

AKTUALNOST MEDIJSKIH KOMPETENCIJA U SUVREMENOJ PEDAGOGIJI

MIRELA TOLIĆ

Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju
University of Zadar, Department of pedagogy

UDK: 316.77-053.6:37
Pregledni članak / *Review*

Primljeno / *Received*: 22. IX.2008.

U tekstu se analizira uloga i značenje medijske kompetencije u strukturi razvoja medijskog odgoja.

Autorica pojašnjava ulogu medijske pedagogije u stjecanju medijskih kompetencija, te ističe nužnost obrazovanja medijskih pedagoga. Stjecanje medijskih kompetencija ne smješta samo u djelokrug poslova učitelja, nego i učenika, što smatra osobito važnim iskorakom u medijskom odgoju. Učenici moraju (o)vladati medijima, a ne da mediji vladaju njima. Iznosi interpretaciju pet područja dimenzija medijskih kompetencija. Navodi praktične primjere iz inozemstva koji (kroz medijske projekte i medijski rad) analiziraju problematiku suvremenog medijskog okruženja, nudeći rješenja kod negativne uloge medija u odgoju i obrazovanju. Zaključuje nužnost integriranja medijskih kompetencija u školski sustav.

KLJUČNE RIJEČI: *medijska kompetencija, medijska pedagogija, medijska pismenost, medijski odgoj*

I. UVODNE NAPOMENE

Mediji sve više upravljaju životima ljudi i postaju sastavni dio kulture. Danas je nemoguće razmatrati bilo kakve aspekte života (mladih) izvan konteksta utjecaja masmedija. Mediji imaju ambivalentnu ulogu u suvremenoj odgojnoj paradigmi jer su s jedne strane obrazovno-informativnog sadržaja, dok s druge strane poprimaju oblik manipuliranja i/ili indoktrinacije, posebice, kod djece i mladih (Miliša i Zloković, 2008: 131).

Medijska se pedagogija posljednjih 60 godina etablirala kao zasebna znanstvena disciplina. Nastala je kao rezultat razvoja odgojnih znanosti i kao reakcija na pedagogijske posljedice naglog razvitka (inovativnih) medija. Teorijski razvitak medijske pedagogije nije se još u cijelosti formirao. U pozadini te mlade discipline stoje različita područja znanosti (odgojne znanosti, sociologijske, komunikacijske znanosti...), te su zbog toga i nastale različite perspektive i interpretacije o medijima: medijska znanost, simbolički interakcionizam, semiotika, komunikacijske teorije, medijska psihologija i sociologija. Glavna je uloga medijske pedagogije bavljenje (inovativnim) medijima kako bi se razvile odgovarajuće kompetencije i na taj se način spriječila medijska manipulacija.

2. POZICIONIRANJE MEDIJSKE PEDAGOGIJE KAO ZNANSTVENE DISCIPLINE

Medijska pedagogija je pedagojska disciplina. Sadrži sociopedagoške, sociopolitičke i sociokulturne analize u ponudama medija za djecu, mlade, ali i ljude treće dobi, te njihove kulturne interese u odrastanju, radu, slobodnom vremenu i obiteljskom životu. Razvoj medijskog obrazovanja pospješuje razvoj suvremenih komunikacija (Baacke, 2007: 40). Medijska pedagogija vodi razvoju medijskih kompetencija nudeći nove vizije i koncepte, te razvijajući nove metode kako bi se (posebice) mladi znali koristiti medijima. Medijsku pedagogiju može se razmatrati u užem i širem značenju:

Medijska pedagogija u užem značenju	Medijska pedagogija u širem značenju
- metodički pristupi pedagojskim zahtjevima - koncentracija odnosa u interpretacijama i stjecanju nastavnih kompetencija - koncentracija na djecu i mlade - zapostavljena teorija - perspektive s pozicija školskog sustava, prvenstveno didaktike i metodike - medijska pismenost	- teorijsko-praktični pristupi u svjetlu analize razvoja suvremenih medija - masovna komunikacija, političke i društvene dimezije - medijska pedagogija kao aspekt u multikulturalnim analizama društva - favoriziranje interdisciplinarnih pristupa - antropološki koncepti i njihove (značajne) funkcije u sociokulturnom ambijentu - transfer informacija s globalne i interkulturalne perspektive

(Izvor: Schrob, 1995: 27)

Njemački medijski pedagog Schrob, B. (1995) ističe da se medijsko-pedagoški koncepti i ciljevi trebaju uključiti u tumačenje novog školskog *curricula* što bi osmislilo medijsko-pedagojske projekte koji bi imali funkciju djelovanja, doživljaja, iskustvenu funkciju, informacijsku funkciju i funkciju stjecanja znanja pa kaže: "Stajališta sam da medijsko obrazovanje uključuje: obrazovanje o medijima i obrazovanje u smislu 'upotrebe' medija (što uključuje obrazovanje: znati se koristiti medijima)" (Schrob, 1995: 34).

