

Utjecaj medija na djecu predškolske dobi

Šimala, Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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:147:011017>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

TEA ŠIMALA
ZAVRŠNI RAD

UTJECAJ MEDIJA NA DJECU
PREDŠKOLSKE DOBI

Petrinja, 13. rujna 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ
(Petrinja)

PREDMET: Uvod u komunikologiju

ZAVRŠNI RAD

Ime i prezime pristupnika: Tea Šimala

**TEMA ZAVRŠNOG RADA: Utjecaj medija na djecu
predškolske dobi**

MENTOR: izv. prof. dr. sc. Mario Dumančić

SUMENTOR: prof. Ana Valjak Čunko

Petrinja, 13. rujna 2017.

Sadržaj

Sažetak	2
Summary	3
Uvod	4
Počeci komunikacije.....	5
Mediji	6
Medijski tekst.....	10
Medijska pismenost	11
Motivi gledanja televizije kod djece.....	11
Utjecaj na odgoj djece.....	19
Oglašavanje- utjecaj na djecu	20
Ilustracija u edukativnim izdanjima	21
Uloga odgajatelja u odnosu medija i djece	22
Cyber-bullying (elektroničko zlostavljanje).....	22
Komunikologija i mediji.....	23
Zaključak	24
Literatura	27
Autobiografska jedinica	29
Izjava o akademskoj čestitosti	30
Izjava o korištenju autorskog djela	31

Sažetak

Živimo u razdoblju elektroničkih medija koji se rapidno razvijaju iz dana u dan. Svjedoci smo sve većeg medijskog utjecaja na djecu kao i na odrasle. U današnje vrijeme djecu izlažemo medijima od najranije dobi, što itekako utječe na njihov rast i razvoj. Mediji su svugdje oko nas, na poslu, u vrtiću, kod kuće, današnji svijet je nezamisliv bez masovnih medija. Djeca su kao korisnici najviše izložena štetnim utjecajima medija stoga su se počela provoditi razna istraživanja o toj činjenici.

Za temu ovog završnog rada odabrala sam istražiti negativne i pozitivne utjecaje medija na djecu predškolske dobi. Kako televizija, računalni mediji, internet i kompjuterske igrice utječu na razvoj djece te razni drugi načini elektroničkog odgoja. Uz pomoć literature pokušala sam objasniti kako podučiti djecu pravilnom korištenju medija te kako razlikovati stvarnost od fikcije.

Ključne riječi: masovni mediji, djeca, odgoj, televizija

Summary

We live in the era of electric media, which are rapidly developing each day. We witness the growing impact of media on children, but also on adults. These days, children are exposed to media right from the early stages of their lives, which definitely affects their growth and development. The media are all around us; at work, in kindergartens, at home, and we can't imagine our lives without them. Kids are, out of all users, the most exposed to all the bad influences of media so there are many researches about it.

I chose to explore the negative and the positive influences of media on children of preschool age as a subject of my paper. In this paper I will explore how television, computer media, internet and computer games affect development of children. I will also describe how raising a child with the help of electronic devices affects them. The literature I've read has helped me to explain how to teach children to use the media wisely and how to distinguish reality from fiction.

Key words: mass media, children, raising a child, television

Uvod

Današnji svijet nezamisliv je bez medija. Od nastanka pa sve do danas mediji se šire nezaustavljivim tempom. Surova realnost je to, da će se razvoj tehnologije i medija nastaviti u budućnosti i to većom brzinom od samih očekivanja (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Usporedno s pojavom i širenjem masovnih medija traju i javne rasprave o njihovim funkcijama i njihovom utjecaju na sve brojniju publiku, a posebice na djecu (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

UNESCO je još 1964. podupro ideju o odgoju za medije. 1976. njegova je radna skupina stručnjaka napravila model masovnog odgoja za medije koji je djecu i mladež trebao naučiti kritičkom prihvatanju sadržaja medija. U siječnju 1982. u Njemačkoj su na međunarodnom simpoziju *Odgoj za medije* prihvatili deklaraciju koju je potpisalo 19 država. U njoj naglašavaju značenje takvog odgoja koji bi pripremio mlade na odgovorno građanstvo i povećao kritičku svijest medijskih korisnika. Deklaracija zagovara da djeca moraju imati pristup različitim nacionalnim i međunarodnim izvorima informacija, posebice onima koji naglašavaju njihovo društveno, duhovno i moralno blagostanje, da moraju imati slobodu izražavanja i mogućnost izražavanja vlastitoga mišljenja o svim stvarima koje ih se tiču (Erjavec, Zgrabljic, 2000).

Kroz povijest je razvijeno niz teorija masovnih komunikacija, ali nijedna teorija nije uspjela do kraja potisnuti sve druge zbog karakterističnog “viška neuhvatljivosti” (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Posebnu pozornost široke javnosti i stručnjaka izaziva propitivanje utjecaja masovnih medija i djece koja su najizloženiji i najosjetljiviji dio populacije. Kroz ljudsku povijest mijenjao se i usavršavao proces odgoja i učenja, mijenjala su se znanja, zahtjevi i norme koje su djeca trebala usvojiti, a povećavao se i broj sudionika u socijalizacijskom procesu (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Masovni mediji su oni koji su se nametnuli kao neizostavna komponenta naših života i jedna od neizbježnih komponenti socijalizacijskog procesa (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

U suvremenom društvu svaka nova generacija djece odrasta u okolini koja je sve bogatija novim medijima i njihovim sadržajima. Sve više djece sjedi kod kuće za kompjuterom ili je na mobilnom uređaju umjesto da se vani igra sa ostalom djecom. Sukladno tome, mijenja se i potencijalni utjecaj medija na djecu ili, točnije rečeno, percepcija tog utjecaja. Zbog toga i dan danas postoje razna istraživanja kako masovni mediji utječu na djecu (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

Počeci komunikacije

„Prva su pisma bila vizualna, gdje god se pojavila. To znači da su najraniji prikazi- rezbarije, spiljske slikarije- bili stilizirani i umnožavali se tako da bi mogli prenijeti poruku.“ (Inglis, 1997, str. 9). Veliki problem je bio taj što je bilo potrebno puno različitih znakova kako bi se prenijele poruke nekog društva ili skupine (Inglis, 1997).

Gotovo u isto vrijeme govornici sumerskog jezičnog područja (jezik drevne Mezopotamije) razvili su prvu međunarodnu komunikacijsku mrežu koja je obuhvatila Srednji istok i šire (Inglis, 1997). Zatim se međunarodna komunikacijska mreža stala vezati uz egipatske hijerogliffe s vlastitim znakovljem kojim su se izražavale razne fonetske transpozicije. Slijedila su različita bliskoistočna slogovna pisma. Znakovi koji su bili namijenjeni za sve samoglasnike i suglasnike (Inglis, 1997). Znakovi su unatoč svemu bili preveliki te nisu mogla izraziti fonem kao temeljnu jedinicu značućeg zvuka (Inglis, 1997). „Nadalje su Hetiti i druge stare semitske civilizacije znatno unaprijedili pismo, služeći se, doduše, jedino vlastitim teškim alfabetima koji su isključivali niže staleže, zadržavajući u svome vlasništvu sustav pisma, njegovu reprodukciju i njegovu tehnologiju.“ (Inglis, 1997, str. 10). Moglo bi se reći da se ljudi služe pismom nešto više od 6000 godina- fonetski alfabet kao cjeloviti poznati oblik prisutan je nešto manje od polovice tog razdoblja (Inglis, 1997).

U eseju s naslovom "The storyteller" (Pripovjedač) njemački kulturni kritičar Walter Benjamin (1970., 83) napisao je približno godine 1930. da je "umijeće pripovijedanja priča iščeznulo. Sve rjeđe i rjeđe susrećemo ljude kadre da pripovijest

ispripovijedaju kako treba. Kao da nam je nešto što se činilo neodvojivo od nas, bilo našim najsigurnijim posjedom, oduzeto; mogućnost da razmijenimo iskustva.” (Inglis, 1997).

