Hrvatska

Više informacija i publikacija o medijskoj
pismenosti: www.medijskapismenost.hr

Publikacija je prevedena i prilagođena prema
izvornoj publikaciji „Children and media“, u
izdanju Nacionalnog audiovizualnog instituta
(KAVI), Finska, 3/2016.

Travanj, 2018.

Zahvaljujemo Odjelu za medijsko obrazovanje
i audiovizualne medije Nacionalnog
audiovizualnog instituta Finske na ustupanju
prava na korištenje publikacije u svrhu
promicanja medijske pismenosti.

Hrvatsko izdanje publikacije nastalo je u
sklopu suradnje Agencije za elektroničke
medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku.

UNICEF zahvaljuje svim građanima koji su
svojim redovnim donacijama podržali nastanak
i tisak ove publikacije.



Sadržaj

Obitelj u promjenjivom svijetu medija	4
Prvi koraci s medijima	6
Dobne oznake pomažu kod odabira primjerenog i sigurnog sadržaja	8
Pitam se je li ovo dobro za moje dijete	11
Mediji, učenje i slobodne aktivnosti	12
Uključi se i budi društveno aktivan	14
Kako si proveo/provela dan?	15
Društveni mediji povezuju ljude	18
Važnost razvijanja kritičke medijske pismenosti	20
Privatnost i informacijska sigurnost	22

Obitelj u promjenjivom svijetu medija

Danas većinu informacija saznajemo preko medija, a s pomoću njih i učimo, održavamo kontakte s drugim ljudima i zabavljamo se. Živimo u medijskoj kulturi u kojoj se informacije brzo šire, a novi fenomeni nastaju i nestaju svake minute. Mediji imaju važnu ulogu i u životu djece.

Medijska kultura stalno se mijenja i razvija, ali odgoj i obrazovanje djece ne mijenjaju se istom brzinom. U obiteljima s djecom odrasli ne moraju biti stručnjaci za sve medijske fenomene koji su djeci zanimljivi. Kada je o medijskom odgoju djece riječ, on prvenstveno zahtijeva prisutnost, zanimanje za život djeteta te spremnost i sposobnost za razgovor o pitanjima vezanim uz medije.

U proteklih dvadesetak godina na promjene u svijetu osobito je utjecao internet. Društveni mediji, elektronička pošta, videoigre, mobilne

aplikacije za slanje poruka i komuniciranje te pametni telefoni uvelike su promijenili način na koji međusobno razmjenjujemo poruke, informiramo se, pa čak i ophodimo jedni prema drugima u slobodno vrijeme ili na poslu. Uz internet se svijet „smanjio” – vijesti, medijski sadržaji, inovacije i mobilne aplikacije postaju diljem svijeta dostupne gotovo odmah. Mnoga pitanja vezana uz korištenje interneta važne su teme kojima se bavi ova knjižica.

Knjižica „Djeca i mediji” pruža pogled u medije kao sastavni dio obiteljskog života te propituje medijske sadržaje koje djeca prate i njihovo značenje u svakodnevnom životu. Pojedina poglavlja sadrže korisne savjete o

tome kako u svojoj obitelji možete razgovarati o medijima i tražiti najbolje načine da vaša obitelj sigurno uživa u medijima. Tu su i poveznice na kojima možete pronaći dodatne informacije.

Što su mediji?

Riječ medij potječe iz latinskog jezika (lat. medium znači sredina, polovina) i označava sredstvo za prijenos poruka, vijesti, obavijesti i sl., obično širokomu krugu ljudi (prema Leksikonu radija i televizije).

Kada govorimo o medijima, odgoj djece prvenstveno zahtijeva prisutnost, zanimanje za život djeteta te spremnost i sposobnost za razgovor o medijima i medijskim sadržajima.



Ne samo telefon, već i fotoaparati, videokamera, računalo, uređaj za igranje, zabavu ili obavljanje posla te za slušanje glazbe i gledanje videa.

U ovoj knjižici pod pojmom mediji podrazumijevamo tradicionalne masovne medije, kao što su novine i časopisi, televizija i radio, te novije medije poput interneta, društvenih mreža i platformi za razmjenu videozapisa. Uz navedeno, kada u knjižici govorimo o medijima, mislimo i na uređaje s pomoću kojih primamo ili stvaramo različite medijske sadržaje – na računala, prijenosna računala, pametne telefone, tablete, glazbene uređaje, fotoaparate, igraće konzole.

Sve poruke koje se proizvode, koriste i prenose s pomoću medijskih i komunikacijskih platformi nazivamo **medijskim sadržajem**. Primjeri medijskog sadržaja uključuju SMS poruke, filmove, fotografije, televizijske i radijske programe, videoigre, poruke na forumima za rasprave, vijesti, blogove, videomaterijale i e-knjige.

Osim navedenog, pojam „mediji” može se koristiti i općenito za medijsku industriju, odnosno može označavati novinske redakcije ili izdavače.

