

Usporedba korištenja elektroničkih i novih medija među djecom rane i predškolske dobi

Beljo, Dominika

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:147:628734>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-20**

Repository / Repozitorij:

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



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

**DOMINIKA BELJO
DIPLOMSKI RAD**

**USPOREDBA KORIŠTENJA
ELEKTRONIČKIH I NOVIH MEDIJA
MEĐU DJECOM RANE I
PREDŠKOLSKE DOBI**

Zagreb, rujan, 2019

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ
(Zagreb)**

DIPLOMSKI RAD

Ime i prezime pristupnika: Dominika Beljo

TEMA DIPLOMSKOG RADA: Usporedba korištenja elektroničkih i novih medija među djecom rane i predškolske dobi

Mentorica: doc. dr. sc. Lana Ciboci

Zagreb, rujan, 2019.

SADRŽAJ

Sažetak.....	2
Summary.....	3
1. UVOD.....	4
2. DEFINICIJA MEDIJA.....	5
2.1. Internet.....	8
3. MEDIJI I OBITELJSKI KONTEKST	9
3.1. Televizija i navike gledanja.....	12
3.2. Televizija i zajedničko gledanje.....	14
4. VIRTUALNI SVIJET	17
4.1. Internet i sigurnost djece.....	19
4.2. Internet i roditeljska kontrola.....	21
5. UTJECAJ MEDIJA NA DJECU	23
5.1. Utjecaj na razvoj mozga.....	23
5.2. Utjecaj na zdravlje.....	26
5.3. Pozitivne strane medija i medijskih sadržaja.....	27
6. MEDIJSKA PISMENOST KAO KLJUČ ZA SAVJESNO KORIŠTENJE MEDIJA	31
6.1. Uloga roditelja u medijskom opismenjavanju djece.....	34
6.2. Uloga odgojitelja u medijskom opismenjavanju djece.....	35
7. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	38
8. REZULTATI.....	40
8.1. Navike djece u korištenju medija.....	40
8.2. Roditeljski nadzor.....	43
8.3. Sadržaji koje djeca gledaju.....	46
8.4. Uređaji i njihovo korištenje.....	49
8.5. Stavovi roditelja o utjecaju medija na djecu.....	51
8.6. Rasprava rezultata.....	53
9. ZAKLJUČAK.....	55
LITERATURA.....	57
PRILOZI.....	63
IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI RADA.....	66

SAŽETAK

Mediji su postali neizostavni dio suvremenog društva te nezaobilazan dio djetetove dnevne rutine. Današnja djecu nazivamo digitalnim urođenicima jer odrastaju zajedno s medijima i počinju ih koristiti u sve ranijoj dobi. Digitalno doba, virtualni svijet i medije trebamo prihvatiti kao dio djetinjstva i potruditi se razumjeti ih kako bismo mogli osigurati da djeca iz medije izvuku ono najvažnije – vještine, stavove i znanja. Odnos djece i medija sve je više u fokusu istraživača jer su utjecaji medija na djecu raznoliki, mogu biti pozitivni, ali i negativni, što ovisi o medijskim sadržajima, dobi djeteta i angažmanu odraslih osoba iz djetetova okruženja i koliko sudjeluju u dječjim aktivnostima vezanima uz medije te ovisi, naravno, o medijskoj pismenosti odraslih osoba. Kako bi djeca mogla odgovorno i na primjeren način koristiti medije te biti zaštićena od negativnih utjecaja, moraju se medijski opismenjivati. Dijete je zaštićeno prvenstveno Konvencijom o pravima djeteta i različitim medijskim zakonima. Prve medijske navike dijete stječe u vlastitom domu, kopira navike roditelje koji su prvi i najvažniji medijski učitelji, a zatim tu ulogu kasnije dijele s odgojiteljima i učiteljima u školi. Televizija se i danas zadržala kao jedan od medija koji djeca rado koriste unatoč pojavi interneta i njegovoj širokoj primjeni i mogućnošću korištenja na raznim uređajima. Djeca televiziju gledaju kod kuće, a putem interneta mogu pristupati medijskim sadržajima i izvan kuće. Korištenjem televizije i interneta djeca više vremena provode uz ekrane i to u prosjeku oko tri sata dnevno što utječe na njihove ostale aktivnosti. Kako bi se spriječile potencijalno negativne posljedice vremena provedenog pred ekranima, važno je birati kvalitetni sadržaj, ali i poticati na druge aktivnosti osim gledanja medijskih sadržaja. U istraživačkom dijelu rada predstavljeni su rezultati navika korištenja televizije i interneta djece rane i predškolske dobi koje je provedeno na uzorku od 105 roditelja.

Ključne riječi: dijete, obitelj, televizija, internet, medijske navike, medijska pismenost

SUMMARY

The media have become an indispensable part of modern society, an unavoidable part of the child's daily routine. Children are digital natives because they grow up with media and they start using them at early age. We need to accept the digital age, the virtual reality and the media as a part of childhood and try to understand them in order to ensure that children from the media get the most important things - skills, attitudes and knowledge. Relationship between children and media is increasingly in the focus of the researchers because the influence of the media on children is diverse, it can be positive and negative, depending on media content, the age of child, engagement of adults from the child's environment, how much they participate in children's media activities and depends on the media literacy of adults. In order for children to use the media responsibly and appropriately and to protect them from negative influences, media literacy must be provided. Primarily, child is protected by the Convention on the Rights of the Child and by different media laws. The first media habits of the child acquires from the parents in their own home, the child copies the habits of parents. Parents are the first and most important media teachers, they share this role later with teachers. The media attracts children and the choice of media use is various. Television has remained one of the media that children gladly use in spite of the emergence of the internet and its widespread use and ability to use on various devices. Children watch television at home, but they can use the media outside the home wherever they are on the internet. With the use of television and the internet, children have more screen time, an average of about 3 hours a day, which affects on their other activities. In order to prevent the effects of screen time, it is important to choose high quality content but also to encourage other activities than watching various media content. In the research part of this paper the results of the usage of television and internet among preschool children on a sample of 105 parents in kindergarten are presented.

Keywords: children, family, television, internet, media literacy, media usage

1. UVOD

Mediji su dio dnevne rutine većine ljudi te neizostavni dio svakodnevice bilo u poslovnom ili privatnom životu, glavni su izvor informacija te sredstvo za komunikaciju i zabavu. Mediji su utkani u živote odraslih, pa samim time i nezaobilazni dio odrastanja djece od najranije dobi. Odrasli su ti koji su zaduženi za odgoj djece kako bi ih pripremili za funkcioniranje u društvu. Odgoj i interakcija djeteta s okolinom započinje već pri rođenju, a utjecaji na djecu tijekom odrastanja su višestruki. U ranom i predškolskom razdoblju primarni utjecaj na dijete imaju roditelji ili skrbnici, obitelj, vršnjaci te odgojitelji (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001). Uz navedeno, neizostavan je i utjecaj medija, posebice novih medija koji su se, uz brzi razvoj tehnologije, nametnuli kao jedan od čimbenika koji imaju veliki utjecaj na razvoj i oblikovanje dječjih mišljenja i stavova.

Sukladno vremenu i okruženju u kojem odrastaju, djeca već vrlo rano pokazuju interes za medije pa se samim time i vrlo brzo medije percipiraju kao dio njihove normalne rutine i svakodnevice. Mediji su vrlo moćan alat koji na našu stvarnost može djelovati na različite načine, pozitivno ili negativno, zato je od iznimne važnosti raditi na medijskom opismenjavanju koja je neophodna za razumijevanje medijskih sadržaja. Djeca provode vrijeme uz medije bilo da gledaju televiziju, igraju igrice ili se koriste internetom putem različitih uređaja te tako dio vremena provode u virtualnoj stvarnosti.

Roditelji ne znaju uvijek kako postupiti kada su u pitanju djeca i mediji, preispituju koliko bi vremena trebali provoditi uz medije, koje sadržaje gledati, zabraniti ili pustiti djetetu na izbor da samo odlučuje. Od medija zapravo ne treba bježati i ne treba ih zabranjivati jer je to nemoguće, već upravo odrasli imaju ključnu ulogu, odrasli su ti koji će djecu usmjeravati k odgovornom korištenju, kritičkom promišljanju i stvaranju novih medijskih sadržaja što bi značilo učiti djecu da budu medijski pismeni.

U ovom će se radu govoriti o utjecaju medija na djecu s naglaskom na korištenje televizije i interneta te će biti predstavljeni rezultati provedenog istraživanja u kojem su sudjelovali roditelji djece rane i predškolske dobi.

2. DEFINICIJA MEDIJA

Riječ medij dolazi od latinske riječi *medius*, što znači srednji, koji je između pa „je u svom prvotnom značenju (u jednini) posrednik, onaj putem kojega se prenosi komunikacija“ (Peruško, 2011, str. 12). Medij najčešće određujemo kao sredstvo komunikacije i prenošenja poruka ili vijesti, no točna definicija medija ovisi o tome kako se tumači svrha i funkcija medija. „Ne postoji medij bez sadržaja, budući da bez sadržaja ne bi bio medij“ (Levinson, 2001, str. 19). Ovisno o tome iz kojeg područja promatramo medije, možemo razlikovati nekoliko glavnih funkcija medija. Primjerice, medij je u komunikacijskim znanostima „fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom. Oni su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno formirali (ili danas, nažalost, sve više, manipulirali) javno mišljenje građana.“ (Jurčić, 2017, str.128) Štefan Rus-Mol i Ana Zagorac-Keršer (prema Jurčić, 2017) navode sljedeće funkcije: informiranje građana, oblikovanje i postavljanje problema kako bi mogli biti opaženi od strane javnosti, postavljanje prioriteta društvenih tema i njihovo rješavanje, kontrola i kritika, zabava, obrazovanje, socijalizacija i vodstvo te spajanje različitih kultura, ljudi i vjere. „Funkcija je medija društvena odgovornost, djelovanje u interesu javnosti i potreba pojedinaca, društva u cjelini – posebice manjih i slabijih skupina, kao što su to djeca pa u tom smislu moraju promovirati raznolikost i kvalitetu programa“ (Blažina, Fedor, Labaš, 2015, str. 2).

U masovne medije ubrajamo novine, časopise, film, televiziju, internet i radio. Mediji stvaraju osjećaj blizine i uzajamnog odnosa među ljudima. „Masovni mediji su institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne formacije.“ (Peruško, 2011, str. 15) U tradicionalne medije ubrajamo tiskane medije, radio i televiziju, a u nove medije internet, tj. sve one sadržaje do kojih se može doći preko novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija (pametni telefon, tablet ili računalo). Također, mediji se još mogu podijeliti na vizualne (tisak), auditivne (radio) i audiovizualne (televizija i internet) (Ciboci i sur., 2018). Korištenjem medija i medijskih sadržaja pojedinac može lako stvoriti predodžbu blizine i odnosa jer je ljudsko biće u svojoj suštini

društveno biće otvoreno prema drugima. Masovni mediji stvaraju iluziju da gledanjem i slušanjem ulazimo u bliske odnose, zato ljudi sve češće imaju manju potrebu za komuniciranjem s osobama iz okoline i ulaganje općenito u međuljudske odnose (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Ljudi su skloni zamijeniti međuljudske veze i odnose s korištenjem masovnih medija jer im gledanje televizije, surfanje po internetu i igranje igrica stvara osjećaj odnosa, masovni mediji imaju moć da se svakodnevna stvarnost zamijeni sa stvarnošću koja je prividna (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Manca Košir, Nada Zgrabljic i Rajko Ranfl (1999) također navode kako pomoću masovnih medija možemo pobjeći iz stvarnosti i da se ljudi otuđuju jedni od drugih upravo zbog iluzije da mediji povezuju. Ipak, ljude je moguće upravo uz pomoć medija potaknuti na suradnju i pomaganje drugima, poput organiziranja humanitarnih akcija kojima je cilj pomoći ljudima, a medij je posrednik u brzom širenju informacija u različite slojeve društva (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2018). Mediji imaju višestruke pozitivne funkcije, a to su informiranje, obrazovanje, zabava, brz prijenos informacija do velikog broja ljudi (Ciboci i sur., 2018).

Masovni mediji se dijele na komercijalne medije koji su profitno usmjereni i na elitne medije koji nisu profitno orijentirani (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Komercijalni mediji nisu toliko usmjereni na kvalitetu sadržaja, već s ciljem što veće naklade i zarade izvješćuju o svemu što bi moglo potaknuti interes (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Teoretičar Joseph Klapper (prema Mikić, 2009/2010) navodi kako masovni mediji ne pridonose promjeni ljudskog ponašanja, već učvršćuju ranije ustaljeno ponašanje. Mediji teže podilaženju već razvijenim preferencijama i ukusima gledatelja, što jamči gledanost i na kraju profit koji je glavni cilj masovnih medija (Mikić, 2009/2010). Elitni mediji su rijetkost te se bave temama na način da pristupaju jednako „većim“ i „manjim“ temama, nije bitna naklada, već kvaliteta sadržaja. Elitni mediji u fokus stavljaju društvene interese te ljudska i građanska prava (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Marshall McLuhan (prema Levinson, 2001) iznosi tezu vezanu uz medije i sadržaj, a to je da nije bitan sadržaj, već medij sam po sebi te da od sadržaja zapravo ne vidimo medij sam jer sadržaj zasjenjuje medij. Učinak medija je intenzivan onda kada je drugi medij dan kao sadržaj, primjerice sadržaj za neki film je preuzet iz romana.

U masovne medije ubrajamo elektroničke medije, a prema Zakonu o elektroničkim medijima u elektroničke medije se ubrajaju audiovizualni i radijski programi te

elektroničke publikacije. Definicija elektroničkih medija, prema Leksikonu radija i televizije (Galić, 2016), glasi: „Elektronički mediji su radijski i TV kanali te elektroničke publikacije (npr. internetski portali, internetska izdanja dnevnih novina i sl.). Njihova je djelatnost prijenos, odnosno emitiranje i/ili objavljivanje raznovrsnih informativnih, obrazovnih ili zabavnih sadržaja namijenjenih javnosti. Emitiranje (prijenos) može biti žičano ili bežično, uključujući i satelitsko, analogno ili digitalno emitiranje, u kodiranom ili nekodiranom obliku.“ Riječ televizija dolazi od grčke riječi *tele* što znači daleko i latinske riječi *visio* što znači gledanje.

„Televizija se definira kao: „a) skup tehnologija koji omogućuje prijenos i emitiranje slike i pripadajućeg zvuka putem električnih ili elektromagnetskih signala, b) sadržaj koji se prenosi električnim ili elektromagnetskim putem, c) industrija koja proizvodi i emitira televizijske program, d) masovni medij koji podrazumijeva postojanje institucije i tehnologije s pomoću kojih se televizijski sadržaji pružaju širokoj, heterogenoj i široko rasprostranjenoj publici, često se koristi i kao druga riječ za televizijski prijemnik, televizor.“ (Perišin, 2011, str. 141)

Škotski inženjer John Logie Baird smatra se začetnikom prve prave televizije, a njegovom izumu prethodilo je niz drugih izumitelja kao što su Paul Nipkow, Karl Ferdinand Braun, Alan Campbell Swinton i Boris Rosing koji su svojim eksperimentima doprinijeli izumu i nastanku televizije (Perišin, 2011). Baird je prvu televizijsku sliku dobio 1923. godine na uređaju koji je sam konstruirao i dao mu naziv televizor. Bairdova televizija se temeljila na mehaničkom sustavu kod kojeg je slika bila loše kvalitete pa je britanska tvrtka Macroni-EMI radila na elektronskom sustavu koji je imao bolju kvalitetu slike. Nakon BBC-ijevog naizmjeničnog emitiranja u ta dva sustava, odlučuju napustiti Bairdov sustav i u potpunosti prelaze na Macroni-EMI sustav zbog bolje kvalitete (Perišin, 2011).

Televizor i gledanje televizijskih programa neizostavni je dio svakodnevne rutine. Od samog konteksta kada se televizija gledala u krugu obitelji ili susjeda koji nisu posjedovali televizijski prijemnik, gdje je televizija zapravo bila okupljajući faktor i povod za druženje, danas se može vidjeti da gledanje televizije ponekad ima drugačiji učinak, više ne okuplja i ne poziva na druženje, već zapravo razdvaja i zamjenjuje međuljudsku interakciju, komunikaciju i druženje. Većina kućanstava posjeduje više od jednog televizijskog prijemnika koji se nalaze u različitim prostorijama, osim uz dnevni boravak najčešće se nalazi u dječjim sobama (Singer, Singer, 2012). McLuhan (prema Levinson, 2001) navodi kako televizija privlači i

upravlja ljudskom pažnjom na hipnotički način putem osjetila, koristeći metaforu „svjetlost-koja-prolazi“ te upravo u tom osjetilnom dijelu prednjači nad drugim medijima poput knjige. Računalo radi na istom principu „svjetlosti-koja-prolazi“ te prenosi prednosti koje knjiga ima, ali uz privlačnost televizije baziranu na osjetilima (Levinson, 2001).

2.1. Internet

„Internet se razvio 1984. u SAD-u s namjerom da se sveučilišta koriste izvorima informacija iz pet super kompjutorskih centara. Krajem 1990-ih internet je postao dostupan gotovo svim korisnicima osobnih računala. Internet omogućuje globalnu komunikaciju i najbrže pretraživanje i prijenos informacija.“ (Proleksis enciklopedija, 2012). Prema Hrvatskoj enciklopediji (n.p.) internet je

„svjetski sustav međusobno povezanih računalnih mreža. Zahvaljujući razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije, postao je osnova suvremene elektroničke komunikacije, a postupno dobiva i značenje vodećega komunikacijskoga medija današnjice. Razmjena informacija među računalima različitih sustava i tehnoloških rješenja najvećim je dijelom omogućena normizacijom protoka podataka te zajedničkim sustavom adresiranja.“

Internet spada u nove medije koji se danas tumače kao različiti oblici sadržaja, način njihove organizacije, prijenosa i prikaza. Karakterizira ih interaktivnost te nelinearni pristup sadržaju, digitaliziranost i način prezentacije koji je multimedijalan (slika, tekst, video, zvuk) (Prelog, 2011). Jasno je da se sam pojam „novi mediji“ mijenjao kroz povijest usporedno s razvojem tehnologije, tj. promjenom prikaza, pohrane i prijenosa informacija, primjerice u 19. stoljeću je gramofon bio novi medij, dok je to u 20. stoljeću bila televizija. Za pristup internetu potreban nam je odgovarajući uređaj. U početku je pristup internetu bio moguć samo putem računala, a danas je to moguće putem pametnih telefona, tableta, igračih konzola te „pametnih“ televizora i satova. Internet je uvelike pridonio u revoluciji širenja i pristupu informacijama. Nekada smo informacije tražili u knjigama ili enciklopedijama, a danas pomoću interneta i tražilica vrlo brzo i jednostavno dolazimo do traženih podataka. Internet nudi mogućnost pretraživanja tekstualnih informacija te video i audio zapisa (Prelog, 2011). Pojavom interneta omogućeno je da se do traženih sadržaja lakše i brže dolazi, povećane su mogućnosti za komuniciranje te je protok informacija brži, no pojavom interneta i širenjem informacija na takav način s vremenom je izgubljeno

povjerenje u internet te se počeo smatrati nepouzdanim izvorom informacija (Jurčić, 2017).

3. MEDIJI I OBITELJSKI KONTEKST

Navike korištenja medija kod djece zapravo su odraz medijskih navika roditelja. Znanstvenici su došli do rezultata da siromaštvo i neobrazovanost roditelja utječe na to da djeca provode veću količinu vremena ispred ekrana (Spitzer, 2018). Djeca najčešće medije prate u krugu svoje uže obitelji, roditelja, braće i/ili sestara te su upravo roditelji prvi koji imaju presudnu ulogu u razvoju navika korištenja medija kod vlastite djece (Spitzer, 2018). U obiteljskom okruženju djeca stječu svoje prve medijske navike oponašajući roditelje koji su im uzor u svemu pa tako i u navikama korištenja medija. Važno je naglasiti da roditelji trebaju od prvog dana aktivno sudjelovati u dječjem iskustvu s medijima, poticati ih na aktivan način korištenja medija, podržavati ih, razgovarati te usmjeravati prilikom odabira sadržaja koji treba biti primjeren dobi djeteta (Brusić i sur., 2015). Mediji imaju velik utjecaj na djecu i odrasle, stoga je zauzimanje stava prema medijima važan dio medijskog odgoja. Ne čini ljude lošima neki medijski sadržaj, već naš odnos i postupanje prema tom sadržaju pa je učinkovitije medijsko obrazovanje odraslih i djece umjesto ograničavanja i zabrana (Obad, 2009/2010).

Američki pedagog Marc Prensky uveo je pojam „digital native“ ili u prijevodu digitalni urođenik koji se odnosi na ljude koji su rođeni nakon 1980. godine te su odrasli s računalom i internetom kao s normalnim dijelom svoje okoline, ta generaciju naziva se još i Y generacija, dok je X generacija ona populacija ljudi rođena između 1965. i 1980. godine (Spitzer, 2018). Prema toj definiciji današnja djeca su digitalni urođenici, od rođenja su u interakciji i doticaju s medijima. Njihovi roditelji nisu odrasli okruženi medijima kao njihova djeca te za njih mediji imaju drugačije značenje nego za djecu. Vrlo je važno da roditelji razumiju potrebe djece te njihove stavove i perspektive naspram medija kako bi im mogli pomoći da medije koriste na način da pozitivno pridonose njihovom razvoju. Činjenica je da su djeca okružena različitim uređajima putem kojih mogu vrlo lako i brzo pristupiti medijskim sadržajima što prije samo nekoliko desetljeća nije bilo moguće.

Provođenje vremena uz medije poput gledanja televizije, igranja igrice, pretraživanja interneta putem pametnih telefona ili računala dio je svakodnevice svake obitelji te često takve aktivnosti uključuju vještine pregovaranja, donošenje kompromisa i dogovaranja s ostalim ukućanima. Nedvojbeno je da su mediji vrlo važni u dnevnoj rutini djece. U kojoj mjeri je uloga medija važna ovisi o kulturnim aspektima pojedinih zemalja, što je i potvrđeno u istraživanjima provedenima u različitim zemljama (Lemish, 2008). U studiji o djeci i upotrebi medija u Europi uočeno je da djeca koja odrastaju u zemljama koje u svojoj tradiciji njeguju blaži stil roditeljstva, posjeduju televizor u svojoj sobi, često samostalno gledaju medijske sadržaje, a roditelji rijetko interveniraju, dok je uočeno da kod obitelji gdje se njeguje stroži stil roditeljstva, televizija ima drugačiju ulogu u obitelji, tj. televizija se gleda zajednički i razgovara se o sadržajima (Lemish, 2008).