Marshall McLuhan (1962.) otkriće tiska smatra ključem moderne svijesti, disciplinom koja je utvrdila ljudski duh usmjerivši ga preko ravnih i ne zastrašujućih crta tiska, priječeći da se razmišlja i osjeća u slikama, da se svijet doživljava ”kinestetički”, ili na način kako ga doživljavamo slušajući, gledajući, kušajući i birajući sve oko sebe što je sadržano u doživljaju lijepe slike ili glazbe. „Pisanje se već razvija više od dva i pol tisućljeća od pojave grčkog pisma. No trebalo je još dvije tisuće godina do otkrića tiskarskog stroja.“ (Inglis, 1997, str. 15).

Febvre i Martin (1976.) tvrde kako je prvih 50 god. postojanja tiska više od tri četvrtine svih knjiga objavljeno na latinskome. Iako je tada latinski bio vodeći jezik gotovo četvrtina knjiga je bila objavljena na lokalnim jezicima- tzv. urođeničkima- što potvrđuje neovisno postojanje tih jezika u *pisanu obliku* i izvan kruga elite koja je pisala posvećenim, latinskim jezikom, i to mnogo prije pojave knjige (Inglis, 1997).

Mediji

Medij je oruđe komunikacije; on prenosi ili ”posreduje” poruku. Neki od medija su: telefon, radio, film, televizija, tisak i ljudski glas. Telefon je čisti primjer medija. „To je puko proširenje prijenosne snage ljudskoga glasa na tisuće kilometara; on omogućuje razgovor.“ (Inglis, 1997, str. 23). Tisak je također medij, bez obzira što s tiskom ne možemo razgovarati, iz njega možemo iščitati i dobiti bitne informacije. Tisak je uvelike izmijenio temelje ljudskog samorazumijevanja. U drugoj polovici 19. stoljeća tisak je zamijenila električna a potom elektronička komunikacija. Riječ je o trećem drastičnom obratu u povijesti medija i o njegovoj trostrukoj mijeni: pismo – tisak – ekran (Inglis, 1997).

Ovisnost i zaokupljenost suvremenim medijima, prije svega elektroničkim, nameće potrebu za drastičnim promišljanjem o njihovim utjecajima na obrazovne

ciljeve i praksu te svakodnevan život djece i mladih. Svaki naraštaj se susreće s nekim novim medijima čija se primjena znatno odražava na našu svakidašnjicu, pa tako i na proces učenja, i međuljudske komunikacije (Žderić, 2009). Privikavanje djece na medije se zbiva vrlo brzo, stoga djeca u ranom djetinjstvu počinju pokazivati želju za upoznavanjem s pojedinim medijima (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Mikić (2004.) naglašava da dijete odrasta od najranije dobi uz medije, te je njegovo djetinjstvo „medijsko“, što trebaju znati i roditelji, kao i da njihov utjecaj nije jedini s kojim će se dijete susresti u „medijskom svijetu“.

Sve veća okruženost elektroničnim igračkama i elektroničnim medijima govori o tome da djeca sve brže savladavaju korištenje pojedinih medija (Žderić, 2009). Danas obitelj, škola i društvene institucije, dijele odgovornost pripreme mladih za život u kojem slike, zvukovi i riječi imaju snažan utjecaj na oblikovanje spoznaja i doživljaja (Žderić, 2009).

Nedvojbeno je da masovni mediji imaju *učinke*, ali nije moguće dokazati da izloženost medijima ima gotovo uvijek negativne ili pozitivne učinke (Inglis, 1997). Možemo reći da masovni mediji služe ljudima za razonodu ili za odmor od svakodnevnice. Stoga možemo reći da oni najsnažnije utječu na osamljene, bolesne, ljude starije dobi, veoma mlade, nezaposlene, one koji se dosađuju (Inglis, 1997). Košir navodi da novi i stari elektronički mediji, na našu zbilju mogu djelovati ili tako da je razaraju ili da ju obogate. Sve ovisi o tome koliko smo s njima upoznati i u kojoj količini dozvoljavamo da utječu na naše živote, a za to je potrebna „medijska pismenost“ koja nam pomaže da spoznamo kako mediji utječu na našu svijest (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999).

Tablica 1. Sati gledanja televizora po dobnim skupinama

<i>Dobna skupina</i>	<i>Sati tjedno</i>
4-7	21,9
8-11	24,7
12-15	22,5
odrasli	29,2
prosjeak stanovništva Velike Britanije	28,4

Izvor: British Audience Research Bord, u siječnju 1987.

Istraživanja u Velikoj Britaniji su pokazala da djeca od 4-7 godina gledaju televiziju čak dvadeset i dva sata. Što znači da dnevno u prosjeku gledaju tri sata televiziju. Također navode da samo 2% djece u dobi od 4-7 godina gleda televiziju oko 21 sat uvečer (Inglis, 1997).

U jednom istraživanju, provedenom u Sjedinjenim Američkim Državama, skupini male djece prikazane su neke scene iz filmova koje prikazuju nasilje. Nakon što su djeca odgledala scene, stručnjaci su promatrali kako se djeca ponašaju prema lutku Bobu koji je bio na stalku koji je bio fleksibilan. Svaki put kada bi ga dijete lupilo on bi se ponovno uspravio. Neka su djeca udarila lutka, dok neka nisu željela. Zaključak ovog istraživanja je da su djeca spremna podražavati nasilje i provoditi ga, ako ih na to potaknemo (Inglis, 1997).

Postoje dvije vrste pismenosti, a to su akademska i kritička pismenost. Akademska pismenost predstavlja komunikaciju tekstem koja se koristi u osnovnim, srednjim i visokim školama (Harris i Hodges, 1995). Kritička pismenost podrazumijeva pristup tekstu radi razumijevanja veza između snage i dominacije u podtekstu i osnovne informacije teksta (Hull, 1993). „Postati medijski pismen ne znači znati o medijima određena znanja već znati postavljati prava pitanja o onome što se gleda, čita ili sluša.“ (Žderić, 2009, str. 12).

Tijekom godina se o medijima postavilo pet ideja koje svatko može osvijestiti o medijskim porukama bez obzira od kuda dolaze.

- 1. Sve su medijske poruke konstruirane.** Medijske poruke su rezultat rada više ljudi koje su povezane u jedan uradak. Isti sadržaj može dati različitu poruku samo ako je sadržaj grafički različito oblikovan. Bitno je da djeca i mladi budu upućeni u nastajanje medijske poruke te u razumijevanju njihova utjecaja na svijet.
- 2. Medijske poruke nastaju služeći se vlastitim kreativnim jezikom.** Svaki oblik komunikacije ima svoj kreativni jezik. Razumijevanje gramatike, metaforičkog sustava medijskog jezika povećava naša očekivanja u iskustvu primanja medijskih poruka, ali također i smanjuje mogućnost manipulacije.
- 3. Različiti ljudi iskustvo jedne medijske poruke doživljavaju različito.** Svaki pojedinac je poseban i razlikuje se od ostalih bilo to po spolu, dobi ili

obrazovanju. Svaki čovjek određenu poruku doživljava na drugačiji način. Svemu što gledamo na tv-u ili kompjuteru nastojimo pridodati značenje.

4. **Mediji su primarno poslovi rukovođeni motivom profita.** Elektronički i novinski mediji pokušavaju prodajom medijskog prostora privući pozornost publike radi što bolje prodaje.
5. **Mediji imaju uklopljene vrijednosti.** Mediji imaju podtekst prema kriteriju tko ili što je važno kreatoru podteksta. Bitno je da autor promisli koji medij je „jači“ odnosno koji će medij intenzivnije prenijeti poruku gledateljstvu (Žderić, 2009).

