

Percepcija odgojitelja o utjecaju medija na djecu predškolske dobi

Bagarić, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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:147:982744>

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

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

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

ODSJEK ZA UČITELJSKE STUDIJE/ODGOJITELJSKI STUDIJ

Iva Bagarić

PERCEPCIJA ODGOJITELJA O UTJECAJU MEDIJA NA DJECU PREDŠKOLSKE DOBI

Diplomski rad

Mentor rada:

Izv. prof. dr. sc. Marina Gabelica

Sumentor:

Doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša

Zagreb, rujan, 2023.

SADRŽAJ

SAŽETAK

SUMMARY

1. UVOD.....	1
2. MEDIJI	2
2.1. Povijesni razvoj masovnih medija	2
2.2. Utjecaj medija na medijske korisnike	4
3. MEDIJI U SVAKODNEVNOJ ZAJEDNICI	6
3.1. Mediji i obitelj	6
3.2. Mediji i djeca.....	10
3.3. Mediji u vrtiću	13
3.4. Percepcija odgojitelja o medijima i njihovom utjecaju na djecu.....	16
4. POZITIVNE I NEGATIVNE STRANE MEDIJA.....	20
4.1. Izlaganje ekranima	20
4.2. Ponuda sadržaja	22
4.3. Crtani filmovi i kvalitetan program.....	23
5. ULOGA MEDIJA U ŽIVOTIMA MEDIJSKIH KORISNIKA	26
5.1. Obrazovanje	26
5.2. Zabava.....	28
6. ISTRAŽIVANJE	30
6.1. Uzorak.....	31
6.2. Rezultati istraživanja.....	31
6.2.1. Usavršavanje odgojitelja u području medijske pismenosti	33
7. ZAKLJUČAK	36
8. LITERATURA.....	38

SAŽETAK

Mediji su od samog početka predstavljali promjenu za čovječanstvo te su danas postali sastavni dio svakodnevnog života, kako djece tako i odraslih. Iako nas mediji informiraju, obrazuju i zabavljaju, postavlja se pitanje njihova utjecaja na naše ponašanje, mišljenje i stavove. Tom su utjecaju osobito sklona djeca koja bez životnog iskustva nisu sposobna samostalno procijeniti sadržaj koji biraju. Mladi su budućnost kojima ostavljamo znanja i prenosimo vrijednosti, a kako vrijeme odmiče suočavamo se sa sve većim preprekama u njihovom odgoju i obrazovanju. Utjecaj medija na društvo, posebno na djecu, sve više zabrinjava stručnjake. Odgojitelj kao stručnjak svoje prakse uočava probleme koje donosi moderno doba i tehnologija s njim. Glavna zadaća odgojitelja je preuzeti kontrolu i postupiti odgovorno te na taj način omogućiti djetetu najbolji mogući razvoj. Da bi se uvidjele mogućnosti koje se pružaju potrebno je osigurati sigurno i poticajno medijsko okruženje. Kroz ovaj rad provedeno je istraživanje o percepciji odgojitelja o utjecajima medija na djecu predškolske dobi.

Ključne riječi: mediji, utjecaj, odgoj, dijete, odgojitelji, vrtići

SUMMARY

From the very beginning, the media represented a change for humanity, and today they have become an integral part of the daily life of both children and adults. Although the media informs, educates and entertains us, the question of its influence on our behavior, opinions and attitudes arises. Children who, without life experience, are not capable of independently evaluating the content they choose are particularly prone to this influence. Young people are the future, to whom we leave knowledge and transmit values, and as time goes on, we face increasing obstacles in their upbringing and education. The influence of the media on society, especially on children, worries experts more and more. The educator, as an expert in his practice, notices the problems brought by the modern age and the technology that comes with it. The main task of the educator is to take control and act responsibly and, in this way, enable the child to have the best possible development. In order to see the possibilities that are provided, it is necessary to ensure a safe and stimulating media environment. Through this work, research was conducted on educators' perceptions of media influences on preschool children.