Promjene koje se događaju u suvremenim obiteljima utječu na navike djece u gledanju televizije, oba roditelja koji su zaposleni nisu u mogućnosti provoditi vrijeme s djecom i pratiti njihove aktivnosti te sukladno tome djeca bez nadzora i kontrole češće gledaju televiziju, što je i slučaj s različitim tipovima obitelji poput, primjerice, samohranih roditelja. Zajedničko gledanje televizije je povod za okupljanje obitelji i zajedničku aktivnost, iako neki znanstvenici zapravo ne vide nešto pozitivno u takvim tipovima obiteljskih druženja jer zapravo dovodi do promjena u obrascima ponašanja i navikama jer televizija postaje centralni dio koji određuje raspored, stvara rutinu te samim time narušava obiteljsko funkcioniranje. Usporedno s razvojem tehnologije i većoj mogućnosti kupnje televizijskih primjeraka dovodi do toga da djeca imaju televizijske prijemnike u svojim sobama te sami gledaju medijske sadržaje (Lemish, 2008). Isto tako koriste i medijske sadržaje putem interneta u udobnosti vlastite sobe. „Pojava interneta i široko prihvaćanje mobilnih medija s naizgled neograničenim mogućnostima za surfanje, igru, kreativnu aktivnost i umrežavanje promijenili su obiteljsku integraciju oko središnjeg medija televizije i ponudili široku paletu mogućnosti za rekonstruiranje obiteljske upotrebe vremena i prostora“ (Lemish, 2015, str. 18). Razlikuju se „medijski bogate“ obitelji koje posjeduju tradicionalnu i novu tehnologiju za pristup medijskim sadržajima te „medijski siromašne“ obitelji koje ne posjeduju novu tehnologiju. Utvrđeno je da većina djece u različitim društvima ima pristup internetu te mogućnost pristupa internetu iz dana u dan raste. Pritom se u manje razvijenim zemljama internetu

najčešće pristupa putem pametnih telefona (Lemish, 2015).

Peter Nikken i Marjon Schols (2015) u svojem istraživanju, na uzorku od 896 ispitanika, ustanovili su da skoro sva djeca u obiteljskom domu imaju priliku koristiti elektroničke uređaje za gledanje medijskih sadržaja, televizor je uređaj koji se najčešće koristi i to oko 52 minute dnevno, dok se ostali mediji koriste u prosjeku od 11 do 12 minuta. Roditeljsko poimanje medija (pozitivno ili negativno) nije povezano s vremenom utrošenom na gledanje medijskih sadržaja niti na činjenicu da djeca imaju neki od uređaja u vlastitoj sobi, rezultati pokazuju da postoji povezanost između navika roditelja i djece u korištenju medija, ako roditelji često koriste neki od uređaja to čine i djeca (Nikken, Schols, 2015). S obzirom na stupanj obrazovanja roditelja, roditelji nižeg stupnja obrazovanja u odnosu na one višeg stupnja, više navode kako djeca imaju neki od elektroničkih uređaja u sobama i da više vremena provode pred ekranima (televizor i računalo), a zanimljivo je da očevi navode češće od majki da dijete ima u sobi neki od elektroničkih uređaja (Nikken, Schols, 2015). Roditeljski stavovi o utjecaju medija na djecu utječu na roditeljske strategije posredovanja prilikom korištenja medija, roditelji koji se slažu da mediji imaju pozitivan utjecaj na djecu puno češće nadgledaju dječje medijske aktivnosti i zajedno s djecom koriste medije, dok oni roditelji koji smatraju da mediji imaju negativan utjecaj puno češće koriste zabranu (Nikken, Schols, 2015). Nikken i Schols (2015) iz rezultata dobivenih istraživanjem zaključuju da roditeljsko poimanje utjecaja medija nadilazi ono klasično pozitivno ili negativno, već roditelji u obzir uzimaju složenost medija i njihovu praktičnu vrijednost u strukturiranju obiteljskog života prilikom uspostavljanja ravnoteže dječje upotrebe medija.

Današnja djeca su rođena i rastu s novom tehnologijom stoga se nameće činjenica da roditelji i djeca medije ne koriste na isti način, nemaju iste potrebe i imaju drugačije iskustvo vezano uz medije. Roditelji i djeca nemaju isti pogled na medije što može dovesti do nerazumijevanja uzrokovanog jazom generacija (Kanižaj, 2015). Mediji imaju jako veliku ulogu u svakoj obitelji, a tome u prilog idu i rezultati istraživanja provedenog među roditeljima predškolske djece u Gradu Zagrebu sa sljedećim rezultatima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014, prema Brusić i sur., 2015):

- 35,9% roditelja navodi da su njihova djeca s godinu dana počela gledati televizijski program;

- 79,6% roditelja tvrdi kako njihova djeca provode od 60 minuta pa i do preko 120 minuta dnevno uz televizijski program;
- 54,6% roditelja tvrdi da se njihova djeca koriste internetom;
- 90,2% roditelja svakodnevno se koristi medijima;
- 69,1% roditelja smatra kako je odgoj za medije potreban od najranijih godina kako bi djeca mogla naučiti razlikovati pozitivan od negativnog medijskog sadržaja.

Prema rezultatima vidljivo je da većina roditelja svakodnevno koristi medije, a usporedno s tim i njihova djeca provode i više od sat vremena gledajući televiziju te više od polovice djece koristi internet. No, roditelji su svjesni potrebe za medijskim odgojem.

U obiteljima nerijetko možemo naići na situaciju da djeca o medijima više znaju od svojih roditelja pa djeca pomažu i pokazuju odraslim članovima obitelji kako doći do pojedinog sadržaja ili kako se služiti nekim od uređaja. S druge strane, iako su djeca medijski pismenija od svojih roditelja, nedostaje im životnog iskustva što dovodi do nerazumijevanja medijskih sadržaja i samim time većeg utjecaja sadržaja medija pogotovo na najmlađu djecu (Ciboci, 2015). Roditelji bi s djecom od prvog susreta s medijskim sadržajima o njima trebali razgovarati, analizirati ih i poticati na korištenje u skladu s djetetovom dobi. Također bi trebali zajedno s djecom gledati medijske sadržaje kako bi bili upoznati s onim što djeca gledaju (Ciboci, 2015).

3.1. Televizija i navike gledanja

Televizija zauzima središnje mjesto u dnevnoj rutini jedne obitelji i to zahvaljujući mnogim društvenim i individualnim utjecajima, a na koji način se televizija uklapa u dnevnu rutinu jedne obitelji uvjetovano je kulturom, vrijednostima, tradicijom i poviješću (Lemish, 2008). Ipak, zahvaljujući brzom razvoju tehnologije i dostupnosti različitih uređaja na kojima je moguće gledati medijske sadržaje, televizor nije jedini koji okuplja obitelj u svrhu gledanja sadržaja. Gledanje televizije i obiteljske navike su već duže vrijeme predmet brojnih istraživanja u kojima su znanstvenici istraživali koje programe gledaju, u kojoj mjeri, koliko dugo i s kime najčešće. Istraživače je uz te podatke zanimalo kako zaista izgleda rutina gledanja televizije u obiteljskom

okruženju pa su se 70-ih godina 20. stoljeća uvela i etnografska istraživanja koja su oduzimala puno vremena i bila zahtjevna jer su istraživači u domovima obitelji promatrali medijske navike članova (Lemish, 2008).

Primjena televizije se može podijeliti na strukturalnu i racionalnu. Strukturalna upotreba označava nepovezanost s medijskim sadržajem, primjerice kada je televizor upaljen i usporedno se obavljaju neki kućanski poslovi te nema aktivnog gledanja medijskog sadržaja, dok se racionalna primjena temelji na ulozi televizije u oblikovanju odnosa između članova jedne obitelji (Lemish, 2008). Gledanje televizije u krugu obitelji može biti povod za razgovor o nekoj situaciji, može olakšati komunikaciju, ali može biti i prepreka za komuniciranje. Gledanje televizije može poslužiti članovima obitelji na kraju napornog dana za bijeg od stvarnosti. Televizija članovima obitelji može poslužiti i za dokazivanje kompetentnosti ili da potvrde svoj status u obitelji. Do neravnoteže odnosa u obitelji dolazi prilikom odabira sadržaja koji će se gledati na televiziji, tko u obitelji odlučuje što će se i koliko dugo gledati televizija što dovodi do razlika na temelju spola u navikama gledanja televizije (Lemish, 2008). Dafna Lemish (2008) također ističe i razlike među spolovima u navikama gledanja televizije: očevi češće gledaju televiziju dok žene obavljaju kućanske poslove pa su samim time očevi ti koji najčešće donose odluke oko izbora programa, oni imaju daljinski i kontroliraju gledanje, dok žene gledanje televizije smatraju usputnu, neplaniranu aktivnost, ali zato uživaju u gledanju omiljenog televizijskog programa, kada obave sve svoje obaveze i kada mogu preuzeti daljinski jer ne žele ulaziti u konflikte oko odabira programa. Također je zanimljivo da žene puno više razgovaraju o programu s ostalim ukućanima nego što to čine muškarci, dok su muškarci zaduženi za tehničke stvari oko uređaja. U skladu s ovakvom podjelom spolnih uloga oko navika gledanja televizije djeca uče obrasce ponašanja. U obiteljima gdje su majke obrazovanije i imaju veći društveni položaj te u kojima prevladava ravnopravan odnos u obitelji, prethodno navedene karakteristike ne vrijede (Lemish, 2008). Navike djece u gledanju televizije nisu samo produkt njihovog osobnog izbora, već su povezane s obiteljskim okruženjem i navikama cijele obitelji jer gledanje televizije zahtijeva višestruku prilagodbu svih članova obitelji (Lemish, 2008).

3.2. Televizija i zajedničko gledanje

Zajedničko gledanje televizije u krugu obitelji podrazumijeva postavljanje i poštivanje pravila koja bi se mogla svrstati u tri kategorije: svjesnost i zajedničko gledanje, restriktivno posredovanje i poučno posredovanje (Lemish, 2008). Svjesnost i zajedničko gledanje podrazumijeva prisutnost roditelja prilikom gledanja sadržaja (zajedničko gledanje, pružanje uzora, roditelj zna koje sadržaje dijete gleda), nadzor znači uključenost roditelja u vidu pravila oko vremena gledanja i biranja sadržaja, dok poučno posredovanje znači način na koji roditelji posreduju između djece i sadržaja (razgovor, razmjena informacija i znanja). Zajedničko gledanje sadržaja je poželjna aktivnost jer upravo tu roditelji imaju priliku pozitivno utjecati na djecu i usmjeravati djecu na konstruktivno korištenje i kritičko promišljanje o medijima i medijskim sadržajima. Povezanost između zajedničkog gledanja televizije djece i odraslih kod različitih istraživanja donosi različite rezultate: s jedne strane zajedničko gledanje televizije utječe povoljno na djetetovo uživanje jer djeca vole gledati televiziju s roditeljima (Nathanson, 1999, prema Baratković, Sindik, 2016), dok s druge strane „zajedničko gledanje neprimjerenih sadržaja poput nasilja može dovesti do učenja agresivnih ponašanja jer nedostatak diskusije i ukazivanja na ono što je loše dijete može doživjeti kao odobravanje takvih postupaka“ (Baratković, Sindik, 2016, str. 98).

Smještanjem televizijskih prijemnika, ali i računala, u dječje sobe, djeca aktivnosti gledanja medijskih sadržaja često provode sama bez prisustva roditelja pa roditelji nemaju priliku biti uključeni u ovu aktivnost. Ograničavajući faktor zajedničkog gledanja često je manjak vremena roditelja pa djeca sama gledaju sadržaje dok roditelji obave kućanske poslove ili malo odmora nakon napornog radnog dana. Razgovor je najčešća aktivnost uključenosti roditelja u gledanje medijskih sadržaja, a gledani sadržaji potiču intenzitet razgovora (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Vrijeme je ovdje ključan element jer vrijeme poklanjamo nekome tko nam je važan pa bi tako roditelji trebali odvojiti vrijeme za razgovor sa svojom djecom o gledanim sadržajima, a zapravo je vrijeme česti uzrok zašto zajedničko gledanje i komentiranje viđenih sadržaja izostaje (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Vrsta razgovora može biti usmjerena na sadržaje ili na ponašanje. Djeca najčešće iniciraju razgovor o medijskom sadržaju koji im nije poznat, tj. traže informacije o onome što im je novo

i nepoznato. Roditelji svojim odgovorima mogu djeci pomoći u učenju i proširivanju znanja. „Verbalne intervencije roditelja imaju vrlo značajnu ulogu u poticanju direktnog i usmjerenog učenja iz sadržaja programa“ (Lemish, 2008, str. 48). Razgovori usmjereni na ponašanje su one vrste razgovora kada se komentira neko ponašanje viđeno na televiziji i uspoređuje i vrednuje s pravilima ponašanja u obitelji. Vrlo je važno da djeca razviju kritički odnos prema gledanom sadržaju, a upravo roditelji mogu pomoći pružanjem dodatnih informacija kroz razgovor (Lemish, 2015). Osim što sadržaje mogu gledati s roditeljima, mogu to činiti s braćom ili sestrama na način da mlađa djeca od starije braće ili sestara traže odgovore na neka pitanja. Na taj način komuniciraju i društveno su aktivni, a zajedničko gledanje medijskih sadržaja postaje prilika za učenje, ali i prilika za zabavnu aktivnost (Lemish, 2015). Zajedničko aktivno gledanje medijskih sadržaja odraslih i djece rane dobi imaju pozitivne učinke na razvoj govora, tome pridonose različiti medijski sadržaji edukativnog karaktera te uključenost odraslih (Lemish, 2015). Djeca uče nove riječi, proširuju rječnik i uče nove pojmove. Istraživanjima u kojima su promatrani roditelji i djeca prilikom zajedničkog gledanja televizije uočeno je najmanje tri tipa verbalne razmjene: imenovanje, postavljanje pitanja i odgovaranje na pitanja (Lemish, 2015).

Zajedničko gledanje televizijskih sadržaja roditelja i djece poželjna je aktivnost, a njemački autor Jan Uwe Roge daje preporuke za roditelje koje se odnose na gledanje televizije u obiteljskom okruženju (Ciboci i sur., 2018):

- Roditelji bi trebali voditi računa o tome zašto dijete želi gledati određeni medijski sadržaj pri čemu je bitno razlikovati trenutne i trajne potrebe. Važno je razmišljati o datom trenutku te o tome što dijete trenutno proživljava gledajući neki sadržaj, umjesto da se naglasak stavlja na posljedice.
- Zabrana nije način na koji će se postići željeni rezultati već upravo suprotno, dolazi do narušavanja odnosa između roditelja i djece.
- Gledanje televizije ne bi trebalo ometati ostale dječje aktivnosti, stoga je važna da se gledanje televizije prilagodi djetetovom dnevnom rasporedu.
- Televizor u kući ne bi trebao imati središnje mjesto u prostoriji jer upravo smještanjem televizora u obiteljskom domu možemo poslati važnu poruku.
- Programi koji se gledaju trebaju biti rezultat dogovora između djece i roditelja te se roditelji i djeca trebaju prodržavati dogovora.

- Gledanje televizije ne smije se koristiti u svrhu kažnjavanja ni nagrađivanja.
- Zajedničko gledanje televizije je poželjno, a djeca ne bi trebala steći dojam da ih se prilikom gledanja televizije nadgleda.
- Prilikom gledanja televizije važno je razgovarati s djecom i to na način da se vodi računa o sugovorniku bez omalovažavajućih i podcjenjivačkih izjava.
- Djecu treba pustiti da na svoj način prerađuju doživljeni sadržaj.
- Nakon gledanja televizijskog sadržaja djecu treba pustiti da prerade viđeno stoga nije poželjno odmah nakon završetka gledanja postavljati pitanja.

4. VIRTUALNI SVIJET

Iako stari mediji nisu posve izgubili na važnosti, možemo vidjeti da novi mediji i digitalizacija imaju sve važnije mjesto, čime utječu na naš pogled na svijet. „Na naša viđenja i opažanja svijeta značajno utječu medijske konstrukcije realnosti, što je dovelo do toga da se na masovne medije gleda kao na jedno od najmoćnijih sredstava promjena u društvu“ (Labaš, 2011, str. 36). Djeca i mladi su razvili drugačije načine korištenja medija u odnosu na njihove roditelje, djeca ne rade granice između svijeta medija i svijeta koji ih okružuje, već je za njih internet dio svijeta te granice između stvarnosti i virtualnog svijeta polako nestaju što zapravo skriva i mnoge opasnosti po djecu. Tehnologija je napredovala, djeca su izvrsni potrošači što je prepoznala industrija pa se s ciljem zarade nude različiti neprimjereni sadržaji koji mogu imati štetan učinak na djecu, a djeci je taj sadržaj lako dostupan i nadohvat ruke. Računala i internet mogu biti korisno pomagalo u nastavi, no Spitzer (2018) je protivnik takvog mišljenja. On ne smatra da mediji mogu biti pomoć prilikom učenja, već navodi kako računala i internet ne potiču na dubinsku obradu podataka pa je samim time i rezultat učenja lošiji. Tvrdi kako informatička tehnologija potiče na površno mišljenje, odvraća pažnju i dovodi do problema u učenju. Korištenje moderne tehnologije utječe na motivaciju pojedinca za usvajanjem sadržaja, pojedinci bolje pamte kada nešto uživo raspravljaju i razmjenjuju iskustva, a danas se sve više okreću virtualnom svijetu i virtualnim raspravama (Spitzer, 2008). Virtualna stvarnost se prema Hrvatskoj enciklopediji (n.p.) definira kao „prividan okoliš simuliran s pomoću računala te posebnih računalnih periferija i programa, unutar kojega je korisniku omogućen privid boravka, kretanja i opažanja“ pa je za pretpostaviti da „virtualna stvarnost“ ima snažne učinke na djecu jer može izazvati reakciju sličnu reakciji na stvarna iskustva (Aubrey i sur., 2018). Primjena virtualne stvarnosti omogućuje korisniku da uroni u računalnu okolinu koja simulira stvarnost uz pomoć interaktivnih uređaja koji šalju i primaju informacije (naočale, slušalice, rukavice, odijela). Primjena virtualne stvarnosti je šarolika i nije namijenjena isključivo za igru i zabavu, već može biti korištena i u druge korisne svrhe. Virtualna stvarnost ne mora nužno imati negativne konotacije kako navodi Spitzer (2008), već se može primijeniti u medicini u svrhu odvratanja boli kod djece prilikom različitih medicinskih postupaka ili zahvata. Istraživanja se provode vezana i za pomoć kod kronične boli odraslih, a rezultati su ohrabrujući jer pokazuju da bi to moglo biti

učinkovito i primjenjivo i kod djece (Aubrey i sur., 2018). Osim u medicinske svrhe, može se iskoristiti i u obrazovanju jer se smatra da virtualno okruženje ima potencijal učiniti proces učenja stvarnijim (Moreno, Mayer, 2004, prema Aubrey i sur., 2018). Kroz istraživanja virtualne stvarnosti u kontekstu učenja uočene su četiri tehnološke sposobnosti koje se mogu uspješno primijeniti i doprinose pozitivnim ishodima učenja, a to su: stvaranje trodimenzionalnih prostornih prikaza, interakcija putem različitih osjetila, uranjanje korisnika u virtualno okruženje i intuitivne reakcije uz korištenje različitih naprava (Mikropoulos, Natsis, 2011, prema Aubrey i sur., 2018). Istraživanja su pokazala da prosocijalne videoigre imaju pozitivan utjecaj na djecu jer potiču na suosjećanje i pomaganje drugima (Greitemeyer, Mügge, 2014, prema Aubrey i sur., 2018). Pomoću virtualne stvarnosti moguće je djecu poticati na empatična ponašanja jer će im se upravo putem virtualne stvarnosti omogućiti da vide i osjete stvari i iz perspektive drugih ljudi (Aubrey i sur., 2018).

Matti Bergström (1997, prema Dokler, 2019) navodi da djeca vole virtualni svijet jer im nudi mogućnosti za različite aktivnosti. Za djecu igranje igrice je oblik igre koja zahtijeva vještine socijalne interakcije i koja nudi mogućnost suočavanja i ispitivanja vlastitih medijskih iskustava zajedno s vršnjacima (Harviainen, Meriläinen, Tossavainen, 2015). U virtualnom svijetu mogu se igrati i eksperimentirati te tako razvijati maštu i kreativnost. Igranjem igrice mogu biti netko drugi, putovati različitim dimenzijama te stvarati svoj vlastiti svijet koji može poslužiti za nastavak igre u stvarnom svijetu. Djeca sadržaje iz medija preslikavaju i ugrađuju u vlastitu igru, oponašaju omiljene likove i igraju se određenog sadržaja bilo da ga u potpunosti kopiraju ili stvaraju svoje predloške (Uusitalo, Vehmas, Kupiainen, 2011, prema Dokler, 2019). „Sposobnost razlikovanja igre i mašte od stvarnosti razvija se u vrlo ranoj dobi, i možda jedan od najvažnijih aspekata fiktivnog svijeta igara je, prema dječjim riječima, prilika da rade ono što ne mogu u stvarnom životu“ (Dokler, 2019). Virtualni svjetovi su zapravo moderna dječja igrališta. Djeca rane i predškolske dobi najčešće računalo koriste za igranje igrice i gledanje zabavnih sadržaja na internetu. Iako se ne preporučuje djeci mlađoj od 18 mjeseci (Američka pedijatrijska akademija, 2016) da prate sadržaje putem audiovizualnih medija općenito, preporuka je mnogih znanstvenika da djeca ne bi trebala koristiti računalo prije treće godine zbog načina na koji upoznaju svoju okolinu i svijet oko sebe (Vidović, 2009). Djeca do treće godine istražuju svojim osjetilima i kroz pokret pa

im to roditelji trebaju i omogućiti - stvoriti poticajnu okolinu za učenje na djeci primjeren način, umjesto da potiču djecu na korištenje računala koje zahtjeva sjedenje i duži period koncentracije roditelji bi trebali poticati na druge istraživačke aktivnosti (Vidović, 2009). Dijete nakon treće godine stječe potrebne vještine i predispozicije za korištenje računala, posjeduje koordinaciju pokreta, finu motoriku te je vrlo znatiželjno, što ga pokreće i motivira na istraživanje, u početku korištenja računala djeca trebaju pomoć odraslih, a kasnije se sve više i sami osamostaljuju (Vidović, 2009). „Istraživanja su pokazala da trogodišnjaci i četverogodišnjaci koji rabe računalo bolje napreduju u razvoju od djece koja to ne čine. Posebno je to vidljivo u razvoju inteligencije, neverbalnih vještina, u strukturiranju znanja, dugoročnom pamćenju, finoj motorici šake, verbalnom izražavanju, usmjerenosti na problem, rješavanju problemskih situacija, vještinama sažimanja i konceptijskim vještinama.“ (Vidović, 2009, str. 13-14)

4.1. Internet i sigurnost djece

Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske (2018) 76% kućanstva posjeduje računalo, a pristup internetu ima 82% kućanstva. Kućanstva koja nemaju internet, njih 18%, navode kao razloge ne korištenja interneta nedostatan znanje (42%) i zabrinutost za sigurnost i zaštitu podataka (21%). Zabilježen je porast broja korisnika računala u svim dobnim skupinama u odnosu na 2017. godinu, a najmlađa populacija je prva po korištenju računala i po upotrebi interneta. Prema ovim podacima vidljivo je da djeca najčešće koriste internet pa je stoga potrebno pridati pažnju dječjoj sigurnosti na internetu. „Zaštita djece na internetu obuhvaća cjelokupan pristup edukaciji, prezentaciji i upoznavanju s mogućnostima i problemima koje internet nudi, koji može poslužiti kao odlično sredstvo za komunikaciju i učenje ukoliko se koristi odgovorno, oprezno i pametno“ (Centar za sigurniji internet, 2016). Roditelji se trebaju pobrinuti da dječje korištenje interneta bude sigurno, a ujedno je i njihova odgovornost naučiti djecu da budu odgovorni korisnici interneta.

