

Uloga medija u odgoju djece

Jović, Andrea

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:147:292023>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**

Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Teacher Education - Digital repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ**

**ANDREA JOVIĆ
ZAVRŠNI RAD**

ULOGA MEDIJA U ODGOJU DJECE

Zagreb, listopad 2016.

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ
Petrinja**

PREDMET: PEDAGOGIJA RANOG ODGOJA

ZAVRŠNI RAD

Ime i prezime pristupnika: Andrea Jović

TEMA ZAVRŠNOG RADA: ULOGA MEDIJA U ODGOJU DJECE

MENTOR: doc. dr. sc. Marina Đuranović

Zagreb, listopad 2016.

Sažetak

(Masovni) mediji nezoabilazni su dio modernog života 21. stoljeća. Mediji su sredstvo oblikovanja stavova, a time i postupanja u svakodnevnom životu. Oni utječu na brojne aspekte života, ponekad toliko intenzivno da ljudi toga nisu ni svjesni. Medijima su od najranijeg doba izložena i djeca, i to veliku količinu vremena, stoga imaju važnu ulogu u odgoju djece. Utjecaj medija mogu donekle kontrolirati medijski pismeni i kompetentni roditelji koji kao takvi mogu kvalitetnije odabrati sadržaj kojemu će dijete biti izloženo. Koliku ulogu i na koje načine te koliko dugoročno će mediji imati posljedice na djetetov život nemoguće je s preciznošću izmjeriti. Ipak, utvrđeno je kako prekomjerna izloženost medijima ima brojne negativne utjecaje na djecu čime otežavaju i kvare odgoj djeteta, učeći ga da živi nezdravo i konzumeristički od najranijeg doba.

ključne riječi: (masovni) mediji, djeca, uloga medija u odgoju, prekomjerna izloženost, negativni utjecaji

Summary

(Mass) media are unavoidable part of modern life in 21st century. Media is instrumentality in defining stances, and by that, acting in everyday life. They affect many aspects of life, sometimes so intense that people are unaware of it. Children are exposed to the media significant amount of time from early childhood, thus they have an important role in upbringing of children. Influence of the media can be partially controlled by media educated and competent parents. That way they can choose the content more wisely. What role, in which ways and in how long terms do the media affect child's life is impossible to measure precisely. Nevertheless, it is determined that excessive exposure to the media have many negative consequences on children, which makes the upbringing of child harder, teaching him to live consumerist and unhealthy from early childhood.

keywords: (mass) media, children, role in upbringing children, excessive exposure, negative consequences

Sažetak

| | |
|--|----|
| 1. Uvod..... | 1 |
| 2. Povijest medija | 3 |
| 2.1. Knjiga | 3 |
| 2.2. Novine | 5 |
| 2.3. Časopisi | 7 |
| 2.4. Radio..... | 8 |
| 2.5. Televizija | 9 |
| 2.6. Internet..... | 12 |
| 3. Mediji i djeca..... | 15 |
| 3.1. Izloženost djece medijima | 19 |
| 3.2. Percepcija roditelja i odgojitelja o utjecaju medija na djecu | 22 |
| 4. Pozitivni utjecaji medija na odgoj djece | 28 |
| 4.1. Učenje novih vještina | 28 |
| 4.2. Usvajanje pozitivnih obrazaca ponašanja..... | 30 |
| 5. Negativni utjecaji medija na odgoj djece | 34 |
| 5.1. Nasilje..... | 34 |
| 5.1.1. <i>Cyber-bullying</i> | 37 |

| | |
|--|----|
| 5.1.2. „Nevidljiva djeca“ i „socijalni nojevi“ | 39 |
| 5.2. Stereotipizacija i hiperseksualizacija..... | 41 |
| 5.3. Pornografija | 47 |
| 5.4. Zdravstveni problemi..... | 48 |
| 5.4.1. Veza između televizije i ADHD-a | 48 |
| 5.4.2. Oštećenje vida | 49 |
| 5.4.3. Problemi sa spavanjem i težinom..... | 50 |
| 5.4.4. Promjena shvaćanja ljepote | 51 |
| 6. Zaključak..... | 53 |
| Popis literature..... | 54 |
| Popis slika | 57 |
| Kratka biografska bilješka..... | 58 |
| Izjava o samostalnoj izradi rada (potpisana) | 59 |

1. Uvod

Život u 21. stoljeću „na zapadu“, ili barem u onim državama u kojima se način i kvaliteta života mogu usporediti sa zapadnjačkim državama, izuzetno je ubrzan. Čini se kako tempo života neće tako skoro opasti, a razlozi tome su brojni. Jedan od glavnih razloga je brojnost informacija i medija putem kojih one dolaze do ljudi. Slikovitosti radi, može se zamisliti jedan tipični dječak u dobi od 7 godina 1990. godine. On pohađa prvi razred osnovne škole, a od tehnologije poznaje radio, televiziju i telefon koji je kabelom ograničen i stoga nepokretan. Rijetki su uživo vidjeli računalo. S obzirom na to da ako kućanstvo ima televizor, ima tek jedan televizor, tipični dječak kojeg se zamišlja televiziju može gledati uz dozvolu roditelja i u vrijeme kada oni ne gledaju televiziju. S druge strane, tipični sedmogodišnji dječak iz 2016. godine pohađa prvi razred osnovne škole s mobilnim telefonom u džepu, u slobodno se vrijeme zabavlja na tabletu, računalu ili Play Stationu (nerijetko vlastitom), a dan koji ne otpočinje i ne završava televizijom gotovo je nemoguće zamisliti. Kako bi roditelji mogli gledati televiziju bez prigovora djece, nije neobično da dijete u svojoj sobi ima vlastiti televizor na kojemu može gledati što želi, kada želi i koliko god želi.

Sva tehnologija koja je dostupna djeci svakako je dostupna i odraslim osobama, s time da su odrasle osobe makar iskustveno kompetentnije pristupiti većem broju sadržaja. Uzme li se u obzir i činjenica kako su danas mediji u potpunosti prilagođeni korisniku u pogledu da si korisnici sami mogu postavljati koje će im obavijesti dolaziti na mail, koje će im vijesti prve pokazivati na društvenim mrežama, itd., postaje vrlo jasno kako su mediji postali dio gotovo svakog trenutka dok je čovjek budan. Razvoj tehnologije doveo je do pojeftinjenja tehnologije, a pojeftinjenje tehnologije omogućilo je većem broju ljudi da istu uvedu u svoja kućanstva i svakodnevne živote. Promjene nisu nastupile odmah, a dok su one uočene i povezane s medijima, društvo se uvelike izmijenilo. Kako su mediji sve više povećavali utjecaj na svakodnevni život i mijenjali ga, mijenjao se i mijenja se i odgoj djece, a u njemu tehnologija već neko vrijeme igra prilično veliku ulogu. Treba li se zabrinuti nad prisutnošću medija u svakodnevnom životu modernog čovjeka, time i djeteta, pokazat će sustavna analiza medija i njihovih utjecaja u ovome radu.

Cilj ovog rada je prikazati u kojoj mjeri te na koje sve načine mediji utječu na odgoj djece. To će se ostvariti najprije sustavnim pregledom svih medija, a potom i analizom pozitivnih i negativnih utjecaja medija na odgoj i razvoj djece.

Rad je stoga podijeljen na šest poglavlja, uključujući Uvod i Zaključak.

U Uvodu ovog rada čitatelja se uvodi u temu i nudi se kratki pregled pojedinih poglavlja u radu.

U drugom poglavlju, Povijest medija, kronološki su navedeni mediji uz važne povijesne činjenice koje tumače kako je povijest omogućila da život danas bude upravo ovakav kakav jest. Ukratko je svaki pojedini medij povezan s ulogom koju ima u odgoju djece, a napomenute su i razlike o ulozi medija u odgoju djece u povijesti.

U trećem poglavlju, Mediji i djeca, uklatko je objašnjen sustav medijske industrije i uvjeti koji su zadovoljeni od strane društva kako bi medijska industrija uspješno zarađivala. S time je povezana količina vremena kojeg djeca provode izložena medijima jer su brojna istraživanja pokazala kako prekomjerno izlaganje medijima ima niz negativnih psihofizičkih posljedica na dijete. Količinu vremena kojoj su djeca izložena u najvećoj mjeri kontroliraju roditelji, stoga je prepoznata njihova ključna uloga u medijskom odgoju djece. Odgojitelji i učitelji također imaju veliku odgojnu ulogu u djetetovom životu, stoga je analizirana percepcija roditelja i odgojitelja o utjecaju medija na djecu.

U četvrtom poglavlju, Pozitivni utjecaji medija na odgoj djece, prepoznata je potencijalno pozitivna uloga medija u životu djeteta. U poglavlju su predstavljeni primjeri djece koja su naučila neku novu vještinu zahvaljujući modernoj tehnologiji i medijima, a potom su predstavljeni i primjeri pozitivnih obrazaca ponašanja koji se mogu preuzeti iz nekih medijskih sadržaja.

U petom poglavlju, Negativni utjecaji medija na odgoj djece, analizirani su negativni utjecaji medija na život djece, redom od psihičkih do fizičkih negativnih posljedica. Kao takvo je navedeno nasilje, stereotipizacija i hiperseksualizacija, velika količina dostupne pornografije te niz zdravstvenih problema.

U posljednjem poglavlju, Zaključak, izvodi se niz zaključaka na temelju analizirane stručne i druge literature sastavljene na teme koje doprinose razumijevanju teme ovog rada.

2. Povijest medija

Mediji su se razvijali postepeno i u različita vremena su imali/imaju različite uloge u društvu i utjecaje na isto. Društvo ih je u različitim vremenima različito i prihvaćalo, a konstantni razvoj doveo je do pojave masovnih medija; medija koji imaju velik broj korisnika i koji ih koriste svakodnevno. Sve je otpočelo više tisuća godina prije izuma Gutenbergovog tiskarskog stroja. Taj je izum predstavljen kao epohalan izum, izum koji je značio prekretnicu u razvoju čovječanstva.

2.1. Knjiga

Godine 1450. Johann Gutenberg iz Mainza izumio je tiskarski stroj. Njegov je stroj bila velika preša s pomičnim metalnim slovima, a izazvao je reakcije diljem svijeta, pozitivne i negativne. Iako se u Kini tiskanje prakticiralo još od 7. stoljeća, njihov tisak nije ostavio posljedice na cijeli svijet. Gutenbergov tiskarski stroj itekako jest.

Tiskarska praksa širila se Europom zahvaljujući dijaspori njemačkih tiskara. Do 1500. godine, dakle u prvih 50 godina tiskarstva, tiskare su osnovane u više od 250 mjesta u Europi, od čega 80 u Italiji, 52 u Njemačkoj i 43 u Francuskoj. U tom istom periodu te su tiskare proizvele oko 27.000 izdanja, odnosno 13 milijuna knjiga. Oko 2 milijuna tih knjiga objavljeno je samo u Veneciji, a drugo važno središte tiskarstva bio je Pariz koji je 1500. godine imao 181 tiskarsku radionicu (Briggs i Burke, 2011).

Ipak, tiskarstvo nije bilo tako lako prihvaćeno u ostalim dijelovima Europe i Azije. Na području Rusije i Bjelorusije tiskarstvo je bilo izuzetno loše prihvaćeno od društva. Bjelorus obrazovan u Poljskoj je 1564. godine, 114 godina od pojave tiskarskog stroja, donio u Moskvu tiskarsku prešu, no njegovu je radionicu do temelja uništio narod. Na tom se području situacija promijenila tek 1711. godine, 261 godinu od izuma tiskarskog stroja, kada je Petar Veliki osnovao tiskaru u Sankt Peterburgu. Na sličnu je reakciju tiskarstvo naišlo i u

Osmanskom Carstvu. Osmanlije su tiskanje vjerskih knjiga smatrali grijehom, a sultan Selim I 1515. godine je otišao toliko daleko da je za tiskanje zakonom propisao smrtnu kaznu. Prva turska tiskara osnovana je otprilike kad i prva tiskara u Rusiji, u 18. stoljeću (Briggs i Burke, 2011).

Svi tragači za znanjem suočavali su se s novim problemom po prvi put u povijesti čovječanstva – eksplozijom informacija. S istim se fenomenom čovječanstvo susrelo s pojavom Interneta u 21. stoljeću. Kada su tiskane prve knjige, najveći je problem bila njihova malobrojnost. Već u 16. stoljeću problem postaje njihovo izobilje. Ipak, unatoč brojnim preprekama, tisak se pokazao kao bitna stavka oblikovanja društva. Viktorijanski povjesničar Lord Acton je u svom djelu „O izučavanju povijesti“ zaključio kako je tisak „pružio jamstvo trajnosti postignućima renesanse, jamstvo da će ono što je napisano biti svima dostupno, da se zamračenje znanja i ideja kakvo je zadesilo srednji vijek više nikad neće ponoviti, da nijedna ideja neće biti izgubljena.“ (Briggs i Burke, 2011, str. 27). Elizabeth Einstein slično razmišlja o tiskarskoj revoluciji i smatra kako je tisak standardizirao i sačuvao znanje koje je bilo mnogo fluidnije u doba usmene ili rukopisne cirkulacije, a osim toga, tisak je dao poticaj kritici autoriteta (Briggs i Burke, 2011).

Navedeno upućuje na činjenicu kako je knjiga predstavljala izuzetno bitan medij prijenosa informacija kada se pojavila. Knjiga je zahvaljujući pojavi časopisa i ostalih medija vrlo brzo izgubila ulogu medija kao takvog, ali je svakako bila prvi medij, čak i prije pojave tiskarskog stroja. Iako je tijekom povijesti često bilo predviđano kako će knjige „nestati“ zahvaljujući novijim medijima, to se još uvijek, nasreću, nije dogodilo.

Čitanje je veoma važna aktivnost i predstavlja veliki korak u napretku razvoja djeteta. Čitanje omogućuje bolje razumijevanje informacija koje okružuju čovjeka te kvalitetnije postupanje u svakodnevnom životu. Čitanje je od tolike važnosti za čovjeka da su psihološka istraživanja pomaknuta u razdoblje djece predškolskog uzrasta gdje se proučava razvoj predčitačke vještine koja doprinosi kvaliteti čitanja i obrade informacija.

Novija psihološka istraživanja procesa čitanja pokazuju da je za pravilan razvoj čitačke vještine nužna priprema koja započinje od djetetova rođenja i uvelike ovisi o tome koliko i kako odrasli okružuju dijete govornim i pisanim sadržajima te privikavaju dijete na njihovo razumijevanje i korištenje. Uvođenje posjeta knjižnici s roditeljima i pristup knjigama u

prostorima gdje se dijete kreće (kutak za čitanje u vrtiću, polica s knjigama u dječjoj sobi, itd.) uvelike doprinosi razvoju zdravog odnosa prema knjigama i čitanju. Dodatni poticaj posjećivanju knjižnice s djecom može biti i činjenica kako se upravo knjižnice smatraju jednim od najpoželjnijih mjesta za provođenje predškolskih programa za djecu (Milevoj Klapčić, 2009).

U pravu su oni koji vjeruju kako je čitanje bolje od gledanja televizije. Upravo je ravan, neosoban, izgledom nezanimljiv tekst na papiru ono što nudi neurološke i intelektualne prednosti kod čitanja. Kod čitanja se čovjek aktivno bavi znanjem i praćenjem tijeka misli, dakle razvrstavanjem, razumijevanjem, ocjenjivanjem ideja, povezivanjem jednog uopćavanja s drugim, itd. Pri čitanju tiskane riječi sam medij nije zvijezda. Čitanje čovjeka prisiljava da se odmakne od slova na papiru, analizira i tumači, a televizija sve to zaobilazi ili čini umjesto gledatelja (Sigman, 2010).

2.2. Novine

I prije izuma tiska postojali su tekstovi i publikacije koji su donosili novosti s namjerom da informiraju čitatelje o najnovijim događajima. Kao takvi se mogu promatrati i pećinski crteži i egipatski hijeroglifi, koji nisu ni približno slični današnjem pojmu izvještavanja. Izum papira je uvelike promijenio čitavi svijet jer je stvoreno novo sredstvo na koje se zapisuje. To je dovelo do pisanja i prepisivanja vijesti ručno kako bi javnost dobila informaciju, što je već mnogo sličnije današnjem izvještavanju u novinama. Kod novina, kao i kod knjiga, tiskarski stroj je značio revoluciju u stvaranju materijala. Umjesto pisara koji su prepisivali te koji su bili fizički ograničeni (ljepota rukopisa, brzina pisanja, potreba za odmorom) nastupa tiskarski stroj koji može tiskati puno više primjeraka u puno kraćem roku, a to znači jeftiniji i pristupačniji konačni proizvod koji može doći do većeg broja ljudi.

Povjesničar Eric W. Allen 1930. godine daje definiciju novina i navodi sedam značajki: „(...) prave novine moraju izlaziti periodički, moraju biti mehanički reproducirane i dostupne svima koji su ih voljni platiti. Uz to, moraju sadržavati članke različitih sadržaja, biti općenite, pravovremeno donositi vijesti i moraju biti organizirane.“ (Mokriš, 2010, str. 118). Iz toga se

može zaključiti kako se s vremenom, s razvojem tehnologije, javila potreba za definiranjem pojave koja je bila dio svakodnevice već neko dulje vrijeme.

Prve novine koje su izlazile u Londonu su „London Gazette“, a prvi je primjerak izdan 1666. godine. Prve novine koje su izlazile u SAD-u su „Publick Occurrences“, a prvi je primjerak izdan 1690. godine. Ipak, te su novine izdane nelegalno, stoga je izdavač uhićen, a (gotovo) svi primjerci novina uništeni. Prve uspješne novine na području SAD-a bile su „Boston News-Letter“ iz 1704. godine (Barber, 2001).

Kao što je iz samih naslova vidljivo, prve su novine bile ograničene prostorom, odnosno izlazile su lokalno. U njima se izvještavalo o politici, ekonomiji i sličnim temama jer su ciljana publika novina u početku bili muškarci. Od tog vremena do danas novine su doživjele brojne promjene: u njima se piše o događajima iz čitavoga svijeta, rubrike su bitno raznovrsnije, ciljana publika je mnogo šira, itd. Novine su, dakle, od lista koji je izvještavao muškarce o bitnim događajima postale masovni medij, nezaobilazan unatoč modernoj tehnologiji i ujedno zahvaljujući upravo modernoj tehnologiji.

