

Medijska pismenost roditelja i djece

Nikšić, Vilena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:147:570681>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-08**

Repository / Repozitorij:

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



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

Vilena Nikšić

MEDIJSKA PISMENOST RODITELJA I DJECE

Završni rad

Petrinja, travanj 2022.

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

Vilena Nikšić

MEDIJSKA PISMENOST RODITELJA I DJECE

Završni rad

Mentorica rada:

Dr. sc. Edita Rogulj

Petrinja, travanj 2022.

SAŽETAK	
ABSTRACT.....	
1. UVOD.....	1
2. TEORIJSKO ODREĐENJE POJMOVA	2
2.1. Mediji i vrste medija	2
2.1.1 Tiskani mediji	3
2.1.2 Elektronski mediji.....	3
2.1.3 Novi mediji	4
2.2. Medijska pismenost.....	5
3. MEDIJSKA PEDAGOGIJA	7
3.1. Medijska kompetencija	7
3.2. Roditelji kao posrednici između djece i medija	8
3.3. Uloga odgajatelja u medijskom odgoju djece	9
4. POZITIVNI UTJECAJI MEDIJA NA DJECU	11
4.1. Stjecanje novih znanja i vještina	12
4.2. Spoj zabave i obrazovanja.....	13
5. NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA NA DJECU	15
5.1. Mediji kao manipulatori.....	15
5.2. Medijski sadržaji obilježeni nasiljem.....	17
5.2.1. Cyberbullying	18
5.3. Ovisnosti.....	18
5.4. Zdravstveni problemi	20
6. PREPORUKE ZA RODITELJE U MEDIJSKOM OPISMENJAVANJU DJECE	22
7. ZAKLJUČAK	24
8. LITERATURA	25
9. IZJAVA O IZVORNOSTI ZAVRŠNOG RADA	28

SAŽETAK

U vremenu ubrzanog razvoja medija, njihova uloga u životu djeteta postaje sve značajnija. Djeca su izložena medijskom sadržaju već od najranije dobi, a upravo ih dob čini najranjivijim segmentom društva. Većom izloženosti djece medijima potiče se na učestalije diskusije o pozitivnim, odnosno negativnim posljedicama na cjelokupan razvoj djeteta. Cilj ovoga rada je objasniti ulogu medija te značenje i važnost medijske pismenosti i medijskog odgoja roditelja i djece. U radu je dan pregled pozitivnih i negativnih teorijskih polazišta o medijskom utjecaju na djecu te koja je uloga roditelja i odgajatelja u medijskom opismenjavanju djeteta. Cilj medijskog opismenjavanja djece od najranije dobi usmjeren je na odgovorno korištenje digitalne tehnologije pri čemu je važan kritički pristup sadržajima. Proces medijskog opismenjavanja djece kreće od roditelja jer su upravo oni odgovorni za stvaranje sigurnog medijskog okruženja u obitelji. Razvijenim vlastitim znanjima i vještinama, roditelji pridonose stvaranju pozitivnog medijskog okruženja u kojem će djeca biti sigurna i potaknuta na proces učenja i razvoja vlastitih digitalnih kompetencija i medijske pismenosti.

Ključne riječi: *mediji, dijete, medijski odgoj, medijska pedagogija*

ABSTRACT

Media literacy of parents and children

In a time of rapid media development, their role in a child's life is becoming increasingly important. Children are exposed to media content from an early age, and it is their age that makes them the most vulnerable segment of society. As the influence of media on children grows, there is a growing debate as to whether this influence leaves more positive or negative consequences on child's development. The aim of this paper was to explain a strong role of the media and meaning and importance of media literacy and media education of children. Also, the paper tries to explain the positive and negative influences of the media on children and the role of parents and educators in media literacy of children. The goal of media literacy of children is to teach a child how to approach any media content responsibly and critically with the help of acquired competencies. The process of children's media literacy starts with the parents because they are responsible for creating a safe media environment in the family. With their own developed knowledge and skills, parents contribute to creating a positive media environment in which children will be safe and encouraged to learn and develop their own digital competencies and media literacy.

Key words: child, media, media education, media pedagogy

1. UVOD

Čovjekova svakidašnjica nezamisliva je bez medija koji su utkani u sve segmente života. Razvitkom novih medija raste njihov utjecaj na djecu koja su izložena mnoštvu informacija i poruka. Mediji postaju jedno od značajnih sredstava u procesu socijalizacije te uvelike utječu na formiranje ponašanja i stavova djece (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001). Stoga je opravdano promišljati kako koristiti medije od rane i predškolske dobi.

Medijsko opismenjavanje djece postaje nezaobilazan dio odgoja i obrazovanja pri čemu najvažniju ulogu preuzimaju roditelji i odgajatelji. Upravo su oni ti koji moraju voditi računa o manipulativnoj moći medija te etičnosti prilikom njezinog korištenja (Knezović, 2016). Medijska pedagogija ima sve važniju ulogu u suvremenom odgoju i obrazovanju u kojemu treba neprestano unaprjeđivati medijsko obrazovanje (Tolić, 2009). Različitim odgojnim i obrazovnim temama, medijski sadržaji mogu utjecati na ponašanje i stavove korisnika.

Ciljevi ovoga rada su teorijski objasniti ključne pojmove kao što su mediji, medijska pedagogija i medijska pismenost. Nadalje, analizom postojećih istraživanja, nastojalo se istražiti koji su pozitivni, a koji negativni utjecaji medija na odgoj djece te kakvu ulogu u medijskoj pismenosti imaju roditelji i odgajatelji. U pisanju teorijskog dijela korištena je recentna literatura i rezultati istraživanja provedenih u Hrvatskoj i svijetu.

Na samom početku rada pristupilo se analiziranju i definiranju temeljnih pojmova potrebnih za lakše praćenje sadržaja poput termina mediji i vrste medija te medijska pismenost. U daljnjem tekstu dan je krati opis značenja pojmova medijske pedagogije i medijskih kompetencija. Nadalje, rad istražuje pozitivne utjecaje medija na odgoj djece, odnosno pozitivne aspekte medijske pismenosti. U sljedećem poglavlju izneseni su negativni utjecaji medija, točnije opasnosti koje su posljedica izostanka medijske pismenosti roditelja i djece. U zadnjem su poglavlju iznesene konkretne aktivnosti za roditelje kada je riječ o medijskom opismenjavanju djece. Zaključak donosi rezime ključnih tvrdnji i ideja elaboriranih u rad.

2. TEORIJSKO ODREĐENJE POJMOVA

Teorijsko određenje pojmova ključno je za razumijevanje sadržaja rada. Pojmove poput mediji, medijska pismenost i medijska pedagogija važno je jasno definirati kako bi se izbjegle nedoumice u daljnjem tekstu. Također, teorijsko određenje pojma medijska pismenost ključno je za razumijevanje medijske pedagogije i odgoja kod djece. Fokus je stavljen na medije koji najviše utječu na djecu rane i predškolske dobi.

2.1. *Mediji i vrste medija*

Medije možemo definirati kao „...sredstvo za prenošenje informacija koje označava sustave javnog informiranja za širenje vijesti i audiovizualnih sadržaja u svrhu informiranja, obrazovanja i zabave“ (Majdenić, 2019; str 15). Prema definiciji Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, mediji su „...svako sredstvo posredstvom kojega se prenose poruke, vijesti i obavijesti i slično“ zbog čega ih možemo smatrati i osnovnim preduvjetom za svaku komunikaciju.