Danas se različiti medijski oblici i sadržaji miješaju i stapaju. Primjerice internetska verzija novina, uz pisani i uređeni tekst, može sadržavati i slike, video i audio materijale te komentare čitatelja. Stoga je vrlo važno znati kako tražiti, čitati i vrednovati informacije i poruke u mnogobrojnim različitim formatima. Pametni telefon možda je najbolji primjer približavanja različitih medijskih formata i sadržaja. Osim kao telefon, taj se uređaj može koristiti kao računalo, fotoaparati ili videokamera, za igranje ili za slušanje glazbe, dakle kao uređaj za primanje, gledanje i razmjenu medijskih sadržaja, ali i za njihovo stvaranje.

Prvi koraci s medijima

U Hrvatskoj se djeca rađaju okružena medijima. Medijske i komunikacijske platforme i medijski sadržaji koji se koriste kod kuće dio su djetetova okruženja od samog početka, jer dijete sudjeluje u svakodnevnom životu obitelji.

U prvim godinama života mediji nisu potrebni za razvoj djeteta. Međutim, djeca obično vole dječje televizijske programe, videoigre i druge medijske sadržaje. Stoga odrasli u obitelji imaju odgovornost da odrede kakvo je korištenje medija primjereno za najmlađe članove obitelji, jer na taj način, ali i svojim primjerom, oblikuju dječje navike korištenja medija.

Odrasli pokazuju put

Djeca odrastaju u interakciji s drugim ljudima. Kada je riječ o poticanju razvoja govora ili razumijevanja svojih osjećaja, mediji ne mogu zamijeniti izravnu interakciju s roditeljima ili skrbnicima. Mediji stoga nikada ne bi smjeli biti sredstvo za nagrađivanje ili kažnjavanje djeteta. Također, djecu se ne bi smjelo na dulja razdoblja ostavljati same s medijima. Djeca prvenstveno žele koristiti medije zajedno s drugim članovima svojih obitelji.



Što je dijete mlađe, to bi njegova medijska iskustva trebala biti kraća, njima smislenija i smirenija. Bebe i malu djecu naročito treba zaštititi od neprestane izloženosti medijima, kao i od medijskih iskustava koja bi mogla biti preintenzivna za njihovu dob.

Kako djeca rastu, tako se razvija i njihova sposobnost da prate priču. Bujna mašta povećava privlačnost bajki i pustolovnih priča. Sposobnost razlikovanja činjenica od fikcije, odnosno stvarnosti od izmišljenog sadržaja, poboljšava se kako se djeca približavaju polasku u školu. U toj dobi djeca također trebaju provoditi puno vremena sa svojim obiteljima u mirnim okruženjima, ali treba im i dovoljno sna, vježbanja, kretanja i igre.

Kada se poistovjećuju s različitim likovima i pričama u medijima, djeca mogu doživjeti različite osjećaje, uloge i događaje te razmišljati o dobru i zlu.

Mediji su dio svakodnevice današnje djece

Odrasli trebaju imati na umu da mediji danas imaju važnu ulogu u životu djece. Kada se poistovjećuju s različitim likovima i pričama u medijima, djeca mogu doživjeti različite osjećaje, uloge i događaje, razmišljati o dobru i zlu. Omiljeni medijski sadržaji važne su teme u igri i razgovoru s drugom djecom. Mediji potiču djecu da crtaju, pjevaju i izražavaju se na druge načine. U tom smislu, priče i likovi u medijima nisu „samo bajke”, već imaju značajnu ulogu u životima djece.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- U kojim situacijama koristite medije? S kime mlađa djeca u vašoj obitelji koriste medije?
- Uspostavljene rutine i jasna pravila pružaju djetetu osjećaj sigurnosti, a zahvaljujući njima često se mogu izbjeći i nepotrebne svađe u obitelji. Postoje li u vašoj obitelji jasna pravila o tome kada se i koliko mediji i raznovrsni uređaji (npr. tableti, igraće konzole, pametni telefoni...) smiju koristiti, a kada ne?
- Kako se vaša obitelj brine o tome da su medijski sadržaji kojima su izložena djeca u vašem domu primjereni i najmlađim članovima?

Dobne oznake pomažu kod odabira primjerenog i sigurnog sadržaja

Istraživanja o utjecaju medija na odrastanje djece govore nam da mediji mogu imati pozitivan i negativan utjecaj na njihov razvoj. Kako bi zaštitila djecu od mogućih negativnih posljedica sadržaja u televizijskom programu, Agencija za elektroničke medije donijela je Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima¹. Tog se pravilnika u Hrvatskoj trebaju pridržavati televizije, radija, internetski portali i medijske usluge na zahtjev (npr. videoteka), a njegova primjena uključuje i dobne oznake koje pomažu roditeljima i skrbnicima da biraju primjeren sadržaj za djecu.