Djeca koja imaju pristup svojoj tehnologiji moderne današnjice više pribjegavaju audio-vizualnim medijima koji zahtijevaju manje angažmana, stoga je utjecaj novina na djecu, i pozitivni i negativni, najmanji od svih masovnih medija kojima su djeca izložena. Ipak, važno je uzeti u obzir kako se utjecaj novina na djecu povećava otkako su novine dobile svoju internetsku inačicu i otkako je društvenih mreža. Utjecaj novina na djecu raste i kako djeca odrastaju. Na primjer, društvena mreža Facebook ne dozvoljava prijavu osobe mlađe od 13 godina, stoga će djeca bez te društvene mreže biti mnogo manje izložena novinama od djece starije od 13 godina koja se mogu prijaviti na većinu društvenih mreža gdje se novine oglašavaju, stoga je nemoguće izbjeći ih čak i ako osoba nije pratitelj novina na društvenim mrežama ili općenito na Internetu.

Novine kao dio masovnih medija šalju određene poruke čitalačkoj publici i na taj način oblikuju razmišljanje i postupanje pojedinaca. Svaka informacija oblikuje čovjeka u manjoj ili većoj mjeri, stoga i utjecaj novina na odgoj djece treba promatrati pažljivo, detaljno i kritički, o čemu će više riječi biti u poglavlju „Negativni utjecaji medija na odgoj djece“.

2.3. Časopisi

Časopisi i novine pojavili su se gotovo usporedno, a tako su se i razvijali. Ipak, među njima postoji bitna razlika. U Općoj enciklopediji Jugoslavenskoga leksikografskog zavoda iz 1977. godine o časopisima se govori kao o povremenim publikacijama zabavnog, književnog, znanstvenog, umjetničkog, političkog, privrednog, religijskog i sl. Značaja koji su srodni novinama, ali se od njih razlikuju po tome što obično ne postoji izričita vezanost za kronološki slijed događaja te časopisi prikupljaju građu relativno trajnijih vrijednosti, izlaze u većim vremenskim razmacima (ponajviše polumjesečno, mjesečno ili tromjesečno) i što često imaju vanjski oblik knjige ili brošure (Mokriš, 2010).

Iz definicije je vidljivo kako je sadržaj časopisa mnogo ograničeniji od novina te kako za časopis starost informacije nije presudna stavka. Prvi su časopisi bili skupi i mogla si ih je priuštiti samo elita, a razlog tome leži u skupoći tiska. Osim toga, valja uzeti u obzir kako je riječ o vremenu kada pismenost nije bila na visokoj razini, stoga su časopisi kao ciljanu publiku uglavnom mogli imati jedino bogate jer su si oni mogli priuštiti školovanje gdje su naučili čitati. S nastupanjem industrijske revolucije, novine i časopisi doživljavaju procvat radi pojeftinjenja tehnologije tiskanja što je, naravno, značilo i pojeftinjenje časopisa, a to je pak značilo da si časopis može priuštiti veći broj ljudi. U vremenu do 19. stoljeća kada su časopisi doživjeli procvat pojavilo se i javno školstvo, što je značilo porast pismenosti. To je, logično, jedan od glavnih uvjeta za proširenje čitalačke publike. U vrijeme kada su u pravilu muškarci ratovali ili radili, a žene bile kućanice i odgajale djecu, žena je prepoznata kao vrijedna ciljana publika, zbog čega je došlo do pojave prvih časopisa za žene u kojima se pisalo o modi, kućanstvu, savjetima za dom i brak, itd. Oglašavanje u časopisima pojavilo se kad i oglašavanje u novinama, što je u potpunosti promijenilo izgled i svrhu novina i časopisa: oni su sad tu ne samo da izvještavaju, već i da uvjeravaju čitatelja da im treba nešto što oglašavačka tvrtka želi prodati. O tome piše i psiholog David Giles konstatirajući: „Zapravo, povijest novina i časopisa, čak i više nego bilo kojeg drugog medija, nerazdvojiva je od povijesti oglašavanja. Vijesti nikada nisu bile ništa drugo nego privlačni materijal za popunjavanje, uglavljen između reklama koje ga otplaćuju. Zaista, nijedno novo izdanje nikada se nije pojavilo na tržištu bez pohlepnog tržišta oglašivača i jasne strategije za oglašavanje.“ (Giles, 2010, str. 17)

S obzirom na to da je oglašavanje od tog vremena do danas uvelike napredovalo i asimiliralo se u medije na način da ih više ne možemo ni zamisliti bez oglasa, logično je istražiti utjecaj časopisa na odgoj djece. On se može promatrati na dva načina, izravni i neizravni. Časopis izravno utječe na dijete i njegov odgoj kada ga samo dijete čita, a neizravno kada se stavovi roditelja, odgajatelja i drugih važnih ličnosti u djetetovom životu mijenjaju pod utjecajem časopisa, zbog čega oni mijenjaju odgojne metode, životne vrijednosti, i sl.

Časopisi su, baš kao i novine, čvrsto ukorijenjeni masovni medij s doista širokom publikom i još širim asortimanom tema za nju. Njihov utjecaj na djecu otprilike je jednak kao i utjecaj novina jer su audio-vizualni podražaji mnogo snažniji i spontaniji u odnosu na pisanu riječ koju osoba mora odabrati pročitati i znati pročitati, za koju mora odvojiti vrijeme i posvetiti svu pažnju isključivo pisanoj riječi. Ipak, časopisi mogu imati i pozitivne i negativne utjecaje na odgoj djece, što će biti detaljnije obrazloženo u poglavljima „Pozitivni utjecaji medija na odgoj djece“ i „Negativni utjecaji medija na odgoj djece“.

2.4. Radio

Izum radija čovječanstvo može zahvaliti nekolicini pojedinaca koji su radili na različitim istraživanjima, a čiji su rezultati omogućili sastavljanje radija: Heinrich Hertz je dokazao da je moguće bežično primiti električne valove, Nikola Tesla je osmislio namotaje koji su kasnije postali bitna sastavnica radija, Ernst Alexanderson je osmislio alternator za prijenos govora, Reginald Fessenden je osmislio kako povezati zvuk i radiovalove, Edwin Armstrong je osmislio stabilni prijenosnik elektromagnetskih valova (tehnologija koja se koristi ne samo kod radija, već i kod mobilnih telefona), a sve to je u konačnici omogućilo Guglielmu Marconiju da sastavi jedan uređaj – radio (FCC, 2003 - 2004).

Radio je u odnosu na medije prethodnike vrlo specifičan medij – dok svi mediji prethodnici zahtijevaju odvajanje vremena za primanje informacije jer je čitanje proces koji zahtijeva svu pozornost čitatelja, radio se može slušati i usput. On ne zahtijeva prekid svih aktivnosti koje su se dotad vršile kako bi se primila informacija putem njega, dok knjige, novine i časopisi to pretpostavljaju. Radio čovjek može slušati dok kuha, vozi, dok se druži s prijateljima, itd. Ta je promjena u odnosu na prethodne medije doista velika i omogućila je javnosti primanje

informacija usporedno s obavljanjem drugih aktivnosti. Također, sam koncept informiranja putem radija znači posjedovanje uređaja putem kojega se onda može slušati bilo što emitirano, što znači jednokratni trošak u odnosu na redovite troškove kupovanja knjiga, novina i časopisa, a to je još jedna velika prednost ovog medija u odnosu na medije koji su mu prethodili.

Tijekom povijesti je radio imao različito naglašene uloge. Na primjer, za vrijeme rata radio je imao snažnu političku ulogu, dok je u današnje vrijeme njegova uloga uglavnom društvena, odnosno služi slušanju glazbe i zabavnog programa, informiranju o svakodnevnim, gotovo trivijalnim temama te kao sredstvo oglašavanja, što je ujedno i jedina konstanta gotovo od pojave radija.

Istraživanje iz 2010. godine o slušanosti radija u Hrvatskoj pokazuje konstantni pad o slušanosti radija. 2006. godine radio je često¹ slušalo 65,4 % ispitanika, povremeno² 19 % ispitanika, a rijetko³ 15,6 % ispitanika. 2010. godine radio je često slušalo 49,8 % ispitanika, povremeno 29,5 % ispitanika, a rijetko 20,7 % ispitanika. Ti rezultati upućuju na sustavan pad slušanosti radijskih sadržaja u Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno na 1.000 punoljetnih osoba na inicijativu Fakulteta političkih znanosti (Mučalo, 2010). Iako istraživanje nije provedeno na djeci, iz njega se može zaključiti kako općenito dolazi do pada slušanosti radija, pa tako i među djecom kojoj radio (gotovo) nikada nije primarni izbor medija, posebice uz pametne telefone i Internet putem kojega mogu pristupiti YouTube servisu i audio sadržaj popratiti vizualnim sadržajem. Iz toga se, pak, može zaključiti kako je radio nekoć, za vrijeme rata, kada još nije postojala toliko moderna i napredna tehnologija, bio veoma utjecajan medij na sve uzraste. U današnje vrijeme, kada radio naglasak stavlja na društvenu ulogu, taj je utjecaj zasigurno mnogo manji.

2.5. Televizija

John Logie Baird ime je čovjeka zahvaljujući kojemu svako moderno kućanstvo ima barem jedan televizor. Rođen krajem 19. stoljeća (1888. godine) bio je cijenjeni inženjer i izumitelj.

¹ svaki ili gotovo svaki dan

² oko tri puta tjedno

³ rijetko ili nikad

Godine upornog rada dovela su ga do prvog prijenosa slike na udaljenost od 10 stopa 1924. godine. Ipak, to nije bio gotovi proizvod. 1925. godine po prvi je put javno prezentirao mogućnosti svojega izuma, a pravi je uspjeh nastupio nešto kasnije iste godine kada mu je pošlo za rukom da na slici ostvari tonove i polutonove zbog čega je slika bila mnogo jasnija. Svoj je izum Kraljevskom Institutu predstavio 1926. godine. 1929. godine BBC je emitirao eksperimentalnu emisiju, a ironično je što je sam izumitelj morao platiti BBC-u da bi on to učinio. Konačno, 1930. godine formiran je prvi televizor koji je masovno proizveden (Education Scotland, 2014).

Dodavanje slike zvuku predstavljalo je nastavak revolucije koju je otpočeo radio. Ono što je televiziju razlikovalo od novina i radija bila je uvjerljivost žive slike, a za razliku od filma, televizijska slika zapakirana u informativne formate nije bila, ili se barem nije očekivalo da bude, režirana fikcija. Televizija je donosila prikaze događaja koji su se doista dogodili te izjave utjecajnih osoba u životu neke zemlje ili lokalne zajednice. Oko '60-ih godina prošloga stoljeća Marshall McLuhan je serijom analiza utjecaja televizije na kulturu i intelektualni život ljudi pobudio velik interes za tu temu. On je tvrdio kako je put kojim su prenesene poruke važniji nego sama poruka. Baš kao za radio, ni za televiziju nije nužno odvajanje vremena s ciljem primanja informacije s tog medija, to se može odvijati i usput. Osim toga, uvjerljivost žive slike pridonosi vjerodostojnosti sadržaja, zbog čega je ona jedan od ključnih kriterija televizijske moći i utjecaja. Televizijska stvarnost uvijek je tek konstrukcija stvarnosti. Čak i kada televizija prenosi neki događaj uživo, bez novinskog komentara i izjava sudionika, odabir kuta kamere i odnos snimljenog i nesnimljenog uvelike mogu utjecati na doživljaj događaja koji se prenosi. Korištenjem jednosmjernog komunikacijskog kanala, onoga koji ide od tvorca sadržaja do gledatelja, televizija je dominirala i još uvijek dominira kao izvor informacija, znanja i zabave. Postala je najpopularniji medij i to još uvijek jest, iako je internet, s mnoštvom raznolikog sadržaja zapakiranog u različite formate i nove hibridne žanrove te uz komunikacijsku dimenziju kao svoju glavnu prednost, polako, ali sigurno ugrožava (Car, 2010).

Istraživanja koja se provode i koja su se provodila na temu utjecaja medija, a time i televizije, na čovječanstvo, a time i djecu i njihov odgoj, u pravilu upozoravaju kako je tema utjecaja medija na ljude veoma kompleksna i da ju je, zapravo, nemoguće raščlaniti i promatrati pojedine fenomene (nasilje, hiperseksualizacija, itd.) zasebno. To mnogo govori o težini i kompleksnosti situacije, o velikoj i potencijalno dugoročnoj šteti po čovječanstvo. Upravo je

zato od izuzetne važnosti naglasiti kako oni koji upravljaju sadržajima i na taj način daljinski upravljaju ljudima znaju da to čine i kako da to uspješno nastavljaju činiti. Dokaz toga leži i u činjenici kako je Mao Ce Tung, ozloglašena povijesna ličnost, jedan od velikih diktatora 20. stoljeća, među prvima promovirao televizor u svakome domu. „Broj vlasnika televizora u Kini rastao je kao nigdje i nikad prije u povijesti: 97 % kućanstava u Kini sada ima televizor. Maova želja je više nego ispunjena. Televizija je toliko moćan medij da, kako pokazuju istraživanja, u većini zemalja ljudi pod njezinim utjecajem mijenjaju svoj izgled, ali i mišljenje.“ (Sigman, 2010, str. 51).

Kako bi se u ovom dijelu rada tek dotaklo teme utjecaja televizije na odgoj djece jer će o tome detaljnije biti riječ u poglavljima koja slijede, valja prikazati moć utjecaja televizije na društvo općenito na primjeru specifičnog slučaja – Butana. Dok su sve druge države u svijetu na neki način imale kontakt sa Zapadom koji je tim putevima mogao utjecati na kulturu država diljem svijeta, Butan je vrlo specifična država, kraljevina, u kojoj je tek 1999. godine prvi put emitiran televizijski sadržaj. Butan je država koja si je sama stoljećima nametala izolaciju od vanjskih utjecaja pa je upravo ta njegova nedirnuta kultura ono što privlači rijetke turiste koji uspijevaju posjetiti Butan otkad se pred tridesetak godina počeo oprezno otvarati prema ostatku svijeta. Kralj Butana naglašava važnost očuvanja kulturnog integriteta zemlje te promiče nacionalni identitet, tradicionalne vrijednosti i koncept „jedna nacija, jedan narod“. Kralj uspješnost države mjeri u bruto nacionalnoj sreći. Upravo je taj višestoljetni oprez i izoliranost ono što je stvorilo idealne uvjete za društveni eksperiment. Kada je 1999. godine uvedena televizija u državu, s 46 kabelskih kanala, situacija u državi se počela mijenjati. „Dok nije bilo televizije, zemlja nikada nije imala problema s teškim kriminalnim djelima. Ali sada, 18 ljudi je zatvoreno nakon što je grupa pijanih dječaka provaljivala u kuće i krala stranu valutu i televizore. U glavnom gradu Timbuu, mladić, pripadnik srednjeg staleža, služi zatvorsku kaznu nakon što je na glavi vezao američki stiliziranu maramu i pucao po stropu lokalnog kafića. (...) Budizam je snažno prisutan u svim aspektima života u Butanu, ali Kraljevska policija trenutno traga za lopovima koji su u provincijskom gradiću Mongaru pokrali i vandalizirali tri najstarija hrama u zemlji. (...) Ministar zdravstva i obrazovanja, Sangay Ngedup, jedan je od rijetkih u vladi koji je spreman otvoreno govoriti o zabrinutosti zbog utjecaja televizije: 'Nikad ne možete predvidjeti kakve posljedice mogu imati stvari kao TV.'“ (Sigman, 2010, str. 53-54).

Iz navedenog je vidljivo kako televizija ima veoma snažan utjecaj na svakog pojedinca, što znači kako se utjecaj na odgoj djece opet vrši dvostruko: izravno kada samo dijete gleda televiziju, a neizravno kada televizija oblikuje stavove i ponašanje roditelja koji sukladno tome mijenjaju i odgojiteljske metode. S obzirom na postojeća istraživanja, vrlo je jasno kako je utjecaj televizije veoma snažan, što je prilično zabrinjavajuće. Iako je publika sve više medijski pismena, ako iz nijednog drugog razloga, onda zbog empirijskog iskustva korištenja medija, i dalje ju je prilično jednostavno kontrolirati i oblikovati. Ona mijenja način razmišljanja i postupanja, nerijetko da toga pojedinac nije ni svjestan, u čemu leži prava opasnost svih medija općenito, pa tako i televizije.

2.6. Internet

Godine 1973. spojena su dva računala ARPANET-om, pretečom Interneta kakav nam je danas poznat. Od tada do 1990. godine gotovo je svaka godina donijela otkriće koje je rezultiralo razvijanjem HTML-a od strane Tim Berners Leeja, što je uvelike promijenilo izgled Interneta, odnosno korisničko sučelje koje većina korisnika smatra samim Internetom. Bitni pomaci koji su zapravo i omogućili da Internet postane tako raširen i pristupačan medij odnose se na pojavu World Wide Weba 1991. godine, stvaranje Google tražilice 1998. godine te pokretanje Facebooka 2004. i YouTubea 2005. godine (Leiner et al., 2009).

Internet je medij koji je u vrlo kratkom roku uspio objediniti sve medije: novine i časopisi imaju svoju internetsku inačicu, radio se može slušati putem njega, a sve više televizijskih kuća nudi mogućnost pregledavanja sadržaja na svojim stranicama na Internetu. To jest proces koji je trajao gotovo pola stoljeća, ali u samo pola stoljeća je uspio ostvariti ono za što je drugim medijima trebalo mnogo više vremena. Tome je svakako doprinio i sve brži i jeftiniji razvoj tehnologije, što je kao i sa svim drugim medijima značilo i mogućnost da veći broj ljudi postane korisnikom nove tehnologije.

Ipak, s obzirom na situaciju u masovnim medijima, postavlja se pitanje jesu li ljudi korisnici medija ili mediji korisnici ljudi. Jasna Burić (2010, str. 629) u svom preglednom članku zaključuje: „Teoretičari masovnih medija zamijetili su kako su mediji odavno napustili svoju primarnu svrhu: praćenje, bilježenje i informiranje o relevantnim društvenim zbivanjima.

