

Suvremeni obiteljski odnosi pod utjecajem televizije i novih medija

Jurak, Anita

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:147:364029>

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**

ANITA JURAK

DIPLOMSKI RAD

**SUVREMENI OBITELJSKI ODNOSI POD
UTJECAJEM TELEVIZIJE I NOVIH
MEDIJA**

Zagreb, rujan, 2019.

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

DIPLOMSKI RAD

Ime i prezime pristupnice: Anita Jurak, univ. bacc. praesc. educ

**TEMA DIPLOMSKOG RADA: Suvremeni obiteljski odnosi pod
utjecajem televizije i novih medija**

MENTORICA: doc. dr. sc. Lana Ciboci

Zagreb, rujan, 2019.

SADRŽAJ

Sažetak	1
Summary	2
1. UVOD	3
2. MEDIJI.....	4
2.1. Mediji nekad i danas	5
2.2. Televizija i novi mediji.....	6
3. OBITELJ	8
3.1. Izazovi s kojima se suočava suvremena obitelj	9
4. UTJECAJ MEDIJA NA DJECU.....	11
4.1. Utjecaj televizije na djecu.....	12
4.2. Zaštita djece od negativnog utjecaja medija.....	14
5. OBITELJSKI ODNOSI POD UTJECAJEM TELEVIZIJE I NOVIH MEDIJA..	15
5.1. Utjecaj interneta i društvenih mreža	17
5.2. Obiteljska komunikacija pod utjecajem televizije i novih medija.....	18
6. ISTRAŽIVANJE	21
6.1. Rezultati istraživanja	21
6.2. Zaključak istraživanja.....	38
7. ZAKLJUČAK	41
8. LITERATURA.....	42
Izjava o samostalnoj izradi rada	45

Sažetak

Mediji su danas dio obiteljske svakodnevnice. Međutim, obitelj je ta koja ima odgovornost prema korištenju medija jer su roditelji ti koji biraju i kontroliraju medijske sadržaje. Mediji osim što informiraju, zabavljaju i obrazuju mogu utjecati na odnose unutar obitelji. Ovaj diplomski rad prikazuje medije u kontekstu suvremene obitelji, odnosno istražuje s kojim se izazovima susreću roditelji u svojoj svakodnevnici, kako mediji utječu na djecu, kao i na komunikaciju unutar obitelji. Naglasak rada je na istraživanju koje smo proveli kako bi ispitali utjecaj medija na odnose unutar obitelji među 185 ispitanika. Istraživanje je pokazalo da ispitanici nisu primijetili manjak međusobne komunikacije zbog korištenja medija, ali je pokazalo da zbog upotrebe medija često dolazi do sukoba između roditelja i djece.

Ključne riječi: mediji, obitelj, djeca, odnosi, komunikacija

Summary

The media today is an inevitable part of the everyday life of the family. However, it is the family that has a responsibility to use the media, because it is the parents who choose and control the media content. In addition to informing, entertaining and educating, media can affect relationships within families. This work presents the media in the context of the contemporary family. It shows us the challenges parents face in their daily lives, how the media affects children, as well as communication within families. The focus of this work is on the research we conducted to examine the impact of media on relationships within families. The research showed that the respondents did not notice a lack of communication with each other because the use of the media, but showed that the use of media often leads to conflicts between parents and children.

Keywords: media, family, children, relationships, communication

1. UVOD

Posljednjih godina došlo je do naglih promjena na području televizije i novih medija, razvijaju se velikom brzinom i ulaze u naše domove različitim kanalima. Mediji su danas gotovo neizbježan dio obiteljske svakodnevnice. Dio su obiteljskog dnevnog reda, tema su međusobnih dijaloga te svojom prisutnošću i sadržajem mogu utjecati na međusobne odnose u obitelji te isto tako mogu utjecati na oblikovanje mišljenja već od najranije dobi.

Prema Valentini Mandarić (2012, str. 132) „suvremeni mediji oblikuju čovjekovu svakodnevnicu na svim razinama života: utječu na radne navike, kreativnost, socijalizaciju i komunikaciju. Bez medija modernom čovjeku teže bi bilo uspješno komunicirati, planirati, zabavljati se, kao i provoditi slobodno vrijeme.“ Mediji su se nametnuli kao interaktivna nužnost i najkorišteniji oblik razgovora. Također, zaslužni su za promicanje istinskih vrijednosti. Može se reći da su postali svojevrsna revolucija s kojom se mijenja svakodnevni život suvremene obitelji. Uz sve prednosti koje nam mediji nude, postavlja se pitanje o njihovom mogućem negativnom utjecaju na odnose unutar suvremene obitelji. Međutim, obitelj je ta koja ima odgovornost koristiti se svime što dolazi od medija te je njen zadatak naučiti posredovati između medija i članova obitelji. Odgovornim i razumnim korištenjem, mediji mogu pozitivno utjecati na obiteljski dijalog. Zlatko Miliša i Jasminka Zloković (2008, str. 54) ističu da je „neupitan njihov doprinos u dostupnosti i širenju novih znanja i spoznaja, u stimuliranju i olakšavanju učenja, promicanju ljudskih prava i informiranju javnosti o problemima različitih skupina ugrožene populacije“, no pritom je važno posjedovati medijske kompetencije, odnosno znanje koje je potrebno za korištenje medijima.

Cilj ovog rada je prikazati moguće probleme s kojima se suvremena obitelj susreće koristeći se medijima, zatim u kojoj mjeri i na koji način mediji utječu na djecu te na međusobne odnose unutar obitelji.

2. MEDIJI

Medije je najlakše definirati kao sredstvo komuniciranja jer njihov glavni zadatak je prenošenje informacija široj javnosti. Postoji više podjela medija. John Fiske (prema Jurčić, 2017) razlikuje tri vrste medija: prezentacijske (lice, glas, tijelo), reprezentacijske (fotografije, knjige, slike) te mehaničke medije (radio, televizija, telefon) koji odašilju i prezentacijske i reprezentacijske medije.

Štefan Rus-Mol i Ana Zagorac-Keršer (2005 prema Jurčić, 2017) ističu da su najvažnije funkcije medija - informiranje, odnosno povećanje opće informiranosti građana i davanje što kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o prioritetnim pitanjima zajednice; artikuliranje što bi značilo oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati te određivanje prioriteta društvenih tema te stavljanje istih na mjesta gdje se oni trebaju riješiti; stavljanje problema i tema pred javnost, ali i onih koji ih moraju rješavati bez odgađanja. Jedna od ključnih funkcija je i kritiziranje i kontrola, odnosno omogućavanje da se ništa ne skriva od javnosti. Rus-Mol i Zagorac-Keršer (2005 prema Jurčić, 2017) naglašavaju i važnost zabave, obrazovanja, socijaliziranja i integriranja jer mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture i ideje. Također, Jurčić (2017) navodi da je glavni cilj medija zadovoljavanje potrebe čovjeka da bude informiran o svim važnim društvenim procesima kao i o svim aktualnim događanjima.

Preko medija se prenose informativni, edukativni i zabavni sadržaji koji imaju utjecaj na svaku osobu. Pritom se pozitivan utjecaj medija ogleda u stjecanju znanja i umijeća, usvajanju znanstvenog i kulturnog nasljeđa, bogatstvu moralnoj i socijalnoj dimenziji te razvoju stvaralačkih sposobnosti (Jurčić, 2017). Međutim, mediji imaju i negativan utjecaj na pojedince, a često sugeriraju i njihovo društveno ponašanje, osobito kroz one sadržaje koji ističu nasilje, kriminal i pretjerani konzumerizam.

Mediji, osobito televizija i internet, postali su jedan od najvažnijih čimbenika u socijalizaciji. Oni snažno utječu na društvena ponašanja, a neizbježno su sredstvo u informiranju, oblikovanju i prenošenju vrijednota, zatim stvaranju vizije svijeta i života te kreiranju životnih stilova i identiteta (Mandarić, 2012). Novi mediji postali su nova „društvena institucija“ u socijalizacijskom procesu (Mandarić, 2012).

2.1. Mediji nekad i danas

Mediji se danas razvijaju velikom brzinom. Početkom devedesetih prosječna obitelj posjedovala je radio i televiziju, ali ne i računalo kao ni pristup internetu. Prema Državnom zavodu za statistiku (2018) danas gotovo svako kućanstvo u Hrvatskoj ima pristup internetu, preko računala ili mobitela, te je primijećen porast korisnika interneta u svim dobnim skupinama u odnosu na 2017. godinu. Najveći porast zabilježen je u najstarijoj dobnj skupini. Očekivano, najmlađa populacija prednjači u upotrebi interneta, a broj korisnika opada proporcionalno njihovoj dobi (Državni zavod za statistiku, 2018).

Ljudima je postalo nezamislivo živjeti bez medija. Dok su nekad fizički odlazili u trgovinu i banke, danas sve te aktivnosti obavljaju iz udobnosti svoga doma. Nekad su se pisala pisma, danas je to elektronička pošta i poruke koje se šalju preko mobitela. Eventualno se znalo što najbliži susjed radi, danas se zaviruje u domove nepoznatih ljudi putem Facebooka i Instagrama te su sve informacije dostupne u najkraćem mogućem roku. Digitalni mediji su integrirani u sve aspekte svakodnevnoga života i djeca su njima okružena već od rođenja.

Juraj Mirko Mataušić (2005) piše da je računalo sredstvo koje objedinjuje klasične medije, novine, radio i televiziju. Dok su prijašnji mediji bili uglavnom receptivni, računalo omogućava interaktivnost i kreativnost primatelja u odabiru i suoblikovanju medijske ponude. Mladi su 1995. učili kako se koristiti internetom kao dijelom svakodnevnog života, međutim danas ne znaju kako živjeti bez njega. Dok je 60% tinejdžera 1995. svakodnevno razgovaralo sa svojim prijateljima telefonom, sada ih samo 39% telefonira i tek 35% posto ih se svaki dan druži s vršnjacima izvan škole (Teensafe, 2015).

U ranim 2000-ima nije se mogla koristiti fiksna mreža za telefoniranje ukoliko je netko bio spojen na internet te se samo jedno računalo moglo spojiti na internet uz dugotrajan i bučan proces (Teensafe, 2015). Danas je situacija sasvim drugačija. Ne samo da se računala i drugi uređaji poput pametnih telefona i tableta za pristup internetu mogu koristiti odmah, već se internetu može pristupiti na ulici, lokalnim kafićima ili restoranima.

2.2. Televizija i novi mediji

Ivan Matančević (2016, str. 2) naglašava da je „televizija medij koji mijenja društvene norme, stvara i oblikuje nove društvene vrijednosti, dok je u isto vrijeme taj medij sklon raznim manipulacijama od strane kapitala koji ga financira ili od strane politike“. Televizija se prvenstveno koristi za zabavu, ali služi i kao izvor informacija. Može nas podučiti o stvarima koji prije nismo znali ili ojačati ono što već znamo i vjerujemo. Nada Torlak (2013) navodi istraživanje koje ukazuje na visoku privrženost televiziji kod suvremenog čovjeka. Vrijeme provedeno ispred televizije odvija se kroz znatan dio slobodnog vremena, što ukazuje na problem izloženosti određenim vrstama manipulacija koje je moguće emitirati putem televizije kao medija. Barrie Gunter i Jill McAleer (1997) ističu da televizija može ponuditi svijet fantazije na neizmerno zadovoljstvo gledatelja te da ona pruža izvor bijega od svakodnevne stvarnosti. Tako funkcija eskapizma, odnosno bijega od vanjskoga svijeta uz pomoć televizije, djeluje ne samo na odrasle, nego i na djecu. Stoga je eskapizam jedan od središnjih mehanizama zabavnih funkcija televizije koji pruža privremenu nadu i predah od manje poželjne svakodnevne stvarnosti (Gunter, McAleer, 1997). Nadalje, televizija može dati informacije o svijetu, ali je ona istovremeno svijet u kojem prevladavaju određene vrste ljudi, svijet u kojem se ljudi jedni prema drugima ponašaju na određene načine i igraju određene vrste uloga (Gunter, McAleer, 1997).

Viktorija Car (2010) piše da domaćinstva u kojima žive informatički i tehnološki pismeni korisnici imaju televizor spojen na internet izravno, preko računala, digitalnog TV prijamnika ili igraće konzole. U takvom medijskom okruženju nezaustavljivog razvoja novih tehnologija svjedoci smo neprestanog stvaranja novih te unaprjeđenja postojećih oblika masovnog komuniciranja te uopće hiperprodukcije sadržaja. Tako je internet omogućio nove medije koje nazivamo još i digitalnim medijima. Novi mediji podrazumijevaju digitalnu računalnu tehnologiju koja se koristi za distribuciju informacija. To su internetski sadržaji kojima možemo pristupiti putem računala, tableta i pametnih telefona. Car (2010) ističe da je internet vrlo brzo i intenzivno spojio informacijsku i komunikacijsku funkciju medija te da je približio tri donedavno potpuno različita medija, a to su *online* izdanja novina te radijske i televizijske programe. Razlika između interneta i televizije bila je velika sve dok su video sadržaji

bili podatkovno preveliki za internetske kapacitete. Razvojem *online* platformi za video sadržaje pojačala se konvergencija ova dva medija (Car, 2010).

Novi mediji uveli su i drugačije komunikacijske modele, stvarajući interakcije koje se uvelike razlikuju od tradicionalne komunikacije licem u lice te su promijenili postojeći odnos između subjekta i informatičkih tehnologija (Labaš, 2009). Mandarić (2012) navodi da digitalni mediji omogućuju ljudima privatnu komunikaciju te da su uklonili vremenske i prostorne barijere koje su bile veliki uvijet za komunikaciju i protočnost informacija. Isti autor ističe da u mnogim europskih zemljama, pa tako i u Hrvatskoj, mnoga djeca i mladi u medijima pronalaze jedine sugovornike sve zbog prezaposlenosti roditelja, te da su internet i pametni telefoni sastavni dio suvremene obitelji. Digitalni mediji omogućuju korisnicima aktivno korištenje, druženje, praćenje, tumačenje i dijeljenje medijskih sadržaja. Sve se to koristi u svrhu informiranja, kupovine, zabave i edukacije.

3. OBITELJ

Vlasta Štalekar (2010, str. 243) definira obitelj kao „prvu životnu skupinu kojoj pripadamo; te navodi da je ona više od zbroja pojedinaca koji dijele jedinstven fizički i psihosocijalni prostor. Obitelj je prirodni socijalni sustav, koji ima svoju strukturu, funkcije, pravila, uloge, načine komuniciranja, načine suočavanja s problemima i njihovim rješavanjem.“

Maleš (2012) navodi da u obitelji djeca stječu svoja prva socijalna iskustva te oblikuju ponašanje koja će kasnije prezentirati u životu. Obitelj se mijenjala i razvijala sukladno društvenim okolnostima. Kako bi promotrili različitost obiteljskih struktura treba uzeti u obzir različite kriterije: odnos roditelja i djece (npr. biološka i usvojena djeca), bračni status roditelja (razvedeni, odvojeni, ponovno oženjeni), s obzirom na broj roditelja u obitelji (jednoroditeljske i dvoroditeljske obitelji) i roditeljsku seksualnu orijentaciju (heteroseksualni i homoseksualni parovi) (Wise, 2003 prema Maleš, 2012). U suvremenim društvima sve češće nailazimo na netipične nuklearne obitelji što se očituje u visokom postotku razvoda brakova, izvanbračnih zajednica, migracija, stilu života i slično. Suvremenost sve jače ukida odlike tradicionalne obitelji. Mira Klarin (2006 prema Wagner Jakab, 2008) piše da

„govoreći o obitelji nikako se ne smije zaobići njezina uloga u formiranju osobe kroz djetinjstvo i pojedinačan utjecaj pojedinih članova kao i važnost ukupne obiteljske atmosfere u kojoj dijete odrasta. Samo roditeljstvo je već davno prepoznato kao izuzetno važna komponenta zadovoljstva vlastitim životom, sposobnosti prilagođavanja kao različitim aspektima razvoja, ponašanja djeteta, akademskim postignućima, moralnim razvojem kao i osobinama ličnosti.“

Nadalje, Wagner Jakab (2008) ističe emocionalnu toplinu u obitelji kao jedan od važnijih faktora te sposobnost da članovi obitelji u različito vrijeme preuzimaju različite uloge i sukladno njima se prilagođavaju tim ulogama. Roditelj je onaj koji postavlja granice i pravila, ali temeljena na logičnim i nadasve razumnim rješenjima kao i međusobnim dogovorima. Za vrijeme krize i promjena, roditelji/skrbnici su oni koji djeci trebaju pružiti razumijevanje, potporu i pomoć.