Na portalu Centar za sigurniji internet (2016) mogu se naći preporuke za roditelje kako osigurati djeci sigurno korištenje interneta. Jedan od savjeta uključuje postavljanje računala na neko vidljivo mjesto u kući, tj. prostoriju gdje dijete neće

biti samo prilikom korištenja interneta, već u prisutnosti odrasle osobe koja može pratiti djetetovu aktivnost. „Uključenost roditelja u djetetove aktivnosti korištenja interneta, društvenih mreža i aplikacija je najučinkovitiji način zaštite“ (Centar za sigurniji internet, 2016). Centar se bavi sigurnošću djece na internetu, edukacijama djece i podrškom roditeljima. Na internetskim stranicama centra mogu se skinuti slikovnice, brošure i igre koje uče o sigurnosti na internetu.

Na području Europe djeluje multinacionalna istraživačka mreža EU Kids Online koja se bavi upravo ovim pitanjem, cilj joj je poboljšati znanje o mrežnim mogućnostima, rizicima i sigurnosti europske djece. Koristi različite metode za prikupljanje iskustava korištenja interneta djece i roditelja, u suradnji s nacionalnim i europskim dionicima u politici. Hrvatska je također dio ove istraživačke mreže. Djelovanje ove mreže odvijalo se u četiri faze. Prva faza trajala je od 2006. do 2009. godine u kojoj je sudjelovala 21 država, koristili su se podaci od skoro 400 različitih studija u svrhu prikupljanja metodoloških podataka. U drugoj fazi (2009. do 2011.) uključilo se 25 država, provedeno je istraživanje u kojem je sudjelovalo više od 25 tisuća djece i roditelja u svrhu prikupljanja podatka o dobrobitima i rizicima interneta. Treća faza (2011. do 2014.) je obuhvaćala 33 zemlje, radilo se na analizama kvantitativnih istraživanja i novih kvalitativnih intervju s djecom (EU Kids Online, 2011-2014). Četvrta faza ima predviđeni rok trajanja od 2014. do 2020. godine, u ovoj fazi sudjeluje 33 zemlje, a cilj je provesti drugo reprezentativno istraživanje o djeci i internetskim rizicima i mogućnostima. Prema EU Kids Online 2011-2014 postoji 5 ključnih saznanja u vezi prilika i rizika koje nudi internet: što više djeca koriste internet više i vježbaju svoje tehnološke vještine pa samim time imaju i više prilika da steknu dobrobit; nije svaka upotreba interneta korisna – to ovisi, o dobi, spolu, socioekonomskim značajkama, dostupnim sadržajima; upotreba interneta, vještine i prilike povezane su sa rizicima; svi rizici neće imati negativan utjecaj na djecu što djelomično ovisi o dobi, spolu, socioekonomskom statusu, otpornosti i sposobnosti pojedinca da se nosi s onime što se dogodilo i vrlo je važna uloga roditelja, vršnjaka, odredbe na nacionalnoj razini, kulturne vrijednosti i obrazovni sustav.

4.2. Internet i roditeljska kontrola

Na tržištu se mogu naći programi za sigurno korištenje interneta, tj. programi koji filtriraju neprimjerene sadržaje na internetu umjesto roditelja (Rukljač, 2009). Jedan od programa je i *The Parental Control Bar* – besplatna aplikacija za sprječavanje djece da koriste stranice namijenjene odraslima. Taj program funkcionira na način da se instalira na računalo i služi kao štit od neprimjerenih sadržaja. Ta je aplikacija vrlo učinkovita u zaštiti djece od neprimjerenog sadržaja (Rukljač, 2009). Aplikacija *Kind Tracker* služi za praćenje svih stranica koje je dijete na internetu posjetilo, program SINI (Sigurni na internetu) filtrira i blokira neprimjerene internetske sadržaje te blokira pretraživače koji nisu na listi dozvoljenih pretraživača.

Djeca prilikom korištenja interneta i gledanja različitih sadržaja nemaju strah da bi mogli neprimjerenim sadržajima ugroziti svoj život, već se više brinu da ne razljute roditelje ili naštete računalo. Europska komisija je 2007. godine provela istraživanje u kojem je sudjelovalo 29 europskih zemalja u kojem su sudjelovala djeca u dobi od 9 do 10 i 12 do 14 godina koja se služe internetom. Tada su rezultati pokazali da su djeca dovoljno informirana o opasnostima i rizicima na internetu, no da ih to ne čini opreznijima prilikom korištenja interneta. Navedeno istraživanje poslužilo je kao smjernica za daljnje akcije koje treba poduzeti u ovom području (Flego, 2009). Novija istraživanja u području roditeljske zaštite naglašavaju tri važne smjernice za obitelji, istraživače i industriju u pogledu korištenja, istraživanja i načina roditeljskog nadzora (Zaman, Nouven, 2016):

1. Treba koristiti pristup roditeljskoj kontroli koji nije jednostran i usmjeren samo na zaštitu djeteta, a u cilju izbjegavanja prekomjernog kontroliranja i pretjerane zaštite od strane roditelja što se može negativno odraziti na razvoj djeteta.
2. Potrebno je istražiti mogućnosti roditeljskog posredovanja, ukazujući na potrebu za poboljšanjem postojećih tehničkih mogućnosti, kako bi se usredotočilo na to kako i kada roditelji primjenjuju roditeljski nadzor, te kako bi ti alati mogli funkcionirati (umjesto da postavljaju pitanje koriste li ih roditelji), i da djeluju izvan generaliziranog pojma roditelja kao sveznajućeg zaštitnika.
3. Industrija ima odgovornost u oblikovanju budućih mogućnosti roditeljskog nadzora te je potrebno istražiti što internet čini boljim mjestom za djecu.

Pojam roditeljskog nadzora se danas često izjednačava s programima za filtriranje sadržaja, no ipak on podrazumijeva puno više od toga. Prema Bieke Zaman i Marije Nouven (2016) roditeljska kontrola se može podijeliti na tri vrste - prema funkcionalnosti, implementaciji i inicijatoru dizajna. Funkcionalnost uključuje ograničavajuće mjere, mjere nadzora i sigurnosne mjere; implementacija se odnosi na platformu, uređaj ili sustav na koje se primjenjuju ograničenja i značajke te inicijator dizajna je onaj koji u tehničkom smislu provodi posredovanje između djece i sadržaja (telekomunikacijski operateri, davatelji softvera, vlasnici web-lokacija za društveno umrežavanje, proizvođači hardvera, vlasnici platformi za igre i sadržaji koji pružaju podršku).

Prema Eu Kids Online (2011-2014) roditelji najčešće razgovaraju s djecom, prisutni su prilikom djetetove *online* aktivnosti ili zajedno sudjeluju u *online* aktivnostima; dijele savjete o strategijama za sigurnije korištenje interneta; postavljaju pravila i zabrane te koriste neke od programa za zaštitu. Utvrđeno je da roditeljska kontrola doprinosi manjem riziku, no ako se uzme u obzir dob kao varijabla više ta tvrdnja ne vrijedi jer roditelji više nadziru manju djecu koja onda manje vremena provode na internetu pa samim time imaju i manje prilika za rizik (Eu Kids Online, 2011-2014).

5. UTJECAJ MEDIJA NA DJECU

Mediji utječu na djetetov razvoj na svim područjima. Prema Agenciji za elektroničke medije (2016) mediji mogu utjecati na djecu na dva načina: izravno i neizravno. Izravno djelovanje podrazumijeva korištenje i primanje medijskih sadržaja, a neizravno se odnosi na djelovanje medija na društveno i kulturno okruženje djeteta. Koliki utjecaj će mediji imati na djecu ovisi o različitim čimbenicima koji mogu pojačati ili ublažiti i pozitivno i negativno djelovanje medija. Kombinacijom dječjih osobina (dob, spol, karakteristike ličnosti, obiteljski i sociokulturni kontekst korištenja medija) te karakteristikama medijskog sadržaja (vrsta sadržaja, način prikazivanja sadržaja, količina i učestalost konzumiranja sadržaja) moguće je dobiti različite učinke medija (Agencija za elektroničke medije, 2016).

Djeci su danas zanimljivi audiovizualni mediji (internet, računalo, pametni telefoni, tableti, televizija), dok novine i radio gube na atraktivnosti i ne nude puno sadržaja koji bi djeci bili zanimljivi (Mikić, 2009/2010). Prepoznata je sve veća dječja izloženost medijima pa su provedena mnoga istraživanja o utjecaju na djecu i njihov razvoj. Dosta znanstvenika ukazuje na negativne posljedice medija, a ključ pozitivnih učinaka i pozitivnog odnosa prema medijima je medijska pismenost.

5.1. Utjecaj na razvoj mozga

Spitzer (2018) navodi kako način života digitalnog urođenika ne može imati povoljan učinak na razvoj mozga s obzirom na način koji koristi medije i na učestalost korištenja medija. Poznato je da se ljudski mozak tijekom čitavog života razvija, a mozak djeteta je izrazito pogodan za oblikovanje. „Čitav ljudski život, u pogledu spoznajnih i misaonih sposobnosti, dominantno zavisi o razvoju ljudskoga mozga u najranijoj životnoj dobi, i to u razdoblju do šeste godine života“ (Šaban, 2006). Raznim istraživanjima dokazana je važnost prve tri godine života za razvoj mozga koji utječe na rad mozga kasnije tijekom života (Šaban, 2006). Mozak ima veliku ulogu za sve ljudske funkcije i razvoj. Utvrđeno je da psihološki razvoj mozga do treće godine života završava već do 85%, a misaona sposobnost i sposobnost učenja

do 60% do četvrte godine života (Šaban, 2006). Jezična vještina se stječe u prvoj godini života, prije samog razumijevanja značenja riječi. Mozak poslije rođenja stvori duplo više sinapsi nego što bi mu moglo trebati za rad, stvaranje veza u mozgu traje do 6. godine, a onda do 14. godine se odvija proces eliminacije viška sinapsi (Šaban, 2006). Zanimljivo je da „prilikom rođenja djetetova tjelesna težina iznosi svega 5% težine koju će imati u odrasloj dobi, dok mozak teži čak 25% svoje težine u odrasloj dobi. Do uzrasta od 3 godine mozak je dostigao 80% svoje konačne težine, dok je tjelesna težina dostigla svega 20% svoje konačne vrijednosti.“ (Morgan, Gibson, 1991; Tanner, 1990, prema Vasta, Haith, Miller, 2008). Iz svega navedenog može se zaključiti da se mozak intenzivno razvija u razdoblju do djetetovog trećeg rođendana. Prve tri godine su itekako ključne za razvoj djeteta stoga je vrlo važno na koji će način i koliko biti izloženi medijima. Najpoznatija teorija kognitivnog razvoja je ona švicarskog psihologa Jeana Piageta koja se često primjenjivala u studijama vezanima uz medije i djecu. Prema Piagetu čovjekov kognitivni razvoj se odvija u 4 faze: senzomotoričko razdoblje, predoperacijsko razdoblje, razdoblje konkretnih operacija i razdoblje formalnih operacija. Za svaku fazu je karakterističan razvoj različitih mentalnih struktura koje se prema njemu nazivaju „sHEME“. Prve dvije faze se odvijaju do djetetove šeste godine. Senzomotorna faza označava djetetovo istraživanje svijeta pomoću osjetila i traje od rođenja pa do druge godine djetetova života (Vasta, Haith, Scott, 1998). U kontekstu medija to znači dodirivanje ekrana gdje pokušavaju dotaknuti likove ili predmete ili slušanje zvukova koji dopiru iz uređaja, gašenje i paljenje uređaja. Takvom vrstom aktivnosti dijete može osjetiti razliku između omiljenih likova na televiziji i igračaka u svojoj okolini (Lemish, 2008). U ovoj fazi zanimljiv predmet proučavanja je pojam stalnosti predmeta prema kojem djeca isto tako kroz faze uče da iako je predmet van njihovog vidnog polja da on i dalje postoji (Vasta, Haith, Scott, 1998). U predoperacionalnoj fazi koja traje od druge do sedme godine podrazumijeva se učenje jezika gdje dijete prelazi na simbolički način razmišljanja, što znači da je dijete sposobno promišljati i razgovarati o nekom medijskom sadržaju i onda kada nije direktno njemu izloženo, tj. kada ga u tom trenu ne prati (Lemish, 2008). U fazi konkretnih operacija koja traje od 7. do 12. godine djeca počinju logički rasuđivati jer posjeduju sustav za takvo razmišljanje (Vasta, Haith, Scott, 1998). Takav način razmišljanja je važan prilikom gledanja medijskih sadržaja gdje djeca imaju sposobnost logički povezivati videne prizore. Ove kognitivne procese i načine učenja djeca primjenjuju na isti način i kada

su u pitanju mediji i kada je u pitanju bilo koji drugi vid života. Gledanjem medijskih sadržaja na televiziji ili putem nekih drugih ekrana, dijete ima priliku za razvoj kognitivnih sposobnosti (Lemish, 2008).

Jedan od zagovornika lošeg i negativnog utjecaja ekrana na dječji mozak je Manfred Spitzer (2018) koji se ovom tematikom bavi u svojoj knjizi „Digitalna demencija“. On navodi kako mozak cijeli život uči te kako korištenjem mozga ga zapravo mijenjamo pa prema tome vrijeme provedeno na digitalnim medijima ostavlja tragove na mozgu i nema pozitivan utjecaj na djecu. Njegovi stavovi ne idu u potpunu zabranu korištenja digitalnih medija, već upozorava kako bi trebali biti vrlo oprezni u vezi njihova korištenja pozivajući se na povijest. Naime, otkrićem rendgenskih zraka diljem SAD-a su korišteni rendgenski uređaji, tzv. pedoskopi, u dućanima s cipelama, gdje su djeca i roditelji kroz taj uređaj mogli gledati kosti stopala kako bi mogli izabrati najbolju i najprikladniju obuću za djecu. Iz današnje perspektive sasvim je jasno da je potreba za uvođenjem takvih uređaja bila nepotrebna. Spitzer (2018) tvrdi da računala nisu potrebna za učenje, ne potiču obrazovanje, već je industrija iskoristila priliku kako bi prodajom računala zaradila na roditeljima i djeci. Štoviše, smatra da računala kod kuće ne potiču na učenje i korištenje u tu svrhu, već se koriste za igru i zabavu. „Korištenje računala u ranoj dječjoj dobi može dovesti do poremećaja pozornosti, a u kasnijoj djetinjoj dobi do slabijeg uspjeha. U školskoj dobi sve se više primjećuje društvena izolacija, kako pokazuju američke, a u međuvremenu i njemačke studije.“ (Spitzer, 2018, str. 24)

Informacije se u mozgu obrađuju preko sinapsi, kroz električne signale koji putuju od neurona do neurona, tim procesom se mijenjaju sinapse i to se zapravo naziva učenjem. Aktivno obraćanje pozornosti na neki sadržaj dovodi do optimalnog pohranjivanja i dublje obrade informacija što rezultira produktivnijim učenjem (Spitzer, 2018). Spitzer (2018) smatra da digitalni mediji smanjuju dubinu obrade, podaci se obrađuju površno, sinapse nisu toliko aktivne i to se odražava loše na proces učenja. Korištenje digitalnih medija svakako može imati i dobre i loše strane za razvoj djetetova mozga, a to sve ovisi o različitim faktorima iz okoline pa su odrasli iz djetetove okoline ti koji mogu utjecati na dječje navike i poticati ih na korištenje koje će imati pozitivne učinke.

5.2. Utjecaj na zdravlje

Sa sve većom i rastućom upotrebom medija od strane djece, medije se sve više povezuje s poremećajima u prehrani kod djece. Uočeno je da uz biološke predispozicije, socijalne utjecaje i okolišne faktore i mediji imaju svoj doprinos u sve većem porastu dječje pretilosti (Musić Milanović, Lang Morović, Markelić, 2018). Djeca se sve manje kreću, puno vremena provode pred ekranima, konzumiraju nezdravu hranu istodobno kada gledaju neki medijski sadržaj, izloženi su oglasima za nezdravu hranu što dovodi do loših i nezdravih prehrambenih navika. Ukratko, takav nezdrav i sjedilački način života dovodi do prekomjerne težine koja sa sobom nosi druge zdravstvene probleme. Ovoj tvrdnji idu u prilog i rezultati istraživanja koje je proveo Hrvatski zavod za javno zdravstvo uz potporu Ministarstva zdravstva i Ministarstva znanosti i obrazovanja 2015./2016. godine u suradnji s još 37 zemalja. Rezultati istraživanja pokazuju da 35% djece u dobi od 8 do 9 godina ima prekomjernu tjelesnu težinu, što je za 14% više u odnosu na 2003. godinu. Pritom prekomjernu tjelesnu težinu ima 39% dječaka i 31% djevojčica. Rezultati pokazuju da više od trećine djece ne sudjeluje u sportskim ili plesnim aktivnostima te više od polovice djece (56%) tijekom radnog dana provede dva ili više sati pred ekranima. Prehrambene navike su loše, uočeno je da više od tri puta tjedno 4,3% djece jede pizzu, pržene krumpiriće, hamburger ili kobasice, njih 27% jede kolače, krafne ili pite, 31,1% ih jede čokoladu ili bombone, dok 29,1% djece više od tri puta tjedno pije sokove s dodanim šećerom, 66,5% djece ne jede svakodnevno svježe voće, a njih 82,8% povrće. Doručak 22,9% djece ne jede svakodnevno (Musić i sur., 2018). Smatra se da gledanje televizije usporava metabolizam i upravo tu znanstvenici nalaze poveznicu između televizije i pretilosti. Televizija ima učinak na našu svijest i na to da uzimamo više zalogaja u minuti potaknuti nekim viđenim sadržajem (Sigman, 2010). Stoga bi trebalo izbjegavati konzumiranje obroka uz gledanje medijskih sadržaja. Poremećaji u prehrani su povezani sa psihološkim i socijalnim aspektom, a kod djece mogu biti potaknuti medijskim nametanjem slike ideala ljudskog tijela čijem su utjecaju više podložne djevojčice.

Djeca rane i predškolske dobi u najvećem postotku gledaju crtane filmove, njih čak 80% (AEM, Unicef, 2014), a oglašivači su djecu prepoznali kao lake mete i najlakši put do zarade prodajom i oglašavanjem različitih proizvoda koji prate tematiku i

likove najpopularnijih crtića. Oglasi se ukomponiraju između dva crtana filma da djeca mlađe dobi ni ne prepoznaju da se radi oglasima. Odrasli i starija djeca imaju mogućnost razgraničavanja sadržaja pa često za vrijeme oglasa prebacuju program, oglašivači su tom „problemom“ priskočili prikrivenim oglašavanjem koje je u Hrvatskoj prema Zakonu o elektroničkim medijima i Zakonu o medijima zabranjeno. Prikriveno oglašavanje je vrlo često prisutno u crtanim filmovima. Irena Oroz Štancel je 2013. godine provela istraživanje upravo na tu temu. Na uzorku od ukupno 43 crtana filma za djecu i mlade pronađeno je 29 različitih prikrivenih oglasa, u 17% oglasa nalazilo se prikriveno oglašavanje za hranu i piće.

Loše prehrambene navike i manjak fizičkih aktivnosti mogu dovesti do pretilosti djece, a Spitzer (2018) navodi i digitalnu demenciju kao moguću bolest u dječjoj dobi koja može biti posljedica korištenja elektroničkih uređaja kao što je računalo, gdje učenjem uz pomoć računala i interneta smanjuju radni prostor memorije mozga. Demencija se inače javlja u starijoj životnoj dobi, no on tvrdi da je to itekako moguće i u dječjoj dobi te objašnjava na primjeru dijabetesa koji je isto tako bio staračka bolest, no uslijed nepravilne prehrane i povećanja tjelesne težine dolazi do oboljenja od dijabetesa i u dječjoj dobi (Spitzer, 2018). Utjecaj medija na zdravlje može pridonijeti uz već neke postojeće predispozicije do zdravstvenih problema, no ključ je ravnoteža između aktivnosti koje se tiču medija i ostalih aktivnosti pogotovo kretanja i igre na otvorenom.

5.3. Pozitivne strane medija i medijskih sadržaja

U prethodnom poglavlju spomenuti su dijelom negativni utjecaji medija na djecu, dok će ovaj dio biti posvećen pozitivnim utjecajima koji su često zanemareni i potisnuti u drugi plan. Djeca primarno koriste medije za zabavu i igru, a ako znamo da djeca najbolje uče vođeni vlastitim interesima i kroz igru, onda se upravo tu otvara mogućnost za korištenje medija u svrhu učenja. Djeca mogu na zabavan i nov način učiti putem televizije, interneta, računala, tableta ili pametnih telefona. Uz pomoću tradicionalnih medija moguće je djeci i roditeljima približiti nove medije. Takav jedan primjer je i slikovnica autora Mercea Seixa i Meritxell Noguera (2018) pod nazivom „Vrijeme uz ekrane“ koja na zanimljiv način djeci približuje ekrane,

pokazuje kako se koriste i kako bi se mogli koristiti, a na zadnjim stranicama sažete su informacije i savjeti za roditelje vezani uz korištenje ekrana. Pomoću slikovnice djeca i roditelji zajedno mogu istražiti mogućnosti korištenja novih medija.

Djeca imaju pravo na sve pozitivne mogućnosti koje im mediji nude, članak broj 13. Konvencije o pravima djeteta kaže: „Dijete ima pravo na slobodu izražavanja; to pravo mora, neovisno o granicama, uključivati slobodu traženja, primanja i širenja obavijesti i ideja svake vrste, usmeno ili pismeno, tiskom ili umjetničkim oblikovanjem ili kojim drugim sredstvom prema izboru djeteta“ (Unicef, 1989, str. 7). U ovom članku možemo pronaći djetetovo pravo na pristup informacijama putem medija, na kvalitetne medijske sadržaje i na slobodu izražavanja putem medija. To pravo sadrži obavezu od strane odraslih da nauče djecu kako koristiti medije i da ih medijski opismene. Kako bi se ostvarilo dječje pravo na slobodno izražavanje mišljenja, medijska pismenost treba biti zastupljena u svim razinama odgojno – obrazovnog procesa (Flego, 2009/2010). Uz članak 13. Konvencije o pravima djeteta važan je i članak 17. koji propisuje da država djetetu treba osigurati pristup informacijama iz različitih nacionalnih i međunarodnih izvora, posebice onih koje će imati višestruku dobit za razvoj djeteta; govori o važnosti poticanja proizvodnje kvalitetnih medijskih sadržaja, daje smjernice za promicanje dječjih prava u medijima te govori o ulozi države u zaštiti djece od štetnih sadržaja (Flego, 2009/2010). Važno je istaknuti članak broj 16. koji govori o zaštiti privatnosti djece u medijima, a mediji itekako mogu doprinijeti pozitivnoj slici djece u društvu. Mediji mogu obogatiti živote djece, promijeniti loše ponašanje, potaknuti maštu i kreativnost, proširiti obrazovanje i znanje, poticati inkluziju i toleranciju, smanjiti razliku između društvenih slojeva i doprinijeti razvoju i civilnom društvu (Kolucki, Lemish, 2013).