Mediji su, naime, zakoračili u prostor bitnog čimbenika koji kreira društvene procese, potrebe i trendove. Još su tek poneki mediji, oni klasični poput knjige, zadržali svoju prvotnu svrhu. Masovni elektronski mediji vode snažnu tržišnu utakmicu u kojoj žele biti dominantan kreator društvenih zbivanja, a ne tek puki prenositelj događaja i društvenih kretanja. Ta je nova zadaća medija osobito snažno izražena u stvaranju sadržaja za djecu i mlade.“ Čak i običan promatrač, dovoljno star da može uočiti razlike između sadržaja nekad i danas, može s lakoćom uočiti da su poticajni primjeri školsko-edukativno-obrazovne televizije, radija ili sadržaji dječjih časopisa danas zamijenjeni prevladavajućim sadržajima *cyber*-svijeta stvorenog za djecu i mlade.

Iz navedenoga slijedi kako i Internet, baš kao i drugi masovni mediji, ima izuzetno snažan utjecaj na djecu i njihov odgoj. Internet ima neke mogućnosti koje drugi mediji nemaju. Na primjer, gledatelj televizije može gledati televiziju kad god poželi, ali samo ono što u tom trenutku televizijska kuća emitira. Internet je prepun sadržaja koji su kombinacija svih drugih, starijih medija, a ujedno nije ograničen ni vremenski ni tematski. Dapače, čak ni legalno, uzme li se u obzir postojanje skrivenijeg dijela Interneta kojega se može pretraživati pomoću Tor pretraživača. Internet je ujedno i jedini medij koji publika može iskoristiti na štetan način. Na primjer, teroristi ne mogu prenositi obezglavlivanje zatvorenika na državnoj televiziji u terminu vijesti jer sadržaj televizije kreira televizijska kuća. S Internetom po prvi put korisnici mogu postati kreatori sadržaja, što je stvorilo nove poslove poput blogera, ali i omogućilo jednostavnije i zaštićenije pljačke, krađe, trgovanje ljudima, organima, drogom i oružjem i sl. teška kriminalna djela. Internet je jedini medij koji je ograničen, čini se, tek brzinom Interneta i jačinom signala s modema.

To, naravno, može biti i u brojnim slučajevima i jest pozitivno, kao što je u primjeru svjetske ekonomske afere „Panama papiri“⁴ ili sigurnosne afere „Wikileaks“⁵. Ipak, djeca su često dugo izložena različitim vrstama sadržaja koji odašilju različite, ne nužno pozitivne poruke. To znači da Internet ima utjecaj na djecu. Ipak, on ima različiti utjecaj kod različitih uzrasta

⁴ „Die Deutsche Zeitung“ je u svibnju 2016. godine objavio podatke *offshore* kompanije „Mossack & Fonseca“ o više od 500.000 osoba upletenih u kriminalna djela poput pranja novca, porezne utaje i sl. unazad 40 godina. U aferu je upleteno više od 140 političara iz 50 zemalja diljem svijeta, a dokazi leže u više od 11,5 milijuna dokumenata. Na popisu su predsjednik Argentine, premijer Islanda, predsjednik Ukrajine, bivši premijer Ukrajine, predsjednik UAE, bivši predsjednik Sudana, kralj Saudijske Arabije, Putinovi prijatelji iz djetinjstva, kći bivšeg kineskog premijera, itd.

⁵ Kazneno gonjeni vlasnik Julian Assange već je nekoliko godina tema medija jer na svojoj stranici konstantno objavljuje podatke utjecajnih ličnosti iz čitavoga svijeta, a posebice SAD-a. Podaci koje objavljuje odnose se na različite kontroverzne događaje, poput ovomjesečnih tvrdnji da je kandidatkinja za predsjednicu SAD-a 2016. godine, Hilary Clinton, financirala i oprskrbijivala teroriste iz skupine ISIL.

jer je za pristup Internetu potrebna mogućnost upravljanja pametnim telefonom, tabletom ili računalom ili, najmanje, asistencija roditelja. U ovom posljednjem slučaju djeca su najkontroliranije izložena sadržajima koje Internet nudi, ali s obzirom na to da većina djece provodi veoma mnogo vremena pred ekranima, štetnost je i dalje, nažalost, neupitna.

3. Mediji i djeca

Kako bi se mogla promatrati uloga medija u odgoju djece, potrebno je ponajprije definirati tko se točno smatra djetetom, a potom i predočiti načine na koje mediji funkcioniraju te na koje utječu na život ljudi.

Prema UNICEF-ovoj Konvenciji o pravima djeteta, dijete je svako ljudsko biće do 18 godina starosti (UNICEF, 1989). Prema hrvatskom Zakonu o privremenom uzdržavanju, dijete je osoba do 18 godine koju je roditelj dužan uzdržavati (NN 92/14, 2014). U nekim je državama granica punoljetnosti niža, u nekima viša, ali dobnu granicu djeteta u svakom slučaju propisuje zakon. Nevladine institucije te zakone mogu podržavati i posebno promovirati, kao što to radi UNICEF s promicanjem prava djece.

Definirati dobnu granicu kada se čovjek smatra djetetom, a kada odraslom osobom nije predstavljalo neostvarivi zadatak i ta definicija postoji u apsolutno svakoj državi na svijetu. S druge strane, definirati medije uopće nije jednostavno. Čak i kada se izdvoji definicija koja obuhvaća aktivnosti medija, nijedna ne može u tih nekoliko riječi opisati kompleksnost i uvjetovanost tih aktivnosti.

Najpoznatiji suvremeni lingvist, Noam Chomsky, posvetio je poveću količinu vremena analizi medija u sklopu analize političke stvarnosti i kapitalističke demokracije. Chomsky tvrdi kako se u razvijenim demokracijama narod najefektivnije može kontrolirati kontroliranjem misli. Misli čovjeka navode da čini djela, stoga ih je potrebno držati na uzici – i misli i čovjeka. U svom dugogodišnjem radu on razotkriva ulogu medija u cjelokupnom sustavu kontrole i nadziranja kojim upravljaju megakorporacije, odnosno privatno bogatstvo. Po njemu mediji imaju presudnu ulogu u sustavu indoktrinacije, zajedno s obrazovnim ustanovama, počevši od vrtića. Sustav indoktrinacije jest onaj koji čovjeka uči kako se treba ponašati, što treba misliti i što treba zastupati (Chomsky, 2002).

Chomsky u svom govoru „Što mainstream medije čini mainstream“ iz 1997. godine tumači kako cjelokupno medijsko događanje, odnosno virtualnu, konstruiranu stvarnost diktiraju elitni mediji koji postavljaju okvire unutar kojih ostali mediji funkcioniraju. Kao primjere elitnih medija navodi New York Times i CBS. „Kao prvo, oni svi su velike, vrlo probitačne korporacije. Nadalje, većina njih je ili povezana sa ili izravno u vlasništvu puno većih

korporacija, kao što su General Electric ili Westinghouse. Oni su na vrhu strukture moći privatne ekonomije, a to je jedna vrlo tiranska struktura. Korporacije su u biti tiranije, hijerarhijske, kontrolirane odozgo. Ako vam se ne sviđa što rade, izlazite. Komercijalni mediji su samo dio tog sustava“ (Chomsky, 2002, str. 12). Dapače, takvu politiku suptilno i istovremeno vrlo otvoreno promoviraju i u samim medijima. Primjer toga je i film „Better Off Single“ iz 2016. godine. Glavni lik je dugogodišnji vrijedni zaposlenik tvrtke u kojoj se jedan dan na sastanku odlučuje o otpuštanju ljudi. Njegovi šefovi to odlučuju pomoću biljarske kugle koju kad se protrese pokaže tekst poput „svakako da“, „apsolutno ne“, „možda drugi put“ i sl., a obično se koristi za društvene igre. Dok čekaju odgovor od kugle koja odlučuje o budućnosti zaposlenika, prilikom čega se, dakle, uopće ne uzima u obzir koliko i kako doprinose tvrtki, koliko dugo su joj odani i sl., na popisu se nalazi i žena s kojom glavni lik osobno surađuje i zna da je izvrstan zaposlenik i k tome radi za tvrtku od samih početaka. Kada prigovori nadležnima za način odlučivanja o ljudskim sudbinama, šef mu nudi da sam da otkaz kako bi barem profitirao od toga što više neće raditi za tvrtku. Dakle, na prvi prigovor, baš kao što Chomsky govori, pobunjenik mora napustiti zajednicu, svojevrijedno ili prisilno.

Upravo tako funkcioniraju mediji. Elitni mediji određuju pravila – što je vijest, kada je to vijest, zašto je to vijest i kako će joj se pristupiti. Ista je situacija s određivanjem svih trendova koji se vrše putem medija. Primjer toga je Associated Press koji konstantno stvara obilje vijesti. Svako se popodne pojave vijesti i s njima svaki dan dolazi priopćenje urednicima o tome što će se idući dan naći u novinama u, na primjer, New York Timesu (Chomsky, 2002). To medijima koji su financijski ograničeni omogućava da svejedno budu u tijeku s vijestima, iako ih nisu bili u mogućnosti sami obraditi i stvoriti, ali ujedno i doprinosi promoviranju određenih stavova koje elitni mediji nameću, a sve u svrhu profita.

Elitni mediji ne daju slabijim medijima te obavijesti iz dobrote, već iz koristi. To znači da ako netko poželi pisati o nečemu drugome, posebice ako temi pristupa kritički, kako bi zapravo svaki novinar i trebao pristupati i postupati, elitni mediji se pobrinu da pobunjenik napusti zajednicu. Primjer toga je i slučaj reportera Garyja Webba iz novina „San Jose Mercury News“ koji je odlučio istraživati povezanost CIA i droge, uključujući i vezu u L.A.-u. *Mainstream* tisak je bijesnio i vršio golemi pritisak na novinare. Zahvaljujući velikim sredstvima, *mainstream* mediji su uspjeli pronaći propuste zbog čega su novine pokleknule,

otkazale daljnja Webbova istraživanja i dale mu otkaz. Webb je kasnije napisao i knjigu o tome, „Dark Alliance“ (Chomsky, 2002).

Chomsky tu situaciju pomalo zastrašujuće jednostavno tumači na sljedeći način: „Nužno je kontrolirati ne samo što ljudi rade, već i što misle. Budući da državi nedostaje mogućnosti da osigura poslušnost silom, misli mogu odvesti do djela te stoga prijetnju poretku treba uništiti na izvoru. Nužno je uspostavljanje okvira dopustivog mišljenja koji je ograničen unutar principa državne religije. Njega ne treba dokazivati – bolje da se on podrazumijeva kao neutvrđeni okvir pomirljivog mišljenja.“ (Chomsky, 2002., str. 34).

Ranije spomenuti Marshall McLuhan govorio je kako mediji nisu samo pogodne tehnologije kojima iz generacije u generaciju komuniciramo istu vrstu sadržaja. Zaista, jedna od osobina suvremenog društva jest preplavljujuća količina informacija. Društveni komentator Alvin Toffler govorio je o informacijskoj prepunjenosti prema kojoj se u svakodnevnom životu susrećemo s toliko verbalnog i vizualnog materijala da nas to vodi do stanja dezorijentiranosti. Kako bi se izdvojile pouzdane i/ili korisne informacije od smeća, marketinga i najobičnijih laži, potrebno je posjedovati određeni nivo medijske pismenosti koji nije uvijek u okvirima naših mogućnosti. Ishod može biti i stanje „medijskog sljepila“ kada pojedinac nije u mogućnosti utvrditi izvor informacija koje dobiva pa miješa stvarno iskustvo s posredovanim. Marketing kao ekonomska grana postoji i djeluje isključivo zato što dobar marketing rijetko kad zamjećujemo kao takav (Giles, 2010).

Dr. Aric Sigman (2010) je u svojoj knjizi „Televizijski upravljani“ dao tešku kritiku ravnodušnosti javnosti prema utjecajima televizije i medija općenito. Već u samom uvodu Sigman navodi niz negativnih utjecaja medija na život ljudi. Prema statistici, ljudi dnevno provode u prosjeku 4 sata gledajući televiziju. To je više od jednog punog dana tjedno, a do kraja 75. godine života, pred televizijom je prosječni čovjek proveo 12,5 godina. Prosječno šestogodišnje dijete provelo je čitavih godinu dana svoga života pred televizijom. Glavna zajednička aktivnost u ljubavnim vezama upravo je gledanje televizije, a čak je i inače suzdržani Ured za nacionalnu statistiku upozorio kako se ta aktivnost smatra pasivnim, a ne aktivnim provođenjem zajedničkog vremena. Rezultati tih istraživanja pojavljuju se paralelno s rezultatima istraživanja koja tvrde kako britanski i američki parovi sve rjeđe spolno opće i sve se manje mogu pohvaliti zadovoljavajućim seksom. „Ne radi se ovdje samo o tome da nam televizija oduzima puno vremena; gledanje televizije nam i čini neke stvari – psihološke,

političke, neurološke, čak i metaboličke – kojih nismo ni svjesni. U svom eseju „Recite ne Teletubbiesima“, dvojica priznatih akademika s Harvarda tvrde: 'Gledanje televizije je upravo suprotno od onoga što mališanima treba za razvoj. Maloj bi se djeci gledanje televizije trebalo odgađati što je dulje moguće.' Naime, dok sjedi i ne radi ništa, dijete troši više kalorija nego dok gleda televiziju. Zaključak Medicinskog fakulteta Stanford jest da gledanje televizije povećava tjelesnu masnoću, a državne agencije diljem svijeta danas televiziju otvoreno nazivaju neovisnim čimbenikom pretilosti“ (Sigman, 2010, str. 2-3).

Ekran obeshrabruje čitanje koje potiče razmišljanje i negativno djeluje na misaoni razvoj. Ljudi se zavaravaju kako gledanjem u ekrane stječu više znanja, a zapravo ga dobivaju manje. „Američki sveučilišni profesor G. Sartori je povodom objavljivanja svoje knjige 'Homo videns' izjavio: 65 % Talijana izjavilo je da nikada nije pročitao nijednu knjigu, a 62 % da ne čitaju ni sportske novine. U Americi je 70 milijuna ljudi nepismeno. Najnovija istraživanja: 106 milijuna Amerikanaca ne zna čitati bez sricanja. Jedan od troje američkih studenata ne zna tko su bili nacisti, kad je rođen Krist, četvero od deset čak ne dovodi s tim u vezu ni kalendar kojim se koristi, da ne spominjem kako više od polovine nema pojma tko su Einstein, Ghandi, Dickens, Van Gogh, ali znaju sva imena košarkaša NBA lige. Točno je da slika vrijedi više od tisuću riječi, ali ni milijun slika ne može dati nijedan koncept. Niti jednu ideju.“ (Mužić, 2014, str. 396-397). To znači kako je pisana kultura stvorila zapadnu kulturu, a slika je razgrađuje zbog čega dolazi do paradoksa da razvoj znanosti prati sve veće neznanje. Mužić (2014) upozorava kako posebnost kritičkoga razumijevanja i uočavanja ustupa mjesto pasivnosti i povodljivosti. Zbog manjka vremena i sve bržega načina života osobno unutarnje iskustvo postaje sve siromašnije, ali tu uskače televizija koja i preko reklama nudi njegove surogate pretvarajući čovjeka u promatrača svog vlastitog života, biće-proizvod. Pritom, za razliku od onoga što se obično misli, ona ne opušta um, već ga dodatno iscrpljuje. Televizija čovjeka dehumanizira, dekultivira i čini ga potrošačkom robom, olakšavajući si tako nadzor nad njime. Time oni koji televizijom upravljaju još više učvršćuju svoju moć.

Ako su mediji doista tek projekcija moćnika, sredstvo promicanja lažnih ideala koji će tim istim moćnicima uroditi većim profitom te ako mediji tako snažno utječu i na odrasle ljude, moguće je zaključiti dvije stvari: (1) mediji svakako snažno utječu i na djecu i (2) mediji ciljano snažno utječu na djecu kako bi ih naučili (ne?) razmišljati od najranijeg doba.

Iako to zvuči prilično apokaliptično, istraživanja, nažalost, ne upućuju na suprotno. Naime, već se dugi period postavlja pitanje zašto provodimo sate i sate ispred ekrana; što to čovjeka tjera da nastavlja gledati televiziju? Znanstvenici koji rade za medije objavili su metodu za izazivanje „strategijske inercije pažnje“ kod televizijskog gledatelja. Na primjer, u istraživanju montaže pokazalo se kako promjena kadra u istoj sceni, povećavanje broja rezova, rezultira fiziološkim uzbuđenjem. To znači kako se rezovima može povećati pažnja gledatelja i šifrirati poruka u televizijskom sadržaju. Istraživanje „Propisani ritam razvoja 'Ulica Sezam' u proteklih 26 godina“ pokazalo je kako se broj rezova u kadrovima u toj poznatoj obrazovnoj dječjoj emisiji, prikazivanoj na neprofitnoj televiziji, udvostručio tijekom 26 godina (Sigman, 2010).

Mediji imaju jači i štetniji utjecaj na djecu što su više djeca izložena medijima, posebno ako im nisu izložena pod kontrolom roditelja, odgojitelja i drugih osoba odgovornih za njihov razvoj i sigurnost. Upravo je zato od velike važnosti da roditelji i odgojitelji budu svjesni različitih i snažnih utjecaja na djecu, ali ne samo na djecu, već i na njih same. Roditelji i druge odrasle osobe moraju ponajprije i same biti svjesne cjelokupne izuzetno kompleksne situacije kako bi mogli postati svjesni onoga što je njihovom djetetu zapravo potrebno, kao što je, na primjer, većini djece nužno ograničavanje vremena provedenog u izloženosti medijima. U današnje je vrijeme medije teško u potpunosti izbjeći, što je, nažalost, još samo jedan dokaz u tome koliko su se uspješno infiltrirali u svakodnevni život čovjeka.

3.1. Izloženost djece medijima

Današnja su djeca mnogo više izložena medijima u usporedbi sa svojim roditeljima u istoj dobi. Osim pojave Interneta koji je omogućio sjedinjavanje medija i dostupnost medija na novim uređajima, razlog tome leži i u pojavi dječjeg marketinga. Godine 1983. u dječji marketing uloženo je 100 milijuna \$USD, dok je 2007. godine u njega uloženo 17 milijardi \$USD. Kupovna moć djece pred 40 godina iznosila je 5 milijardi \$USD, pred 20 godina iznosila je 50 milijardi \$USD, a danas iznosi oko 1.000 milijardi \$USD godišnje. Uz pomoć sve naprednijih tehnologija razvijalo se znalačko iskorištavanje emotivne ranjivosti djece i adolescenata, a istodobno se sustavno radilo na zaobilaženju roditelja, oslabljujući sve više njihovu roditeljsku ulogu i znanstveno unapređivalo izravno obraćanje djeci (Mužić, 2014).