No danas su mediji puno više od samog prenošenja informacija. Naime, mediji danas postaju pokretači trendova, društvenih potreba i procesa što ih čini kreatorima čiji utjecaj na pojedinca i društvo svakim danom sve više raste. Ciboci, Kanižaj i Labaš (2011) tvrde kako slijedom toga čovječanstvo percipira medije kao najmoćnije sredstvo društvene promjene. Medijski pedagog Hug Theo (2007) izdvaja šest funkcija medija:

1. komunikacijsku,
2. kognitivnu (razumljivost informacija),
3. socijalno-političku (organizacija društva),
4. kulturalno-reprodukcijску,
5. obrazovnu (transfer komunikacije među sudionicima odgojno-obrazovnog procesa) i
6. socijalno-humanističku (demokratizaciju obrazovanja s aspekta interkulturalne funkcije)

Majdenić (2019) daje prikaz podjele medija autora Lipovčana (2006) koji medije dijeli na tiskane, elektronske i nove medije. Ističe kako u tiskane medije ubrajamo knjige, kao najstariji masovni medij, te dnevnu, tjednu, polumjesečnu i mjesečnu periodiku (novine, magazini, časopisi). Radio i televizija čine elektronske medije, dok je internet novi medij

(Majdanić, 2019). Upravo Majdanić (2019) izdvaja i podjelu medija na masovne, osobne i telekomunikacijske. Prema Leksikonu radija i televizije (2016), masovni mediji definiraju se kao sredstvo masovne komunikacije, a zajedničko im je što su poruke potencijalno dostupne svima i što uglavnom teku jednosmjerno, od medija prema korisniku te što im je publika heterogena, anonimna i prostorno raspršena. U masovne medije ubrajamo knjigu, tisak poput novina i časopisa, film, televizija, radio, nosači zvuka i slike kao što su video, CD, DVD (Majdanić, 2019).

2.1.1 Tiskani mediji

Prema Zakonu o medijima izdanom u Narodnim novinama 2013., tiskani mediji podrazumijevaju tradicionalne oblike koji uključuju novine, časopise, stripove i druga tiskana djela koja izlaze u nakladi većoj od pet stotina primjeraka i u razmacima ne više od šest mjeseci. Nadalje, prema Zakonu o medijima, knjige, udžbenici, bilteni, odnosno tiskovine koje su namijenjene isključivo obrazovnom, zdravstvenom ili kulturnom procesu, ne smatraju se medijem. Isti zakon tiskane medije definira kao sredstvo masovne komunikacije jer se putem tiskanih publikacija poruka prenosi široj javnosti.

Kada govorimo o djeci i tiskanim medijima namijenjenih njima, bitno je istaknuti slikovnicu kao sredstvo odgoja, obrazovanja, učenja i zabave. Slikovnica kombinira književni i likovni izraz, a djeca se s ovim tiskanim medijem susreću već od najranije dobi. Balić-Šimrak (2011) slikovnicu definira kao intermedijalno složeno djelo koje se temelji na dijaloškom načelu. Autorica time govori da ilustraciju i tekst u slikovnici nije moguće razdvojiti, a da time ne uništimo djelo.

2.1.2 Elektronski mediji

Prema Leksikonu radija i televizije iz 2016., elektronskim medijima smatramo one medije čija je djelatnost emitiranje informativnih, obrazovnih ili zabavnih sadržaja žičanim ili bežičnim putem. Nadalje, emitiranje sadržaja može biti satelitsko, analogno ili digitalno u kodiranom ili nekodiranom obliku. U elektronske medije ubrajamo radijske i TV kanale te elektroničke publikacije. Prvi masovni elektronski medij bio je radio dok je televizija najdominantniji elektronski medij 20. stoljeća.

Prema Ilišin (2001) televizija je promatrana kao potencijalno najmoćniji masovni medij radi svoje široke popularnosti. Majdanić (2019) televiziju smatra medijem s više lica

koji istovremeno podrazumijeva određenu instituciju i tehnologiju . Televizija je s vremenom postigla izrazito veliku ulogu u životu pojedinca. Majdenić (2019) ističe kako je ovaj medij djeci postao prijatelj uz kojeg doručkuju, ručaju i večeraju, a roditelji ga nerijetko koriste kao nagradu, za odmor ili kao zabavu za svoju djecu. Danas je televizija kao medij neizbježna sastavnica svakodnevnog života djece i njihovih roditelja, a djeci najzanimljiviji žanrovi postaju crtani filmovi i reklame (Blažević, 2012).

2.1.3 Novi mediji

Prema Leksikonu radija i televizije (2016; str.358) novi mediji „...područje su medija u kojoj središnju ulogu u proizvodnji, pohrani i distribuciji klasičnih audio i audiovizualnih medijskih sadržaja, ali i s njima povezanih drugih sadržaja dostupnih preko društvenih mreža i sustava za razmjenu podataka, imaju računalo, pametni telefon, tablet, igraće konzole, pametni televizori i drugi uređaji međusobno povezani internetom“ Upravo interakcijom tradicionalnih masovnih medija s računalnom tehnologijom nastaju novi mediji poput interneta. Majdenić (2019;str.25) navodi da „...ono što je nekada bilo otisnuto na papiru ili na ekranu, sada je zapisano i uvijek dostupno u digitalnom obliku“ Temeljem navedenog može se zaključiti da je zajednička osobina novih medija njihova digitalizacija.

Globalnom raširenošću novih medija u oblicima poput *web* stranica, društvenih mreža ili elektroničke pošte, omogućen je iznimno brz prijenos informacija velikom broju primatelja. Mandarić (2012) tvrdi da su mediji uklonili vremenske i prostorne barijere koje su uvelike uvjetovale komunikaciju i protočnost informacija, posebice novi mediji kao što je internet.

Učestalijim korištenjem novih medija razvijaju se novi komunikacijski modeli koji se bitno razlikuju od tradicionalne komunikacije licem u lice. Tako je naprimjer jednim klikom moguće pristupiti informacijama ili otići u potpuno drugi svijet gdje pojedinac ostvaruje direktnu komunikaciju s drugim pojedincem. (Mandarić, 2012).

Društvene mreže kao novi medij predstavljaju fenomen današnjeg doba. Prema Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža, mrežne stranice za društveno umrežavanje, odnosno društvene mreže, nude korisniku mogućnost stvaranja osobnog profila te sklapanja prijateljstva i komunikacije s velikim brojem ljudi. Upravo su društvene mreže olakšale i ubrzale komunikaciju između odgajatelja i roditelja kada je riječ o djeci (Rogulj, 2019).

2.2. *Medijska pismenost*

Radi sveprisutnosti medija te sve snažnijem utjecaju na pojedinca, medijska pismenost postaje ključna kompetencija 21. stoljeća. Autorica Zgrabljic Rotar (2005) iznosi definiciju s konferencije o medijskoj pismenosti održane 1992. koja kaže da je medijska pismenost vještina pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja medijskih poruka. Ona omogućuje pojedincu analizu, kritičko vrednovanje i stvaranje novog medijskog sadržaja (Kanižaj, 2014). U Kurikulumu medijske pismenosti iz 2017. navode se tehničke kompetencije, proizvodnja sadržaja te vještine i praksa kritičkog razmišljanja kao tri dimenzije medijske pismenosti (Livingstone i Thumin, 2003). Upravo je kritičko mišljenje temeljna vještina suvremenog građanina i potrebno ju je razvijati od najranijih dana. Nastavno tomu, medijski pismena osoba trebala bi imati vještine kako primiti, obuhvatiti, analizirati i vrednovati medijske poruke (Hybels i Weaver, 2001 prema Žitinski, 2009). Razvijene vještine karakteristične su za odgovornog građanina koji je informirani član zajednice, sposoban razumjeti društvena pitanja (Žitinski, 2009). Medijska pismenost treba sadržavati funkcionalnu pismenost odnosno razumijevanje napisanog, vizualnu pismenost ili razumijevanje vizualnih detalja te računalnu pismenost koja između ostaloga uključuje korištenje interneta (Tolić, 2009). To dovodi do činjenice da se djelom medijske pismenosti smatraju i informatizacija i kompjutorizacija.

Osim informatizacije i kompjutorizacije, Peruško (2003; prema Zgrabljic Rotar, 2005) u medijsku pismenost uključuje i:

- učenje o medijima (tisak, radio, televizija),
- povijest medija te produkcijska i ekonomska načela funkcioniranja,
- znanje tko posjeduje i kontrolira medije te
- sposobnost kritičke analize razine društvene moći i komercijalizacije sadržaja.