Tri su ključna pitanja u suvremenoj medijskoj pedagogiji: 1. Kako i na koji se način mijenja komunikacija mladih u obitelji, školi, socijalnoj okolini?, 2. Koje su posljedice trivijalnih medijskih ponuda za mlade? i 3. Na koje bi se značajne aspekte medijski pedagozi trebali (u analizama) oslanjati u stjecanju medijskih kompetencija? Baacke sažima da su "mediji nositelji komunikacijskih procesa" (Baacke, 2007: 4), a zbog toga medijska pedagogija treba interpretirati sadržaje: govorni jezik,¹ knjige, slike, fotografije, TV, CD, kompjuter, internet...kao informacijske i komunikacijske medije.

¹ Jezik kao sistem povezivanja značajnih simbola. Simboli se sastoje od tri značenja: "signifikants" (materijalni znakovi, pisana riječ...), "signifikat" (predodžba, što primatelj uz pomoć signifikants povezuje određenu radnju) i "referenz-a" (postojeći objekt u realnom svijetu na što je simbol upućen).

Medijska pedagogija je stajališta da svaki čovjek živi u simboličkom svijetu (Luhmann, 1991: 34). Ti simboli trebaju biti *dekodirani* kako bi odgoj i obrazovanje bili uspješni. U tome je suština razvoja medijskih kompetencija.

Pojedini autori smatraju kako je medijska pedagogija stajališta da svaki čovjek živi u simboličkom svijetu (Luhmann, 1991). Ti simboli trebaju biti *dekodirani* kako bi se spriječio negativni utjecaj medija na mlade. Mediji su nositelji sistema znakova i simbola, a uz njihovu (ne)pomoć čovjek konstruira svoj svijet stvarnosti i/ili fikcija. Zbog toga pozicioniranje medijske pedagogije u suvremenoj pedagogiji podrazumijeva i dekodiranje simbola manipulatora. "Mladi sve više postaju robovima masovnih komunikacija, ovisnici o internetu (blogovima, video-igama), a socijalna potištenost i izoliranost pojedinca je sveprisutna." (Miliša, 2007: 45). Miliša, Z. i Zloković, J. u knjizi *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima* (2008) ističu posljedice manipuliranja medija nad djecom i mladima, a kao preventivno rješenje vide u razvoju Medijske pedagogije u Hrvatskoj na nastavničkim fakultetima u cilju stjecanja medijskih kompetencija.

3. ULOGA MEDIJSKE PEDAGOGIJE U STJECANJU MEDIJSKIH KOMPETENCIJA

Analizu razvoja medijske pedagogije Schrob, B. (1995) je razvrstao u šest faza, a to su:

1. Medijska pedagogija, prva polovica XX. stoljeća, koja se paralelno razvija s razvojem filmske industrije, ekspanzije tiskanih medija
2. Indoktrinarna medijska pedagogija: medijska pedagogija u *Trećem Reichu*, *socijalizmu*
3. Normativna medijska pedagogija (početak emancipiranja kao zasebne znanstvene discipline).

Ova je faza jedna od bitnih točaka u povijesti razvoja medijske pedagogije jer u njoj dolazi do uočavanja dvostruke uloge medija: manipulacija-odgoj ili komunikacija. U ovoj se fazi počeo formirati zakon o zaštiti mladih od manipulativnih medija (FSK 1949²-vrijeme Weimerske Republike).

4. Kritičko-receptivna i emancipatorsko – medijska pedagogija.

Glavna teza ove faze je razvoj medijske kompetencije s ciljem "razvijanja kritičkog stava u sprječavanju manipulativne forme od strane medija" (Schrob i Hüther, 2005: 27). Bitno je razlikovati odgojne forme od manipulativnih. Evo primjera *odgojnih formi* od strane medija:

MEDIJSKO- METODIČKE FORME:	GLAVNO PITANJE SVAKE FORME:
Odabir sadržaja	Od čega? S kojim ciljem?
Redukcija	Do koje mjere?
Selektivnost	Poslije čega?- Po kojem kriteriju?
Perspektivno	Nasuprot čemu?
Interesno	Zbog čega i s kojom svrhom? Jesu li interesi intrinzično ili ekstrinzično motivirani?

² Jugendmedienschutz, 1949: 1. freiwillige Selbstkontrolle, 2. Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit- 1951 (JÖSCHG), 3. Gesetz über Verbreitung jugend- geförderter Schriften (GJS:

1953) i 4. Bundesprüdstelle für jugendgefährdenden Schriften: BPJS (1954)- Weimer Zeit, (Schrob i Hüther, 2005: 25).

Tehnički sastavljeno	Kako i čime?
Znanstveno ovisno	Do koje mjere?
U natjecanju	S kim?
Ovisnost o korištenju	Kako? Od koga? Koje djelovanje ima na svijest i ponašanje?