Mreža za odgoj djece⁶ je u suradnji s Australiskim vijećem za djecu⁷ sastavila članak u kojemu upozorava kako djeca prilikom gledanja televizije ne doživljavaju isto iskustvo kao odrasli. Bebe i djeca uzrasta do 4 godine privučena su svjetlom, pokretom i aktivnošću na televiziji, ali ne razumiju što znači to što gledaju. Nakon nekog vremena sposobna su prepoznati određene likove i osobe te njihove glasove, ali ne mogu razumjeti ni jednostavnu radnju. Dijete može kopirati nešto s televizije kao što je pljeskanje, ali prije će početi pljeskati ako mu to pokazuje roditelj uživo. Bebama je potrebno mnogo truda za gledanje televizije jer, jednostavno rečeno, fizički i psihički nisu sposobne shvatiti televizijski program. To ih umara, pa ako ne mogu okrenuti glavu od televizije, ona može uznemiriti bebu. Također, veoma mala djeca ne razumiju reklame, ali su, privučena jarkim bojama i veselim temama, sposobna prepoznati logo neke marke, što predstavlja početak razvijanja odanosti marki kod djece (Raising Children Network, 2013). Dokaz o tome pronašla je i Nensi Blažević u svom istraživanju u kojem je razgovarala s djecom o sadržajima koje gledaju, kako ih gledaju, itd. „Na pitanje vole li televiziju, svi su odgovorili pozitivno. 'Zašto?' Nina: 'Crtiće najviše volim.' Lea: 'Reklame', a na dodatno: 'Zašto?', odgovara: 'Zgodne su mi, ima puno igračka'; Jana dodaje: 'I meni su isto zgodne reklame'; Teo: 'Filme i crtice'; Ana: 'Reklame'; Ela: 'Crtice'; Mara: 'Reklame, ja volim jednu igračku koja se zove zuzu, ja bi' htjela se jednom loviti, jedan mali hrčak, onak' ima kućica i neki hrčak i ima jedna loptica, ja sam htjela da mi deda kupi, ali ne bi, budem drugi put kad budem bila kod dede'; Nina: 'Zuzu, zabava je tu, se ta reklama zove'.“ (Blažević, 2012, str. 489).

Predškolska djeca se fokusiraju na vizualne aspekte televizije, ali ne prate uvijek radnju. Nisu uvijek sposobna razlučiti stvarno od nestvarnog, ovisno o tome kako je ono nestvarno predstavljeno. Ne razumiju niti tehnološka dostignuća poput Photoshopa, stoga vjeruju u ono što vide. Oni zato vjeruju da Superman leti, a kako povjeruju nešto takvo, s jednakom lakoćom usvajaju obrasce koji im se nameću na televiziji putem reklama i drugih programa koji nisu nužno namijenjeni djeci, ali im djeca svejedno imaju pristup. Tako se već od najranije dobi djeci nameću nerealni ideali ljepote, obitelji, veza, itd., a djeca ih, nesposobna sama kritički doživjeti ono što gledaju, vrlo uspješno usvajaju. Predškolska su djeca zbog toga izložena emotivnim stresovima, kao onima što prolaze kada gledaju nasilne scene. Djeca se preplašiti mogu čak i ako dobar lik naglo postane loš (Raising Children Network, 2013). Primjer toga može se vidjeti i u istraživanju N. Blažević (2012, str. 486): „Svi, rekli su,

⁶ eng. Raising Children Network

⁷ eng. Australian Council on Children

gledaju *TV vrtić* i kod kuće, gotovo svakodnevno, ujutro prije odlaska u „pravi“ vrtić ili poslijepodne kad je repriza emisije. Na pitanje što im se najviše sviđa, odgovaraju: crtići. Vole one koji se prikazuju u emisiji, ali i mnoge druge. Jana: 'Meni se najviše sviđa *Baltazar, Brum* i *Teta Matilda*'; Lea: '*Matilda, Baltazar, Brum* i *Dora*'; Nina: '*Baltazar, TV vrtić* i *Bratz*'; Ela: '*Baltazar* i *Bratz*'; Ana: '*Baltazar* i *Brum*'; Mara: '*Baltazar* i *Bratz*'; Lea: '*Baltazar, Bratz* i *Winx*, al' mi mama ne da da gledam zato što neću moći spavati po noći zbog *Winx*'. Sva ostala djeca dovikuju: 'I meni, i meni!' Mara: 'I meni, ja ne mogu, ujutro više ne gledam *Winx*; dat ću nekome te *Winxice*, zato jel' više ne želim nikad više to gledati.' Lea: 'Ja, isto ću ih nekom dat', zato što ne mogu spavat zbog njih.' Mara: 'Onda sanjam grozne snove.' Lea: 'Meni je bilo zastrašujuće onda kad sam dobila album *Winx* i kad sam dobila u njemu crtić *Winx*, onda sam se preplašila jako kad su *Stelu*, kad je ova jedna pretvorila *Stelu* u čudovište.' Dakle, čak su i u crtanim filmovima djeca izložena nasilju koje ih uznemirava do te mjere da ne mogu spavati te da neki i sami odlučuju više ne gledati taj crtani film.

Djeca školskog uzrasta sposobna su pratiti jednostavnu radnju i razumjeti kako su događaji i likovi međusobno povezani. Za razliku od djece predškolskog uzrasta koja nisu sposobna razlučiti stvarno od nestvarnog, djeca školskog uzrasta imaju tu sposobnost, što djecu može uzrujati, uplašiti, itd. jer ona razumiju da je, na primjer, ono što vide na vijestima stvaran događaj (Raising Children Network, 2013).

Ipak, razina njihovog razumijevanja sadržaja daleko je ispod razine medija i njihovog poznavanja psihologije djece. To na djecu ostavlja vrlo negativne posljedice. Ona su ranjiva pred konstrukcijama realnosti koju nude mediji jer djeca likove koji ih se najviše dojmaju gledaju kao uzore, a oni najčešće nisu toliko kvalitetni da bi poslužili kao dobar uzor djetetu. Kada ti isti likovi, dječji uzori, pokazuju znakove hiperseksualizacije ili nasilja, djeca i te uzorke ponašanja prihvaćaju kao takva te se sami u odnosu na njih pokušavaju definirati i oblikovati tijekom života.

Problem snažnog utjecaja medija na djecu raste kako raste satnica svakog pojedinog djeteta u provođenju vremena s medijima i tehnologijom koji su u današnje vrijeme gotovo nerazdvojni. Istraživanja provedena u Velikoj Britaniji pokazuju kako „adolescenti od 12 do 15 godina u prosjeku tjedno pošalju 193 poruke, a godinu ranije (2013. godine) bilo ih je 91. U tom uzrastu uporaba mreže iznosi prosječno 17 sati tjedno i po prvi put se izjednačila s televizijom. Djeca sve ranije počinju surfati mrežom, pa tako u Italiji njih 50,7 % to čini u

dobi od šest do osam godina, a gotovo svi ostali tek nešto kasnije, u dobi od devet do jedanaest godina“ (Mužić, 2014, str. 399). Istraživanje iz 2000. godine na području Hrvatske na uzorku od 1.000 ispitanika osnovnih škola od 5. do 8. razreda pokazalo je da je korištenje različitih medija najčešća aktivnost u slobodnom vremenu djece uz druženje s vršnjacima. Najkorišteniji medij je televizija, a djeca najčešće gledaju filmski program i kvizove. Premda je prisutnost medija u slobodnom vremenu djece izrazita, utvrđeno je da učestalost razgovora o medijskim sadržajima nije adekvatna, odnosno da o tome što gledaju i slušaju razgovaraju s vršnjacima, ali ne i s roditeljima. Ta tendencija sugerira da, iako se za roditelje smatra da imaju najveću odgovornost za osposobljavanje djece za selektivno korištenje medija, oni (još) nisu spremni preuzeti ulogu i medijskih odgajatelja (Ilišin, 2003).

Upravo iz tog razloga je potrebno raditi na tome da čovječanstvo postane medijski ne samo pismeno, već i kompetentno. „Medijska pismenost je uži pojam i odnosi se na razinu stjecanja vještina vezanih za neki konkretan medij, kao što je informatička pismenost, filmska umjetnost ili za skupine medija kao što je tehnološka ili digitalna pismenost, dok medijska kompetencija uključuje sve različite vrste pismenosti; ne samo vještine, nego također znanje i upućenost kao sredstva pri sprečavanju medijske manipulacije“ (Blažević, 2012, str. 481). S obzirom da nema kvalitetnog odgoja djeteta bez kvalitetne odrasle osobe svjesne okoline, jasno je kako je uloga medija u odgoju djece velika; mnogo veća no što bi smjela biti.

3.2. Percepcija roditelja i odgojitelja o utjecaju medija na djecu

Roditelji i odgojitelji imaju veoma težak zadatak u upravljanju količine vremena koje djeca provode u izloženosti medijima. Razlog tome leži ne samo u tome što je cilj medija već sad toliko uspješno ostvaren da velik broj roditelja i odgojitelja doista nije svjestan koliko i kakvih utjecaja mediji imaju na njihov život, već i u tome što je većina današnjih roditelja tehnologiju implementirala u svoj život u različitim stupnjevima i s različitom namjenom. „Dok su se prijašnje generacije koristile novim tehnologijama u svojem slobodnom vremenu ili za obavljanje različitih zadataka, ova ih generacija upotrebljava kontinuirano kao način života, zapravo, tehnologijom se ne koriste, nego je žive. Od malih nogu posjeduju odličnu informatičku pismenost i mnogo se bolje razumiju u suvremenu tehnologiju od roditelja, što

dovodi do toga da djeca lako mogu manipulirati roditeljima u korištenju medijima“ (Robotić, 2015., str. 82).

O utjecaju medija na djecu te medijskoj pismenosti djece slično zaključuje i Joško Sindik na početku svog istraživanja: „Roditelji imaju značajnu ulogu u medijskom opismenjavanju djece, a bitan preduvjet medijske pismenosti djece je medijsko opismenjavanje samih roditelja“ (Sindik, 2012, str. 5). Podjednaku važnost daje odgajateljima u vrtićima: „O utjecaju medija na ljude, posebno djecu, postavljene su brojne teorije. Međutim, bitnu ulogu u posredovanju tih utjecaja imaju odgajateljice predškolske djece u dječjim vrtićima. (...) Stručnjaci koji rade s djecom trebali bi biti “medijatori” odgojno poželjnih utjecaja medija na djecu. Uvid u izloženost djece medijima, te njihovo mišljenje o efektima koje određeni medijski sadržaji imaju na djecu, važna su polazišta upravljanja utjecajima medija na djecu predškolske dobi“ (Sindik i Veselinović, 2010, str. 107-108).

Mediji sami po sebi, dakle, nisu loši ili dobri; njihova korisnost ovisi o krajnjem korisniku koji medije razumije ili ne razumije pa je shodno tome nepodložan manipulaciji medija, odnosno mediji upravljaju njime, a da toga nije ni svjestan. Na taj način roditelji i odgojitelji mogu medije učiniti sasvim pozitivnim dijelom života djece, ali kako bi to ostvarili, uvjeti moraju biti kontrolirani, čak i kada dijete nije kod kuće ili u vrtiću. Nensi Blažević (2012) u uvodu svog istraživanja piše o trogodišnjoj djevojčici Klari koja se s televizijom prvi put susrela kad je imala godinu dana. Ono što je neobično u tome jest činjenica kako se s televizijom upoznala na inzistiranje bake i djeda „da dijete ne bi bilo izolirano“. Djevojčica je tako, kao i većina ljudi, ušla u medijsku košnicu, a za njene roditelje otpočela je nova faza u njenome odgoju.

Dječju pažnju nije teško zaokupiti, kao što je već ranije objašnjeno u ovome radu. Upravo zato bi trebalo voditi računa da dijete nije medijima izloženo izvan kontroliranog vremenskog okvira, ali to je vrlo teško. Kao što je vidljivo iz primjera, problem ne leži samo u činjenici kako je moderni čovjek okružen tehnologijom i medijima otkad se budi dok ne ide spavati. Problem leži i u činjenici kako je društvo već toliko izmijenjeno i većinski izmanipulirano do te mjere da ljudi sami po sebi, bez istraživanja, učenja, proučavanja, ne mogu pojmiti štetne utjecaje sveprisutnih medija. Zbog toga baka i djed spomenute djevojčice Klare nisu nedostatak televizije vidjeli kao više vremena za zabavljanje s roditeljima, razgovor s njima, šetnje, izlaske i sl., već su to doživjeli prilično zabrinuto – „dijete će odrastati u izolaciji“.

Baka i djed, dakle, zaključuju kako je aktivno provođenje vremena s roditeljima izoliranje djeteta, dok je postavljanje djeteta pred ekran približavanje svijetu, društvu. Nažalost, rijetki doista razmišljaju i shvaćaju kakvo je to društvo kojemu žele da njihovo dijete pripada i zašto je ono upravo takvo kakvo jest. Potreba čovjeka da pripada društvu, da bude dio zajednice, iskorištena je do temelja, a sve u svrhu profita moćnika.

Joško Sindik (2012) proveo je dva istraživanja na temu utjecaja medija na odgoj predškolske djece, „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu“ te „Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu“.

Prvo istraživanje, „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu“, provedeno je na 371 roditelju oba spola (47 očeva i 324 majke) iz tri dječja vrtića u Zagrebu i jednog u Zaprešiću. Prosječna dob očeva bila je 37, a majki 34 godine. Prosječna dob djece bila je nešto viša od 4 godine. U pogledu stručne spreme, 191 majka je bila niže do srednje te 180 više i visoke stručne spreme, a 213 očeva je bilo niže do srednje te 158 više i visoke stručne spreme. Čak 361 otac i 360 majki imali su stalno zaposlenje. Prosječni broj djece u obitelji bio je nešto manji od 2 djeteta. Istraživanje je korelativnog tipa. Primijenjena je prigodno sastavljena anketa „Predškolska djeca i mediji – roditelji“ od 27 pitanja. Istraživanje je pokazalo kako djeca u prosjeku gledaju televizijski program kod kuće više od sat vremena dnevno, a podjednaku količinu vremena provode i u radu na računalu. Televizor je rijetko, ali ne i zanemarivo stalno upaljen tijekom boravka djeteta kod kuće. Radio u prosjeku slušaju pola sata do sat vremena dnevno. Dob majke značajno je pozitivno povezana s vremenom koliko dijete dnevno gleda televiziju, a dob oca značajno je negativno povezana s vremenom koliko dijete gleda televiziju. Roditelji za vrijeme dok dijete gleda sadržaj komentiraju što ono gleda i razgovaraju s njime (Sindik, 2012). Suprotni rezultati na temu razgovora roditelja i djece o sadržaju pojavili su se u istraživanju N. Blažević (Blažević, 2012, str. 490): „O gledanju televizije s roditeljima djeca kažu da postoje raznoliki sadržaji koje na taj način prate, ponekad je to dječji program, ponekad program primjereniji odraslima. Nijedno dijete na pitanje razgovaraju li o sadržaju koji gledaju, nije odgovorilo pozitivno. Upravo razumijevanje gledanja zahtijeva poznavanje konteksta, a djeca, posebno kad je riječ o sadržajima neprilagođenim njihovom uzrastu, taj kontekst ne mogu poznavati bez pomoći odraslih.“ Treba uzeti u obzir kako je Sindik (2012) svoje odgovore prikupio od odraslih, a Blažević (2012) od djece. Iako je istraživanje N. Blažević provedeno u fokus grupi, što znači da je uzorak premalen kako bi se donio neki uopćeni zaključak, djeca su svakako iskrenija od

odraslih. U konačnici, ova istraživanja pokazuju kako postoje roditelji koji razgovaraju s djecom o sadržajima koje gledaju i koje nadziru, a postoje i oni koji to ne čine, što je vrlo loše za djecu. Rezultati istraživanja N. Blažević (2012) su u skladu s drugim, starijim istraživanjima. Američko istraživanje je utvrdilo da djeca „najčešće gledaju televiziju, potom koriste računalo i video igre, onda čitaju knjige, a na koncu slušaju radio i glazbu po izboru. Djeca televiziju češće gledaju sama ili s vršnjacima negoli s roditeljima (...)“ (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001, str. 22). Vlasta Ilišin i suradnici naglašavaju važnost roditeljske intervencije (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001, str. 27): „Važnost roditeljske intervencije osobito se naglašava za mlađu djecu koja se tek upoznaju s medijskom ponudom. Istraživanja su pokazala da najslabije rezultate postiže restriktivan pristup, obilježen zabranom (prekomjernog) gledanja svih odnosno određenih programa. Istodobno, najbolji je evaluativni pristup koji uključuje diskutiranje s djecom o onome što je viđeno, s namjerom da se djeci pomogne u vrednovanju značenja, uočavanju moralne pouke i shvaćanju prirode medijskog prezentiranja sadržaja.“

Zaključno, Sindik (2012) je u svom istraživanju utvrdio sljedeće: (1) potvrđeno je postojanje pozitivne povezanosti između vremena korištenja tri vrste medija (radio, televizija, Internet) kod roditelja i djece – što više vremena roditelji provedu izloženi medijima, to rade i njihova djeca; (2) starija djeca, djeca starijih i zaposlenih roditelja, s većim brojem djece u obitelji, provode više vremena s medijima i koriste ih na različite načine; (3) djeca roditelja više i visoke stručne spreme ne razlikuju se statistički značajno u odnosu na trajanje i načine korištenja medija u odnosu na djecu roditelja srednje stručne spreme i (4) u obiteljima s većim brojem djece, djeca dugotrajnije i na različite načine konzumiraju različite medije u odnosu na djecu iz obitelji s manjim brojem djece.