Kuća ljudskih prava Zagreb (2017; str. 4) u Kurikulum medijske pismenosti iznosi nekoliko načina razvijanja medijske pismenosti kroz različite sustave:

- A) „formalno medijsko obrazovanje (predškolski odgoj, osnovna škola, srednja škola – općeobrazovna i strukovna i u visokoškolskom obrazovanju),

B) neformalnim obrazovanjem (organizacije civilnog društva kao važni čimbenici u neformalnom obrazovanju) te

C) informalnim učenjem (inicijativom učenika i nestrukturirano).“

S medijskom pismenosti usko je povezan i pojam medijski odgoj za kojeg Hoffmann (2003; prema Tolić, 2009) tvrdi kako omogućava medijsku pismenost i upravljanje medijskim kompetencijama. Prema Tolić (2009), medijski odgoj smatra se odgojem za procjenu vrijednosti, a kako bi bio uspješan, potrebno je u sklopu njega razvijati aspekte medijske pismenosti. Neki od ciljeva medijskog odgoja prema Miliši i suradnicima (2009; str. 169) su: „...prepoznavanje medijskog djelovanja, usvajanje te razvoj komunikacijskih i socijalnih kompetencija, interaktivno djelovanje i upotreba medijskih sredstava, prepoznati i procijeniti koliko i na koji način je pojedini medij bitan za društvo i promicanje odgojnih vrijednosti.“

3. MEDIJSKA PEDAGOGIJA

Medijska pedagogija definirana je kao koncept koji nastoji omogućiti djeci, roditeljima i nastavnicima da dobiju odgovore na nedoumice oko uloge koju mediji imaju danas u životu djece i obitelji (Erljavec i Zgrabljic, 2000). Medijska pedagogija smatra se pedagojskom disciplinom koja „...sadrži sociopedagoške, sociopolitičke i sociokulturne analize u ponudama medija za djecu, mlade i osobe treće dobi, te njihove kulturne interese u odrastanju, radu, u slobodnom vremenu i obiteljskom životu.“ (Miliša i sur, 2009). Autori također iznose da medijska pedagogija podrazumijeva i mogućnost korištenja informacija te razvijanje kompetencija i kritika nasuprot manipulativnim medijima. Može se reći da medijska pedagogija zapravo nastoji odgovoriti na pitanje kako mediji mogu utjecati u razvoju, napretku te stabilizaciji društva i kulture. Nadalje, ona daje kritički osvrt na komercijaliziranost sadržaja u medijima za koji smatra da je izrazito jak u stereotipima, reklamama, nasilju i pornografiji, pomoću kojih mediji konstruiraju našu svakodnevnu realnost (Erljavec i Zgrabljic, 2000).

Jedna od funkcija medijske pedagogije jest i dekodiranje simboličkih poruka iz medija. Naime, mediji proizvode i distribuiraju razne simboličke sadržaje čime ostvaruju sve veću moć u komunikaciji, ali i manipulaciji (Miliša i sur, 2009). Iz tog razloga, pojedinac mora biti kompetentan prepoznati ima li određeni sadržaj odgojno-obrazovnu ili manipulativnu ulogu.

3.1. *Medijska kompetencija*

Medijska kompetencija usko je povezana s medijskom pedagogijom, a podrazumijeva sposobnosti koje pojedinac usvaja i stječe (Miliša i sur, 2009). Medijska kompetencija potrebna je za kvalitetan život u suvremenom medijskom okruženju (Tolić, 2009). Važan segment svakako je i prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji. Miliša i suradnici (2009; str 123-124) ističu nekoliko čimbenika medijske kompetencije:

- a) „individualna i demokratska orijentacija primatelja,
- b) dekodiranje medijskih simbola,
- c) aktivno korištenje medija: informacijska funkcija,
- d) kritička refleksija,
- e) razvitak kritičkog medijskog okruženja,

- f) emancipiranost i motiviranost medijskog korisnika i
- g) svjesnost pojedinca.“

Također iznose osnovnih pet dimenzija medijske kompetencije u medijskoj pedagogiji. Prva je kognitivna dimenzija koja se odnosi na znanje, shvaćanje i interpretaciju sadržaja u medijima, zatim slijedi moralna dimenzija prema kojoj je ključno sagledavanje medija s etičkog aspekta. Treća dimenzija je socijalna dimenzija koja podrazumijeva politiku medija, prava i socijalna djelovanja. Nadalje je objašnjena estetska dimenzija prema kojoj je vidljivo da su mediji nosioci informacijskih poruka te na kraju dimenzija djelovanja koja bi trebala razviti sposobnosti, ne samo da se medije zna koristiti, nego da pojedinac postane aktivan u tumačenju medijskog sadržaja (Miliša i sur., 2009).

Shodno analizi literature može se zaključiti da stjecanje medijskih kompetencija glavni je cilj medijskog odgoja, a prvi korak u njihovom stjecanju jest medijska pismenost (Tolić, 2009).

3.2. Roditelji kao posrednici između djece i medija

Medijsko opismenjavanje djece od najranije dobi usmjereno je na roditelje kao prve djetetove skrbnike. Sindik i Veselinović (2010) naglašavaju kako bi roditelji trebali osvijestiti da njihova djeca od najranije dobi sazrijevaju uz medije te koji je njihov utjecaj u tom procesu. Uz same roditelje važno je spomenuti ulogu ostalih članova poput braće i sestara, prijatelja i rođaka, dječjeg vrtića i škole. Važno je sagledati širinu problematike; od utjecaja medijskog sadržaja na dijete do pasivnog okruženja u kojem odrasta te njegova emocionalna i mentalna nespremnost za život s medijima (Sindik i Veselinović, 2010). *Primarni medijski odgojitelji* je termin koji koristi Sindik (2012) za roditelje kao modele prilikom prvih iskustava djece s medijem. Glasovac (2010; prema Sindik, 2012) naglašava da roditelji trebaju znati odgovore na temeljna pitanja medijskog odgoja, poput *U kojim je situacijama smisleno koristiti pojedine vrste medija* te *Znati kako mediji djeluju na krajnje korisnike, posebno djecu*.

Roditelji bi trebali kod djeteta stvoriti preduvjete da rabe medije te nauče kritički promišljati o medijskim sadržajima. S obzirom na to da djeca svoje roditelje smatraju uzorom, roditeljski odnos prema medijima postaje neposredna orijentacija za dijete i zato je medijska pismenost roditelja prvi korak u medijskom opismenjavanju djece (Sindik, 2012). Primjer dobrog medijskog odgoja navode autori Miliša, Tolić i Vertovšek (2009) koji

smatraju kako bi zajedničko, obiteljsko gledanje televizijskog programa pomoglo djeci da prošire svoje znanje i nauče o odgovornom ponašanju u svijetu medija.

3.3. Uloga odgajatelja u medijskom odgoju djece

U institucionalnom odgoju i obrazovanju važnu ulogu preuzima odgajatelj koji ima razvijenu medijsku pismenost i svijest o medijskim navikama. Ako je poznato da mediji imaju veliku ulogu u učenju djece i njihovoj socijalizaciji, onda je uloga odgajatelja neupitna. Upravo će oni prvi osvijestiti važnost ove teme kod djece već od najranije dobi usmjeravajući se na usvajanje normi i upoznavanje vrijednosti i pravila svijeta kao temeljima za medijsko opismenjavanje.