U neprimjerene sadržaje za djecu, tj. sadržaje koji djeci mogu naštetiti, ubrajamo prizore grubog tjelesnog i/ili verbalnog nasilja, zastrašujućih scena stradanja i ranjavanja, seksa i seksualnog iskorištavanja, prostog rječnika i prizora, zlorabe duhana, alkohola, opijata, kockanja i klađenja te druge slične prizore.

Takvi se sadržaji mogu prikazivati samo u određeno vrijeme ili pod određenim uvjetima (tehnička zaštita poput korištenja PIN-ova ili kodova) te moraju biti označeni dobnom oznakom.

Televizijske dobne oznake utemeljene su na Pravilniku o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima s namjerom zaštite djece od neprimjerenih i moguće štetnih sadržaja.

Televizijske dobne oznake

Televizije moraju vizualnim grafičkim simbolima 12, 15 ili 18 u gornjem kutu ekrana označiti programe potencijalno štetne za djecu.

12

Oznaka 12 znači da sadržaji nisu primjereni za mlađe od 12 godina i moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 12 zelene boje u prozirnom krugu. Prije takvih programa slijedi i zvučno upozorenje: „Program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12 godina.”

15

Oznaka 15 znači da sadržaji nisu primjereni za mlađe od 15 godina i ne smiju se prikazivati od 7 do 20 sati, te moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 15 narančaste boje u prozirnom krugu.

¹ Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima, http://www.e-mediji.hr/repository_fles/fle/567/



18

Oznaka 18 podrazumijeva programe koji su namijenjeni za gledatelje starije od 18 godina, koji se ne smiju prikazivati od 7 sati do 23 sata te moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 18 crvene boje u prozirnom krugu.

Medijske usluge videa na zahtjev (npr. videoteke) također moraju osigurati dobnu oznaku i klasifikacijski označiti ponudu u svom katalogu. Djeca različite dobi različito doživljavaju i razumiju isti medijski sadržaj. Primjerice, mlađa će djeca doživljavati izmišljeni lik na televiziji kao stvarnu osobu, dok će starija djeca umjeti razlikovati izmišljeni lik od stvarnog. Osim dobi, u obzir treba uzeti i druga obilježja, poput spola, temperamenta djeteta i njegovih sklonosti, te u odnosu na to procjenjivati koji su medijski sadržaj i u kojoj količini najbolji za dijete.

Dobne kategorije mogu biti dobar vodič kod odabira primjerenog i sigurnog sadržaja za djecu. Program s oznakom 12 eventualno mogu gledati i nešto mlađa djeca, ali obvezatno u društvu roditelja ili skrbnika, dok se preporučuje izričito poštovanje dobnih kategorija 15 i 18.

Dobne oznake za videoigre

Roditelji često u znatnoj mjeri pozornost posvećuju odabiru filmova i televizijskog programa, ali pritom zanemaruju dobnu primjerenost videoigara i vrijeme koje dijete provede igrajući videoigre.

U Hrvatskoj nisu regulirane klasifikacijske dobne oznake za videoigre. Stoga preporučujemo korištenje europskog klasifikacijskog dobnog sustava PEGI². Obvezatno obratite pozornost na pakiranja

² <http://www.pegi.info/en/index/>



videoigara i dobne oznake 3, 7, 12, 16 ili 18 koje na njima označavaju kojoj je dobnoj skupini namijenjena pojedina videoigra. Uz dobne oznake nalazi se i grafički znak koji pokazuje ima li u igri nasilnih sadržaja, prikaza seksa, korištenja droge, zastrašivanja, diskriminacije, vulgarnosti ili kockanja i klađenja te radi li se o internetskoj igri. Posebice obratite pozornost na internetske igre i njihovu primjerenost te upozorite djecu na to da ne ostavljaju svoje osobne podatke ili da samostalno ne kupuju određene proizvode.

Što bolje poznajete medijske sadržaje i usluge koje dijete koristi, to bolje možete procijeniti jesu li oni prikladni za vaše dijete.

A što je s internetom i pametnim telefonima?

Dobne kategorije za internetske sadržaje nisu postavljene na isti način kao za filmove, televizijski program i videoigre, dok za aplikacije za pametne telefone uopće ne postoje. Za internetske sadržaje u Hrvatskoj propisano je samo označavanje dobne kategorije 18. Osim toga, strani televizijski programi nisu podložni hrvatskim propisima i mogu imati „blaže” dobne oznake, dok platforme za razmjenu video sadržaja (npr. YouTube) uopće ne podliježu obvezatnom dobnom označavanju, a vrlo su popularne kod djece i mladih. Stoga je važno što bolje znati koje medijske sadržaje i usluge koristi vaše dijete da biste mogli što kvalitetnije procijeniti jesu li oni za njega prikladni.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- Jeste li primijetili i koristite li dobne oznake za filmove, televizijski program i videoigre?
- Jeste li znali da dobna oznaka ne ukazuje na dob kada djeca mogu gledati neki sadržaj ili igrati igru, već upućuju na to da sadržaj može biti štetan za djecu određene dobne skupine?
- Koristite li tehničke alate za zaštitu, odnosno roditeljsku zaštitu, pinove i kodove?