Medijska stvarnost je virtualni svijet koji služi kao utočište iz svakidašnjeg problematičnog života (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Na ljude, a posebno na djecu intenzivno djeluju razni medijski sadržaji. „Medijski su sadržaji posebno organizirani zvukovi i slike, primjereni tehnološkim karakteristikama i institucionalnim okvirima medija, a počivaju na ekonomskim uvjetima proizvodnje“ (Zgrabljic Rotar, 2005, str. 21). U upoznavanju medija, vrlo bitnu ulogu imaju roditelji osobito mlađe djece, koja se tek upoznaju s medijskim svijetom, ali isto tako braća i sestre, prijatelji i rođaci, dječji vrtić, škola. Na djecu ne utječe samo ono što se prima putem medija, nego i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju (obitelj, dječji vrtić, škole), ali i osobna pasivnost te emotivna i intelektualna nespremnost za život s medijima. Glasovac (2010) ističe dvije bitne činjenice u vezi s postupanjem roditelja u vezi s medijima:

- 1) suvremena djeca odrastaju uz medije
- 2) djeca uče u obitelji o životu s medijima.

Postoji nekoliko pristupa roditelja prema djeci kada su u pitanju mediji. Najslabije rezultate postiže restriktivan pristup roditelja za kojeg je karakteristična zabrana (prekomjernog) gledanja određenih programa (Desmond i drugi, 1985). Najbolji pristup, je onaj koji uključuje razgovor s djecom o onome što su vidjeli, s namjerom da se djeci pomogne u vrednovanju značenja te uočavanju moralne poruke. Velike učinke postiže i nefokusirani pristup, za kojeg je karakteristično zajedničko gledanje i razgovor s djecom (Desmond i drugi, 1985, str. 476). Hipfl navodi podjelu obitelji u dvije skupine: konceptnoorijentirane i socioorijentirane. Konceptnoorijentirane obitelji su puno otvorenije što se tiče komunikacije; roditelji

razgovaraju s djecom o onome što gledaju. One se puno koriste s informativnim medijskim sadržajima. Socioorijentirane obitelji vole harmonične međuljudske odnose i očekuju da njihova djeca poštuju hijerarhijsku komunikacijsku strukturu te su djeca navikla gledati ono što roditelji žele gledati. U ovom tipu obitelji televizija ima snažniju socijalnu ulogu (Košir, Zgrabljić, Ranfl, 199, str. 65).

Masovne medije možemo podijeliti u dvije skupine: komercijalne i ozbiljne. Komercijalni mediji su u privatnom vlasništvu i prodaju svoj prostor oglašivačima, oni se uglavnom brinu samo za vlastiti džep, dok ozbiljni mediji ne razmišljaju samo o profitu. Ozbiljni mediji ponajprije služe javnosti, u smislu poštovanja osnovnog komunikacijskog prava, oni trebaju brinuti za javno dobro (Košir, Zgrabljić, Ranfl, 1999).

Medijski tekst

Provodila su se razna istraživanja utjecaja medijskog teksta na djecu. Proces istraživanja medijskog teksta razlikuje se u tome događa li se u školi, izvanškolskim aktivnostima ili obitelji, ali isto tako ovisi o dobi i obrazovanju sudionika (Žderić, 2009). U dobi od tri, četiri godine djetetu treba pomoći u razlučivanju što je reklama od emisije koja je namijenjena njegovu učenju pošto djeca nisu u mogućnosti prepoznati tu razliku. Kako dijete raste dobro je upoznati ga s različitim medijskim sadržajima (Žderić, 2009). Većina ljudi griješi kada je u pitanju pojam mediji: mnogo njih odmah pomisli na novine, televiziju i Internet. No „mediji su svi oni kanali kojima prenosimo određene sadržaje, dakle informacije. U tom je smislu knjiga, odnosno tekst- pismo jedan od temeljnih medija jer je osnova primjena u nizu drugih medija.“ (Žderić, 2009, str. 17). Napominje se da slikovnice i časopisi počinju biti popularni kod djece već u prve tri godine. Časopisi mogu svojim sadržajem, vizualnom i metodičkom prilagodbom komunicirati s djecom od najranijeg djetinjstva. Osnovna podjela tiskovina s obzirom na dob djece: tiskovine od 1 do 2 godine, 3-5 godina, 6-8 godina, 8-13 godina, 15-18 godina (Žderić, 2009). Časopisi i tiskovine su prilagođene djeci putem formata, sadržaja, namjene itd. Formati za djecu su manji ili pak puno veći od uobičajenih ovisi o kojoj dobi djeteta se radi.

Izdanja za najmlađe (dvogodišnjake) su najčešće od debljeg kartona ili papira, potiču djecu na različite aktivnosti, kreativnost i istraživanja (Žderić, 2009).

Medijska pismenost

Ono što se stavlja u prvi plan pri raspravi o potencijalnom utjecaju televizije, kao i drugih masovnih medija na djecu, svakako jest medijska pismenost i/ili medijski odgoj (Košir, Zgraljić, Ranfl, 1999). Medijska se pismenost definira kao “mogućnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje novinarskih priloga u najrazličitijim oblicima”, a kada su djeca u pitanju, osobito je značajna refleksivna razina koja “omogućava razmišljanje o medijskim sadržajima i oblicima; ona uči kritičnosti prema ponuđenim proizvodima, prema kanalima koji ove proizvode omogućuju i prema vlasnicima koji ih određuju” (Košir, Zgraljić, Ranfl, 1999, str. 29). Elisabeth Thoman navodi da je medijska pismenost sposobnost interpretiranja i kreiranja osobnog značenja iz stotina tisuća verbalnih i vizualnih simbola koje svakodnevno percipiramo putem televizije, radija, računala, novina i oglašavanja. „Naš cilj treba biti pomoć djeci da postanu kompetentni, kritički osviješteni i pismeni za komunikaciju u svim medijskim oblicima kako bi preuzeli kontrolu nad onim što vide i čuju radije nego da interpretacijska kontrola kontrolira njih.“ (Žderić, 2009, str. 11). Medijski odgoj nužan je ponajprije zato jer su masovni mediji neizbježna sastavnica svakodnevnice i jer se njihov broj drastično povećava, a takva situacija zahtijeva osposobljenost za adekvatno korištenje (Košir, Zgraljić, Ranfl, 1999). Pritom se postavlja pitanje tko treba i može biti nosilac potrebnoga medijskog odgoja. Uz roditelje su vrlo bitni odgajatelji, profesori i okolina (Košir, Zgraljić, Ranfl, 1999).

Motivi gledanja televizije kod djece

U današnje vrijeme svaka nova generacija djece odrasta u medijski bogatijem svijetu. Gledajući tu činjenicu spoznajemo da se mijenjaju utjecaji medija na djecu odnosno percepcija tog utjecaja. Specifična značajka koja djecu čini najranjivijima je

dob, pa isto tako i kada su u pitanju mediji (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Djeca su bila i još su izložena televiziji već u dobi od šest do dvanaest mjeseci. Ona su pred televizijom od jedan do dva sata dnevno (Hollenbeck i Slaby, 1979). 1998. godine je ustanovljeno da djeca prije svoje druge godine provode oko tri sata u danu pred televizorom (Nielesen Media Research, 1998). Predškolska djeca vole gledati sadržaje namijenjene njima- crtane filmove, filmove o životinjama (Žderić, 2009). Što su djeca veća počinju ih privlačiti sadržaji koji su namijenjeni odraslima. Jedan je od razloga je taj što je televizija smještena u dnevnom boravku gdje borave odrasli koji najčešće gledaju sadržaj koji oni žele (Žderić, 2009). Dodaje se također da je televizija zamjena za dadilju što posebice čine roditelji mlađe djece (Clifford, Gunter, McAleer, 1995). Istraživanja su pokazala da su mlađa djeca manje usredotočena na program i češće su paralelno zaokupljena još nekom aktivnošću (Anderson, Lorch, 1983). Istraživanja pokazuju da djeca koja češće koriste medije izjavljuju da oni iz njih uče. Djeca koja su manje zadovoljna svojim životom i slabije socijalizirana u društvu, više koriste medije kao bijeg u virtualni svijet (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Prema Rubinu (1977.) šest je različitih razloga za gledanje televizije: učenje, gledanje iz navike ili da prođe vrijeme, radi druženja, zaborava, uzbuđenja i opuštanja.

