

# Razvoj medijske pismenosti u kontekstu ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja

---

Žeger, Barbara

Master's thesis / Diplomski rad

2020

*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:147:604475>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-17**

*Repository / Repozitorij:*

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



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

**BARBARA ŽEGER**

**DIPLOMSKI RAD**

**RAZVOJ MEDIJSKE PISMENOSTI U**  
**KONTEKSTU RANOG I PREDŠKOLSKOG**  
**ODGOJA I OBRAZOVANJA**

**Zagreb, rujan 2020.**

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

**DIPLOMSKI RAD**

Ime i prezime pristupnice: Barbara Žeger

TEMA DIPLOMSKOG RADA: Razvoj medijske pismenosti u  
kontekstu ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja

KOLEGIJ: Dijete, odgojitelj, roditelji, mediji

MENTORICA: doc. dr. sc. Marina Gabelica

**Zagreb, rujan 2020.**

# SADRŽAJ

SADRŽAJ .....	3
SAŽETAK .....	4
SUMMARY .....	5
1. UVOD.....	6
2. TEMELJNI POJMOVI VEZANI UZ MEDIJE I ODGOJ I OBRAZOVANJE.....	8
2.1. Medijska pedagogija.....	8
2.2. Medijske kompetencije.....	9
2.3. Medijsko obrazovanje .....	11
2.4. Medijski odgoj.....	11
2.5. Medijska pismenost .....	12
2.5.1. <i>Razvoj medijske pismenosti</i> .....	13
2.5.2. <i>Značaj medijske pismenosti u suvremenom društvu</i> .....	16
3. ZAŠTITA DJECE, ZAKONSKE REGULATIVE I PRIMJERI DOBRE PRAKSE ..	17
4. MEDIJI I NJIHOV UTJECAJ NA DJECU RANE I PREDŠKOLSKE DOBI.....	20
5. ULOGA RANOG I PREDŠKOLSKOG ODGOJA I OBRAZOVANJA U MEDIJSKOM ODGOJU PREDŠKOLSKOGA DJETETA .....	24
5.1. Preporuke/smjernice za kvalitetan medijski odgoj djece u ustanovama ranoga i predškolskoga odgoja i obrazovanja .....	25
5.2. Nacionalni kurikulum i medijska pismenost .....	28
6. ULOGA RODITELJA KAO POSREDNIKA U MEDIJSKOM ODGOJU I OBRAZOVANJU PREDŠKOLSKOGA DJETETA.....	30
7. RADIONICA „RAZLIKA IZMEĐU SVIJETA MEDIJA I STVARNOG SVIJETA“ 36	
7.1. Uvod .....	36
7.2. Planirani poticaji po centrima.....	36
7.3. Uloga odgojitelja ili voditelja procesa.....	37
7.4. Kontekstualni uvjeti .....	38
7.5. Artikulacija središnje aktivnosti .....	38
7.6. Integrirane razvojne zadaće .....	39
8. ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA .....	43

## SAŽETAK

U suvremenom odgojno-obrazovnom sustavu sve češće se spominju digitalne kompetencije i medijska pismenost kao nužnost pri utjecanju na generacije djece koje treba osposobiti za aktivno i kvalitetno sudjelovanje u novom, digitalnom okruženju. Medijska pismenost od ključne je važnosti za odgoj budućih korisnika medija, ali i za poticanje kvalitetnije produkcije medijskog sadržaja. Zajedno sa sve većim brojem informacija dostupnih na digitalnim medijima, sve je više neprimjerenih sadržaja; stoga se zaštita djece nameće kao imperativ u odgoju i obrazovanju. U tom smislu, važan je odnos društvene okoline koja prepoznaje važnost medijskog odgoja te suradnja svih dionika sustava ranoga i predškolskoga odgoja i obrazovanja – roditelja, odgojitelja, stručnih suradnika i djece. U radu se prikazuje primjer radionice koja se može provoditi s djecom u odgojno-obrazovnom radu kao i u kućnim uvjetima. Radionica je namijenjena djeci predškolske dobi, a cilj joj je poticanje djece na promišljanje i razumijevanje razlike između sadržaja posredovanog preko pisanog medija te osobnog doživljaja i viđenja stvarnosti.

Ključne riječi: medijska pismenost; odgojitelji; suradnja; rani i predškolski odgoj i obrazovanje; roditelji

## **SUMMARY**

In the modern educational system, digital competencies and media literacy are increasingly mentioned as a necessity in influencing generations of children who need to be educated for active and quality participation in the new, digital environment. Media literacy is one of the preconditions that has a key role in the education of future media users, but also in encouraging production of quality media content. Along with the growing amount of information, there are more and more inappropriate contents appearing in the media, so child protection is being promoted as an imperative in early education. In this sense, the relationship of the social environment is important, which recognizes the importance of media education and the collaboration of all stakeholders in the system of early and preschool education - parents, educators, professional associates and children. This paper gives an example of a workshop that can be conducted with children in educational work as well as at home. The workshop is intended for preschool children, and its goal is to encourage children to think and understand the difference between the content mediated through the written media, their personal experience and vision of reality.

Key words: media literacy; preschool teachers; collaboration; early and preschool education; parents

## 1. UVOD

Svijet u kojem živimo i u kojem budući naraštaji odrastaju nezamisliv je bez digitalnih medija. Trend ubrzanog razvoja tehnologija i različitih znanstvenih postignuća donosi promjene, kako na globalnoj razini, tako i u neposrednoj okolini čovjeka. One utječu na naše navike, komunikaciju, socijalizaciju, odgoj i obrazovanje, kao i na specifičnosti kulture. Suvremene tehnologije promijenile su način na koji komuniciramo, informiramo se, izvršavamo pojedine zadatke te ispunjavamo slobodno vrijeme, a te promjene posebno su vidljive među mlađim naraštajima čija su svakodnevica i odrastanje obogaćeni različitim medijskim sadržajima. Današnja djeca više no ikad pokazuju zanimanje za sve vrste medija, od tiskanih (slikovnice, enciklopedije, priče, časopisi) do radija, televizije i novih medija, pa se može reći da žive *medijsko djetinjstvo* (Mikić, 2004). Žarko Čižmar i Nenad Obrenović (2013) govore o *prozumentu*, građaninu koji istovremeno predstavlja i proizvođača i konzumenta medijskih informacija, kao pojavi koja je medijsku pismenost označila jednom od ključnih kompetencija 21. stoljeća. Zbog te činjenice znanja o funkcioniranju medija i novih medijskih platformi postaju obavezni dio odgoja i obrazovanja svakog člana našeg suvremenog društva. U tom kontekstu valja objasniti što su zapravo mediji. Mediji su „sistem znakova i simbola te uz njihovu (ne)pomoć čovjek konstruira svoj svijet stvarnosti i/ili fikcije“ (Miliša, Tolić i Vertovšek, 2009: 114). Upravo novi i digitalni mediji iskorištavaju moć simbola i manipuliraju ljudskim ponašanjem i potrebama utječući na značenja koja ljudi pridaju određenim poslovima, ponašanjima ili motivima stvarajući lažan osjećaj moći. Unatoč tome, suvremene medije ne treba unaprijed odbacivati (to nije ni moguće), već ih treba kritički promatrati, razumjeti pravila po kojima djeluju te prepoznati njihov veliki društveni značaj. Joško Sindik (2012) ističe kako se u procesu medijskog opismenjavanja moraju uzeti u obzir i kulturološke razlike u određenom području, ali i utjecaj društvene okoline na dijete. U tom smislu, kako bi zaštitili najmlađe, važno je obrazovati i medijski opismeniti i one koji najviše utječu na kreiranje njihove svakodnevnice – roditelje, odgojitelje, učitelje. Njihov zadatak je upoznati i usmjeriti dijete na opasnosti koje se kriju iza prekomjernog i preranog korištenja medija, kao i naučiti ih koristiti se istima, uputiti ih na važnost kritičkog sagledavanja sadržaja te pomoći im uvidjeti pozitivne utjecaje u svrhu produktivnog korištenja medija kao i uočiti i odbaciti negativne.

U sljedećim poglavljima objasnit će se važni pojmovi vezani uz medije i odgoj, sagledat će se utjecaji medija na djecu rane i predškolske dobi te pokušati razjasniti uloga odgojitelja i roditelja u procesu medijskog opismenjavanja djece.



## **2. TEMELJNI POJMOVI VEZANI UZ MEDIJE I ODGOJ I OBRAZOVANJE**

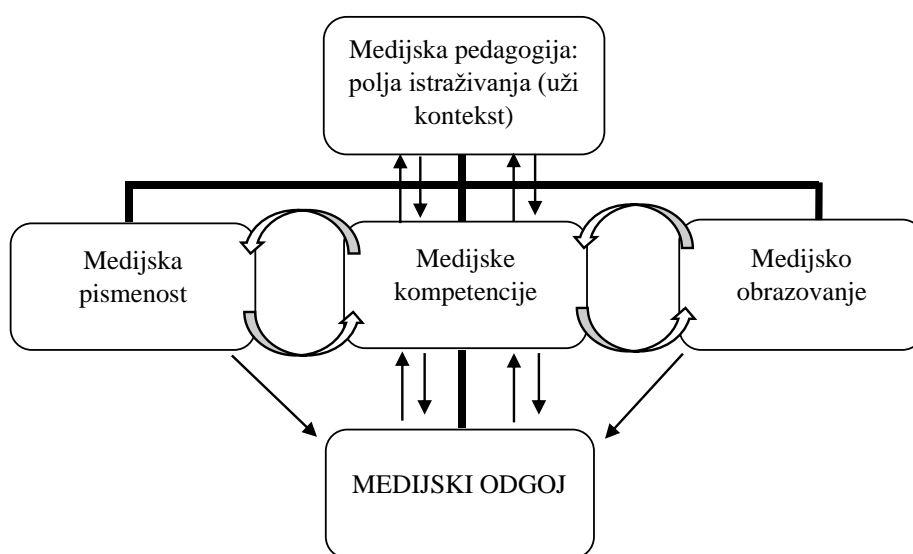
Da bi se moglo govoriti o razvoju medijske pismenosti, važno je uzeti u obzir ne samo nove, suvremene medije (digitalne), nego i stare, tradicionalne (tiskane medije, radio, televizija) te ih pritom promatrati u cjelini, ali i zasebno, kako djeluju na pojedinca i društvo. Samo tako može se utvrditi koliko su mediji ključni za proces socijalizacije i koliko utječu na oblikovanje mišljenja i stavova društva. Pojavom interneta i računala promijenili su se preferirani komunikacijski kanali te stručnjaci smatraju da bi novu komunikacijsku generaciju tehnologija mogla determinirati u razvoju (Zgrabljic Rotar, 2005). Specifičnosti pojave novog medija, globalne mreže, koja nudi brojne nove mogućnosti komuniciranja, ubrzava se protok informacija koje zbog istog i brže zastarijevaju te posljedično pružaju nepovjerljivi odnos medija i korisnika u koje se potonji više ne može pouzdati. Upravo stoga vrlo je bitno prepoznati zahtjeve koje nam medijski odgoj i obrazovanje trebaju ispuniti u kreiranju mehanizama zaštite od nepoželjnih i štetnih medijskih utjecaja.

### **2.1. Medijska pedagogija**

Medijska pedagogija šezdesetih se godina prošlog stoljeća etablirala kao znanstvena disciplina, nastala kao rezultat razvoja odgojnih znanosti i kao reakcija na nagli razvoj medija i tehnologija u pedagojskom smislu (Miliša i sur., 2009). Ona proučava socijalizacijske utjecaje na djecu, mlade i ljude treće dobi te promatra njihove kulturne interese u slobodnom vremenu, radnim obavezama te općenito životu (Ljubić Nežić, 2018). Medijska pedagogija se ne odnosi samo na suvremene zahtjeve djetinjstva u svijetu medija i informacijsko-komunikacijskih tehnika već i na mogućnosti korištenja informacija, na obrazovne mogućnosti, razvoj kompetencija i kritika prema medijima i njihovim, sve češćim, manipulacijskim sadržajima (Miliša i sur., 2009). Istraživačka polja medijske pedagogije su medijski odgoj, medijska kultura, medijska didaktika, medijsko-znanstveno istraživanje, medijska socijalizacija i medijska etika (Tolić, 2009). Vrlo je važno razvijati ona polja istraživanja koja omogućavaju uspješan razvoj medijskog odgoja. Medijska pedagogija za kritičku analizu medija koristi različite medije kao sredstvo u analizama kao i različite „alate“, poput semiotike, za dekodiranje znakova i simbola ili pak teoriju simboličkog interakcionizma pomoću koje interpretira sadržaje poruka koji bitno utječu na svijest

i ponašanje (Miliša i sur., 2009). Značajna funkcija medijske pedagogije vidljiva je u uspješnosti razotkrivanja simboličkih poruka putem medija. Može se zaključiti da je analiza medija u suštini analiza društvene zbilje pa se čine neizbježni interdisciplinarni i multidisciplinarni pristupi. U procesu stjecanja medijskih kompetencija medije treba shvaćati kao partnere, ali i promatrati ih s oprezom i djelovati na one medije koji negativno utječu na formiranje svijesti i/ili ponašanja djece i mladih (Tolić, 2008).