3.1. Izazovi s kojima se suočava suvremena obitelj

Mira Čudina Obradović (2013) smatra da danas dolazi do pojave sve većeg broja samačkih i jednoroditeljskih obitelji nastalih razvodom. Stoga autorica navodi da je prisutna kriza tradicionalne obiteljske institucije zbog čega dolazi do pojave raznih oblika slobodnih veza i novih modela obitelji. To je potaknulo razmišljanja o tome da nestaje obitelj kao zajednica pojedinaca s ciljem međusobne podrške i odgoja djece. Autorica dalje navodi da suvremeno razumijevanje raslojavanja obitelji je isključivo oblik prilagodbe na nove uvjete, prvenstveno ekonomske, a zatim i ideološke, među kojima najvažniju ulogu imaju velika potreba za razvojem autonomije i potreba za prihvaćanjem takvog oblika odnosa koji najviše odgovara pojedincima, a ne onima koji su propisani zakonima ili običajima (Čudina Obradović, 2013). To ne znači da će obitelj nestati. Čudina Obradović (2013) dalje piše da su istraživanja pokazala da preko 80% Europljana smatra da je brak, obitelj i imanje djece jako važna vrijednost koje se ne žele odreći i planiraju je ostvariti u nekom razdoblju života. Međutim vrlo je izgledno da bi se mogla smanjiti zastupljenost, a možda i „izumrijeti“ tradicionalni oblik obitelji kojeg će zamijeniti mnogobrojni novi oblici koji će onda odgovarati svim ekonomskim, emocionalnim i vrijednosnim potrebama pojedinaca.

Suvremena obitelj je suočena s različitim problemima i pritiscima koji utječu na razvijanje osjećaja osamljenosti kod njenih članova, kao i osjećaj da nisu dovoljno kompetentnosti za odgoj djece i mladih (Miliša, 2015). Ubrzani i stresni životni ritam uzrokovao je slabljenje društvenih veza te je pogodovao nastanku brojnih egzistencijalnih problema s kojima se suočavaju današnje suvremene obitelji (Miliša, 2015). Čudina-Obradović (2013) navodi da su izazovi s kojima se suočava suvremena obitelj mnogobrojni. Međutim, to donekle ovisi i o tipu obitelji, a svi oblici teškoća pojačani su s ekonomskim krizama koje se očituju kao povećan broj siromašnih obitelji, obitelji s nezaposlenim članom ili sa zaposlenim koji ne prima plaću. Autorica je zaključila da je za obitelji dvostrukog hranitelja najveći izazov usklađivanje radnih obaveza, zatim roditeljskih kao i neodgodivih poslova u kućanstvu koji osiguravaju opstanak i zdravlje obitelji (Čudina-Obradović, 2013). Tu se postavljaju pitanja uloga, jednake i pravedne raspodjele dužnosti između muža i žene, raspodjele moći unutar bračne dijade, što znači da će sukobi unutar obitelji i nezadovoljstvo odnosima biti

više prisutni nego problemi preživljavanja i ekonomske moći (Čudina-Obradović, 2013). Autorica smatra da jednoroditeljska obitelj (pretežno majka) ima mnoge probleme koji su povezani s manjkom ekonomskog i kulturnog kapitala te s manjkom vremena i energije za komunikaciju i nadzor djece. Lana Ciboci i Igor Kanižaj (2011) navode da zbog užurbanog vremena u kojem živimo, roditelji provode sve manje vremena sa svojom djecom, sve ih manje podučavaju i ukazuju im moralne vrijednosti, a sve više tu ulogu preuzimaju mediji, a da nisu ni svjesni negativnih strana kao i mogućeg negativnog utjecaja medija i medijskih sadržaja. S obzirom na sve dolazi do toga da je teško udovoljiti zahtjevima suvremenog odgoja djece ako se roditeljska znanja i vještine temelje uglavnom na naslijeđu svojih roditelja. Međutim, kompetentan roditelj poznaje razvojne potrebe djeteta, pruža kvalitetan odgoj te zna odabrati za svoje dijete odgovarajuće izvanobiteljske utjecaje (Maleš, 2012).

Dafna Lemish (2015) ističe da su sociološka istraživanja koja se bave promjenama koje se događaju u suvremenoj obitelji zaključila da se korištenje medija povećava kod djece koja su ostavljena duže vremena sama jer oba roditelja rade i manje su u mogućnosti nadzirati aktivnosti svoje djece. Autorica dalje ističe kako je razumljivo da zabrinutost o dječjoj upotrebi medija možda nije visoko na listi briga jer su roditelji zauzeti osiguravanjem osnovnih potreba za svoju obitelj i trude se preživjeti svakodnevne poteškoće (Lemish, 2015). Čak i kad roditelji žele biti više uključeni u medijske navike svoje djece, često nisu u mogućnosti zbog svog posla (Lemish, 2015).

4. UTJECAJ MEDIJA NA DJECU

U najranijem životnom dobu dijete se već susreće s medijima. Neki roditelji prilikom rođenja djeteta snimaju porođaj te prve fotografije djeteta objavljuju na društvenim mrežama, šalju prijateljima, obitelji i rodbini. Nakon toga dijete dolazi u dom koji je obogaćen medijima. Djeca gledaju televiziju dok se igraju, gledaju u pametne telefone dok se hrane, umiruju se uz crtane filmove dok čekaju kod doktora. Ciboci i sur. (2018) ističu da djeca najčešće provode svoje slobodno vrijeme pretraživajući internet i koristeći društvene mreže. Naime, društvene mreže su postale sastavnim dijelom svakodnevnice djece i mladih. „Čak 99% djece u Hrvatskoj ima pristup internetu, a njih 93% posjeduje profil na društvenoj mreži“ (Poliklinika za zaštitu djece Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2013 prema Ciboci i sur., 2018). Antonija Đuran, Diana Koprivnjak i Nataša Maček (2019, str. 276) pišu kako je:

„istraživanje koje su 2013. proveli Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon pokazuju da djeca predškolske dobi provode 2 do 4 sati radnim danom, a 3 sata vikendom pred ekranima koristeći različite medijske sadržaje. Upravo zbog sveprisutnosti medija i njihove neophodnosti u svakodnevnom životu, dovode se u pitanje strukture odnosa koje nastaju s medijima i utjecaj medija na život suvremenog čovjeka, konkretnije djeteta. Integriranjem različitih medija, djeca kreiraju i proširuju svoje kognitivne, psihičke, kreativne i socijalne kvalitete. Oni postaju aktivni sudionici procesa učenja jer između medija i djeteta postoji dijalog.“

Prema najnovijim preporukama Američke pedijatrijske akademije (2016 prema Ciboci i sur. 2018, str. 49) „djeca mlađa od 18 mjeseci ne bi trebala koristiti medije jer istraživanja pokazuju da to usporava njihov kognitivni razvoj, uključujući razvoj vokabulara i jezičnih vještina. Prema njihovom mišljenju, djeca predškolske dobi ne bi trebala koristiti medije više od jedan sat dnevno pri čemu je važan odabir kvalitetnih medijskih sadržaja, pri čemu roditelji zajedno s djecom gledaju, komentiraju i vrednuju medijske sadržaje.“

Gotovo je nemoguće izdvojiti jedan dio aspekta života izvan konteksta utjecaja medija, međutim problem je u nedostatku odgojnih sadržaja jer je sve više onih manipulativnih (Miliša, Zloković, 2008). „Mediji imaju i ambivalentnu ulogu u suvremenoj odgojnoj paradigmi jer su s jedne strane obrazovno-informativnog karaktera, dok s druge strane u određenim sadržajima poprimaju oblik manipuliranja i/ ili indoktrinacije kod djece i mladih“ (Miliša, Zloković, 2008, str. 131). „Djeca i mladi, time što su ih mediji socijalizirali, razvili su načine korištenja medija koji su potpuno različiti od onih koje

koriste njihovi roditelji. Oni ne prave razliku između 'svijeta' i 'svijeta medija'“ (Labaš, 2011, str. 37).

Carl Honorè (2009) navodi da roditelji žele da djeca imaju sve najbolje i osjećaju pritisak da ih se opskrbi s opremom koju imaju i ostali. Dijete je uvijek dostupno ako posjeduje pametni telefon, a neki roditelji smatraju da mu se ništa loše ne može dogoditi ako sjedi doma i igra videoigre (Honorè, 2009). Honorè (2009) nadalje ističe da je sve više saznanja kako informacijsko-tehnološka revolucija vodi ka digitalnoj preopterećenosti kako odraslih tako i djece te da su djeca dvadesetprvog stoljeća digitalni domoroci koji vole provoditi sate u interakciji s ekranima i tipkovnicama. William James Potter (2001 prema Sindik, 2012) dijeli utjecaje medija na kratkoročne i dugoročne, s obzirom na to kad se utjecaj pojavi: odmah ili dugo vremena nakon korištenja medija i medijskih sadržaja. Mediji svakako imaju posljedice na znanje, utječu na stavove o nekom pitanju, djeluju na emocije, izazivaju fiziološke reakcije te u konačnici utječu i na ponašanje gledatelja (Potter, 2001 prema Sindik, 2012).

4.1. Utjecaj televizije na djecu

Važno pitanje 21. stoljeća je kako balansirati između televizije i želje djeteta, razvojnih potreba i rasprave o štetnosti i koristi televizije (Pećnik, Starc, 2010). „Amerikanci su izračunali da djeca u dobi od šeste do osamnaeste godine pred televizorom provedu oko 16 tisuća sati. Slično je stanje i u Hrvatskoj pa je medijska pismenost ili odgoj za korištenje medija potrebno svima: ne samo djeci, već i roditeljima.“ (Ciboci i sur., 2018, str. 43) Televizija možda pruža zadovoljstvo onda kada je djeci dosadno jer televizor omogućuje preskakanje između različitih kanala i unaprijed snimljenih programa, s mnogim opcijama gledanja programa. Međutim, to nas navodi da se zapitamo jesu li djeca danas više nestrpljivija zbog toga i ako jesu, utječe li to na njihovo ponašanje (Lemish, 2015).

Elizabeth A. Vandewater i suradnici (2005) su otkrili da 39% djece u dobi od 0 do 4 godine i 29% djece u dobi od 5 do 6 godina živi u kućama u kojima je televizija uključena većinu vremena čak i ako ju nitko ne gleda. Isti autori tvrde da stavovi i ponašanja roditelja mogu utjecati na količinu gledanja televizije kod djece primjerice,

roditelji koji su imali pozitivna stajališta o gledanju televizije, dopuštali su gotovo stalnu uključenost televizije za djecu u dobi od 6 mjeseci do 2 godine. Sposobnost djece da prate i razumiju televizijske sadržaje uglavnom ovisi o dobi i raste proporcionalno s razumijevanjem svijeta općenito. Naime, na isti način na koji počinju donositi prosudbe o ponašanju vršnjaka i odraslih u vlastitom okruženju, slično donose i prosudbe o ponašanju televizijskih likova. Katica Knezović i Iva Maksimović (2016, str. 651) pišu da su

„djeca društvena skupina koja je najpodložnija manipulativnoj moći masovnih medija jer još nemaju razvijen mehanizam razaznavanja simbola i znakova, što ih čini vrlo ranjivima. U toj činjenici korporacijske tvrtke i kapitalistički sustav nalaze načine da se približe širokim narodnim masama i velik broj ljudi učine potrošačima ovisnima o proizvodima koje neprestano plasiraju na tržište.“

S obzirom na to da djeca imaju veliki utjecaj na roditelje i njihove odluke o kupovini proizvoda, oglašivači već od ranog djetinjstva nastoje stvoriti vjerne potrošače. Oglasi stvaraju lažne potrebe kod djece jer djeca smatraju da svi to imaju te stoga i oni žele isto. Manca Košir, Nada Zgrabljic i Rajko Ranfl (1999) navode da se djeca od zaigranih i kreativnih bića pretvaraju u egoistične potrošače te svoju unutarnju prazninu žele ispuniti novim proizvodom. Nažalost, današnja djeca s roditeljima dijele potrošačku svijest jer moraju držati korak s drugima. Stoga danas nije rijetkost vidjeti uplakanog trogodišnjaka u supermarketu koji vrišti i baca se jer nije dobio ono što je želio, dok mu majka pokušava objasniti da nešto slično već posjeduje.

Honorè (2009) tvrdi da previše sati ispred ekrana djeci može uskratiti vlastitu interakciju s ljudima i predmetima koja je bitna za njihov razvoj. To isto tako uzima i vrijeme potrebno za razmišljanje i odmor. Uskraćivanje sna ometa fizički razvoj, slabi koncentraciju i pamćenje (Honorè, 2009). Autor isto tako tvrdi da istraživanja pokazuju kako djeca u prosjeku spavaju dva sata manje nego prije, a razlog tome je što su im sobe opremljene televizorima, računalima i igraćim konzolama (Honorè, 2009). Jedna od ključnih pogrešaka je ostaviti djecu same pred televizijom kako bi upotpunili njihovo slobodno vrijeme jer televizija pasivizira djecu i udaljava ih od stvarnih interakcija s obzirom na to da i oni programi koji imaju obrazovnu svrhu nakon nekog vremena mogu pretvoriti djecu u pasivne primatelje medijskih sadržaja (Ozdasli i Gol, 2013 prema Đuran i sur., 2018).

4.2. Zaštita djece od negativnog utjecaja medija

Sonia Livingstone (prema Ciboci i sur., 2018, str. 49), jedna od najvećih svjetskih stručnjakinja u ovom području, ističe da je u korištenju medija među djecom najvažnije kakve sadržaje djeca koriste te ako je dijete „fizički zdravo, dovoljno spava, druži se s prijateljima i članovima obitelji, uspješno izvršava svoje obaveze u školi, ima hobi te se preko medija zabavlja, ali i uči roditelje ne treba zabrinjavati provodi li dijete uz medije previše vremena“. Nadalje, Ciboci i suradnici (2018) prenose vrlo korisne savjete i smjernice roditeljima za gledanje televizije obiteljskog i komunikacijskog savjetnika Jan Uwe Roggea (prema Ciboci i sur., 2018, str. 49), a među kojima treba istaknuti da je potrebno utvrditi važnost motiva zašto dijete želi gledati televiziju te da se televizijski raspored mora prilagoditi djetetu i njegovim obavezama. Televizor se ne bi trebao nalaziti u središnjem dijelu dnevnoga boravka, a medijske bi sadržaje djeca i roditelji trebali gledati zajedno, a televizor ni u kojem slučaju ne bi smjeli koristiti kao metodu nagrade ili kazne, a osobito ne kao dadilju.

Elisabeth J. Erwin i Naomi Morton (2008 prema Kanižaj, Ciboci, 2011) nakon višegodišnjeg bavljenja utjecajem nasilja u medijima na djecu, ističu važnost koju obitelj ima u medijskom odgoju djece, neovisno o svim prijetnjama koje se pojavljuju s novim medijima i novim tehnologijama. Tvrde da je autoritet roditelja neosporan i nezamjenjiv. Erwin i Morton (2008, str. 109-110 prema Kanižaj, Ciboci, 2011) savjetuju roditelje da se informiraju, istraže ulogu i utjecaj medija u svojim životima, ispituju prisutnost i utjecaj koji mediji imaju u životima njihove djece, da osiguraju sigurnost svojoj djeci postavljanjem jasnih granica, razotkriju skrivene ili prikrivene poruke na svim ekranima i igračkama, uključe djecu u donošenje mudrih odluka te da promoviraju mir. Nikken Jansz (2007, str. 228 prema Kanižaj, Ciboci, 2011, str. 26) navode savjete za reguliranje igranja videoigara, a to su: zajedničko igranje videoigara kroz promišljene postupke ili više kao slučajnu prisutnost, zatim kritička rasprava o igrama te slijedom toga prihvaćanje ili odbacivanje sadržaja (aktivno posredovanje), i na kraju uvođenje pravila za ponašanje prilikom igranja igara, uključujući i zabrane određenih igara (restriktivno posredovanje).

5. OBITELJSKI ODNOSI POD UTJECAJEM TELEVIZIJE I NOVIH MEDIJA

Miliša i Zloković (2008) naglašavaju da je suvremena obitelj suočena sa svakodnevnim pritiscima i problemima zbog kojeg djeca i roditelji mogu imati osjećaj osamljenosti i nekompetentnosti u odgoju. Svakodnevna izloženost stresu, životni ritam i egzistencijalni problemi neke obitelji danas pretvaraju u „fast food“ obitelji sintagmu koju su autori naveli kao naziv za brze, nezdrave i površne odnose među članovima suvremene obitelji (Miliša, Zloković, 2008). Autori ističu da takvi članovi funkcioniraju s brojnim disfunkcionalnim obrascima te da neposredni tjelesni i emocionalni kontakt zamjenjuju virtualni odnosi objašnjeni na način da žive jedni pored drugih, a ne jedni s drugima (Miliša, Zloković, 2008).