Američka istraživanja prema nalazima prof. Ilišin pokazuju da televiziju više gledaju djeca iz siromašnijih, niže obrazovanih i nepotpunih obitelji i to najčešće zbog toga što imaju viška slobodnog vremena (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Privlačnost televizije zasnovana je na tome na njezinim raznolikim svojstvima kao što su slika, zvuk, veliki izbor programa i laka dostupnost (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Također navodi da se tiskanim medijima i kompjuterima više služe djeca bogatijih i obrazovanih roditelja. Navodi kako djevojčice češće upotrebljavaju radio te da se potreba za radiom povećava s dobi djeteta (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Što se tiče djece s lošijim školskim uspjehom više se koriste svim masovnim medijima. Od svih ispitivanih medija, američka djeca najčešće gledaju televiziju, zatim se služe kompjuterima i videoigrama, onda čitaju knjige, a najmanje slušaju radio i glazbu (Žderić, 2009). Djeca televiziju ne vole gledati s roditeljima već ju radije gledaju sama ili s vršnjacima, a uglavnom odabiru

dječji sadržaj i obrazovni program te humoristične serije, a najradije gledaju komedije i akcijske filmove (Žderić, 2009). Mikić (2004.) ističe da generaliziranje ne donosi ništa korisno, osim pogrešnih zaključaka o medijima i djeci, jer se zapostavlja bitna uloga roditelja i okoline, kao i činjenica da djeca puno mogu naučiti upravo uz pomoć medija. Televizijski program može „zaglupljivati“, ali i obrazovati. Mediji informiraju, ali služe i da bi nas opustili i zabavili, što roditelji moraju imati na umu (Žderić, 2009). Djeca su kao spužve, upijaju ono što treba, ali i ono što ne treba, stoga roditelji moraju dobro paziti što njihova djeca gledaju na tv-u ili kakve igrice igraju (Žderić, 2009). Brojne studije su došle do saznanja da prosječno dijete zaista postaje agresivnije zbog gledanja uobičajenog televizijskog programa. Promatranje nasilja djeluje na više načina, jer djeca oponašaju nasilne sadržaje koje vide, najčešće agresivne postupke «dobrih» likova, kojom on postiže „pozitivni“ cilj (Eron, Huesmann, 1986). Sama djeca smatraju da lakše uče iz televizijski prezentiranog nego iz tiskanog materijala, pri čemu drže da su tiskani izvori intelektualno zahtjevniji (Salomon, 1993). Mnogi se slažu da vrijeme provedeno u gledanju televizije onemogućuje djeci uzbudljivost samoga čitanja. Razna istraživanja su pokazala da gledanje televizije negativno utječe na sposobnost čitanja i niz drugih sposobnosti koje su bitne za kvalitetan odgojno-obrazovni razvoj (Walberg, Hartel, 1992). Televizija može utjecati i na odabir knjiga koje će djeca čitati. Morgan (1986.) je otkrio oni koji više sati dnevno provode pred televizijom, rado čitaju ljubavne romane, članke o filmu, o poznatim osobama. Dok oni koji provode manje vremena pred televizijom biraju beletristiku ili poeziju (Žderić, 2009).

Istraživanja gledatelja crtića „Teletubbies“ su pokazala da veselo, nesputano kretanje likova, njihov izgled i njihove polagane priče djecu zabavljaju i iz njih čine aktivnog televizijskog gledatelja: djeca na ovakav poticaj počinju skakati, plesati, pjevati, mahati i skrivati se (Žderić, 2009).

Pozitivni i negativni utjecaji na odgoj

U današnje se vrijeme vrlo često postavlja pitanje da li televizija ima pozitivan ili negativan utjecaj na razvoj djece. Utjecaji televizije mogu biti pozitivni

jer ona općenito informira, obrazuje te potiče na izražavanje (Žderić, 2009). Televizija snažno utječe na formiranje djetetova vokabulara (Žderić, 2009). Npr možemo čuti dijete od četiri godine kako barata sa stručnim riječima za koje niti samo ne zna značenje. Ono upija jezičnu komunikaciju s kojom je upoznato na televizijskim ekranima pošto je svakodnevno upućeno u događanja koja televizija prikazuje (Žderić, 2009). Iako je hrvatska javna televizija dugi niz godina kreirala obrazovni program za djecu s emisijama koje su bile srž televizijskog medija, na našoj televiziji nema dovoljno sadržaja za djecu i mlade. Današnja djeca imaju priliku gledati samo brojne sapunice, reality zabave i reklame dok je u prošlosti bilo puno više programa koji su bili namijenjeni djeci (Žderić, 2009).

Na HRT-u – javnoj televiziji- postoje izvrsne razgovorne emisije (Parlaonica, Nulti sat), no to nije dovoljno, mora postojati shema programa koji je programski, novinarski i umjetnički kreiran s različitim oblicima izražavanja (Žderić, 2009, str. 28).

Nema sadržaja koji bi bili dovoljno prilagođen djeci predškolske dobi. U posljednje vrijeme se ističe važnost odgoja u prve tri godine. No nije vidljiv pomak u većem broju kvalitetnih sadržaja za njihove roditelje te buduće roditelje kojima se tako pomaže u pripremi za zahtjevnu roditeljsku zadaću (Žderić, 2009). Kvalitetni programi za djecu mogu pokazati svijeta kao sigurno utočište, mogu pokazati da se mnogim ljudima može vjerovati (Žderić, 2009). Odabir kvalitetnih sadržaja pomaže razvoju djetetovih interesa bez nasilja i strašnih slika. Nema potpuno pouzdanih spoznaja o načinu i količini utjecaja televizijskog nasilja na dječje agresivno ponašanje, ali uz pomoć različitih istraživanja otkrilo se kako neka veza između toga ipak postoji (Gauntlett, 1995). Nije razjašnjeno pitanje da li gledanje nasilja potiče gledatelja na agresivno ponašanje ili se već usađeno agresivno ponašanje manifestira kroz veću sklonost gledanju nasilja (Gauntlett, 1995). Programi koji to ne podržavaju ne pokazuju kako rješavati sukobe na miran način i mogu povećati strah djece u vezi s njihovom sigurnošću (Žderić, 2009). Djeca odrastaju s porukom o nestabilnosti svijeta u kojem je opasnost svakodnevno prisutna. Kvalitetne emisije upućuju na to kako dijete može razviti svoju osobnost, ali u suradnji s drugima. Važno je pokazati da u svijetu ljudi pomažu jedni drugima (Žderić, 2009).

Neki programi predlažu aktivnosti za najmlađe koje ih pripremaju na svijet igre s kojim će se susresti. Mnogi programi nude najmlađima, ali i starijima samo nekoliko modela i uloga za postignuće određena cilja, a to se najčešće postiže uporabom oružja i nasiljem (Žderić, 2009). Djeca trebaju naučiti koje su razlike između spolova, ali i da oba spola imaju dosta toga zajedničkoga. Kvalitetan televizijski program može pomoći u oblikovanju spolnog identiteta pokazujući muške i ženske karakteristike (Žderić, 2009). Kvalitetna televizija, kompjuterske igre, određene web-stranice posebno za djecu određene dobi mogu pomoći u istraživanju različitih kultura, rasa, tradicija i svega za što pokazuju interes. U istraživanju australskih medija ispostavilo se da najveći postotak nasilja imaju dječji crtani filmovi (Žderić, 2009).

Potter (2001) dijeli utjecaje medija na kratkoročne i dugoročne, s obzirom na to kad se utjecaj pojavi: odmah ili dugo vremena nakon konzumiranja medija. Po njemu, mediji imaju posljedice na znanje, oblikuju stavove o nekom pitanju, djeluju na emocije, izazivaju fiziološke reakcije, te utječu i na ponašanje gledatelja. Najzastupljenija tema je problem širenja nasilja i agresivnosti, jer se mediji najviše optužuju za nasilno ponašanje djece, prvenstveno jer prosječno dijete gleda više televiziju nego što se bavi svim ostalim aktivnostima zajedno, izuzev spavanja (Vasta, Haith, Miller, 1997).