Tolić (2009) donosi shemu odnosa medijske pedagogije i medijske pismenosti, medijskih kompetencija, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja.



Slika 1. Odnos medijske pedagogije, medijske pismenosti, medijskih kompetencija, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja (Tolić, 2009: 99)

## 2.2. Medijske kompetencije

Medijska kompetencija centralni je pojam u medijskoj pedagogiji. Uključuje sposobnosti koje svaka osoba u suvremenom društvu mora usvojiti, a odnose se na izgradnju kritičke refleksije prema ponuđenim medijskim sadržajima (Tolić, 2009). Stoga se medijska kompetencija može definirati kao „sposobnost kretanja po svijetu medija na kritički, reflektivan i nezavisan način s osjećajem za odgovornost, koristeći medije za nezavisno i kreativno izražavanje“ (Pöttinger i sur., 2004: 71 prema Tolić, 2008: 5). Tim procesom omogućuje se da pojedinci prepoznaju medijske poruke u širem kontekstu, a ovisi o količini i vremenu izlaganja i korištenja medijima (Ljubić

Nežić, 2018). Prema Tolić (2008: 5 – 6) medijska kompetencija sadrži sljedeće čimbenike:

- Individualne karakteristike primatelja.
- Dekodiranje medijskih simbola.
- Aktivno korištenje medija: informacijska funkcija.
- Kritičku refleksiju (razvoj kritičkog medijskog okruženja).
- Motiviranost medijskog korisnika.

Isto kao što mediji utječu na pojedince direktno na različite načine – na njihove emocije, stavove, ponašanja, psihološki razvoj – tako utječu i indirektno kroz druge ljude, različite institucije i kulturu. Znanje i djelovanje dva su temeljna pojma koji čine osnovu za izgradnju svake pojedinačne medijske kompetencije (Miliša i sur., 2009). Da bi se utjecalo na medijsku pismenost pojedinca treba je razvijati kroz više različitih dimenzija (Potter, 2014). Svaka ta dimenzija percipira se za sebe i ne ovisi o drugima kako bi osoba u procesu stjecanja medijskih kompetencija mogla poboljšati vlastiti medijski razvoj. Osim čimbenika, Tolić (2008: 6) razlikuje i osnovne dimenzije medijske kompetencije u medijskoj pedagogiji:

- *Kognitivna dimenzija*, koja omogućuje prikupljanje znanja, utječe na razumijevanje i analizu sadržaja u medijima.
- *Moralna dimenzija* stavlja naglasak na potrebu etičkog pogleda na medije.
- *Socijalna dimenzija* odnosi se na medijsku politiku, prava i socijalna djelovanja.
- *Estetska dimenzija*, koja se uviđa u načinima na koje nam mediji donose informacije te je najčešće sklona medijskoj manipulaciji putem slika, boja i ostalih estetskih sadržaja koji utječu na emocionalni status korisnika.
- *Dimenzija djelovanja* „pretvara“ pasivnog korisnika u aktivnog.

Navedene dimenzije neki stručnjaci nazivaju i novim paradigmama za poboljšanje interaktivnog učenja u dvosmjernoj ulozi medija (ibid.). Postizanje medijske kompetencije pozitivno utječe na razvoj medijskog obrazovanja.

### **2.3. Medijsko obrazovanje**

Medijsko obrazovanje treba uključivati tri pismenosti: funkcionalnu pismenost (razumijevanje napisanog), vizualnu pismenost (razumijevanje vizualnih detalja) i računalnu pismenost (korištenje računalom, internetom...), (Tolić, 2009). Medijska obrazovanost u ovom smislu znači posredovati znanja o različitim vrstama medija i naučiti graditi osnove kritičkog mišljenja prema (nametnutim) temama iz medija (Bauer, 2007: 224 u ibid.). Medijsko obrazovanje uz medijske kompetencije ima vodeću funkciju u otkrivanju odgojne i/ili manipulativne uloge medija i odgovara na pitanje kako se osloboditi medijske manipulacije (Miliša i sur., 2009).

### **2.4. Medijski odgoj**

„Medijski odgoj analizira poruke iz medija i komparira s odgojnim vrijednostima.“ (Tolić, 2009: 101). On pospješuje medijsko obrazovanje, bavi se usvajanjem medijske pismenosti i ovladavanjem medijskim kompetencijama iako ga se često poistovjećuje s medijskom pismošću (ibid.). UNESCO je još 1964. promicao ideju medijskog odgoja, a 1982. godine važnost je odgoja za medije kroz *Deklaraciju o odgoju za medije* prihvatilo 19 država potpisnica. Medijski odgoj omogućava slobodu vlastitog razmišljanja kako upravo mediji ne bi mislili umjesto nas. Ukoliko se to što prije spozna te razvije kritička svijest, mediji će teže upravljati djecom i mladima (Erjavec i Zgrabljic Rotar, 2000). Jedan od glavnih ciljeva medijskog odgoja je prepoznati medijsko djelovanje (razgradnja sadržaja) s obzirom na manipulacijsko i/ili odgojno djelovanje, raditi analize i procjene medijskih produkata, utjecati na diobu fikcije od stvarnosti, prepoznati funkciju medijskog sadržaja i usvojiti komunikacijske kompetencije (Miliša i sur., 2009). Također, svaki član društva mora znati prepoznati i procijeniti koliko i na koji način je neki medij bitan za društvo (znanja), a važno je i utjecati na razvoj socijalnih kompetencija, osobno samoostvarenje i razvoj tijekom cijelog života putem medija (Tolić, 2009). „Medijski odgoj nije niti samo poučavanje nego i istraživanje, zauzimanje kritičkog stava u stjecanju konačnih ciljeva medijskih kompetencija“ (ibid.: 102). Može se reći da je bit medijskog odgoja u svladavanju principa istraživanja kako živjeti s medijima.

## 2.5. Medijska pismenost

Ako bi medije promatrali samo kao izvor zabave, obrazovanja i pozitivnih informacija, ne bi se stavljala važnost na distinkciju pojmova medijske pismenosti, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja (Zgrabljic Rotar, 2005). Iako je definicija medijske pismenosti definirana još 1992. godine kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1992 prema Zgrabljic Rotar, 2005), Mirela Tolić označava medijsku pismenost kao „najnižu razinu svladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola i rada na računalima te drugim medijskim sredstvima“ (Tolić, 2009: 100). Prema tome, medijska pismenost tek je dio medijskog odgoja i medijskog obrazovanja i samo tako shvaćena nije u koliziji s medijskim odgojem. Didaktičko-metodički aspekt medijske pismenosti prema Baueru (2007: 106) obuhvaća tri komponente; tehničku kompetentnost, znakovnu kompetentnost i kulturnu kompetentnost. *Tehnička kompetentnost* podrazumijeva usvajanje tehničkih znanja kako bi se znalo pristupiti mediju (poput pisanja na računalu), *znakovna kompetentnost* opisuje kombiniranje i posljedično razumijevanje više skupova informacija zajedno, dok *kulturna kompetentnost* podrazumijeva sposobnost da se tehnički stečene informacije logički kombiniraju te sjedinjuju s komunikacijskim procesima u okolini (Tolić, 2009). Tolić (2009) smatra da medijska pismenost nema dovoljnu mogućnost kritičke refleksije te da ostaje na pojedinačnoj sposobnosti interpretacije različitih manipulativnih utjecaja u medijima te da kao takva može biti samo dio medijskog obrazovanja. U odnosu na medijsku kompetenciju, medijska pismenost predstavlja užu pojam, a odnosi se na razinu stjecanja vještina vezanih uz neki određeni medij poput računalne pismenosti i filmske umjetnosti ili je vezana za skupine medija kao što je digitalna ili tehnološka pismenost, dok medijska kompetencija obuhvaća sve vrste pismenosti, kao i vještine i znanje te upućenost kao sredstva pri sprečavanju medijske manipulacije (Tolić, 2008). Ipak, moglo bi se reći da je medijska pismenost prva stepenica u izgradnji medijskih kompetencija i podloga za daljnje snalaženje u svijetu medija (Ljubić Nežić, 2018).

U istraživanju Žarka Čižmara i Nenada Obrenovića (2013), provedenom na uzorku od 1141 ispitanika, pokušalo se definirati pojam medijske pismenosti redoslijedom od najvišeg do najnižeg postotka potpunog slaganja ispitanika te je zaključeno da je medijska pismenost „jedna od ključnih kompetencija 21. stoljeća koja

uključuje komunikacijske i prezentacijske vještine, osnove vizualnih komunikacija, kompetencije prikupljanja i obrade informacija, njihove kritičke analize i korištenja društvenih mreža“ (Čižmar i Obrenović, 2013: 9). Većina ispitanika mišljenja je da su kritička analiza, sposobnost brzog i kvalitetnog prikupljanja i obrade informacija najvažnije kompetencije medijske pismenosti.

Prema Jamesu Potteru (2019) medijska pismenost treba imati dvije glavne karakteristike: višedimenzionalnost i kontinuiranost. *Višedimenzionalnost* se odnosi na već spominjane osnovne dimenzije medijske kompetencije u medijskoj pedagogiji koje se trebaju razvijati samostalno kao i u odnosu jedne na drugu. Potter (2010: 682) je važnost višedimenzionalnosti usporedio s gledanjem filma: ako pojedinac ima visoko razvijenu kognitivnu dimenziju odnosno vlada činjenicama o filmu, poput znanja o povijesti nekog filmskog žanra ili tematike o kojoj film govori, on možda nema razvijenu emocionalnu dimenziju pa ne može biti oduševljen ugodnim emocijama ili biti povrijeđen negativnima, ako nema razvijenu estetsku crtu, ne može cijeniti talente među osobama koje su sudjelovale u izradi filma, a ako nije razvijen moralno, nije uključen u moguće dileme koje se događaju u dubljoj tematici filma. Stoga svaka dimenzija treba biti razvijena ponaosob kako bi se cijenila istinska vrijednost ponuđenih medijskih sadržaja. *Kontinuiranost* kao druga glavna karakteristika medijske pismenosti odnosi se na važnost neprekidnog razvoja medijskih znanja, pogotovo u svijetu u kojem se mediji i medijske poruke konstantno mijenjaju. Nemoguće je dostići potpunu medijsku opismenjenost kao i okarakterizirati nekoga potpuno medijski nepismenim.

### 2.5.1. *Razvoj medijske pismenosti*

James Potter u svojoj knjizi *Media literacy* (2019) donosi određene stadije razvoja medijske pismenosti. U *Tablici 1.* prikazana je shema s osam razvojnih stadija. Prvi stadij je *usvajanje osnovnih pojmova* koji se javlja u prvoj godini života. *Stjecanje govornih sposobnosti* je faza koja traje između druge i treće godine, a *stjecanje pripovjedačkih vještina* između treće i pete godine života. Prva tri stadija tipično se usvajaju prelaskom u adolescentnu i zrelu dob. *Razvoj skepticizma* se događa između pete i devete godine, a stadij *intenzivnog razvoja* odmah nakon. Većina ljudi ostaje u toj fazi do kraja života jer je ovaj stadij potpuno funkcionalan, odnosno ljudi se

osjećaju u potpunosti medijski pismeni i smatraju da nema još mnogo toga što trebaju usvojiti. Sljedeća tri stadija mogu se smatrati naprednima jer zahtijevaju kontinuiranu upotrebu kompleksnijih vještina te aktivni razvoj složenijih struktura znanja. Ljudi u stadiju *iskustvenog istraživanja* smatraju da su izloženi samo jednom suženom dijelu medijskih sadržaja te se žele izlagati puno širem opsegu medijskih poruka. Stadij *kritičkog vrednovanja* karakterizira potražnja za medijskim sadržajima koji su više privlačni u kontekstu zadovoljavanja svih dimenzija – kognitivne, emocionalne, estetske i moralne, te ljudi tada posjeduju čvrsta mišljenja i stavove prema određenim temama. Posljednja faza *društvene odgovornosti* odnosi se na ljude koji kritički vrednuju medijske poruke svih vrsta, odnosno, u procesu primanja medijskih poruka gledaju širu perspektivu. Osim onoga što smatraju dobrim iz svoje perspektive, važno im je i da određene medijske poruke budu primjerene i drugim sudionicima društva.

Tablica 1. Stadiji razvoja medijske pismenosti prema Potter (2019).