Saznajte više o odabiru primjerenog medijskog sadržaja za svoje dijete:

www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija

Saznajte više o dobnim klasifikacijskim oznakama u Pravilniku o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima:

http://www.e-mediji.hr/repository_files/file/567/



Pitam se je li ovo dobro za moje dijete



Djeca se imaju pravo izražavati i dobivati informacije iz različitih izvora. Ne moraju se ograničavati i koristiti samo medije namijenjene djeci. No s obzirom na to da je većina medijskih sadržaja namijenjena mladima i odraslima, njihova primjerenost djeci ponekad može biti upitna.

Naša obiteljska pravila

Obitelji imaju različite stavove o tome što je primjereno za djecu. Razgovarajte o dobrim načinima korištenja medija te o sadržajima i videoigrama primjerenima za djecu i onima koji to nisu.

Kroz medije se djeca, između ostaloga, mogu susresti s govorom mržnje, lažnim vijestima, seksualnim prizorima, nasilnim ili zastrašujućim scenama. Djeca u medijima također mogu čuti i naučiti proste ili dvosmislene izraze koje ne mogu u potpunosti razumjeti.

Velik dio medijskih sadržaja nije klasificiran prema dobnim kategorijama, pa roditelji odlučuju hoće li dopustiti djeci da ih gledaju ili ne. Obitelji imaju različite stavove o tome što je primjereno za djecu. No, važno je razgovarati o dobrim načinima

korištenja medija te o sadržajima i videoigrama primjerenima za djecu i onima koje to nisu. Iznimno su važni dijelovi odgoja i izbjegavanje nepoželjnih i neprimjerenih šala koje djeca mogu vidjeti u medijima

te razgovor o problematičnim medijskim sadržajima.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- Što napraviti kad vidiš nešto neugodno, zastrašujuće ili uznemirujuće?
 - > Ugasi uređaj na kojem si vidio/vidjela stvari koje su te uznemirile i uplašile.
 - > Ispričaj to nekoj odrasloj osobi. Razgovarajmo o tome i razmislimo što bismo trebali učiniti u vezi s tim iskustvom.
- Kome bi preporučio/preporučila svoju omiljenu emisiju ili internetsku stranicu? Zašto?





Mediji, učenje i slobodne aktivnosti

Mediji se na razne načine mogu koristiti kao pomoć u učenju i slobodnim aktivnostima. Uz školu i obrazovanje u ranom djetinjstvu, i putem medija možemo učiti u slobodno vrijeme. Naučite zajedno kako koristiti medije – primjerice za traženje informacija. Uz pomoć medija možete pronaći praktične savjete i obrazovne materijale povezane sa zanimljivim temama, informacije o idolima svoje djece, pripremiti se za putovanja ili pak provjeriti rasporede predstava, koncerata i sportskih događanja. Mnoga djeca kroz različite medije prate teme koje ih zanimaju.



Mediji podržavaju slobodne aktivnosti

Mediji sami po sebi mogu biti slobodna aktivnost jer nam omogućuju da uživamo u igri, čitanju, slušanju glazbe, gledanju ili snimanju filmova. Osim toga, internet je sjajno mjesto za upoznavanje drugih koji dijele naše interese.

Djeca iz zabave mogu stvarati različite medijske sadržaje. Videokamere i programi za montažu još su donedavno bili teško dostupni i skupi, ali danas velik broj djece ima pametne telefone s mogućnostima snimanja slike i zvuka. Ti uređaji obično su toliko jednostavni za korištenje da često i najmlađi članovi obitelji već znaju kako snimiti stvari koje ih zanimaju.

Mediji se na razne načine mogu koristiti kao pomoć u učenju i slobodnim aktivnostima.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- Zna li vaše dijete kako tražiti informacije na internetu? Zajedno proučite kako koristiti pretraživače.
- Voli li vaša obitelj gledati filmove i serije, igrati videoigre, snimati i objavljivati fotografije i videoklipove, pišu li vaša djeca blogove, vode li vlogove ili prate youtubere?
- Što neku slobodnu aktivnost čini zanimljivom? Postoji li nešto više što bi vaše dijete željelo naučiti o svojoj slobodnoj aktivnosti? Što bi ostatak obitelji o njoj mogao naučiti od vašeg djeteta?
- Gdje biste mogli upoznati druge osobe koje dijele slične interese? Postoje li internetski forumi ili pravi klubovi u kojima se okupljaju ljudi koji se bave istom slobodnom aktivnošću?
- Želi li se vaše dijete baviti filmskim stvaralaštvom ili videostvaralaštvom, potaknite ga na učlanjivanje u filmsku družinu ili videodružinu u školi ili u vašem mjestu. O filmskim družinama pogledajte više na stranici Hrvatskog filmskog saveza www.hfs.hr.