Posljednjih godina je u nekim obiteljima televizor potisnut u pozadinu jer su video i računalne igre došle kod djece u prvi plan. Dok kod nekih obitelji televizor igra ulogu dadilje, kod drugih okuplja cijelu obitelj u dnevnu sobu. Mataušić (2005) navodi da primjerice neki samohrani roditelji kupuju djeci računala kako bi se iskupili zato što djecu puštaju puno samu, a onda s tim računalom ne znaju što bi učinili jer nemaju vremena niti znanja da nadziru što djeca na njemu rade. Unutar drugih obitelji djeca i roditelji se često okupljaju oko računala tako da, primjerice, otac i sin zajednički igraju igre (Mataušić, 2005). Postoji mnogo tipova obitelji i u svakoj od njih mediji imaju drugačiju ulogu i drugačije su integrirani u obiteljski život (Mataušić, 2005).

Đuran i sur. (2018) ističu kako je važno da roditelji s djecom povremeno gledaju njihove omiljene emisije ili da odigraju omiljenu igricu kako bi se upoznali sa sadržajem te kroz razgovor ukazivali na pozitivne, kao i na negativne aspekte sadržaja. Autorice navode da obitelji koje su djeci omogućile pristup informatičkim tehnologijama s prikladnom kontrolom sadržaja i vremena imaju bolje okruženje i atmosferu unutar obitelji (Đuran i sur., 2018).

Livingstone (2002) navodi da je najznačajniji aspekt modernih medija njihovo shvaćanje, a time i često nevidljiva uloga u konstruiranju svakodnevnih obiteljskih rutina. Dok se roditelji brinu da slobodno vrijeme provedu kvalitetno uz dogovoreni raspored, njihova djeca ne gube vrijeme da pronađu slobodno, nestrukturirano vrijeme za igru, prijatelje i za medije pritom koristeći različite taktike da bi to postigli

(Livingstone, 2002). Djeca su snažno motivirana da izbjegnu dosadu te će se ona, ako im je dosadno, okrenuti medijima. Košir i sur. (1999) ističu da mediji stvaraju osjećaj da nismo sami i osamljeni, privlačno nam nude iluziju blizine i odnosa misleći pritom na televiziju. Također, ističu da se djeca, kao i odrasli, sve više odlučuju za medijsku blizinu i ulažu sve manje napora u njegovanje istinskih međuljudskih odnosa (Košir i sur., 1999). Roditelji uglavnom djeci određuju pravila i okvire gledanja televizije. No, rijetki se kod toga vode kvalitativnim kriterijima, a još su rjeđi kritički i kvalitetni razgovori o onome što se gleda. Roditelji višega socijalnog statusa više ograničuju djecu u gledanju televizije jer sami imaju drukčije preferencije i poticaje (Mataušić, 2005). U svakodnevnicu suvremene obitelji moguće je da dođe do situacije gdje roditelji „kupuju“ vrijeme stavljajući dijete pred televizor ili pametni telefon. Najčešći razlog tome je kako bi roditelji nesmetano skuhalo ručak, popili kavu u miru ili umirili uplakano dijete.

Gunter i McAleer (1997) proveli su istraživanje koje je pokazalo da su majke vjerovala da se televizija koristi kao dadilja za dijete, ali su to doživljavale kao nešto što se događa i u drugim obiteljima, ne samo u njihovim. Iako se te majke nisu oprostile od navike gledanje televizije, one su smatrale da to nije nešto što bi voljele da njihovo dijete koristi pretjerano. Igranje s prijateljima obično se preferiralo prije gledanja televizije, ali većina majki misli da njihova djeca radije gledaj televiziju, nego se igraju samostalno. Na pitanje što su obično rekli svojoj djeci kada trebaju kuhati, obavljati kućanske poslove ili se opustiti, televizija se spominjala kao prijatelji, iako su tvrdili da će ubuduće tražiti od svoje djece da im pomažu češće. Većina tih majki smatrala je da većina ostalih majki djece u dobi od 2 do 12 godina koristi televiziju kao dadilju. U prosjeku, one su procijenile da su druge majke koristile televiziju kako bi djeca bila mirna neko vrijeme u danu (Gunter, McAleer, 1997). U odnosu na američko istraživanje, Manfred Spitzer (2018) navodi da je istraživanje koje je provedeno u Njemačkoj (2007) pokazalo da mediji prema odgovorima roditelja umiruju djecu i omogućuju roditeljima da se pobrinu za kućanstvo ili da jednostavno imaju malo vremena za sebe, odnosno da roditelji medije vide kao prednost i da ne mogu zamisliti kako bi prebrodili dan bez medija. Iz ova dva istraživanja provedena u razmaku od deset godina vidljivo je da se nije puno toga promijenilo oko shvaćanja uloge medija u obitelji.

5.1. Utjecaj interneta i društvenih mreža

Petra Robotić (2015) piše da razvojem novih medija, njihova interaktivnost i veće mogućnosti za komuniciranje, uz sve prednosti kao i zanimljiv način učenja, predstavlja velik rizik, osobito za djecu. S obzirom na to da djeca danas žive potpuno drugačije nego su živjeli njihovi roditelji te imaju mnogo više znanja o elektroničkim medijima, roditeljska uloga postaje još složenija. Mediji danas, s naglaskom na sve veću važnost i prisutnosti novih medija poput interneta, postaju odgojitelji novih generacija. Nadalje, Vesna Bilić (2010 prema Robotić, 2015, str. 82) navodi da se

„uloga računala kao ‘isplative i nezahitljive’ dadilje pretvorila u opasnost koja unosi nemir i zabrinutost u obitelji zbog dječje pretjerane zaokupljenosti internetom i videoigrama te društvenim mrežama na štetu drugih obveza, osobito školskih, zatim udaljavanja od prijatelja i osamljivanja, gubitka nadzora nad ponašanjem te sve težega prekidanja s tom lošom navikom i potencijalnom ovisnošću”.

Istraživanje o medijskim navikama djece koje je proveo Ipsos Puls (2017 prema Ciboci i sur., 2018) pokazalo je da djeca internetu najčešće pristupaju preko pametnih telefona i računala/ laptopa/notebooka te da gotovo polovica djece u dobi od 9 do 11 godine, 2/3 djece djece u dobi od 12 do 14 godina te 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina uvijek kada želi ili treba može pristupiti internetu. Najkorištenija društvena mreža među djecom od 9 do 17 godina je Facebook, dok se na drugom mjestu nalazi Instagram. Jacinta Grbavac i Vitomir Grbavac (2014, str. 207) pišu da su glavna obilježja društvenih mreža univerzalna komunikacijska sredstva i tehnike, kao i zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno. Oni još i navode da su

„društvene mreže najpopularniji globalni komunikacijski fenomen jer je čovjek društveno biće i jer ga društvena komunikacija zanima i privlači. Na društvene mreže dolazimo kako bi se zblížili, povezali i sprijateljili s novim ljudima, kako bi podijelili odnosno primili ili razmijenili razne informacije, jednostavno kako bi komunicirali s ljudima na svaki mogući način (od chattanja/čavrljanja do razmjene slika i sl.)“

Spitzer (2018), međutim, navodi da digitalne društvene mreže ne vode do brojnijih, odnosno kvalitetnijih međusobnih odnosa, već do socijalne izolacije. Onaj tko je svoje kompetencije socijalnih vještina stekao uobičajenim putem, njemu neće korištenje društvenih mreža nanijeti štetu, ali tko veći dio svojih kontakata ostvaruje na internetu ima velike šanse da njegovo ponašanje ostane socijalno nerazvijeno (Spitzer, 2018). Nadalje, autor tvrdi da kod djece zamjena pravih međuljudskih kontakata može biti povezana sa smanjenjem njihova socijalna mozga (Spitzer, 2018). Djeca i roditelji

pristupaju internetu i društvenim mrežama i preko pametnih telefona. Cheol Park i Ye Rang Park (2014) osvrnuli su se na upotrebu pametnih telefona kod djece te navode da su djeca iz obitelji sa zaposlenim roditeljima duže vremena sama i zbog nedostatka vremena roditelja da se brinu o njima, velikodušni su prema njihovim zahtjevima. Stoga lako puštaju svoju djecu da se koriste pametnim telefonima, što rezultira višom stopom ovisnosti o pametnim telefonima. Autori navode da bi roditelji trebali nastojati provesti više vremena sa svojom djecom. Trebaju shvatiti snažan utjecaj pametnih telefona na svoju djecu te je stoga važno da ne daju olako pametne telefone djeci (Park, Rang Park, 2014). Oni moraju shvatiti da pogodnost trenutka može uzrokovati ozbiljne posljedice poput dječje ovisnosti o pametnim telefonima. Djeca imaju slabu kontrolu nad sobom, stoga im je potrebna kontrola roditelja (Park, Rang Park, 2014). „Velika je opasnost da se internet nekima pretvori u paralelni svijet, u mjesto otuđenja, umjesto u priliku za uspostavljanje boljih međuljudskih odnosa“ (Kanižaj, Ciboci, 2011, str. 47). Međutim, „korištenje novih medija, posebno interneta danas predstavlja `ulaznicu` u potpuni život, tko nije medijski pismen u opasnosti je da ostane isključen iz života na različitim razinama“ (Kanižaj, Ciboci, 2011, str. 55).

5.2. Obiteljska komunikacija pod utjecajem televizije i novih medija

Howard Sypher i James Applegate (1984 prema Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001) pišu da je komunikacija proces kroz koji ljudi jedni drugima prenose svoje ideje, informacije, stavove, vjerovanja i slično. Svaka socijalna interakcija uključuje komunikaciju. Isti autori navode da zahtjevi dobre komunikacije su potreba da oba sudionika budu iskreno uključena u međusobnu komunikaciju, da znaju slušati jedan drugog, da pokažu poštovanje prema stajalištima sugovornika, da pokažu volju na obje strane za davanje i primanje i da je za svaku osobu uključenu u komunikaciju predviđena podjednaka količina vremena (Sypher, Applegate, 1984 prema Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

Ilišin i sur. (2001) ističe da na obiteljsku komunikaciju u velikoj mjeri utječu i obrasci obitelji, sveukupno njih četiri. Laissez-faire obitelji ne njeguju ni socijalni ni konceptualni model komunikacije jer s djecom općenito manje komuniciraju,

prepuštajući ih više utjecaju svojih vršnjaka i šire okoline. Zaštitničke obitelji preferiraju socijalno orijentiranu komunikaciju i ne potiču djecu na razvoj promišljenog i tolerantnog pogleda na svijet. Konsensualne obitelji koriste i socijalni i konceptualni model komunikacije potičući djecu da pokažu interes za zbivanja u svijetu, ali uz izbjegavanje zauzimanja kontroverznih pozicija koje bi ometale unutarnju harmoniju obitelji. Na kraju, pluralističke obitelji primarno su orijentirane na konceptualni model komunikacije, što znači da se djeca potiču na istraživanja i izazivanje postojećih normi i vrijednosti, ali ponovno bez narušavanja obiteljske harmonije (Chaffer, McLeod, Wackman, 1973, str. 96 prema Ilišin i sur., 2001). Lemish (2015 prema Wong, 2012) piše da je studija u Hong Kongu utvrdila da su obitelji s autoritativnijim roditeljskim stilom, koji provode više vremena zajedno i imaju bolju obiteljsku komunikaciju, a istovremeno imaju i pozitivan stav o ulozi medija u životu njihove djece, bili zadovoljniji djelotvornošću svojeg posredovanja između djece i medija. Tonči Trstenjak (2006) piše da komunikaciji u obitelji ne ide u prilog gledanja televizije i korištenje interneta u osami, odijeljeno od drugih članova. Sklad unutar suvremene obitelji održava se kvalitetnim međuljudskim odnosima, ali zbog pomanjkanja kvalitetne komunikacije odnosi mogu doći u krizu. Autor dalje navodi da mediji ne moraju biti negativan čimbenik na komunikacijskom planu, oni mogu predstavljati komunikacijsko obogaćenje obiteljskih odnosa ukoliko se njihova uloga u obitelji postavi na pravi način (Trstenjak, 2006). Gunter i McAleer (1997) navode da su djeca sklona gledati programe dizajnirane za opću publiku sa svojim roditeljima, dok su programe usmjerene dječjim interesima skloni češće gledati sami. Kako odrastaju, djeca će sve rjeđe gledati televiziju s roditeljima, ali kad obitelj gleda zajedno, roditeljski izbor će dominirati (Gunter, McAleer, 1997). Međutim, pojava interneta i široko prihvaćanje mobilnih medija, odnosno neograničene mogućnosti za surfanje, igru, kreativne aktivnosti i umrežavanje, promijenili su obiteljsku integraciju oko središnjeg medija televizije, ponudili su širok izbor mogućnosti za reorganizaciju upotrebe vremena i prostora u obitelji (Lemish, 2015). Autorica dalje piše da uporaba interneta i mobilnih medija doprinosi zamagljivanju vanjskih i unutarnje obiteljskih granica, uključujući primjer protok informacija u kući i izvan kuće, kao i zamagljivanje granica između posla, učenja i slobodnog vremena koji se događaju unutar i izvan kuće (Lemish, 2015). Spitzer (2018) navodi da na temelju rezultata iz 2004. godine provedenih na Novom Zelandu ekranski mediji pospješuju otuđenje između roditelja

i djece te ograničavaju društvene sposobnosti i odnose. Prema Miliša i Zloković (2008) suvremeni roditelji odriču se nekih svojih temeljnih zadaća te socijalizaciju djece prepuštaju internetu, a dnevno komuniciranje u obitelji preuzimaju instant poruke. Takvo ponašanje dovodi do izostanka emocionalnog kontakta između članova obitelji (Miliša, Zloković, 2008).

6. ISTRAŽIVANJE

U svrhu pisanja ovog diplomskoga rada, proveli smo istraživanje koristeći metodu *online* ankete kako bismo ispitali utjecaj televizije i novih medija na odnose unutar suvremene obitelji. Cilj istraživanja bio je analizirati utjecaj medija na odnose u obitelji te istražiti roditeljske navike korištenja medijskih sadržaja, ali i navike njihove djece. Na temelju postavljenih ciljeva istraživanja, proizašle su sljedeće hipoteze:

H1: Prema mišljenju roditelja mediji imaju više negativni, nego pozitivni učinak na odnose u obitelji.

H2: Većina roditelja smatra da mediji utječu na manjak komunikacije unutar obitelji.

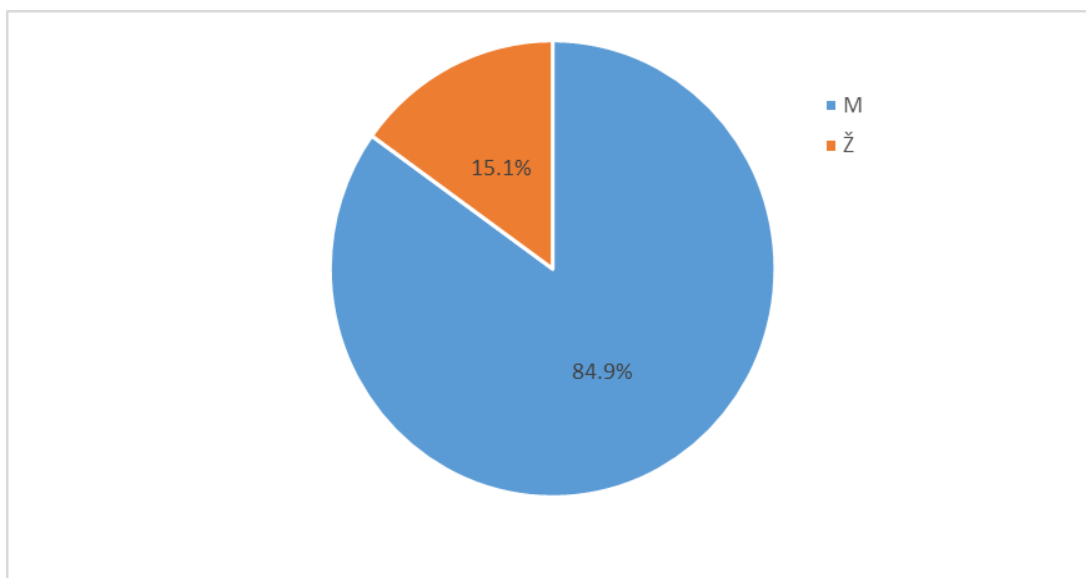
H3: Većina roditelja smatra da zbog medija često dolazi do sukoba između supružnika/partnera.

H4: Većina roditelja smatra da zbog medija često dolazi do sukoba između roditelja i djece.

Anketa je provedena u elektroničkom obliku putem Google obrazaca te se temelji na uzorku od nasumičnih i anonimnih ispitanika. Podijeljena je na Facebook grupama namijenjenima roditeljima i obiteljima. Anketa se sastojala od 32 pitanja, a za njeno popunjavanje bilo je potrebno desetak minuta. Anketa je provedena na uzorku od 185 ispitanika.