Stadij	Karakteristike stadija
Usvajanje osnovnih pojmova	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Usvajaju se znanja da postoje ljudska bića i drugi fizički objekti odvojeni od nas koji izgledaju drugačije i služe mnogim različitim funkcijama.</li> <li>– Usvajaju se značenja izraza lica i prirodnih zvukova.</li> <li>– Prepoznaju se oblici, izgledi, boje, veličine, pokreti, prostorni odnosi.</li> <li>– Usvaja se osnovni pojam vremena i pripadajući rutinski obrasci.</li> </ul>
Stjecanje govornih sposobnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prepoznaje se govor i shvaća se da prenosi značenje.</li> <li>– Stječu se sposobnosti ponavljanja zvukova koji čine govor.</li> <li>– Koncentrira se na vizualne i audio medije.</li> <li>– Uviđaju se emocionalne reakcije i reakcije u ponašanju koje pobuđuju zvukovi i muzika.</li> <li>– Prepoznaju se likovi iz vizualnih medija i prati se njihovo kretanje.</li> </ul>

Stjecanje pripovjedačkih vještina	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Razvija se razumijevanje za razlike (stvarnost – fikcija, oglasi – zabava).</li> <li>– Razvija se razumijevanje kako povezati elemente priče pomoću vremenskih nizova, motiva i postupaka te posljedica radnji.</li> </ul>
Razvoj skepticizma	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nepovjerenje u izjave iz oglasa.</li> <li>– Jačanje razlika u afinitetu prema različitim emisijama, likovima i postupcima.</li> <li>– Ismijavanje određenih likova iako nisu predstavljeni kao „gubitnici“.</li> </ul>
Intenzivni razvoj	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Postoji jaka motivacija za potražnjom informacija o određenim temama.</li> <li>– Prikupljanje detaljnih informacija o određenim temama.</li> <li>– Razvija se visoka osviještenost o korisnosti informacija i brza mogućnost obrade podataka koje se smatraju korisnima.</li> </ul>
Iskustveno istraživanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Potraga za neobičnim sadržajima i pričama.</li> <li>– Usmjerenost na potragu za iznenađenjima i novim emocionalnim, moralnim i estetskim doživljajima.</li> </ul>
Kritičko vrednovanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prihvatanje i evaluacija poruka pod vlastitim uvjetima.</li> <li>– Razvoj širokog i detaljnog shvaćanja povijesnih, ekonomskih, političkih i umjetničkih okolnosti prijenosa poruke.</li> <li>– Sposobnost istovremenog činjenja usporedbi i razlika između različitih sastavnica poruka.</li> <li>– Sposobnost stvaranja konstruktivnog mišljenja o jakim i slabim stranama medijske poruke.</li> </ul>
Društvena odgovornost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zauzimanje moralnog stava da su neke poruke društveno korisnije od drugih, temeljenom na detaljnoj analizi medijskog okruženja.</li> <li>– Shvaća se da vlastite pojedinačne odluke utječu na društvo bez obzira u kolikoj mjeri.</li> </ul>



Dakle, medijski pismena osoba je ona koja je vrlo dobro informirana o temama koje se kreću u medijima, svjesna je svog svakodnevnog doticaja s njima i razumije njihov utjecaj u odgojno-obrazovnom ciklusu.

### 2.5.2. Značaj medijske pismenosti u suvremenom društvu

Nedim Sejdinović i Tatjana Ljubić (2014) u svom priručniku *Osnove medijske pismenosti* navode četiri argumenta zašto je važno shvatiti medijsku pismenost kao važnu sastavnicu suvremenog društva.

Medijska pismenost dobar je instrument za zaštitu djece i maloljetnika. Prema Konvenciji UN-a o pravima djeteta iz 1989. godine nameće se obaveza da se osiguraju komunikacijska prava djetetu, ali i istovremeno razvijaju primjerena sredstva za zaštitu djece od informacija i materijala koji štete njegovom razvoju. Iako se u početku naglasak stavljao na smanjivanje i sprječavanje negativnih medijskih utjecaja, počelo se sve više uviđati da se bolje usmjeriti na razvoj znanja, vještina i komunikacijskih sposobnosti za sigurno korištenje medija, kao i na kritičko razumijevanje medijskih sadržaja.

Medijska pismenost važna je za zaštitu konzumenata medija te se podrazumijeva da oni posjeduju primjerena znanja i da su informirani o prirodi medijskih sadržaja temeljem kojih mogu donositi odluke koje medijske sadržaje konzumirati. Također, podrazumijeva se da već posjeduju znanje o tome kako mediji funkcioniraju u različitim zakonskim, tehnološkim, ekonomskim i političkim okruženjima kako bi se olakšala procjena sadržaja koje oni nude.

Medijska pismenost kao preduvjet sudjelovanja u građanskim dužnostima odnosi se na nužnost postojanja kvalitetno informiranih i aktivnih građana. Zato je potrebno osposobiti građane za kritičko razumijevanje medijskih sadržaja i jačati interakcije ljudi u javnosti putem medija. Građani ne bi smjeli biti samo pasivni primatelji medijskih poruka, nego i aktivni sudionici medijskog života.

Medijska pismenost kao instrument za premošćivanje digitalnog jaza može doprinijeti ublažavanju nejednakosti pružanjem jednakih šansi svakom članu društva osiguravanjem razvijene infrastrukture elektronskih komunikacija na prostoru cijele države.

### 3. ZAŠTITA DJECE, ZAKONSKE REGULATIVE I PRIMJERI DOBRE PRAKSE

U današnje vrijeme, promatrači smo sve veće potrebe za osviještenost javnih tijela o važnosti zaštite i prava djece u medijima. Apsolutno polazište za zaštitu prava djece u medijima čini *Konvencija o pravima djeteta*, posebice članak 16. koji govori o pravu djeteta na zaštitu privatnosti, članci 12. i 13. koji se tiču prava na izražavanje mišljenja i slobodu izražavanja te članak 17. kojim se štiti djetetovo pravo na pristup informacijama važnih za promicanje njegove dobrobiti i kojim se naglašava obaveza države da osigura zaštitu djeteta od materijala koji ugrožavaju njegovu dobrobit (UN, 1989). S obzirom da je *Konvencija* objavljena u doba kada još mediji nisu bili razvijeni u suvremenom smislu, dok se djecu nije gledalo kao korisnike medija niti kao kreatore medijskih sadržaja, u ono vrijeme je u najmanju ruku bilo izazovno imati kontrolu nad različitim medijskim utjecajima. Stoga se javila potreba za donošenjem domaćih zakona. U tu svrhu donesen je *Zakon o medijima* kojim se mediji obvezuju poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast djece, mladeži i obitelji bez obzira na spol i spolno opredjeljenje (NN, 2004). Zabranjuje se i objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta ukoliko se time ugrožava dobrobit djeteta. Također, donosi se *Zakon o elektroničkim medijima* kojim se ograničava poticanje djece i mladeži na uporabu duhanskih proizvoda, alkohola ili droga te se zabranjuju programski sadržaji koji ozbiljno štete fizičkom, psihičkom ili moralnom razvoju djece (NN, 2003). Takvi programski sadržaji ne smiju biti na rasporedu kada je vjerojatno da će ih djeca gledati, a prije njihova objavljivanja pružatelj usluga je obvezan objaviti odgovarajuće upozorenje (NN, 2003). Daljnjim podizanjem svijesti o medijima i zaštiti djece u Republici Hrvatskoj, objavljen je *Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima* u kojem se štetnim audiovizualnim sadržajima definiraju oni sadržaji koji mogu ozbiljno ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika te se sukladno tome ne dozvoljava njihovo emitiranje (NN, 2015). *Pravilnik* u štetne audiovizualne sadržaje ubraja prizore grubog tjelesnog i/ili verbalnog nasilja, zastrašujuće scene stradanja i ranjavanja, seksa i seksualnog iskorištavanja, neprimjerenog rječnika, zlouporabe duhanskih i alkoholnih proizvoda, opijata, kockanja, klađenja i drugih prizora. Prema *Pravilniku* (čl. 8), pružatelji medijskih usluga dužni su pod vizualnim simbolima i pisanim upozorenjem obavijestiti gledatelje da „program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12/15/18 godina“ (NN, 2015). Vizualni simboli

podrazumijevaju grafičke oznake koje se moraju nalaziti u gornjem dijelu ekrana, u određenoj boji i veličini. Kategorije 15 i 18 imaju zabranu prikazivanja u vremenu od 7 do 20 sati odnosno od 7 do 23 sata (NN, 2015).

U smjeru ubrzanih medijskih promjena, svjedoci smo sve jače medijske prisutnosti u životima novih generacija. Današnji zahtjevi i tehnologije postaju zastarjeli u odnosu na sutrašnje te je važno štititi, kao i omogućavati prilike za sigurno učenje u novim medijima koji su dostupniji no ikad. Kako bi elektronički mediji osiguravali sve navedeno, o njihovom radu i programu brine i Agencija za elektroničke medije pod upraviteljstvom Vijeća za elektroničke medije. Osnovne zadaće Vijeća kao samostalnog regulatornog tijela propisane su Zakonom o elektroničkim medijima i Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji, a između ostaloga obuhvaćaju nadzor medija i njihovih usluga, daju dopuštenja za obavljanje medijske djelatnosti i donose odluke o oduzimanju koncesija, izriču optužne prijedloge, donose propise, reguliraju sadržaje, ali i štite korisnike kao i slobodu medija. Jedan od dokumenata kojim agencija utječe na promicanje medijske pismenosti je *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija* iz 2016. kojim se obraćaju medijskim djelatnicima i učiteljima kao sudionicima u obrazovnom procesu i kreatorima obrazovnih sadržaja i alata te roditeljima, kojima nude pomoć u odabiru primjerenog audiovizualnog sadržaja i medijskom obrazovanju njihove djece. Također, Agencija za elektroničke medije i UNICEF 2016. godine osnovali su i pokrenuli portal *medijskapismenost.hr* te okupili brojne partnere koji svojim djelovanjem doprinose podizanju medijske pismenosti u Hrvatskoj i kvalitetnom sadržaju na portalu. Cilj im je podržati prvenstveno roditelje, skrbnike i učitelje u podizanju razine vlastite medijske pismenosti te medijskih vještina i znanja djece te potaknuti razgovore o medijima i sigurnom korištenju tehnologija bez kojih se ne može napredovati u 21. stoljeću. Još jedan primjer dobre prakse je projekt *Dani medijske pismenosti* pokrenut 2018. godine na portalu *medijskapismenost.hr* s ciljem osvještavanja javnosti o važnosti medijske pismenosti, stvaranja platforme za suradnju brojnih društvenih sudionika i razvoja održivih projekata medijske pismenosti, te kao podrška odgojiteljima i učiteljima razvojem edukacijskih materijala za medijsko obrazovanje. Projekt se održava pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i Ministarstva znanosti i obrazovanja, a sastoji se od: raznovrsnih događanja (predavanja, radionica, debata, projekcija...), proizvodnje i distribucije obrazovnih materijala, te jednodnevnih radionica za učenike u medijima – *Djeca upoznaju medije*.

Ne treba zaboraviti i na *Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu* (DKMK), udruhu čiji su cilj i svrha poboljšati medijsku i komunikacijsku kulturu građana RH kroz sustavnu edukaciju o medijima te poticati razvoj osviještenih korisnika koji se s razumijevanjem i kritičkim odmakom koriste medijskim sadržajima. Udruga organizira edukativne radionice, predavanja i prevencije rizičnih ponašanja djece i mladih, organizira simpozije, provodi istraživanja te daje znanstveni doprinos kritičkom pristupanju medijima i oblikuje internetske sadržaje. Najveći projekt udruge DKMK prepoznatljiv je pod nazivom *Djeca medija*, dok su neki od ostalih: *Mind Over Media – Učinkovita analiza propagande* (2017), *Djeca medija za medijski pismenu Hrvatsku* (2016), *Medijskom kulturom do sretnog i bezbrižnog djetinjstva* (2015), *Razotkrivanje, prepoznavanje i prevencija nasilnih sadržaja u medijima* (2014) (DKMK, 2020). Valja spomenuti i projekt *Sedmi kontinent* udruge *Djeca susreću umjetnost* koja nudi program razvijanja filmske pismenosti za djecu predškolske dobi s nizom aktivnosti koje se nadovezuju na odabrane filmske naslove. Na taj način djeca se od najranijih dana osposobljavaju za kritičko snalaženje u mnoštvu medijskih sadržaja, kao i za razlikovanje i razumijevanje estetskih i etičkih vrijednosti sadržaja – ne samo u filmu, već i u ostalim srodnim medijima (Sedmi kontinent, 2020).