Prema Sindik i Veselinović (2010), razvoj medijske kompetentnosti i kritičkog pristupa medijima te razvijanje aktivnog i kreativnog odnosa prema medijima, glavni je cilj medijskog odgoja djece u vrtiću. Mikić (2000; prema Sindik 2012) naglašava kako bi djeci trebalo predstaviti medije kao oblikovno-izražajno sredstvo, iznoseći koncept recepcijsko orijentiranog medijskog odgoja koji podrazumijeva analizu medijskih sadržaja i poruka kroz razgovor s djetetom. Također, ističe važnost opažanja dječjeg doživljaja pojedinoga medija kojega odgajatelj dalje koristiti u pedagoškom djelovanju. Temeljem navedenoga zaključujemo da pedagoško djelovanje odgajatelja treba biti usmjereno na analizu i razgovor o medijskim sadržajima i porukama. Nadalje, autor objašnjava kako kod djece predškolske dobi često dolazi do miješanja stvarne i imaginarne situacije pa odgajatelj ima važnu ulogu ukazati djetetu kako su medijske poruke uvijek rezultat konstrukcije i plana. Iznimno je važno medijski poželjno oblikovanje poruka za djecu te Glasovac (2010) iznosi nekoliko načela poput kvalitete ilustracije i teksta u slikovnicama te kojim se principima treba voditi u odabiru odgojno poželjne slikovnice. Nadalje, kada je riječ o televiziji i crtanim filmovima, autor govori o mogućim pozitivnim i negativnim utjecajima te koje su vrste crtanih filmova koje su poželjne za dijete, a koje nisu. Što se tiče računala, videoigara i interneta, Glasovac (2010) objašnjava moguće poželjne efekte, ali i o opasnosti koje prijete djeci od pretjerane izloženosti novim medijima. Upravo Zgrabljčić Rotar (2005), naglašava da stavove koje dijete susreće u najbližem okružju mogu poistovjetiti sa sadržajima koje vidi u medijima, što potencira najčešće štetne utjecaje medija, zato je važno da su poučavatelji djece medijski pismeni. Prema Sindiku (2012; str. 7) „...jedino medijski opismenjen odrasli može pravilno i društveno poželjno medijski opismeniti dijete.“ Važnost kompetentnih stručnjaka ističu

mnogi autori. Sindik (2010; str. 27) navodi što odgajatelji i stručnjaci iz ustanove za rani i predškolski odgoj i obrazovanje mogu učiniti na razvijanju medijske pismenosti roditelja:

- „pružati informacije o medijima u kutićima za roditelje,
- usmeno razgovarati s roditeljima ili stručnim suradnicima,
- upućivati na stručne izvore koji govore o medijima i medijskom odgoju,
- organizirati tematske roditeljske sastanke na temu medija,
- davati informacije na web stranici ustanove te
- vlastite tiskovine na temu medijskog opismenjavanja.“

Ovime se potvrđuje uloga odgajatelja koji prelazi iz same domene odgoj i obrazovanje djece rane i predškolske dobi već i važnost edukacije roditelja. Bitno je naglasiti i važnost suradnje između odgajatelja i roditelja. Njihova suradnja te stvaranje pozitivnog odgojnog utjecaja nužno je za dobrobit djeteta (Antonović, 2019). Od roditelja i odgajatelja očekuje se partnerstvo u odgoju i obrazovanju, s obzirom na njihovu ulogu u djetetovom životu (Sušan Gregorović, 2017; prema Antonović, 2019).

4. POZITIVNI UTJECAJI MEDIJA NA DJECU

„Sudeći prema detaljnim znanstvenim istraživanjima o ulozi medija u životima djece, mediji (knjige, novine, časopisi, televizija, radio, kino, računalna tehnologija, internet, mobilna telefonija) danas postaju jedno od ključnih sredstava socijalizacije te utječu na ponašanje, stavove i svjetonazore. Oni su središnji pripovjedači našeg vremena jer su poput zbirke izvora informacija i zabave za sve generacije i u svim svjetskim kulturama“ (Kolucki i Lemish, 2013; str. 9)

Kako izloženost djece medijima kreće sve ranije, tako oni imaju sve snažniji utjecaj na njihov odgoj i obrazovanje (Đuran, Koprivnjak i Maček, 2018). Djeca danas odrastaju u multimedijском okruženju, a „...integriranjem različitih medija, djeca kreiraju i proširuju svoje kognitivne, psihičke, kreativne i socijalne kvalitete“ (Đuran i sur., 2018; str. 276). Nadalje, mediji potiču aktivnost djeteta u potrazi za informacijama te upravo ta interaktivnost djetetu omogućuje da povratno djeluje na medij u stvarnom vremenu (Đuran i sur., 2018). Autori spominju važnost masovnih medija u procesu globalizacije jer djeci omogućavaju bolje razumijevanje određenih globalnih pitanja poput ratova, siromaštva, gladi, bolesti te nuklearnih prijetnji. Bitno je istaknuti da mediji unapređuju obrazovanje stvarajući nove mogućnosti kao što su nastavni programi za učenje, različite baze podataka, brojne edukativne igre, pokusi i simulacije (Đuran i sur., 2018).

Pozitivni aspekti izloženosti djece televiziji vidljivi su u sadržajima koje ona nudi. Televizija može biti izvor novih informacija, mogu obrazovati, poticati dječju znatiželju i razvijati njihove verbalne sposobnosti i komunikacijske vještine (Ilišin, Bobinac i Radin, 2001). Kada je riječ o djeci kao aktivnim korisnicima medijskih sadržaja, važan je izbor primjerenih sadržaja te zaštita djece od neželjenih medijskih poruka (Đuran i sur, 2018). Sam utjecaj na dijete ovisi i o kontekstu u kojima se sadržaji doživljavaju, načinu na koje ih dijete upotrebljava te o individualnim osobinama djeteta (Popek, 2019). Vrlo je važno da roditelji, odnosno djeca, budu upoznati s pozitivnim, ali i negativnim stranama medija kako bi prevenirali nepoželjna ponašanja te istakla pozitivne faktore. Samim time ističe se važnost medijskog odgoja i medijska pismenost koja pomaže u stjecanju specifičnih znanja i vještina koje su nužne za njihovo adekvatno korištenje (Ilišin i sur, 2001). To podrazumijeva da djeca uče razlikovati maštu od zbilje, selektivno birati sadržaje, preispitivati i odgonetnuti značenja prezentiranog te prepoznavati pozitivne i negativne značajke medija (Ilišin i sur, 2001).

4.1. *Stjecanje novih znanja i vještina*

Obzirom da medijski sadržaji namijenjeni djeci rane i predškolske dobi ne zahtijevaju sposobnost čitanja, oni potiču dijete da poveže ono što vidi i čuje. Sukladno karakteristikama djetetovog učenja može se reći da imaju odlične predispozicije za stjecanje novih vještina putem navedenih medija. Upravo mediji pružaju djeci mnoge obrazovne mogućnosti te se koriste u različitim stadijima učenja što ih čini suvremenim sredstvom podučavanja (Đuran i sur, 2019). Nadalje, mediji potiču razvitak kreativnog razmišljanja i mašte te vlastite inicijative djeteta (Anetta, 2008; prema Đuran i sur, 2019). Obrazovni sadržaji primjereni dječjoj dobi mogu se pronaći u sklopu edukativnih dječjih programa koji se emitiraju na televiziji. Obrazovni televizijski program Majdenić (2019; str. 39) definira kao „...svaki program kojem je cilj poučavanje, pružanje znanja i proširivanje spoznaja te poticanje razvoja raznih sposobnosti.“ Naime, dokazano je da edukativni televizijski sadržaji potiču spremnost za školu i ranu pismenost kod predškolaca te efikasno podučavaju određenim elementima nastavnog programa. Kolucki i Lemish (2013) smatraju kako se upravo takvim pristupom promiču društvene promjene i razvoj, obzirom da postoji povezanost s razvojnom komunikacijom i planskim korištenjem strategija i postupaka medijske komunikacije. Također ističu razne kvizove i dokumentarne filmove kao potencijalne izvore dječjeg znanja.

Istraživanjima o uporabi suvremenih medija u obrazovnom procesu utvrđeno je kako informatička tehnologija i računalne igre pozitivno utječu na logičku analizu i hipotetsko razmišljanje djeteta, potiču mentalne procese te razvijaju okulomotornu koordinaciju (Subrahmanyam i sur., 2000 prema Đuran i sur, 2019). Naglasak je na računalnim igrama zbog lakše pamtljive narativne strukture u odnosu na knjige. Svestranost računala u obrazovnom procesu ističe se i kroz područja poput podučavanja stranog jezika i povijesti, razvoja mašte, glazbene memorije i osjećaja za ritam kroz multimedije te mogućnost upoznavanja sa zvukovima raznih instrumenata i stvaranja vlastitih melodija (Đuran i sur, 2019). Autor također pridaje važnost računalnom obrazovanju u okviru matematike, konkretno pri svladavanju matematičkih funkcija zbrajanja i oduzimanja, množenja i dijeljenja.