Prema Godišnjem izvješću ureda pravobranitelja za djecu za 2012. godinu (Pravobranitelj za djecu, 2013) izvještavanje o djeci u medijima pomoglo je da dječja prava i potreba za zaštitom djece ostanu u centru zanimanja javnosti. Mediji prate i inicijative institucija, nevladinih udruga i pojedinaca u zaštiti prava djece. U tome pridonose pozitivnoj slici o djetetu. Mediji svakako mogu pridonijeti jačanju dječjih prava putem primjerenog informiranja djece, imaju mogućnost prenijeti dječje mišljenje te doprinijeti jačanju svijesti društva o pravima djece. Važno je istraživati

utjecaj i djelovanje medija na djecu. Potrebno je osigurati pravni okvir te provedbu zakona i propisa u cilju zaštite prava djece. Osim propisa vrlo važnu ulogu imaju stručna znanja i etičnost (Flego, 2011). Mediji imaju mogućnost da približe mnoge događaje, pomoću medija možemo proširiti znanje o onome što nas zanima, a kako su djeca po svojoj prirodi znatiželjna te imaju potrebu za učenjem o novim stvarima, mediji mogu biti izvrstan alat za tu svrhu. Obrazovna uloga medija je jako važna tijekom djetetova školovanja prilikom obavljanja školskih zadataka i zadaća. Animirani i dokumentarni filmovi te zabavne emisije služe, kako djeci tako i odraslima, za opuštanje, zabavu i provođenje slobodnog vremena (Ciboci i sur., 2018).

Na spomen igranja videoigara većina ljudi ih automatski povezuje s nasilnim sadržajima, zato je važno poticati i ukazivati na dobrobit igranja igara koje nude obrazovni sadržaj i mogućnost učenja, ali i zabavu. Dokazano je da igranje može pridonijeti razvoju inteligencije te vještine čitanja i društvenog ponašanja koje je prihvatljivo (Batarelo Kokić, 2009). Računalne igre i digitalna tehnologija može biti vrlo korisna za pomoć u radu, vježbanje i učenje kod djece s teškoćama u razvoju. Igranje igrica može pomoći djeci da se oslobode stresa i pokažu emocije, da nauče gubiti, pobjeđivati i ponašati se u skladu s time. Igre mogu poboljšati koncentraciju te razviti reflekse za brže reakcije. Korisne su za učenje vještina čitanja i pisanja, učenja početnih matematičkih pojmova te učenje stranih jezika (Batarelo Kokić, 2009). Umjesto da se samo igraju, igrice se mogu prožeti kroz svakodnevne aktivnosti i na taj način s djecom stvarati nove oblike medijske kulture (Dokler, 2019). Igrice se mogu igrati u društvu prijatelja, roditelja, braće ili sestara i mogu poslužiti kao zajednička aktivnost iz koje će dijete imati velike i višestruke koristi i gdje uvijek može naučiti nešto novo. U Hrvatskoj postoje edukativne igrice za školsku i djecu rane i predškolske dobi. Najpoznatija među njima je „Sunčica“, igrica u više različitih nastavaka s različitim područjem za učenje. Namijenjena je djeci od 4. do 8. godine.

Animirani filmovi pridonose dječjem razvoju, proširuju njihovo znanje i iskustvo, utječu na dječje izražavanje emocija, pokazivanje vlastitih stavova, potiču verbalnu komunikaciju te utječu na razvoj pažnje i komunikacijskih vještina (Ilišin, 2003). Prema istraživanju AEM-a i Unicefa (2014) djeca na televiziji u najvećem postotku

(80%) gledaju animirane filmove, stoga je važno birati prikladne animirane filmove s pozitivnim i obrazovnim sadržajem pomoću kojih, primjerice, mogu učiti o životinjama s udaljenih kontinenata ili učiti nove riječi iz stranog jezika ili pak saznati o drugim kulturama, rasama ili vjerama. Takvi sadržaji potiču na tolerantnost i nediskriminaciju, uče djecu da postoje različitosti i da ih treba poštivati. Vrlo često spominjan primjer je američka emisija odgojno-obrazovnog sadržaja Ulica Sezam koja je prilagođena dječjem uzrastu, a prikazuje se diljem svijeta od 1969. godine. Emisija radi na promicanju dječje tolerancije i jednakosti kroz zanimljive likove. Na hrvatskim televizijskim postajama, prvenstveno na HRT-u i RTL Kockici, mogu se naći različiti obrazovni sadržaji. Na HRT-u u jutarnjim satima se prikazuje program za djecu pod nazivom Juhuhu s mnoštvom sadržaja poput animiranih filmova, pjesama i brojalica, kreativnih sadržaja i slično. Na RTL Kockici također postoje emisije o životinjama, običajima te različiti animirani filmovi poput „Braća Kratt“, „Doktorica Pliško“ i „Einštajncići“. Ako već i djeca provode gledajući sadržaje 3 sata dnevno na televiziji (AEM i Unicef, 2014), onda je roditeljska dužnost da ih usmjere na odgojno-obrazovne sadržaje koji će pridonijeti djetetovom optimalnom razvoju na svim područjima jer „većina djece može reagirati na pozitivne medijske sadržaje te razviti sve svoje potencijale“ (Kolucki, Lemish, 2013, str. 3).

„Kvalitetni medijski sadržaji mogu podržavati postojeće razvojne programe i prioritete pokrivajući određene potrebe i kompetencije“ (Kolucki, Lemish, 2013, str. 27) te je stoga važno poštivati sljedeća načela, po preporuci Unicefa prilikom kreiranja medijskog sadržaja za djecu (Kolucki, Lemish, 2013): medijski sadržaji za djecu moraju biti namijenjeni djeci i prilagođeni njihovoj dobi; medijski sadržaji za djecu moraju uzimati u obzir cjeloviti dječji razvoj; medijski sadržaji moraju biti pozitivni i moraju naglašavati kvalitete i medijski sadržaji za djecu trebaju se baviti potrebama i sposobnostima sve djece.

6. MEDIJSKA PISMENOST KAO KLJUČ ZA SAVJESNO KORIŠTENJE MEDIJA

Pojam medijska pismenost označava „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Zgrabljic Rotar, 2005, prema Zgrabljic Rotar, 2008, str. 45). Medijska pismenost uključuje kritičke kompetencije – razumijevanje medijskih sadržaja i kritičko vrednovanje sadržaja; tehničke kompetencije – omogućuju pristup medijima te znanje kako koristiti pojedine uređaje ili medije; praktične kompetencije podrazumijevaju stvaranje medijskog sadržaja (Zgrabljic Rotar, 2008). Biti medijski pismen znači biti sposoban pristupati medijima, analizirati i vrednovati medijske sadržaje te stvarati poruke u svim vrstama medija (Flego, 2009/2010). Mirela Tolić (2009) medijsku pismenost stavlja u kontekst s medijskom pedagogijom, medijskim odgojem i obrazovanjem i medijskim kompetencijama. Prema Tolić (2009) medijska pedagogija se temelji na proučavanju uloge i utjecaja medija na svijest i ponašanja djece te na osposobljavanju za kritički odnos prema ponuđenim medijskim sadržajima. „Medijske kompetencije su središnji pojam i krajnji cilj razvoja medijske pedagogije. Medijska pismenost je uži pojam od medijskog obrazovanja, a medijsko obrazovanje je užu pojam od medijskog odgoja“ (Tolić, 2009, str. 97).

Kroz povijest donošeni su različiti dokumenti važni za područje medijske pismenosti. Godine 1970. na međunarodnoj razini je od strane Unescoa pokrenuto pitanje pismenosti za život s medijima. Od tada pa do danas bave se pitanjem neravnopravnog odnosa medija i djece te potiču zemlje da se i one time bave. Nadalje, Unesco se zalaže za okupljanje stručnjaka i razmjenu stručnih i znanstvenih iskustava i donošenje zaključaka na temelju istraživanja kako bi se postavili temelji za medijski odgoj s ciljem zaštite prava djece koja su im zajamčena Konvencijom o pravima djeteta. Uočeno je da za medijsku pismenost treba puno više vještina i znanja od samih vještina čitanja i pisanja (Zgrabljic Rotar, 2008). Na međunarodnom simpoziju „Odgoj za medije“ održanom 1982. godine Unesco je donio Deklaraciju o odgoju za medije koja kaže da svi oni koji sudjeluju u medijskom odgoju (odgojitelji, učitelji, roditelji, medijske osobe, donositelji odluka) i koji su odgovorni za učinkovitije obrazovanje moraju zajedničkim snagama pridonositi razvijanju veće kritičke svijesti onih koji koriste medije. Deklaracija se zalaže za uvođenje medijsko-

obrazovnih programa na svim razinama obrazovnog sustava počevši od rane i predškolske razine do razine visokog obrazovanja, kao i obrazovanje odraslih. Naglasak je stavljen i na povezivanje medijskog odgoja i ostalih znanosti poput psihologije, sociologije i komunikacijskih znanosti (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Kasnijih godina donesene su još neke preporuke i dokumenti koji su imali cilj pozitivno utjecati na medijske i obrazovne politike zemalja. Kao odgovor na razvoj tehnologije u Beču 1999. godine prihvaćene su Preporuke o edukaciji za medije i digitalno doba (Zgrabljic Rotar, 2008). Prema tim preporukama ističe se potreba raznolikog pristupa medijskom obrazovanju te se naglašava važnost znanja o novim tehnologijama i načinu utjecaja na svakodnevni život pojedinca (Zgrabljic Rotar, 2008).

Godine 2014. Unesco je donio *Parišku deklaraciju o medijskoj i informacijskoj pismenosti u digitalnom dobu* u kojoj se navodi da novo digitalno okruženje zahtijeva kontinuirane inovacije i promjene u istraživanjima i praksi za medijsku i informacijsku pismenost. Ova deklaracija se smatra kao odgovor na nove izazove koje pred nas stavlja medijska i informacijska pismenost u kontekstu digitalnog okruženja. Pojedinci u svijetu medija imaju ulogu potrošača, ali i mogućnost sudjelovanja kao kritičara, ali i osobe koja može stvarati medijski sadržaj. U deklaraciji se naglašava važnost medijske i informacijske pismenosti kao važne kompetencije koju građani trebaju posjedovati u 21. stoljeću.

Već sedamdesetih godina 20. stoljeća prepoznata je potreba za djelovanjem u području medija i njihovom utjecaju na djecu. „Mediji nisu ni dobri ni štetni. Kad bismo im pristupili s manje patronizirajuće svijesti o tome što bi bilo dobro, a što loše za naše dijete, vjerojatno bi odnos prema medijima bio zdraviji. Koliko god ta teza u nekim radikalnim teorijama i dalje zna biti osporavana – mediji ne upravljaju nama, nego mi upravljamo medijima.“ (Obad, 2009/2010, str. 15) Zadaća je i roditelja i odgojno-obrazovnih stručnjaka da djecu usmjeravaju, prate i uče vještinama medijske pismenosti, tj. da razviju medijske kompetencije te zdrav i pozitivan odnos prema medijima. Najvažnije je kako gledamo neki sadržaj, a ne što gledamo (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Provedena su mnoga istraživanja o utjecaju medija na djecu, o njihovim medijskim navikama te o stavovima roditelja. Mnogi ističu negativne strane u kontekstu medija i djece, iako su opasnosti za djecu koja vrebaju iz virtualnog svijeta realne, na odraslima je zadaća da nauče živjeti s

medijima kao jednim dijelom naše svakodnevice i da nauče djecu medijskoj pismenosti (Zgrabljic Rotar, 2008).

U preporukama Europske komisije *Key competences for lifelong learning, European reference framework* (2007) navedeno je osam ključnih kompetencija u sklopu strategije za cjeloživotno učenje, a jedna od njih je i digitalna kompetencija koja podrazumijeva pouzdanu upotrebu digitalnih tehnologija za informacije, komunikaciju i za rješavanje problema u svim aspektima života. Prema toj preporuci digitalna kompetencija je uvrštena u Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj (2014), gdje stoji da se „u ranoj i predškolskoj dobi digitalna kompetencija razvija upoznavanjem djeteta s informacijsko-komunikacijskom tehnologijom i mogućnostima njezine uporabe u različitim aktivnostima“ (NKRPOO, 2014). U krovnom dokumentu za rani i predškolski odgoj u Republici Hrvatskoj prepoznata je važnost razvijanja i poticanja ove kompetencije od najranije dobi, ipak u praksi je situacija drugačija. Sustav ranog i predškolskog odgoja je neobavezan dio obrazovanja (osim godine pred polasku u školu – predškola) i hrvatski obrazovni sustav nije osigurao uvjete za medijsko opismenjavanje djece rane i predškolske dobi (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014). Medijska kultura se pojavljuje tek u osnovnoj školi u okviru nastave Hrvatskog jezika s oskudnom satnicom od 12 sati godišnje (Malović i sur., 2014, prema Ciboci, Gazdić-Alerić, Kanižaj, 2019), stoga je potrebno uvesti samostalan predmet medijske kulture koji bi uključivao obrazovanje za razumijevanje medija, razgovor o njima te mogućnost kreativnog rada u pojedinim medijima (Mikić, 2009/2010). Potrebu za uvođenjem novih oblika medijske pismenosti potvrđuju i rezultati istraživanja EU Kids Online Hrvatska provedenog 2017. godine prema kojima 80% roditelja smatra da je potrebno uvesti zaseban predmet koji bi se bavio medijskim odgojem djece (Ciboci, Gazdić-Alerić, Kanižaj, 2019). Istraživanje o stavovima roditelja predškolske djece provedeno 2013. godine među roditeljima predškolske djece u Gradu Zagrebu pokazalo je da 68,1% roditelja smatra medijsko obrazovanje potrebnim od najranije dobi, a njih 69,1% smatra kako je s medijskim obrazovanjem potrebno započeti već u vrtiću (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014, prema Ciboci, Gazdić-Alerić, Kanižaj, 2019). Na podizanju svijesti o važnosti medijske pismenosti u Hrvatskoj rade razne udruge civilnog društva koje svojim radom doprinose razvoju medijskih kompetencija. Među njima svakako treba izdvojiti Pragmu, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, Udrugu roditelja

Korak po korak i Telecentar.

6.1. Uloga roditelja u medijskom opismenjavanju djece

Već je i prije navedeno da su roditelji važni čimbenici u izlaganju djece medijskim utjecajima pa je prema tome važno kako roditelji percipiraju utjecaj medija na djecu. Vezano uz postupke roditelja s medijima ističu se dvije teze: suvremena djeca odrastaju uz medije i djeca o medijima uče u obitelji. Roditelji moraju biti svjesni pozitivnih učinaka i na taj način djelovati. A da bi to mogli, i sami roditelji trebaju znati u kojim je situacijama korisno koristiti neku vrstu medija te znati kako mediji djeluju na djecu (Glasovac, 2010, prema Sindik, 2012). Roditelji se trebaju uključivati u medijske aktivnosti sa svojom djecom te dijeliti iskustva s ostalim roditeljima i stručnjacima. Roditelji trebaju biti posrednici između djece i medija i to kroz roditeljsku medijaciju koja se tumači kao bilo koja strategija koju roditelj koristi za kontrolu, nadgledanje ili interpretiranje medijskih sadržaja djeci (Warren, 2001, prema Bartaković, Sindik, 2016). Tri su najčešće vrste medijacije: zajedničko gledanje, restriktivna/ograničavajuća medijacija i aktivna/poučna medijacija (Austin i sur., 1999; Nathanson, Botta, 2003; Mendoza, 2009, prema Bartaković, Sindik, 2016).

Kako bi roditelji mogli biti posrednici, pomoć i podrška djeci u korištenju medija trebaju se informirati, a u tome im može pomoći internetska stranica *Common sense* na kojoj roditelji mogu naći potrebne informacije o medijskim sadržajima. Korisna značajka je i ta da se za svaki sadržaj preporučuje i određena dobna granica, roditelji mogu postavljati pitanja i dobiti odgovore ili jednostavno pročitati korisne stvari vezane uz medije i djecu. Roditeljima, primjerice, u odabiru videoigara može biti koristan PEGI sustav označavanja, oznaka koja se nalazi na poleđini proizvoda ili se može povjeriti *online* pomoću PEGI tražilice. Oznake služe za označavanje sadržaja primjerenog dobi djeteta, a kategorije su 3, 7, 12, 16 i 18. Prilikom biranja televizijskog sadržaja za djecu, roditeljima mogu pomoći dobne oznake čija primjena ima za cilj zaštititi djecu od mogućih negativnih posljedica sadržaja na televizijskim ekranima (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Televizijske kuće su dužne označiti dobne oznake simbolima 12, 15 i 18 u gornjem kutu ekrana kako bi upozorile na

sadržaj koji može biti štetan za djecu (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018).

Istraživanje Joška Sindika (2012) pokazuje da roditelji postavljaju granice oko korištenja medija i da djeca gledaju medije uz nadzor roditelja, ali je uočeno da djeca radije biraju medijske aktivnosti u odnosu na druge. Također je potvrđeno da djeca preslikavaju roditeljski odnos i navike prema medijima te da u obiteljima s više članova, djeca češće koriste medije, odnosno da mediji preuzimaju ulogu odgajatelja djece. Uočena je „povezanost između varijabli gledanja televizije kod djeteta i njegovih roditelja. Zbog jednostavne izloženosti aktivnim medijima, zbog učenja po modelu ili pak zbog direktnog utjecaja roditelja na djecu, način (trajanje) kako medije koriste roditelji 'preslikava' se u značajnoj mjeri na djetetov stav prema korištenju medija“ (Sindik, 2012, str. 25). U medijima i javnosti nailazimo na predrasude i osude kao što su tvrdnje da mediji potiču nasilje, da se djeca manje kreću, manje druže s vršnjacima, zapostavljaju školske obaveze i provode malo vremena u igri (Sindik, 2012), što roditeljima nikako ne olakšava percepciju medija kao mogućeg pozitivnog utjecaja. Mikić (2004, prema Sindik, 2012) upozorava da takvo generaliziranje donosi pogrešne zaključke o utjecaju medija na djecu jer se u obzir ne uzima uloga roditelja i okoline te da djeca uz pomoć medija mogu itekako jako puno naučiti. Roditelji su posrednici koji mogu djeci pomoći u otkrivanju mogućnosti koje mediji nude (Mikić, 2004, prema Sindik, 2012). Kako bi roditelji mogli usmjeriti djecu trebali bi znati u kojim je situacijama opravdano koristiti pojedine medije te kako mediji djeluju na djecu (Glasovac, 2010, prema Sindik, 2012). Roditelji su uzor djeci u medijskim navikama stoga je bitno da roditelji osvijeste svoje medijske navike (Ilišin, 2003). Prema vodiču *Djeca i vrijeme pred ekranom* izdanom povodom 2. Dana medijske pismenosti (2019) roditelji bi trebali obratiti pozornost na četiri važne činjenice: medije bi trebali koristiti zajedno s djecom; treba dogovoriti pravila vezana uz korištenje medija; informirati se o uslugama, sadržaju, tehnologiji i dobnim ograničenjima te učiti djecu dobrim navikama korištenja interneta.

6.2. Uloga odgojitelja u medijskom opismenjavanju djece

Poznato je da dijete svoje prve medijske navike stječe u obitelji, a ako uzmemo u

obzir da djeca kreću u predškolsku ustanovu najranije s godinu dana i dnevno provedu oko 10 sati u vrtiću, uloga odgojitelja u medijskom opismenjavanju djece vrlo je važna. Većina djece je uključena u desetosatni program, što znači da veći dio dana provedu s odgojiteljima. Odgojitelji su uz roditelje glavni uzor djeci stoga je važno kakve medijske navike imaju i na koji način odgojitelji koriste medijske sadržaje u odgojnim skupinama. Do polaska u školu i prvog formalnog susreta s medijima u okviru nastave Hrvatskog jezika, roditelji i odgojitelji su ti koji su zaduženi za medijsko opismenjavanje djece. Odgojitelji nemaju obvezu medijskog odgoja djece, nego to rade prema svojem preferencijama (Eder, Roboom, 2014, prema Peran, Raguž, 2019), a često ni sami nisu medijski pismeni niti obrazovani za korištenje medija (Peran, Raguž, 2016, prema Peran, Raguž, 2019).

„Stručnjaci koji rade s djecom trebali bi biti 'medijatori' odgojno poželjnih utjecaja medija na djecu“ (Sindik, Veselinović, 2010, str. 108). Kreativan odnos prema medijima, medijska kompetencija je temeljni cilj medijskog odgoja u vrtiću (Mikić, 2002, prema Sindik, Veselinović, 2012). Od iznimne je važnosti da oni koji rade s djecom budu medijski pismeni kako bi mogli prevenirati štetan utjecaj medija na djecu. „Djeci medije treba predstaviti kao oblikovno-izražajno sredstvo, razgovarati i analizirati medijske sadržaje i poruke (receptijski orijentiran medijski odgoj), te opažati dječji doživljaj pojedinoga medija i to koristiti u pedagoškom djelovanju (reprodukcijaska orijentacija)“ (Sindik, Veselinović, 2010, str. 109).

Odgojitelji u svom radu trebaju voditi računa o tome da djeca ovisno o dobi često ne razlikuju fiktivno od stvarnosti. Tijekom dana djeca se mogu igrati svojih omiljenih likova viđenih u medijima ili oponašati neku situaciju iz medija i upravo je tu preporučljivo koristiti medijski usmjereno ponašanje gdje će odgojitelj započeti razgovor o sadržaju koji je potaknuo na oponašanje, uključiti djecu da sami stvore medijski sadržaj pomoću kamere ili fotoaparata kao nastavak na njihov doživljaj. Takav pristup daje djeci priliku da spoznaju kako su medijske poruke produkt konstrukcije i plana, da uče putem novog iskustva i vlastitog djelovanja što je sve od iznimne koristi za djecu jer uče biti medijski pismena (Mikić, 2012, prema Sindik, Veselinović, 2010).