(izvor: Hoffmann, 2003: 198)

5. Obrazovno – tehnološka i funkcionalna medijska pedagogija

U ovoj fazi razvoja glavno pitanje bilo je uvođenje novih medija u odgojno-obrazovni sustav i nastavni proces. Počele su se razvijati ostale poddiscipline medijske pedagogije: medijska didaktika, obrazovana tehnologija, medijska pismenost

6. Refleksivno – praktična medijska pedagogija.

"Nije temeljno pitanje što mediji s korisnicima planiraju napraviti, već što će korisnici medija uz njihovu pomoć u konačnici napraviti." (Schrob i Hüther, 2005: 78) U ovoj fazi naglasak je stavljen na akcijsku metodu (u stjecanja medijske kompetencije).

Pod pojmom "aktivnog medijskog rada" Schrob i Hüther (2005) podrazumijevaju: 1. medije kao sredstvo refleksije, ponašanja i komunikacije; 2. prepoznavanje vlastitih interesa u skladu s realnošću i sposobnostima; 3. medije kao sredstvo za proizvodnju informacija, stječući prihvatljivu poziciju u društvu i znanju; to je pitanje kako svoje interese javno artikulirati i 4. medije kao sredstvo analize kritičkog aspekta; uočavanje razlike medija kao manipulatora i medija kao transfera komunikacija (Schrob i Hüther, 2005: 32).

Razvoj medijske pedagogije od prošlosti do danas postupno je doprinio razvoju medijskih kompetencija. U stjecanju medijskih kompetencija potrebno je detektirati važnost medija među drugim agensima socijalizacije; medije valja shvatiti kao partnere, ali treba utjecati na medije koji negativno utječu na formiranje svijesti i/ili ponašanja djece i mladih.

3.1. OD MEDIJSKE KOMPETENCIJE K MEDIJSKOM OBRAZOVANJU PEDAGOGA

Medijski pedagozi pokušavaju pronaći poveznice između pedagoških implikacija uloge medija u društvu i potreba društvenih inovacija u suvremenom medijskom okruženju. Cilj joj je stvaranje adekvatnih dimenzija medijskih kompetencija koje vode k zadacima, a to su: zaštita privatne sfere života i razvoj samokritičnosti, razvoj u interkulturalnog dijaloga, usvajanje analitičkih, refleksivnih i etičkih dimenzija, pravo na informiranosti te sposobnost za korištenje inovativnih medija, npr. novih kompjuterskih *softvera*.³

Mediji se koriste kao pomoćno sredstvo i mogu biti (zasebna) nastavna tema. Cilj je da se pomoću medija potiče stvaralaštvo učitelja i učenika. Odatle pitanje: "Kako obrazovati medijskog pedagoga?" Sve su to pitanja ili važni aspekti za inovativnu pedagogiju (Pöttinger i sur., 2004: 45). U obrazovanju budućega medijskog pedagoga trebaju biti zastupljena barem tri područja koja obuhvaćaju medije i informacijske tehnologije u odgoju, obrazovanju i nastavi, a to su: a) opća medijska kompetencija: teorija medija

³ 35 milijuna stanovnika SAD-a posjeduju vlastiti PC- u kući (Baacke, 2007: 101).

i informacijskih tehnologija, izbor i primjena medija i informacijsko-tehničkih sustava, stvaranje medijskih softvera, društveno značenje medija u izmjeni informacija, medijska estetika, medijska etika i medijsko pravo; b) medijsko-didaktička kompetencija: primjena informacijskih tehnologija u nastavi, značenje medija u nastavi, uporaba medija i informacijskih tehnologija u predmetnoj nastavi, primjena medija i informacijskih tehnologija u izvannastavnom radu s djecom i mladeži, analiza i procjena vrijednosti medijske ponude, društveni i institucionalni uvjeti za medijsku produkciju, implementacija i evaluacija medijskih nastavnih modula i c) "kompetencija u području medijskog odgoja" (Pöttinger i sur., 2004: 49).

Termini 'medijska pismenost' i 'medijska kompetencija' često se koriste kao sinonimi. Medijska pismenost⁴ se ponekad odnosi na stjecanje vještina, kao što je kompjuterska pismenost ili za grupe medija (tehnološka ili digitalna pismenost), dok medijska kompetencija uključuje i znanje i upućenost o ambivalentnoj ulozi medija. Medijska kompetencija označava "spособnost kretanja po svijetu medija na kritički, reflektivan i nezavisan način, s osjećajem za odgovornost, koristeći medije kao sredstvo za nezavisno i kreativno izražavanje" (Pöttinger i sur., 2004: 71). Medijska se kompetencija mora bazirati na kvalifikaciji učitelja i učenika, ali i roditelja, što je nužno za život s medijima u trećem tisućljeću. Dakle, nije bit medijske kompetencije u stjecanju znanja i vještina samo nastavnika (kako živjeti s medijima), nego i odgajnika (učenika) kako ih kritički vrednovati. Integrativna medijska pedagogija sadrži normativno značenje (opis određene namjere) gdje atribut "integrativno" sadrži dvostruku kvalitetu. S jedne strane, sva tri aspekta medijske pedagogije: medijska didaktika, medijski odgoj i medijska pismenost (od planiranja, odabira metode do evaluacije nastave) i s druge strane, odnos medijske pedagogije prema inovativnim medijima.