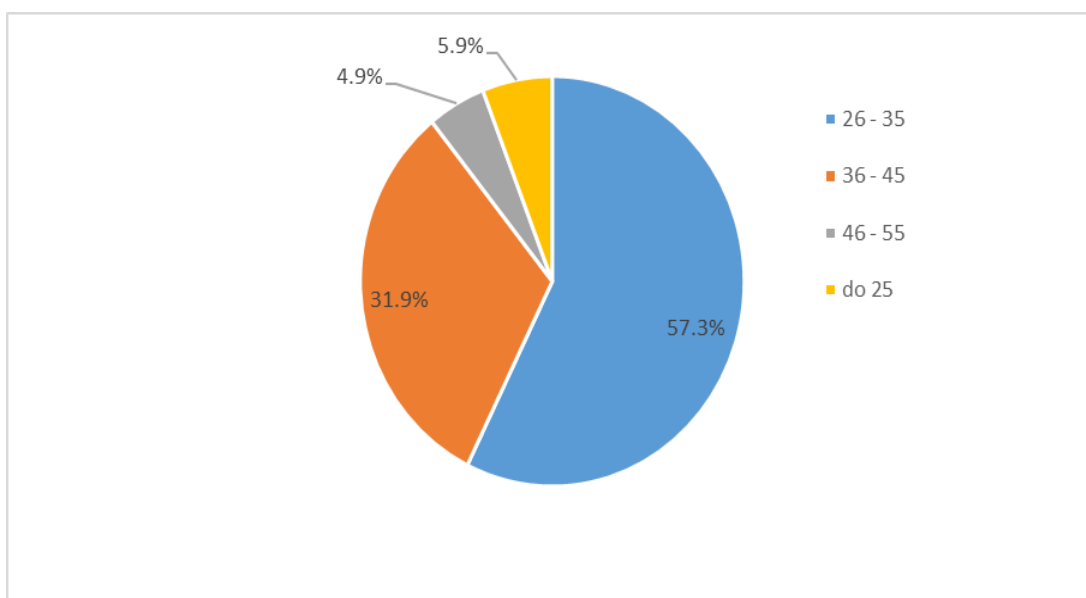
6.1. Rezultati istraživanja

Rezultati su pokazali da je od 185 nasumično odabranih ispitanika anketu ispunjavalo 84.9% osoba ženskog i 15.1% osoba muškog spola.



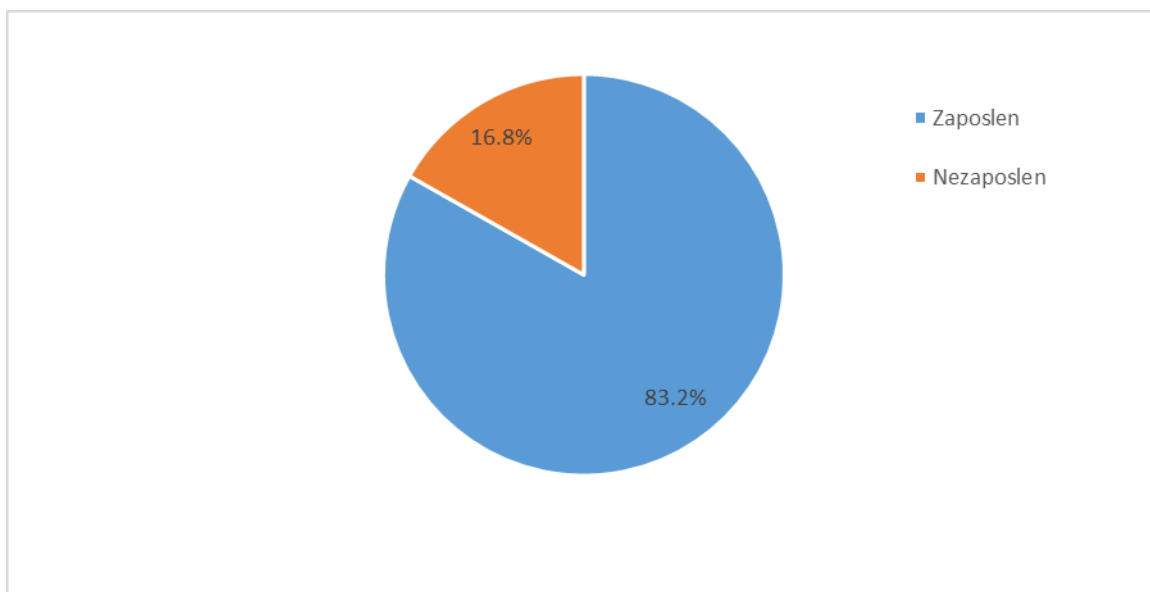
Grafikon 1: Spol ispitanika (N=185)

Iz grafikona br. 2 vidi se da je u istraživanju sudjelovalo najviše ispitanika u dobi između 26 i 35 godina, njih 57.3%, dok je 31.9% ispitanika starosti od 36 do 45 godina, 5.9% ispitanika je mlađe životne dobi, odnosno ima manje od 25 godina. Najmanji broj ispitanika je u dobi od 46 do 55 godina, njih 4.9%.



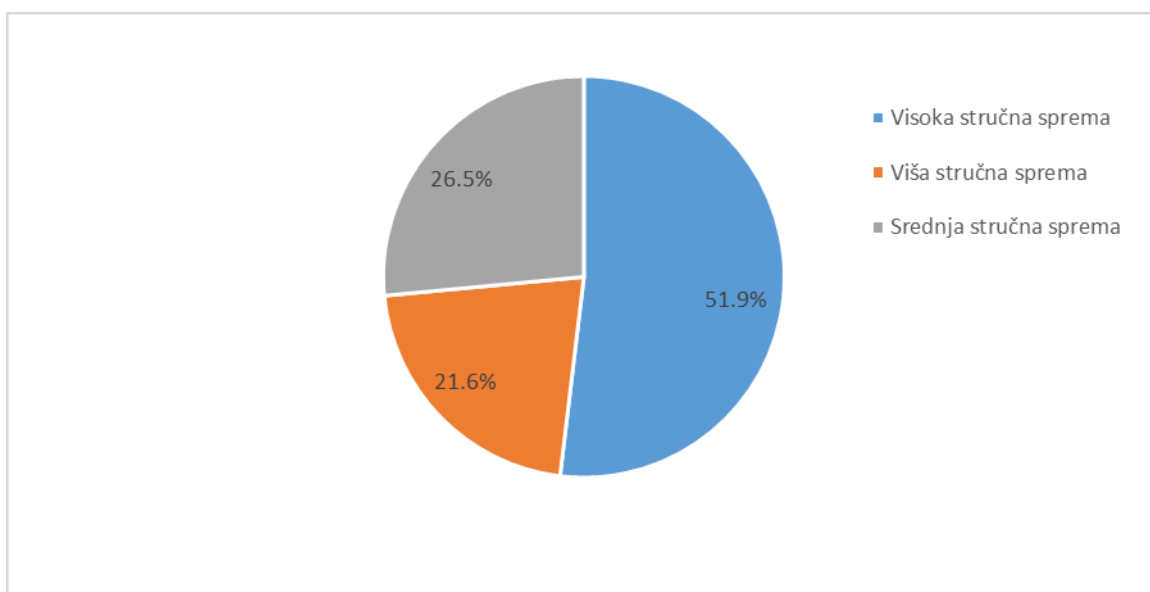
Grafikon 2: Dob ispitanika (N=185)

Treće pitanje odnosilo se na status zaposlenja. Od 185 ispitanika njih 83.2% izjasnilo se da je zaposleno, dok njih 16.8% nije u radnom odnosu.



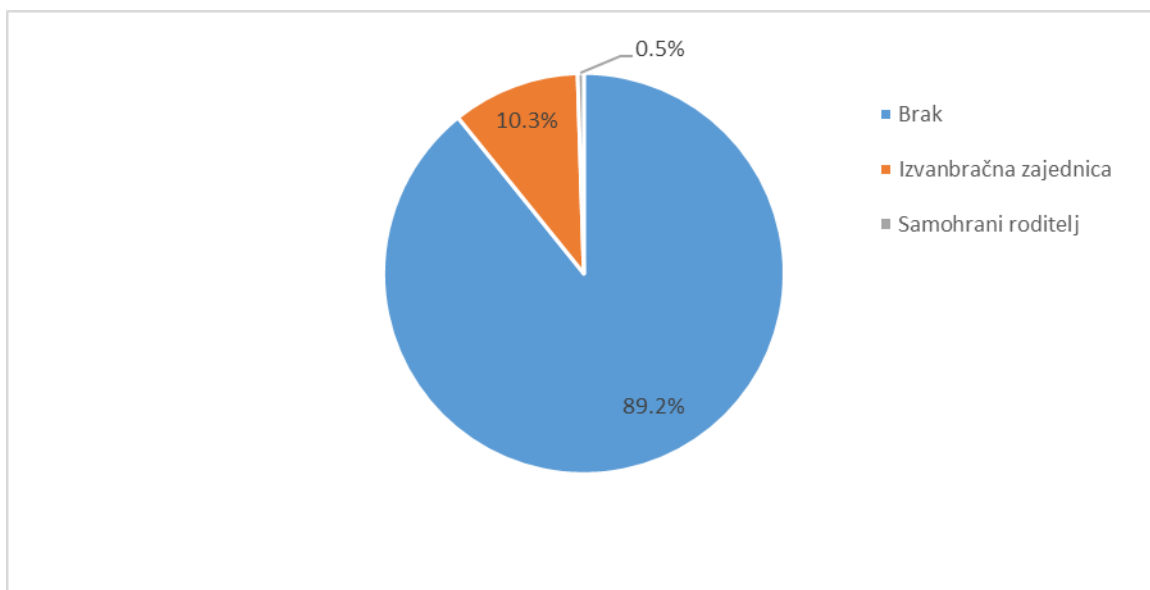
Grafikon 3: Status zaposlenja (N=185)

Sljedeći grafikon prikazuje obrazovanost ispitanika. Tako se 51.9% ispitanika, odnosno više od polovice ispitanika, izjasnilo da ima visoku stručnu spremu, njih 26.5% ima srednju stručnu spremu, dok višu stručnu spremu ima njih 21.6%. Nitko od ispitanika nije se izjasnio da ima osnovnu stručnu spremu.



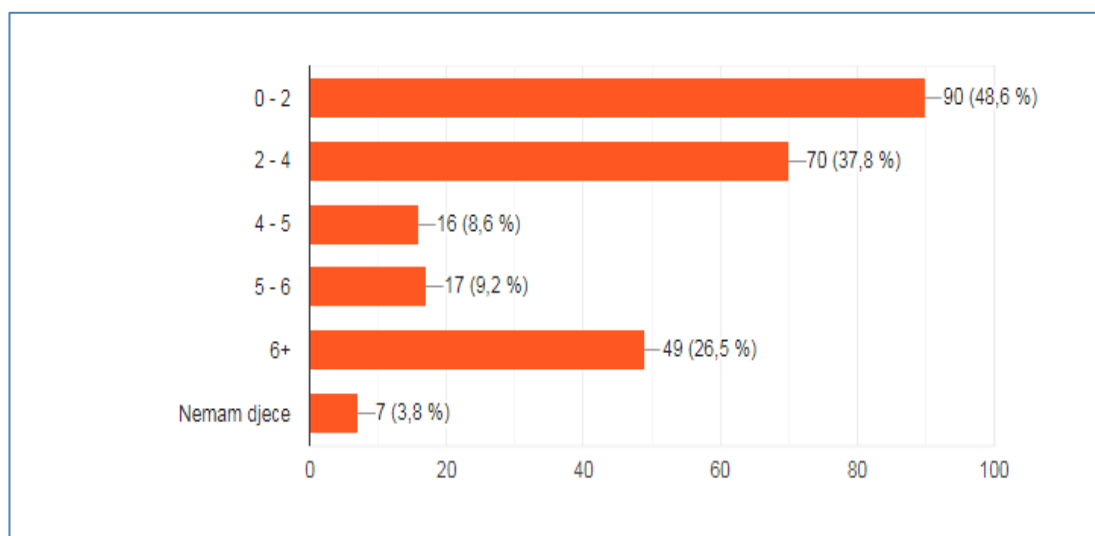
Grafikon 4: Obrazovanje (N=185)

Većina ispitanika, odnosno njih 89.2%, izjasnila se da su u braku. Njih 10.3% s partnerom živi u izvanbračnoj zajednici, dok je najmanje samohranih roditelja. Naime, tako se izjasnio samo jedan ispitanik.



Grafikon 5: Bračno stanje (N=185)

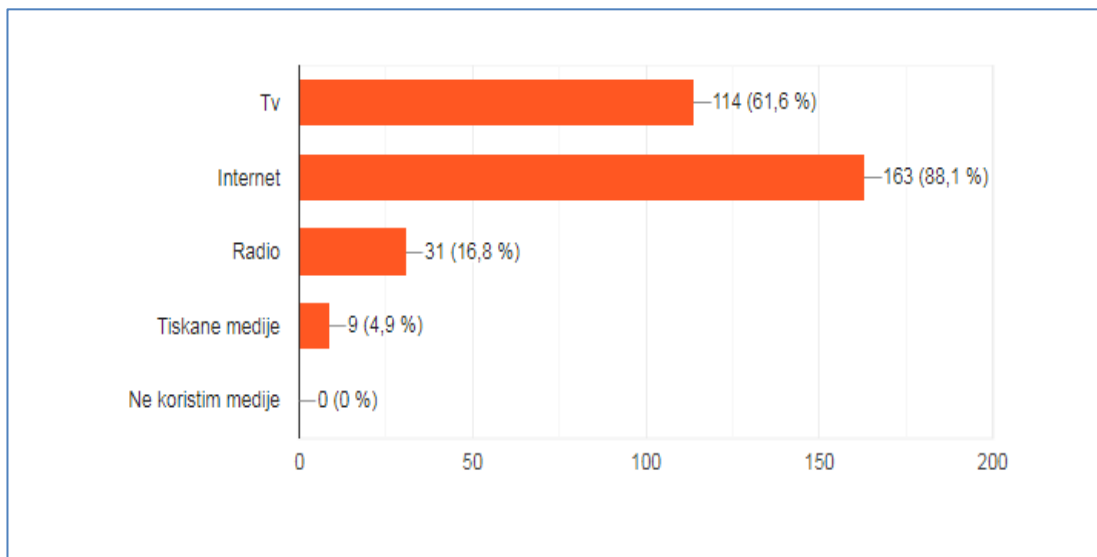
Istraživanjem smo ispitivali i imaju li ispitanici djecu i koje su dobi. Tako je 3.8% ispitanika odgovorilo da nemaju djece u svojoj obitelji. U ostalim obiteljima najviše prevladavaju djeca u dobi od 0 do 2 godine – tako se izjasnilo 48.6% ispitanika, zatim djeca u dobi 2 do 4 (tako se izjasnilo 37.8% ispitanika), djecu starija od 6 godina ima 26.5% ispitanika, a djecu od 5 do 6 godina ima 9.2% ispitanika. Sedam ispitanika, odnosno njih 3.8%, izjasnilo se da nema djecu.



Grafikon 6: Dob djece (N=185)

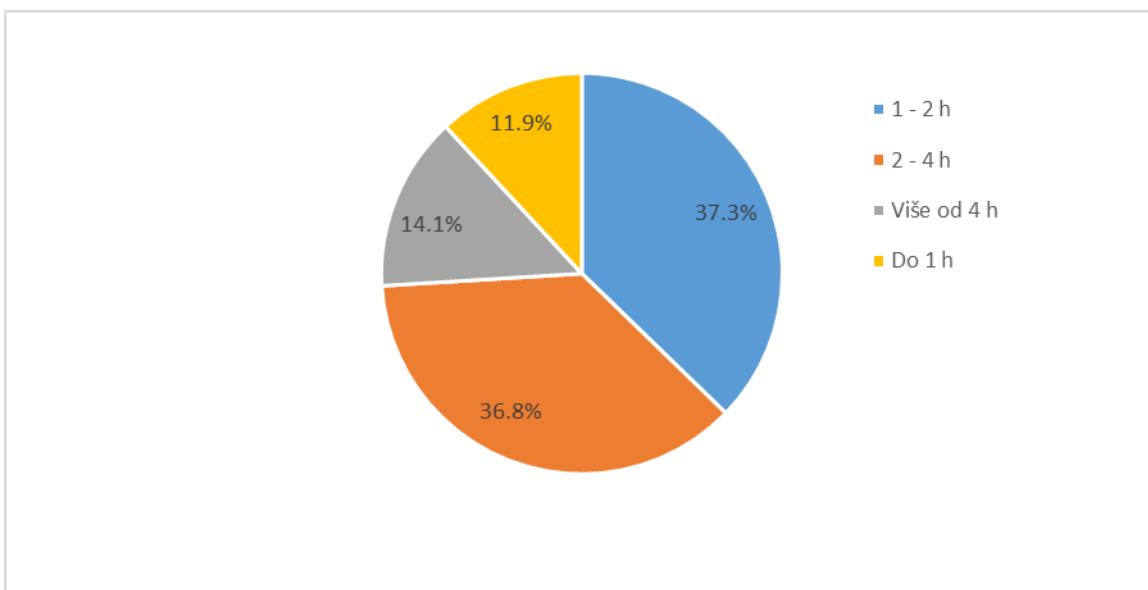
Najviše ispitanika odgovorilo je da koristi internet (njih 88.1%) i televiziju (njih 61.6%). Radio sluša 16.8% ispitanika, dok nitko od ispitanika nije izabrao opciju da

ne koristi medije u svom domu. Iz ovog pitanja je vidljivo da je vodeći medij u domovima internet, potom ga prati televizija, što govori da je televizija i dalje popularan medij u obitelji.