Keywords: media, influence, education, child, educators, kindergartens

1. UVOD

Razvojem tehnologije bilo je neupitno da će doći vrijeme kada će ona naprosto postati dio svakodnevnice. Neizbježno je pružati otpor tom globalnom fenomenu jer mediji prije svega služe kao sredstvo informiranja, obrazovanja i zabave. Pokušavajući se povezati na svjetskoj razini, društvo je osuđeno i na sveobuhvatan sadržaj neovisno o njihovim interesima i preferencijama. Postali su i više nego dio naših života, mogli bismo reći da većina ne može ni živjeti bez njih. Umjesto korisnika pretvorili smo se u njihove "robove" i dopuštamo potpunu kontrolu nad našim životima. Dolazimo u fazu kada je nesumnjivo teško odbiti i reći ne medijima jer su se toliko ukorijenili kao da su dio našeg DNA. Sve i da se ponašamo neutralno i ne obraćamo potpunu pozornost na njih, pronaći će svoj put do nas, ako ne direktno, onda preko naših poznanika.

Glavna misija informiranja jest davanje informacija, obavijestiti i usmjeriti ih preko posrednika do nas. Međutim, njihova glavna zadaća je postala toliko banalna da nismo niti svjesni koliko nepotrebnih informacija pronađe put na površinu, dok one bitne ostaju prekrivene. I brojna istraživanja pokušala su ukazati na utjecaj medija, posebice na njihove pozitivne i negativne strane.

Danas postaje sve teže na adekvatan način pristupiti djetetu i biti u korak s vremenom u kojem ih se odgaja. Odrastanje u digitalnom dobu donosi sa sobom niz prepreka i izazova povezanih s utjecajem medija na njegov razvoj. Već od njihove najranije životne dobi susrećemo se s utjecajem medija na nj. Kao aktivni članovi društva i sami su izloženi informacijama koje u ranoj dobi ne mogu u potpunosti razumjeti. Tu na snagu stupaju odrasli - roditelji, a osobito odgojitelji kojima je temeljna zadaća omogućiti nesmetan i kvalitetan rast i razvoj kao i odgoj i obrazovanje. Odgojitelji kao vrsni poznavatelji svoje struke dužni su ne samo medije predstaviti kao izražajno sredstvo, već i o njima podučiti mlađe generacije, analizirati ih i razgovarati o medijskim sadržajima. Edukacija na području medija i medijska pismenost, početak je ka sigurnom i poticajnom medijskom okruženju za dijete.

2. MEDIJI

Ovisno o tome koje područje znanosti ih tumači razlikuju se i pogledi na medije pa tako sam naziv ima nekoliko značenja, ali glavna im je zadaća da služe za prenošenje informacije ili poruke (Jurčić, 2017). Ta poruka dolazi nam u pisanom ili usmenom obliku, vizualnom ili auditivnom, a što je više uznapređovala, sada je možemo primiti i putem tiska, radija, televizije te interneta. Osim glavne funkcije suvremenih medija – informiranja, mediji su važni i u obrazovanju, zabavi, socijalizaciji, integraciji, kritici i kontroli (Rus-Mol, Zagorac Keršer, 2005).

2.1. Povijesni razvoj masovnih medija

Još od prve pojave medija dolazi do značajnih promjena u društvu. Naime, povijesni razvoj većine medija povezan je s kontekstom u kojem nastaju. U najmanju ruku mediji generiraju pojavu novih materijala, uređaja, ekonomskih promjena i promjena u načinu življenja i mišljenja (Kolar, 2011). Krenuvši od tiska i prijevoza (željeznica, povezanost) do provođenja slobodnog vremena (televizija, internet) i načina komunikacije (telegraf, telefoni i pametni mobiteli). Mediji utječu na svoje korisnike i da bismo ih mogli koristiti moramo prije svega upoznati što oni jesu. Medij se najčešće određuje kao sredstvo komuniciranja ili prenošenja neke vijesti (Jurčić, 2017).

Počeci masovnih medija sežu daleko u povijest. Tisak je razvijen oko 1450. godine kada je Johannes Gutenberg izumio tiskarski stroj (Briggs, Burke, 2011). Do tada su svi zapisi i knjige prepisivani rukom. Drevne civilizacije svoja su pisma željela očuvati. Svaka od tih kultura imala je svoje tradicionalne zapise: Egipat (papirus), Mezopotamija (glinene ploče), Kina (bambusove ploče) i Indija (palmin list). U 6. stoljeću kineska je civilizacija rabila drvene ploče i rezbarila ih u svrhu umnožavanja tekstova, dok su se u Europi sve do 15. stoljeća one umnožavale ručno (Skole.hr, 2022). Ipak, doprinosi Johanna Gutenberga svakako je omogućio masovno širenje znanja. Najstariji medij upravo i jest tisak. Iako danas opada popularnost tiska kao medija, on nije izumro već su ga zamijenili elektronički poput radija i televizije i interneta kao novog medija.