U doglednoj bi se budućnosti sustav medijske kompetencije mogao integrirati u školski sustav, kao što je to u većini europskih država. U tom cilju neophodno je imati kolegij "Medijska pedagogija" na nastavničkim fakultetima, a koji danas imaju samo pojedini nastavnički fakulteti u Hrvatskoj imaju.

4. DIMENZIJE MEDIJSKE KOMPETENCIJE

Medijska kompetencija⁵ je središnji pojam u medijskoj pedagogiji. Ona uključuje sposobnosti koje pojedinac unutar medijsko-informacijskog društva mora usvojiti. Te se sposobnosti odnose na izgradnju kritičke refleksije prema ponuđenim medijskim sadržajima. Baacke (2007) je uveo prvi pojam "komunikativna kompetencija" u odgojnim znanostima kao preddiskusiju za medijsku kompetenciju. Pod pojmom "komunikativna kompetencija" podrazumijeva se sposobnost odgajnika da razumije, da se sporazumi i izmjenjuje jezične simbole (Schrob, 1995., 27). Medijska kompetencija sadrži sljedeće čimbenike: a) individualne karakteristike primatelja, b) dekodiranje medijskih simbola, c) aktivno korištenje medija, d) kritičku refleksiju: razvitak kritičkog medijskog okruženja, e)

⁴ Medijska pismenost je uži pojam za "medijsku kompetenciju" a znači sposobnost kritičke analize medijskih ponuda, istovremeno koristeći medije kao sredstvo za kreativno izražavanje. Ona vodi k realizaciji glavnog cilja medijskog odgoja i obrazovanja.

⁵ Medijska se kompetencija, kako smo ranije utvrdili, odnosi na (samo) analizu medijskih sadržaja (Baacke, 2007: 67).

motiviranost medijskog korisnika. Baacke ih je operacionalizirao u sljedeće predimenzije: medijska kritika (sposobnost analize sadržaja medija), medijsko znanje (znanje o medijima i sistemima te sposobnost produkcije), medijsko korištenje (receptivna komponenta korištenja medija, npr. interaktivno korištenje: kako i na koji način te s kojim posljedicama) i medijske forme djelovanja (inovativni medijski sistemi, kreativnost i estetske forme) (Baacke, 2007: 44). Dva su temeljna glagola osnova za izgradnju medijske kompetencije: *znati i moći – djelovanje*.

Osnovne su dimenzije medijske kompetencije u medijskoj pedagogiji:

Kognitivna dimenzija: odnosi se na znanje, razumijevanje i analizu sadržaja u medijima. Ova dimenzija omogućava stjecanje znanja medijske kompetencije kako bi se simboličke poruke putem medija mogle uspješno dekodirati i razumjeti njihova značenja. *Moralna dimenzija*: koja zagovara tezu da se mediji trebaju promatrati s etičkog aspekta. Treća je *socijalna dimenzija*: a odnosi se na prava, medijsku politiku i socijalna djelovanja. Četvrta je *estetska dimenzija*: o kojoj su mediji nositelji izražaja i informacijskih poruka. Ovu dimenziju najviše koriste medijski manipulatori putem estetskih sadržaja poput: slika, boja...itd. Upravo ti sadržaji "bude" emocionalne efekte kod korisnika (posebice djece i mladih, npr. internet, videoigre). Peta je *dimenzija djelovanja*. Ona bi trebala razviti sposobnosti aktivnog uključivanja u interpretaciji sadržaja medija. Od pasivnog pojedinca razviti aktivnog. Ova dimenzija također je važna u *decoding procesu*. Neki stručnjaci sve ove dimenzije nazivaju i nove vizije ili paradigme za poboljšanje interaktivnog učenja u dvosmjernoj ulozi medija. Baacke ih naziva i novom filozofijom obrazovanja u informacijskom društvu. Smatra da je proces kompetencije uspješan ako se u pojedinca razviju sve dimenzije (Hofmann, 2003: 65).

Chomsky ističe da je "jezična kompetencija urođena sposobnost" (prema Moser, 2006: 89). Prema Baackeu "komunikacija se ne sastoji samo od jezične interakcije". Zbog toga nije dovoljno "imati" samo jezičnu kompetenciju. Za Baackea je bitno "ono" što pojedinac vidi i čuje i što može sam producirati (Baacke, 1997: 52). Iz tog razloga Kübler (1996) ističe da "...medijske kompetencije ne mogu biti ostvarive kao nova paradigma u medijskoj pedagogiji ako se primjeri 'uzimaju' samo od Chomskog." (Kübler, 1996: 12). Uz pomoć kodova slika i digitalnih (inovativnih) medija mogu se interpretirati informacije, ali ne mogu biti dekodirane bez usvojene medijske kompetencije (Doelker, 1997: 48). Konkretni nastanak različitih medijskih kompetencija koje su shvaćene kao nove paradigme medijske pedagogije usko je vezan za uporabu inovativnih medija (Doelker, 1997: 53).