Gotovo se svi znanstvenici slažu kako je utjecaj medija jači na mlađu djecu. „Što su djeca mlađa, manje su sposobna zaštititi se od različitih utjecaja, posebno zato što utjecaji medijskih sadržaja nisu uvijek jasno vidljivi, već mogu imati odgođeno djelovanje. Stoga na djecu ne utječe samo ono što se prima putem medija, nego i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju (obitelj, dječji vrtić, škole), uz osobnu pasivnost i emotivno-intelektualnu nespremnost za život s medijima. Stavovi koje dijete susreće u najbližem okružju, mogu interreagirati sa sadržajima koje ono vidi u medijima, što može potencirati (najčešće štetne) utjecaje medija. Zato je iznimno važno da su poučavatelji djece medijski pismeni, jer jedino medijski opismenjen odrasli može pravilno i društveno poželjno medijski opismeniti dijete.

Roditeljima i edukatorima treba medijska pismenost, da bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili.“ (Sindik i Veselinović, 2010, str. 109)

Upravo su iz tog razloga J. Sindik i Z. Veselinović 2010. godine proveli istraživanje „Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?“. Istraživanje je provedeno na ukupno 86 odgojiteljica iz tri dječja vrtića u Zagrebu i jednog u Zaprešiću. Prosječna dob ispitanica bila je 45 godina, a prosječni radni staž 22 godine. Odgojiteljice su radile u odgojnim grupama različitog dobnog sastava djece: jaslična (17), mlađa (22), srednja (10), starija (15), predškolska (10) i mješovita (12). Istraživanje je provedeno anketom „Predškolska djeca i mediji – odgojitelji“. Rezultati istraživanja su pokazali da je od ukupno 86 grupa čak 57 opremljeno televizorom, 72 grupe radijem, a 12 i računalom. Djeca televizijski program gledaju pola sata do sat vremena dnevno, dok nešto manje vremena provode slušajući radio ili pak u radu na računalu. Starija djeca gledaju više sadržaja (Sindik i Veselinović, 2010). Taj je rezultat u skladu s istraživanjem Guntera i McAleera koji navode kako djeca počinju redovitije gledati televiziju između 2. i 3. godine života, pri čemu prosječna količina vremena posvećena televiziji (za djecu ona iznosi 2,5 do 3,5 sata dnevno) gotovo linearno raste dobi. (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001). Iz istraživanja Sindika i Veselinovića može se zaključiti kako su mediji prisutni u odgojno-obrazovnom radu, ali u ograničenoj i, sa stajališta razvoja djeteta, poželjnoj mjeri. Ipak, taj se zaključak odnosi na izloženost medijima u vrtiću, ali ne i kod kuće. To znači kako se primjerenom broju sati dijete izlaže već u vrtiću, a sve više od toga je previše i izvan preporučenih okvira brojnih stručnjaka.

Zaključno, većina djece je prekomjerno izložena medijima, a u većini vremena se to odvija i bez nadzora roditelja ili druge odgovorne osobe. Također, roditeljima nije strano da djeca gledaju televiziju te da pritom ne razgovaraju o viđenome. Djeca televiziju gledaju iz zabave, a pokazalo se da ih sadržaji plaše, čak i oni koji su njima namijenjeni. Smatra se kako su moderni mediji cijeli svijet uspjeli postaviti unutar nekolicine uređaja i na taj način pružili mogućnost za doseganjem znanja, u velikom broju slučajeva se pokazalo kako sadržaj nije edukativan te kako na brojne negativne načine utječe na djecu. Problem nesvjesnosti roditelja ostavlja duboke posljedice na djecu. Ipak, uz brojne negativne posljedice, mediji mogu imati, i u ponekim slučajevima imaju, pozitivne utjecaje na odgoj i odrastanje djeteta.

4. Pozitivni utjecaji medija na odgoj djece

Medijska pismenost i/ili medijski odgoj u prvom su planu pri raspravi o potencijalnom utjecaju medija na djecu. Medijska se pismenost definira kao mogućnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje novinarskih priloga u najrazličitijim oblicima, a kada su djeca u pitanju, osobito je značajna refleksivna razina koja omogućava razmišljanje o medijskim sadržajima i oblicima. To znači da djeca uče razlikovati fikciju i stvarnost, selektivno odabirati sadržaje, propitkivati i dokučivati značenja prezentiranog, prepoznavati pozitivne i negativne značajke medija. Medijski odgoj je nužan jednostavno zato što su mediji neizbježna sastavnica svakodnevice i jer se njihov broj progresivno povećava, a takva situacija zahtijeva osposobljenost za korištenje. Pritom se nužno postavlja pitanje tko treba i može biti nositelj potrebnog medijskog odgoja. Jedno je sasvim sigurno – gotovo da nema autora koji u medijskom odgoju djece nije naglasio važnost roditelja (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001).

Roditelj upravlja većinom vremena svog djeteta i načina na koje ga ono provodi, što znači da pravilno upravljanje može rezultirati napretkom.

4.1. Učenje novih vještina

Djeca uče s lakoćom, stoga nije loše iskoristiti prednosti koje donose mediji poput radija, televizije i Interneta. Oni ne zahtijevaju sposobnost čitanja, što za djecu znači povezivanje onoga što vide i čuju. To znači kako djeca imaju odlične predispozicije za svladavanje nove vještine upravo putem medija.

Adilyn Malcolm ime je 14-godišnje djevojčice koja je naučila plesati gledajući druge izvođače u videima na YouTubeu. Najprije je gledala korake toliko puta dok nije zapamtila što se točno događa, a potom je ponavljala dok ih nije izvela identično kao na snimci (Fusion, 2016).

12-godišnji dječak Morteza iz Irana tijekom dvije godine je gledao crtane filmove s prijevodom, najprije na engleskom, a potom i na perzijskom jeziku. Dječak je najprije odbijao gledati filmove s prijevodom, potom je pristao na engleski, a u konačnici je prijevodom na

perzijskom jeziku provjeravao poznavanje i razumijevanje riječi. Autor istraživanja je povremeno nadzirao, ali ne i kontrolirao dječaka. Zaključio je kako dječak nakon 2 godine gledanja crtanih filmova uvelike unaprijedio poznavanje jezika i usavršio naglasak pa „zvuči kao 12-godišnji izvorni govornik“ (Ghorbani, 2011).

Američka blogerica Cami na svom je blogu zabilježila pozitivne utjecaje emisije „Wild Kratts“ na svoju kćerkicu. Animirani film govori o dvojici braće koji se pitaju „što ako“ o džungli. Ta razmišljanja braću vode u njihove avanture u animiranom filmu. Autoričina je kći nakon svakog gledanja epizode čitala o životinjama o kojima je tek naučila, tražila odlaske u knjižnicu kako bi ih dodatno proučila i pretraživala na Internetu videe kako bi mogla vidjeti kako izgledaju i ponašaju se uživo (Cami, 2015). Ista autorica piše o emisiji „Signing Time“⁸ u kojoj djeca mogu učiti jezik znakova, i to na različitim jezicima.

„WestEd“ organizacija je provela istraživanje na djeci predškolskog uzrasta iz obitelji niskih prihoda kako bi procijenila da li korištenje digitalnih uređaja (tablet, pametni telefon, itd.) može povećati djetetove matematičke vještine. Rezultati su pokazali kako djeci doista raste vještina računanja te kako nivo osviještenosti roditelja te njihove podrške prema učenju matematike značajno raste usporedno s djetetovim napretkom (McCarthy et al., 2015).

Programi koji se mogu gledati u Hrvatskoj također nude edukativne programe za djecu i mlade. Na primjer, na programu RTL Kockica 2014. godine prikazivao se crtani francuski film „Bio jednom... Život“. U tom su crtanom filmu poučno i zabavno prikazani brojni kompleksni načini funkcioniranja ljudskog organizma. Na istom programu djeci je dostupna emisija „Vremeplov“ u kojoj svaki dan mogu naučiti o dva događaja koja su obilježila povijest. 7. rujna 2016. godine se na istom programu počeo prikazivati dokumentarni film „Mi – djeca Europe“. Film je snimilo 150 učenika škole za strane jezike „Trešnjica“. Djeca su tijekom godine dana istraživala osobitosti 28 članica Europske unije, a cilj filma bio je prikazati europske raznolikosti. Već iz ovih nekoliko primjera vidljivo je kako postoje edukativni sadržaji za djecu te kako izloženost medijima doista može biti korisna i rezultirati napretkom.

Osim crtanih filmova, djeca mogu biti izložena i dokumentarnim filmovima, a nekoliko je već spomenutih istraživanja pokazalo kako djeca vole gledati dokumentarne filmove. Iz njih djeca

⁸ eng; vrijeme je za jezik znakova

moгу učiti o geografiji, kartografiji, povijesti, religijama, različitim kulturama i običajima, hrani, načinima života i brojnim drugim korisnim stvarima. Kvizovi također mogu biti promatrani kao izvor znanja za djecu.

Iako je svaki podražaj bliskiji i upečatljiviji od pisane riječi, razvoj tehnologije koji je doveo i do pojave Interneta omogućio je da se knjigama pristupa putem računala, tableta, pametnih telefona i drugih uređaja. Na taj način su knjige postale dostupnije i onima kojima posjete knjižnicama nisu drage ili koji knjižnicu nemaju u svom mjestu ili okolini, koji radije čitaju na digitalnom uređaju, itd. Brojne su elektroničke knjige i besplatne, čime se svakako omogućilo da tom znanju pristupi bilo tko kome nije stran neki moderni uređaj za komunikaciju, koji ima pristup Internetu i koji razumije jezik na kojem je besplatna knjiga dostupna. Korisnik s pojavom Interneta više nije ograničen ni vremenski ni prostorno kako bi mogao pristupiti nekoj informaciji i naučiti nešto novo.

4.2. Usvajanje pozitivnih obrazaca ponašanja

Brojni sadržaji koji se prikazuju u medijima nisu prikladni dječjem uzrastu. Čak i oni koji jesu nerijetko nude slike negativnih obrazaca ponašanja. Ipak, mediji nisu samo negativnost koju treba izbjegavati.

U ranije spomenutom animiranom filmu „Wild Kratts“ braća imaju topao, prijateljski odnos, pun podrške, ljubavi i zajedništva. Iako je sasvim normalno da se braća svađaju i mire, u ovom je animiranom filmu odnos braće prikazan bez negativnosti, na taj način dodatno naglašavajući humano, prijateljsko postupanje prema bratu.

U humorističnoj seriji „Moderna obitelj“ podjednako je odraslih i djece. Djeca dolaze iz različitih obitelji: Luke, Alex i Hayley djeca su tipičnih američkih roditelja – velika kuća, prekrasno dvorište, zaposleni i pretrpani obvezama. Lily je dijete dvojice homoseksualaca, a Manny i Joe su polubraća. Manny je Glorijin sin iz prvog braka, a Joe je dijete 60-godišnjaka i mnogo mlađe Glorije, Kolumbijke. U ovom je filmu doista nevjerojatno uklopljena gotova svaka situacija u kojoj dijete u modernoj obitelji 21. stoljeća može živjeti. U seriji se tijekom epizoda ruše predrasude i stereotipi, raspravlja se i analiziraju uloge pojedinaca u društvu, pa

tako i djece. Djeca su prikazana na različite načine – od Alex koja ima vrlo visoki IQ i cijeli je život fokusirana isključivo na učenje, preko Hayley i Lukea koji su prilično loši učenici, nespretni i naočigled bez ambicija pa sve do Lily koja je dijete gay para koji se na redovnoj bazi susreće s brojnim preprekama upravo radi toga. Na humorističan način rješavaju se pitanja s kojima se susreće većina ljudi, pa tako i djeca. Serija život prikazuje relativno realistično, sa svim usponima i padovima koje doživljava čovjek u različitim dobnim razdobljima: ljubavi i prekidi, prijateljstva, međuobiteljski odnosi, razočaranja i neuspjesi, bolest i samoća, izrugivanje, neprihvatanje u društvu, itd. Svaka epizoda, koliko god bila hiperbolizirana humorom, nosi toplu, ispravnu poruku.

U humorističnoj seriji „Fresh off the Boat“ uz roditelje glavnu ulogu ima troje djece, Evan, Emery i Eddie. Eddie je tipično dijete koje voli sport, gledanje televizije, računalo i video igrice. Njemu su kao kontrast postavljena čak dva brata koja dijele slične osobine: vrlo su marljivi, vole učiti i to ih doista zabavlja, odlične ocjene ih ispunjavaju i gotovo im predstavljaju svrhu života. Brojni su primjeri gdje se neprikladno i nemoralno ponašanje prikazuje kao poželjno, kao ono koje pojedinca svrstava u popularnije društvo, a primjer toga je i serija „Slatke male lažljivice“ u kojoj su tinejdžerice izložene brojnim neobičnim i često nemoralnim problemima i dilemama, a prikazane su hiperseksualno.



Slika 1: Glumice iz serije „Slatke male lažljivice“ na reklami za istu
(internetski izvor)

Humoristična serija „Speechless“ pojavila se na tržištu 2016. godine, a njeni glavni glumci su tinejdžer s posebnim potrebama koji je vezan za kolica, njegovo dvoje braće i njegovi roditelji čiji se život konstantno spontano podređuje bratu. Na humorističan način pristupljeno je obiteljskoj situaciji koja nije rijetkost, ali joj se nikada ili gotovo nikada ne posvećuje toliko pažnje koliko se posvećuje „savršenim“ obiteljima. Obitelj iz ove humoristične serije je siromašna, svaki se mjesec snalazi kako će preživjeti, štedi se gdje se može, a pritom je brat uvijek prioritet. On ne može govoriti već ima računalo na kojem pokazuje riječi, pa njegov pomoćnik govori umjesto njega. Djeca gledajući tu seriju mogu vidjeti kako je invalidnost sastavni dio života, kako ona nije ništa ružno i ništa što treba ili uopće smije biti predmet poruge te kako se i takva djeca i ljudi susreću sa sasvim običnim, svakidašnjim problemima koji su samo dodatno zakomplicirani fizičkim stanjem. Djeca gledajući tu seriju mogu steći osjećaj prihvatanja prema onima slabijeg imovinskog statusa koji zbog toga štošta ne mogu činiti kao ona djeca koja su iz financijski stabilnijih obitelji. U seriji se nasilje i nepravda ne toleriraju, a konstantno se promiču ideje prihvatanja, razumijevanja, poštovanja, odricanja, humanosti, osjećajnosti i sl.

Iako kvalitetan medijski sadržaj, edukativan i s pozitivnim porukama, nije jednostavno pronaći i odabrati, on postoji. On jest u manjini i većina sadržaja medija nameće sasvim pogrešne obrasce ponašanja, ipak je moguće pronaći sadržaj koji nije nužno namijenjen isključivo djeci, a istoj nosi pozitivne poruke i pruža primjere pozitivnih, poželjnih obrazaca ponašanja. To samo znači kako roditelji moraju pomno odabrati sadržaj kojem će dijete biti izloženo, čak i nauštrb vlastitih potreba za zabavom i zadovoljstvom. Odgoj djeteta i njegova psihofizička sigurnost postaju prioritet roditelja onoga trenutka kada se dijete rodi, stoga oni moraju učiniti sve što je u njihovoj moći kako bi odrastali što zdravije u što sposobnije i sretnije ljude.

Neki stručnjaci, pak, tvrde kako televizija i mediji ni u kojem slučaju nemaju dugoročno i isključivo pozitivne posljedice. Sigman (2010, str. 85-86) objašnjava potencijalno pozitivne posljedice medija na djecu na sljedeći način: „Na edukativnoj konferenciji u Velikoj Britaniji čulo se kako djeca televiziju gledaju toliko da likove iz serija počinju smatrati zamjenskom obitelji. (...) Roditeljima se često govori da mogu spriječiti negativne utjecaje televizije gledanjem i raspravljanjem o televiziji s djetetom. Televizijskoj industriji i znanstvenicima koje financijski podupire sviđa se ta uputa roditeljima jer konačno mogu reći: dopustite djeci da gledaju televiziju s vama. Studija časopisa „New England Journal of Medicine“ govori da

su djeca koja su u jeku napada 11. rujna gledala prijenose i emisije o događaju imala znatno više simptoma stresa od ostale djece. Zapravo, 35 % djece je imalo jedan ili više izraženijih simptoma. I dok je većina roditelja razgovarala s djecom o onome što su vidjeli na televiziji, nije se pokazala veza između količine razgovora i simptoma od kojih su djeca patila. Emocionalni učinak televizijskih prizora nisu mogla racionalizirati roditeljska objašnjenja i uvjeravanja. Ponovno, moramo naučiti da televizija na ljude djeluje potajice.“

Prema tome se može zaključiti kako i za ovu temu postoje dvije, sasvim kontrastne teze: gledanje televiziji ne šteti djeci ako su joj kontrolirano izložena i ako se o viđenome govori te televizija je apsolutno dugoročno i na više dimenzija štetna za djecu. Obje teze imaju logične argumente, stoga se čini kako će se potencijalni pozitivni utjecaji medija na odgoj djece vidjeti tek u budućnosti. Ukoliko je Sigman u pravu, čovječanstvo će vrlo kasno, ako i uopće, shvatiti kako su mediji odgojili poslušno stado ovaca koje radi što im se kaže, žive kako im se kaže, troše kako im se kaže i koje, u konačnici, služi isključivo kao izvor novca za megakorporacije.

5. Negativni utjecaji medija na odgoj djece

Kao što je već zaključeno, mediji na ljude imaju negativni utjecaj upravo onoliko koliko im ljudi to dozvoljavaju. Jednako je i s utjecajem medija na odgoj djece. Ukoliko roditelji, odgajatelji i druge osobe odgovorne za odgoj djeteta medijima pristupaju svjesni njihovih prednosti i nedostataka, dijete može profitirati od vremena provedenog izložen medijima. Ipak, istraživanja pokazuju kako djeca provode previše vremena pred televizijom, kako brojni roditelji ne razgovaraju s djecom o viđenome, a to otvara vrata medijima za nekontrolirane utjecaje, širenje propagande i na kraju, kontrolu i oblikovanje djeteta od najranije dobi.