Osim navedenih oblika zakonskih okvira i primjera dobre prakse kao pozitivnih i poželjnih djelovanja u svjetlu novih medijskih utjecaja, bez sumnje je potrebna još snažnija suradnja različitih društvenih subjekata i zauzimanja za dobrobit djece. Osim donositelja zakona, veliku ulogu igraju i dionici odgoja i obrazovanja koji medijskim opismenjavanjem samih sebe direktno utječu na bolju i sigurniju budućnost djece.

#### 4. MEDIJI I NJIHOV UTJECAJ NA DJECU RANE I PREDŠKOLSKE DOBI

Danas je sasvim jasno da mnogi znanstvenici imaju podvojene stavove kada se govori o odnosu djece i medija. S jedne strane, govori se o njihovom pozitivnom utjecaju na dječji razvoj – bogaćenju dječje svakodnevnice lako dostupnim sadržajima, poticanju mašte i kreativnosti na inovativne načine, širenju znanja, inkluzije i tolerancije, dok se s druge strane govori o otupljivanju osjetila, neosjetljivosti za druge, izumiranju slobodne igre, jačanju stereotipa i iskrivljavanju stvarnosti te čak i kulturnom propadanju i otuđenju od društva. Današnja djeca s digitalnim medijima se susreću u sve ranijoj dobi. Postoje mnoga istraživanja koja obuhvaćaju načine korištenja i utjecaje medija na djecu, međutim većina takvih istraživanja provedena su s djecom školske dobi dok je zanemarena činjenica da se djeca susreću s medijima već i u ranoj i predškolskoj dobi. Inozemna istraživanja (Zimmerman i sur., 2007) pokazuju da 40 % djece do trećeg mjeseca života redovito gleda televiziju ili druge video sadržaje, dok je nekom digitalnom mediju izloženo 90 % djece do dobi od dvije godine (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). Mali ekrani dio su svakodnevice za 83 % djece između šest mjeseci i šest godina prema Rideout i Hamel (2006), a prema Jungwirth (2013) gotovo polovica djece u dobi između tri i šest godina redovito koristi internet (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). U tom pravcu idu i rezultati prvog nacionalnog istraživanja o upotrebi digitalnih medija među djecom predškolske dobi koji pokazuju da Hrvatska ne zaostaje za ovim trendovima (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2017). Kada se govori o aktivnom korištenju elektroničkih uređaja, prvo mjesto u životima predškolske djece zauzima televizija, koju gleda 97 % djece, dok dvoje od troje djece koristi mobitel i tablet, a troje od petoro računalo ili laptop (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2017). Interesantan je podatak da čak 6 % djece predškolske dobi u Republici Hrvatskoj posjeduje vlastiti mobilni telefon (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). U ovom poglavlju pokušat će se uvidjeti kako mediji utječu na pojedine karakteristike dječjeg razvoja u ranoj i predškolskoj dobi i koje su prednosti i mane njihovog korištenja.

Mediji djeluju na djecu na dva načina: *izravno* djelovanjem na njih kao korisnike i primatelje medijskih sadržaja i *neizravno* djelovanjem na osobe u djetetovoj okolini te na društveno i kulturno okruženje u kojem dijete obitava

(Agencija za elektroničke medije, 2016). U promatranju utjecaja medija na djecu treba uzeti u obzir razvojne osobine djeteta, svrhu i obilježja medijskih sadržaja koje dijete koristi te djetetovo društveno i obiteljsko okruženje. Glavni čimbenik koji pokazuje stupanj dječjeg psihofizičkog razvoja je dob koja okvirno govori o razvojnom stupnju djeteta odnosno njegovom načinu razumijevanja svijeta, a s njime i medija (Zgrabljic Rotar, 2005). Tako, primjerice, djeca predškolske dobi mogu imati različite negativne posljedice u emocionalnom smislu kada su u pitanju nasilni medijski sadržaji, jer za razliku od starije djece ona još ne znaju upravljati vlastitim osjećajima i ponašanjem, kao ni razlikovati stvarnost od fikcije (AEM, 2016). Također, dokazano je povećano agresivno ponašanje, strah i tjeskoba u doticaju sa stvarnim svijetom te smanjena osjetljivost na patnje drugih, pa čak i kad se prikaz nasilja koristi s ciljem moralne ili obrazovne pouke, ono može imati negativan utjecaj na gledatelja (Kolucki i Lemish, 2013). Ako se govori o nasilju u animiranim filmovima namijenjenima djeci, neka istraživanja pokazuju da djeca takvo nasilje lakše toleriraju ako je prikazano u humorističnom smislu, dok druga govore o većoj količini nasilja u sadržajima za djecu od sadržaja za odrasle, što opet vodi do oponašanja nasilnih ponašanja u stvarnom životu (AEM, 2016). Ipak, to ne znači da je medijsko nasilje jedino što je potrebno za pojavu nasilja. Najčešće ga čini skup različitih rizičnih čimbenika kao što su socijalna isključenost, neadekvatno roditeljstvo i ostali situacijski čimbenici koji se kumuliraju tijekom duljeg vremenskog perioda (AEM, 2016). Što se sadržaj čini realističnijim, djeca ulažu veće napore da ga procesuiraju što često dovodi do poistovjećivanja koje može imati i pozitivne i negativne posljedice. Istraživanja pokazuju da izloženost medijima u ranoj i predškolskoj dobi može doprinijeti razvoju dječjih vještina i znanja, ali je pritom ključan sadržaj kojem su djeca izložena (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). Pozitivni ishodi poistovjećivanja s primjerenim sadržajima pokazuju da djeca iz medijskih sadržaja mogu usvojiti i društveno prihvatljiva ponašanja poput tolerancije, suosjećanja, uviđanja različitosti i pokazivanja altruizma. S obzirom da su informacije koje dijete prima putem medija audiovizualne, odnosno osnova su im samo osjetila vida i sluha, djeci u razvoju nedostaju drugi olfaktorni, osjetilni i gustativni podražaji za dobivanje cjelovite slike o sadržaju, a posljedica toga je veliki napor koji djeca ulažu u svladavanje sadržaja koji su dvodimenzionalni (za razliku od trodimenzionalnih koje susreću u stvarnom životu) s nejasnom komponentom stvarnosti i fikcije. Prema Barr, Muentener i Garciji (2007) djeca do treće godine

vjeruju da je audiovizualni sadržaj zapravo prozor u svijet i da je sve što je prikazano stvarno, a oko pete, razvojem logičkog mišljenja, djeca mogu uvidjeti razliku između programa poput vijesti od sadržaja koji prikazuju fikciju (AEM, 2016). Ipak, samo razlikovanje nije uvijek točno te je u procesu razlikovanja ključno iskustvo u korištenju medija te razvoj apstraktnog mišljenja sve do dvanaeste ili trinaeste godine života (Barr i sur., 2007 prema AEM, 2016). Prema Bartu i sur. (2010) pojačano izlaganje audiovizualnim sadržajima dovodi se u vezu sa slabijim razvojem misaonih procesa što može dovesti do onemogućavanja samoregulacije dječjeg ponašanja te su uočljive posljedice u kontekstu razvoja govora i slabije spremnosti za školu (AEM, 2016). Ovo je posebno vidljivo ukoliko se ponuđeni sadržaji izmjenjuju velikom brzinom, s mnogo jakih boja i nadprosječno glasnih zvukova. Prema longitudinalnom istraživanju Zimmermana i Christakisa (2007) provedenom na uzorku od 933 djece, uočeno je da djeca koja su prije treće godine vrijeme provodila ispred ekrana, gledajući zabavne sadržaje nasilne ili nenasilne tematike, za pet godina su češće pokazivala znakove teškoća pažnje (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). S druge strane, postoje kvalitetni dječji obrazovni ili dokumentarni programi koji potiču intelektualni razvoj djece, a pokazali su se efikasnim u učenju osnovnih pojmova i koncepata, posebno kod djece niskog socioekonomskog statusa (AEM, 2016; Buljan Flander i Brezinščak, 2018). Wright i suradnici (2001) su temeljem istraživanja na 182 djece iz obitelji umjerenih do niskih primanja povezali gledanje djeci namijenjenih informativnih programa u dobi od dvije do tri godine s bržim usvajanjem predčitalačkih i predračunalnih vještina, većim receptivnim rječnikom i većom spremnošću za školu tri godine kasnije (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). Nadalje, obrazovne televizijske emisije kod predškolaca dokazano potiču ranu pismenost, spremnost za školu te djelotvorno utječu na usvajanje određenih elemenata nastavnog programa (Kolucki i Lemish, 2013; Velki i Duvnjak, 2017). S druge strane, djeca koja su češće gledala programe koji im nisu bili namijenjeni bila su manje uspješna u istim zadacima za razliku od svojih vršnjaka. Ipak, treba biti svjestan činjenice da to ne smije biti jedini izvor poticaja te da djeca u ranoj dobi prvenstveno usvajaju iz realnih situacija i u interakcijama s drugima. Zimmerman i Christakis (2005) na uzorku od gotovo 1800 djece utvrdili su umjeren efekt između uspješnosti računanja i čitanja u dobi od šest ili sedam godina i gledanja televizije, pri čemu svaki sat koji je dodatno proveden ispred televizije prije treće godine štetno utječe na kasnije sposobnosti čitanja i računanja, dok u dobi od tri do pet

godina može biti korisno za poznavanje čitanja i kratkoročno pamćenje (Velki i Duvnjak, 2017). Također, uočeni su i pozitivni učinci igranja računalnih igara, poput bržeg procesuiranja sekundarnih vizualnih podražaja, bolje koordinacije oko – ruka, analitičkog mišljenja te razvoja logičkih i matematičkih sposobnosti (Thomas i Brown, 2009 prema Velki i Duvnjak, 2017). U kontekstu pogleda na vlastito tijelo te na dječji tjelesni i spolni razvoj, mediji nameću različite stereotipne prikaze dječaka i djevojčica koji utječu na razvoj rodnog identiteta, samopoštovanja, cjelokupnog pogleda na vlastito tijelo te ranu seksualnost (Kolucki i Lemish, 2013). Dječake se prikazuje kao vođe, sportaše, one kojima vlada um ili pak kao nasilnike ili pohotnike, dok se djevojčicama pridaju podčinjene uloge, smatra se da promatraju sve kroz osjećaje ili ih se prikazuje pretjerano seksualizirano. Stereotipno i neistinito prikazivanje u medijima povezano je s promoviranjem ograničenog pogleda na svijet koji svojom diskriminacijom utječe na iskrivljenu sliku kojom djeca vide sebe i druge oko sebe. Nadalje, Henderson (2007) i Reilly i sur. (2005) utvrdili su povezanost količine gledanja medijskih sadržaja u predškolskoj i školskoj dobi s prekomjernom tjelesnom težinom u daljnjem životu (AEM, 2016). To se objašnjava vremenom provedenim u sjedećem položaju odnosno izostankom kretanja, različitim neprihvatljivim oglasima i provođenjem vremena pred ekranima koji utječu na nepravilnosti u navikama hranjenja i lošom kulturom odlaska na spavanje (Buljan Flander i Brezinščak, 2018). Količina i kvaliteta sna povezana je s navikama upotrebe medija te je Zimmerman (2008) zaključio da u pozadini toga leži činjenica da djeca odgađaju san zbog vremena provedenog pred ekranima, izloženosti svjetlu koje sprječava izlučivanje hormona melatonina koji je potreban za spavanje, zbog vlastite pobuđenosti uslijed uzbudljivih, nasilnih ili zastrašujućih sadržaja te uslijed izostanka tjelesne aktivnosti tijekom dana koja doprinosi zdravim navikama spavanja (Buljan Flander i Brezinščak, 2018).

Svakako se može zaključiti da medijski utjecaji nisu isključivo dobri ili loši. Ovisno o sadržaju i primjerenosti kao i različitim kulturnim vrijednostima i svjetonazorima, provlače se pitanja vezana uz medijsku dobrobit za djecu koja mogu rezultirati krajnostima poput: oponašaju li djeca suradnju s drugima ili agresivnost ili pak je li dopisivanje s neznancima preko interneta širi vidike ili je opasno. Odgovori na ova i slična pitanja nisu jednoznačna nego ovisе o mnogim osobnim i društvenim stavkama te se mogu ispitati tek obzirom na određeno dijete i određene okolnosti.