Radio je jedan od elektroničkih medija nastao u 19. stoljeću. Riječ je o prvom netiskanom auditivnom mediju koji je i danas još uvijek popularan, ali ne u mjeri kao prije. Radio karakterizira auditivni sadržaj kao što su emitiranje zvuka, glasa, glazbe i šumova, te

raznolikih novinskih žanrova (Jurčić, 2017). Od informativnih programa, emisija, kvizova i radiodrama koje su doživjele svoj procvat, do početka 1950. spomenuti žanrovi prelaze s radija na televiziju.

Bežični prijenos pokretne slike vrlo brzo postaje najutjecajniiji medij i danas na visokom mjestu kada govorimo o utjecaju medija. Svako kućanstvo danas posjeduje televizijski uređaj koji je praktički postao neizbježni član svake obitelji. Danas većinu svog slobodnog vremena provodimo ispred televizora, te čak i ako ne pratimo program, dio je pozadinske buke i ugođaja. Slično poput radija, pruža zabavu i zadovoljstvo (Jurčić, 2017). Pojava televizije izazvala je velike kritike (Kolar, 2011) jer je veće korištenje televizije oduzimalo vrijeme za neke druge aktivnosti, premda je televizija istodobno mogla poticati interes za čitanje, razgovor, igru, jelo i slično. Pokazalo se da televizija smanjuje sudjelovanje u društvenim aktivnostima i da se televizija gleda iz navike, dosade i potrebe za opuštanjem (Ilišin, 2003). Unatoč činjenici da stari mediji nikada neće ostati u drugom plana, povijesna logika nalaže da novi mediji uspijevaju izboriti svoje mjesto u konkurenciji postojećih medija (Kolar, 2011).

Internet, posljednji i danas najpopularniji medij, svoje širenje započinje upravo u drugoj polovici 20. stoljeća. Isprva za vojne svrhe i istraživanja, a za njegov oblik kakvog poznajemo danas zaslužan je Tim Berners Lee. On je 1991. kreirao www ili tzv. World Wide Web, sustav koji nam omogućuje pregledavanje, povezivanje i sortiranje informacija (Enciklopedija.hr, n.p). Svjetska mreža omogućuje nam povezivanje sa svim dijelovima svijeta. Ovaj medij pruža najviše mogućnosti od bilo kojeg drugog medija. Internet je danas zasjenio novine, televiziju i radio, ali to ne znači da ih je isključio iz upotrebe. Kao medij dobro se ostvaruje u virtualnom prostoru jer prekoračuje sve druge tradicionalne oblike zbog pružanja veće interakcije (Kolar, 2011). Razdoblje koje je potrebno za privikavanje na novi medij je relativno kratko (Gunter, McAleer, 1997 prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Širenje medija tako osposobljava i njihove korisnike i preoblikuju svakodnevicu u kojoj se nalazimo. Mediji možda jesu tu da nam omoguće znanje i informiranost, ali imaju poseban utjecaj na ljudsku svijest. Suvremeno društvo bogatije je medijima, sadržaj je brojniji i zaokuplja sve veći broj ljudi (Ilišin, 2003). Ono što se želi naglasiti jest da dostupnost novih medija povećava količinu vremena korištenja istih. Upravo ovim aspektom nastoji se upozoriti i osvijestiti rizike koje ima korištenja masovnih medija (Ilišin, Marinović Bobinac, 2001).

2.2. Utjecaj medija na medijske korisnike

Bez obzira na to jesmo li skloniji tradicionalnim ili novim medijima, činjenica je da mediji utječu na medijske korisnike. Neosporno je da mediji, ponekad i radikalno, transformiraju društvo (Kolar, 2011). Našu percepciju oko toga kako ćemo ih doživjeti i iskoristiti ovisi o utjecaju koji imaju na nas i sadržaju kojem smo izloženi. Informiranje, obrazovanje, zabavljanje i estetika funkcije su čiji je cilj publici ponuditi raznolikost za zadovoljenje potreba medijskih korisnika (Jurčić, 2017). Primjerice, ako nas zanimaju zabavni materijali i kontinuirano se izlažemo zabavnom sadržaju poput aplikacija i igrica, preporučeni će sadržaj nuditi više sličnih opcija. Ako je sadržaj koji se prati informativan, pojavljivat će se aktualne vijesti i oglasi. Pojava interneta omogućila je da se sadržaj prilagodi i individualizira društvu i današnji suvremeni čovjek ima potrebu za informacijama što utječe na funkcioniranje društvenog života (Jurčić, 2017).