Uključi se i budi društveno aktivan

Mediji nude pregršt mogućnosti za uključivanje i društveni angažman. Biti aktivan građanin nije nešto što je rezervirano samo za odrasle: djeca i mladi također su članovi društva koji se mogu udruživati i zalagati za promjene koje su im bitne.

Djeca putem medija dobivaju informacije o svijetu i svom okruženju, a mogu iznositi i zapažanja o svom svakodnevnom životu i događajima oko sebe. Kroz medije djeca mogu izraziti svoje potrebe, ideje, misli i komunicirati s drugima.

Odrasli trebaju usmjeravati djecu da medije koriste na način koji podupire uključivanje, sudjelovanje i mogućnosti ostvarivanja promjena te razvijanje kritičkog mišljenja.

Odrasli podržavaju uključivanje djece

S pomoću medija se djeca i mladi mogu izraziti u društvu mnogo lakše nego ranije. Odrasli trebaju omogućiti djeci da se u medijima bave zabavnim i zanimljivim stvarima te ih usmjeravati da medije koriste na način koji podupire uključivanje i uvažavanje različitosti, sudjelovanje i mogućnosti ostvarivanja promjena.

Temelji uključivanja i sudjelovanja te želje za ostvarivanjem utjecaja u društvu grade se na samopoštovanju i spoznaji da je naše mišljenje važno. Stoga pokazujte zanimanje za ideje svoga djeteta, tražite njegovo mišljenje i potičite ga da istražuje i razvija kritičko razmišljanje.

Kako si proveo/provela dan?

Kao i za druge vještine u životu, djeci su i za sigurno korištenje medija potrebni vodstvo, savjeti i podrška. Kad vaše dijete dobije svoj prvi mo-

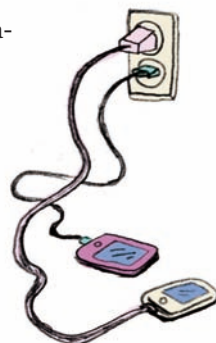
bitel ili samostalno počne koristiti druge medije, vrijeme je da s njim prođete kroz osnovna pravila ponašanja vezana uz korištenje medija i komunikaciju.

Ravnoteža između korištenja medija i ostalih aktivnosti jednako je važna i za djecu i za odrasle.

Odrasli su primjer u korištenju medija

Ako odrasli poštuju druge korisnike medija i pridržavaju se zakona i pravila pri korištenju određenih internetskih stranica, djeca dobivaju dobar primjer za vlastito korištenje medija.

Davanje primjera, kada je riječ o razumnom korištenju medija, također je vrlo važno. Djeci je potrebno mnogo pažnje njihove obitelji. Ako odrasli neprestano koriste medije, ignorirajući pritom djecu, ona mogu postati nesretna. Vrijeme i mjesto na kojem koristimo medije dio su današnjeg bontona i odgoja djece. Ravnoteža između korištenja medija i ostalih aktivnosti jednako je važna i za djecu i za odrasle.



PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI



KAKO SE PONAŠATI?

Nesporazumi se rjeđe pojavljuju u izravnoj komunikaciji nego kad šaljemo pisane poruke, u kojima se ne vide izrazi lica i geste. Ako povrijediš nekoga, ispričaj se. Ako se loše osjećaš zbog neke poruke koju ti je poslao netko od tvojih prijatelja, reci im to i/ili se povjeri odrasloj osobi kojoj vjeruješ.



Nisu svima iste stvari smiješne. Nemoj dijeliti ili drugima slati poveznice na neugodne ili zastrašujuće sadržaje ili slike ako nisi siguran kako će reagirati. Slike koje su zabranjene za djecu ne smiješ uopće dijeliti. Nikada nikoga nemoj dodati u internetski forum ili pričaonicu (chat grupu) bez njegova dopuštenja.



Zaporke (*passwordi*) su povjerljive. Nemoj drugima otkrivati PIN svog mobitela ili zaporku za internetske usluge niti tražiti od drugih da ti otkriju svoje zaporku.

Noću je najbolje ugasiti zvukove na telefonu. Nemoj svojim porukama smetati prijatelje dok spavaju. Ako te telefon ili neki drugi uređaj i po noći previše privlači, ostavi ga izvan spavaće sobe.



Postoji vrijeme i mjesto za korištenje medija. Kad bismo trebali koristiti medije, a kad ne? U kojim prilikama treba ugasiti uređaje ili barem ugasiti zvukove?

Ako te netko zlostavlja, šalje seksualne ili druge neprimjerene poruke ili se problematično ponaša prema tebi na internetu ili preko telefona, uvijek to trebaš reći roditeljima ili nekoj odrasloj osobi u koju imaš povjerenja. Na većini servisa neželjene poruke mogu se blokirati. Osim toga, mnogi servisi imaju moderatora kojem se mogu prijaviti nasilnici.



Nikada ne smiješ biti nasilan prema drugima. Snimanje drugih bez dozvole, dijeljenje povrjeđujućih i uvredljivih priča o drugima ili namjerno izostavljanje učenika iz svog razreda iz neke pričaonice (chat grupe) mogu biti oblici vršnjačkog nasilja.