5.1. Nasilje

Aronson, Wilson i Akert agresivnim ponašanjem smatraju bilo koje ponašanje kojemu su cilj i namjera nanošenje boli (psihičke ili fizičke). Najvažnija riječ u ovoj definiciji je namjera da se nekome naudi bez obzira na to je li cilj ostvaren ili ne. Dakle, ako osoba naudi drugoj osobi slučajno, ne radi se o nasilju jer nema namjere. S druge strane, ako osoba ne uspije u naumu da naudi drugome, radi se o nasilju iako cilj nije ostvaren jer postoji namjera (Mitrović, 2015). Ipak, postoje brojne definicije nasilja, odnosno ne postoji univerzalna definicija nasilja. Upravo zato što različite definicije različite čino ve prema različitim objektima uključuju ili isključuju iz sebe, vrlo je teško uspoređivati istraživanja o nasilju te izvoditi zaključke o količini nasilja općenito, ali i u medijima.

Ipak, ako je itko ikada sumnjao u tvrdnju kako medijski sadržaji djecu navikavaju i potiču na nasilje, primjer Butana sve ih je trebao razuvjeriti. Jedina država u čitavome svijetu koja uspjeh države mjeri u sreći svog stanovništva posljednja je uvela zapadnjačke televizijske programe i ubrzo nakon toga se susrela s porastom nasilja, delinkvencije i povećanjem broja počinjenih prekršajnih i kaznenih djela. Za to se ne može okriviti ništa drugo do li novog televizijskog sadržaja. U državi su i prije 1999. godine postojali televizori, ali sadržaj je bio isključivo domaće produkcije. Prekršaja je oduvijek bilo, ali ne i težih kaznenih djela. Dakle, u državi se ništa nije promijenilo osim novog, zapadnjačkog sadržaja u medijima Kraljevine Butan. Nakon analize primjera Butana, jedno je sasvim jasno: nasilje na televiziji potencira nasilje u pravom, stvarnom životu (Sigman, 2010).

Sigman nadodaje kako dolazak televizije u neku zemlju ili zajednicu uvijek prati rastući val nasilja. Malo poznata studija objavljena u magazinu Američke liječničke komore pokazala je kako se s pojavom televizije i u SAD-u i u Kanadi broj ubojstava udvostručio pa zaključuju: „Da se, hipotetički, televizijska tehnologija nikada nije razvila, danas bi bilo 10.000 manje ubojstava svake godine u SAD-u, 70.000 manje silovanja i 700.000 manje napada s ozljedama.“ Širom SAD-a, kako su različita područja kupovala svoje prve televizore, s odmakom od 10 do 15 godina nasilni se kriminal udvostručio, a ista se situacija uočila u Walesu, Engleskoj i Africi (Sigman, 2010, str. 99).

Mužić (2014, str. 398) o nasilju na televiziji piše sljedeće: „Samo ponašanje djece oblikuje se dobrim dijelom onim što gledaju. Gotovo polovina adolescenata i jedna četvrtina djece posjeduju igre zabranjene maloljetnicima. Do 18. godine prosječno američko dijete vidi 200.000 nasilnih čina i 16.000 ubojstava na televiziji. Nasilni sadržaji su zastupljeni i u programima za djecu pa svaki crtani film proizveden između 1937. i 1999. godine sadrži nasilje s trendom rasta. Nasilje se rabi bez razlike; kako loši likovi, tako se i dobri često prikazuju kao smiješni. Znanstvenici upozoravaju da virtualno nasilje dovodi do stvarnoga. Dr. Leonard D. Eron sa sveučilišta u Michiganu procjenjuje da je samo televizija odgovorna za 10% maloljetničke delinkvencije.“ Nadodaju li se tome podaci kako prosječno dijete u SAD-u pred televizijskim ekranom provede 1.023 sata godišnje, a u školi tek 900 sati (Kanižaj i Ciboci, 2011), postaje jasno koliko prilike djeca imaju biti izložena scenama nasilja. Čak i istraživanje iz Turske, iz zemlje sasvim drugačije kulture, kao zaključak izvodi: „Pokazalo se da je gledanje televizije povezano s društvenim problemima, delinkventnim ponašanjem, agresivnim ponašanjem, itd.“ (Sigman, 2010, str. 102)

Komercijalne televizije prednjače s programima sa scenama nasilja pa gotovo da više nema žanra bez nasilja: reklame, crtani filmovi, igrani filmovi, sportski događaji, videospotovi. Istraživači tvrde kako djeca koja od najranije dobi gledaju scene nasilja na njega postupno postaju imuna, odnosno dolazi do desenzitizacije.⁹ „Istraživanja provedena od sedamdesetih godina 20. stoljeća opetovano potvrđuju pozitivnu korelaciju između duže izloženosti sadržajima nasilja u medijima (televiziji, tiskovinama, kinematografi i internetu) i konkretnog ponašanja. Prema američkim istraživačima, odnos između televizije i nasilja može imati tri ključna učinka: 1) djeca i odrasli koji se dugo izlažu scenama nasilja u medijima mogu postati

⁹ desenzititacija: sin. desenzibilizacija; proces u kojem organizam smanjuje ili uklanja negativnu reakciju na neku materiju ili poticaj

agresivniji i u nasilju vidjeti dobro rješenje za konfliktne situacije; 2) djeca i mladi koji dugo gledaju nasilje na televiziji mogu postati neosjetljivi na stvarno nasilje koje ih okružuje kao i na patnju drugih; imaju visok prag tolerancije nasilja na društvenoj razini; 3) može izazvati *Mean World Syndrome* (sindrom nasilničkog svijeta): djeca izložena gledanju nasilničkog ponašanja na ekranima mogu zaista doživljavati visoki stupanj nasilja i opasnosti u okruženju u kojemu se nalaze. To može proizvesti obrambeni stav ili stereotipno ponašanje prema drugima“ (Mandarić, 2012, str. 136). „Stalna izloženost nasilnim sadržajima u medijima dovodi do navikavanja, kod gledatelja se javlja sve veća tolerancija prema takvim sadržajima, za njih nasilje postaje najnormalnija pojava i takvi sadržaji dovode do smanjenja stupnja empatije i desenzibilizacije“ (Kanižaj i Ciboci, 2011, str. 21).

Stotine znanstvenih studija, navode Kanižaj i Ciboci (2011), pokazale su da izloženost medijskom nasilju povećava agresiju. Općenito govoreći, postoje dvije vrste učinka nasilja – kratkoročni i dugoročni. Kratkoročni učinak može se ogledati u nervozu, strahu, tjeskobi, agresivnom ponašanju i dr., a pojavljuju se netom nakon izloženosti medijskim sadržajima. Dugoročni učinci pojavljuju se nakon višestrukog izlaganja nasilju u medijima, a puno ih je teže mjeriti od kratkoročnih. Rezultati tih učinaka pojavljuju se postepeno tako da ih je, kad jednom postanu vidljivi, teško povezati s izloženošću medijskim sadržajima.

Ipak, valja spomenuti kako svako nasilje nužno ne vodi do još više nasilja. „Ako se prikazuju posljedice nasilja, ako se pokazuje da se za počinjenim nasiljem žali i da se kažnjava, ako se počinitelji nasilja ne glorificiraju, ako se čin nasilja ne doživljava kao opravdan, ako je ukupno gledajući nasilje prikazano u negativnom svjetlo, tada prikaz nasilja možda neće stvoriti negativne posljedice. No, u svim ostalim okolnostima moramo imati na umu da postoji mogućnost za višestruke negativne posljedice“ (Kanižaj i Ciboci, 2011, str. 27).

5.1.1. *Cyber-bullying*¹⁰

Internet je medij koji je omogućio brojne korisne promjene u svakodnevnom životu. Informacije su postale brže i lakše dostupne, njime se može koristiti prilikom istraživanja za školu, on je izvor zabave koji k tome omogućava brzu i laku komunikaciju bez obzira na to gdje se nalaze pojedinci koji komuniciraju, itd. Ipak, uz brojne prednosti, Internet ima i niz nedostataka. Jedan od većih, koji predstavlja sve veći i intenzivniji problem, upravo je *cyber-bullying*. Ovaj novi oblik nasilja ne razlikuje se mnogo od adolescentskog nasilja koje je već dugo prisutno u društvu; dapače, razlika je tek u sredstvu kojim se nasilje ostvaruje. S druge strane, za razliku od klasičnog nasilja, *cyber-bullying* može ostaviti još i teže posljedice jer takvu vrstu nasilja može pratiti mnogo veći broj ljudi, mnogo je lakše proširiti informaciju, a uz to informacija na Internetu može postojati doslovno zauvijek. Dok ozljede od udaraca blijede i nestaju, emocionalna bol svakim se ponovnim izlaganjem nasilju produbljuje i ponavlja. Dijete koje je netko, na primjer, snimao samo jednom dok mu se vršnjaci izruguju ili vrše fizičku silu i potom snimku objavili na Internetu, dijete taj doživljaj i tu situaciju proživljava svaki put iznova kada ono ili netko drugi vidi tu snimku. Osim toga, s obzirom na trajnost materijala postavljenog na Internetu, osoba može u nekom drugom periodu života postati žrtva nasilja radi nečega što se dogodilo mnogo prije.

Zlostavljati putem Interneta mnogo je lakše nego činiti to uživo. Internet nudi mogućnost skrivanja identiteta, zbog čega će se djeca lakše odlučiti na pogrešno postupanje prema drugoj djeci. Korištenje različitih lozinki i lažnih imena omogućuje lakše skrivanje identiteta, a takav način ophođenja sa žrtvom iziskuje mnogo manje energije i osobnog riskiranja, koje redovito prati suočavanje licem u lice. Ranjavati nekoga drugoga sakriven „iza ekrana“ mnogo je emocionalno lakše od istog tog čina licem u lice. Osobu prilikom *cyber-bullyinga* ne može zaustaviti krik ili plač žrtve koji bi možda u nekom slučaju spriječio zlostavljača da nastavi zlostavljanje ili bi barem prizvao nekoga tko žrtvu može zaštititi od vršnjačkog nasilja. Iz istog razloga nasilnici često nisu ni svjesni štete koju nanose drugoj osobi. „Razvoj novih tehnologija omogućio je djeci i mladima 'navodnu nevidljivost', tj. iluziju o anonimnosti i nevidljivosti. To mlade ohrabruje jer su uvjereni da ih je teško otkriti, a time im slabi senzibilnost u odnosu na štetu koju nanose bližnjemu“ (Mandarić, 2012, str. 137).

¹⁰ elektronično nasilje, nasilje putem Interneta: dobrovoljno i kontinuirano nanošenje štete drugima korištenjem računala i drugih elektroničkih uređaja

Brojke koje se odnose na vršenje *cyber-bullyinga* doista su zabrinjavajuće. Uz to, čini se kako broj nasilnika putem Interneta konstantno raste. Na ozbiljnost situacije upućuju i brojke o *cyber-bullyingu* iz istraživanja, a radi preglednosti i lakoće razumijevanja, podaci su predstavljeni u tablici 1.

Tablica 1: Podaci o *cyber-bullyingu* u Australiji, Kanadi, SAD-u i Velikoj Britaniji (prema Mandarić, 2012).

| zemlja | <i>cyber-bullying</i> |
|----------------------------|---|
| Australija | <ul style="list-style-type: none"> • 13 % studenata je u dobi do 18 godina doživjelo elektroničko nasilje • 25 % studenata poznaje nekoga tko je doživio to isto • 42 % djevojčica u dobi od 12 do 15 godina eksperimentiralo je s elektroničkim nasiljem |
| Kanada | <ul style="list-style-type: none"> • 84 % učenika doživjelo je virtualno nasilje • 23 % učenika doživjelo je nasilje putem elektroničke pošte <ul style="list-style-type: none"> • 35 % preko chat rooma • 45 % putem SMS poruka |
| Velika Britanija | <ul style="list-style-type: none"> • 20 % od 779 mladih doživjelo je elektroničko nasilje <ul style="list-style-type: none"> • 73 % poznaje nasilnika • 1 od 20 učenika priznaje da je bio uključen u elektroničko nasilje <ul style="list-style-type: none"> • 1 od 8 učenika netko je prijetio • 1 od 12 učenika priznaje da je na blog stavljao lažne informacije o drugima |
| Sjedinjene Američke Države | <ul style="list-style-type: none"> • 75 – 80 % djece između 12 i 14 godina doživjelo je elektroničko nasilje <ul style="list-style-type: none"> • 43 % djece bilo je proganjano dok su bili <i>online</i> <ul style="list-style-type: none"> • 35 % djece je doživjelo prijetnju • 53 % djece uvrijedilo je druge dok su bili <i>online</i> <ul style="list-style-type: none"> • 1 od 17 djece prijetilo je <i>online</i> • 1 od 4 djece u dobi između 11 i 19 godina priznalo je da su im prijetili |

Podaci upućuju na činjenicu kako je broj zlostavljane djece i mladih doista velik, unatoč postojanju brojnih institucija i programa za prevenciju pojave elektroničkog nasilja, ali i za traženje pomoći kada pojedinac postane žrtva nasilja. Najranjiviji tako doživljavaju i proživljavaju još jedan paradoks modernog života gdje svi govore o nultoj toleranciji na nasilje, a broj žrtava raste.

5.1.2. „Nevidljiva djeca“ i „socijalni nojevi“

„U javnosti, kao i sredstvima masovnih komunikacija, uočavamo kako se velikom žestinom proklamira primarna prevencija nasilja nad djecom kao najvažniji činitelj ostvarivanja dobrobiti djetinjstva i podizanja razine svijesti svih onih koji se izravno ili neizravno bave djecom.“ (Miliša i Zloković, 2008, str. 15) „U svakodnevnom životu brojne su situacije koje upućuju na činjenicu o čestom toleriranju nasilja nad djecom, ali i nasilja među odraslima. Zaštita djece pretpostavlja primjerenu i konkretnu širu socijalnu i zakonodavnu reakciju, a ne formativnu razinu u netoleriranju i kažnjavanju nasilja, zapuštanja, napuštanja djece i drugih opasnih pojava po dijete“ (Zloković i Dobrnjič, 2008, str. 30).

Izvješće o radu Ureda pravobranitelja za djecu iz 2004. godine donosi veoma potresnu priču o 9-godišnjem dječaku koji se susretao s nizom stresnih, posramljujućih i zlostavljačkih situacija. Dječak je bio izložen poruzi vršnjaka, što je razrednica definirala kao „dječja posla“, ni ne pokušavajući spriječiti nasilje. Dapače, ta ista razrednica kao odgojnu metodu za dječake koji gnjave djevojčice je uvela šamaranje dječaka od strane djevojčica 7 puta dok im razrednica drži ruke da se ne mogu braniti. Dječak u pitanju bio je zlostavljeni dječak, emocionalno loše, ali ni to razrednicu nije motiviralo na brigu o dječaku da ne bude predmet zlostavljanja vršnjaka. Dapače, u zlostavljanju je sudjelovala i sama razrednica. Na satu kada je obrađivano ljudsko tijelo, razrednica je pozvala dječaka da opiše medicinsku obradu samog sebe (snimaju li mu glavu, kako, itd.), pokazujući na taj način da zna da je dijete traumatizirano i zlostavljano. Dijete su nakon toga vršnjaci još više zlostavljali (Miliša i Zloković, 2008). U ovom stravičnom primjeru jasno je vidljivo kako je nasilje u školi višestruko potencirano, tolerirano i čak odobravano. Gotovo je teško za povjerovati da se takve situacije mogu dogoditi djeci u školi, ustanovi prepunoj stručnjaka osposobljenih za edukaciju i odgoj djece. Majka se Uredu za pravobranitelja djece obratila tek nakon što je pokušala razgovarati s roditeljima zlostavljača, razrednicom, ravnateljem i drugim školskim osobljem koje nije učinilo ništa po pitanju sprečavanja zlostavljanja. To znači kako cjelokupno školsko osoblje odobrava, a neki i potiču nasilje. Rezultat djelovanja Ureda bio je također krajnje razočaravajući: umjesto da se prepozna odsustvo reakcije kompletnog osoblja škole, izmanipulirani osmogodišnjaci nosili su transparente s natpisima „Vratite nam učiteljicu“ i „Sada više nitko od djece neće se igrati s dječakom jer je on otjerao učiteljicu“. Tko god da je izmanipulirao tu djecu, učinio je toliko dodatne štete: djeca su dobila lekciju da čak i ako/kad se nasilje prepozna i kazni, to nije dobro/ispravno i da to toga nije trebalo doći,

igrajući na emotivnu povezanost djece s učiteljicom. „Glas ulice i ovaj put je bio jači i efikasniji od djelovanja stručnih službi i ustanova koje inače svakom prilikom ističu da su im djeca na prvom mjestu. Spomenuti slučaj nažalost je samo jedan u nizu ilustrativnih primjera koji govore o fenomenu 'nevidljive djece' i 'socijalnih nojeva'. Mnogi su primjeri nehumanih i okrutnih odnosa prema djeci koji upućuju na društvenu agresiju, ignoriranje, manipulaciju i relativiziranje nekih temeljnih odgojnih, moralnih i ljudskih vrijednosti, pa čak i ljudskog života.“ (Miliša i Zloković, 2008, str. 18)

Nad djecom se diljem svijeta otvoreno vrši nasilje i osim donošenja proglašenja i održavanja konferencija, čini se, malo toga se zapravo poduzima po pitanju sigurnosti djece. Uskraćivanja prava djece globalni su problem, a očituju se na različite načine: djeca vojnici, djeca radnici, trgovina djecom, ukraćivanje prava na obrazovanje, uskraćivanje prava djeci s posebnim potrebama, diskriminacija, nasilje nad djecom u obitelji, školi, na ulici, kršenje prava djece putem medija, djeca „bez identiteta“, djeca u ulozi odraslih (maloljetnički brakovi, kućne pomoćnice), manipulacija djecom, siromaštvo djece, djeca bez skrbi, itd. Prema UNICEF-ovom proglasu, više od 300 milijuna djece je izloženo nasilju i diskriminaciji, djece koja očekuju pomoć (Zloković i Dobrnjič, 2008). Iako se zbog modernosti i dostupnosti tehnologije čini kako je nevidljivost teških problema nemoguća u današnje vrijeme, statistički podaci, nažalost, pokazuju sasvim drugačiju, tragičnu istinu.

5.2. Stereotipizacija i hiperseksualizacija

Stereotipizacija, hiperseksualizacija i pornografija predstavljaju tri negativna aspekta u utjecaju medija na odgoj djece i svo troje se dotiče najveće intime svakoga čovjeka, pa tako i djeteta – seksualnosti. Mediji, nažalost, imaju brojne negativne odlike. Uz njih se blisko vežu reklame koje, iako nisu mediji, prenose snažne poruke koje su najčešće u skladu s porukama koje šalju i sami mediji. S obzirom na činjenicu kako već djeca predškolskog uzrasta pamte melodije i logo tvrtke s reklame, postaje vrlo jasno kako mediji od najranije dobi počinju upravljati odlukama ljudi; nekada suptilnije, a nekada izravnije.