## **5. ULOGA RANOG I PREDŠKOLSKOG ODGOJA I OBRAZOVANJA U MEDIJSKOM ODGOJU PREDŠKOLSKOGA DJETETA**

U hrvatskom odgojno-obrazovnom sustavu poznato je da se medijski odgoj počinje prakticirati tek u osnovnoj školi kao dio općeobrazovnog kurikulumu te se provodi u sklopu nastave Hrvatskog jezika znatno nakon što su djeca došla u dodir s digitalnom tehnologijom i razvila navike korištenja medijskih uređaja i medijskih sadržaja (Erjavec i Zgrabljic Rotar, 2000). Čak i tada, prema istraživanju Čižmara i Obrenovića (2013), hrvatski program medijske kulture ne obuhvaća ključna područja medijske pismenosti, jer je fokusiran na razvoj umjetničkih kompetencija, a ne uključuje kritičku analizu medijskih poruka. Do početka obaveznog osnovnog obrazovanja, djeca imaju već definirane spoznaje o medijskim sadržajima te dolaze s oblikovanim stavovima, vrijednostima i načinima ponašanja. Donekle je jasno da ustanove ranoga i predškolskoga odgoja i obrazovanja imaju obavezu intervenirati te s obzirom na dostupne sadržaje opskrbiti djecu vještinama, sposobnostima i znanjima i stvarati navike smislenog korištenja medijskih sadržaja s mogućnošću proširenja vlastitih sposobnosti u istraživanju okoline i svladavanja izazova. *Deklaracijom o medijskoj kulturi* iz 2012. usvojenom na znanstvenom simpoziju *Mediji i djeca* ukazuje se na sve važniju ulogu medija u odgojno-obrazovnom životu djece i mladih (Blažević, 2012). *Deklaracija* upućuje odgojitelje da kod djece razvijaju svijest o potrebi korištenja i kreiranja medijskih sadržaja, vrednovanja pozitivnih kao i kritičkoga odmaka od neprimjerenih, moralno neprihvatljivih, nasilnih i pornografskih sadržaja u tradicionalnim, a posebno novim medijima i društvenim mrežama (DKMZ, 2012). Važnost medijskog odgoja u ranoj dobi posebno je naglašena jer što su djeca mlađa, manje su sposobna zaštititi se od neprimjerenih utjecaja, osobito zato što utjecaji nekih medijskih sadržaja nisu uvijek jasno vidljivi, već njihovo djelovanje može biti odgođeno (Zgrabljic Rotar, 2005). Osim medijskih sadržaja koji utječu na dijete putem medija, značajnu ulogu nosi i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju (obitelj, vrtić, škola) uz osobnu pasivnost i emocionalno-intelektualnu nespremnost na život s medijima (Sindik i Veselinović, 2010). Ako je dijete u svojoj okolini okruženo stavovima i navikama koji nisu u skladu s poticajnim i primjerenim ponašanjima u medijskom svijetu, sadržaji kojima su izložena djeca mogu se kositi sa stavovima njihovih uzora (odgojitelji, roditelji) i povratno pojačati, najčešće štetne utjecaje

medija. Aktualnost značenja medijskog odgoja u odgojno-obrazovnim ustanovama potvrdili su i rezultati prvoga nacionalnoga istraživanja o predškolskoj djeci pred malim ekranima od strane Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabrog telefona u vrtićima u Republici Hrvatskoj u 2016. i 2017. godini, a navedeni su u prethodnom poglavlju. Činjenica je da djeca prema *Državnom pedagoškom standardu predškolskog odgoja i naobrazbe* (2008) imaju mogućnost pohađanja programa u sklopu ustanova ranoga i predškolskoga odgoja i obrazovanja koji s obzirom na trajanje mogu biti i cjelodnevni u trajanju od 7 do 10 sati dnevno kao i poludnevni u trajanju od 4 do 6 sati dnevno što znači da temeljem toga značajan broj djece provodi više vremena s odgojiteljima nego s roditeljima. Prema istraživanju Suzane Peran i Anđelke Raguž (2019) provedenom na 80 ispitanika na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije kojim su se pokušale utvrditi medijske navike odgojitelja u vrtićima te načini na koje koriste medijske sadržaje u svojim odgojnim skupinama, zaključeno je da tek 15 % odgojitelja smatra da ih je prethodno obrazovanje pripremiло za razumijevanje medija i kritičnost prema gotovim medijskim sadržajima što upućuje na nepostojanje sklada između obrazovnog temelja i praktične primjene znanja, a pokazuje da su odgojitelji prepušteni sebi, odnosno da su svoje medijsko znanje oblikovali vlastitim trudom i medijskim iskustvom te iskustvom u radu s djecom, a ne podrškom cjelovite obrazovne strategije. Zabrinjavajući je podatak da se odgojitelji pri korištenju medija u odgojnoj skupini više oslanjaju na vlastitu intuiciju i iskustvo u odgojiteljskom radu, dok samo 17 % njih uvažava i djetetovu povratnu reakciju (Peran i Raguž, 2019). Zbog toga je važnost medijskog obrazovanja dječjih uzora neosporna jer samo medijski obrazovan odrasli može adekvatno i društveno prihvatljivo medijski odgojiti dijete.

### **5.1. Preporuke/smjernice za kvalitetan medijski odgoj djece u ustanovama ranoga i predškolskoga odgoja i obrazovanja**

Već je jasno da najmlađi s velikom lakoćom svladavaju izazove korištenja današnjih tehnologija te da su često u tome vještiji i od samih odraslih. Ipak, u svjetlu primjerene uporabe medija, djeca se sama ne mogu uzdići iznad pukog zadovoljavanja vlastitih želja i potreba te su razvojno nespremna promišljati o potencijalnim negativnim utjecajima medijskih sadržaja kojima su okruženi. U tom segmentu, kao i u svim ostalim područjima njihovog odrastanja, djeci je potrebno usmjeravanje i

vodstvo u izgradnji zdravih navika korištenja medija. Mikić (2002) ističe da je temeljni cilj medijskog odgoja u vrtiću medijska kompetencija te aktivni i kreativni odnos prema medijima. Djecu treba upoznati s medijima kao da su oblikovno-izražajno sredstvo, razgovarati s njima i analizirati medijske sadržaje i poruke (recepcijski orijentiran medijski odgoj), te opažati njihov doživljaj pojedinog medija i koristiti ga na pedagoški način (Sindik i Veselinović, 2010). U ranoj i predškolskoj dobi ključno je da djeca znaju prepoznati razliku između realnog, stvarnog svijeta i onog (fiktivnog) koji je predstavljen u medijima. Često smo promatrači situacija u kojima djeca pokazuju ponašanja koja su vidjela u medijima, a koja su karakteristična za fiktivnu stvarnost nekog lika televizijskog ili digitalnog sadržaja. Zadaća je odgojitelja u takvim situacijama iskoristiti medijski usmjereno ponašanje i potaknuti dijete na: razgovor o onom medijskom sadržaju koji je potaknuo takvo ponašanje, oblikovati aktivnosti koje bi produbile doživljaj viđenoga te poticati dječju kreativnost i samoinicijativnost u dopuni doživljenoga. Djeca na taj način spoznaju da su medijske poruke uvijek rezultat nekog plana, aranžmana ili konstrukcije te ako se tome pridoda novo iskustvo i osjećaj djelotvornosti, korist od takvog rada u vrtiću je mnogostruka (Mikić, 2002). Sindik i Veselinović (2010) s obzirom na provedeno istraživanje o tome kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu predlažu poštivanje *Državnog pedagoškog standarda predškolskog odgoja i naobrazbe* (NN, 2008), odnosno upisivanje manjeg broja djece u odgojne skupine kako bi se smanjila potreba za uvođenjem medija kao pomoći u odgoju, zalažu se za veću angažiranost odgojitelja u izboru poželjnih medijskih sadržaja te poticanje kvalitetnog medijskog opismenjavanja odgojitelja, djece i roditelja. Za djecu su posebno važne i strategije koje sjedinjuju sve prednosti i pozitivne strane zabave i obrazovanja (u engleskom jeziku je taj spoj označen složenicom *edutainment* od riječi *education* i *entertainment*) (Kolucki i Lemish, 2013). Tako se privlačnost i popularnost zabave koristi za postizanje društvene promjene i promicanje dobrobiti pojedinca i društva.

Kolucki i Lemish (2013: 27 – 46) navode i integrirana načela, smjernice i primjere dobrih praksi za stvaranje djelotvornih medijskih proizvoda za djecu, na temelju iscrpnog prikaza projekata i proizvoda koje su proteklih godina razvili UNICEF i druge organizacije. Prvo načelo sugerira da medijski sadržaji za djecu moraju biti namijenjeni djeci i prilagođeni njihovoj dobi. To se postiže korištenjem primjerenog jezika, likova, zapleta, glazbe i humora (poželjno je korištenje rima,

brzalica ili zagonetki kako bi sadržaj bio što zanimljiviji), poticanjem interakcije (npr. igra pantomime) i promišljenom uporabom posebnih efekata (pod efektima se misli na krupne planove, upotrebu različitih kutova snimanja, zvukova i sl.) samo onda kada služe poučavanju. Drugo načelo podrazumijeva da u kreiranju medijskih sadržaja za djecu treba gledati cjelovit razvoj djece. Takav pristup zahtijeva prikazivanje pozitivnih primjera odnosa odraslih prema djeci (npr. članovi vrtića svjesno pohađaju radionice za opuštanje od stresa kao pozitivan primjer djeci), stvaranje „sigurnih mjesta“ u sklopu medijskih sadržaja (ukazivanje na mjesta koja se bave osjetljivim pitanjima poput zlostavljanja, psihološke otpornosti ili zdravih životnih vještina). Treće načelo odnosi se na medijske sadržaje za djecu koji moraju biti pozitivni i naglašavati kvalitete kako bi se mogao njegovati potencijal svakog djeteta umjesto koncentriranja na njegove nedostatke. To se postiže izgradnjom samopouzdanja i korištenja jezika samopouzdanja (npr. ponosna sam što si se sam dosjetio oprati ruke prije jela), korištenjem pozitivnih uzora (umjesto prikazivanja zastrašujućih situacija, ponuditi načine na koje si djeca mogu pomoći kad ih je strah npr. porazgovarati s pouzdanom odraslom osobom ili otpjevati pjesmu) i uključivanjem djece u aktivnosti koje potiču društvenu pravdu (podržati djecu u stvaranju priča o djeci koja su bila u teškim situacijama). Četvrto načelo podrazumijeva da se medijski sadržaji za djecu trebaju baviti potrebama i sposobnostima sve djece, uključujući najugroženije skupine. Potrebno je biti inkluzivan i cijeniti sve vrste raznolikosti (npr. pokazati da gluha djeca koja koriste znakovni jezik imaju vlastitu kulturu na koju su ponosna), predvidjeti i eliminirati stereotipe iz medijskih sadržaja (npr. slijepa majka se jednako dobro može brinuti za svoje dijete kao i ona bez invaliditeta) te podržavati pozitivne aspekte autohtonih kultura i tradicija (npr. stvarati medijske proizvode za djecu i mlade o uložena znanstvenica u njihovim zajednicama).

Osobito su važne i aktivnosti koje se odnose na poticanje razvoja medijske pismenosti roditelja od strane odgojitelja. Da bi se približio medijski odgoj roditeljima, odgojitelji mogu: informirati roditelje o medijima u centru za roditelje, konzultirati se s roditeljima ili stručnim suradnicima, organizirati tematske roditeljske sastanke na temu medija, upućivati na stručne izvore koji govore o medijima i medijskom odgoju, objavljivati informacije na web stranici ustanove ili izdavati vlastite članke na temu medijske pismenosti (Glasovac, 2010 prema Sindik, 2012). Odgojitelji u svakodnevnom kontaktu s roditeljima mogu dodatno individualno informirati i

nastojati zainteresirati roditelje koji žele dodatnu podršku u vlastitom medijskom opismenjavanju ili pomoć u odabiru medijskih sadržaja za dijete. Ulaganje dodatnog napora potrebno je da bi se individualno motiviralo i uključilo roditelje koji su primjerice slabijeg obrazovanja, ne raspituju se o djetetovu boravku u vrtiću, nemaju naviku čitanja obavijesti, nikad nemaju vremena i dr.. Također, dobro je uputiti roditelje u načela medijski poželjno oblikovanih poruka za djecu u: slikovnicama (kojim se principima voditi u odabiru odgojno poželjne slikovnice – ilustracije, tekst); animiranim filmovima (koje vrste su poželjne za dijete, a koje nisu); videoigrama (kako prepoznati kvalitetu i poželjne sastavnice); korištenju televizije (pozitivni i negativni utjecaji, količina i sadržaj, medijacija); računalnim i internetskim sadržajima (važnost nadzora, pozitivne strane računalnih igara, informiranje) (Sindik, 2012).