Igra

Igra je osnova razvoja i učenja djece. Kroz igru djeca mogu smišljati kreativna rješenja, prikazivati ideje i provoditi kvalitetno vrijeme u vrtiću. Djeca imaju potrebu biti glavna u svojoj igri. TV programi trebali bi što više poticati kreativnu igru kod djece (Žderić, 2009). Vrlo je važno da televizija djecu upućuje na manipuliranje predmetima u njihovu okruženju i na to da oni mogu izražavati svoje ideje i interese (Žderić, 2009). „Previše gledanja televizije može ograničiti igru djece samo na određen tip aktivnosti i sadržaja. Mnoge su programske teme preuzete iz dječjeg iskustva i razumijevanja. Tako igra na televiziji postaje više imitirajuća nego kreativna.“ (Žderić, 2009, str. 32).

Utjecaj televizije na razvoj djece s obzirom na dob

Bitno je imati na umu što je važno za zdrav razvoj djece. Važno je da djeca različite dobi imaju doticaj sa stvarnim svijetom i da ostvaraju jake veze s ljudima koji se za njih brinu (Žderić, 2009).

Djeca u dobi od dvije godine- Jedan od ciljeva je ostvariti jaku povezanost i osjećaj brizičnosti. Djeca imaju potrebu osjetiti bliskost, osjetiti se voljenima.

Djeca u dobi od dvije do pet godina- Istražuju svijet još aktivnije. Imaju potrebu za konstruktivnim aktivnostima. Kada gledaju televiziju usredotočuju se na fizičko prikazivanje likova, događaja i rijetko su usredotočeni na sadržaj koji televizija prikazuje. Potreban im je plan osmišljen posebno za djecu predškolske dobi.

Djeca u dobi od pet do sedam ili osam godina- Ne prave jasnu razliku između stvarnog i nestvarnog svijeta te su osjetljiva na poruke u crtanim filmovima i reklamama. Sklona su imitirati nasilje koje vide u crtićima, filmovima ili reklamama. Kako ne razlikuju jasno fikciju i stvarnost, ne shvaćaju koliko je opasno oponašanje nasilnog ponašanja. Djeca mogu prevesti u djelo neki nasilan čin nakon nekoliko mjeseci poslije. Djeca ove dobi mogu biti prestrašena zbog nekih prizora strave, primjerice zbog strašnog izraza lica, glazbe i zvukova. Takve slike mogu donijeti strah te noćne more koje mogu ostati dugotrajne. Mogu se naučiti kako riješiti sukobe u budućnosti. Jedan je sat u danu s elektroničkim medijima dovoljan (Žderić, 2009).

Televizija nas potpuno zaokuplja jer nam nudi iluziju blizine i odnosa. U današnje vrijeme su ljudi sve manje usredotočeni u njegu i razvitak međuljudskih odnosa, a sve više su posvećeni medijima (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Televizija je iznimno utjecajan medij iz razloga što gledatelja privlači u svoj virtualni svijet, tako da gledatelj vidom i sluhom doživljava sve što se događa na televiziji te ima osjećaj da se nalazi „tamo“. Sandra Bašić Hrvatinić (2009.) navodi da su na prvom mjestu po broju nasilja, televizijske serije na drugom filmovi, na trećem oglašavanje za igračke te na četvrtom glazbeni spotovi (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999).

Jedan dječak je izjavio: „Iz televizije naučiš koješta. Neki kriminalistički filmovi i filmovi strave tako utječu na mene da me strah i prije spavanja muči me mora. Kad se tučem, rado oponašam junake iz filmova.“

Računalni mediji

Nova tehnologija mijenja ljudima živote: računalno baziranu tehnologiju u domovima. Osnovna razlika između tih i ostalih tehnologija je u tome što korisnici računala moraju biti uključeni u rad s računalom i u interakciji sa sadržajem (Žderić, 2009).

Videoigre- Kompjuterske i videoigre prvi su put razvijene sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Prva videoigra osmišljena je 1962. godine. Sedamdesetih godina računala nisu bila prisutna u svakom domu. Videoigre igrane su se igrane u videoarkadama (Žderić, 2009).

„Godine 1972. mikrokompjuterske igre uvedene su duž arkadnog sustava. Osamdesetih su i kućna računala smišljena kao igrova računala. U kasnim osamdesetim sustav Nintendo promovirao je cjelinu za igranje, što je utjecalo na popularnost. Dvadesetih godina, razvitak CD tehnologije, CD-ROM igara vodio je još većem razvoju grafike i dojma realističnosti igara.“ (Žderić, 2009, str. 36).

Istraživanja su pokazala da dječaci provode više vremena igrajući kompjuterske igre od djevojčica te da više vole igre s nasilnim sadržajima (Žderić, 2009). Djevojčice se više igraju igrama u kojima je iskazano nisko samopoštovanje i nasilje (Žderić, 2009). Mnoga djeca će radije igrati kompjuterske i videoigrice nego otići van igrati se s prijateljima. Mnoga istraživanja dokazuju da česta uporaba pojedinih tipova igara razvija ovisnost (Žderić, 2009).

Neke igre mogu:

1. Uvesti djecu svijet kompjuterske tehnologije

2. Prakticirati slijeđenje uputa, rješavanja problema i logike

3. Poticati finu motoriku, prostorne vještine, vizualne vještine

4. Davati priliku da se djeca i roditelji zajedno igraju (Žderić, 2009).

Malo prije smo naveli neke pozitivne strane računalnih i videoigara, ali postoje također i negativne strane. Neke negativne strane su: razvoj ovisnosti, izloženost nasilju, razvijanje ili pojačavanje negativnih rasnih ili seksualnih stereotipa (Žderić, 2009). Često se djeca mogu „navući“ na brz svijet kompjuterskih igara. Djeca koja prečesto igraju igrice povećavaju rizik od nastanka ovisnosti (Žderić, 2009).

Kod kompjuterskih i videoigara vrlo bitnu ulogu imaju roditelji. Oni su ti koji bi trebali pratiti kakvu vrstu igara njihova djeca igraju ili bi trebali sudjelovati u kupnji igara za kompjuter te spriječiti noćne more ili traume kod djece (Žderić, 2009). Također bi se trebali što više informirati o pojedinim igrama kako bi znali što njihova djeca igraju. Vrlo bitno je i to da roditelji odrede točna pravila igranja igara, kao npr. do kada ili u kojoj količini djeca smiju igrati kompjuterske i videoigre (Žderić, 2009). „Korištenje kompjutera ovisi o sociodemografskim obilježjima ispitanika: spolu, dobi, mjestu stanovanja, obrazovanju roditelja te njihovom zaposlenju.“ Po tome se vidi da kompjuter koriste djeca iz velikih gradova i ona djeca čija su oba roditelja zaposlena i fakultetski obrazovana (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, str. 146).

Internet

Internet je neosporno jedna od najrazvijenijih mreža u svijetu. Milijuni ljudi ga svakodnevno koriste u raznovrsne svrhe. Uz pomoć interneta danas nije ništa teško pronaći, saznati niti naučiti. Naravno, donosi nam niz dobrobiti, ali i negativne posljedice za čovjeka i društvo (Žderić, 2009).

„Zbog funkcionalne svestranosti, Internet možemo gledati kao medij, kao društvenu pojavu, kao komunikacijski prostor ili kao ostvarivu fikciju naše budućnosti u obliku evolucije čovjeka i njegova društva koji više neće postojati samo u jednom nego i u novim, paralelnim svjetovima.“ (Žderić, 2009, str. 41).

Provedena su mnoga istraživanja i dokazano je da se internet najviše rabi kao masovni medij (Žderić, 2009). Većina ljudi smatra kako im je Internet donio mnogo pozitivnih stvari i unaprijedio njihov život. Pozitivno to što su ljudi svjesni činjenice

da na internetu nisu sve informacije točne i pouzdane te da moraju paziti na svoje osobne podatke kada je u pitanju sigurnost na internetu (Žderić, 2009).