4.2. *Spoj zabave i obrazovanja*

Razvoj novih medija uvelike je utjecao i na koncept dječje igre. Naime, igra je važna komponenta dječjeg mentalnog razvoja, razvojem novih tehnologija ona postaje i ključni pokretač usvajanja novih znanja i vještina. Mediji privlače djecu iz više razloga, ona u njima pronalaze izvor zabave i opuštanja, zanimljive životne situacije prikazane iz drugačijeg kuta te mogućnost poistovjećivanja s likovima. Korištenjem novih medija djeca ulaze u potpuno novi svijet igre, odnosno digitalni ili virtualni svijet. To je svijet u kojem digitalna tehnologija potiče dječje razmišljanje te potiče stjecanje i proširenje postojećih znanja i vještina na drugačiji način (Rogulj, 2014).

Kada je riječ o zabavi i obrazovanju, posebno valja naglasiti ulogu računala. Rad na računalu postaje učenje kroz igru radi zanimljivih likova, koji su djeci već od prije poznati iz filmova i knjiga, te grafičko-zvučnih efekata koji zadržavaju njihovu pozornost (Đuran i sur, 2019). Takve zabavne i edukativne računalne igre prilično su zastupljene u dječjoj svakodnevnici. Brojni pedagozi ističu važnost didaktičkih igara. Njima se stječu uzbudljiva i poučna iskustva i vještine iz područja socijalnih odnosa i komunikacije (Matijević i Topolovčan, 2017).

Valja istaknuti i videoigre koje su promijenile način na koji djeca provode svoje slobodno vrijeme i postale omiljeni oblik zabave (Šego, 2019; prema Labaš, Marinčić i Mujčinović, 2019). No osim zabave, videoigre pozitivno utječu na kognitivne sposobnosti kao što su pažnja, pamćenje i kontrola te potiču razvoj sposobnosti poput koordinacije pokreta, oštine vida, prostorne orijentacije i inteligencije (Rebetz i Betrancourt, 2007; prema Labaš i sur., 2019). Nadalje, autori ističu ulogu videoigara kao sredstva za učenje. Naime, Rebetz i Betrancourt (2007; prema Labaš i sur., 2019) govore da igranjem videoigara djeca uče i razvijaju određene vještine. S obzirom na to da djeca vole učiti ono što im je zanimljivo, ono što im predstavlja izazov ili pruža zadovoljstvo, igranje različitih društvenih i računalnih igara, temelji se upravo na individualnoj ili skupnoj intrinzičnoj motivaciji (Matijević i Topolovčan, 2017).

Također, postoje sadržaji koji kroz igru djeci pomažu u stjecanju novih vještina. Primjerice, crtana serija Teletubbies namijenjena je maloj djeci te joj je cilj bio razvijati kognitivne sposobnosti, mišljenje i govor djece (Mikić, 2004). Naime, likovi svojim

radnjama i načinom pričanja dijete potiču da postane aktivan televizijski gledatelj, odnosno da skače, pleše, pjeva, maše i slično.

Može se zaključiti da djelovanje medija ima brojne pozitivne posljedice na razvoj djeteta, no zbog njihove moći i sve većeg utjecaja dolazi do zabrinutosti o mogućem negativnom djelovanju na djecu rane i predškolske dobi.

5. NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA NA DJECU

Poznajući razvojne karakteristike djece rane i predškolske dobi jasno je da je smanjena mogućnost percepcije opasnosti od negativnih utjecaja medija te je samim time uloga odraslih još naglašenija. Posebice jer utjecaj određenih medijskih sadržaja ne mora biti vidljiv odmah već se posljedice njihova djelovanja očituju kasnije (Zgrabljic Rotar, 2005). Medijski sadržaji dostupni djeci obiluju porukama koje mogu razviti društveno ne prihvatljivo ponašanje kod djece. Stoga je važno da se kod djece razvija vještina kritičnog promišljanja (Ilišin i sur. 2001).

Često se u društvu pojavljuju osude medija, posebno televizije i računala, kao medij koji može potaknuti nasilje u društvu te okupiranje velikog dijela dječje pažnje. Upravo navedeno može rezultirati smanjivanjem vremena provedenog u prirodi, zapostavljajući igru, smanjene interakcije među vršnjacima što sve vodi k otuđivanju pojedinaca te njihova udaljavanja od stvarnog svijeta (Mikić, 2004). Prevencija usmjerena prema obrazovanju o medijima i medijskom odgoju svakog pojedinca utjecalo bi na smanjivanje negativnih pojava u društvu.

5.1. *Mediji kao manipulatori*

Mediji imaju moć manipuliranja potrebama svih segmenata društva. Posebno treba istaknuti nove medije koji sve više stvaraju paralelnu stvarnost, odnosno virtualnu zbilju čime dolazi do gubitka realne slike svijeta (Kovačić i Baran, 2018). Česte su indirektno manipulacije kroz medijske sadržaje. Breton (2004; prema Vertovšek i Tomović, 2015) definira manipulaciju kao djelovanje silom i prinudom, kojima se lišavaju slobode onih koji su njima podvrgnuti. Miliša, Tolić i Vertovšek (2009; str. 80) medijsku manipulaciju opisuju kao „...osmišljeni postupak temeljem kojega manipulatori u različitim medijima odašilju simboličke poruke, a koji utječu na svijet i ponašanje.“ U ovom slučaju, mediji kao manipulatori vješto zamjenjuju stvarne potrebe s lažnima kroz reklame, oglase, stvaranje slike o idealima, *Reality-show* emisije, bestselere. Upravo stoga manipulacija putem medija je još suptilnija i teže ju se može prepoznati (Miliša i sur., 2009).

Komercijalni mediji, čiji se opstanak temelji na gledanosti, svoje aktivnosti usmjeravaju na sadržaje koji su zanimljivi široj javnosti. Šušnjić (1976; str. 28; prema Knezović, 2016) reklame definira kao „smišljeno, sistematsko i kontrolirano širenje simbola

od strane neke moćne grupe proizvođača, koji tim simbolima prikriva svoju težnju za profitom, prikazujući svoj poslovni interes kao potrebu svih potrošača.“ Reklamni sadržaj utječe na kreiranje mišljenja o pojedinim proizvodima pogotovo kod djece koja još nemaju sposobnost kritičkog razmišljanja. Knezović (2016) navodi da su djeca najpodložnija manipulativnoj moći masovnih medija zbog nerazvijenog mehanizma raspoznavanja simbola i znakova. Posljedica toga jest snažniji utjecaj medija naspram utjecaja roditelja, škole, crkve ili vršnjaka (Majdenić, 2019).

Naglašenost važnosti društvenog konteksta u samom utjecaju reklame ističu Ilišin i suradnici (2001) te navode neke čimbenike:

- osobine primatelja,
- sposobnosti procjene različitih izvora informacija,
- obiteljski status i standard te
- utjecaj vršnjaka, a pogotovo roditeljskog potrošačkog ponašanja i stava prema određenim proizvodima.

Produživanje vremena koje djeca provode pred malim ekranima iskoristili su stručnjaci za marketing pa se tako reklame emitiraju za vrijeme prikazivanja crtanih filmova. Posljedica toga prema Miliša, (2006) jest nametanje potrošačkog načina života jer djeca rane i predškolske dobi ne shvaćaju razliku između komercijalnog i zabavnog sadržaja. Majdenić (2019) također ističe kako manipulacijom dječjim mišljenjem, željama i stavovima dolazi do stvaranja ovisnosti o medijskom podražaju što može dovesti do društveno neprihvatljivog oblika ponašanja uzrokovanog isključivanjem podražaja.

Sigman (2010) pak ističe kako se tehnike oglašavanja ne koriste samo u vrijeme stanke za reklame i ne samo kako bi se proizvod prodao već kako bi se promijenio način na koji razmišljamo i na koji se osjećamo. Mediji nameću načine kako bi pojedinac trebao razmišljati i kako bi se trebao ponašati ako želi biti priznat, uspješan i prihvaćen u društvu (Ružić, 2011).