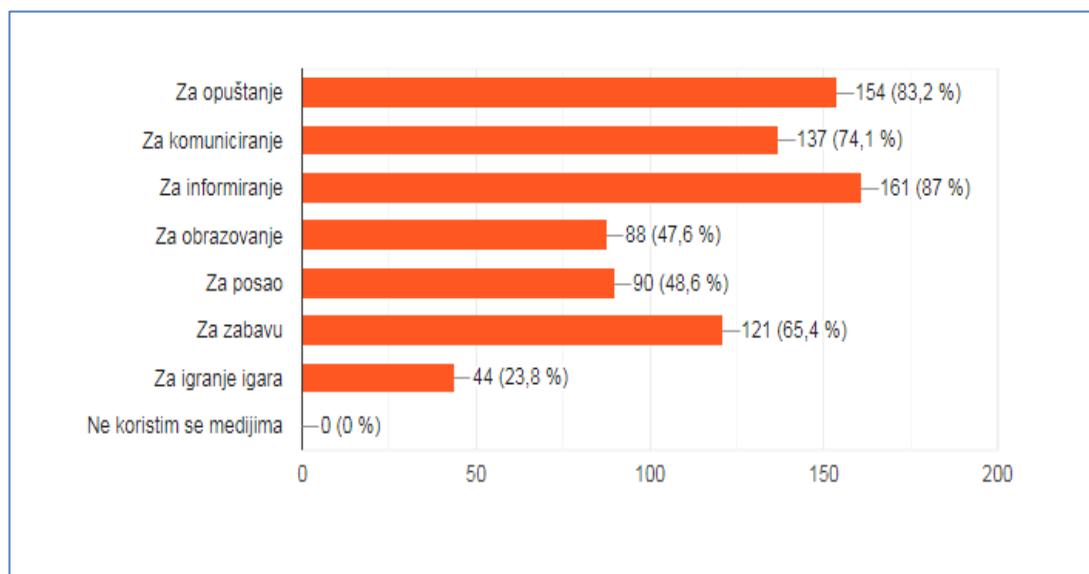
Grafikon 7: Najzastupljeniji mediji u obiteljima (N=185)

Iz grafikona br. 8 vidljivo je da najveći postotak ispitanika dnevno svoje slobodno vrijeme provodi koristeći se medijima od 1 do 2 sata (njih 37.3%), od 2 do 4 sata provodi njih 36.8%, više od 4 sata provodi njih 14.1%, dok njih 11.9% provodi do 1 sat dnevno uz medije.



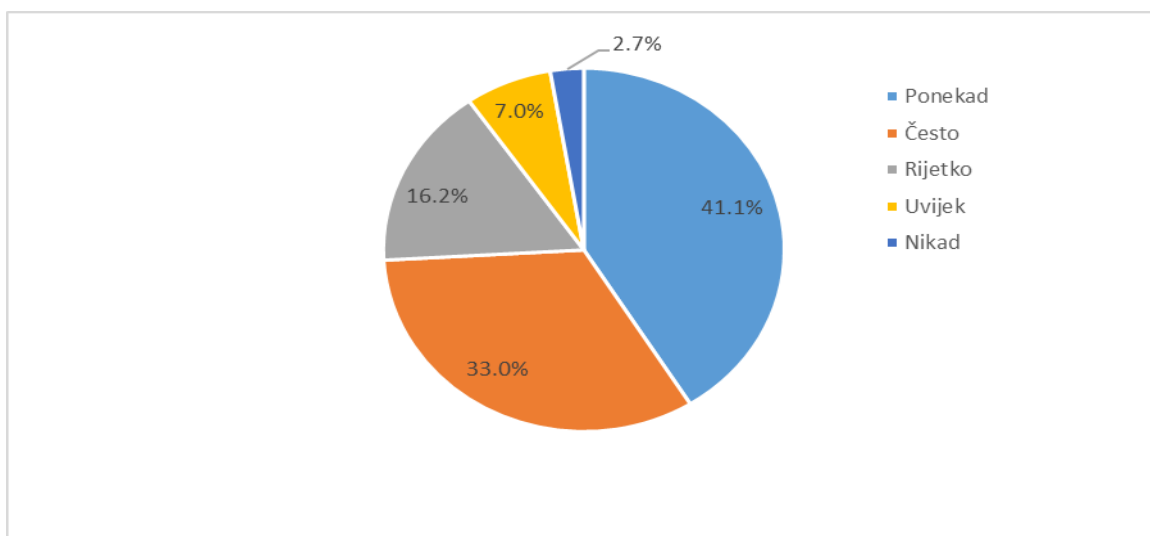
Grafikon 8: Slobodno vrijeme provedeno u korištenju medija (N=185)

Istraživanjem je analizirano i u koje svrhe ispitanici najviše koriste medije. Najveći broj ispitanika izabrao je opciju informiranja i opuštanja. Ponuđene su još i opcije komuniciranja, obrazovanja, posla, zabave i igranje igara. Prikaz postotaka vidljiv je u grafikonu broj 9.



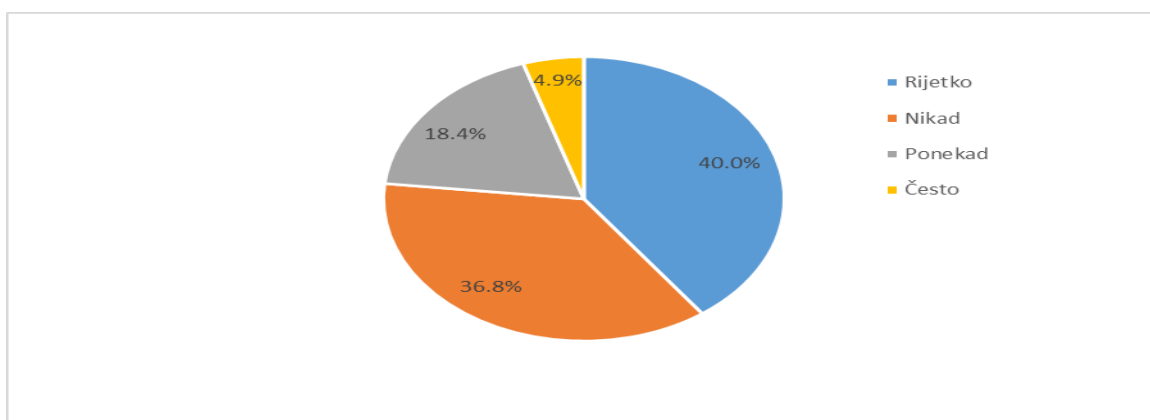
Grafikon 9: Svrha korištenja medija (N=185)

Čak 41.1% ispitanika navelo je da ponekad provedu više slobodnog vremena nego što su planirali, njih 33% često prijeđe planirano vrijeme korištenja, dok 16.2% ispitanika tvrdi da im se to rijetko dogodi, dok 7% ispitanika uvijek provede više od planiranog vremena. Planirano vrijeme nikad ne prijeđe 2.7% ispitanika.



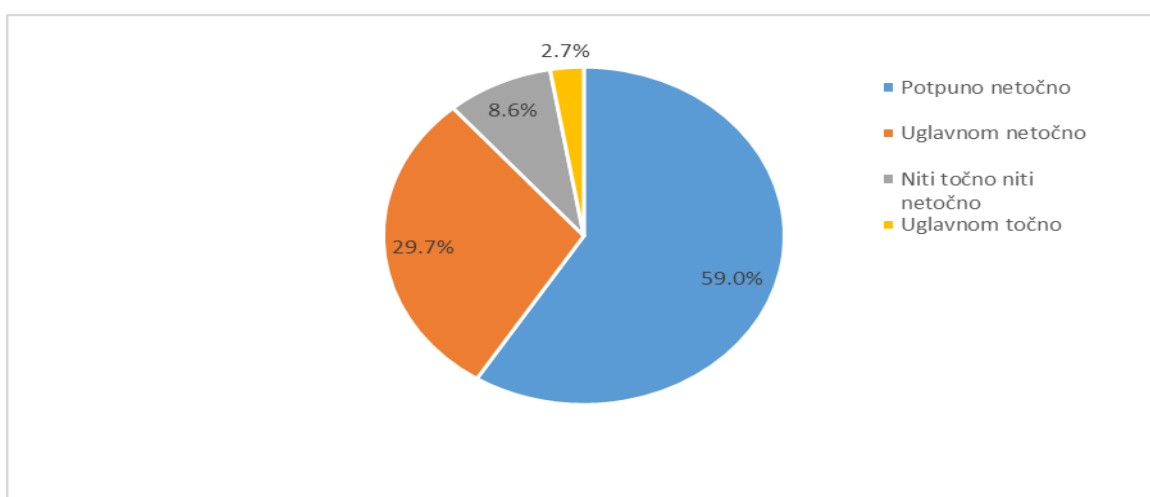
Grafikon 10: Učestalost provođenja slobodnog vremena uz medije više od planiranog (N=185)

Prema rezultatima istraživanja, 40% ispitanika rijetko zaboravi na obiteljske i kućanske poslove, nikad ne zaboravi na poslove njih 36.8%, ponekad zaboravi njih 18.4%, dok njih 4.9% često zaboravi.



Grafikon 11: Učestalost zaboravljanja na obiteljske i kućanske poslove zbog korištenja medija (N=185)

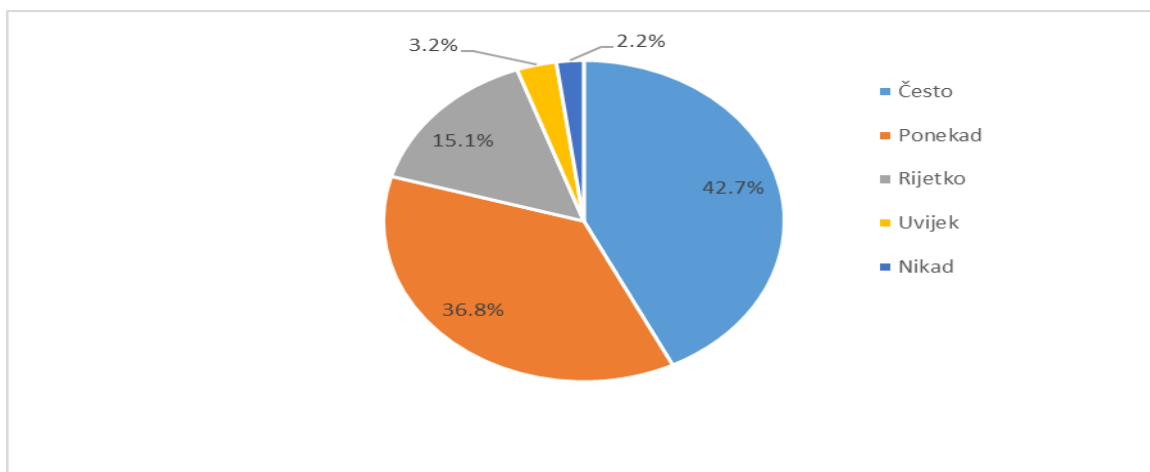
Grafikon 12. pokazuje nam provode li ispitanici radije vrijeme uz medije ili u druženju s prijateljima i obitelji. Nitko od ispitanika nije odgovorio da je ta tvrdnja u potpunosti točna, dok njih 2.7% navodi da je uglavnom točna. Niti točnom niti netočnom tvrdnju smatra njih 8.6%, dok je uglavnom netočno odabralo njih 29.7%. Više od polovice ispitanika, njih 59.0%, izjasnilo se da je ta tvrdnja u potpunosti netočna.



Grafikon 12: Vrijeme provedeno uz medije kao prvi izbor u odnosu na druženje s prijateljima i obitelji (N=185)

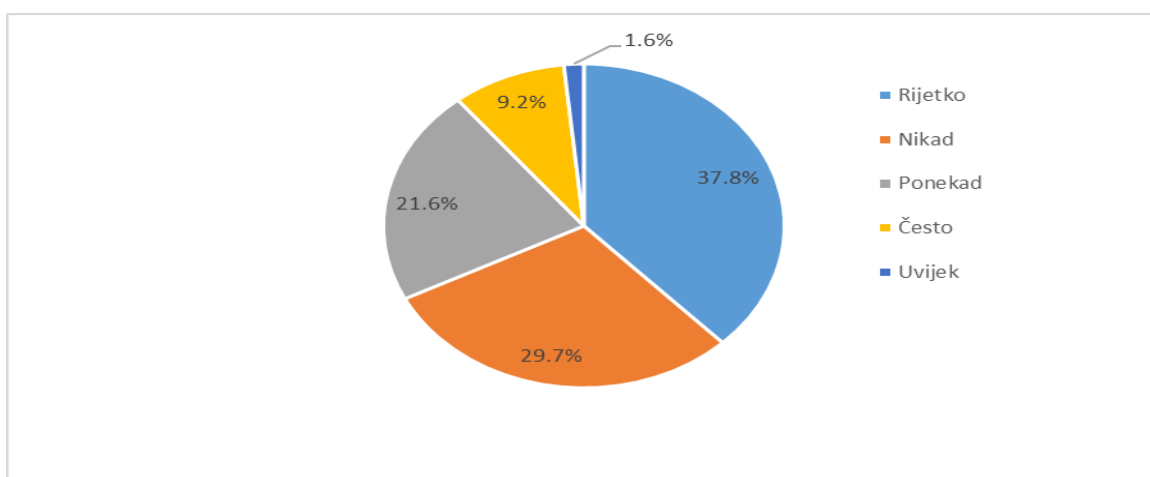
Istraživanje je pokazalo da 427% ispitanika često razgovara sa suprugom ili partnerom o sadržajima, 36,8% ponekad razgovara o sadržajima, dok 151% rijetko, 3,2% uvijek,

a 2.2% nikad ne razgovara o sadržajima koje prate u medijima. Navedeni rezultati pokazuju da ispitanici uglavnom komuniciraju o medijskim sadržajima sa svojim partnerima ili supružnicima.



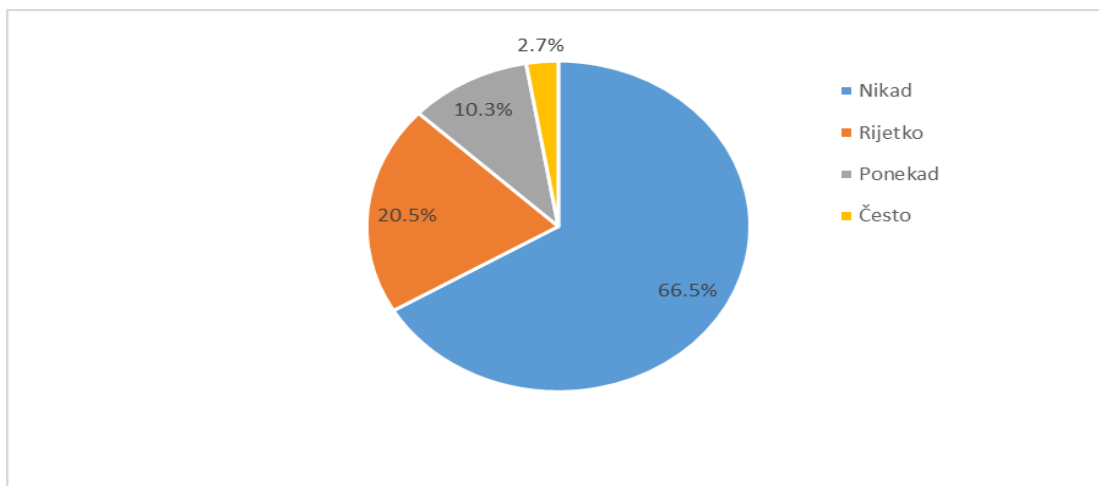
Grafikon 13: Učestalost komuniciranja o sadržajima sa suprugom ili partnerom/icom (N=185)

Istraživanjem je analizirano i koliko često ispitanicima njihovi partneri prigovaraju zbog korištenja medija i medijskih sadržaja. Njih 37.8% odgovorilo je da rijetko nailaze na prigovaranja od strane svojih supruža ili partnera, dok 29.7% ispitanika tvrdi da nikad ne nailaze na takvu vrstu prigovaranja. Nekad na prigovaranje nailazi njih 21.6%, dok njih 9.2% često nailazi na prigovaranje, a 1.6% ispitanika tvrdi da uvijek nailaze na prigovaranje supruža ili partnera/ice zbog previše korištenja medija.