Ako se netko koga si upoznao na internetu želi s tobom naći uživo, uvijek to trebaš reći roditelju ili skrbniku. Tako zajedno možete procijeniti je li takav susret dobra ideja. Odrasla osoba trebala bi ići s tobom na takav susret, barem prvi put.



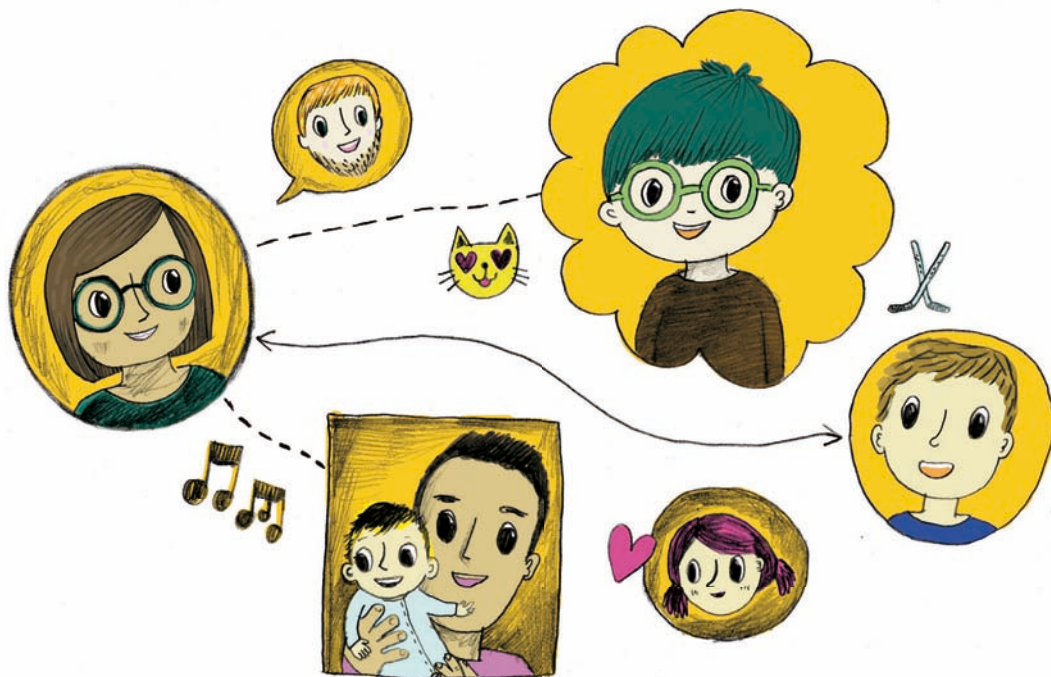




Društveni mediji povezuju ljude

Danas gotovo sva djeca školske dobi koriste različite društvene mreže i mobilne aplikacije. Društvene mreže nalaze se na internetu, što znači da ih se može koristiti na različitim uređajima – računalima, laptopima, tabletima i pametnim telefonima. Na društvenim medijima mogu se dijeliti poruke, slike, zvučni zapisi ili videozapisi. Naročito su popularne aplikacije koje omogućuju slanje poruka osobama koje već poznajete i videoplatforme koje omogućuju dijeljenje i gledanje videoklipova na internetu i njihovo komentiranje.

Odrasli ne moraju koristiti sve društvene mreže koje zanimaju njihovu djecu, ali važno je da znaju koje aplikacije ili servise njihova djeca koriste.



Ne morate koristiti sve društvene mreže koje zanimaju vašu djecu, ali važno je da znate koje aplikacije ili društvene mreže vaša djeca koriste. Tako ih možete naučiti kako se ponašati na tim mrežama i pritom ih poučiti o drugim osobama koji također koriste mreže. Neke društvene mreže uglavnom služe za komunikaciju s prijateljima, no na drugima su poruke javne i svatko ih može vidjeti. Nove metode komunikacije zahtijevaju nove vještine i u ljudskim odnosima i u korištenju raznovrsnih uređaja i aplikacija. Važno je da djeca budu svjesna kome su upućene njihove poruke – i koliko je širok i brojan krug onih koji te poruke vide.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- Koje sve društvene mreže poznaješ? Za što se koriste i po čemu se međusobno razlikuju?
- Što treba napraviti kad želiš koristiti novu internetsku uslugu ili mobilnu aplikaciju?
- Koga prihvatiti kao prijatelja?
- Kakve sadržaje možeš ili trebaš dijeliti na društvenim mrežama?
- Kakve sadržaje ne treba dijeliti? Kakve sadržaje je zabranjeno dijeliti?



Važnost razvijanja kritičke medijske pismenosti

Kritička medijska pismenost ne označava pristup koji se protivi medijima, već pristup koji uključuje radoznalost, istraživanje i propitivanje medija. Djeca takav pristup mogu početi vježbati vrlo rano, tako da s drugima istražuju i analiziraju medijske sadržaje, razmišljaju o točnosti medijskih informacija i pouzdanosti njihova izvora.