## **5.2. Nacionalni kurikulum i medijska pismenost**

Rani i predškolski odgoj i obrazovanje u Hrvatskoj i dalje nije obavezan dio školovanja djece. Od 2014. godine, prema *Zakonu o predškolskom odgoju i obrazovanju* (NN, 2013) obvezno je uključivanje djece u programe predškole godinu dana prije polaska u školu. Europska komisija kroz preporuke Vijeća Europske unije iznosi viziju europskog prostora obrazovanja te potvrđuje ulogu koju rani i predškolski odgoj i obrazovanje imaju u postavljanju čvrstih temelja za daljnji razvoj pojedinca i polazišta za cjeloživotno učenje, stoga je zajednički europski cilj do 2020. uključiti u sustav ranog odgoja 95 % djece starije od četiri godine (Europska komisija, 2019a; 2019b). U kontekstu hrvatskog odgoja i obrazovanja od 2014. godine obveza je svakog vrtića da se kontinuirano usklađuje i s nacionalnim zahtjevima koji su sadržani u *Nacionalnom kurikulumu za rani i predškolski odgoj i obrazovanje* (NN, 2014). Bitno obilježje ovog dokumenta je orijentiranost na ključne kompetencije koje predstavljaju temeljni kompetencijski okvir koji je istodobno dovoljno jasan i fleksibilan, a obrazovna politika Republike Hrvatske ga je prihvatila prema dobrom primjeru Europske unije (MZOS, 2014). U osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno učenje, uvrštena je i digitalna kompetencija koja se omogućuje upoznavanjem djeteta s informacijsko-komunikacijskom tehnologijom i mogućnostima njene uporabe u različitim aktivnostima. Prema Nacionalnom kurikulumu ova kompetencija razvija se u „takvoj organizaciji odgojno-obrazovnoga procesa vrtića u kojoj je i djeci, a ne samo odraslima, omogućeno korištenje računala u aktivnostima planiranja, realizacije i

evaluacije odgojno-obrazovnog procesa“ (MZOS, 2014: 28). Vidljivo je iz prethodnog da pojašnjenje digitalne kompetencije u Nacionalnom kurikulumu ne obuhvaća sve segmente potrebne za kvalitetni medijski odgoj i obrazovanje, odnosno podrazumijeva se razvoj više tehničke kompetentnosti nego što je obuhvaćen i razvoj kritičkog mišljenja kao i samostalne produkcije medijskih sadržaja primjerenih dobi predškolskoga djeteta. Iako se kurikulum temelji na vrijednostima kao što su znanje, identitet, humanizam i tolerancija, odgovornost i autonomija te kreativnost koje podrazumijeva i medijska pedagogija, potrebno je revidirati značenje digitalne kompetencije na suvremenije postavke (Ljubić Nežić, 2018). Do tada, treba se usredotočiti na partnerski odnos među svim sudionicima odgojno-obrazovnog procesa – djece, roditelja i odgojitelja, poticati odgojitelje na obrazovanje za medijski odgoj kako bi mogli pružiti podršku roditeljima i zajedničkim snagama utjecati na medijsku pismenost djece (Sindik, 2012).

## 6. ULOGA RODITELJA KAO POSREDNIKA U MEDIJSKOM ODGOJU I OBRAZOVANJU PREDŠKOLSKOGA DJETETA

Iako rani i predškolski odgoj u Hrvatskoj nije obavezan, prema posljednjem izvješću *Pregleda obrazovanja i osposobljavanja* Europske komisije, u njemu je uključeno 82,8 % djece od četvrte godine do početka obaveznog školovanja, znatno ispod europskog prosjeka od 95,4 % (Europska komisija, 2019a). Prema tome, uloga sustava ranog i predškolskog odgoja u medijskom opismenjavanju djece ne može biti samo na odgojiteljima već se treba poticati aktivna suradnja i s *primarnim medijskim odgojiteljima* (Sindik, 2012: 9) – roditeljima. Autor Uldrijan (2011: 186-187) ističe važnost roditeljske uloge u medijskom odgoju: „Iako se škole i nastavnici apostrofiraju kao moderatori dječje medijske osposobljenosti, roditelji i dalje ostaju neizbježnim medijskim socijalizatorima“ (Ilišin, 2003). Medijska socijalizacija djece trebala bi biti plod suradnje svih koji odgajaju djecu u svakom segmentu njihova odrastanja (Peran i Raguž, 2019). Mnogi autori ističu ulogu roditelja kao posrednika u korištenju medija, ali i u navikama korištenja medijskog sadržaja kod djece, a koje su jednoznačne navikama unutar obitelji (Mikić, 2002; Sindik, 2012; Ciboci i sur., 2014; Ljubić Nežić, 2018). Slično tome, Mascheroni i suradnici (2018) govore o *digitalnom roditeljstvu* kao popularnom višeznačnom konceptu koji se odnosi na to da su roditelji sve više uključeni u regulaciju odnosa njihove djece i digitalnih medija kao i na to da oni sami koriste medije u svojim dnevnim aktivnostima i rutinama (Ciboci i Labaš, 2019). Velki i Duvnjak (2017) pak ističu *socijalnu podložnost* koja podrazumijeva sve čimbenike društvenog konteksta koji mogu utjecati na djetetovo korištenje i odgovornost kod konzumacije medija, a temeljem Bronfenbrennerove ekološke teorije uključuju roditelje, prijatelje i vršnjake na mikrorazini, najčešće školski sustav na mezorazini, a na makrorazini kulturalne norme i vrijednosti djeteta usvojene unutar obitelji i ustanova odgoja i obrazovanja. Pritom se misli da je osim samog sadržaja i vremena provedenog uz medije, ključna interakcija pojedinca s osobama iz svoje okoline (posebno roditelja i bliskih osoba) za vrijeme konzumiranja medijskih sadržaja. Društveni kontekst je važan jer može utjecati na učinak medija tijekom zajedničkog korištenja na način da roditelji mogu svjesno oblikovati poruku koju mediji šalju, npr. objašnjavanjem sadržaja ili vlastitom refleksijom na stavove, raspoloženja i emocionalne reakcije sadržaja koji se promatra. Warren (2001) pojmom *roditeljske medijacije* definira svaku strategiju koju roditelji koriste da bi kontrolirali, nadgledali

ili interpretirali sadržaj medija djeci (Bartaković i Sindik, 2016). Pojam obuhvaća tri najčešće strategije medijacije koje roditelji upotrebljavaju prilikom gledanja televizije (Bartaković i Sindik, 2016):

- Zajedničko gledanje (*coviewing*) označava samo fizičku prisutnost roditelja.
- Ograničavajuća ili restriktivna medijacija (*restrictive mediation*) odnosi se na postavljanje pravila u vezi s trajanjem, količinom i vremenom konzumacije.
- Aktivna, instruktivna ili poučna medijacija (*instructive* ili *active mediation*) podrazumijeva raspravu o sadržajima kojima su djeca izložena.

Iako se pokazalo da restriktivna medijacija može biti uspješna u smanjenju dječje izloženosti medijskim rizicima, ona podrazumijeva i brojne skrivene utjecaje poput kočenja razvoja medijske pismenosti, ali i pružanja otpora te nepovjerljivi odnos između roditelja i djeteta (Ciboci i Labaš, 2019). Ako roditelji zajedno s djecom potiču kreiranje pravila u vezi medija te potom daju objašnjenja za posljedice njihova kršenja, potiču dvosmjernu komunikaciju, nadziru ih i postavljaju dobno prikladne odgojne zahtjeve koji se tiču brige o sebi, samostalnosti i odgovornog ponašanja, njihova djeca će imati razvijenije moralno rasuđivanje temeljeno na uviđanju posljedica, ali i motiva za neko ponašanje (AEM, 2016). Aktivna roditeljska medijacija ima značajni efekt i na reakcije straha kod djece. Primjerice, interakcija između roditelja i djeteta tijekom gledanja televizije može smanjiti ili nadvladati djetetove reakcije na zastrašujući sadržaj (Cantor, 2002 prema Bartaković i Sindik, 2016). Interesantna je informacija da u procesu roditeljske medijacije može postojati i tzv. *child-effect* odnosno efekt djeteta koji se odnosi na činjenicu da se zbog prisustva medija i roditelji i djeca (obitelj) kao kulturna jedinica transformiraju (van den Bulck i sur., 2016 prema Ciboci i Labaš, 2019). Transformacija se događa uslijed dolaska djeteta u obitelj koje sa sobom „donosi“ nove tehnologije te posljedično oblikuje obiteljsku komunikaciju i navike upotrebe medija te se taj proces može nazvati recipročnim. Ipak, *child-effect* je dosad nedovoljno istražen da bi se moglo sa sigurnošću govoriti o obostranom utjecaju. Važnost roditeljske medijacije prepoznata je i u radu autorica Peran i Raguž (2019) u kojem je uočeno da i sami odgojitelji smatraju da je u medijski odgoj djece nužno uključiti roditelje i skrbnike djece putem različitih radionica i edukacija kako bi se osigurale jednake medijske šanse među svim polaznicima odgojnih skupina i



predškolskih ustanova. Roditelji upoznati s preporukama o poželjnom trajanju djetetovog gledanja sadržaja, o pozitivnim i negativnim efektima na dijete te o postupcima kojima mogu regulirati utjecaj medija na djecu, češće koriste sve tri strategije medijacije, u odnosu na roditelje koji nisu upoznati s tim preporukama (Bartaković i Sindik, 2016). Najvažnije od svega, potrebno je razvijati dječje samopoštovanje jer će se sigurna i samopouzdana djeca lakše oduprijeti npr. negativnim učincima oglašavanja čiji je zadatak napraviti ih nesretnima i proizvesti u njima nove potrebe i želje.

U današnje digitalno doba, nema mjesta ni potrebe govoriti o generacijskom jazu ili razlici između *digitalnih urođenika* (djece) i *digitalnih useljenika* (odraslih) jer postoji potreba da svi postanu jednako digitalno osviješteni i posvećeni medijskom odgoju u svakodnevnom životu (Ciboci i Labaš, 2019). Ciboci i suradnici (2014) promatraju roditelje kao partnere u medijskom odgoju i obrazovanju jer prema *Konvenciji o pravima djeteta* (članak 18.) iz 1989. godine roditelje se doživljava kao one koji snose najveću odgovornost za odgoj i razvoj djeteta te njegova dobrobit treba biti njihova temeljna briga. *Deklaracija o medijskoj kulturi* pak upućuje roditelje da pomognu djeci i mladima u odrastanju s medijima, prateći njihovo sazrijevanje i pomažući im u razlučivanju dobrog od lošega, prihvatljivoga od neprihvatljivoga i ukazujući na potrebu razboritoga korištenja medija koje ne vodi u ovisnost, kao i važnost samostalnog educiranja o novim tehnologijama (DKMK, 2012). Temeljem rezultata istraživanja HR Kids Online iz 2017. godine o roditeljskim stavovima prema korištenju interneta hrvatske djece, roditeljske uloge u osiguravanju njihove adekvatne zaštite na internetu i zadovoljstva medijskom pismenošću u sustavu odgoja i obrazovanja, uočeno je da 76.4 % roditelja razgovara o sadržaju koji njihova djeca gledaju na internetu (Ciboci i Labaš, 2019). Samo 13.4 % roditelja sjedi sa svojom djecom tijekom korištenja mreže, 31.4 % ostaje u blizini, dok 32.7 % roditelja sudjeluje u zajedničkim aktivnostima (Ciboci i Labaš, 2019). Tako da se može reći da su roditelji ipak rjeđe uključeni u osvještavanje i educiranje svoje djece o internetu, što opetovano naglašava važnost odgojno-obrazovnih ustanova. Pretpostavlja se da bi bolja informiranost roditelja o medijima mogla potaknuti roditelje da budu medijatori odgojno poželjnih utjecaja medija na djecu.

Kako bi roditelji znali usmjeriti medijski odgoj vlastite djece u prikladnom smjeru te suvereno znati što je poželjno odnosno nepoželjno za njihovo dijete, Američka pedijatrijska akademija donijela je preporuke, razvijene temeljem dostupnih istraživanja o utjecaju suvremenih tehnologija na dječji razvoj i dobrobit, a koje su autorice Buljan Flander i Brezinščak (2018) objedinile u nastavku:

- Izbjegavati uporabu digitalnih medija kod djece mlađe od 2 godine.
- Djeci u dobi od dvije do pet godina poželjno je ograničiti vrijeme uz ekrane na sat vremena dnevno, uz pažljivo birane sadržaje i razgovor o sadržajima kojima su djeca izložena. Kod starije djece poželjno je postupno povećavati vrijeme koje provode uz ekrane, ali je potrebno pritom imati na umu da ono ne bi trebalo prelaziti dva sata dnevno.
- Postaviti pravila o količini vremena uz ekrane, primjerenim sadržajima i vremenu kada su oni dopušteni.
- Ugasiti elektroničke uređaje kada ih se ne koristi.
- Osigurati zajedničko vrijeme za obitelj bez ekrana (npr. tijekom igre i zajedničkih obroka).
- Izbjegavati korištenje ekrana sat vremena prije odlaska na počinak.
- Izbjegavati postavljanje televizije, igraćih konzola i drugih digitalnih uređaja u spavaću sobu djeteta.
- Izbjegavati izloženost djece sadržajima neprimjerenima dobi, kao što su agresivni, seksualni i zastrašujući sadržaji, ili jako dinamični sadržaji koje dijete ne razumije, a koji djeluju preplavljujuće po nj.
- Ograničiti izloženost djece marketinškim sadržajima i pomoći im razumjeti njihovu prirodu.
- Poticati konstruktivnu upotrebu digitalnih medija kroz edukativne sadržaje i aktivnosti.
- Biti prisutan uz djecu dok koriste digitalne medije, kako bi imali uvid u njihove aktivnosti i mogli ih usmjeravati.
- Zajedno s djecom koristiti digitalne medije, upoznati njihove navike i interese, pratiti aktivnosti i sadržaje kojima su izloženi te im pomoći razumjeti sadržaje i primijeniti znanja.