Učenik mora znati vladati medijima, a ne mediji njime. Četiri su značajne točke koje odgovaraju na pitanje što je to pedagoško u medijskoj kompetenciji: 1. kompenzatorsko: reakcijsko, socijalno, etičko, 2. interkulturalno: kulturalne perspektive, vrijednosne orijentacije, kulturne povezanosti, suživot, 3. teorijsko-znakovno: semantičko, dekodiranje simbola i znakova u medijima i 4. društveno-socijalno: odgovornost i sudjelovanje s različitim medijima. Heinz Moser (2000) ističe "obrazovni standardi dobivaju na značenju stjecanjem medijskih kompetencija kao nove paradigme medijskog obrazovanja" (Moser, 2000: 87). To podrazumijeva INPUT (u kurikulumu, a ne OUTPUT) onoga što je učenik usvojio i naučio. (Moser, 2000: 88). Za realizaciju INPUT-modela Njemačka se zadnjih godina orijentirala na nastavne predmete: njemački, matematiku i jedan strani jezik. Na toj se razini trebaju razviti obrazovni standardi koje će učenik u određenoj dobi morati usvojiti. Takav se prijedlog razvoja u usvajanju razina medijske kompetencije

počeo primjenjivati u Zürichu zadnjih deset godina. (Moser, 2000: 97). Postojala su tri polja djelovanja gdje su se učenici morali kvalificirati, a to su: 1. uporaba medijskih proizvoda, 2. razmjena medijskih poruka (komunikacijski mediji) i 3. medijska refleksija i medijska kritika (medijska kritika se razvila 80-ih god.). Ove tri polja djelovanja zapravo predstavljaju tri područja kompetencije. Na temelju njih su u Zürichu usvojeni standardi za četiri dobne razine: a) od 1 - 6 razreda, b) od 7 - 9 razreda, c) od 9 - 10 razreda i d) od 10 - 12 razreda (Moser, 2006: 221).⁶

Tablice opisuje standarde pri usvajanju medijskih kompetencija kod učenika.

Tablica: 1. Područje djelovanja: Upotreba i oblikovanje medijskih proizvoda

<i>Kompetencija o spoznaji objekta/stvari</i>	<i>Metodička kompetencija</i>	<i>Socijalna kompetencija</i>
RAZINA KOMPETENCIJE: 1.		
Koristi medije kao pomagala u procesima učenja i razvijanja kreativnosti.	Optimizira osnovne funkcije medijskog prostora.	Doživljava medije kao podršku u promicanju interaktivne metode.
RAZINA KOMPETENCIJE: 2.		
Prepoznaje sadržaje medija i prosuđuje.	Postavlja medije k pedagoškom diskursu.	Koristi medije za kooperaciju i socijalnu komunikaciju.
RAZINA KOMPETENCIJE: 3.		
Prepoznaje određenu vrstu medija među ostalim medijima, te ga odabire za ciljnu upotrebu.	Prepoznaje određenu vrstu medija među ostalim medijima.	Postavlja određenu vrst medija kao sredstvo za analizu procesa kooperacije svih aktera.
RAZINA KOMPETENCIJE: 4.		
Koristi medije na temelju diferencijalnog (stečenog) znanja, te ih upotrebljava za učenje i rad.	Postavlja medije kao koristan aparat za razvoj kreativnosti učenika i učitelja.	Odnosi se na socijalno učenje uz uporabu medija – učenje vještinama komuniciranja.

(Moser, 2006: 221)

Tablica: 2. Područje djelovanja: Razmjena i interveniranje medijskih poruka

<i>Kompetencija o spoznaji objekta/stvari</i>	<i>Metodička kompetencija</i>	<i>Socijalna kompetencija</i>
RAZINA KOMPETENCIJE: 1.		
Uviđa medije kao sredstvo u procesu razmjene informacije u komunikaciji.	Upotrebljava pojedine medije kao sredstvo za kooperaciju i komparaciju.	Razmjenjuje iskustava putem medija – učenje na daljinu – tzv. E – Learning, upoznavanja...itd.

⁶ Ova se podjela odnosi na švicarski sistem školovanja: primarna škola: 1-6 , sekundarna I: 7-9, sekundarna škola II: 10-12 (Moser, 2006: 221).

RAZINA KOMPETENCIJE: 2.		
Raspolaže određenim znanjima o upotrebi medija pri razmjeni informacije.	Komunicira i kooperira s odabranim medijima, (svim akterima u obrazovnom procesu).	Uočava da se putem medija stvara kvalitetnija komunikacija i za razvoj socijalnih standarda ponašanja.
RAZINA KOMPETENCIJE: 3.		
Raspolaže određenim znanjima o socijalnim uvjetima (putem medija) u procesu komunikacije i kooperacije.	Ciljano koristi medije u artikulaciji nastavnog sata.	Koristi određene medije za analizu sadržaja u različitim medijima – komparacija sadržaja i ponuda.
RAZINA KOMPETENCIJE: 4.		
Upotrebljava određeno stečeno znanje o medijima kao mogućnost medijske komunikacije i kooperacije u rješavanju socijalnih i radnih problema.	Organizira razmjene informacija putem novih medija – učenje na daljinu, tzv. E-Learning.	Iz određenog medija preuzima informacije pri razmjeni informacije i uspoređuje stavove i ponašanja.