Suzana Peran i Anđelka Raguž (2019) provele su istraživanje s ciljem utvrđivanja

kako mediji utječu na kreiranje stavova odgojitelja, znanja odgojitelja o pojmu i svrsi medijske pismenosti te načine korištenja medija i vrednovanje medijskih sadržaja u svakodnevnom radu s djecom. Istraživanjem su potvrđene pretpostavke da odgojitelji prihvaćaju svoju profesionalnu ulogu u medijskom odgoju djece te da tu odgovornost žele podijeliti s roditeljima. Na temelju vlastitih iskustava s medijima i rada s djecom, odgojitelji prepoznaju pozitivne utjecaje medija (informiranje, obrazovanje, upoznavanje različitih skupina u društvu, zabava), ali su i svjesni negativnih utjecaja. Odgojitelji ukazuju na potrebu uvođenja medijskog odgoja na svim razinama od predškole pa do sveučilišta. U istraživanju Joška Sindika i Zvezdane Veselinović (2010) uočeno je da dob djece u skupini u kojoj odgojitelj radi ima utjecaj na odgojiteljev stav prema poželjnosti korištenja pojedine vrste medija u odgojno-obrazovnom radu te ne percipirano vrijeme koje djeca provode koristeći medije u vrtiću. Uočene se razlike u korištenju medija s obzirom na dob djece. Sindik i Veselinović (2010) su pretpostavili kako odgojitelji više i visoke stručne spreme imaju pozitivniji stav prema dječjem korištenju medija, no to se nije pokazalo točnim. Također su ustanovili da odgojiteljice s većim radnim iskustvom i većom životnom dobi ne moraju nužno imati negativne stavove o utjecaju medija na djecu.

„Da bi djeca odrasla u kritičke osobe, koje će znati ostvarivati svoja ljudska i građanska prava, medijski odgoj ih mora učiti, djelatnoj, produktivnoj uporabi medija. Da bi pridobili samosvijest s kojom će konačno stupiti u prostore javnosti, dakle u prostor masovne komunikacije, moraju biti sposobni izreći -ja jesam- i naći za to odgovarajuće putove i oblike informacija. Medijski odgoj neka zbog toga uči o razgovoru s drugima.“ (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999, str. 123)

Mikić (2009/2010) smatra da djeca trebaju imati mogućnost i pravo pristupa medijskim sadržajima te biti aktivni sudionici u stvaranju medijskog sadržaja. Također navodi da roditelji i odgojitelji te nastavnici imaju veliki strah od loših utjecaja medija te zbog svojih predrasuda zapostavljaju pozitivne strane medija. Suzana Peran i Anđelka Raguž (2018) na temelju provedenog istraživanja smatraju da je roditeljima i odgojiteljima potrebna pomoć prilikom medijskog odgoja djece rane i predškolske dobi te predlažu suradnju komunikoloških/novinarskih studija sa studijima za obrazovanje budućih odgojitelja; radionice na kojima bi stručnjaci za medijsku pismenost roditelje i odgojitelje uputili u načine vrednovanja medijskih sadržaja i kvalitetnog korištenja medija u svakodnevici predškolske djece.

7. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Zadnjih nekoliko desetljeća razvoj tehnologije je ubrzan pa tako danas ni ne trebamo biti kod kuće da bismo pratili neki televizijski sadržaj, već je to moguće putem interneta. Uz pojavu novih medija, oni elektronički ipak nisu izgubili na važnosti jer osim što se mogu pratiti sadržaji koji su trenutno na programu, nova generacija televizora može se povezati s internetom te se mogu pretraživati i gledati sadržaji koji nas zanimaju u bilo kojem trenutku. Upotrebom interneta i korištenjem različitih uređaja mogućnosti za gledanje medijskih sadržaja su raznolike. Svrha ovog istraživanja je prikazati navike djece u korištenju elektroničkih i novih medija. Cilj istraživanja je ispitati navike djece rane i predškolske dobi u korištenju interneta i televizije, istražiti koriste li djece rane i predškolske dobi više internet ili televiziju za gledanje pojedinih sadržaja te ispitati stavove roditelja o utjecaju medija na dijete. Na temelju postavljenih ciljeva istraživanja proizašle su sljedeće hipoteze:

H1: Djeca rane i predškolske dobi prije počnu gledati televizijske, nego internetske sadržaje.

H2: Djeca rane i predškolske dobi dnevno provedu između 2 i 3 sata gledajući sadržaje na televiziji.

H3: Djeca rane i predškolske dobi dnevno provedu između 1 i 2 sata gledajući sadržaje na internetu.

H4: Televizijske sadržaje djeca rane i predškolske dobi najčešće prate u prijepodnevnim satima.

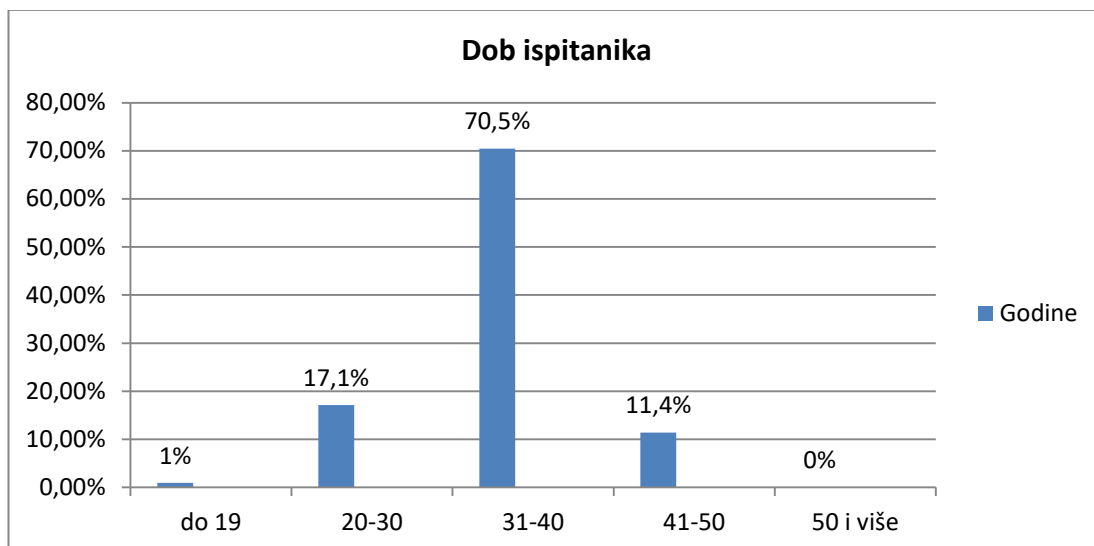
H5: Roditelji djece rane i predškolske dobi češće postavljaju vremensko ograničenje za gledanje sadržaja na internetu, nego što to čine za televiziju.

H6: U dječjoj sobi nalazi se neki od elektroničkih uređaja.

H7: Roditelji djece rane i predškolske dobi koriste neke od programa/aplikacija za sigurnije korištenje interneta.

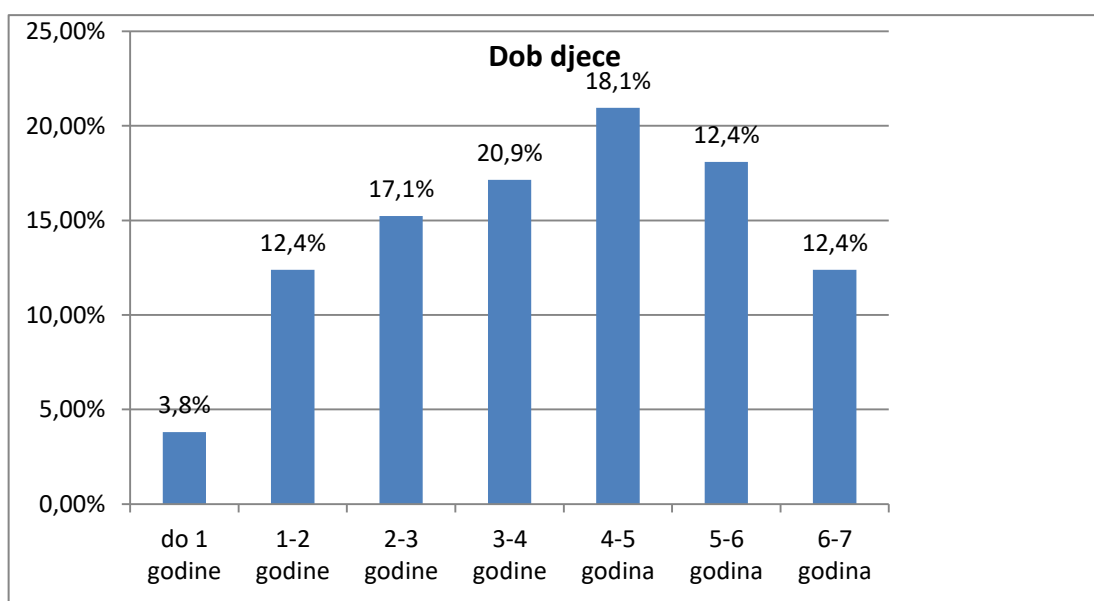
Za prikupljanje podataka korišten je anketni upitnik koji se sastojao od 17 pitanja. Na pitanja je bilo moguće odgovoriti zaokruživanjem ponuđenih odgovora te ispunjavanjem skale procjene za određene tvrdnje. Anketiranje je provedeno u svibnju 2019. godine u Dječjem vrtiću Vrbovec. Podaci su obrađeni i prikazani pomoću Microsoft Excel programa. Anketni upitnik je bio anonimn i ispunjavao se

na dobrovoljnoj bazi. Anketni upitnik bio je namijenjen roditeljima djece rane i predškolske dobi. U istraživanju je sudjelovalo 105 roditelja, od toga 20 ispitanika (19%) muškog spola i 85 ispitanika (81%) ženskog spola. Najviše je ispitanika (70,5%) imalo između 31 i 40 godina. Ako obitelj ima više od jednog djeteta u upitniku je navedeno da ispune upitnik za najmlađe dijete.



Grafikon 1. Dob roditelja (N=105)

U grafikonu broj 2 možemo vidjeti dob djece za koju su roditelji ispunjavali anketni upitnik. Najveći postotak djece je u dobi između 4 i 5 godina, a prosječna dob iznosi 3,9 godina.



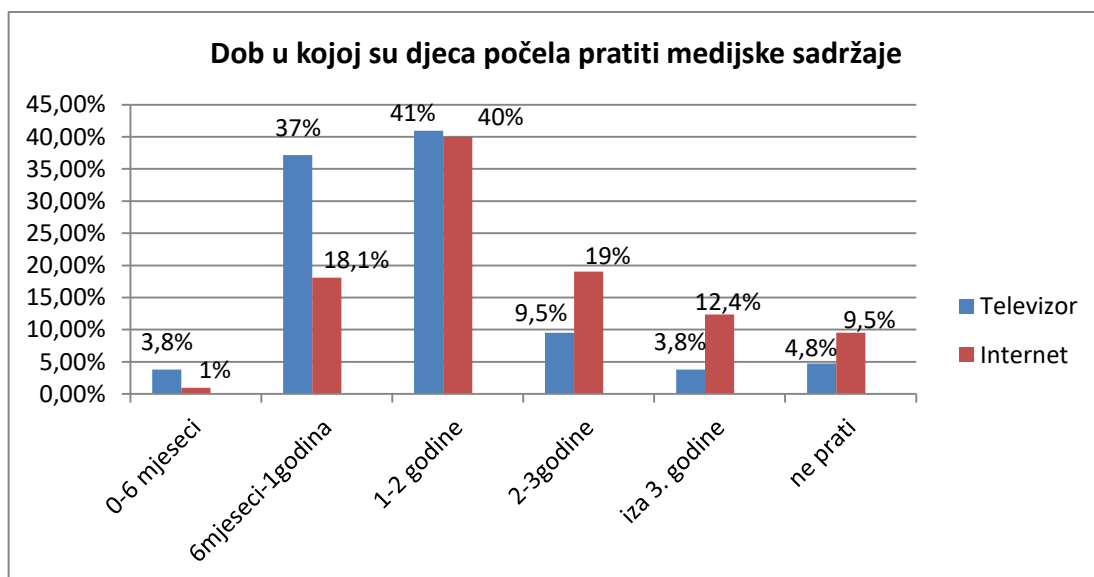
Grafikon 2. Dob djece (N=105)

8. REZULTATI

Američka pedijatrijska akademija (2016) je dala jasne dobne preporuke za korištenje medija u dječjoj dobi prema kojima djecu mlađu od 18 mjeseci starosti ne bi trebalo poticati na korištenje ekrana. Prema tim preporukama, djeca u dobi od 18 do 24 mjeseca mogu koristiti medije, ali uz vremenska ograničenja. Iz podataka dobivenih istraživanjem možemo vidjeti da prije druge godine djetetova života više od 80% njih počinje pratiti sadržaje na televiziji, dok skoro 60% djece počinje pratiti sadržaje na internetu. Prosječna dob za televiziju iznosi 16 mjeseci što znači da djeca u prosjeku počinju pratiti medijske sadržaje na televiziji i prije navršenih 18 mjeseci, dok za početak praćenje medijskih sadržaja na internetu taj prosjek iznosi 22 mjeseca.

8.1. Navike djece u korištenju medija

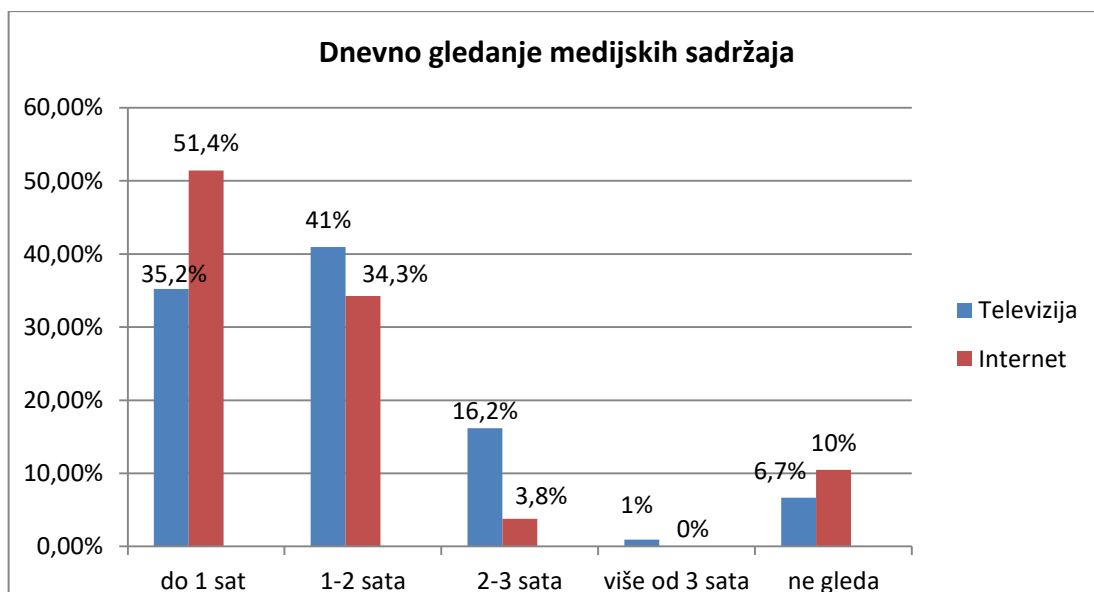
Pitanja koje se odnose na navike djece prilikom korištenja interneta i televizije uključivala su pitanja vezana uz dob u kojoj su počeli pratiti medijske sadržaje, koliko dnevno gledaju medijske sadržaje i najčešće doba dana u kojem ih gledaju.



Grafikon 3. Dob u kojoj su djeca počela pratiti medijske sadržaje (N=105)

U prosjeku dob za prvi susret s televizijskim sadržajima iznosi 16 mjeseci, dok za internet iznosi 22 mjeseca. Dnevna količina vremena utrošenog na gledanje sadržaja

na televiziji u prosjeku iznosi 1,3 sata, a gledanje sadržaja na internetu 1,0 sat. Iako se to ne čini kao puno vremena, ali ako uzmemo u obzir da veći dio dana provedu u predškolskoj ustanovi (do 10 sati) i da većina djece u danu gleda sadržaje i na televiziji i na internetu pa se vrijednosti mogu zbrojiti, djeca dnevno provedu na ekranima i preko 2 i pol sata dnevno što nije u skladu s preporukama Američke pedijatrijske akademije (2016).



Grafikon 4. Dnevno gledanje medijskih sadržaja (N=105)

Raspoređeno prema dobi djeteta u tablici broj 1 vidi se da 69,2% djece u dobi od 1 do 2 godine provede manje od sat vremena dnevno gledajući sadržaje na televiziji, dok najviše vremena, tj. više od 3 sata dnevno gledajući sadržaje na televiziji provede 7,7% djece u dobi od 6 do 7 godina. Gledajući sadržaje na televiziji manje od sat vremena provede 35% djece, 1 do 2 sata provede 34% djece, 2 do 3 sata provede 18% djece, 3 sata i više provede 1% djece, dok 11% djece uopće ne prati sadržaje na televiziji.

Tablica 1. Vrijeme provedeno uz televizijske sadržaje s obzirom na dob (N=105)

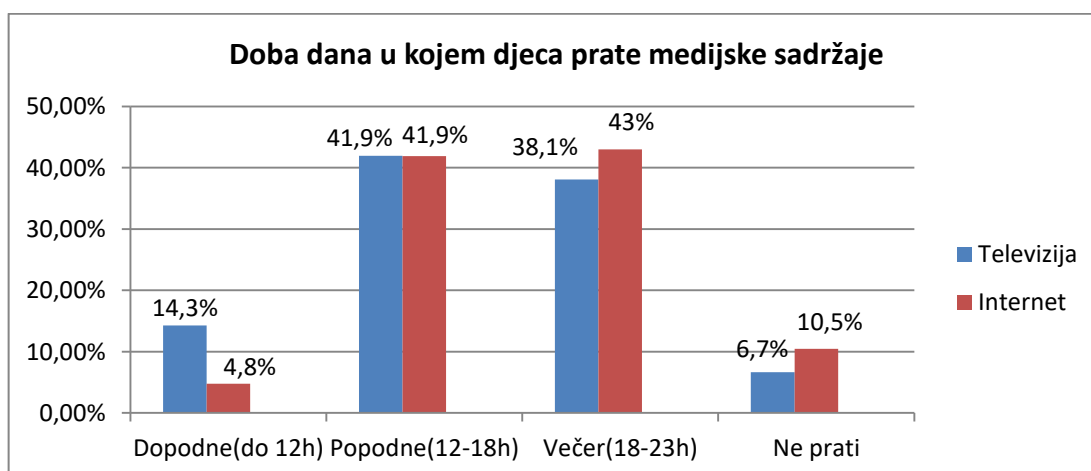
	0-1 g	1-2 g	2-3 g	3-4 g	4-5 g	5-6 g	6-7 g
do 1h	25%	69,2%	46,7%	31,6%	31,8%	26,3%	15,4%
1-2h	0%	23,1%	33,3%	31,6%	63,6%	57,9%	30,8%
2-3h	25%	0%	13,3%	26,3%	4,5%	10,5%	46,1%
3h i više	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7,7%
ne prati	50%	7,7%	6,7%	10,5%	0%	5,3%	0%

U tablici broj 2 vidi se postotak djece, raspoređen prema dobi, koji provode uz internetske sadržaje. Gledajući sadržaje na internetu, manje od sat vremena dnevno provede 55% djece, 1 do 2 sata provede 32% djece, 2 do 3 sata provede 3% djece, dok 10% djece uopće ne prati sadržaje na internetu. Najviše djece svih dobnih skupina internetske sadržaje gleda do 1 sat dnevno - 75% djece u dobi do godine dana starosti, 53,9% djece u dobi od 1 do 2 godine, 60% djece u dobi od 2 do 3 godine, 47,4% djece u dobi od 3 do 4 godine, 59,1% djece u dobi od 4 do 5 godina, 42,1% djece u dobi od 5 do 6 godina i 46,2% djece u dobi od 6 do 7 godina. Tri sata i više na internetu ne provodi ni jedno dijete. Ako uzmemo u obzir vrijeme koje djeca dnevno iskoriste za gledanje medijskih sadržaja možemo izvesti zaključak da najviše djece (41%) tjedno provede od 7 do 14 sati gledajući televiziju, dok najveći broj djece (51,4%) tjedno na internetu provede do 7 sati.

Tablica 2. Vrijeme provedeno uz internetske sadržaje s obzirom na dob (N=105)

	0-1 g	1-2 g	2-3 g	3-4 g	4-5 g	5-6 g	6-7 g
do 1h	75%	53,8%	60,0%	47,4%	59,1%	42,1%	46,2%
1-2h	25%	30,8%	26,7%	42,1%	27,3%	36,8%	38,5%
2-3h	0,0%	0,0%	6,7%	5,3%	4,5%	5,3%	0,0%
3h i više	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ne prati	0,0%	15,38%	6,7%	5,3%	9%	15,8%	15%

Prema dobu dana djeca najčešće gledaju sadržaje i na internetu i na televiziji tijekom popodnevni i večernjih sati, a najmanje prate sadržaje tijekom jutarnjih sati (Grafikon 5).



Grafikon 5. Doba dana u kojem djeca prate medijske sadržaje (N=105)

Djeca koriste internet ili televiziju u različite svrhe i na različite načine. U tablici broj 3 navedene su različite tvrdnje vezane uz njihove navike. Stručnjaci ne preporučuju korištenje ekrana neposredno prije spavanja, a u tablici se vidi da veći broj djece (77,1%) nikad ne koristi medije za pomoć pri uspavlivanju. Za vrijeme jela pred ekranima uvijek provede 1% djece, a često njih 12,4%. Preporuka je pedijataru da se ekrani ne koriste za vrijeme obroka. U današnje vrijeme možemo vidjeti kako roditelji posežu za medijskim uređajima koji im služe kao najbrže sredstvo za smirivanja djeteta kada plače ili kada je zbog nečega uznemireno. U ovom istraživanju u tu svrhu uređaje ponekad koristi 31% roditelja, dok njih 34,3% to nikada ne radi. Kada je djetetu dosadno u društvu odraslih onda njih 34,3% to ponekad radi. Televizijski prijamnik je često uključen i onda kada ga nitko ne gleda kod 19% roditelja, a uvijek kod 11,4% roditelja. Ponekad 15,2% djece koristi pametni telefon ili tablet za vrijeme vožnje.