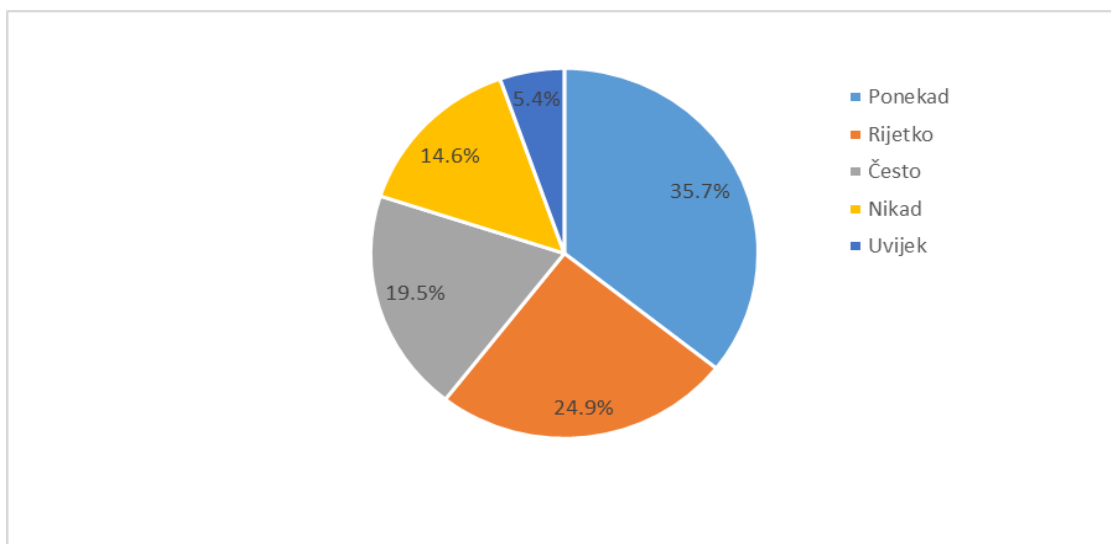
Grafikon 14: Učestalost prigovaranja supruža ili partnera/ice zbog previše korištenja medija (N=185)

Čak 66.5% ispitanika nema problema s izborom sadržaja, odnosno njihovim suprugama ili partnerima ne smetaju sadržaji koje prate. Njih 20.5% je navelo da rijetko nailaze na takvu vrstu prigovora, ponekad nailazi njih 10.3%, dok 2.7% ispitanika često nailazi na prigovaranje. Samo jedan ispitanika tvrdi da uvijek nailazi na prigovaranja zbog izbora sadržaja.



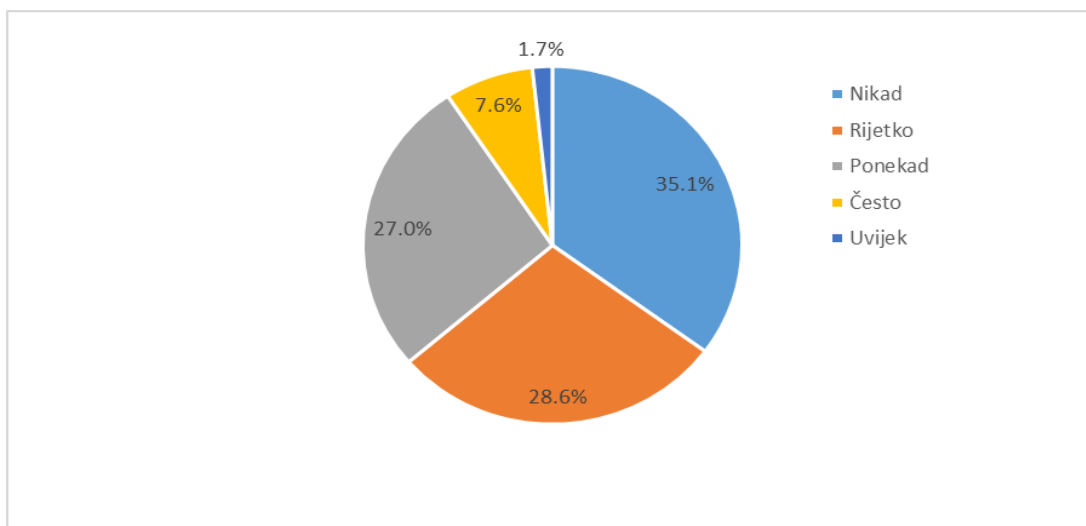
Grafikon 15: Učestalost prigovaranja zbog izbora sadržaja u medijima (N=185)

Istraživanjem se od ispitanika tražilo i da navedu koliko često oni prigovaraju članovima obitelji zbog previše korištenja medija. Rezultati su pokazali da ponekad prigovara njih 35.7%, rijetko prigovara njih 24.9%, dok 19.5% ispitanika prigovara često. Nikad ne prigovara njih 14.6%, a uvijek prigovara 5.4% ispitanika.



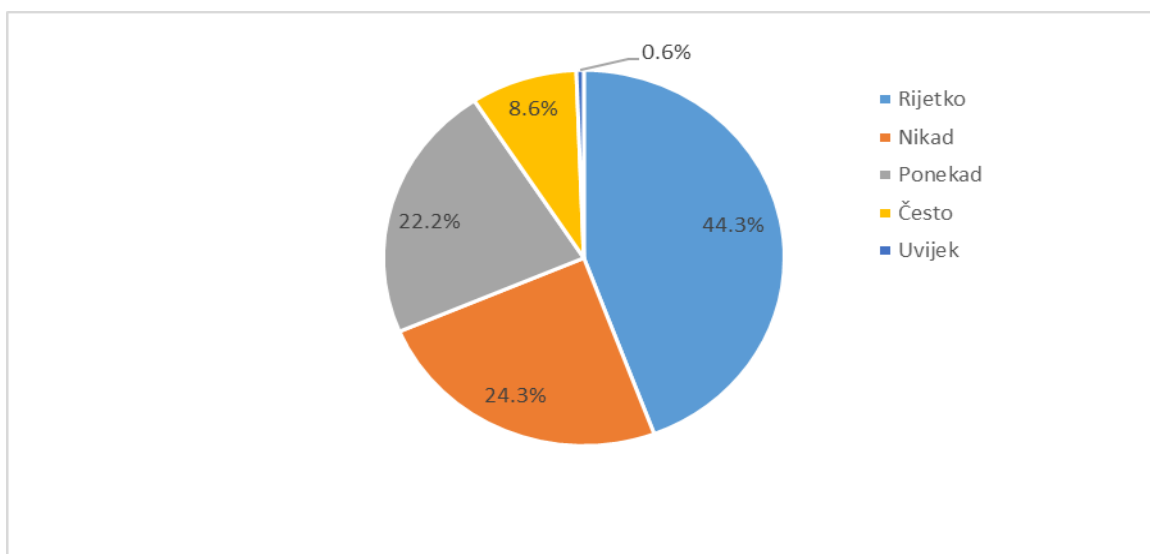
Grafikon 16: Učestalost prigovaranja ispitanika zbog previše korištenja medija (N=185)

Analizirano je i koliko često ispitanici prigovaraju zbog izbora sadržaja u medijima. Rezultati su pokazali da ponekad prigovara 35.7% ispitanika, rijetko prigovara njih 24.9%, dok često prigovara 19.5% ispitanika. Ipak se njih 14.6% izjasnilo da nikad ne prigovara članovima obitelji zbog izbora medijskih sadržaja.



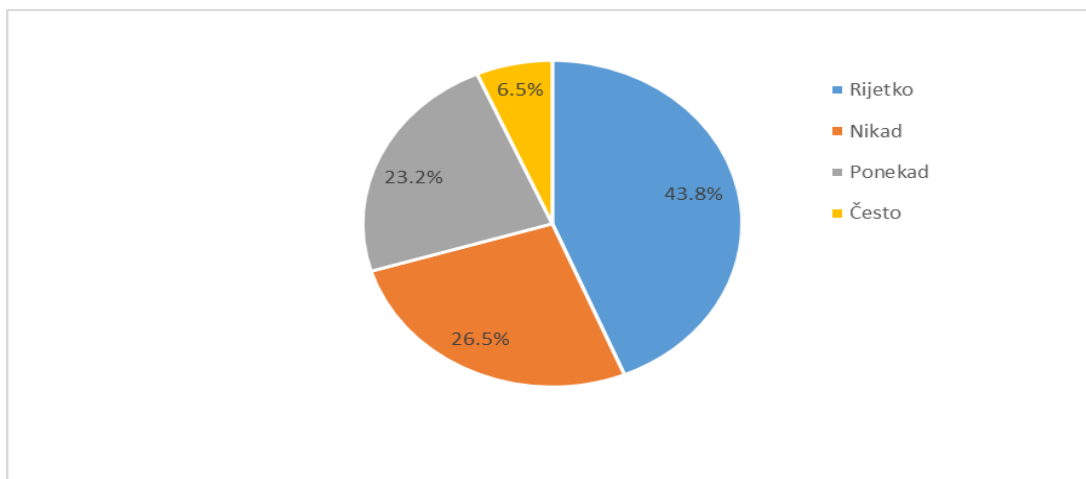
Grafikon 17: Učestalost prigovaranja ispitanika zbog izbora sadržaja (N=185)

Ispitanici su trebali odgovoriti i koliko često ih nemogućnost korištenja medija čini nestrpljivima ili frustriranim. Opciju rijetko odabralo je njih 44.3%, ponekad 22.2%, 24.3% ispitanika tvrdi da se nikad tako ne osjeća, dok se 8.6% ispitanika često tako osjeća.



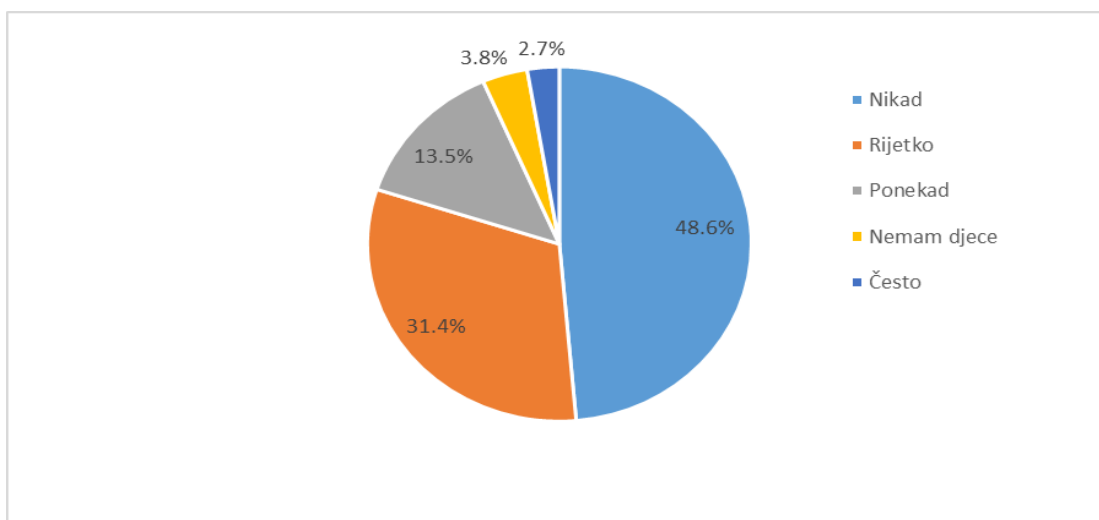
Grafikon 18: Učestalost nestrpljivog i frustriranog osjećaja zbog nemogućnosti korištenja medija (N=185)

Istraživanje je pokazalo i da se 43.8% ispitanika rijetko zanesu pri korištenju medija te da zbog toga ne čuju što im suprotna strana govori. 26.5% ispitanika tvrdi da im se to nikad nije dogodilo. Ponekad se u korištenju zanesu njih 23.2%, dok njih 6.5% tvrdi da se često zanesu. Nitko od ispitanika nije odabrao ponuđeni odgovor da se im se to uvijek događa.



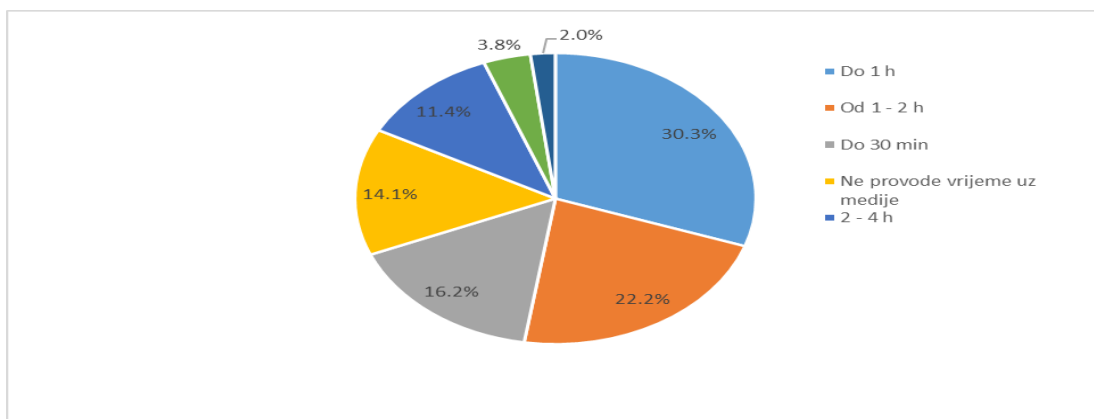
Grafikon 19: Učestalost zanošenja medijima (N=185)

Od ispitanika smo pokušali doznati i koliko često mediji djeluju kao distrakcija u odnosu na djecu. Malo manje od polovice ispitanika, njih 48.6%, odgovorilo je da im se to nikad nije dogodilo, 31.4% ispitanika odgovorilo je da im se to rijetko dogodi, njih 13.5% ponekad ne doživi što im dijete/djeca govore ili pokazuju jer su zaneseni korištenjem medija. Najmanji postotak ispitanika, odnosno njih 2.7%, odgovorilo je da im se to često događa.



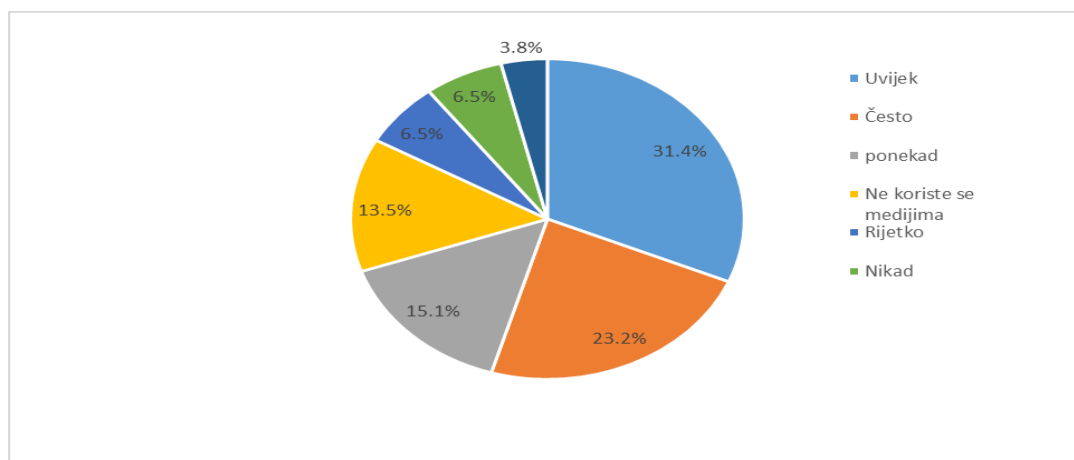
Grafikon 20: Učestalost zanošenja medijima u odnosu na komunikaciju s djecom (N=185)

Istraživanjem je analizirano i koliko vremena dnevno njihova djeca provode uz medije. Tako je 30.3% ispitanika odgovorilo da njihova djeca uz medije provode do 1 sat dnevno, dok je 22.2% ispitanika odgovorilo da njihova djeca provode od 1 do 2 sata dnevno uz medije. Da djeca uz medije provode do 30 minuta dnevno istaknulo je 16.2% ispitanika, dok je 14.1% ispitanika odgovorilo da njihova djeca ne provode vrijeme uz medije. Ipak, 11.4% ispitanika odgovorilo je djeca provode od 2 do 4 sata dnevno uz medije. Ostali rezultati prikazani su u grafikonu 21.