Za aktivan medijski rad Moser predlaže učenje na daljinu, tzv. E- Learning (Moser, 2006: 222).

Tablica 3. Područje djelovanja: Refleksija i medijska kritika.

<i>Kompetencija o spoznaji objekta/stvari</i>	<i>Metodička kompetencija</i>	<i>Socijalna kompetencija</i>
RAZINA KOMPETENCIJE:1.		
Razmišlja o prednostima i posljedicama pri korištenju medija.	Upotrebljava određene kriterije za osuđivanje informacije od strane medija (a koji su neprimjereni za mlade, npr. senzacionalistički).	Upotrebljava medije kao sredstvo za analizu socijalnih radnji. Razvija kritički dijalog o otuđenju kroz tzv. nove medije.
RAZINA KOMPETENCIJE: 2.		
Procjenjuje medijski proizvod na temelju funkcija i djelovanja.	Donosi kriterije za osuđivanje medija koji manipuliraju.	Koristi kriterije (nakon što ih je ocijenio-la) u socijalnim procesima.
RAZINA KOMPETENCIJE: 3.		
Spoznaje utjecaje medija na pojedince i društvo i (ne) vrijednosti koje promovira.	Interpretira i procjenjuje informacije.	Koristi medije i spoznaju o njima za određeni socijalni proces uspostavljanja dijaloga.

RAZINA KOMPETENCIJE: 4.		
Osuđuje razmjene djelovanja informacija između društva i pojedinca.	Prepoznaje i vrednuje interese profita i oglašivača, reklamera-kritička dimenzija.	Djeluje aktivno i odgovorno pri upotrebi medijski dobivenih informacija, referira se na svaku informaciju u medijima.

(Moser, 2006: 223)

Slijede standardi koji se nadopunjuju pomoću ostalih indikatora. S obzirom na to da se tablica 3. bazira na medijskoj kritici i zalaže za aktivni medijski rad, predlažem sljedeće aktivnosti: kritičku analizu časopisa za mlade, (ne)stvarne idole, analizu reklama manipulativnog sadržaja, funkcije novih medija itd.

Tablica: 3.1. Upotreba i oblikovanje medijskih proizvoda: standardi s indikatorima

<i>Kompetencija o spoznaji objekta/stvari</i>	<i>Metodička kompetencija</i>	<i>Socijalna kompetencija</i>
Medije može koristiti na temelju stečene kompetencije pri upotrebi stjecanje vlastitih ciljnih intencija.	Upotrebljava medije ciljno za određeni uzrast. Početi s usporedbom školskih listova i listova za tinejdžere.	Koristi medije za podizanje suradnje među djecom i djece s odraslima.
Oblikuje medije za rješavanje zadataka.	Upotrebljava medije pri rješavanju problema vezanih za procese učenja.	Medijske proizvode oblikuje i prezentira ovisno o socijalnom okruženju.
Mediji služe pojedincu kao alat pri rješavanju radnih zadataka u procesu učenja.	Određene medije koristi u formuliranju zadataka i planiranju radnji pri procesu učenja.	Upotreba medije za zajedničko učenje i u rješavanju zadataka za razvoj prosocijalnih vrijednosti.
Ciljno orijentira medije pri zadatku učenja te ih oblikuje s obzirom na dane medijske informacije- sadržaje.	Prosudjuje medijske proizvode i rješava probleme pri zadanim postupcima.	Na temelju stečenih kompetencija medije ciljno orijentirane prema život u zajednici – poticanju interkulturalnosti.
Neke pojmove u području medijskog korištenja razlučuje, razumije, odbacuje i sastavlja kao strukturu i pripremu pri rješavanju nekog problema.	Nove funkcije inovativnih medija sistematično analizira, prevenstveno najsofisticiranije manipulativne emisije – reality - show, talk - show...itd.	Kod zajedničkog učenja koristi inovativne medije kao pomoćni alat u prikupljanju korisnih informacija u analizama socijalnih odnosa u različitim kulturama.

(Moser, 2006: 224)

Ove tri razine predstavljaju se kao zadatci koji (egzemplarno) prikazuju što bi npr. u kurikulumu školstva trebalo postojati da bi se stekle nove vještine i/ili kompetencije. Formuliranje medijske kompetencije kroz te tri razine pokazuje kako se i na koji način npr. učenik razvija (kompletnost) u usvajanju dimenzija medijske kompetencije. Npr. područje djelovanja-refleksija (kod socijalnih kompetencija – razina 1, tablica 3B) ukazuje na to da se mediji mogu koristiti kao pomagala prilikom rješavanja nekog zadatka. Prelazak na razinu 2 (tab.3) predstavlja stupanj već usvojenih formi koje se odnose na kritičku uporabu medija. Na trećoj razini (tab.3) podrazumijeva se preuzimanje odgovornosti i samokritičnost i, dok četvrta razina predstavlja zapravo nadopunjavanje već stečene razine znanja i vještina.