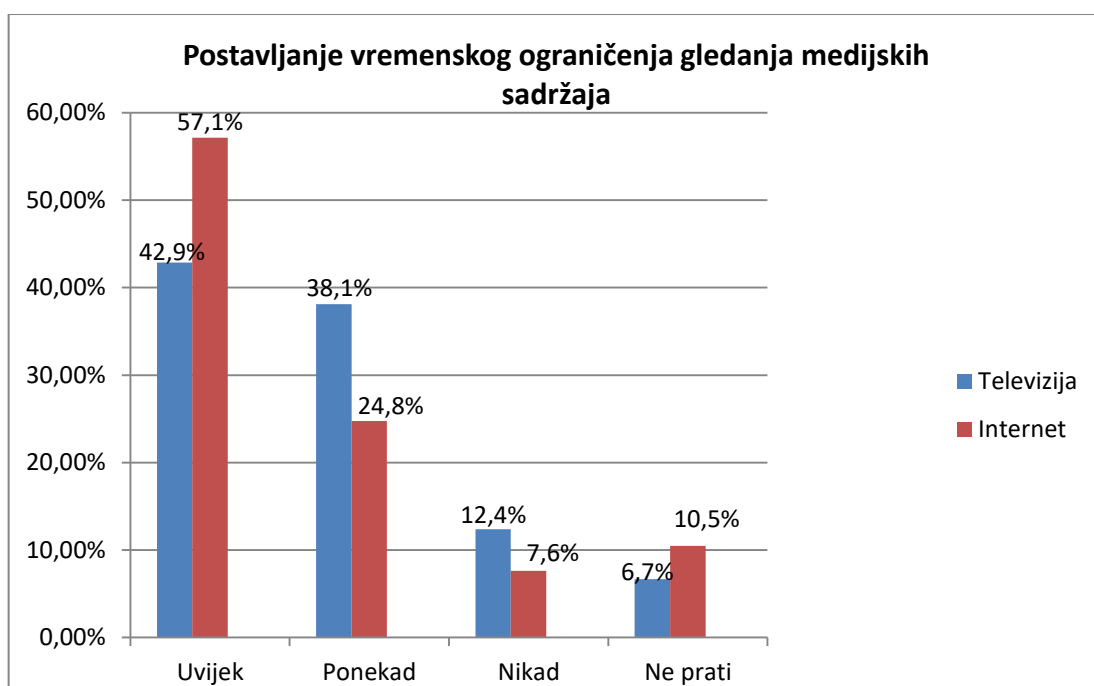
Tablica 3. Odnos djece, televizije i interneta, izraženo u postocima

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Dijete koristi neki od uređaja (televizor, pametni telefon, tablet, računalo) za uspavlivanje.	77,1	10,5	9,5	2,9	0
Kada želim umiriti dijete nudim mu sadržaj na internetu.	34,3	26,7	30,5	5,7	1,9
Televizijski prijamnik je uključen i onda kada ga nitko ne gleda.	19,0	26,7	23,8	19,0	11,4
Sadržaje na internetu dijete gleda uz nadzor odrasle osobe.	11,4	3,8	15,2	28,6	41
Za vrijeme obroka dijete prati sadržaj na nekom uređaju (televizor, pametni telefon, tablet).	40,0	23,8	22,9	12,4	1
Dijete koristi pametni telefon ili tablet za vrijeme vožnje.	55,2	24,8	15,2	6,7	1
Dijete koristi internet kada mu je dosadno u društvu odraslih.	29,5	19,0	34,3	14,3	2,9

8.2. Roditeljski nadzor

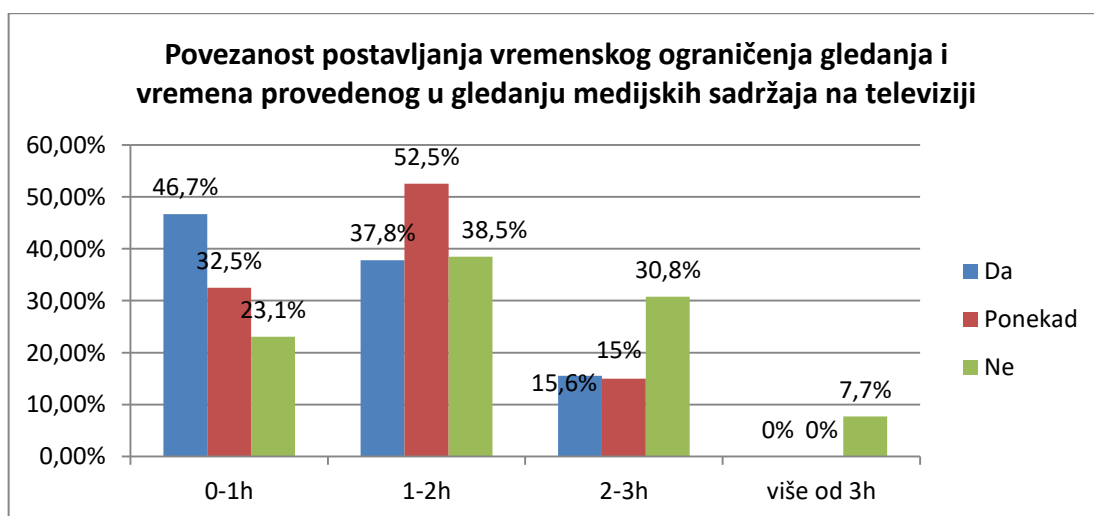
Veći postotak ispitanika navodi kako postavlja vremensko ograničenje za gledanje medijskih sadržaja, pritom veći broj postavlja granice za gledanje interneta (63,8%) u odnosu na televiziju (42,9%), dok 12,4% ispitanika ne postavlja ograničenje za televiziju, a njih 8,5% ne postavlja ograničenja za praćenje sadržaja na internetu

(Grafikon 6).



Grafikon 6. Postavljanje vremenskog ograničenja gledanja medijskih sadržaja (N=105)

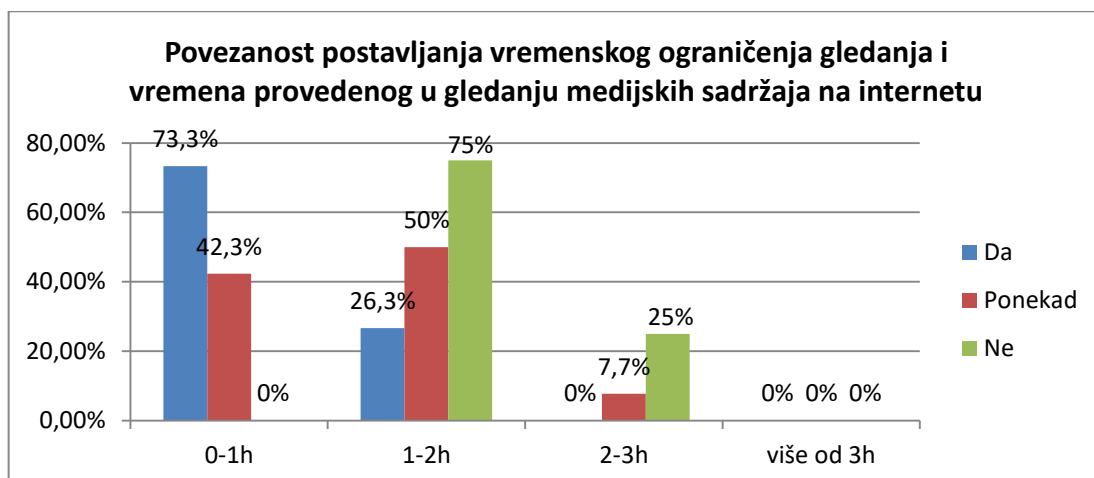
Djeca čiji roditelji postavljaju vremensko ograničenje za gledanje sadržaja na internetu u najvećem postotku (73,3%) provedu manje od sat vremena dnevno na internetu, djeca roditelja koji ponekad postavljaju vremensko ograničenje u najvećem postotku (50%) provedu 1 do 2 sata dnevno na internetu, dok djeca roditelja koji ne postavljaju vremensko ograničenje u najvećem postotku (75%) provedu 1 do 2 sata dnevno gledajući sadržaje na internetu (Grafikon 8).



Grafikon 7. Povezanost postavljanja vremenskog ograničenja gledanja i vremena provedenog u gledanju medijskih sadržaja na televiziji (N=98)

Prema navedenim rezultatima može se zaključiti da djeca roditelja koji postavljaju

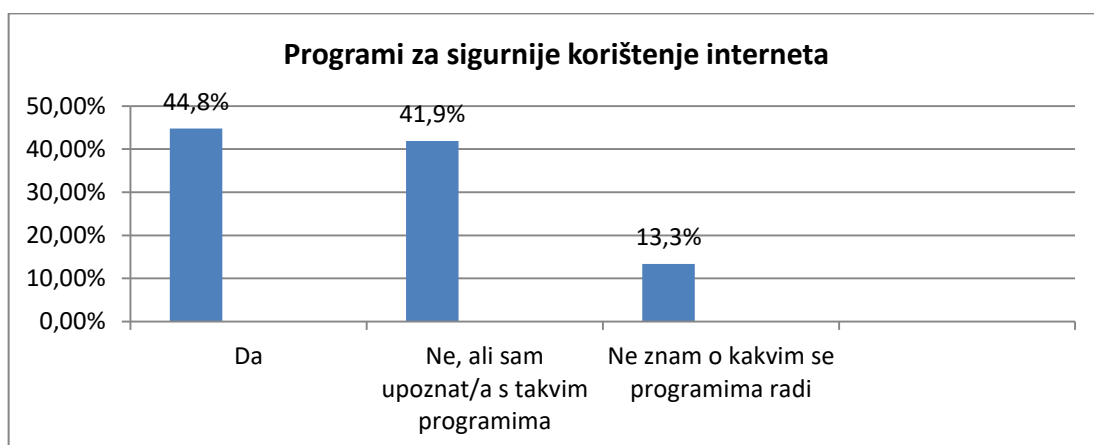
vremensko ograničenje za gledanje sadržaja na televiziji ne gledaju sadržaje više od 3 sata dnevno, dok za internet ne troše više od 2 sata dnevno.



Grafikon 8. Povezanost postavljanja vremenskog ograničenja gledanja i vremena provedenog u gledanju medijskih sadržaja na internetu (N=94)

U tablici broj 3 može se vidjeti da internet uz nadzor odraslih uvijek koristi 41% djece, a njih 28,6% često. Na pitanje smatraju li da internet može imati negativan utjecaj na dijete, njih čak 89,5% odgovorilo je potvrdno. Istraživanje je pokazalo da 44,8% roditelja koristi neki program za sigurno korištenje interneta, dok njih 41,9% ne koristi programe za zaštitu, ali su upoznati s takvim programima (Grafikon 9).

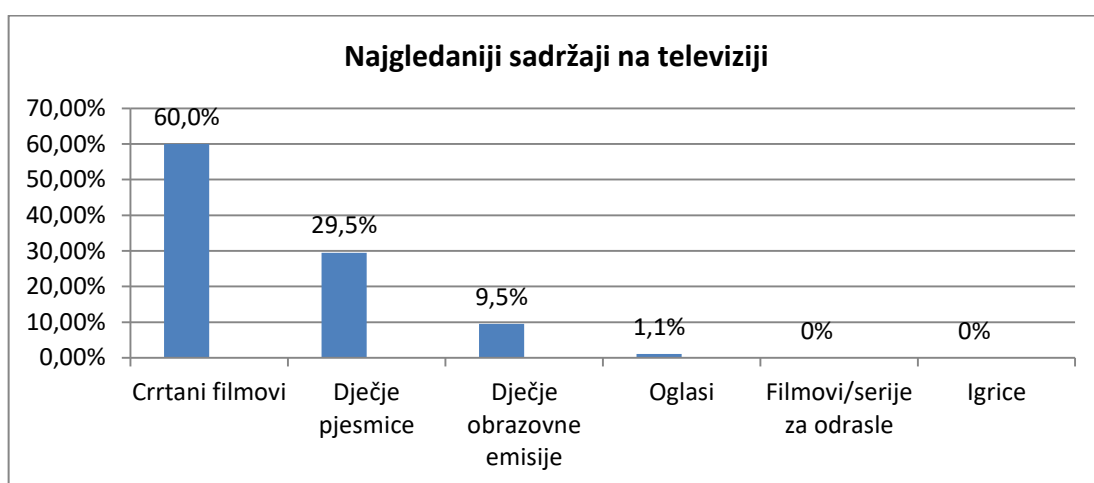
Prema istraživanju Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017) svaki četvrti roditelj osigurava programe koji prate aktivnost djeteta i koji blokiraju neprimjerene sadržaje. Gotovo 20% roditelja ne zna što su programi za praćenje aktivnosti ni imaju li ih, dok 12% roditelja ne zna o programima koji blokiraju neprimjerene sadržaje. Programi su dobra dodatna pomoć onda kada roditelj nije u blizini.



Grafikon 9. Koriste li roditelji neki od programa za sigurnije korištenje interneta? (N=105)

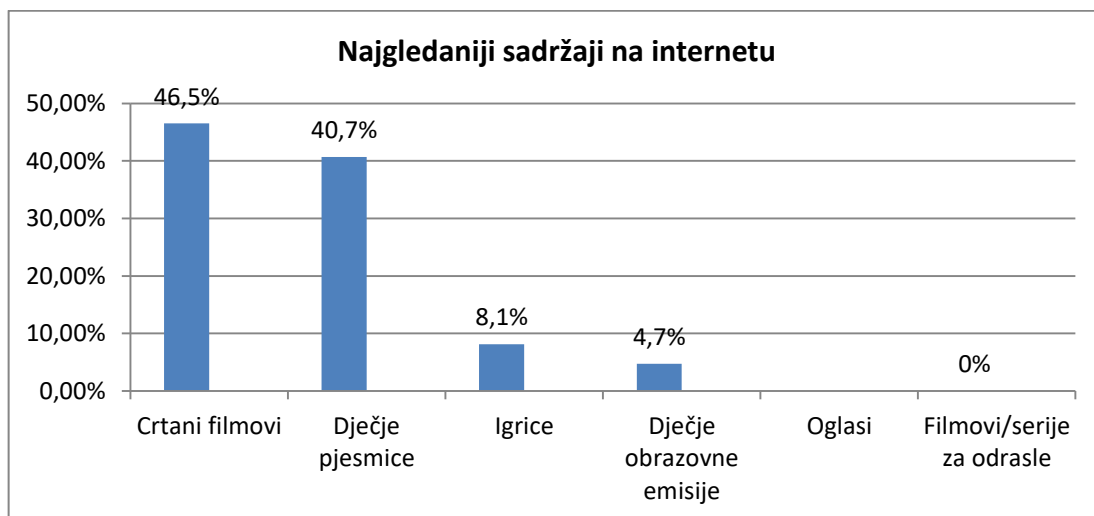
8.3. Sadržaji koje djeca gledaju

Od vremena utrošenog za dnevno gledanje nekog sadržaja, puno je važniji sam sadržaj koji djeca gledaju. Prema rezultatima istraživanja, djeca na televiziji i internetu najčešće gledaju crtane filmove, 60% ispitanika je odgovorilo da na televiziji djeca vrlo često prate crtane filmove, dok na internetu vrlo često, crtane filmove prati 46.5% djece. Samo 9,5% djece gleda dječje obrazovne emisije na televiziji, odnosno njih 4,7% na internetu. Igrice se češće igraju putem interneta u odnosu na televiziju.



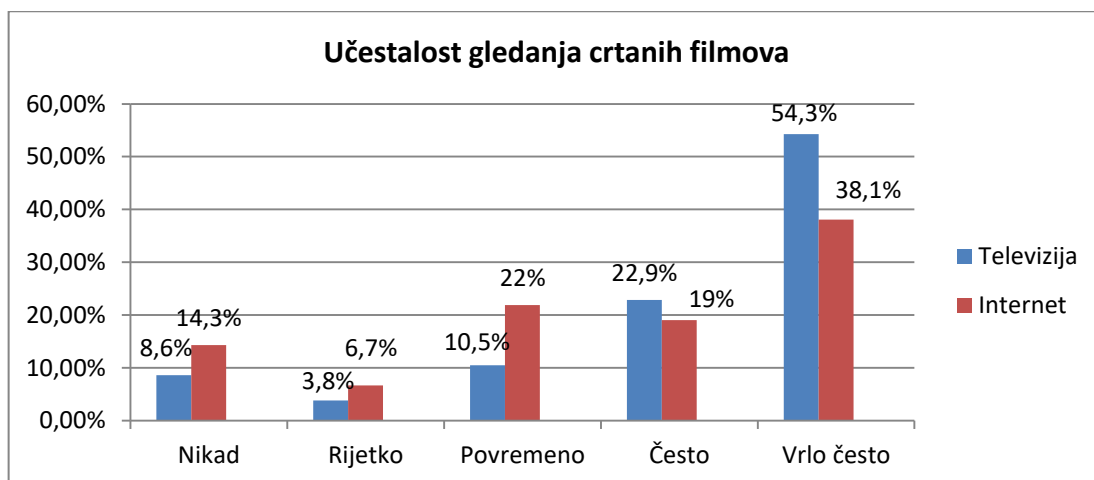
Grafikon 10. Najgledaniji sadržaji na televiziji (N=95)

U istraživanju AEM-a i Unicefa (2014) utvrđeno je da djeca najviše na televiziji vole gledati animirane filmove (80%), a u manjem postotku oglase, što je i u skladu s ovdje dobivenim rezultatima.



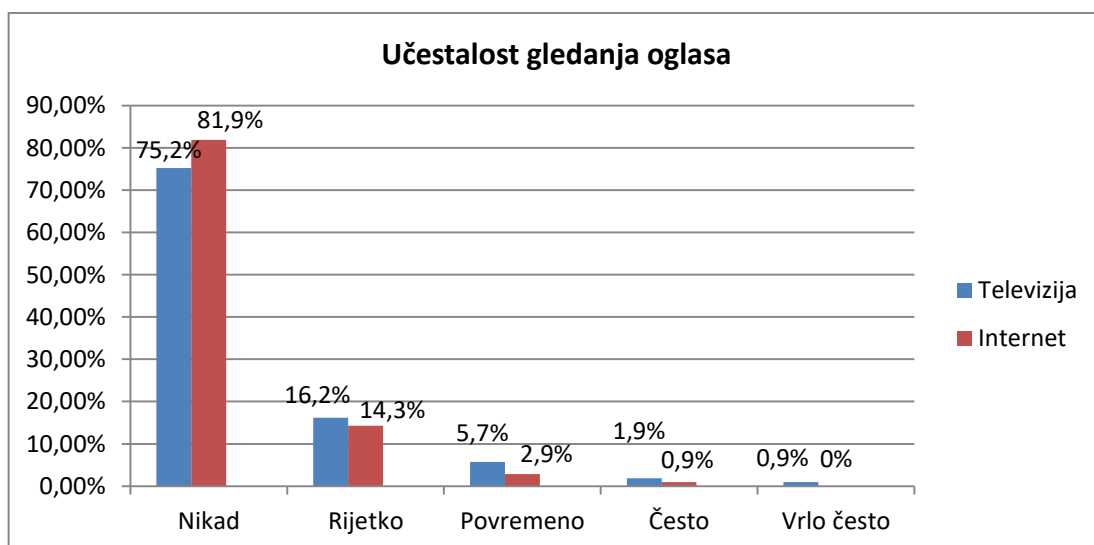
Grafikon 11. Najgledaniji sadržaji na internetu (N=105)

Crtani filmovi se u većem postotku gledaju na televiziji, nego li na internetu. Na televiziji crtane filmove vrlo često gleda 60% djece, dok na internetu njih 46,5%.



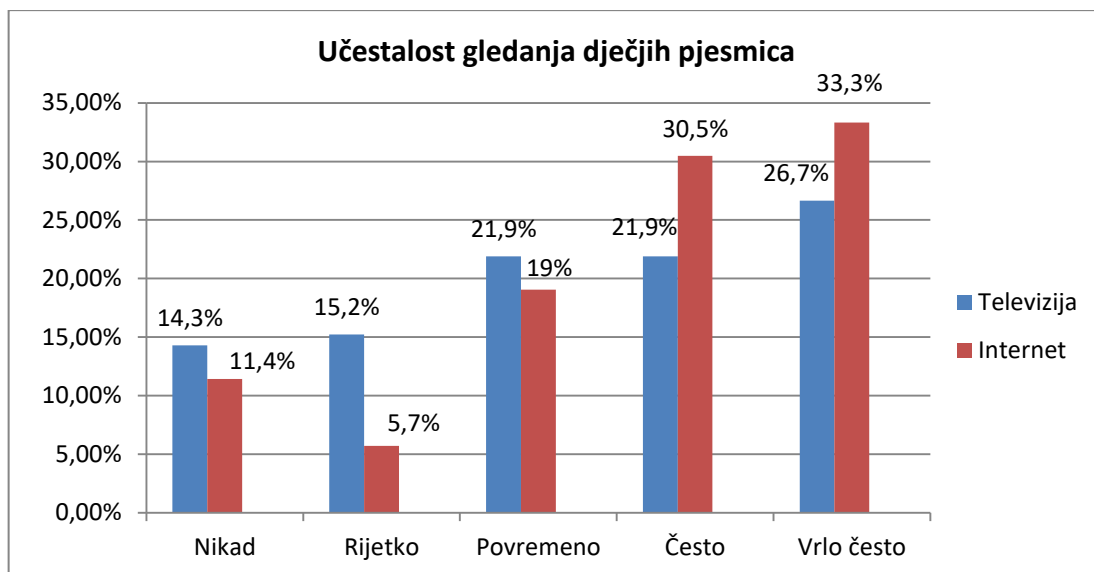
Grafikon 12. Učestalost gledanja crtanih filmova (N=105)

Prema podacima, većina djece ne prati oglase ni na internetu ni na televiziji (preko 70% njih), iako su oglasi često filtrirani u medijski sadržaj, roditelji možda ni ne primjećuju da djeca prate oglase jer misle da gledaju drugi sadržaj koji je prvotno privukao njihovu pažnju (Grafikon 13).



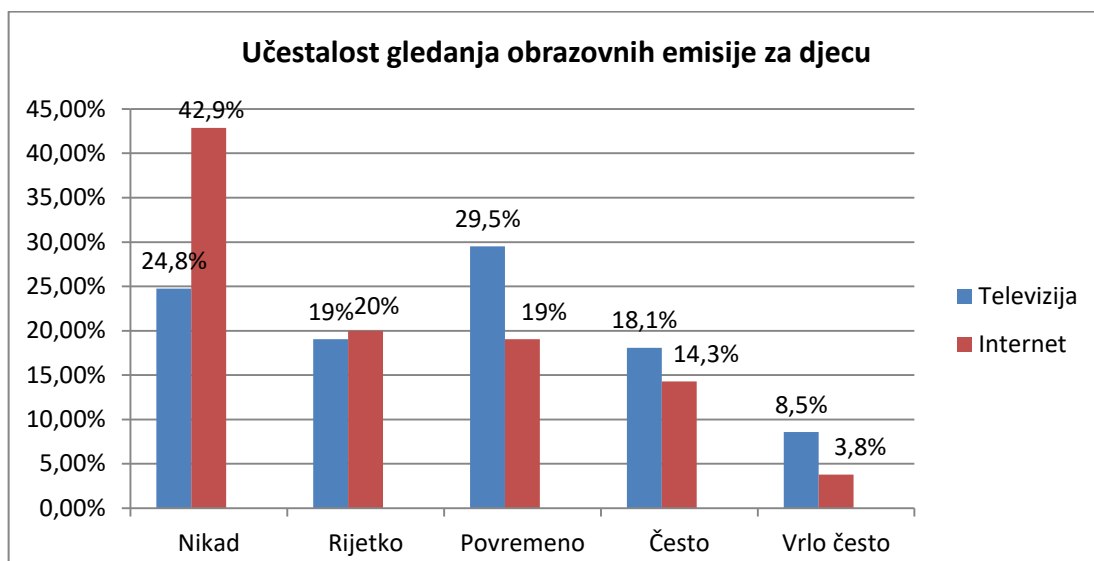
Grafikon 13. Učestalost gledanja oglasa (N=105)

Ona djeca koja često ili vrlo često gledaju dječje pjesmice u većem postotku to čine putem interneta u odnosu na televiziju (Grafikon 14).