To su važna pitanja koja treba razmotriti čitava obitelj, jer mediji donose mnoštvo informacija, među kojima ima i netočnih, pristranih ili lažnih. Što bolje razumijemo medije, to ih bolje i kvalitetnije možemo koristiti.

Medijska komunikacija kojoj je najvažniji cilj zarada i oglašavanje važna je tema za kritičku procjenu. Oglašavanje je danas sve više usmjereno na djecu, a djeca sudjeluju u donošenju obiteljskih odluka o kupnji. Oglasi su primamljivi, a djeca su vrlo podložna oglašivačkim porukama i tek počinju shvaćati

Kritička medijska pismenost ne označava negativan pristup medijima, već kritički odnos prema medijima.

vrijednost novca. Posebice štetno može biti prikriveno oglašavanje, koje nerijetko koriste, u dječjem svijetu sve popularniji, youtuberi ili poznate osobe na društvenim mrežama.

Mnoge digitalne igre uključuju mogućnost kupovanja stvari s pomoću kojih je moguće lakše i uspješnije igrati. Važno je da u obitelji razgovarate o oglašavanju i novcu.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

Činjenica ili plod mašte? Kad koristite medije, trebate razmišljati što je u tom sadržaju istina, a što nije. Djeca, primjerice, mogu lakše shvatiti da animirani programi nisu stvarni, ali im je to teže razumjeti ako program izgleda kao „stvaran život“.

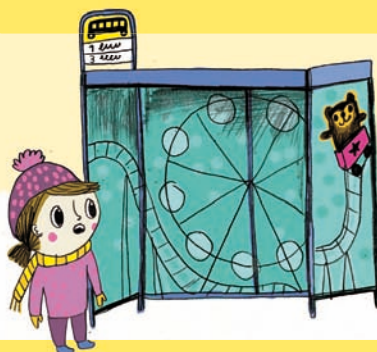
Što mediji žele reći? Budući da mediji uvijek prenose neki sadržaj, važno je imati na umu da je on rezultat namjere i odluka autora ili vlasnika medija. Njihova namjera može biti da prenesu informacije, pokažu umjetnički talent, nasmiju ljude ili da potaknu na kupnju nekog proizvoda ili usluge. Djecu možete naučiti da prepoznaju različite medijske forme i žanrove – npr. reality, igrani ili informativni program, ili da uoče prikriveno oglašavanje poznatih osoba ili blogera na društvenim mrežama.

Zajedno gledajte fotografije u novinama ili druge slike. Što te slike prikazuju? Što se možda ne vidi na slici? Što taj prizor pokazuje? Što je možda izostavljeno iz kadra? Jesu li fotografije uvijek vjerodostojne? Jesu li neke slike očito uređivane i mijenjane?

JESTE LI ZNALI?

Je li vaše dijete nehotice nešto kupilo na internetu? Je li oglašavanje usmjereno na djecu neprimjereno?

Pročitajte više na portalu o medijskoj pismenosti www.medijskapismenost.hr/ oglašavanje.



Može li se ovome vjerovati? Kričička procjena izvora, odnosno procjena pouzdanosti informacija može se vježbati kroz postavljanje sljedećih pitanja: Je li to činjenica ili nečije mišljenje? Gdje je objavljena ta informacija i može li se pronaći i u drugim izvorima? Je li informacija ažurna ili postoje novije informacije?

Prepoznaje li vaše dijete oglas kad ga vidi na ulici, internetskim stranicama, mobilnim aplikacijama, u novinama, na televiziji ili čuje na radiju?

Svrha je oglasa da neki proizvod prikaže privlačnim. U čemu je razlika između želje za nečim i potrebe za nečim? Je li moguće dobiti sve što želimo?

Zna li vaše dijete da se na nekim internetskim stranicama, u igrama ili uslugama za plaćanje koristi pravi novac? Kakva pravila postoje u vašoj obitelji o korištenju novca na internetu ili u digitalnim igrama?

Privatnost i informacijska sigurnost

Internetske stranice prikupljaju podatke o svojim korisnicima, primjerice s njihovih profila na društvenim mrežama. Korisnici i sami otkrivaju dosta informacija kad sudjeluju u različitim testovima ili natjecanjima. Te informacije koriste se za bolje ciljano oglašavanje ili poboljšanje korisničkih iskustava.

Vodite brigu o svojim podacima

Rizik zloporabe povećava se ako objavljujete osobne podatke na društvenim mrežama ili ih čuvate u različitim internetskim bazama podataka. Krađa identiteta kao poseban oblik prevare posljednjih je godina sve češća. Kradljivci identiteta lažno se predstavljaju na društvenim mrežama ili u internetskim trgovinama.

Vrlo je važno da čuvate i štitite svoje osobne podatke. Zajedno s djetetom upoznajte se s postavkama privatnosti na internetskim stranicama i provjerite koje osobne podatke dopuštate tim servisima da objave ili koriste.