Tablice zapravo prokazuju zadatke i ciljeve u određenom kurikulumu medijske pedagogije u stjecanju kompetencija i nude poveznice pri razvoju i usvajanju sposobnosti.

Na temelju interpretiranja medijske kompetencije kroz medijsko obrazovanje prikazani je model primjer što bi to učenik u određenoj školi, na određenoj razini i određenom polju morao usvojiti (prilikom prijelaza na višu razinu). Pedagoško je djelovanje u tome kontekstu nužno za medijsko obrazovanje jer se usvaja djelovanje dvaju bitnih glagola: *znati (wissen)* i *moći (können)*, koji su potrebni za "snalaženje" u suvremenom medijskom okruženju. Oni se nadopunjuju. Moser ih (2006: 332) sagledava preko digitalnih medija. Iz toga se mogu sažeti temeljni zadatci u savladanju medijskih kompetencija: a) medijske proizvode smisleno razumjeti, odabrati određeni medijski proizvod i znati ga koristiti (u komunikaciji, učenju, igri, simulaciji, telekomunikaciji...), b) pojedine medije preoblikovati na taj način da služe kao sredstvo u procesu učenja i u rješavanju problema u suvremenom medijskom okruženju, c) medijske sadržaje znati prihvatiti i/ili odbaciti, d) oduprijeti se manipulaciji (videoclips, comics, listovi za tinejdžere, reklame...) i e) medijske proizvode znati analizirati, kritizirati (Willke, 1995: 38).

Wolfgang Schilla (1999)⁷ je izradio medijski projekt za osnovne škole sa zadacima za stjecanje medijskih kompetencija.

Tablica 4. Primjer aktualizacije medijske kompetencije.

<i>Zadatci- područje rada</i>	<i>Rasprava o doživljaju medija i razmjena iskustva – refleksivno</i>	<i>Rasprava o medijskim proizvodima – analitičko</i>	<i>Aktivni medijski rad – produktivno</i>
<i>Školska akad. godina</i>			
2. razred	Učenici(e) diskutiraju o medijima kako su ih doživjeli.	Učenici(e) razlikuju na temelju njihovih medijskih iskustava različite stilove medija (<i>genres</i>) i mogu imenovati tzv. dječje medije.	Učenici(e) će na primjerima određenih medijskih proizvoda znati sadržaj interpretirati.

⁷ Wolfgang, S. (1999: 121)

	Učenici(e) spoznaju značenje i funkcije medija – kao faktor – <i>alat</i> .	Učenici (e) znaju na primjerima razlikovati realnost i fikciju.	Učenici(e) uče služiti se različitim tehničkim medijima: znaju ih koristiti .
3. i 4. razred.	Učenici(e) raspoznaju manipulaciju u medijskim ponudama.	Učenici(e) istražuju kritički medijske sadržaje.	Učenici(e) su u stanju samostalno izraziti sadržaje uz pomoć tehničkih pomagala.
	Učenici(e) pronalaze uzroke zašto pojedini medijski sadržaji utječu na njihov svakidašnji život.	Učenici(e) pronalaze poveznice i odnose između realnosti i fikcija danih u medijskim ponudama.	Učenici(e) otkrivaju specifičnosti medija putem eksperimentalnog djelovanja.
5. i 6. razred	Učenici(e) se suprotstavljaju neselektivnom prihvaćanju određenih medijskih ponuda.	Učenici(e) istražuju samostalno zahtjeve s kojim medijima se mogu ispuniti obrazovne ili odgojne svrhe.	Učenici(e) proizvode sami medijske proizvode koje će im poslužiti za određeno predstavljanje i izražavanje (školski listovi).
	Učenici(e) diskutiraju je li se i kako "isplatilo" koristiti određene medije u ostvarivanju ciljeva, npr. u učenju, i kako se to odrazilo na njihov privatni život (slobodno vrijeme).	Učenici(e) raspoznaju određene primjere koji rekonstruiraju fikciju a koji realnost.	Učenici(e) se znaju služiti specifičnim tehničkim sredstvima kao pomoć pri rješavanju zadataka (iz različitih predmeta).

Iz navedenog je primjera vidljivo da su stupci koji predstavljaju - *Raspravu o medijskim proizvodima - analitički* te imaju značajnu ulogu u prepoznavanju fikcije-manipulacije. Mediji najviše slikom i estetskim doživljajima manipuliraju, na taj način od fikcije stvaraju realnost (primjeri različitih reklama za djecu, igrice koje promoviraju nasilje itd.) ili nameću kriterije vanjskog estetskog izgleda. Na taj se način stvaraju stilovi života koji utječu na ponašanje. To su hedonizam, konzumerizam ili nasilje kao stilovi života. Potiču ih mediji, te se uloga medijskih pedagoga ogleda u tome da ih djece i mladi prepoznaju i na vrijeme steknu kritički stav prema njima.

ZAKLJUČAK

Medijska je pedagogija stajališta da svaki čovjek živi u simboličkom svijetu. Ti simboli trebaju biti (u pedagogiji) *dekodirani* kako bi odgoj i obrazovanje izbjegli utjecaju medijske manipulacije. Mediji su sistem znakova i simbola, a uz njihovu (ne)pomoć čovjek konstruira svoj svijet stvarnosti i/ili fikcije.