5.2. *Medijski sadržaji obilježeni nasiljem*

„Nasilni sadržaji su prisutni u gotovo svim medijskim žanrovima – od televizijskih emisija, crtanih filmova, filmova, sportskih prijenosa, glazbenih spotova, oglasa, videoigara pa do različitih informativnih sadržaja“ (Ciboci, Kanižaj i Labaš, 2011; str. 10). Prema istraživanju kojega su proveli Huston i suradnici (1992; prema Ciboci i sur., 2011) djeca do završetka osnovne škole vide osam tisuća ubojstava i sto drugih tisuća oblika nasilja putem medija, dok u stvarnom životu vide manje od 1% takvih djela. S obzirom na to da djeca uče gledajući, može se zaključiti da će takvi prizori zasigurno ostaviti trag u njihovim životima.

Televizijski program za djecu ispunjen je raznim nasilnim sadržajima. Tako se djeca susreću s nasiljem već u najranijoj dobi gledanjem crtića. Potter i Warren (1998; prema Ciboci i sur., 2011) tvrde da je pojava nasilja u crtanim filmovima učestalija nego u akcijskim dramama i komedijama. Upravo izloženost ovakvom medijskim sadržaju dovodi do agresivnog ponašanja djeteta u svakodnevnom životu, primjerice prilikom rješavanja konflikta (Ciboci i sur., 2011). Kada je riječ o nasilnim medijskim sadržajima, valja spomenuti videoigre u kojima je nasilje nerijetko u fokusu. Bartholow i suradnici (2006; prema Ciboci i sur., 2011) govore da učestala izloženost nasilnim videoigrama ostavlja štetne posljedice na pamćenje i funkcije mozga. Potrošačke videoigre prepune su nasilja, a svojim sadržajem nalikuju na vojne simulatore za što Trend (2007, str 113; prema Ciboci i sur., 2011) smatra da „...nesmotrenu djecu pretvara u potencijalne ubojice“.

Nadalje, izloženost medijskim sadržajima obilježenim nasiljem u medijima može dovesti do oponašanja promatranog modela i izazvati određene oblike ponašanja (Ciboci i sur., 2011). Učestala izloženost takvom sadržaju može dovesti do navikavanja, odnosno do toga da gledatelji razvijaju sve veću toleranciju prema nasilju te ono za njih postaje normalna pojava. Može se zaključiti da nasilje u medijima uzrokuje desenzibilizaciju i smanjuje stupanj empatije kod gledatelja (Ciboci i sur., 2011). Bitno je naglasiti da nasilni sadržaji imaju puno veći utjecaj na mlađu djecu koja teže prate razvoj radnje zbog nedovoljno razvijenih kognitivnih sposobnosti te zbog neshvaćanja suptilnosti u komunikaciji, akciji ili motivaciji. Nadalje, autori govore kako postoji mogućnost da će nove generacije odrastati s emocionalnom i fizičkom nesigurnosti te kako bi mogli razviti iracionalne strahove o svijetu zbog izloženosti nasilju u medijima tijekom ranog djetinjstva (Erwin i Morton, 2008; prema Ciboci i sur, 2011).

5.2.1. Cyberbullying

Novi oblik internetskog nasilja, sadržajno se ne razlikuje puno od klasičnog vršnjačkog nasilja, već u sredstvima putem kojih se ono ostvaruje. Elektroničko nasilje, ili engl. *cyberbullying*, definira se kao samoinicijativno i sustavno nanošenje štete drugima koristeći se internetom ili nekim drugim oblikom novih medija (Hinduja i Patchin, 2009; prema Mandarić, 2012). Elektroničko nasilje Willard (2006; prema UNICEF, 2015) dijeli na :

1. elektroničke poruke koje sadrže vulgarnosti i uvrede,
2. prijeteće poruke,
3. ocrnjivanje ili optuživanje druge osobe slanjem glasina i laži,
4. lažno predstavljanje,
5. iznošenje osobnih tajni, podataka ili slika koje nisu namijenjene javnosti i
6. namjerno izbacivanje nekoga iz online grupe.

Razvoj novih tehnologija omogućio je djeci i mladima anonimnost, odnosno prividnu nevidljivost. Evangelisti (2009, prema Mandarić, 2012) zaključuje da se mnogi mladi upuštaju u internetsko nasilje zbog anonimnosti koju mogu imati na internetu putem lažnih profila, dok to nije slučaj u stvarnom životu. Takav način ophođenja sa žrtvom zahtjeva puno manje energije i manje je riskantno za zlostavljača. Međutim upravo zbog toga nasilnik često nije svjestan štete i boli koju nanosi drugoj osobi. Postoji nekoliko čimbenika koji mogu utjecati na nasilničko ponašanje potaknuto virtualnim nasiljem, a to su: imitiranja starijih, bijeg od stvarnosti i vlastitih problema te nerazvijene svijesti odgovornosti za vlastita djela (Mandarić, 2012).

5.3. Ovisnosti

Prema rezultatima istraživanja provedenog 2005. godine od strane Američkog psihološkog društva ukazuje da djeca prije nego krenu u vrtić provedu četiri tisuće sati ispred televizijskih ekrana (Ciboci i sur. 2011). Dok rezultati istraživanja američkog Nacionalnog centra za djecu izloženu nasilju pokazali su da prosječno dijete u Sjedinjenim Američkim Državama pred televizijskim ekranom provede 1023 sata godišnje, dok u školi provedu tek 900 sati (Erwin, Morton, 2008 prema Ciboci i sur, 2011) Temelj problema može se pronaći u činjenici da današnja djeca odrastaju uz televizor te već od malih nogu imaju svoje omiljene emisije, crtane filmove i likove. Upravo stoga može se zaključiti da djeca često radije

napuštaju druženje s vršnjacima i vrijeme provode uz televizijske sadržaje i omiljene televizijske likove (Majdenić, 2019).

Istraživanje koje je provela Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba, 2017. godine pokazalo je da gotovo sve obitelji s djecom rane i predškolske dobi u svom kućanstvu posjeduju televizor, mobitel i računalo, a čak 85% kućanstava s predškolskom djecom ima tablet. Naglašavajući kako djeca u prosjeku provode pred ekranom 2,4 sati radnim danom te 3 sata vikendom.

Najučestalija ovisnost upravo je ona o internetu. Ovisnost o internetu može se definirati kao „...kompulzivan nagon za prekomjernim korištenjem internetskih usluga na način koji narušava fizičko i/ili psihičko zdravlje te uzrokuje teškoće u svakodnevnom obiteljskom, socijalnom i radnom životu.“ (Robotić, 2015; str. 58). Nadalje, autorica objašnjava kako se može govoriti o opsesivnom korištenju elektroničkim medijima zbog sve većeg broja interaktivnih medija putem kojih se može pristupiti internetu (pametni telefoni, prijenosna računala i slično). Neki od psiholoških znakova koji ukazuju na ovisnost su:

- „...gubitak pojma o vremenu provedenom na internetu,
- preokupiranost određenim medijem,
- izoliranje od obitelji ili prijatelja,
- osjećaj krivnje i pronalaženje izgovora o vremenu provedenom na internetu,
- osjećaj euforije ili opuštenosti prilikom korištenja internetom,
- neraspoloženost, nervoza i ljutiti ispadi kod prekida korištenja izvorom ovisnosti
- gubitak interesa za ostale aktivnosti“ (Robotić, 2015; str. 85).

Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba 2008. proveli su istraživanje o navikama i iskustvima djece i mladih prilikom korištenja interneta, mobitela i drugih suvremenih tehnologija. Istraživanje je pokazalo da gotovo sva ispitana djeca (95%) posjeduju računalo, a 85% njih ima pristup internetu (Robotić, 2015). Tao i suradnici (2010) su definirali ovisnika o internetu, kao osobu koja dnevno provede preko 6 sati na internetu, pretražujući sadržaje koji nisu vezani za obrazovanje ili posao i to u periodu dužem od tri mjeseca.

Mandarić (2012) uspoređuje ovisnost o internetu s alkoholizmom i prenosi Youngovih osam kriterija o ovisnosti. Young (2011; prema Mandarić, 2012) smatra da su pokazatelji online ovisnika sljedeće značajke:

- osoba je u potpunosti zaokupljena virtualnim svijetom,
- ima potrebu većinu svog vremena provoditi na internetu,
- na internetu ostaje duže nego što je to predvidio na početku te ne može prekinuti virtualno iskustvo
- u opasnost dovodi posao, školu, odnos s obitelji i prijateljima te
- koristi internet i virtualni prostor kako bi pobjegao od problema svakodnevice.