Ne dijelite nepotrebno osobne podatke i zajedno s djetetom upoznajte se s postavkama privatnosti na internetu i društvenim mrežama.

PRIJEDLOZI ZA RAZGOVOR U OBITELJI

- Ako vaše dijete ima profil na društvenim mrežama ili nekim internetskim stranicama: Koje su informacije javno dostupne? Koje su vidljive osobama koje dijete prihvati za prijatelje? Javno dostupne informacije svedite na najmanju moguću mjeru.
- Koje podatke od svojih korisnika prikupljaju različite aplikacije i medijski servisi? Je li to moguće izmijeniti kroz promjenu postavki?
- Jeste li podatke o kreditnoj ili debitnoj kartici člana obitelji povezali s uređajem ili korisničkim profilom koji koristi vaše dijete? Ako jeste, provjerite postavke na uređaju ili profilu i osigurajte da dijete ne može ništa kupiti bez PIN-a.





POMOĆ I DODATNE INFORMACIJE

Portal o medijskoj pismenosti:
www.medijskapismenost.hr

Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje
elektroničkih medija:

www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija

Kako komunicirati s djecom: Načela i prakse
za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i
iscjeljenje: **www.unicef.hr/publikacije**

Prekini lanac, letak za djecu s informacijama o
sprječavanju elektroničkog nasilja:
www.unicef.hr/publikacije

Prekini lanac, letak za roditelje s informacijama
o sprječavanju elektroničkog nasilja:
www.unicef.hr/publikacije

Red Button **<https://redbutton.mup.hr>**

Nacionalno istraživanje o medijskim
navikama djece i njihovih roditelja
te sigurnosti djece na internetu:
<http://hrkids.online>



YOU TUBE video uratci korišteni na radionicama ili izradi priprema:

Digital Era – intro movie <https://www.youtube.com/watch?v=MT3uY2Jkg4M>

Mass media impact movie <https://www.youtube.com/watch?v=-q8wB5bcvZg>

Kids discuss how technology affects our lives <https://www.youtube.com/watch?v=vAPLddds8FE>

The Impact of Technology <https://www.youtube.com/watch?v=790hLh9KCb8>

Amanda Todd <https://www.youtube.com/watch?v=vOHXGNx-E7E>

Vocabulary building _ communication <https://www.youtube.com/watch?v=kZ5K2Lu5Mgl>

How Commercials Get Us To Buy Crap We Don't Need <https://www.youtube.com/watch?v=Urny4oFBbto>

Offensive Advertisements In History <https://www.youtube.com/watch?v=QTwjzp-N1OI>

False advertising https://www.youtube.com/watch?v=c_jxNQUU4f0

Unethical Marketing to children <https://www.youtube.com/watch?v=6Kssvkb44p0>

Social Media: Advantages and disadvantages <https://www.youtube.com/watch?v=mmf5OJ6KM9Q>

Couch potatoes on video games <https://www.youtube.com/watch?v=BFoZS46dVqY>

Daphne Bavelier: „Your brain on video games <https://www.youtube.com/watch?v=FktsFcoolG8>

Safe Web Surfing: Top Tips for Kids and Teens Online <https://www.youtube.com/watch?v=XgljYmdGz0>

Are You Addicted To Social Media?

<https://www.quizony.com/are-you-addicted-to-social-media/index.html>

#INSTALIE https://www.youtube.com/watch?v=0zGjTWW_yH4

Phone addiction test: Are you addicted to your phone?

<https://www.youtube.com/watch?v=qYLMFMjPJLw>

10 most offensive advertisements in history <https://www.youtube.com/watch?v=QTwjzp-N1OI>

Plastic <https://www.youtube.com/watch?v=UpJFE8UcFcU>

Body evolution - model before and after photoshopping

<https://www.youtube.com/watch?v=17j5QzF3kqE>

The power of make-up – celebrities <https://www.youtube.com/watch?v=1Cezi4XILjc>

10 singers without makeup <https://www.youtube.com/watch?v=1Cezi4XILjc>

The truth behind photography <https://www.youtube.com/watch?v=PZ563WMBTrE>

Women ideal body types through HISTORY <https://www.youtube.com/watch?v=Xrp0zJZu0a4>

BEAUTY <https://www.youtube.com/watch?v=8eAL4JNQUU8>

Models without makeup <https://www.youtube.com/watch?v=stiNJomeTGM>

Celebrities - with and without makeup https://www.youtube.com/watch?v=5bn4_a-fWfA

Kids about stereotypes: <https://www.youtube.com/watch?v=aTvGSstKd5Y>

Stereotypes <https://www.youtube.com/watch?v=a-B5U4WjNZQ>

Tips for limiting SCREEN time <https://www.youtube.com/watch?v=NhldnzyoF0s>

How much screen time is enough? https://www.youtube.com/watch?v=wtbdqlds_3c