Utjecaj na odgoj djece

Pošto se Internet svakodnevno razvija i usavršava nemoguće je pouzdano govoriti o njegovom utjecaju na odgoj djece. Smatra se da je internet uvelike utjecao na svakodnevni život odraslih i djece bilo to na pozitivan ili negativan način (Žderić, 2009). Vrlo često se znaju spominjati negativni učinci kao npr. nasilje nad djecom bilo to fizičko ili psihičko zlostavljanje. Kod mlađe djece se mogu uočiti negativne posljedice prevelikog korištenja internetom (Žderić, 2009). Današnja djeca će prijatelje pozvati van na igranje preko mobitela, a ne izravnom komunikacijom. Kao što ima negativne, Internet ima i pozitivne učinke. Djeca na njemu mogu pronaći razne edukativne igre ili crtiće, enciklopedije, rječnike, virtualno se mogu razgledati različiti parkovi, igrališta itd (Žderić, 2009). Računalo je neizostavna stvar u obiteljima stoga djeca od malih nogu uče baratati rječnikom i raznim aplikacijama. Ono nikada neće moći zamijeniti izravnu komunikaciju između dvoje ljudi, ali će mnoge aktivnosti i zadatke učiniti jednostavnijima i pristupačnijima (Žderić, 2009). Djeca uz pomoć roditelja moraju znati pozitivne i negativne utjecaje medija, ali isto tako prednosti i nedostatke uključenosti medija u razvoj djeteta (Mikić, 2004). Roditelji bi trebali promatrati kako pojedini mediji utječu na njihovo dijete a ne imati unaprijed stvorene predrasude. Kada bi roditelji primijetili da neki medijski sadržaj negativno utječe na njihovo dijete treba otvoreno razgovarati s djetetom o tome te sagledati stajalište i od strane djeteta (Mikić, 2004). Stoga roditelji trebaju znati odgovore na temeljna pitanja medijskog odgoja (Glasovac, 2010):

- 1) u kojim je situacijama smisleno (opravdano, korisno) koristiti pojedine vrste medija
- 2) znati kako mediji djeluju na krajnje korisnike, posebno djecu.

Zgrabljčić Rotar (2005.) navodi da su četiri osnovne hipoteze o utjecaju medijskog nasilja na djecu, a to su: stimulacijska hipoteza ili imitacija (djeca imitiraju ono što vide), hipoteza uznemiravanja (premda se medijskim sadržajima žele zabaviti, djeca

se u biti uznemiruju), hipoteza katarze (medijsko nasilje izaziva redukciju nasilnog ponašanja), habituacija ili hipoteza o neosjetljivosti (djeca se navikavaju na nasilje koje stalno gledaju putem medija).

Oglašavanje- utjecaj na djecu

„Oglašavanje je uobičajen postupak informiranja o pojedinim događajima i proizvodima te tehnika nagovaranja na njihovu kupnju.“ (Žderić, 2009, str. 60). Oglašavanje zauzima najveći udio vremena na televiziji čija je namjena privući što više gledatelja (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Ekonomska promidžba odnosno oglašavanje nas uvijek uhvati u trenutku kada smo najusredotočeniji. Iz tog razloga se reklame stavljaju kada su napeti trenutci u filmu, usred utakmice... (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Mnogi oglašivači troše veliku svotu novaca samo kako bi privukli što više odraslih i djece na kupovinu određenog proizvoda (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Svako dijete reklame doživljava drugačije, ali općenito, djeca jako vole reklame. Reklame se temelje na osjećajima: radost, sreća, užitak (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Učinci reklamnih poruka vrlo često mogu izostati, a ako ih i bude, najčešće je riječ o kratkotrajnim efektima. No, ono što reklame znatno uspješnije posreduju jesu razni stereotipi (Van Evra, 1990).

Mala djeca, kao što znamo, stalno zahtijevaju da im čitamo jednu te istu bajku, već za večeri, čak bi je rado čuli i više puta. Znaju je već gotovo na pamet, čak nas, ako nam dosadi pa preskočimo neku rečenicu, zaustavljaju i zahtijevaju da pročitamo sve. I reklame se ponavljaju i tako postaju djetetove dobre poznanice. Radosno je kad ih vidi, jer poznaje junake, tekst mu je blizak, pa i prateći napjev pjeva i prije no što se ovaj čuje u spotu.“ (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999, str. 82).

Kanner navodi da se djeca osjećaju manje vrijedna ako nemaju neki od proizvoda koji se oglašava na televiziji, radiju ili internetu. Mnoge igračke koje su aktualne potiču djecu na nasilje, sprječavaju ih u kreativnoj igri te potječu iz nasilnih crtića ili filmova koji nisu za djecu (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999). Istraživanja pokazuju da utjecaj reklama ovisi o nizu činitelja: osobinama primatelja, sposobnosti procjene različitih izvora informacija, obiteljskom statusu i standardu, utjecaju vršnjaka, a pogotovo roditeljskog ponašanja i stava spram oglašavanih proizvoda (Žderić, 2009). Mediji pokušavaju stvoriti savršenu sliku fizičkog izgleda

(Barbie i Ken) kod djece prikazivanjem reklamnih sadržaja kojima se ističe vitka linija i odjeća koja ju naglašava. Na nesreću, djeca mlađa od sedam godina ne razumiju svrhu oglašavanja te su zbog toga najčešće žrtve reklama (Žderić, 2009). Isto tako ne razlikuju oglas od programa. Djeca počinju shvaćati svrhu reklama tek nakon svoje osme godine. Oglasi primjenjuju različite tehnike koje obmanjuju djecu i uvode ih u imaginarni svijet (Žderić, 2009).

Oglašavanje igračaka zauzima veliki medijski dio. Sadržaj oglasa je kreiran tako da privuče i zainteresira djecu (Žderić, 2009). Igračke koje su oglašavane na televiziji su uglavnom povezane s nekim likovima iz crtića te podilaze željama djece. Djeca se mogu zabaviti i sa puno jeftinijim i kvalitetnijim igračkama od onim oglašavanih (Žderić, 2009). Edukatori izražavaju zabrinutost jer pojedine igračke ubijaju kreativnost u djetetu te mu ograničavaju igru. Istraživanja pokazuju da na djecu mlađu od 12 mjeseci može utjecati ono što vide na reklamama (Žderić, 2009). Zbog toga treba pripaziti gdje se dijete nalazi dok traju zastrašujuće scene ili reklame koje mogu utjecati na djetetov osobni strah (Žderić, 2009).

Ilustracija u edukativnim izdanjima

Ilustracija isto kao i fotografija nije medij, ali provodi dijete ili odraslu osobu kroz slikovnicu ili knjigu (Žderić, 2009). Ona bez masovnog medija neće stići daleko, ali uz njegovu pomoć (slikovnica, časopis) dolazi do masovne publike. Ilustracija počinje pratiti tekstove u tiskovinama za djecu puno prije od fotografije (Žderić, 2009). Crtež se vrlo često koristio u nastavi stoga su odlučili da isto tako može biti edukativan i u časopisima za djecu (Žderić, 2009). U zemljama koje imaju razvijeno izdavaštvo za djecu ilustracija se prilagođava dobi djece, pazeći da ne bude oponašanje stvarnosti već da bude poticaj za razne aktivnosti i izraz umjetnikova doživljaja teksta, ali isto tako je bitno i o kojoj je vrsti teksta riječ (Žderić, 2009). Ako ilustracija prati književni tekst, uloga je doživljajna. Ako prati postavljanje određenog edukativnog zadatka, nužna je da pomogne ostvarenju logičkog razumijevanja sadržaja (Žderić, 2009). Ilustracije namijenjene djeci mlađe predškolske dobi imaju jasne plohe obojene vedrim tonovima u prepoznatljivim

oblicima. Čak i kada se likovi ne prikazuju realistično, njihove naznake jasno upućuju na sadržaj crteža (Žderić, 2009). U posljednjem desetljeću se počela razvijati upotreba računala kao sredstva u stvaranju ilustracija. Neki smatraju da se time gubi posebnost i originalnost u stvaranju jer nema izravne komunikacije ruka-papir (Žderić, 2009). No, računalo je omogućilo razvoj novih tehnika crtanja ilustracija. Tako mogu nastati zanimljivi uradci koji su mješavina starih i novih tehnika (Žderić, 2009).