Mediji i reklame mogu odrediti jedan od dva puta za uvjeravanje pojedinca u poruku koju prenose (Giles, 2010):

- centralni put: obuhvaća veći stupanj obrade, poruka se više preispituje i, konačno, određuje stupanj i smjer promjene stava.
- periferni put: obuhvaća slučajne odlike poruke, poput vjerodostojnosti, privlačnosti, slogana, itd.

Slanije poruke uglavnom se odvija kombinacijom ovih dvaju puteva, od kojih je jedan izravniji jer zahtijeva promišljanje o konkretnim osobinama proizvoda ili usluge, potrebom za tim proizvodom ili uslugom i sl. Drugi put ne zahtijeva toliku količinu pažnje i promišljanja i dovodi do spontane kupovine proizvoda ili usluge ili, pak, promjene ponašanja, ukoliko mediji šalju poruku o tome kako se neki pojedinac treba ponašati, na primjer., u slučaju djece, drugi put je vjerojatno češći slučaj, a razlog da se tome vjeruje leži u činjenici kako djeca u dobi od 4 godine prepoznaju melodije i logo marke, ali u isto vrijeme nisu sposobna sama vidjeti i obraditi sadržaj, odnosno razumjeti ga, što je pretpostavka za ostvarenje centralnog puta prenošenja poruke.

Prepoznavanje i razumijevanje načina na koji dolazi do stereotipizacije i hiperseksualizacije ljudi, time i djece, nije jednostavno jer zahtijeva dubinsko promišljanje o ulogama svakog pojedinca različitog spola, rase, itd. Pred nepunih mjesec dana društvene mreže preplavio je video o osmogodišnjoj djevojčici koja u dućanu promatra odjeću za dječake i odjeću za djevojčice i potom razočarana komentira poruke koje se šalju pojedinom spolu. „Na odjeći djevojčica piše 'Hej!', 'Prekrasna' i 'Osjećam se fantastično'. Odjeća dječaka: 'Avantura te

čeka', 'Razmišljaj izvan kutije!' i 'Heroj'. To je nepošteno jer svi misle da djevojčice samo trebaju biti lijepe, a dječaci trebaju biti spremni na avanturu. Zašto bi uopće odvajali dječake i djevojčice? Zašto bi uopće odvajali odjeću za dječake i djevojčice? Jednako smo vrijedni. 'Razmišljaj izvan kutije'. Što to zapravo znači? Idi na svoje avanture, ne daj ničemu da te zaustavi. Prati svoje snove. I... 'Hej!'. Što bi to uopće trebalo značiti!? Uopće to ne smatram inspirirajućim. Ne razumijem to!“ (SWNS TV, 2016) Na kraju videa, djevojčica uzima majice na kojima piše „Heroj“ i odnosi ih do ženskog dječjeg odjela kako bi i djevojčice znale da mogu biti heroji.

Od najranije dobi djevojčice oblače u ružičastu odjeću, a dječake u plavu. Prema boji odjeće nerijetko se raspoznaje kojeg je spola beba, a ta se navika u snažnom vizualnom odvajanju ženske i muške dječje odjeće zadržava i u odjeći za stariju djecu i mlade. U odjeći za odrasle osobe nije neobično vidjeti ženu u plavoj odjeći, ali je dugo vremena bilo vrlo neobično vidjeti muškarca odjevenog u ružičastu odjeću. Štoviše, u početku se nošenje odjeće te boje povezivalo s LGBT zajednicom na koju se i danas diljem svijeta još uvijek ne prihvaća baš najbolje.

S druge strane, kada razlika među dječacima i djevojčicama na odjeći nije zamjetna bojom, zamjetna je porukama koje odjeća nosi. U porukama se jasno uočava stereotipizacija, a to je zamijetila i osmogodišnjakinja koju je to vidno uzrujalo. Stereotipi koji se reklamiraju putem odjeće jedna je od posljednjih karika u lancu kojima se oni nameću.

Stereotipizacija ženskog lika prisutna je i u medijima i u reklamama i institucije poput Vijeća Europe upozoravaju na količinu njenog prisustva u medijima. Vijeće Europe u Rezoluciji 1751 (Vijeće Europe, 2010) piše sljedeće:

- 1. Parlamentarna skupština Vijeća Europe upozorava i žali zbog činjenice što su žene žrtve seksističkih stereotipa u medijima. S jedne strane su nedovoljno predstavljene, ako ne i nevidljive u medijima. S druge strane, postojanost seksističkih stereotipa u medijima – svrstavanje žena i muškaraca u tradicionalne društvene uloge, npr. žena kod kuće, muškarac u profesionalnom i političkom svijetu, žene kao žrtve ili seksualni objekti, muškarci kao sposobni i moći vođe – predstavljaju prepreku rodnoj ravnopravnosti.*

2. *Seksistički stereotipi su prenošeni i kreću se od humora i klišeja u tradicionalnim medijima do poticanja na rodno utemeljenu mržnju i nasilje na internetu. Seksistički stereotipi se prečesto trivijaliziraju i toleriraju pod izlikom slobode izražavanja. Nadalje, ti su stereotipi često suptilno prenošeni od strane medija koji reproduciraju, stvaraju stavove i mišljenja koja su viđena kao društvene norme u kojem je rodna ravnopravnost daleko od stvarnog stanja. Shodno tome, prečesto nije moguće pokrenuti sudski postupak protiv seksističkih stereotipa niti ih kazniti od strane andzornih ili samo nadzornih tijela, osim u slučaju najozbiljnije povrede ljudskog dostojanstva.*
3. *Unatoč tomu, utjecaj seksističkih stereotipa u medijima na oblikovanje javnog mišljenja, posebice među mladim ljudima je poguban: oni ovjekovjčuju pojednostavljenom nepromjenjivu te karikiranu sliku žena i muškaraca, potvrđujući svakodnevni seksizam i diskriminacijske prakse te mogu olakšati ili opravdati upotrebu nasilja na rodnoj osnovi. Kao takvi, seksistički stereotipi su sredstva diskriminacije.*
4. *Mediji kao vitalni i sastavni dio demokracij imaju posebnu ulogu na ovom području i to u promicanju poštivanja ljudskog dostojanstva, suzbijanja bilo kakvih oblika diskriminacije te promicanja jednakosti žena i muškaraca. Seksizmu, kao i rasizmu i drugim oblicima diskriminacije, nema mjesta u medijima. Skupština potvrđuje svoju obvezu podupiranja načela ljudskog dostojanstva i nediskriminacije zajamčene Europskom konvencijom o ljudskim pravima. Nadalje, naglašava pozitivnu ulogu koju mediji mogu imati u promicanju rodne jednakosti, s tim u vezi pozivajući se na Preporuku R(84)17 Odbora ministara državama članicama o ravnopravnosti žena i muškaraca o medijima.*

Stereotipizacija žene i podjela rodni uloga koji se putem medija nude kao obrasci ponašanja utječe se na doživljaj svijeta i društva od najranije dobi djece. Često sredstvo postizanja stereotipizacije ostvaruje se naglašavanjem seksualne strane žene, što u konačnici dovodi do

hiperseksualizacije djece. Žensko tijelo predstavlja se kao objekt požude, a ženu se ne gleda kao cjelinu, već kao skup dijelova. Primjer toga vidljiv je na slici 2.



Slika 2: Rita Ora u aktualnoj reklami „Tezenis“ dućana za donje rublje
(internetski izvor)

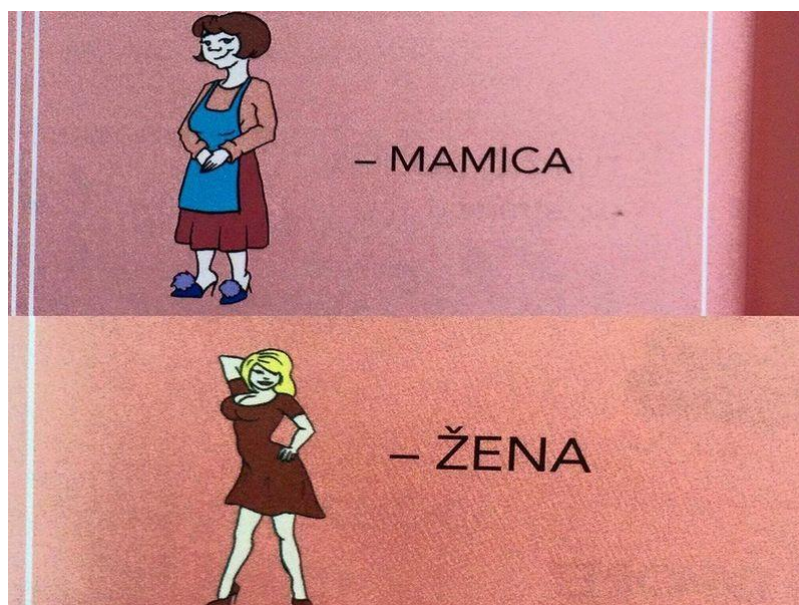
Rita Ora omiljena je pjevačica brojnoj djeci i mladima, a takav stil oblačenja i ponašanja promovira se i u filmovima, serijama, čak i crtanim filmovima (npr. Bratz, slika 3), a posebice u reklamama kao poželjan, kao nešto što je *in*. Djeca čitavo vrijeme to gledaju, okruženi su takvim sadržajima, na njih se navikavaju i prihvaćaju ih implementirajući ih s vremenom u svoje ponašanje i stavove.



Slika 3: Lutke Bratz, ujedno i likovi crtanog filma

(internetski izvor)

Djevojčicama su lutke poput Bratza i Barbie omiljene igračke i često se s njima igraju roditelja. Prema izgledu tih lutaka djevojčice uče da je pojam ljepote kada je žena mršava, da ima obline, da nosi kratku i usku odjeću, da je uvijek uređena, da ima jednake takve prijateljice, itd. To je niz ideala koji nisu u skladu sa stvarnošću. Brojne je roditelje naljutio seksizam u udžbeniku iz glazbenog odgoja za prvi razred osnovne škole. Na dva različita mjesta prikazane su dvije različite žene, a problem različitosti na crtežima vidljiv je sa slike 4.



Slika 4: „Žena“ i „Mamica“

(internetski izvor)

Na prvom crtežu prikazana je žena kratke kose, s pregačom preko džempera i duge suknje i imenovana je „mamica“ Obrisi tijela su nenaglašeni, grudi su opušteno, a ruke drži prekrížene, što je neverbalni signal prijateljstva i topline. Njoj suprotno prikazan je crtež imenovan „žena“: vitka žena u uskoj, kratkoj i dekoltiranoj odjeći, većih grudi i stražnjice u zavodničkoj pozi s rukom na boku i u kosi. S obzirom na to da je crtež žene u skladu s idealima ljepote koje nameću mediji i oglašivačka industrija, uspoređeni crteži šalju poruku

kako je žena s prve slike manje žena od vitke zavodnice s druge slike. Samim time, žene koja je kućanica, čiji je posao, odgoj djece, odgovorniji od bilo kojeg drugog posla jer upravlja životima sada za budućnost, koja vodi računa o kućanstvu i posvećena je organizaciji istog kako bi sve funkcioniralo, ponižena je i obilježena fizički manje privlačnom.

Kako bi se dodatno pojasnilo koliko se snažna poruka šalje na ovaj način, valja spomenuti primjer istraživanja u kojem su muškarce zamolili da putem fotografija ocijene seksualnu privlačnost djevojaka s kojima bi prvi put „naslijepo“ izašli van. Fotografije su drugi muškarci već prije ocijenili kao prosječno privlačne. Znanstvenici su primijetili da su muškarci koji su prije procjenjivanja pogledali epizodu Čarlijevih anđela, djevojke su ocijenili manje poželjnima od muškaraca koji su uoči ocjenjivanja gledali neku drugu emisiju. Na njihovu je procjenu gledanje epizode toliko utjecalo da se muškarci nisu htjeli ni sastati s većinom žena. Na tom se primjeru može vidjeti tzv. efekt kontrasta (Sigman, 2010).

Na taj je način putem efekta kontrasta u udžbeniku za sedmogodišnjake i osmogodišnjake nametnut sadržaj koji ih usmjerava koga će svrstati u kategoriju „žena“ prema površnim i pogrešnim kriterijima. Ovo je još jedan primjer kršenja dječjih prava i to ponovno u osnovnoj školi u udžbenicima koji na program nisu mogli dospjeti bez odobrenja Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa. Iz toga se može zaključiti kako vrhovna obrazovna institucija podržava seksizam, stereotipizaciju i rodnu podjelu, što ne smije biti odlika nijedne obrazovne institucije.

Istraživanje profesorice Marcie Herman-Gidden na 17.000 američkih djevojčica te britanska studija sa Sveučilišta Bristol koja je pratila razvoj 14.000 djece izvela je sljedeći zaključak: „Njihov je zaključak kako danas jedna od šest djevojčica u pubertet ulazi do osme godine. Samo jednu generaciju unatrag to se događalo tek jednoj od stotinu djevojčica. Kao objašnjenje nekad se uzimalo genetsko naslijeđe i prehrana, izloženost kemikalijama koje bi mogle utjecati na hormone još u utrobi te, zanimljivo, kod djevojčica koje nisu odrastale uz biološkog oca, prisutnost očuhovih feromona. Sada je najsumnjiviji krivac televizija. Danas se sumnja da povećan broj prizora seksa na televiziji potiče seksualnu zrelost kod djevojčica koje se nalaze u predpubertetskom razdoblju na sličan način na koji pogled na hranu izaziva izlučivanje slina. Marcia Herman-Gidden vjeruje kako je očito da ono što vidimo utječe na naše fiziološke funkcije. Kad znamo da gledanje scena seksa utječe na spolne hormone kod odraslih, ne bi bilo razumno pretpostaviti da isti prizori nemaju učinka na djecu. Istraživanje

koje se bavilo djevojčicama između 6 i 11 godina starosti pokazalo je da su one koje su se ranije razvile depresivnije, agresivnije, povučenije i imaju više problema sa spavanjem“ (Sigman, 2010, str. 33).

Vizualni sadržaji, umjetni dio okoline sposobni su učiniti fizičku promjenu u funkcioniranju ljudskog organizma i, očigledno, ubrzati ulazak u pubertet. Hiperseksualizacija djece na taj način postaje i zdravstveni problem.

5.3. Pornografija

Iako postoje brojne definicije pornografije, kako bi se kvalitetnije uvidio utjecaj pornografije na djecu, najprikladnija je definicija pornografije bivše pornogлумice, striptizete i prostitutke Shelley Lubben: „Ropstvo modernog doba za tisuće žena i milijune ovisnika koji je ne mogu prestati gledati.“ „Drugim riječima, pornografija je fikcija, ali i oblik društvene stvarnosti njenih protagonista, baš kao i korisnika što nekritički sudjeluju u multimedijalnoj sferi 'društva spektakla'“ (Vuksanović, 2014, str. 444).

Upravo je brojnost definicija pornografije primarni problem postavljanja sveobuhvatnih restrikcija, ali i uvjet koji je pornografiji omogućio da se proširi Internetom, a time i društvenim mrežama, čiji su korisnici i brojna djeca. „U slučaju društvenih mreža koje, u općem smislu riječi, simuliraju javni interes i javno dobro istovremeno sa zadovoljavanjem individualnih sklonosti korisnika, koincidiranje s medijski ostvarenom intimnošću otvara prostor za pornografiju i slobodno pornografsko djelovanje. „Odnos prema zadovoljstvu“, kako piše Milan Ranković u knjizi „Seksualnost na filmu i pornografija“, „bio je u europskoj civilizaciji uvijek tijesno povezana s odnosom između individualnog i društvenog interesa, koji se na različite načine uspostavljao u određenim društveno-povijesnim kontekstima. Zadovoljstvo se uvijek pojavljivalo kao interes pojedinca. Nema nekog općedruštvenog zadovoljstva.“ Ovaj konflikt između javnog i društvenog interesa na jednoj, te individualnog zadovoljstva na drugoj strani, „uspješno“ je razriješen u interesnom pomirenju „javnog“ i „intimnog“ eksponiranja na društvenim mrežama, a sve u korist fenomena pornografije“ (Vuksanović, 2014, str. 431).

Pornografija je djeci lako dostupna (gotovo) sa svih elektroničkih uređaja kojima se dijete koristi, a usko je vezana sa stereotipizacijom i hiperseksualizacijom jer je ona još jedno sredstvo promicanja pogrešnih obrazaca ponašanja koja djeca s lakoćom usvajaju, podržavana na isti način drugim sličnim sadržajima koji se prikazuju putem medija.

5.4. Zdravstveni problemi

Pretjerana izloženost medijima dokazano uzrokuje niz zdravstvenih problema uz već spomenuto prerano ulaženje u pubertet. Neki od njih su i uzrokovanje pomanjkanja pažnje, smanjivanje raspona pažnje, oštećivanje vida, problemi sa spavanjem, promjena shvaćanja ljepote koje potom utječe na cjelokupno vođenje vlastitog života, itd.

5.4.1. Veza između televizije i ADHD-a

U kolovozu 1999. godine američka Akademija za pedijatriju je objavila istraživanje koje je pokazalo kako djeci do dvije godine starosti uopće ne bi smjelo biti dozvoljeno gledanje televizije i ni jedne druge aktivnosti koja se odvija na ekranu. Također, istraživanje navodi kako djeca bez obzira na godište ne bi smjela u svojim sobama imati televizor jer televizija negativno utječe na rani razvoj mozga. Znanstvenici su otkrili i da je izloženost televiziji u ranim danima tijekom razdoblja u kojem se razvijaju sinapse povezana s naknadnom pojavom problema s pažnjom te da je rana izloženost televiziji povezana s poremećajima pažnje do njihove sedme godine znatno veći. Za svaki sat koji dijete gleda televiziju, šteta nanosena pažnji povećava se 10 % (Sigman, 2010).