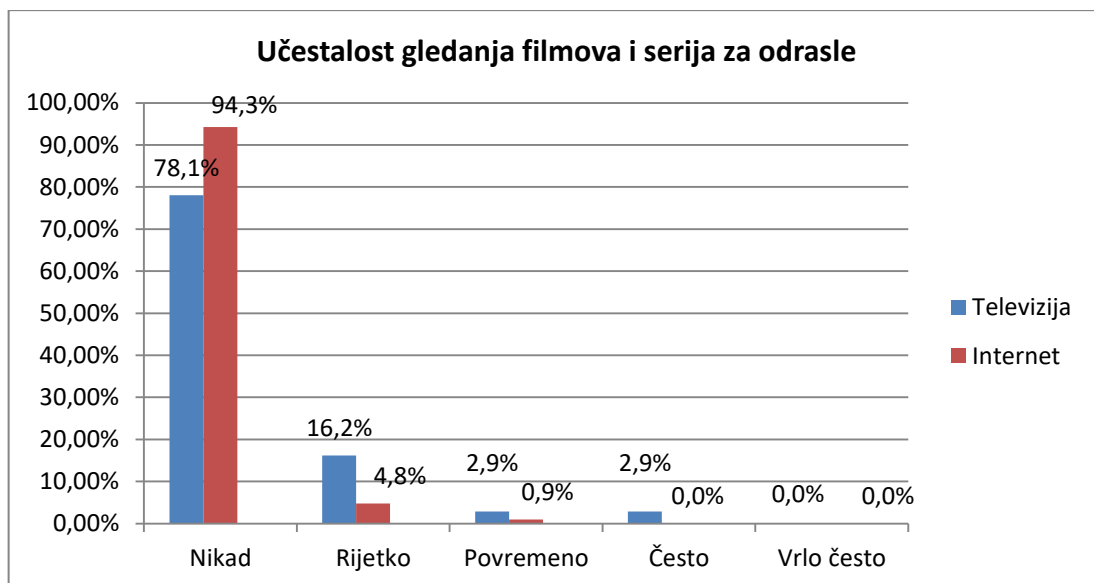
Grafikon 14. Učestalost gledanja dječjih pjesmica (N=105)

U dosta velikom postotku djeca na internetu nikada ne prate obrazovne sadržaje za djecu, ipak 29,5% ih povremeno prati na televiziji, 19% na internetu, često i vrlo često na televiziji prati tek preko 20%, a na internetu nešto manje od 20% (Grafikon 15).



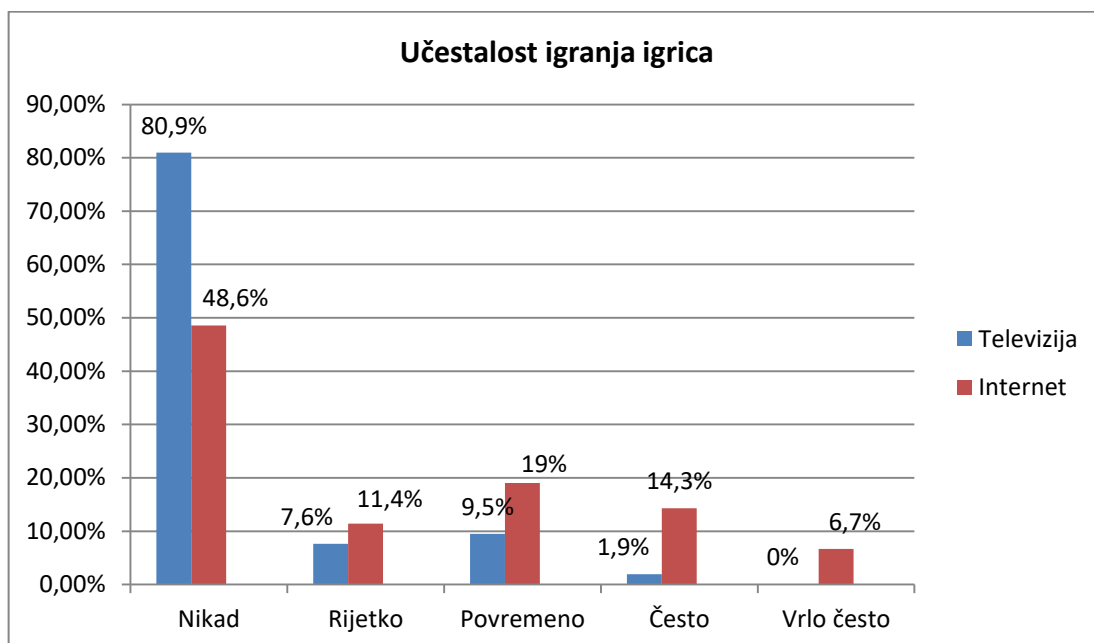
Grafikon 15. Učestalost gledanja obrazovnih emisija za djecu (N=105)

Većina navodi kako sadržaje za odrasle ne prate, manji dio njih (16,2%) ih prati rijetko, dok ih povremeno i često gleda njih 2,9% (Grafikon 16). Ako djeca i gledaju sadržaje za odrasle najčešće to čine putem televizije.



Grafikon 16. Učestalost gledanja filmova i serija za odrasle (N=105)

Igranje igrica nije toliko zastupljeno među djecom. Njih 81% na televiziji i 49% na internetu nikad ne igra igrice. Djeca koja igraju igrice najčešće ih igraju na internetu (Grafikon 17).

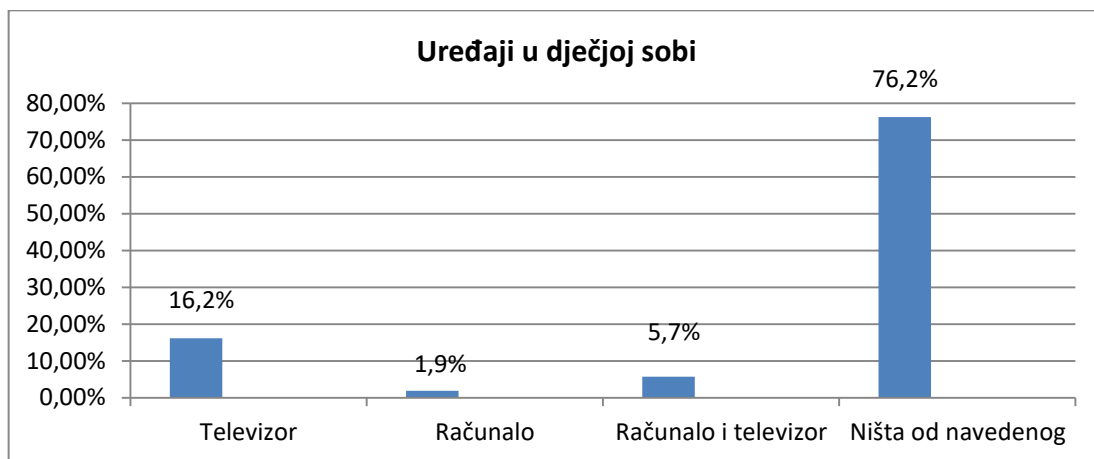


Grafikon 17. Učestalost igranja igrica (N=105)

8.4. Uređaji i njihovo korištenje

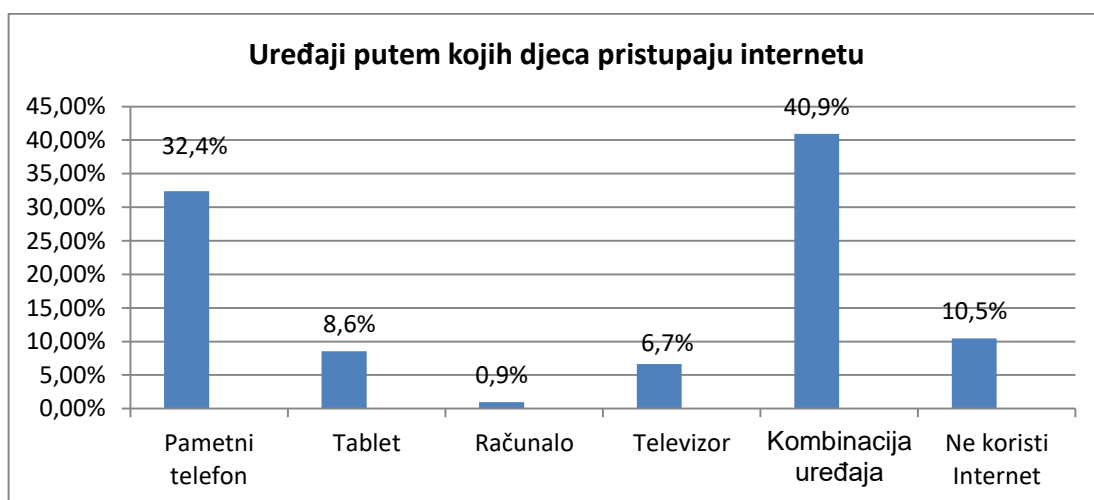
Preporuka je da se televizijski prijamnici ne stavljaju u središnji prostor u prostoriji kako se ne bi poslala poruka da je upravo on najvažniji u kućanstvu. U odgojno-obrazovnim ustanovama preporučuje se da budu skriveni u ormarima dok se ne

koriste. Kako bi gledanje medijskih sadržaja trebalo pozivati na druženje i biti zajednička aktivnost djece i odraslih, ne bi bilo poželjno stavljati uređaje za praćenje medijskih sadržaja u dječju sobu koji će ih pozivati na bavljenje medijima u njihova četiri zida. Također, prisutnost medijskih uređaja u djetetovoj sobi može utjecati na njegove navike spavanja i može remetiti dječji san. Manji postotak djece u svojim sobama ipak posjeduje televizor i /ili računalo, no ipak veći dio ispitanika (76,2%) navodi kako se u dječjim sobama ne nalaze nikakvi uređaji (Grafikon 18).



Grafikon 18. Uređaji koji se nalaze u dječjoj sobi (N=105)

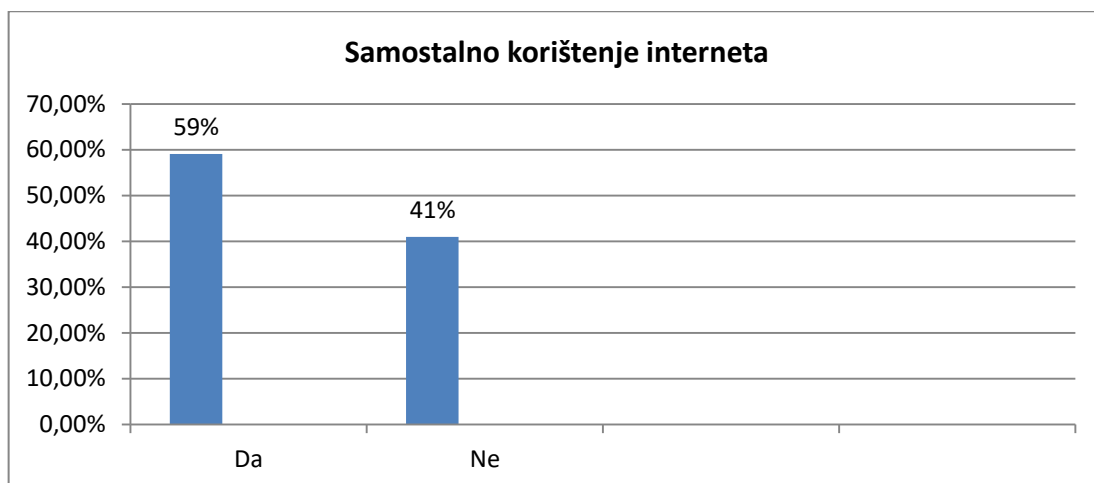
Najčešće se za pristup internetu koristi pametni telefon ili kombinacija uređaja, što znači da djeca koriste više različitih uređaja kako bi pristupila internetu (Grafikon 18).



Grafikon 19. Uređaji putem kojih djeca pristupaju internetu (N=105)

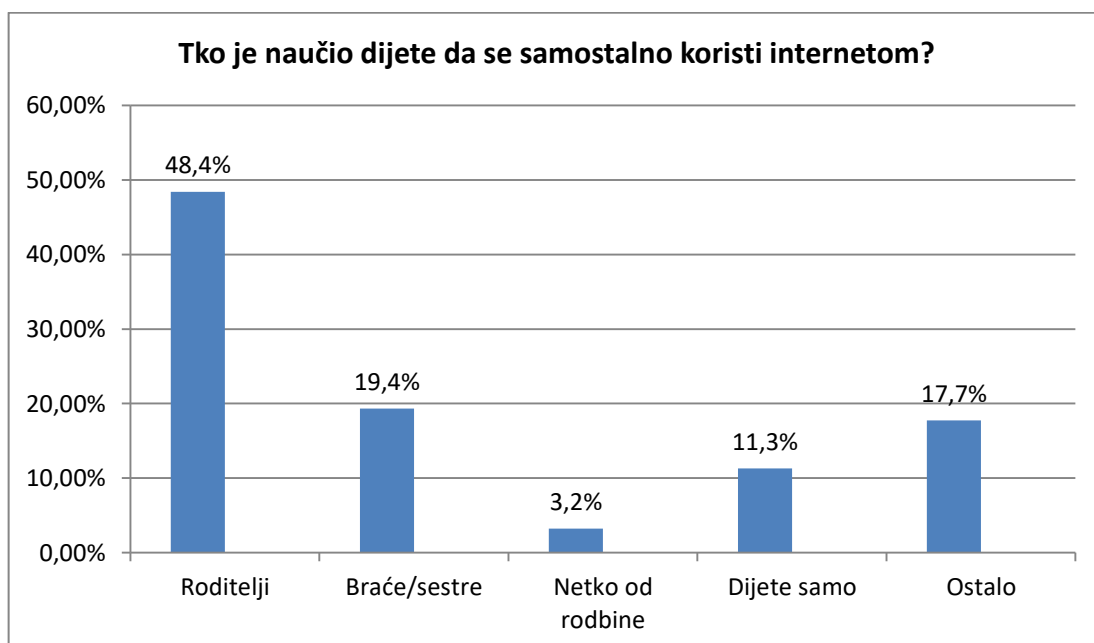
Internetom se samostalno koristi 59% djece što bi značilo da samostalno pokreću, pretražuju i biraju sadržaje (Grafikon 19). Prema podacima istraživanja Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017), 97% djece zna

samostalno upaliti neki elektronički uređaj, a 90% njih samostalno traži i pokreće sadržaje koje žele.



Grafikon 20. Samostalno korištenje interneta (N=105)

Ako znamo da su roditelji prvi medijski učitelji djece, onda možemo vidjeti da je skoro 50% roditelja naučilo svoju djecu samostalno se služiti internetom, a nezanemarlivu ulogu imaju i braća i /ili sestre.

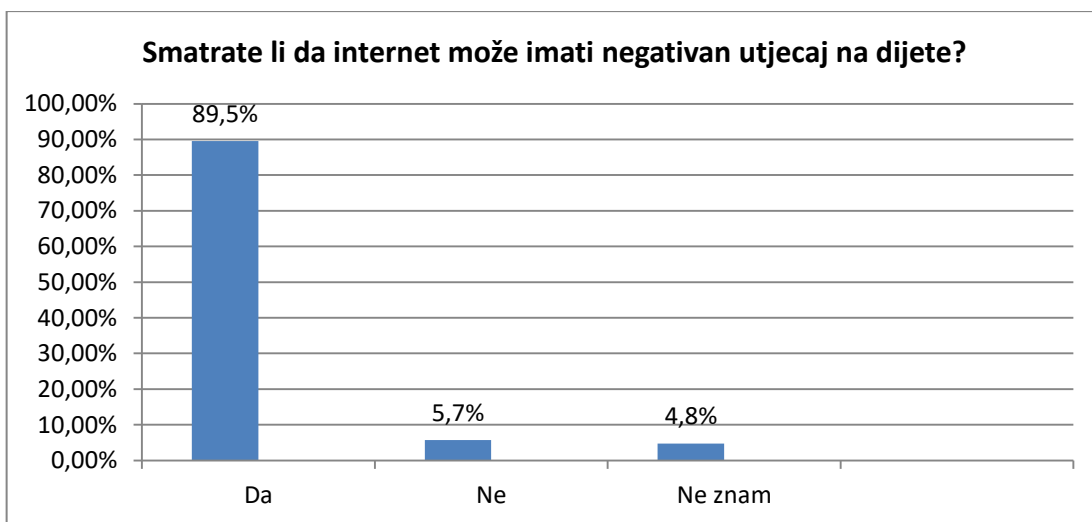


Grafikon 21. Prikaz osoba koje su naučile dijete samostalno koristiti internet (N=62)

8.5. Stavovi roditelja o utjecaju medija na djecu

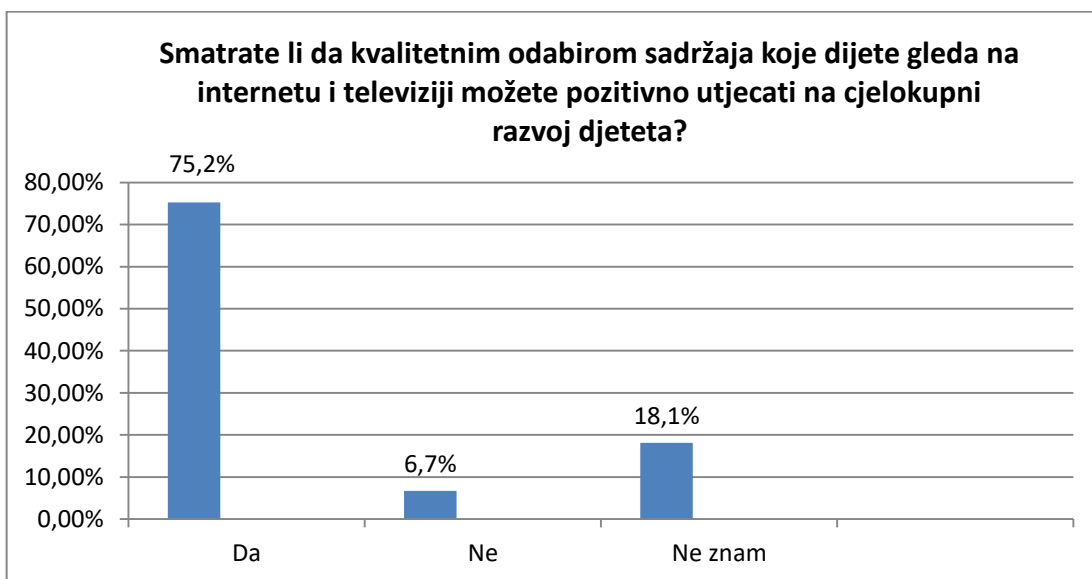
Roditelji prenose na djecu svoje stavove i vrijednosti vezane uz medije. U grafikonu broj 22 može se vidjeti da veliki postotak roditelja (89,5%) smatra da internet može

imati negativan utjecaj na dijete. U jednu ruku je dobro što su svjesni rizika i opasnosti pa u skladu i s tim mogu djelovati, no unatoč ovom visokom postotku, ipak polovica njih (55,2%) ne koristi nikakav program za sigurnije korištenje interneta, ali zato 69,5% roditelja često i uvijek budu prisutni kada su djeca na internetu, a samo 11,4% roditelja nikad ne vrši nadzor nad djetetovim aktivnostima na internetu u tijeku gledanja.



Grafikon 22. Stav roditelja o negativnom utjecaju interneta (N=105)

Većina roditelja (75,2%) smatra da je kvalitetan odabir medijskih sadržaja bitan za pozitivne učinke medija na djecu i na njihov razvoj. Da bi roditelji mogli birati kvalitetne sadržaje moraju biti medijski pismeni.



Grafikon 23. Povezanost kvalitetnog sadržaja i pozitivan utjecaj (N=105)

8.6. Rasprava rezultata

Hipotezu 1 „Djeca rane i predškolske dobi prije počnu gledati televizijske sadržaje, nego internetske“ možemo potvrditi jer prosječna dob za televiziju iznosi, 16,1 mjeseci, a za internet iznosi 21,8 mjeseci. Prema preporuci Svjetske zdravstvene organizacije (2019) djeca ispod dvije godine starosti ne bi trebala biti izložena nikakvim medijskim sadržajima putem ekrana, a iznad dvije godine preporuka je najviše sat vremena. Ovom hipotezom je potvrđeno da djeca počinju ranije gledati televizijske sadržaje od onih internetskih, no prema dobi možemo vidjeti rezultati nisu u skladu s preporukama Svjetske zdravstvene organizacije.

Hipotezu 2 „Djeca predškolske dobi dnevno provedu između 2 i 3 sata gledajući sadržaje na televiziji“ možemo odbaciti jer prosječno dnevno vrijeme gledanja sadržaja na televiziji iznosi 79 minuta što je manje od 2 sata. Za usporedbu, podaci za dnevno gledanje televizije iznose 52 minute prema istraživanja koje su proveli Nikken i Schols (2015).

Hipotezu 3 „Djeca rane i predškolske dobi dnevno provedu između 1 i 2 sata gledajući sadržaje na internetu“ možemo odbaciti jer djeca sadržaje na internetu gledaju manje od sat vremena dnevno, točnije 58,08 minuta. Kada se zbroji vrijeme gledanja sadržaja na televiziji i internetu dobijemo 137 minuta, nešto više od 2 sata vremena provedenog uz ekrane što se i uklapa u prosjek dobiven u istraživanju Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017), koji iznosi 2 do 3,6 sati dnevno.

Hipotezu 4 „Televizijske sadržaje djeca rane i predškolske dobi najčešće prate u prijepodnevnim satima“ možemo odbaciti jer samo mali broj djece (15,3%) sadržaje na televiziji prati u dopodnevnim satima. Njih 41% prati sadržaje u popodnevnim, a 38,1% u večernjim satima. Prema istraživanju Agencije za elektroničke medije i Unicefa (2014) također manji broj djece (11%) gleda sadržaje u jutarnjim satima.

Hipotezu 5 „Roditelji djece rane i predškolske dobi češće postavljaju vremensko ograničenje za gledanje sadržaja na internetu, nego što to čine za televiziju“ možemo potvrditi jer 63,8% roditelja uvijek postavlja vremensko ograničenje za internet za razliku od televizije (42,9%).

Hipotezu 6 „U sobi djeca rane i predškolske dobi nalazi se barem jedan elektronički uređaj“ možemo odbaciti jer se kod 80% djece u sobi ne nalazi nijedan elektronički uređaj (televizor, računalo). Prema podacima istraživanja Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017), kod 27% djece u dječjoj sobi nalazi se televizor, kod njih 8% računalo, a 5% djece u sobi ima igraću konzolu. Stručnjaci ne preporučuju uređaje u dječjim sobama jer mogu utjecati na djetetove navike spavanja u vidu kasnijeg odlaska na spavanje i premalo sna tijekom noći (Američka pedijatrijska akademija, 2016).