Uloga odgajatelja u odnosu medija i djece

Mikić i Rukavina (2006.) ukazuju da je potrebno obrazovati djecu za korištenje medijima i tu roditelji imaju veliku odgovornost. Mikić (2002.) ističe da je temeljni cilj medijskog odgoja u dječjem vrtiću medijska kompetencija, aktivni i kreativni odnos prema medijima. Djeci medije treba predstaviti kao oblikovno-izražajno sredstvo, razgovarati i analizirati medijske sadržaje i poruke te opažati dječji doživljaj pojedinoga medija i to koristiti u pedagoškom djelovanju (Mikić, 2002). Nije rijetkost da djeca žele isprobati neke situacije koje su vidjeli na televiziji. Tada je preporučljivo medijski usmjereno ponašanje upravo koristiti za pedagoško djelovanje: započeti razgovor o televizijskoj seriji koja je potakla ponašanje, a djeca mogu i fotografirati ili snimiti dopunu njihova doživljaja (Mikić, 2002). Djeca tako spoznaju da su medijske poruke uvijek rezultat neke konstrukcije, plana, čime postaju medijski pismenija. Ako tome pridodamo novo iskustvo, te osjećaj samodjelotvornosti, korist od ovakva rada u vrtiću je višestruka (Mikić, 2002).

Cyber-bullying (elektroničko zlostavljanje)

Mladi novi prostor za nasilničko izražavanje i ponašanje pronalaze u virtualnom svijetu (Žderić, 2009). Cyber-nasilje je novi oblik izražavanja nasilničkog ponašanja koje svakodnevno širi svoje područje i umrežava sve više djece i mladih (Žderić, 2009). Elektroničko zlostavljanje fenomen je kojim su se stručnjaci intenzivnije počeli baviti početkom 21. stoljeća. Ovaj oblik nasilja služi se

elektroničkom poštom, blogovima, MMS porukama i SMS porukama, telefonima, web-stranicama itd (Žderić, 2009). Adolescentsko nasilje iz škole i ulice sve se više premješta u virtualni svijet, tj. na Internet. Mnogi adolescenti i mladi upuštaju se u virtualno nasilje jer je to fenomen koji omogućuje anonimnost. Korištenje različitih lozinki i lažnih imena omogućuje jednostavno skrivanje vlastitog identiteta (Mandarić, 2012). Naravno, uvijek je lakše napasti nekoga kada su skriveni svi tvoji osobni podaci nego se suočiti s nekime „oči u oči“ (Žderić, 2009).

Komunikologija i mediji

Komunikologija je interdisciplinarna znanost koja istražuje raznovrsne oblike komuniciranja između živih bića, obuhvaća proučavanje sadržaja, oblika i tehnika komuniciranja (Plenković, 1993). Znanstvene grane komunikacijske znanosti čine komunikologija, masovni mediji, novinarstvo i odnosi s javnošću. Komunikologija se u širem smislu bavi svim aspektima procesa komunikacije. Društvena komunikacija je putem masovnih medija potaknula njezin razvoj i nametnula većinu njezinih sadržaja. Komuniciranje je slanje i primanje sadržaja raznih vrsta (Castells, 2009). Budući da se komunikacija svakodnevno usavršava, to je razlog zašto se često miješa pojam medija i komunikacije. Komunikacija je usko povezana s medijima jer oni služe kao sredstvo razmjene informacija (Plenković, 1993). Komunikaciju se u osnovi dijeli na osobnu i javnu (Castells, 2009). Osobna komunikacija je uglavnom dvosmjerna, pošiljatelj poruke očekuje odgovor od osobe kojoj je uputio poruku. Mediji raznih vrsta su glavno sredstvo javne komunikacije (Castells, 2009). Javna komunikacije je uglavnom jednosmjerna: poruka se upućuje mnogima, ali pošiljatelj poruke ne očekuje da se izravno odgovori na tu poruku. Javna komunikacija koja se odvija preko televizije, radija, novina i Interneta, oblikuje se prema ekonomskim interesima, kao i prema političkim interesima društva (Castells, 2009). Javna komunikacija je temeljno sredstvo funkcioniranja zajednice, oblikovanja stavova građana. Internet je omogućio nove oblike dvosmjerne društvene komunikacije, za koje se kaže da su tipa „mnogo-mnogo“ (Castells, 2009). To znači da mnogo ljudi stvara informacijske sadržaje i da na te sadržaje može

odgovoriti mnogo ljudi. Takvu mogućnost komunikacije nude razne interaktivne web stranice, razne vrste društvenih mreža, blogovi itd (Castells, 2009). Komunikacija je potrebna i vrlo dobra, ali mogućnost komunikacije ne jamči da su njeni ciljevi i učinci dobri. Javna komunikacija može manipulirati ljudima, širiti neistine i na taj način čini ljude agresivnima (Castells, 2009).

Zaključak

Kao što sam već na početku spomenula, mnogi imaju lošu predodžbu o značenju pojma „mediji“. Ljudi ne znaju da pod pojam mediji spadaju tisak, knjige, slikovnice, crteži. Slikovnice su kod djece vrlo bitne jer im pomažu pri stjecanju novih pojmova, razvijaju rječnik, shvaćaju povezanost slike i riječi, pridonose u obogaćivanju dječje mašte itd. Svi ovi oblici medija su jednako važni kao i noviji mediji, samo što će vrlo brzo otići u zaborav ako se elektronički mediji nastave ovako brzo razvijati.

Elektronički mediji su bitni u našem odgoju i obrazovanju, najviše iz tog razloga što se oni nalaze svugdje oko nas, kada učimo uz pomoć tehnologije, a mediji oblikuju društvenu stvarnost. Oni formiraju naša mišljenja te nas na neki način i odgajaju. Mediji su prisutni u djetetovoj svakodnevnicu, ali ipak u ograničenoj mjeri i pod nadzorom roditelja. Pošto su mediji naša svakodnevnicu, bitan je kvalitetan odgoj roditelja koji će razgovarati s djecom o tome što gledaju i kako prepoznati potencijalne opasnosti. Također je bitno što kvalitetnije provoditi vrijeme sa svojom djecom, a ne ih staviti pred televiziju ili računalo samo kako bismo ih se na kratko uspjeli „riješiti“. Samim time ne možemo utjecati na to što će djeca u tom trenutku gledati i da li će to utjecati na njihovo formiranje stavova. Naime, treba razmišljati na takav način da je utjecaj medija, pozitivan ili negativan, uvijek posredovan nizom socijalnih faktora. Mnogi smatraju kako mediji mogu samo negativno doprinijeti razvoju djece. Smatram da to nije u potpunosti istina. Djeca kroz razne crtiće, slikovnice pa čak i uz neke kompjuterske igre i televiziju mogu naučiti čitati, pisati, brojati. Neka djeca će možda prije naučiti prepoznati slovo ili broj uz neku igricu koja je popraćena animacijama, raznim bojama ili glazbom nego

pukim objašnjavanjem. Iako sve treba imati svoje granice, pa isto tako i korištenje masovnih medija. Gledanje televizije može pozitivno utjecati na razvoj djetetova vokabulara, pomoći pri razvoju empatije, upoznavanju svijeta i na razvoj samopoštovanja. Roditelji svakako trebaju voditi brigu o tome koliko djeca vremena provode pred kompjuterom ili televizijom te na kakve sadržaje se orijentiraju. Djecu treba upozoriti na to da njihovi idoli u igricama ili na televiziji nisu savršeni te da ne smiju oponašati njihove osobine (pogotovo u igricama koje potiču nasilje).