Ukoliko pojedinac ima pet od navedenih osam pokazatelja, može se reći da je online ovisnik. Robotić (2015) ističe da su pojedina istraživanja pokazala da postoji određeni broj ljudi, osobito djece i mladih, koji pokazuju čimbenike ponašanja koji su zajednički osobama ovisnim o opijatima, a posljedice su vidljive u socijalnom i obiteljskom životu osobe.

5.4. Zdravstveni problemi

Negativni utjecaji medija odražavaju se i na cjelokupno zdravstveno stanje pojedinaca. Pretjerana izloženost medijima može imati negativan utjecaj na fizičko i mentalno zdravlje djece. Poremećaji u prehrani, nezadovoljstvo vlastitim izgledom, pretilost, oštećenje vida, hiperaktivnost i depresija samo su neki od zdravstvenih problema koje mogu uzrokovati mediji. Sigman (2010) ističe problematiku povezanu pretjeranim izlaganjem djeteta televiziji. Praćenje određenog televizijskog sadržaja skraćuje vrijeme za igru i vježbanje te samim time smanjuje fizičku aktivnosti djeteta. Uz smanjivanje fizičke aktivnosti autor naglašava kako sve veći broj djece obroke konzumira upravo ispred malih ekrana pri čemu nisu svjesni količine hrane koju unose u sebe što može izazvati pretilost. Također, Sigman (2010) tvrdi kako broj sati gledanja televizije povećava rizik od povišene razine kolesterola u djece. Nadalje, ističe da gledanje televizije potiče sjedilački način života te pojedinac tijekom vremena provedenog ispred ekrana nerijetko poseže za nezdravom hranom (Sigman, 2010). Također, autor spominje da i sam komercijalni televizijski program propagira konzumaciju brze hrane. Nadalje, pretjerano gledanje televizije može uzrokovati oštećenje vida. Sigman (2010) se poziva na međunarodno istraživanje objavljeno u američkom časopisu za genetiku upozorava na dramatičan porast kratkovidnosti kod djece

mlađe dobi. Gledanje televizije povezuje se i sa sve važnijim svjetskim problemom, depresijom. Istraživanje, pod nazivom „Koliko vremena i uz koje rizike djeca provode na internetu i Facebooku“, Poliklinike za zaštitu djece grada Zagreba iz 2013. godine pokazalo je da djeca koja imaju manju kontrolu nad korištenjem interneta imaju lošiju sliku o sebi, tjeskobnija su, pokazuju više simptoma depresivnosti te su sklonija neprihvatljivom ponašanju (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2013). Također, rezultati govore kako zbog prekomjernog korištenja interneta čak 9% djece ima osjećaj nedostatka sna, a 10% ih se osjeća nemirno i razdražljivo kada nemaju pristup internetu (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2013). Uz navedeno, pretjerano korištenje interneta može izazvati i anksioznost, psihosomatske smetnje, poremećaj hiperaktivnosti i deficita pažnje te neurološki poremećaj. U časopisu *Pediatrics*, izašao je podatak kako oko sedam posto djece danas boluje od poremećaja hiperaktivnosti i pomanjkanja pažnje što se također smatra posljedicom pretjerane izloženosti medijskim sadržajima na televiziji (Sigman, 2010).

6. PREPORUKE ZA RODITELJE U MEDIJSKOM OPISMENJAVANJU DJECE

Ana Dokler, urednica portala Medijska pismenost, u intervjuu za UNICEF (2018) kazala je sljedeće: „Stručnjaci se slažu da djecu treba početi medijski opismenjavati od trenutka kada počnu koristiti medije, a to je danas već negdje u vrtićkoj dobi. U tom najranijem periodu ključna je uloga roditelja u smislu biranja sadržaja za djecu i objašnjavanju zašto nešto gledamo, a zašto ne, te polako poučavanje djece kako kritički analizirati te sadržaje.“ Nadalje ističe da je edukacija roditelja o utjecaju medija nužna kako bi se problem medijske pismenosti dugoročno umanjio. Bitno je istaknuti da upravo roditelji svojim primjerom i navikama korištenja medija oblikuju dječje navike korištenja istih (Ilišin, 2003; prema Sindik, 2012). Stoga finski Nacionalni audiovizualni institut (2017) navodi kako upravo odrasli u obitelji imaju odgovornost podučiti dijete kako primjereno koristiti medije i tako ublažiti njihov negativni učinak.

Kuterovac Jagodić, Stulhofer, i Manzoni (2016) iznijeli su nekoliko preporuka za roditelje kada je riječ o zaštiti djece od negativnih utjecaja elektroničkih medija:

- ne dopustiti pretjeranu izloženost djeteta medijskom sadržaju ili medijskim platformama,
- televizor držati u zajedničkoj, a ne dječjoj sobi,
- ograničiti vrijeme gledanja televizijskih programa ili korištenja pojedine medijske platforme,
- ne dopustiti da dijete bude izloženo nasilnom ili seksualnom medijskom sadržaju,
- voditi računa o drugim aktivnostima djeteta poput igre, učenja i druženja s vršnjacima,
- biti dobar uzor svojoj djeci u korištenju televizije i medijskih platformi,
- biti upoznat s mogućnostima tehničke zaštite djece od štetnih sadržaja.

Nadalje, preventivne postupke podijelili su na restriktivno i aktivno posredovanje. Restriktivno posredovanje podrazumijeva opći roditeljski stil odgoja i nadzor nad količinom, mjestom i sadržajima kojima je dijete izloženo, dok se aktivno posredovanje odnosi na aktivne oblike razgovora s djetetom za vrijeme gledanja određenog sadržaja te davanje primjera o odgovornoj upotrebi medija (Kuterovac Jagodić i sur., 2016). Kod aktivnog posredovanja roditelj interpretira, pojašnjava i raspravlja o određenom sadržaju.

Autori medijski pismenog roditelja smatraju onim roditeljem koji:

- ukazuje djetetu na zanimljive programe i pomaže u odluci kada će se i što gledati,
- razgovara s djetetom o medijskom sadržaju te o osjećajima i raspoloženju koje taj sadržaj izaziva kod djeteta,
- objašnjava djetetu štetnost određenog sadržaja,
- upozorava dijete kada je neki događaj stvaran, a kada je on izmišljen,
- potiče dijete na kritičnost prilikom biranja sadržaja te
- ukazuje djetetu na namjere i svrhe oglašavanja.

Roditelji trebaju biti uključeni u djetetove medijske aktivnosti, poticati ih na istraživanje i kritičko razmišljanje, pružiti im podršku i omogućiti sigurno korištenje medija. Oni su odgovorni za usmjeravanje djeteta da medije koristi na način koji podupire uključivanje i uvažavanje različitosti te mogućnosti ostvarivanja promjena (Nacionalni audiovizualni institut, 2017).

7. ZAKLJUČAK

Mediji kao sredstvo svakodnevne uporabe sve više utječu na promjene društva i pojedinaca, posebice djecu. Svojim utjecajem, mediji ostavljaju sve veći trag na djetetov cjeloviti razvoj. Posljedično tome, medijska pismenost postaje ključna kompetencija u odgoju i obrazovanju djece. Medijskim opismenjavanjem nastoji se pripremiti dijete za svijet medija te spriječiti potencijalne negativne utjecaje. Djeca već u najranijoj dobi ulaze u svijet medija, nesvjesna mogućih opasnosti i negativnih utjecaja. Kako najviše vremena provode u obitelji i dječjem vrtiću, uloga roditelja i odgajatelja ključna je komponenta njihova medijskog odgoja.

Glavni cilj medijske pismenosti jest osposobljavanje djece, ali i odraslih, za pravilno korištenje medija te kritičko promišljanje o porukama medijskog sadržaja. S medijskom pismenosti usko je povezan i pojam medijski odgoj koji omogućava medijsku pismenost i ovladavanje medijskim kompetencijama. Medijski odgoj je dio medijske pedagogije te se smatra ključnim segmentom medijskog obrazovanja. Bitno je istaknuti da je medijska pedagogija usmjerena na razvijanje kompetencija i kritika nasuprot medijima koji su postali manipulatori.