Hipotezu 7 „Roditelji djece rane i predškolske dobi koriste neke od programa/aplikacija za sigurnije korištenje interneta“ možemo odbaciti jer njih manje od polovice 44,8% ne koristi programe za sigurnije korištenje interneta. Činjenica da većina roditelja ne koristi neke od programa/aplikacije ne mora nužno značiti da roditelji nisu angažirani u vidu drugih aktivnosti poput razgovora i pomaganja u korištenju interneta što se može vidjeti iz podataka u istraživanju EU Kids Online (2014), gdje 25% ispitanika koristi neki od programa za blokiranje ili filtriranje sadržaja, dok u puno većem postotku (65%) roditelji daju savjete o sigurnijem korištenju interneta ili razgovaraju o viđenom sadržaju u 65% slučajeva.

9. ZAKLJUČAK

U provedenom istraživanju dobiveni podaci dali su uvid u dječje navike korištenja interneta i televizije te uvid u stavove roditelja o utjecaju medija na djecu. Nekada je televizija bila jedini medij na kojem su djeca mogla gledati medijske sadržaje, danas se uz pomoć interneta medijskim sadržajima može pristupiti ne samo kod kuće, već i izvan nje i u bilo koje doba dana. Više prilika za gledanje medijskih sadržaja znači i više vremena provedeno pred ekranima, a onda ostaje manje vremena za ostale dječje aktivnosti.

Istraživanje čiji su rezultati predstavljeni u ovom radu pokazuje da djeca dnevno pred televizijom u prosjeku provedu 1,3 sati, a gledajući sadržaje na internetu manje od sat vremena. Ako se vrijeme interneta i televizije zbroji dobijemo više od 2 sata dnevno što je približno rezultatima Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih grada Zagreba (2017). Djeca sve ranije počinju gledati medijske sadržaje putem različitih uređaja. Prema dobivenim podacima u ovom istraživanju, televiziju je 41% djece počelo pratiti u dobi od 6 mjeseci do godine dana, dok je internet 40% djece počelo koristiti u razdoblju od 1 do 2 godine. Ovaj podatak pokazuje da djeca i prije druge godine počinju pratiti medijske sadržaje i to u postotku koji nije zanemariv. Ako uzmemo u obzir da stručnjaci ne preporučuju djeci gledanje medijskih sadržaja do 18 mjeseci (Američka pedijatrijska akademija, 2016) možemo zaključiti da roditelji nisu svjesni mogućih posljedica preranog izlaganja djece medijskim sadržajima. Tijekom prvih godina djetetovog života mediji nisu potrebni za razvoj, na odraslima je da svojim primjerom pokažu uzorno korištenje medija jer su odrasli uzor djeci i imaju utjecaj na dječje navike korištenja medija (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Sukladno dobi djeteta, što je ono mlađe trebalo bi imati i kraća iskustva vezana uz medije, roditelji su dužni zaštititi djecu od prevelike izloženosti medijima i sadržajima koji nisu primjereni za dječju dob (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Takva saznanja upućuju na potrebu edukacije i informiranja roditelja vezano uz djecu i njihovo korištenje medija.

Mediji su djeci zanimljivi i privlačni, a ako se ne koriste na primjeren način mogu imati negativne utjecaje na djecu. Da bi djeca mogla odgovorno i kritički koristiti medije, birati korisne sadržaje i iskoristiti sve pozitivne dobrobiti medija u tome

trebaju pomoć odraslih, prvenstveno roditelja. Roditelji su svjesni da odabirom kvalitetnih sadržaja mogu pridonijeti pozitivnom utjecaju medija na djetetov cjelokupni razvoj pa je vrlo važno osigurati podršku roditeljima kako bi dobili određena znanja, vještine i stavove koje će moći prenositi djeci i biti im medijski uzor. Roditelji trebaju odvojiti vrijeme za djecu i zajedno s njima sudjelovati u medijskim aktivnostima. Opasnost od negativnih utjecaja medija ne može se zanemariti, no to ne bi trebao biti razlog da se djeci brane aktivnosti vezane uz medije, već prilika i izazov da ih se nauči kako da pristupaju medijskim sadržajima, da ih sami stvaraju, kritički promatraju te, da ih se medijski opismeni.. Ustanove za rani i predškolski odgoj i njihovi djelatnici imaju mogućnosti priliku, roditeljima pružiti podršku u razvijanja medijske pismenosti djece, što ukazuje na potrebu edukacije i jačanja kompetencija odgojitelja na ovom području.

LITERATURA

- AEM i UNICEF (2014). *Kako djeca gledaju televizijski program?* Preuzeto s https://www.unicef.hr/wpcontent/uploads/2016/01/infografika_gledanje-TVa_FIN1.pdf (pristupljeno 20.6.2019.)
- Agencija za elektroničke medije (2016). *Preporuke za zaštitu djece i sigurnosti korištenja elektroničkih medija.* Preuzeto s <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf> (pristupljeno 27.5.2019.)
- Američka pedijatrijska akademija (2018). *Children and Media Tips.* Preuzeto s <https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/news-features-and-safety-tips/Pages/Children-and-Media-Tips.aspx> (pristupljeno 15.6.2019.)
- Aubrey, J. S., Robb, M. B., Bailey, J., Bailenson, J. (2018). *Virtual Reality 101: What You Need to Know About Kids and VR.* San Francisco, CA: Common Sense.
- Bartaković, S., Sindik, J. (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta Iadertina*, 13 (2), 95-113.
- Batarelo Kokić, I. (2009). Djeca, mediji i računalna tehnologija. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 85/86 (111/112), 3
- Blažina, K., Fedor, I., Labaš, D. (2015). *Mediji (i) naši učitelji*, Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK). Preuzeto s <http://dkmk.hr/wp-content/uploads/2016/01/Mediji-i-na%C5%A1i-u%C4%8Ditelji.pdf> (pristupljeno 20.5.2019.)
- Brusić, R., Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. Mališa, J., Marković, N., Osmančević, L., Rovis Brandić, A., Vučenović, D. (2015). *Komunikacija odgaja — odgoj komunicira. Emocionalna i medijska pismenost.* Zagreb: Pragma. Preuzeto s <http://www.udruga-pragma.hr/wp-content/uploads/2015/10/komunikacija-odgaja-odgoj-komunicira.pdf> (pristupljeno 18.6.2019.)
- Centar za sigurniji internet (2016). *Zaštita djece na internetu.* Preuzeto s <https://www.csi.hr/p/Za%C5%A1tita%20djece%20na%20internetu>. (pristupljeno 15.6.2019.)
- Ciboci, L., Gazdić-Alerić, T., Kanižaj, I. (2019). Percepcija ravnatelja osnovnih škola o važnosti medijske pismenosti u primarnome obrazovanju. *Communication*

Management Review, 04 (01), 60-77.

- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2014). Media Education from the Perspective of Parents of Preschool Children: Challenges and Trends in Free Time Media Use. *Medijska istraživanja*, 20 (2), 53-69.
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). *Pozitivni i negativni medijski sadržaji*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef. Preuzeto s <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf> (pristupljeno 14.8.2019.)
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2018). *Obitelj i izazovi novih medija*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK). Preuzeto s <http://www.djecamedija.org/wp-content/uploads/2018/04/prirucnik-obitelji-i-izazovi165x240mm-v3-web.pdf> (pristupljeno 20.05.2019.)
- Dokler, A. (2019). *Videoigre u predškolskoj dobi: kako utječu na dječju igru i razvoj*. Preuzeto s <https://www.medijskapismenost.hr/videoigre-u-predskolskoj-dobi-kako-utjecu-na-djecju-igru-i-kako-ih-koristiti-u-obrazovanju/>, (pristupljeno 15.6.2019.)
- EC (2007). *Key competences for lifelong learning - European Reference Framework*. Preuzeto s <https://www.erasmusplus.org.uk> (pristupljeno, 20.8.2019.)
- Eu Kids Online, (2011-2014). *Findings, methods, recommendations*. Preuzeto s <https://lisedesignunit.com/EUKidsOnline/html5/index.html?page=1&noflash#> (pristupljeno 16.8.2019.)
- Flego, M. (2009). Znaju više od roditelja ali podcjenjuju opasnosti. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 85/86 (111-112), 20 -22.
- Flego, M. (2009/2010). Pravo na pozitivan utjecaj medija. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 88/89 (114-115), 27-28.
- Flego, M. (2011). Zaštita prava djece u medijima: Iz prakse ureda pravobraniteljice za djecu. U: Ciboci, L., Kanižaj, I. Labaš, D. (ur.), *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije* (str. 65-81). Zagreb: Matica hrvatska.
- Haines, J., O'Brien, A., McDonald, J., Goldman, R. E., Evans-Schmidt, M., Price, S., King, S., Sherry, B., Taveras, E. M. (2013). Television Viewing and Televisions in Bedrooms: Perceptions of Racial/Ethnic Minority Parents of Young Children. *Journal of Child Family Studies*, 22 (6), 749-756.
- Harviainen, J. T., Meriläinen, M., Tossavainen, T. (2015). The Game Educator's

Handbook, preuzeto s <https://pelikasvatus.fi/gameeducatorshandbook.pdf> (pristupljeno 8.9.2019.)

- Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017). *SCREEN TIME: Prvo nacionalno istraživanje Poliklinike o izloženosti predškolske djece svim ekranima*. Preuzeto s <https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/screen-time-prvo-nacionalno-istrazivanje-poliklinike-o-izlozenosti-predskolske-djece-svim-ekranima-2/> (pristupljeno 15. 6. 2019.)
- Hrvatska enciklopedija (n.p.). *Internet*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (pristupljeno 07.6.2019.)
- Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9 (2), 9-34.
- Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji*, Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
- Kolucki, B., Lemish, D. (2013). *Kako komunicirati s djecom*, Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF), Ured za Hrvatsku. Preuzeto s https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/06/Prirucnik_Kako_komunic_HR_web_1_.pdf (pristupljeno 07.6.2019.)
- Košir, M., Zgrabljić, N., Ranfl, R. (1999). *Život s medijima*, Zagreb: Doron.
- Labaš, D. (2011). Djeca u svijetu interneta: zatočenici virtualnog svijeta. U Ciboci, L., Kanižaj, I. Labaš, D. (ur.), *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije* (str. 65-81). Zagreb: Matica hrvatska.
- Galić, M. (2016). *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: Printera grupa.
- Lemish, D. (2008). *Deca i televizija*, Beograd: Clio.
- Levinson, P. (2001). *Digitalni McLuhan, vodič za novo doba*, Zagreb: Izvori.
- Mikić, K. (2009/2010). Zašto odgajati i obrazovati za medije? *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 88/89 (114-115), 2-4.
- Musić Milanović, S., Lang Morović M., Markelić, M. (2018). *Europska inicijativa praćenja debljine u djece, Hrvatska 2015./2016. (CroCOSI)*. Zagreb: Hrvatski zavod za javno zdravstvo. Preuzeto s <https://www.hzjz.hr/wp->

<content/uploads/2018/05/CroCOSI-izvjesce-HR-web.pdf> (pristupljeno 22.6.2019.)

- MZOS (2014). *Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje*. Preuzeto s <https://www.azoo.hr/images/strucni2015/Nacionalni-kurikulum-za-rani-i-predskolski-odgoj-i-obrazovanje.pdf> (pristupljeno 10.8.2019.)
- Nikken, M., Schols, M. (2015). How and Why Parents Guide the Media Use of Young Children. *Journal of Child and Family Studies*, 24/11 (3423–3435). Preuzeto s <https://link.springer.com/journal/10826>, (pristupljeno 15.8.2019.)
- Obad, V. (2009/2010). Mediji ne upravljaju nama - mi upravljamo medijima. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 88/89 (114-115), 15-16.
- Oroz Štancl, I. (2014). Prikriveno oglašavanje u crtanim filmovima. *Medijske studije*, 5 (9), 76-90.
- Peran, S., Raguž, A. (2019). Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi. *Communication Management Review*, 04 (01), 216-231.
- Perišin, T. (2011). Televizija. U: Z. Peruško (ur.), *Uvod u medije* (str. 141-172). Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko Sociološko društvo.
- Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
- Pravobranitelj za djecu (2013). *Izješće o radu pravobraniteljice za djecu za 2012. godinu*. Preuzeto s [Izvjescje%20pravobraniteljice%20za%202012.%20godinu-3.pdf](#) (pristupljeno 25.6.2019.)
- Prelog., N. (2011). Novi mediji i novinstvo na internetu. U: Z. Peruško (ur.) *Uvod u medije* (str. 203-218). Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo
- Državni zavod za statistiku (2018). *Priopćenje 2.3.2*. Zagreb: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Preuzeto s <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 20.06.2019.)
- Proleksis enciklopedija (n.p.). *Internet*. Preuzeto s <http://proleksis.lzmk.hr/28154/> (pristupljeno 7. 6. 2019.)
- Rukljač, I., (2009). Software za roditelje. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 85/86 (111/112), 29-30.
- Seix, M., Noguera, M. (2018). *Vrijeme uz ekrane*, Zagreb: Neretva d.o.o.
- Sigman, A. (2010). *Daljinski upravljani: kako televizija šteti našim životima – i što*

po tom pitanju možemo učiniti. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.

- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 18 (1), 5-33.
- Sindik, J., Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 16 (2), 107-133.
- Singer, G. D., Singer, L. J. (2012). *Handbook of children and media*. California: SAGE Publications Inc.
- Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija*, Zagreb: Naklada Ljevak.
- Svjetska zdravstvena organizacija (2019). *To grow up healthy, children need to sit less and play more*. Preuzeto s <https://www.who.int/news-room/detail/24-04-2019-to-grow-up-healthy-children-need-to-sit-less-and-play-more> (pristupljeno 23.8.2019.)
- Šaban, S.(2006). Dijete uči od svoje okoline. *Narodni zdravstveni list* , 558-9 (6), 10-11
- Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola, LV* (22), 97-103.
- Tomljenović, R., Ilej, M., Banda, G. (2018). *Djeca i mediji*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku.
- Unesco (2014). *Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital*. Preuzeto s http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/paris_mil_declaration.pdf (pristupljeno 19.8.2019.)
- Unicef (1989). *Konvencija o pravima djeteta*, preuzeto s https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf (pristupljeno 23.6.2019.)
- Vidović, T. (2009). Primjena računala i medija u radu s djecom predškolske dobi. *ZRNO: Časopis za obitelj, vrtić i školu*, 85/86 (111/112), 13-14.
- Zakon o elektroničkim medijima, NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13
- Zakon o medijima, NN 59/04, 84/11, 81/13
- Zaman, B., Nouwen, M. (2016). *Parental controls: advice for parents, researchers and industry*. EU Kids Online, London, UK. Preuzeto s http://eprints.lse.ac.uk/65388/1/_lse.ac.uk_storage_LIBRARY_Secondary_libfile_shared_repository_Content_EU%20Kids%20Online_EU_Kids_Online_Parental%20cont

[rols%20short%20report_2016.pdf](#) (pristupljeno 26.6.2019.)

- Zgrabljic Rotar, N. (2008). *Medijska pismenost i medijska etika u civilnom društvu*, u: Peruško, Z. (ur.), *Kultura, mediji i civilno društvo (str. 43-75)*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

POPIS GRAFIKONA

- Grafikon 1. Dob roditelja
- Grafikon 2. Dob djece
- Grafikon 3. Dob u kojoj su djeca počela pratiti medijske sadržaj
- Grafikon 4. Dnevno gledanje medijskih sadržaja
- Grafikon 5. Doba dana u kojem djeca prate medijske sadržaje
- Grafikon 6. Postavljanje vremenskog ograničenja gledanja medijskih sadržaja
- Grafikon 7. Povezanost postavljanja vremenskog ograničenja gledanja i vremena provedenog u gledanju medijskih sadržaja na televiziji
- Grafikon 8. Povezanost postavljanja vremenskog ograničenja gledanja i vremena provedenog u gledanju medijskih sadržaja na internetu
- Grafikon 9. Koriste li roditelji neki od programa za sigurnije korištenje interneta ?
- Grafikon 10. Najgledaniji sadržaji na televiziji
- Grafikon 11. Najgledaniji sadržaji na internetu
- Grafikon 12. Učestalost gledanja crtanih filmova
- Grafikon 13. Učestalost gledanja oglasa
- Grafikon 14. Učestalost gledanja dječjih pjesmica
- Grafikon 15. Učestalost gledanja obrazovnih emisije za djecu
- Grafikon 16. Učestalost gledanja filmovi i serije za odrasle
- Grafikon 17. Učestalost igranja igrice
- Grafikon 18. Uređaji koji se nalaze u sobi djeteta
- Grafikon 19. Uređaji putem kojih djeca pristupaju internetu
- Grafikon 20. Samostalno korištenje interneta
- Grafikon 21. Prikaz osoba koje su naučile dijete samostalno koristiti internet
- Grafikon 22. Stav roditelja o negativnom utjecaju interneta
- Grafikon 23. Povezanost kvalitetnog sadržaja i pozitivan utjecaj

POPIS TABLICA

- Tablica 1. Vrijeme provedeno na gledanje sadržaja na televiziji s obzirom na dob
- Tablica 2. Vrijeme provedeno na gledanje sadržaja na internetu s obzirom na dob
- Tablica 3. Slaganje s navedenom tvrdnjom, izraženo u postocima

PRILOG 1. ANKETNI UPITNIK

ANKETNI UPITNIK

Poštovani roditelji,

molim Vas da ispunite priloženi anketni upitnik namijenjen roditeljima djece rane i predškolske dobi, u svrhu izrade diplomskog rada na temu „Usporedba korištenja elektroničkih i novih medija među djecom rane i predškolske dobi“. Dobiveni podaci će biti isključivo korišteni u svrhu izrade diplomskog rada. Sudjelovanje je dobrovoljno i u potpunosti anonimno, molim Vas da iskreno odgovorite na ponuđena pitanja. Hvala na uloženom trudu i odvojenom vremenu! Dominika Beljo, univ.bacc.praesc.educ.

1. Spol: a) M b) Ž

2. Koliko imate godina? a) do 19 b) 20 – 30 c) 31-40 d) 41-50 e) 51 i više

3. Dob Vašeg djeteta (ako imate više od jednog djeteta, ispunite čitavu anketu za najmlađe dijete):

a) Do godinu dana b) 1 – 2 godine c) 2 - 3 godine d) 3 - 4 godine
e) 4 - 5 godina f) 5 - 6 godina g) 6 - 7 godina

4. U kojoj dobi je Vaše najmlađe dijete počelo pratiti medijske sadržaje na internetu/televiziji?

Televizija	Internet
a) 0 - 6 mjeseci	a) 0 - 6 mjeseci
b) 6 mjeseci – 1 godina	b) 6 mjeseci – 1 godina
c) 1 – 2 godine	c) 1 – 2 godine
d) 2 - 3 godine	d) 2 - 3 godine
e) iza 3. godine	e) iza 3. godine
f) ne prati	f) ne prati

5. Prema Vašoj procjeni koliko ukupno sati dnevno dijete provede gledajući medijske sadržaje na televiziji/ internetu?

Televizija	Internet
a) do 1 sat dnevno	a) do 1 sat dnevno
b) 1 do 2 sata dnevno	b) 1 do 2 sata dnevno
c) 2 do 3 sata dnevno	c) 2 do 3 sata dnevno
d) više od 3 sata dnevno	d) više od 3 sata dnevno
e) ne gleda televiziju	e) ne gleda sadržaje na internetu

6. U koje doba dana dijete najčešće prati sadržaje na televiziji/internetu?

Televizija	Internet
a) U dopodnevnom satima(do 12 sati)	a) U dopodnevnom satima(do 12sati)
b) U popodnevnom satima(12-18 sati)	b) U popodnevnom satima(12-18sati)
c) Navečer (18-23)	c) Navečer (18-23 sata)

7. Postavljate li djetetu vremensko ograničenje prilikom gledanja medijskih sadržaja na televiziji/internetu?

Televizija	Internet
a) Da, uvijek postavljam vremensko ograničenje	a) Da, uvijek postavljam vremensko ograničenje
b) Ponekad postavljam vremensko ograničenje	b) Ponekad postavljam vremensko ograničenje
c) Ne postavljam vremensko ograničenje	c) Ne postavljam vremensko ograničenje

8. Za koje sadržaje dijete koristi televiziju / internet:

(Zaokružite na ljestvici od 1 do 5 sa sljedećim vrijednostima 1-nikad, 2-rijetko, 3-povremeno, 4-često, 5- vrlo često).

	Televizija	Internet
Gledanje crtanih filmova	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Gledanje oglasa	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Gledanje dječjih pjesmica/spotova	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Gledanje obrazovnih emisije za djecu	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Gledanje sadržaji za odrasle(filmovi/serije)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Igranje igrice	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

9. U sobi Vašeg djeteta se nalazi: a) Televizor b) Računalo c) Računalo i televizor d) Ništa od navedenog

10. Putem kojih uređaja dijete gleda medijske sadržaje na internetu? (moguće zaokružiti više odgovora)

a) Pametnog telefona b) Tableta c) Računalo d) Televizor e) Ne gleda sadržaje na internetu

11. Zaokružite svoje slaganje s niže navedenim tvrdnjama na ljestvici od 1 do 5 sa sljedećim vrijednostima: 1-nikad, 2-rijetko, 3-ponekad, 4-često, 5-uvijek.

Dijete koristi neki od uređaja (televizijski prijemnik, pametni telefon, tablet, računalo) za za uspavljivanje.	1 2 3 4 5
Kada želim umiriti dijete nudim mu sadržaj na internetu.	1 2 3 4 5
Televizijski prijemnik je uključen i onda kada ga nitko ne gleda.	1 2 3 4 5
Sadržaje na internetu dijete gleda uz nadzor odrasle osobe.	1 2 3 4 5
Za vrijeme obroka dijete prati sadržaj na nekom uređaju(televizor, pametni telefon, tablet).	1 2 3 4 5
Dijete koristi pametni telefon ili tablet za vrijeme vožnje.	1 2 3 4 5
Dijete koristi internet kad mu je dosadno u društvu odraslih.	1 2 3 4 5

12. Dijete se samostalno koristi internetom (samostalno pokreće, pretražuje i bira sadržaje)? a) Da b) Ne

13. Ako se vaše dijete samostalno koristi internetom, tko ga je tome naučio:

a) Roditelji b) Braće ili sestre c) Netko od rodbine d) Ostalo _____

14. Smatrate li da internet može imati negativan utjecaj na dijete? a) Da b) Ne

15. Koristite li neki program/aplikaciju koja doprinosi sigurnijem korištenju interneta?

a) Da b) Ne, ali sam upoznat/a s takvim programima c) Ne, ne znam o kakvim se programima radi

16. Dijete internet koristi:

a) Isključivo kod kuće b) Izvan kuće c) Kod kuće i izvan kuće d) Ne koristi internet

17. Smatrate li da kvalitetnim odabirom sadržaja koje dijete gleda na internetu i televiziji možete pozitivno utjecati na cjelokupni razvoj djeteta? a) Da b) Ne c) Ne znam

IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI RADA

Izjavljujem da sam ja Dominika Beljo studentica Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Lane Ciboci, izradila diplomski rad pod nazivom „Usporedba korištenja elektroničkih i novih medija među djecom rane i predškolske dobi“.

U Zagrebu, 20.9.2019.

Dominika Beljo