Bez obzira gdje živjeli, mediji nas okružuju i utječu na naše živote. Smatram da mediji itekako utječu na razvoj djece što možemo vidjeti iz svakodnevnih situacija. Djeca puno više vremena provode za kompjuterom ili mobitelom nego što se igraju vani sa prijateljima. U 21. stoljeću je nemoguće djetetu zabraniti da igra igrice na kompjuteru jer će mu se ostala djeca ismijavati i ponižavati. Današnja djeca sa 12 godina dobivaju svoje prve mobitele što je u prošlosti bilo neprihvatljivo. Pojavio se problem pretilosti samo zbog medija, djeca kao ni odrasli ne izlaze iz svojih domova, veće zadovoljstvo im je sjediti dok kuće ispred televizije. Također je postalo popularno nasilje putem interneta. Djeca ne zaštićuju svoje osobne podatke, objavljuju svoje fotografije koje svi mogu vidjeti, dopisuju se s ljudima koje nikada u životu nisu vidjeli. Ljudi komuniciraju jedni sa drugima preko interneta više nego što razgovaraju u stvarnosti. Djeca ne znaju prepoznati da li je neko ponašanje dobro ili loše, oni ga interpretiraju na svoj način jer su ga vidjeli i bilo im je zanimljivo. Važno je imati na umu da se svaki medijski sadržaj može propitivati, komentirati i analizirati, a samim time ga se pretvara u obrazovni i odgojni sadržaj na temelju kojeg se može učiti i putem kojeg se mogu graditi stavovi i vrijednosti te razvijati kritički stav i mišljenje. U poznavanju medija je vrlo važna medijska pismenost. Ona je važna jer djeci daje sposobnosti istinskog poznavanja medija, medijskih poruka i uči ih vještinama kritičke analize i vrednovanja medijskih sadržaja

Bitno je da odgajatelji razgovaraju s djecom o tome što najviše vole gledati, kakve igrice vole igrati, ali isto tako da im pokušaju objasniti prednosti i nedostatke koje nam mediji donose. Ako neko dijete oponaša scene koje je vidjelo na televiziji ili u igricama svakako s njime treba razgovarati i vidjeti koji je uzrok takvog ponašanja. S djecom treba provoditi razne aktivnosti koje će ih naučiti razlikovati

fikciju koja se prikazuje na reklamama, u crtićima ili u igricama i stvarnosti kao npr. potaknuti ih da naprave vlastitu igračku s kojom će se igrati kako bi nadomjestili osjećaj tuge i manje vrijednosti jer nisu dobili igračku koja se reklamira na televiziji.

Literatura

1. Anderson, D. R., Lorch, E. P. (1983). *Looking at television: action or reaction*.
2. Bašić-Hrvatini, S., Petković, B., Prpić, M., Nahtigal, N. (2009). *Media preferences and perceptions*. Peace institute: Mediawatch
3. Benjamin, W. (1970). *Illumination: The storyteller*. Hannah Arendt
4. Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford, New York: Oxford University.
5. Clifford, B. R., Gunter, B., McAleer, J. L. (1995). *Television and Children*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
6. Desmond, R. J. i suradnici (1985). *Family mediation patterns and television viewing*. 11, 461-480.
7. Erjavec, K., Zgrabljić, N. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu. *Hrvatski model medijskog odgoja* (89-107).
8. Eron, L. D., & Huesmann, L. R. (1986). *The role of television in the development of prosocial and antisocial behavior*. U: D. Olweus, J. Block, & M. Radke-Yarrow: The development of antisocial and prosocial behavior: reasearch, theories, and issues. New York: Academic.
9. Febvre, L., Martin, H. (1450- 1800). *The Coming of the book: the Impact of Printing*
10. Gauntlett, D. (1995). *Moving Experiences: Understanding Television's Influences and Effects*. London: John Libbey.
11. Glasovac, Z. (2010). *Osnovno o medijima i njihovom mogućem utjecaju na djecu predškolske dobi*. Belišće: Dječji vrtić Maslačak
12. Harris, T. L., Hodges, R. E. (1995). *The literacy dictionary: The vocabulary of reading and writing*. Newark, Delaware: International Reading Association.
13. Hollenbeck, A. R., Slaby, R. G. (1979). *Child Development*. Wiley: Society for Research in Child Development.
14. Hull, G. (1993). *Hearing other voices: A critical assessment of popular views on literacy and work*. Harvard Education Review, 63, 20-49.
15. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, V. (2001). *Djeca i mediji*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži i Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
16. 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.
17. Inglis, F. (1997). *Teorija medija*. Zagreb: Barbat.
18. Košir, M., Zgrabljić, N., Ranfil, R. (1999). *Život s medijima*. Zagreb: Doron.

19. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (2012), 131-149.
20. McLuhan, M. (1962). *Gutenbergova galaksija*. Routledga & Kegan Paul
21. Mikić, K. (2002). *Mediji i dječja svakidašnjica*, Zapis. Zagreb, 38, skinuto 9.8. 2017. s: http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=213
22. Mikić, K. (2004). *Mediji i roditelji*, Zapis. Zagreb, 46, skinuto 9.8. 2017. s: http://www.hfs.hr/nakladnistvo_zapis_detail.aspx?sif_clanci=483#.WZQAsV VJZrQ
23. Mikić, K., Rukavina, A. (2006). *Djeca i mediji*, Zapis. Zagreb, posebni broj, skinuto 9.8.2017. s: http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=1604
24. Morgan, M. (1986). *Television and the erosion of regional diversity*. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 30, 123-139.
25. Plenković, M. (1993). *Komunikologija masovnih medija*. Zagreb: Barbat.
26. Potter, W. J. (2001). *Media Literacy*. Second Edition. London: SAGE Publication.
27. Salomon, G. (1993). *Beyond the formats of television: the effects of student preconceptions on the experience of televiewing*. Children and Formal Features of Television. Munich: K.G. Saur.
28. Van Evra, J. (1990). *Television and Child Development*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
29. Vasta, R., Haith M. M., Miller, S. A. (1997). *Dječja psihologija*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
30. Zgrabljic Rotar, N. (2005). *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar.
31. Žderić, J. (2009). *Medijska kultura djece i mladih (mogućnosti i zamjerke)*. Zagreb: Udruga Medioteka.

Autobiografska jedinica

Moje ime je Tea Šimala, rođena sam 21. studenog 1995. godine u Virovitici. Po nacionalnosti sam Čehinja, ali državljanstvo imam Hrvatsko. Živim u Doljanima s roditeljima i sestrom. Završila sam Češku osnovnu školu Jana Amosa Komenskog, a zatim sam upisala Opću Gimnaziju Daruvar i Srednju Glazbenu školu Brune Bjelinskog gdje sam svirala klarinet. Završetkom srednje glazbene škole stekla sam zvanje glazbenika klarinetista. No, glazbena akademija me nije zanimala jer sam od uvijek htjela biti odgajateljica te sam odlučila upisati Učiteljski fakultet smjer Rani i predškolski odgoj i obrazovanje kojeg sam upisala 2014. godine. Služim se češkim i engleskim jezikom u govoru i pismu, njemačkim jezikom u govoru te osnovama informatike.

Smatram da sam vrlo komunikativna osoba, lako se prilagođavam situaciji, marljiva sam i snalažljiva. Prednost koju imam je ta što djecu mogu uveseljavati sa sviranjem klarineta. Najviše se od svega volim igrati s djecom, podučavati ih, slušati njihove kreativne ideje i pratiti njihov napredak. Smatram da bi čovjek trebao imati dijete u sebi dok god je živ.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, dolje potpisana studentica, kandidatkinja za prvostupnika *Ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja* ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica:

U Petrinji, 13. rujna 2017.

Izjava o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu u Zagrebu Učiteljski fakultet-odsjek u Petrinji, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj _____ završni _____ rad _____ pod nazivom _____

_____koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama. Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis:

U Petrinji, 13. rujna 2017.