Baacke je prvi uveo pojam "komunikativna kompetencija" u odgojnim znanostima kao preddiskusiju za medijsku kompetenciju. Ona uključuje sve sposobnosti koje pojedinac (unutar medijsko-informacijskog društva) mora usvojiti pri uporabi medijskih proizvoda, razmjeni medijskih poruka te medijskoj refleksiji i medijskoj kritici. Medijske kompetencije moraju voditi k medijskom odgoju i obrazovanju. Cilj joj je stvaranje adekvatnih dimenzija medijskih kompetencija koje vode k zadacima: zaštititi privatne sfere života, samokritičnosti, interkulturalnom dijalogu, usvajanju analitičkih, refleksivnih i etičkih dimenzija u (novim) medijima. Analizirajući medijsku kompetenciju s konstruktivističkog pristupa, podrazumijeva se "spoj" sposobnosti između dvaju temeljna glagola *što* (pojedinac mora usvojiti) i *znati* (upotrijebiti usvojene kompetencije). Pojedinac, posebice učenik, mora znati vladati medijima, a ne mediji njim. U tim novim obzorjima u suvremenoj pedagogiji medijska kompetencija mora voditi k razvoju medijskog obrazovanja i medijske kulture, što su sastavni dijelovi medijske pedagogije u suvremenom medijskom okruženju, a u cilju sprječavanja procesa manipulacije. Dakle, nužnost je shvaćanje integriranja medijskih kompetencija i s aspekta potreba učenika (a ne samo učitelja) u školski sustav jer ono vodi cjelovitom razvoju medijskog odgoja u suvremenoj pedagogiji.

LITERATURA

- Baacke, D. (2007) *Medienpädagogik*, Tübingen, Max Niemeyer.
- Doelker, C. (1997) *Ein Bild ist mehr als ein Bild*, Stuttgart: GmbH.
- Hoffmann, B. (2003) *Medienpädagogik – Eine Einführung in Theorie und Praxis*, Paderborn, Schöningh UTB.
- Luhmann, N. (1991) *The Theory of Communication*, Amsterdam, Loet Leydesdorff.
- Kübler, H. (1996) *Kompetenz der Kompetenz...Anmerkungen zur Lieblingsmetapher der Medienpädagogik in: medien praktisch*, 11, Tübingen, Max Niemeyer.
- Miliša, Z i Zloković, J. (2008) *Odgoj i manipuliranje u obitelji i medijima*, Zagreb, Markom.
- Moser, H. (2000) *Einführung in die Medienpädagogik-Aufwachsen im Medienzeitalter*, Opladen, Leske und Budrich.
- Moser, H. (2006) *Standards für Medienbildung, in: Computer + Unterricht 1*, Opladen, Leske und Budrich.
- Pöttinger i sur., (2004) *Medienbildung im Doppelpack- Wie Schule und Jugendhilfe einander ergänzen können*, Bielefeld, GMK.
- Schrob B. i Hüther J. (2005) *Grundbegriffe Medienpädagogik*, IV Auflage, München, Kopaed.

Schrob, B. (1995) *Medienaltag und Handeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis*, Opladen, Leske und Budrich.

Willke, R. (1995) *Der produktiver Zuschauer-Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*, München, Kopaed.

Wolfgang, S. (1999) Medienprojekte in der Grundschule: Möglichkeit und Grenzen schulischer Förderung von Medienkompetenz, *Medienkompetenz-Grundlagen und pädagogisches Handeln*, München, god.3, sv. 2 (4), str. 121 – 127.

DIE WIRKLICHKEIT DER MEDIENKOMPETENZEN IN DER MODERNE PÄDAGOGIK

KURZFASSUNG

In diesem Text wird die Frage analysiert welche Rolle und die Bedeutung haben die Medienkompetenzen in der Struktur bei der Entwicklung vom Medienerziehung.

Die Autorin erklärt die Rolle der Medienpädagogik beim gewinnenden Medienkompetenzen und betont notwendigerweise die Bildung der Medienpädagogen. Die gewinnenden Medienkompetenzen beziehen sich nicht nur an die Arbeiten der Lehrer, sondern auch auf die Schüler und genau das meint die Autorin des Textes für sehr wichtig und ebenso für ein grossen Schritt in der Medienerziehung. Schüler müssen die Medien (be)herrschen und nicht die Medien die Schüler. Die Autorin interpretiert fünf Dimensionen vom Medienkompetenzen. Sie gibt praktische Beispiele vom Ausland die (durch Medienprojekte und Medienarbeit) die Problematik der aktuellen Medienwelt analysieren, dabei schlägt Sie Lösungen vor bei der negativen Medienrolle in der Erziehung und Bildung. Am Ende des Textes entscheidet die Autorin, dass es zum erwarten sei die Medienkompetenzen im Schulsystem zum integrieren.

SCHLÜSSELWÖRTER: *Medienpädagogik, Medienkompetenz, Medienkunde, Medienerziehung*