Hoće li mediji utjecati na pojedinca pozitivno ili negativno ovisi o nizu okolnosti. Medije, koji utječu na ponašanje, stavove i svjetonazore pojedinca, danas smatramo ključnim sredstvom socijalizacije. Njihovim pravilnim korištenjem moguće je doprinijeti cjelovitom razvoju djeteta. Medijski sadržaji mogu biti izvor novih informacija, mogu obrazovati, poticati dječju znatiželju i razvijati njihove verbalne sposobnosti i komunikacijske vještine. Nadalje, brojni sadržaji namijenjeni djeci potiču razvoj kreativnosti i mašte te motorički razvoj u najranijoj dobi. Također, mnogi sadržaji daju djetetu uvid o svijetu oko sebe na njemu zanimljiv način. S druge strane, utjecaj medija skriva brojne opasnosti koje mogu loše utjecati na razvoj djeteta. Sadržaji koji potiču nasilje, iskrivljeni ideali ljepote, ovisnost i manipulacija sadržajem samo su neke od negativnih strana medija koje utječu na fizički, emocionalni i socijalni razvoj djeteta. Upravo su roditelji oni s kojima treba započeti proces medijskog opismenjavanja kako bi bili kompetentni stvoriti sigurno okruženje za djecu u svijetu medija. Njihova je odgovornost usmjeriti dijete da pravilno koristi medije te kritički razmišlja o medijskom sadržaju.

8. LITERATURA

- Antonović, D. (2019). Partnerstvo roditelja i odgojitelja u svojstvu osnaživanja temeljnih kompetencija za razvoj djeteta. U: Kolar Billege, M., Zajedno rastemo – kompetencije djeteta za cjeloživotno učenje. Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu Dječji vrtić Cvrčak, Čakovec.
- Balić-Šimrak, A. (2011). Likovni aspekti ilustracije u dječjim knjigama i slikovnicama. *Dijete, vrtić, obitelj: Časopis za odgoj i naobrazbu predškolske djece namijenjen stručnjacima i roditeljima*, 17 (66), 10-12.
- Blažević, N. (2012). Djeca i mediji – odgoj na »televizijski« način. *Nova prisutnost : časopis za intelektualna i duhovna pitanja*, 5 (3), 479-493.
- Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (2011). Djeca medija: od marginalizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska.
- Erljavec, K. i Zgrabljčić, N. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu Hrvatski model medijskog odgoja. *Medijska istraživanja*, 6 (1), 89-107.
- Glasovac, Z. (2010). *Osnovno o medijima i njihovom mogućem utjecaju na djecu predškolske dobi*. Belišće: Dječji vrtić Maslačak.
- Hug, Theo (2007.): *Aufwachsen im Medienzeitalter - Überlegungen zu den veränderten aufgabenbereichen und Zustandigkeit der Medienpädagogig*. Institut für Erziehungswissenschaft der Uni Innsbruck.
- Ilišin, V., Marinović Bobinac, A. i Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: Uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
- Knezović, K. (2016). Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete. *Diacovensia : teološki prilozi*, 24 (4), 645-666.
- Kolucki, B. i Lemish, D. (2013). *Kako komunicirati s djecom*. Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF), Ured za Hrvatsku.
- Kovačić, S. i Baran, T. (2018). Novi mediji – generator novih tehnika manipulacija. *Hum*, 13 (19), 271-294.
- Kurikulum / Medijska pismenost. (2017). Kuća ljudskih prava Zagreb. https://www.kucaljudskihprava.hr/wpcontent/uploads/2017/03/kurikulum_medijska_pismenost1.pdf Pristupljeno 25. veljače 2022.
- Kuterovac Jagodić, G., Stulhofer, A. i Manzoni, M. (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. Agencija za elektroničke medije, Ured za Hrvatsku.

- Laboš, D., Marinčić, I. i Mujčinović, A. (2019). Percepcija djece o utjecaju videoigara. *Communication Management Review*, 4 (1), 8-27.
- HRT (2016). *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: Naklada Ljevak, d.o.o.
- Majdenić, V. (2019). *Mediji, tekst i kultura*. Zagreb: Naklada Ljevak, d.o.o.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131- 149.
- Matijević, M. i Topolovčan, T. (2017). *Multimedijska didaktika*. Zagreb: Školska knjiga
- Medij. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 10. ožujka 2022. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39755>
- Miliša, Z., Tolić, M. i Vertovšek, N. (2009). *Mediji i mladi: Prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara
- Miliša, Z. (2006). Manipuliranje potrebama mladih. Zagreb: MarkoM
- Mikić, K. (2004). Mediji i roditelji (I). *Zapis: Bilten Hrvatskog filmskog saveza*, (46). http://www.hfs.hr/nakladnistvo_zapis_detail.aspx?sif_clanci=483#.YgV2dN_MK5c . Pristupljeno 14. siječnja 2022.
- National Audiovisual institut (2017). Children i Media: a handbook for parents and guardians. https://kavi.fi/sites/default/files/documents/children_and_media.pdf Pristupljeno 10. ožujka 2022.
- Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2013) Koliko vremena i uz koje rizike djeca provode na Internetu i Facebooku. [poliklinika-djeca.hr. https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/nase-istrazivanje-koliko-vremena-i-uz-koje-rizike-djeca-provode-na-internetu-i-facebooku/](https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/nase-istrazivanje-koliko-vremena-i-uz-koje-rizike-djeca-provode-na-internetu-i-facebooku/) . Pristupljeno 5. veljače 2022.
- Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2.6.2017). Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima (rezultati). [poliklinika-djeca.hr. https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/](https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/) . Pristupljeno 5. veljače 2022.
- Popek, I. (2019). Utjecaj medija. Dječji vrtić Milana Sachsa. <https://vrtic-milanasachsa.zagreb.hr/default.aspx?id=420> . Pristupljeno 4. veljače 2022.
- Robotić, P. (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *Journal of Applied Health Sciences*, 1(2), 81-96.
- Rogulj, E. (2014). Utjecaj novih medija na dječju igru. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 16 (1), 267-277.
- Rogulj, E. (2019). Digitalne tehnologije u komunikaciji odgojitelja i roditelja. (doktorski rad). Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.

- Ružić, N. (2011.) Zaštita djece na Internetu. *Nova prisutnost: časopis za intelektualna i duhovita pitanja*, 9 (1), 155-169.
- Sigman, A. (2010). *Daljinski upravljani: kako televizija šteti našim životima – i što po tom pitanju možemo učiniti*. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.
- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 18(1), 5-32.
- Sindik, J. i Veselinović, Z. (2010). Kako odgajateljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 16(2), 107-133.
- Tao, R., Huang, X. (...) Li, M. (2010). Proposed diagnostic criteria for internet addiction. *Addiction*, 105 (3), 556-564.
- Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 22 (2), 97-103.
- UNICEF (2015). *Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima*. Ured UNICEF-a za Hrvatsku. https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Izvjestaj_Iskustva_i_stavovi_djece_roditelja_i_ucitelja_prema_elektronickim_medijima.pdf . Pristupljeno 15. siječnja 2022.
- UNICEF (2018). „Roditelji imaju ključnu ulogu u najranijem medijskom opismenjavanju djece i izboru sadržaja“ Intervju: Ana Dokler. <https://www.unicef.org/bih/pri%C4%8De/%E2%80%9Eroditelji-imaju-klju%C4%8Dnu-ulogu-u-najranijem-medijskom-opismenjavanju-djece-i-izboru-sadr%C5%BEaja> . Pristupljeno 22. veljače 2022.
- Vertovšek, N. i Tomović, A. (2015). Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije. *In medias res : časopis filozofije medija*, 4(6), 952-969.
- Žderić, J. (2009). *Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke*. Zagreb: Sretna knjiga.
- Zgrabljić Rotar, N. (2005). *Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*. U: Zgrabljić Rotar, N. (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo (9-45)*. Sarajevo: Mediacentar.
- Žitinski, M. (2009). Što je medijska pismenost. *Obnovljeni život*, 64 (2), 233-246.

9. IZJAVA O IZVORNOSTI ZAVRŠNOG RADA

Izjavljujem da je moj završni rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.

(vlastoručni potpis studenta)