- Upoznati se s aplikacijama, video-igrama i drugim vrstama sadržaja koje dijete koristi, birati aplikacije prilagođene djeci i one edukativnog sadržaja (istražiti na stranicama organizacija poput Common Sense Media).
- Obratiti pažnju na vlastite navike upotrebe elektroničkih uređaja i načine provođenja slobodnog vremena – biti dobar primjer djeci.
- Istražiti različite načine na koje se može umiriti dijete i sukladno poticati razvoj strategija suočavanja te izbjeći korištenje malih ekrana u tu svrhu.
- Osigurati dovoljno vremena u slobodnoj igri, igri na otvorenom, čitanju djetetu i drugim razvojno poticajnim aktivnostima.

Autorice Kolucki i Lemish (2013: 19) nude i implikacije za medijsko komuniciranje za djecu od rođenja do šeste godine koje mogu primjenjivati sve odrasle osobe u medijskom odgoju djeteta, a odnose se na: korištenje jezika koji je jednostavan i pun razumijevanja, ponudu primjera istraživačkog duha kao i primjera sigurnog istraživanja, radoznalosti i sigurnosti u novostečenim vještinama. U odnosu bi se trebalo prilagoditi djetetovom zadržavanju pozornosti, pokušati održavati razigranost i prikazivati kako se može učiti kroz igru, koristiti mnogo ponavljanja i ritmova te poticati aktivnosti poput pjevanja, plesanja, pljeskanja i različitih pokreta. Poželjno je i koristiti svakodnevna iskustva (priče o drugoj djeci, obiteljima, životinjama i uobičajenim, svakodnevnim događajima i navikama), igre zamišljanja, maštovite igre i igranje različitim materijalima te poticati dvosmjernu komunikaciju. Također, važno je djeci predstaviti drugu djecu koja su im slična i djecu koja se od njih razlikuju te ih potaknuti da se igraju kao ravnopravne osobe. Pritom je poželjno biti dobar primjer u oblikovanju nestereotipnog govora o rodovima i takvima prikazivati i ostalu djecu i odrasle. Ništa manje bitno je uključivanje primjera samopouzdanosti i otporne djece koja se znaju zauzeti za sebe i za druge, koja čine jednostavne izbore i izražavaju vlastita kreativna mišljenja.

Jasno je da se u svijetu medijskog odgoja djece stvara veliki pritisak na njihove roditelje. Uloga roditelja nije ista kao prije, a sve veći broj njih nailazi na prepreke uzrokovane medijskim djelovanjem i modernim načinom života. I sami roditelji uviđaju da je medijsko obrazovanje važno za njihovo dijete (Ciboci i Labaš, 2019), ali ne i da je njegova edukacija njihova briga (Čižmar i Obrenović, 2013). S obzirom na recentna istraživanja smatra se ključnim promovirati medijski odgoj i obrazovanje na

svim razinama djetetova razvoja te postupno osvještavati i motivirati roditelje na stjecanje vlastite medijske kompetencije kako bi se moglo u potpunosti utjecati na stvaranje primjerenih medijskih navika kod djeteta.

## **7. RADIONICA „RAZLIKA IZMEĐU SVIJETA MEDIJA I STVARNOG SVIJETA“**

### **7.1. Uvod**

Mediji i njihovi sadržaji sudjeluju u dječjoj svakodnevnicu od najranije životne dobi. Ne mogu se zanemariti i brojni negativni utjecaji koje donose medijski sadržaji namijenjeni najmlađima te je važno ponuditi one medijske sadržaje koji pridonose dobrobiti djece. Čitanje slikovnica izuzetno je važno u ranoj dobi i može pomoći djeci otkriti svijet i medij pisane riječi. Ako se koristi u dječjem okruženju, slikovnica djeci omogućuje prve spoznaje o sebi samima i svijetu oko sebe. Osim što je zabavna i odgojna, slikovnica je i informativna jer omogućuje nove spoznaje, potiče govor, a pozitivno djeluje i na kognitivni te socioemocionalni razvoj. Važnost ove radionice je u praktičnoj aktivnosti stimulacije osjetila – vida, sluha, njuha, osjeta i dodira te poticanju djece na promišljanje i razumijevanje razlike između sadržaja posredovanog preko pisanog medija te osobnog doživljaja i viđenja stvarnosti. Radionica je namijenjena djeci od 4 do 7 godina te je predviđeno trajanje 90 minuta (može se mijenjati ovisno o zainteresiranosti djece).

### **7.2. Planirani poticaji po centrima**

Stolno-manipulativni centar: Djeca imaju zadatak od plastificiranih, kartonskih A4 predložaka dijelova ljudskog tijela (glava, trup, ruke i noge) složiti ljudsko tijelo. Predlošci su inkluzivni i ima ih osam.

Likovni centar: (1) Kao predložak nudi se simbol srca na papiru na sredini stola u centru. Djeca imaju zadatak naslikati svoja viđenja simbola srca. Za rad su im ponuđene paste. Crteži djece koja sudjeluju u ovoj aktivnosti će se kasnije iskoristiti u središnjoj aktivnosti čitanja. (2) Djeci se nude predlošci s nacrtanim krugom u koji mogu nacrtati i/ili napisati neki svoj doživljaj kao popratnu aktivnost nakon čitanja slikovnice.

Istraživačko-spoznajni centar: (1) Djeci su ponuđene fotografije različitih medija (televizija, slikovnica, knjiga, radio, sintesajzer, mobitel, računalo). Na A2 plakatu nacrtana je tablica s tri stupca te u svakom stupcu stoji napisano redom: čitam, slušam, gledam. Zadatak je prepoznati koje medije djeca čitaju, koje gledaju, a koje slušaju te ih zalijepiti na plakat. Ukoliko djeca zaključče da isti medij može ići u više stupaca, omogućuju im se dodatne fotografije istih medija. Nakon toga, ovisno o njihovoj potrebi za intervencijom odgojitelja, govore imaju li te iste medije kod kuće te koje od njih najviše koriste. Ova aktivnost ujedno je i uvod u središnju aktivnost. (2) Djeci se pokazuje fotografija jabuke i jabuka. Potom im se daje redom da je dobro opipaju i pomirišu te iskažu svoje zaključke. Izvrsno bi bilo kad bi im jabuke u vrijeme izvođenja radionice bile na vrtićkom meniju. Tako bi svatko mogao dobiti svoju i dobro je promotriti te po završetku aktivnosti i pojesti.

Centar kretanja: Pokretna igra *Pronađi medij* podrazumijeva da u prostoru odgojne skupine već postoje različiti mediji poput knjiga, slikovnica, računala, televizora, radija, sintesajzera. Zadatak je dotaknuti medije koji puštaju zvuk (koje čuju), koje mogu čitati te koje mogu gledati. Može se koristiti kao pomoć prethodno napravljeni plakat.

### **7.3. Uloga odgojitelja ili voditelja procesa**

Odgojitelj tijekom vođenja radionice preuzima različite uloge. On postaje opskrbljivač jer djeci nudi potrebne materijale i pomagala te osigurava dovoljno materijala za svako dijete. Ujedno je i poticatelj jer potiče dijete na kreativnost, samostalnost i interakciju s drugom djecom te promatrač jer uočava interese, sposobnosti i mogućnosti svakog djeteta tijekom motivacijske i središnje aktivnosti. Također, odgojitelj ima i ulogu pomagača u dodavanju materijala i u pružanju dodatnih uputa i objašnjenja.

## 7.4. Kontekstualni uvjeti

Kontekst ove aktivnosti čine socijalni, prostorni i materijalni uvjeti.

Socijalni se uvjeti odnose na poticanje dogovaranja, surađivanja i planiranja u aktivnosti izrade plakata. Uz navedene, čini ih i poticanje pomaganja i međusobne komunikacije koja se posebno ističe u razgovoru o medijima prije čitanja slikovnice i tijekom izrade plakata.

Prostorni uvjeti podrazumijevaju primjeren prostor za kvalitetno poticanje dječje znatiželje i nesmetan tijek aktivnosti te slobodno kretanje djece u prostoru nužnih za provođenje radionice. Radionica bi se održala u odgojnoj skupini čiji bi se prostor „uredio“ za potrebe provedbe. Potrebna su 3 stola (jedan za likovnu i dva za stolno-manipulativnu aktivnost), zid na koji bi se zalijepio plakat i osnovna opremljenost medijskim uređajima.

Materijalni uvjeti se odnose na osiguravanje dovoljno materijala za aktivnosti po centrima te mogućnost izbora ponuđenih materijala. Materijale bi osigurao voditelj radionice, a potrebni su: *Slikovnica o medijima* (Čakmazović, 2018), A4 papiri, 8 slagarica dijelova tijela (glava, trup, ruke, noge), pastele, bojice, ogledalo, fotografije medija (televizija, slikovnica, knjiga, radio, sintesajzer, mobitel, računalo), A2 plakat, ljepilo, predlošci s krugom (broj ovisi o broju djece), fotografija jabuke, jabuka (ili neko drugo voće).

## 7.5. Artikulacija središnje aktivnosti

Središnji dio aktivnosti započinje razgovorom o tome koje medije djeca imaju kod kuće, a koje u vrtiću te koje od tih medija koriste. Nakon razgovora, odgojitelj obavještava djecu koja su nacrtala svoje simbole srca da ih uzmu sa sobom u prostor u kojem će se odvijati čitanje slikovnice te potiče korištenje crteža u dijelu slikovnice u kojem se spominje srce. Zatim upoznaje djecu sa *Slikovnicom o medijima* autorice Alme Čakmazović te počinje čitati jasnim, polaganim i ispravnim izgovaranjem riječi kako bi pridobio dječju pažnju. Sadržaj slikovnice koristi tijelo kao način osvještavanja i razumijevanja razlike između osobno doživljene stvarnosti, nasuprot medijski posredovane stvarnosti. Slikovnica se cijelo vrijeme drži na vidljivom mjestu (na

rukama ili naslonjena na osobu koja čita sa sadržajem okrenutim k djeci) kako bi privukla dječju pažnju. Čitanje slikovnice odvija se u veseloj i ugodnoj atmosferi. Dok se čita, održava se kontakt s dječjim očima te se slikovnica drži u ravnini dječjih očiju. Slikovnica podrazumijeva aktivnost sudionika. Sadržajem bi se navodilo djecu i na određene pokrete koje bi izvodili promatrajući svoj odraz u ogledalu. Također, poštuju se i primjenjuju vrednote govorenog jezika (intonacija, ritam, tempo, stanka, intenzitet). Ukoliko djeca pridonose komentarima za vrijeme čitanja, uzima ih se u obzir i prati se priča. Namjera slikovnice je poslati izričitu poruku kako valja promišljati o svim porukama koje se primaju putem različitih medija.

Nakon čitanja radi se kratka emocionalna stanka, pričekaju se dječji spontani doživljaji te, ako do njih dođe, dalje razgovara s djecom o onome što su doživjela. Tijekom razgovora odgojitelj pokazuje djeci fotografiju jabuke i jabuku te ih propituje: Koje od ponuđenih je stvarno, a koje nije? Može li se ovo pojesti (pokazujući na fotografiju jabuke)? Kakav miris ima? Je li jabuka ukusna? Kakvog je osjeta pod prstima? Glatka ili hrapava? Kojih sve boja može biti jabuka?

Zatim slijedi završni dio središnje aktivnosti. Igra se pokretna igra *Pronađi medij*.

## **7.6. Integrirane razvojne zadaće**

Tjelesni i psihomotorni razvoj:

- Razvoj fine motorike šake (pri lijepljenju fotografija medija na plakat; vježbanje hvata palac – kažiprst kod držanja olovke prilikom bojanja).
- Razvoj grube motorike prilikom pokretne igre.
- Razvoj psihomotornih sposobnosti u složenim vještinama (slaganje dijelova ljudskog tijela).
- Vježbanje i usavršavanje koordinacije ruku i očiju – okulomotorika (pri aktivnosti lijepljenja na plakat, pri korištenju ogledala tijekom čitanja).
- Razvoj pokretljivosti i spretnosti pri kretanju prostorom odgojne skupine.