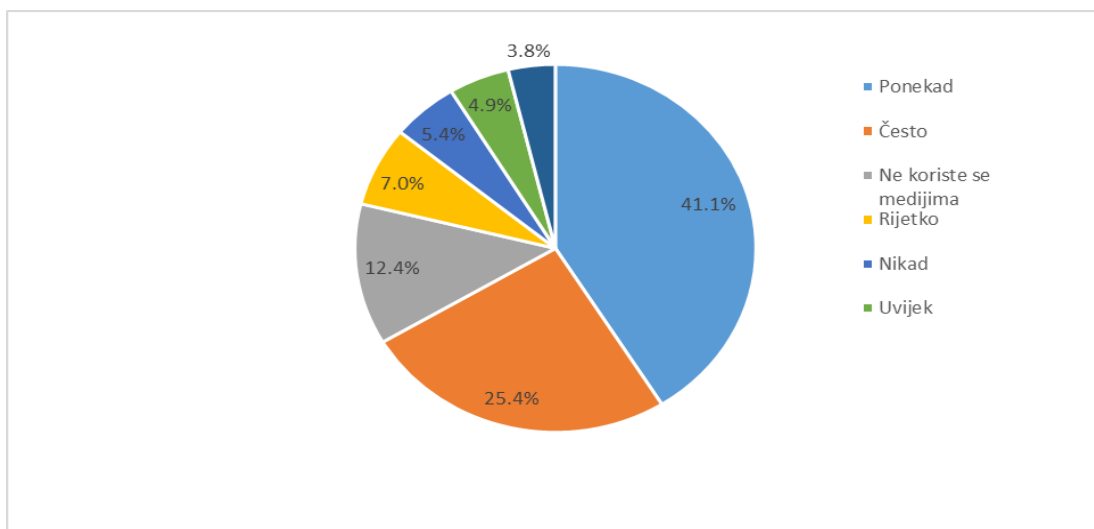
Grafikon 21: Vrijeme koje djeca dnevno provode uz medije (N=185)

Istraživanjem je analizirano i koliko često se ispitanici dogovaraju i razgovaraju s djecom oko izbora sadržaja. Njih 31.4% odgovorilo je da uvijek razgovaraju i dogovaraju se oko izbora sadržaja, dok je 23.2% ispitanika odgovorilo da to radi često, ponekad to čini 15.1% ispitanika, rijetko njih 6.5%. Njih 6.5% nikad ne razgovara i ne dogovara se s djecom o sadržajima koje će gledati. 13.5% ispitanika je odabralo odgovor da djeca ne koriste medije.



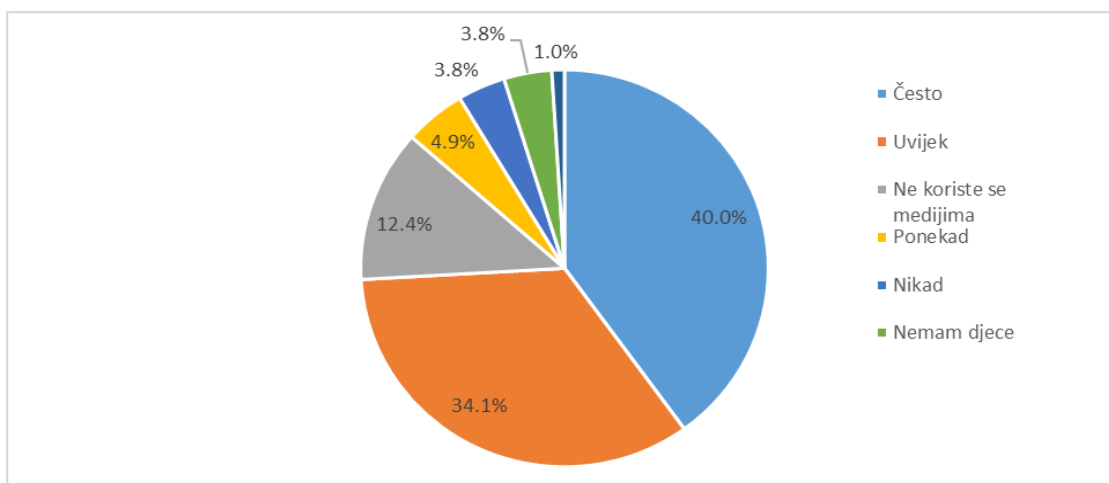
Grafikon 22: Učestalost razgovora i dogovora s djecom oko izbora sadržaja (N=185)

Bilo je važno istražiti i koliko vremena roditelji provode zajedno s djecom u korištenju medija. Ponekad to čini 41.1% ispitanika, često to čini njih 25.4%, dok je 7% ispitanika odgovorilo da rijetko gledaju s djecom medijske sadržaje. Uvijek to radi 4.9% ispitanika, 12.4% ispitanika odgovorilo je da njihova djeca ne koriste medije.



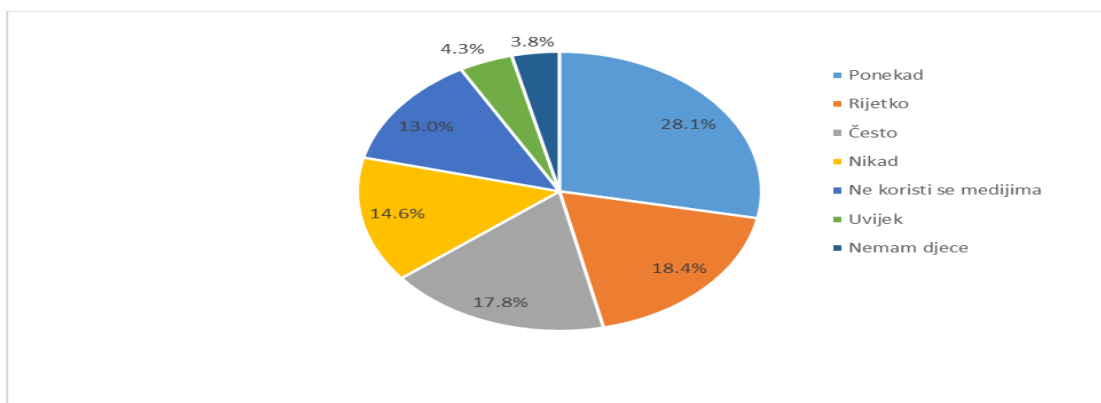
Grafikon 23: Učestalost provedenog vremena u zajedničkom gledanju emisija ili igranju videoigara (N=185)

Od ispitanika je traženo i da odgovore koliko često potiču djecu na rjeđe korištenje medija. Njih 40% odgovorilo je da to rade često, 34.1% to radi uvijek, 4.9% ispitanika to čini ponekad, dok 3.8% ispitanika nikad ne potiče djecu na takve aktivnosti. Samo 1.1% ispitanika to čini rijetko. Njih 3.8% nema djecu, dok je njih 12.4% odgovorilo da djeca ne koriste medije.



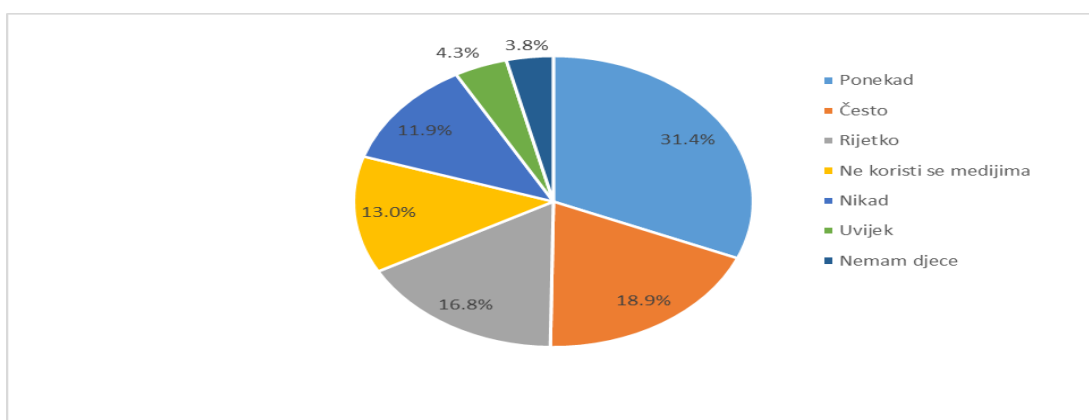
Grafikon 24: Učestalost poticanja djece na druge aktivnosti u odnosu na korištenje medija (N=185)

Istraživanjem je bilo važno istražiti i sukobljavaju li se roditelji sa svojom djecom zbog predugog provođenja vremena uz medije. Ponekad se sukobljava 28.1% ispitanika, 18.4% je odgovorilo da se rijetko sukobljava. Na ovo pitanje 17.8% ispitanika odgovorilo je da često ulaze u sukobe s djecom, 14.6% ispitanika odgovorilo je da se nikad ne sukobljavaju, a uvijek se sukobljava njih 4.3%. Od 185 ispitanika njih 7 nema djecu, dok je 13% ispitanika odgovorilo da djeca ne koriste medije.



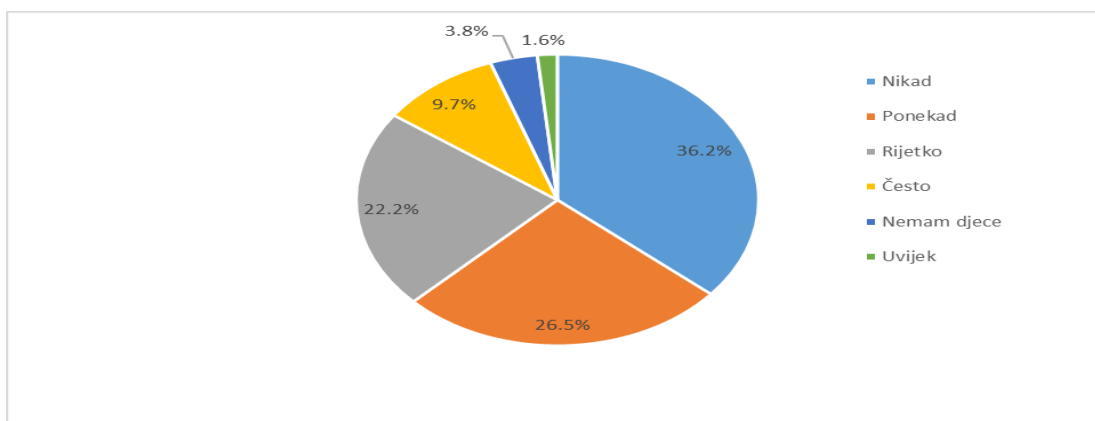
Grafikon 25: Učestalost sukobljavanja s djecom/djetetom zbog predugog provođenja vremena uz medije (N=185)

U ovom pitanju tražili smo od ispitanika da odgovore koliko često djeca imaju burne reakcije nakon što im se iz nekog razloga uskrati korištenje medija. Tako je 31.4% ispitanika odgovorilo da djeca ponekad burno reagiraju, dok 18.9% često ima burne reakcije, 16.8% ispitanika odgovorilo je da djeca rijetko burno reagiraju u takvoj situaciji, 4.3% odgovorilo je da djeca uvijek burno reagiraju nakon uskraćivanja medija.



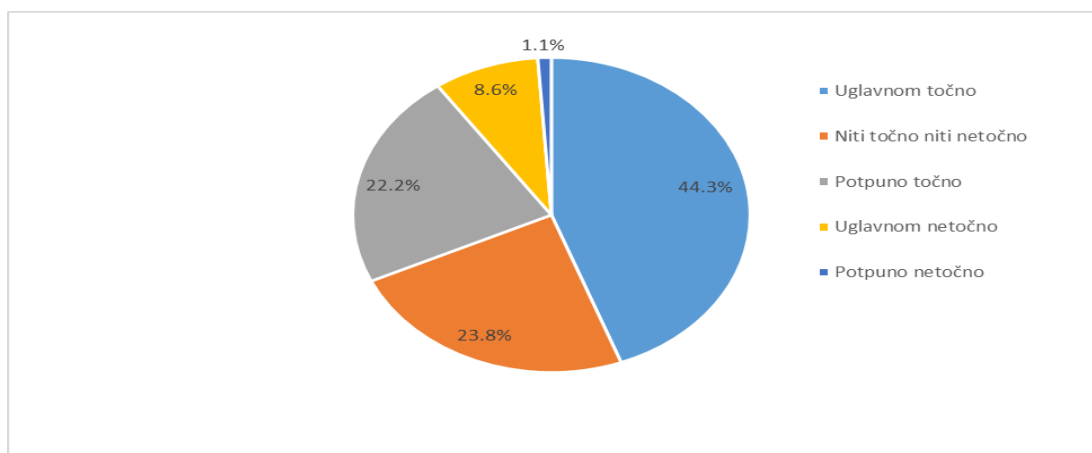
Grafikon 26: Učestalost burnih reakcija kao posljedica uskraćivanja korištenja medija (N=185)

Cilj ovog pitanja bio je doznati učestalost metode nagrada/kazna u korištenju medija, odnosno koliko često roditelji koriste medije u svrhu nagrađivanja s mogućnošću korištenja medija ukoliko su to djeca „zaslužila“ ili kažnjavaju oduzimanjem mogućnosti da koriste medije zbog nekog razloga. Tako je 36.2% ispitanika odgovorilo da se nikad ne koriste takvim opcijama, 26.5% ispitanika to čini ponekad, 22.2% rijetko koristi medije kao nagradu ili kaznu, 9.7% ispitanika odgovorilo je da često koristi medije kao nagradu ili kaznu, 9.7% ispitanika odgovorilo je da često koristi medije kao nagradu ili kaznu. Samo jedan ispitanik je odgovorio da to uvijek koristi kao metodu.



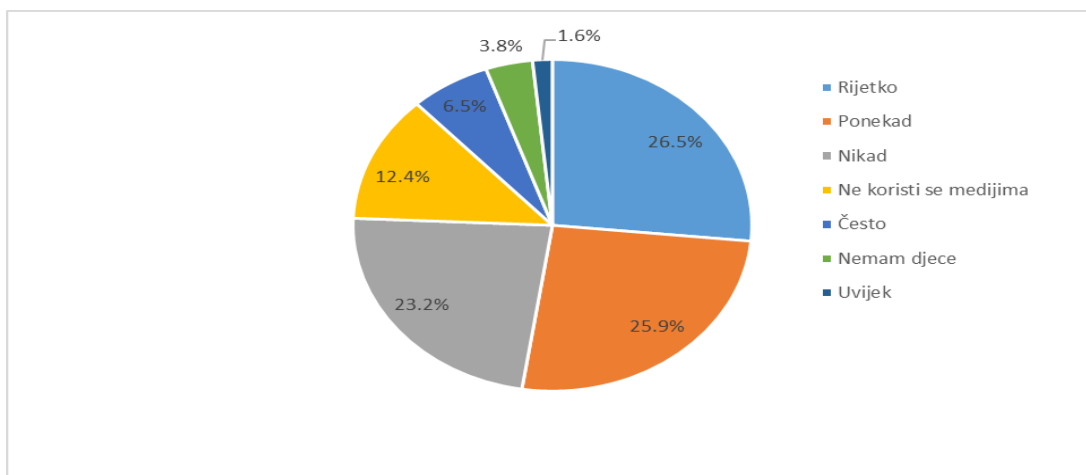
Grafikon 27: Učestalost korištenja medija u svrhu nagrađivanja ili kažnjavanja djece (N=185)

Od ispitanika smo zatražili mišljenje o utjecaju medija na interakciju između djece, prije svega na deficit interakcije. Tako 44.3% ispitanika smatra da je to uglavnom točno, 23.8% njih smatra da je ta tvrdnja niti točna niti netočna, 22.2% ispitanika mišljenja je da je to u potpunosti točno, dok 8.6% smatra da je uglavnom netočno.



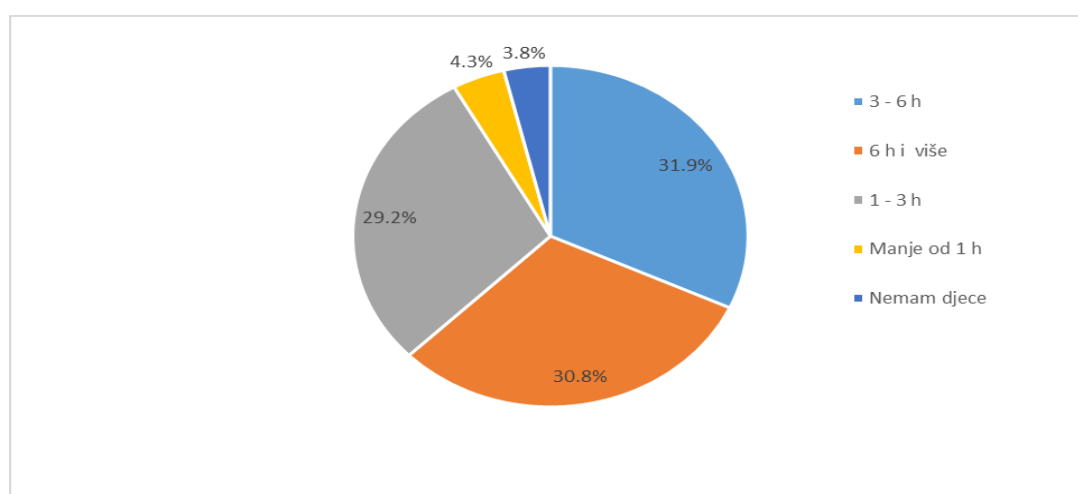
Grafikon 28: Deficit interakcije među djecom zbog korištenja medija (N=185)

Istraživanje je pokazalo da 26.5% djeca rijetko bira medije prije druženja s roditeljima, 25.9% ispitanika odgovorilo je da njihova djeca to čine ponekad, dok je 23.2% ispitanika odgovorilo da njihova djeca nikad ne odabiru korištenje medija, već im je draže druženje s roditeljima.