U knjizi „Ekonomija pažnje“ piše: „Pažnja je vrlo potrošan proizvod, poput sjedala u zrakoplovima i svježe hrane. Ljudskom se pozornošću, robom traženijom od ikoje druge, trguje u gotovini“ (Sigman, 2010, str. 14). Postavlja se pitanje kako se ostvaruju uvjeti za razvoj poremećaja pažnje.

Televizija privlači pažnju gledatelja uz pomoć nečega što je Pavlov nazvao uvjetovani odgovor, urođenu osjetljivost na pokrete i sve iznenadne promjene u vidokrugu i zvuku. Na taj se način iskorištava urođeni nagon koji je u prapočecima čovjeku značio preživljavanje

pomoću brzog posvećivanja pažnje svim naglim i glasnim zvukovima i sl. Dugi niz postojanja televizije omogućio je dovoljno vremena za provođenje istraživanja koja su pokazala kako ljudski organizam funkcionira. To je, pak, omogućilo proučavanje sustava koji će navesti čovjeka da postupa točno onako kako medijskoj industriji odgovara. To znači kako je kod televizije specifična forma, a ne sadržaj televizije.

Nakon što je pažnju zaokupilo, televizija pažnju zadržava pomoću tzv. inercije pažnje. Inerciju pažnje razvila je priroda kako bi djetetu omogućila da obraća pozornost na izvor informacija kao što je razgovor roditelja, čak i kad je za njega nerazumljiv. Ta sposobnost da pažljivo sluša djetetu omogućuje da nauči značenje nekih riječi i njihovu upotrebu. Zbog toga se čini kako je inercija pažnje prijeko potrebna za učenje, bilo ono formalno ili neformalno (Sigman, 2010).

Ipak, kako bi televizija osigurala da će je djeca nastaviti gledati, tijekom godina istraživanja znanstvenici su saznali kako pažnju neprestano privlačiti i zadržavati, od čega je jedna metoda već spomenuti povećani broj kadrova u sceni. To također znači kako televizija djetetu konstantno nudi nešto što privlači pažnju, nešto novo i zanimljivo, radi čega djeca gube sposobnost zadržavanja pažnje s jedne strane, a s druge strane djeca više ni ne žele pratiti nešto ukoliko ih to čitavo vrijeme ne zabavlja, ne iznenađuje, ne privlači nečim što odskaka od konstante. Ako televizija izravno ne uzrokuje ADHD, u svakom slučaju doprinosi njegovom razvoju.

5.4.2. Oštećenje vida

Televiziju se često spominje kao krivca za oštećenje vida, a neka istraživanja pokazuju kako te tvrdnje imaju argumentiranu osnovu. Međunarodno istraživanje objavljeno u američkom časopisu za ljudsku genetiku, koja obuhvaća više od 40 studija, upozorava na dramatičan porast kratkovidnosti. U zemljama u kojima djeca više gledaju televiziju i više vremena provode pred računalom, veća je učestalost kratkovidnosti. U Singapuru je 80 % 18-godišnjaka kratkovidno, a pred 30 godina bilo ih je tek 25 % (Sigman, 2010).

5.4.3. Problemi sa spavanjem i težinom

Loša kvaliteta sna može rezultirati u mentalnim problemima, lošim uspjehom u školi i somatskim problemima. Problemi sa spavanjem povezani su s bihevioralnim problemima poput neredovitog pohađanja škole i veće razine umora. Korištenje medija eksponencijalno rastuće zaokuplja značajnu količinu vremena kad su djeca budna. Pretjerano korištenje medija može utjecati na kvalitetu sna i količinu sna popraćenu prekidima sna i snom lošije kvalitete (uznemirujući snovi, noćne more, itd.) (Dworak i Wiater, 2013).

Mlade u SAD-u muči zasićenost neispavanošću, a to znači da njihov imunitet može oslabjeti, a može doći i do metaboličke ili kliničke depresije. Štoviše, popratno istraživanje dovelo je do zaključka kako adolescenti koji televiziju gledaju tri ili više sati dnevno češće mogu razviti probleme sa spavanjem kao odrasle osobe. Osim toga, kvaliteta sna može izmijeniti ravnotežu, i to na dva načina. Nedostatak sna u tijelu može uzrokovati manju proizvodnju hormona melatonina, antioksidansa koji čisti tijelo od nakupljenih štetnih slobodnih radikala. Melatonin također pomaže pri uspavlivanju. Kad se mračí i čovjek postaje sve umorniji, razine melatonina u tijelu rastu i potiču na spavanje. Svjetla kojima danas osvjetljavamo sobe, zgrade, kompletne gradove moguće ima utjecaja na izlučivanje melatonina i „poziv organizma“ čovjeku na spavanje. Isprekidanost sna može utjecati i na razinu hormona kortizola čije izlučivanje vrhunac doseže u zoru i opada tijekom dana. Kortizol regulira imunološki sustav koji bi organizam trebao štítiti od svih bolesti (Sigman, 2010).

Studija Lija i suradnika pokazuje kako je prisutnost elektroničkih uređaja za reprodukciju medija u dječjoj sobi te korištenje medija povezana s nezdravim uzorcima spavanja i poremećajima spavanja. Zbog elektroničkih uređaja djeca kasnije idu spavati, kasnije se bude i kraće spavaju, zbog čega su izloženi razvoju niza poremećaja spavanja. Ovi su rezultati sukladni rezultatima belgijske studije na 2.546 djece, japanske studije provedene na 1.143 djece te australske studije provedene na 1.039 djece (Li et al., 2007).

Čin gledanja televizije uzima dobar dio vremena kojega bi dijete trebalo provesti spavajući, ali i vremena koje bi dijete trebalo provesti baveći se radnjama koje potiču na aktivnost i razvoj mozga i tijela. Istraživanja pokazuju i kako gledanje televizije usporava rad dječjeg metabolizma u mirovanju, pa jedno tvrdi nešto prilično šokantno: dijete troši više kalorije kad ne radi apsolutno ništa nego kad gleda televiziju. Osim toga, gledanje televizije može i

odrasle i djecu navesti da više jedu iako nisu gladni, čime gledanje televizije dodaje gotovo cijeli jedan obrok na dan. Eksperiment proveden u dvije skupine ljudi, onih koji nisu slušali ništa dok su jeli te onih koji su slušali živahnu glazbu dok su jeli. Eksperiment je pokazao kako je ispitanicima iz prve skupine trebalo 40 min da završe obrok i tek ih je 33 % tražilo repete. Ispitanici iz druge skupine pojeli su obrok za 31 min i čak ih je 50 % tražilo repete (Sigman, 2010).

Nadodaju li se k tome podaci koje je objavio WHO¹¹ 25. kolovoza 2016. godine, a koji govore kako je s pretilošću povezano osam novih vrsta raka (WHO, 2016a), vrlo je zabrinjavajuće kakve će to učinke imati na djecu koja su već u ranom djetinjstvu pretila. WHO u svom izvješću iz 2016. godine navodi kako je 2014. godine u svijetu bio 41 milijun djece stare do 5 godina bio prekomjerne tjelesne težine (WHO, 2016b).

Iako mediji nisu jedini razlog, oni imaju dokazano veliku ulogu u uzrokovanju brojnih zdravstvenih problema koji se pojavljuju postepeno tijekom čitavog života.

5.4.4. Promjena shvaćanja ljepote

Promjena shvaćanja ljepote dosegla je sasvim novu razinu po pitanja utjecaja promjene mišljenja. U zemljama poput Japana, Vijetnama i Tajlanda česte su operacije kojima se proširuju oči kako bi više ličile ženama sa Zapada. Kozmetička industrija odlično zarađuje na promjenama ideala ljepote. U Aziji vlada pomama za losionima za izbjeljivanje kože. Na Tajlandu prodaja izbjeljujućeg losiona čini 60 % godišnjeg prometa od 100 milijuna \$USD na tržištu kozmetike za lice. Svjetski poznata kozmetička korporacija L'Oreal prodaje „trostruki izbjeljujući obnavljajući losion nakon godina ispitivanja na azijskoj koži“ (Sigman, 2010, str. 49).

Čini se kako mediji odgajaju društvo da ljepotu vide u svemu umjetnome i onome što moraju platiti kako bi ostvarili. Umjetne grudi, umjetne stražnjice, umjetne usne, umjetni nokti, kosa, trepavice, Botoxom tretirana lica, ... Idealnim postaje sve ono što stvarni ljudi – nisu. Unatoč tome što je naoko jasno da nitko nije savršen kako su prikazivani ljudi u medijima, svi se

¹¹ eng. World Health Organization; Svjetska zdravstvena organizacija

kolektivno trude doseći neke umjetno stvorene ideale umjesto uspostavljanja novih, stvarnih vrijednosti gdje ljepota ne mora biti umjetna i gdje upravo ona nije najvažnija ljudska kvaliteta.

6. Zaključak

Mediji su gotovo nezaobilazni u svakodnevnom životu u 21. stoljeću. Mediji i reklame, koje se gotovo u pravilu pojavljuju s njima, nalaze se posvuda: na televiziji, radiju, u časopisima i, ponajviše, na Internetu. Oni predstavljaju veoma kompleksan sustav s primarnim ciljem ostvarivanja profita. Oni su korporacija koja ne preza ni pred čime kako bi se stopila sa što je više moguće aspekata života ljudi kako bi oni bili uspješni i korisni potrošači. Nažalost, pri ostvarivanju tog cilja nemoralno koriste i djecu i neznanje odraslih. Različitim strategijama popraćenim moćnom financijskom pozadinom postigli su da im ljudi budu podređeni čak i kada nisu svjesni, čak i na načine na koje ne mogu biti svjesni. Znanstvena istraživanja namjerno ili nenamjerno omogućila su medijima ostvarivanje spoznaja o funkcioniranju ljudskog organizma u svim fazama života, zbog čega su se oni s lakoćom implementirali u svakodnevni život.

Tema je izuzetno kompleksna pa ni brojna istraživanja koja se provode desetljećima nisu još sa sigurnošću uspjela utvrditi posljedice, izravne i neizravne, kratkoročne i dugoročne, koje mediji imaju na život ljudi. Ipak, postoje brojna istraživanja o štetnom utjecaju medija na svakodnevni život ljudi, a posebice djece koja su zbog svojih dobnih psihofizičkih ograničenja nesposobna kritički razumjeti sadržaj koji gledaju.

Analizom sekundarnih izvora podataka, tj. već postojećih znanstvenih radova i drugih stručnih i nestručnih djela, u ovom je radu utvrđeno da djeca provode previše vremena izloženi medijima, utječu na njih na više negativnih nego pozitivnih načina, ako su uopće stvoreni uvjeti za pozitivan utjecaj medija, te izazivaju brojne zdravstvene probleme koji djecu mogu pratiti čitav život radi stjecanja i zadržavanja nezdravih navika. Roditelji i odgojitelji imaju važnu ulogu u posredovanju između djece i medija jer oni oblikuju stavove i navike djeteta koje će ono kasnije u životu najvjerojatnije zadržati. Veliki problem leži upravo u tome što imaju veliku ulogu, a zasad je većina roditelja i odgojitelja još nedovoljno sposobna da bi obnašala tako važnu ulogu, ulogu medijskog odgojitelja djeteta. Mediji imaju izravnu ulogu na odgoj djece za vrijeme kada su im djeca izložena bez kontrole, i to najčešće daleko više od preporučenih dnevnih doza, ali i neizravnu kroz roditelje na čije stavove, a time i način života, postupanja, donošenja odluka i sl., oni utječu. Medijska pismenost i kompetentnost postat će, ako već i nisu, vještine za preživljavanje. Što prije ih što veći broj

ljudi stekne, manje su mogućnosti ostavljanja negativnih posljedica na društva čitavoga svijeta.

Popis literature

1. Barber, P. (2001). *A Brief History of Newspapers*.
Dostupno na: <http://www.historicpages.com/nprhist.htm>
2. Blažević, N. (2012). Djeca i mediji – odgoj na „televizijski“ način. *Nova prisutnost*, 10(3): 479-493.
3. Briggs, A. i Burke, P. (2011). *Socijalna povijest medija*. Zagreb: Pelago.
4. Burić, J. (2010). Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija. *Filozofska istraživanja*, 30(4): 629-634.
5. Cami. (2015). *The top 10 TV shows for kids that teach good things on Netflix*.
Dostupno na: <http://www.tidbits-cami.com/2015/06/the-top-10-tv-shows-for-kids-that-teach-good-things-on-netflix.html>
6. Car, V. (2010). Televizija u novomedijskom okruženju. *Medijske studije*, 1(1-2): 91-104.
7. Chomsky, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Čvorak.
8. Dworak, M. i Wiater, A. (2013). Media, Sleep and Memory in Children and Adolescents. *Journal of Sleep Disorders & Therapy*, 2(7): 1-4.
9. Education Scotland. (2014). *John Logie Baird*.
Dostupno na:
https://www.educationscotland.gov.uk/Images/JohnLogieBairdEng_tcm4-865757.pdf
10. FCC. (2003-2004). *A Short History of Radio*.
Dostupno na: https://transition.fcc.gov/omd/history/radio/documents/short_history.pdf
11. Fusion (2016). This amazing girl mastered dubstep dancing by just using YouTube. *Youtube*, 25. siječanj.
Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=OgzdDp5qfdI>
12. Giles, D. (2010). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
13. Ghorbani, M. R. (2011). Watching Cartoons With Subtitles Improves Children's Foreign Language Acquisition. *US-China Foreign Language*, 9(4): 241-246.
14. Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijsko istraživanje*, 9(2): 9-34.

15. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A. i Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
16. Kanižaj, I. i Ciboci, L. (2011). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. U: Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (Ur.) *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije* (str. 11-35). Zagreb: Matica hrvatska.
17. Li et al. (2007). The Impact of Media Use on Sleep Patterns and Sleep Disorders among School-Aged Children in China. *Sleep*, 30(3): 361-367.
18. Leiner, B. M. et al. (2009) A Brief History of the Internet. *Computer Communication review* 39(5): 22-31.
19. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82(1): 131-149.
20. McCarthy, B. et al. (2015). *Learning with PBS KIDS: A Study of Family Engagement and Early Mathematics Achievement*. SanFrancisco: WestEd.
21. Milevoj Klapčić, M. (2009). *Razvoj predčitalačkih navika u djece predškolske dobi s osvrtom na radionicu za roditelje održanoj u Dječjem vrtiću „Pjerina Verbanac“ u Labinu*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.
22. Miliša, Z. i Zloković, J. (2008). *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima*. Zagreb: MarkoM usluge d.o.o.
23. Mitrović, S. (2015). *Odnos medijskog nasija i agresivnog ponašanja kod djece i mladih*. Završni rad. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku.
24. Mokriš, S. (2011). Novine i njihova uloga u društvenoj zajednici. *Vjesnik bibliotekarstva Hrvatske*, 54(4): 115-130.
25. Mučalo, M. (2010). Radio: Medij neiskorištenog povjerenja. *Medijske studije*, 1(1-2): 78-90.
26. Mužić, J. (2014). Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu. *Obnovljeni život*, 69(3): 395-405.
27. Raising Child Network (2013) *How Children See Television*.
Dostupno na: http://raisingchildren.net.au/articles/tv_how_kids_view.html
28. Robotić, P. (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *JAHS*, 1(2): 81-96.
29. Sigman, A. (2010). *Daljinski upravljani: kako televizija šteti našim životima – i što po tom pitanju možemo učiniti*. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.

30. Sindik, J. i Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 16(2): 107-131.
31. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 18(1): 5-32.
32. SWNS TV. (2016). Eight-Year-Old Girl Calls Tesco Out Over 'Sexist' Kids Clothes. *Youtube*, 29. listopada.
Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=9R1Pf7zFHFI>
33. UNICEF. (1989). *Konvencija o pravima djeteta*.
34. Vijeće Europe. (2010). *Rezolucija Parlamentarne skupštine Vijeća Europe „Suzbijanje seksističkih stereotipa u medijima*. Rezolucija 1751.
35. Vuksanović, D. (2014). Pitanje javnosti – pornografija suvremenih i novih medija. *In Medias Res*, 3(4): 430-441.
36. WHO. (2016a). *IARC identifies eight additional cancer sites linked o overweight and obesity*.
Dostupno na: https://www.iarc.fr/en/media-centre/pr/2016/pdfs/pr247_E.pdf
37. WHO. (2016b). *Ending Childhood Obesity*. Geneva: WHO.
38. Zloković, J. i Dobrnjič, O. D. (2008). *Djeca u opasnosti: odgovornost obitelji, škole i društva*. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor.

Popis slika

Slika 1: Glumice iz serije „Slatke male lažljivice“ na reklami za istu

<http://vignette2.wikia.nocookie.net/prettylittleliars/images/9/94/Pretty-Little-Liars-Season-4-Cast.jpg/revision/latest?cb=20140221122904>

[19. 10. 2016.]

Slika 2: Rita Ora u aktualnoj reklami „Tezenis“ dućana za donje rublje

<https://www.facebook.com/tezenis/photos/a.10154163272028952.1073741982.29577963951/10154163272643952/?type=3&theater>

[26. 10. 2016.]

Slika 3: Lutke Bratz, ujedno i likovi crtanog filma

http://www.toysrus.com/graphics/product_images/pTRU1-20937459enh-z6.jpg

[26. 10. 2016.]

Slika 4: „Žena“ i „Mamica“

http://www.crol.hr/images/stories/mamica_zena.jpg

[26. 10. 2016.]

Kratka biografska bilješka

Rođena sam 07. 02. 1993. godine u Sofiji (Bugarska). Nakon završene osnovne škole u Zagrebu, pohađala sam Ugostiteljsko – turističko učilište (smjer: hoteljersko – turistički komercijalist) u kojoj sam 2011. godine uspješno maturirala. Nakon završetka srednje škole radila sam kao konobarica, a 2013. godine sam upisala preddiplomski sveučilišni studij „Rani i predškolski odgoj i obrazovanje“. Prije i za vrijeme studiranja sakupila sam 4 godine radnog staža. Posljednje tri godine tijekom zime kao konobarica radim u Bugarskoj, što uvelike doprinosi boljem razumijevanju i korištenju tog jezika. Uz bugarski govorim i engleski jezik.

Izjava o samostalnoj izradi rada (potpisana)

Izjavljujem da sam ja, Andrea Jović, samostalno napisala završni rad na temu „Uloga medija u odgoju djece“, dovršen u listopadu 2016. godine.

Andrea Jović