### Socioemocionalni razvoj i razvoj ličnosti:

- Razvoj pozitivnih emocionalnih stanja stvaranjem ugodnog i opuštenog ozračja.
- Stvaranje bolje slike o sebi osvještavanjem onoga u čemu je dijete dobro; obraća se posebna pozornost na pohvalu kao poticaj za razvoj samopouzdanja.
- Razvoj sposobnosti donošenja samostalnih odluka samostalnim izborom igre, aktivnosti i materijala (sudjelovanje ili nesudjelovanje u radionici).
- Razvoj regulacije emocija reagiranjem na zahtjeve, poštivanjem pravila, usmjeravanjem pažnje i ponašanja kod čitanja slikovnice i sudjelovanja u aktivnostima, čekanjem na red.
- Razvoj odnosa s vršnjacima zanimanjem za druge, međusobnim prihvaćanjem, dopuštanjem da se izgovori do kraja što se mislilo izgovoriti.
- Razvoj tolerancije rješavanjem sukoba mirnim putem ukoliko do njih dođe.

### Spoznajni razvoj:

- Razvoj taktilne percepcije, stjecanje iskustva dodirom (dodirivanje jabuke, svog nosa, srca, tijela).
- Razvoj vizualne percepcije promatranjem boje voća; uočavanjem sličnosti/razlika među medijima i simbolima; prepoznavanjem medija u prostoru odgojne skupine.
- Razvoj prostorne percepcije, stjecanje iskustva kretanjem (pokreti u prostoru, orijentacija u odnosu na medije u prostoru odgojne skupine).
- Razvoj pozornosti kod usmjeravanja na jedan, dva ili više predmeta u prostoru odgojne skupine, promatranje vlastitih dijelova tijela, usredotočenost pri čitanju slikovnice.
- Razvoj asocijativnog mišljenja kod prepoznavanja medija putem osjetila te kod razumijevanja razlike između simbola i stvarnog predmeta.

### Govor i komunikacija:

- Razvoj slušanja i razumijevanja govora (uočavanje i razlikovanje zvukova, glasova, kvalitete govora – glasnoće, visine, intonacije, ritma u rečenicama tijekom aktivnosti čitanja slikovnice).
- Razvoj govornih vještina smislenim i jasnim verbalnim pričanjem; poticanje izražavanja želja, osjećaja, doživljaja kroz radionicu.
- Razvoj artikulacije glasova govorom prema modelu; usavršavanjem izgovora u igrama, aktivnostima, razgovoru. Odgojitelj je jezični model djeci.
- Razvoj jezika bogaćenjem novim riječima poput mediji, simbol, znak.
- Razvoj vještine slušanja i razgovaranja (slušanje i razumijevanje govornog sadržaja, održavanje razgovora u aktivnostima).
- Razvoj sposobnosti doživljavanja i razumijevanja literarnog djela (slušanje, doživljaj, sudjelovanje u doživljavanju).

### Moralni razvoj:

- Razvijati dječju osjetljivost za drugoga (u zajedničkoj aktivnosti izrade plakata) kao i moralne vrednote poput čekanja na red, poštivanja pravila, međusobnog poštivanja te samopoštovanja.

## 8. ZAKLJUČAK

Djeca se rađaju okružena medijima i od malih nogu svjedoče prisutnosti medija u svim aspektima života. U procesu odrastanja, djeca ostvaruju sve više iskustava s medijima koji im nude neograničene mogućnosti učenja, zabave, druženja i prilika. Međutim, te iste prednosti i prilike donose određene rizike i stvaraju sve više zahtjeva, izazova i teškoća s kojima se djeca u odrastanju suočavaju i kojima su često preplavljena. Ipak, kakav će odnos s medijima imati, ovisi o njihovom ranom iskustvu u obitelji i ustanovama ranoga i predškolskoga odgoja. Da bi djeca mogla postati kompetentni korisnici medija, moraju ovladati tehnologijom, no mnogo je važnije poučiti ih izgradnji kritičkog stava u čemu im je potrebno iskustvo i vodstvo odraslih. Kako bi odrasli mogli prenijeti svoje iskustvo djeci, moraju i sami biti medijski pismeni. Medijska je pismenost skup vještina koje omogućuju analizu i preispitivanje medijskih sadržaja kojima je osoba izložena te služe za procjenu njihove točnosti i pouzdanosti izvora (Miliša i sur., 2010). Taj koncept podrazumijeva kreativnost, kritičko mišljenje i stalno propitivanje koje nam pomaže razumjeti okolinu koja nas okružuje te nas potiče na promjene samih sebe, drugih i društva u kojem živimo. Od velike je važnosti i odnos koji ostvaruju roditelji, odgojitelji i stručne službe u odnosu na dijete po pitanju medijskog odgoja. Kao što odgojitelji pružaju podršku u razvoju medijskih kompetencija roditeljima, tako i oni sami trebaju imati dovoljnu i odgovarajuću stručnu podršku u vidu kontinuiranih edukacija i supervizija. Na taj se način utječe na usavršavanje medijskih kompetencija odgojitelja u ispunjavanju njihovih profesionalnih odgovornosti u podršci roditeljima. Što bolje razumijemo medije, to ih bolje i kvalitetnije možemo koristiti. Neupitna je i potreba za osim već postojećom zakonskom regulacijom javnih medija (televizija, radio, novine), definirati i ozakoniti sve ostale medije (posebice internet). Boljom informiranosti roditelja i drugih društvenih institucija o pravilnom odnošenju s medijima, poštivanjem Državnog pedagoškog standarda (2008) te sustavnim usavršavanjem i educiranjem dionika odgoja i obrazovanja o medijima i medijskom odgoju, može se postići smanjenje loših utjecaja i utjecati na stvaranje pozitivnih iskustava djece koju svi zajednički pripremamo za aktivno i kvalitetno sudjelovanje u izazovima, medijski obavljenoga, suvremenoga života.

## LITERATURA

1. Agencija za elektroničke medije - AEM (2016). *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf>. Pristupljeno: 22. kolovoza 2020.
2. Bartaković, S., Sindik, J. (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta Iadertina*, 13 (2), 95-113.
3. Blažević, N. (2012). Djeca i mediji - odgoj na televizijski način. *Nova prisutnost*, 10 (3): 479- 493.
4. Buljan Flander, G., Brezinščak, T. (2018). Živjeti zajedno u svijetu koji ne poznajemo: Roditeljstvo i odrastanje uz suvremene tehnologije u predškolskoj dobi. U: Zaninović, T., Tanay, R. (Ur.), *Sretna djeca: Umjetnost igra, mašta, spoznaja, vježba i terapija* (8-20). Zagreb: Udruga hrvatskih učitelja likovne kulture. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/publikacije/zivjeti-zajedno-u-svijetu-koji-ne-poznajemo-roditeljstvo-i-odrastanje-uz-suvremene-tehnologije-u-predskolskoj-dobi/>
5. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2014). Media Education from the Perspective of Parents of Prechool Children: Challenges and Trends in Free Time Media Use. *Medijska istraživanja*, 20 (2), 53-69.
6. Ciboci, L., Labaš, D. (2019). Digital media literacy, school and contemporary parenting. *Medijske studije*, 10 (19), 83-101.
7. Čakmazović, A., Zlonoga, P. (2018). *Slikovnica o medijima*. Zagreb: UNICEF i Agencija za elektroničke medije.
8. Čižmar, Ž., Obrenović, N. (2013). *Medijska pismenost u Hrvatskoj*. Zagreb: Telecentar.
9. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu - DKMK (2012). *Deklaracija o medijskoj kulturi*. Dostupno na: <https://dkmk.hr/Deklaracija%20o%20medijskoj%20kulturi.pdf>. Pristupljeno 9. lipnja 2020.
10. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu – DKMK (2020). Dostupno na: <https://dkmk.hr/djeca-medija/>. Pristupljeno: 25. kolovoza 2020.

11. Erjavec, K., Zgrabljic Rotar, N. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu, hrvatski model medijskog odgoja. *Medijska istraživanja*, 6 (1), 89-107.
12. Europska komisija (2019a). *Pregled obrazovanja i osposobljavanja*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/document-library-docs/volume-2-2019-education-and-training-monitor-country-analysis.pdf>. Pristupljeno: 9. lipnja 2020.
13. Europska komisija (2019b). *Preporuke vijeća Europske unije*. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019H0605\(01\)&from=hr](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019H0605(01)&from=hr). Pristupljeno: 9. lipnja 2020.
14. Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9 (2), 9-34.
15. Kolucki, B., Lemish, D. (2013). *Kako komunicirati s djecom*. UNICEF. Dostupno na: <https://www.unicef.org/croatia/media/576/file/Kako%20komunicirati%20s%20djecom.pdf>. Pristupljeno: 08. srpnja 2020.
16. Ljubić Nežić, K. (2019). Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju. *Communication Management Review*, 4 (1), 284-301.
17. Mikić, K. (2002). Uloga medija u životu djeteta do desete godine starosti. *Zbornik učiteljske akademije u Zagrebu*, 4 (1): 151-162.
18. Mikić, K. (2004). *Mediji i roditelji (I)*. Dostupno na: [http://www.hfs.hr/nakladnistvo\\_zapis\\_detail.aspx?sif\\_clanci=483#.XtZSuagzbDc](http://www.hfs.hr/nakladnistvo_zapis_detail.aspx?sif_clanci=483#.XtZSuagzbDc) Pristupljeno: 1. lipnja 2020.
19. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009). *Mediji i mladi*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
20. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek N. (2010). *Mladi - odgoj za medije*. Zagreb: M. E. P. d.o.o.
21. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta (2014). *Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje*. Zagreb.
22. Narodne novine (2003). *Zakon o elektroničkim medijima (NN 122/03)*. Zagreb: Hrvatski sabor.

23. Narodne novine (2004). *Zakon o medijima (NN 59/04)*. Zagreb: Hrvatski sabor.
24. Narodne novine (2008). *Državni pedagoški standard predškolskog odgoja i naobrazbe (NN 63/08 i 90/10)*. Zagreb: Hrvatski sabor.
25. Narodne novine (2013). *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o predškolskom odgoju i naobrazbi (NN 94/2013)*. Zagreb: Hrvatski sabor.
26. Narodne novine (2015). *Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima (NN 28/15)*. Zagreb: Vijeće za elektroničke medije.
27. Peran, S., Raguž, A. (2019). Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi. *Communication Management Review*, 4 (1): 218-233.
28. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon (2017). *Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima*. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/>. Pristupljeno: 10. srpnja 2020.
29. Potter, W. J. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 675-696. Dostupno na: <https://mdlab2015.files.wordpress.com/2015/07/potter-english.pdf> Pristupljeno: 5. lipnja 2020.
30. Potter, W. J. (2019). *Media literacy, 9th ed.* Thousand Oaks, Sage Publications Inc.
31. Sedmi kontinent (2020). Dostupno na: <https://www.sedmikontinent.org/programi/sedmi-kontinent-u-vrticu/>. Pristupljeno: 25. kolovoza 2020.
32. Sejdinović, N., Ljubić, T. (2014). *Osnove medijske pismenosti*. Novi Sad: NDN Vojvodine.
33. Sindik, J., Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu. *Medijska istraživanja*, 16 (2): 107-131.
34. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 18 (1): 5-32.
35. Tolić, M. (2008). Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji. *Acta Iadertina*, 5 (1), 1-13.

36. Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 55 (2), 97-103.
37. Ujedinjeni narodi (UN) (1989). *Konvencija o pravima djeteta*, 1-18. Dostupno na: [https://www.unicef.org/croatia/sites/unicef.org.croatia/files/2019-10/Konvencija\\_20o\\_20pravima\\_20djeteta\\_full.pdf](https://www.unicef.org/croatia/sites/unicef.org.croatia/files/2019-10/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf). Pristupljeno: 26. kolovoza 2020.
38. Velki, T., Duvnjak, I. (2017). Efekti socijalnoga konteksta na povezanost uporabe medija s nekim aspektima razvoja djece. *Psihologijske teme*, 26 (3), 481-508.
39. Zgrabljic- Rotar, Nada (2005). *Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*. Sarajevo: Media centar.

## **IZJAVA**

o samostalnoj izradi rada

Izjavljujem da sam ja, Barbara Žeger, studentica diplomskog studija Ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja Učiteljskog fakulteta u Zagrebu samostalno provela aktivnosti istraživanja literature i napisala diplomski rad na temu *Razvoj medijske pismenosti u kontekstu ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja.*

U Zagrebu, 14. rujna 2020. godine