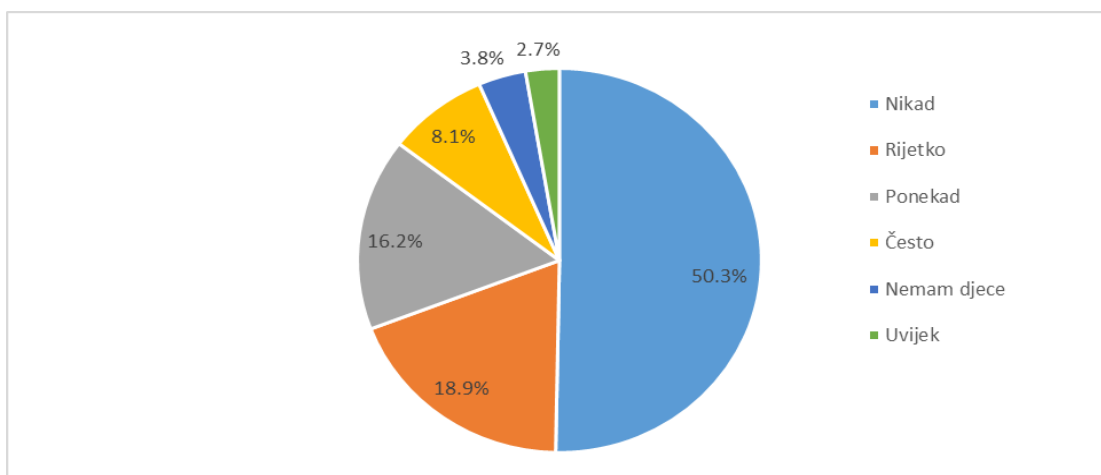
Grafikon 29: Učestalost korištenja medija kao prvi izbor u odnosu na druženje s roditeljima (N=185)

U ovom pitanju ispitanici su odgovarali o vremenu provedenom s djecom bez da se i jedni i drugi na bilo koji način koriste medijima. Tako je 30.8% ispitanika odgovorilo da provode više od 6 sati dnevno, dok je 31.9% ispitanika odgovorilo da provode između 3 i 6 sati, 29.2% ispitanika provede između 1 i 3 sata dnevno bez medija. Manje od 1 sat provede njih 4.3%.



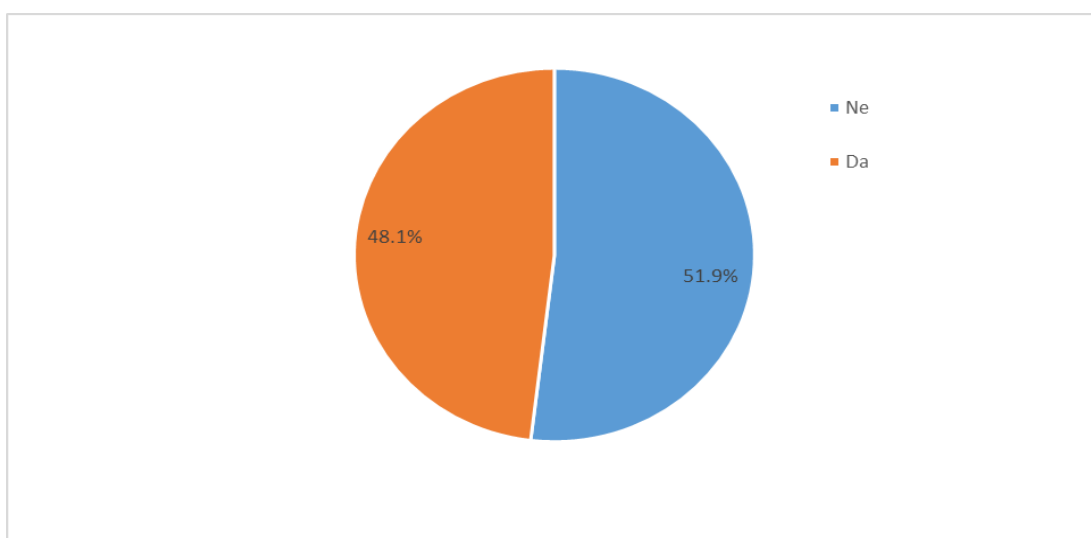
Grafikon 30: Dnevno vrijeme provedeno s djecom bez upotrebe medija (N=185)

Na pitanje o učestalosti ulazanja u sukobe sa suprugom ili partnerom/icom zbog dječjih medijskih navika, 50.3% ispitanika odgovorilo je da nikad ne ulazi u sukobe zbog takvih situacija, 18.9% ispitanika se rijetko sukobljava zbog djetetovih navika, 16.2% ispitanika se ponekad sukobljava, njih 8.1% često ulazi u sukobe, a pet ispitanika, odnosno njih 2.7% se uvijek sukobljava sa suprugom ili partnerom/icom.



Grafikon 31: Učestalost ulazanja u sukobe sa suprugom ili partnerom/icom zbog navika djece/djeteta vezanih uz korištenje medija (N=185)

Na pitanje primjećuju li manjak međusobne komunikacije zbog upotrebe medija, 51.9% ne primjećuje manjak komunikacije, dok njih 48.1% primjećuje.



Grafikon 32: Manjak međusobne komunikacije u obitelji zbog upotrebe medija (N=185)

6.2. Zaključak istraživanja

Anketu su popunjavale većinom pripadnice ženskog spola srednje životne dobi koje su visokog obrazovanja i u radnom odnosu. Također, većina ispitanika je u braku, a u obiteljima ima najviše djece u dobi do dvije godine. Internet i televizija se izdvajaju kao vodeći mediji u obiteljima što je bilo i očekivano. Ispitanici provode priličan broj sati slobodnog vremena koristeći medije, koje najviše koriste za informiranje, opuštanje i komuniciranje. Na obiteljske obaveze rijetko i gotovo nikad ne zaboravljaju stoga možemo zaključiti da ih mediji ne zanose previše. Ispitanici vole provoditi vrijeme s prijateljima i obitelji, više nego koristiti medije. Ispitanici često razgovaraju o medijskim sadržajima na temelju čega možemo zaključiti da su mediji važna tema razgovora u obiteljima te da ih mediji potiču na međusobnu komunikaciju. Sa suprugom ili partnerom/icom se dobro slažu oko navika vezanih uz medije, većina nikad ne nailazi na prigovaranje oko sadržaja i rijetko ili nikad ne prigovaraju zbog previše korištenja medija. Ispitanici su pretežno rijetko ili nikad nestrpljivi i frustrirani zbog nemogućnosti korištenja medija te stoga zaključujemo da se dobro nose sa situacijama, primjerice kada im se isprazni baterija, nestane signala ili struje.

Iz odgovora se da zaključiti da su njihova djeca svakodnevni korisnici medija, što je bilo i očekivano. Ipak, ispitanici gotovo uvijek, odnosno često, razgovaraju s djecom o medijskim sadržajima. Većina ispitanika ponekad zajedno gleda emisije ili igraju videoigre sa svojom djecom te bi takvu praksu trebalo češće primjenjivati. Roditelji često potiču svoju djecu da se igraju igračkama ili da se igraju vani stoga zaključujemo da je ovo dobra i kvalitetna praksa. Roditelji se ipak sukobljavaju s djecom zbog predugog provođenja vremena uz medije. Većina to čini ponekad, no primjetan je broj onih koji to čine često. Kada dođe do sukoba moguće je da roditelji uskrate djeci korištenje medija, u tom slučaju većina ispitanika su odgovorili da njihova djeca ponekad i često reagiraju burno na takvu odluku. Medije kao kaznu ili nagradu roditelji uglavnom nikad ne koriste, što je također dobar pokazatelj roditeljskih odgojnih metoda.

Djeca ponekad ili rijetko radije biraju korištenje medija nego druženje s roditeljima. Roditelji ili partneri se uglavnom međusobno ne sukobljavaju zbog djetetovih medijskih navika te stoga možemo zaključiti da su se roditelji usuglasili oko rutina u

kojima djeca koriste medije. Većina ispitanika nije primijetila manjak međusobne komunikacije zbog upotrebe medija. Nakon analize prikupljenih podataka anketnim istraživanjem zaključili smo jesu li ispitanici svojim odgovorima potvrdili ili opovrgnuli postavljene hipoteze.

H1. Prema mišljenju roditelja mediji imaju više negativan, nego pozitivan učinak na odnose u obitelji.

Većina ispitanika (58.9%) tvrdi da više vole provoditi vrijeme družeći se s obitelji i prijateljima, nego koristeći medije. Ispitanici su većinom odgovorili da rijetko ili gotovo nikad ne zaboravljaju na obiteljske poslove i obaveze zbog korištenja medija, isto tako većina ispitanika često ili ponekad razgovara sa suprugom/partnerom o medijskim sadržajima. Mediji rijetko ili nikad ne uzrokuju da se ispitanici zbog njih osjećaju nervozno ili frustrirano. Unatoč tome što ispitanici provode dosta vremena koristeći medije, čak i više od planiranog, oni komuniciraju sa članovima obitelji o tome, odgovorno obavljaju svoje obiteljske obaveze te mediji ne izazivaju negativne osjećaje kod njih, više vole provoditi vrijeme s obitelji i prijateljima nego koristiti medije. Prema tome ispitanici su ovu hipotezu svojim odgovorima opovrgnuli.

H2. Većina roditelja smatra da mediji utječu na manjak komunikacije unutar obitelji.

Od 185 ispitanika njih 51.9% ne primjećuje manjak komunikacije u obitelji uzrokovan korištenjem medija što znači da je i ova hipoteza istraživanjem opovrgnuta.

H3: Većina roditelja smatra da zbog medija često dolazi do sukoba između supružnika/partnera.

Ispitanici (66%) ne nailazi na prigovaranja supruga zbog sadržaja koje gleda/sluša, rijetko su zanešeni u toj mjeri da ne čuju što im partner govori, nikad ili rijetko prigovaraju zbog previše korištenja medijima. Većina je odgovorila da se nikad ne sukobljava s partnerom oko dječjih navika vezanih uz korištenje medijskih sadržaja. Stoga zaključujemo da je i ova hipoteza istraživanjem opovrgnuta.

H4: Većina roditelja smatra da zbog medija često dolazi do sukoba između roditelja i djece.

Ispitanici su svojim odgovorima izjavili da se ponekad (28.1%) i često (17.8%) te uvijek (4.3%) sukobljavaju s djecom zbog medija. Sveukupno to čini većinu ispitanika koji su ulazili u sukobe s djecom. Stoga se na temelju odgovora ispitanika može zaključiti da je ova hipoteza potvrđena.

7. ZAKLJUČAK

Ovaj diplomski rad nastojao je prikazati utjecaj medija na odnose u suvremenoj obitelji. S obzirom na to da su mediji neizostavan dio ljudske svakodnevnice i da se razvijaju velikom brzinom, činjenica je da na neki način u većoj ili manjoj mjeri utječu na obiteljsku svakodnevicu, zatim na djecu te na međusobne odnose. U radu su iznijete tvrdnje autora koji su analizirali stavove na tu temu.

Osim primarne funkcije medija da nas informiraju i zabavljaju, mediji su preuzeli funkciju kreiranja našeg dnevnog rasporeda. Međutim, ako mediji dominiraju u obiteljima, odnosno kada se većina slobodnog vremena temelji na korištenju medija, kada se zanemaruju obiteljske obaveze te kada prečesto koristimo medije kao dadilju onda se oni stavljaju u negativan kontekst. Iako mediji mogu biti korisni u životima djece, postoji opasnost ako djeca posvete previše vremena medijima.

Istraživanje koje smo proveli u ovom radu pokazalo nam je da je internet vodeći medij. Supružnici i partneri se uglavnom slažu i ne sukobljavaju pod utjecajem medija. Na zadnje i ključno pitanje o tome jesu li ispitanici primijetili manjak međusobne komunikacije uzrokovane korištenjem medija, samo sedam ispitanika više nego ostalih je odgovorilo da nisu primijetili. Takva spoznaja ostavlja nam definitivno otvorenu opciju da pratimo navike u obiteljima kako bismo došli do novih zaključaka, s obzirom da su rezultati gotovo izjednačeni.

Bez kvalitetne komunikacije nema dobrih odnosa u obitelji. Mediji nam mogu pomoći da kvalitetno komuniciramo ukoliko se njima koristimo na ispravan, odnosno umjeren način. Smisao komuniciranja je da nastojimo što više živjeti jedni s drugima, a ne jedni pored drugih.

8. LITERATURA

1. Car, V. (2010). Televizija u novomedijskom okruženju. *Medijske studije*, 1 (1-2), 91-103.
2. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). *Djeca medija od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.
3. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L., (2018). *Obitelj i izazovi novih medija. Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK). Dostupno na: <http://www.djecamedija.org/wp-content/uploads/2018/04/prirucnik-obilj-i-izazovi165x240mm-v3-web.pdf>. Preuzeto 10. rujna 2019.
4. Čudina Obradović, M. (2013). *Obitelj pod suvremenim izazovima i pritiscima*. Dostupno na: <http://www.laudato.hr/Novosti/Hrvatska/Obitelj-pod-suvremenim-izazovima-i-pritiscima.aspx>. Pristupljeno 22. kolovoza 2019.
5. Državni zavod za statistiku (2018). Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2018. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/02-03-02_01_2018.htm. Pristupljeno 23. rujna 2019.
6. Đuran, A., Koprivnjak, D. i Maček, N. (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 04 (01), 270-283.
7. Gunter, B., McAleer, J. (1997). *Children and television*. London, New York: Taylor & Francis e-Library.
8. Grbavac, J., Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5 (2), 206-219.

9. Honore, C. (2009). *Pod pritiskom - spašavanje djece od kulture hiperroditeljstva*. Zagreb: Algoritam.
10. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, Institut za društvena istraživanja.
11. Pećnik, N., Starc, B. (2010). *Priručnik za voditelje radionica s roditeljima "Rastimo zajedno"*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/djete-i-televizija/>. Preuzeto 15. rujna 2019.
12. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
13. Knezović, K., Maksimović, I. (2016). Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete. *Diacovensia*, 24 (4), 645-666.
14. Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R. (1999). *Život s medijima*. Zagreb: Doron.
15. Labaš, D. (2009). *Novi mediji – nove tehnologije – novi moral*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta Zagrebu.
16. Lemish, D. (2015). *Children and Media A Global Perspective*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons, Inc.
17. Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. London, Thousand Oaks, NewDelhi: Sage Publications.
18. Maleš, D. (2012). Obitelj i obiteljski odgoj u suvremenim uvjetima. *Dijete, vrtić, obitelj*, 18 (67), 13-15.
19. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131-149.
20. Mataušić, J. M. (2005). Obitelj u globalnom selu. *Diacovensia*, 13 (2), 239-261.
21. Miliša, Z. (2015). *Šok današnjice*. Split: Naklada Bošković.

22. Miliša, Z., Zloković, J. (2008). *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima prepoznavanje i prevencija*. Zadar-Rijeka: Markom usluge d.o.o.
23. Park, C., Park, R. Y. (2014). The Conceptual Model on SmartPhone addiction among Early Childhood *International Journal of Social Science and Humanity*, 4 (2), 147-150
24. Robotić, P. (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *Journal of Applied Health Sciences = Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, 1 (2), 81-96.
25. Trstenjak, T. (2006). Masovni mediji – poticaj ili smetnja obiteljskom dijalogu. *Obnovljeni život*, 61 (4), 479-487.
26. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 18 (1), 5-33.
27. Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija – Kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Ljevak.
28. Štalekar, V. (2010). Dinamika obitelji i prvi teorijski koncepti. *Medicina Fluminensis*, 46 (3), 242-246.
29. Teensafe (2015). *Teens and Media Over the Years Infographic*. Dostupno na: <https://elearninginfographics.com/teens-media-years-infographic/>. Pristupljeno 15. rujna 2019.
30. Torlak, N. (2013). Novi mediji – nova pravila i nova recepcija kulture i umjetnosti. *In medias Res*, 2 (3), 366-371.
31. Vandewater, E., Bickham, D., Lee, J. Cummings H. (2005). When the Television Is Always On: Heavy Television Exposure and Young Children's Development. *The American Behavioral Scientist*, 48 (5), 562.
32. Wagner Jakab, A. (2008). Obitelj - sustav dinamičnih odnosa u interakciji. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 44 (2), 119-128.

Izjava o samostalnoj izradi rada

Ja, Anita Jurak, studentica Učiteljskog fakulteta sveučilišta u Zagrebu, kao autorica diplomskog rada s naslovom: Suvremeni obiteljski odnosi pod utjecajem televizije i novih medija:

Izjavljujem da sam diplomski rad izradila samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Lane Ciboci. U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkog rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući navela u radu citirala sam i povezala s korištenim bibliografskim jedinicama sukladno odredbama Pravilnika o diplomskom radu Učiteljskog fakulteta u Zagrebu.

Studentica:

Anita Jurak