Sami mediji, odašilju informacije, informiraju nas, nameću stavove i mišljenja, ali mogu stvoriti i nove vrijednosti. S te strane smatra ih se pozitivnima jer potiču određeno društvenoprihvatljivo ponašanje, potiču toleranciju i smanjuju razliku među društvenim slojevima, doprinose društvu u cjelini, potiču maštu i kreativnost (Jurčić, 2017). Osim što im uloga može biti društveno korisna, zabavna, odgojna, spoznajna, djelovanje medija utječe i na ostala područja poput oblikovanja identiteta i znanja (Valković, 2016). O karakteru medijskog korisnika ovisi koliko će mediji utjecati na njega i koliko će biti podložan oblikovanju mišljenja. Mediji će na pojedinca imati jak ili slab utjecaj.

Prikupljeno je mnogo empirijski utemeljenih istraživačkih nalaza o značajkama kao i funkcijama i utjecaju medija na sve brojniju publiku (Ilišin, 2003). U kontekstu tih istraživanja pažnja se stavlja na medije kao socijalne agense, jer dobro je poznato da potencijalni utjecaj medija počinje od prvog dana života. Odrastanje u okruženju u kojem su mediji neizbježni vode do brzog navikavanja i vrlo ranog zanimanja za korištenje nekog medija (Ilišin, 2001). Common Sense Census tako navodi da se godinama upotreba medija povećala, osobito tijekom pandemijskog razdoblja, usporedno s brojkama prijašnjih godina. Njihov porast je sve veći s obzirom na predpandemijsko razdoblje (Common Sense, 2021). Navedeni rezultati predstavljaju priliku da roditelji i odgojitelji razmisle o tim brojkama. Kvaliteta odgoja ovisit će o tome kako zapravo provodimo vrijeme, aktivnostima koje nas ispunjavaju i u kojima uživamo, a istovremeno ograničiti one koje su važne za naše zdravlje kao i odnos s bližnjima.

U vremenskom razdoblju od 2019. do 2021. ukupna količina korištenih medija, onih na ekranu, među tinejdžerima porasla je za 17% pri čemu to nije uključivalo vrijeme provedeno uz ekrane u edukativne svrhe (Common Sense, 2021). Osim toga, dnevni prosjek korištenja društvenih medija porastao je u prosjeku za 10-18 minuta dnevno (Common Sense, 2021). Broj djece i mladih koji koriste društvene mreže prije no su uopće dovoljno stari za njih je također u porastu, dok je vrijeme koje provode na društvenim mrežama poraslo za 8 minuta u dobi od 8 do 12 godina (Common Sense, 2021). Uzimajući u obzir da tinejdžerima tehnički uopće nije dopušteno provoditi vrijeme na platformama društvenih mreža, ovaj porast je zabrinjavajući za sve osobe uključene u odgoj i obrazovanje (Common Sense Census, 2021). Potrebno je digitalni svijet učiniti zdravijim, sigurnijim i pristupačnijim u smislu osiguravanja primjerenog okruženja za njegove korisnike.

3. MEDIJI U SVAKODNEVNOJ ZAJEDNICI

3.1. Mediji i obitelj

Kako će mediji utjecati na korisnike ovisi o načinu na koji ih koristimo, kvaliteti sadržaja kojem pristupamo, količini vremena koje provodimo i uključenosti odraslih od najranije dobi. Proces educiranja djeteta usmjeren je na odgoj i usvajanje određenih vrijednosti, a prvi društveni nositelji takvog djelovanja su obitelj, škola i Crkva (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Neupitno je da vrlo važnu ulogu u djetetovu životu ima obitelj jer djeca u njoj provode najviše vremena. Ona stoga predstavlja prvo okruženje kojem dijete svjesno pristupa i važni su sudionici u prvim godinama njihova života. Za najraniju dob poželjno je da provode što više vremena uz obitelj i mirno okruženje (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018).

Djeca uče u obitelji o životu, pa i o životu s medijima, a pravilan odnos prema medijima mora se vježbati. Dvije bitne činjenice u postupcima roditelja u vezi s medijima jesu da suvremena djeca odrastaju uz medije te da djeca uče u obitelji o životu s medijima (Sindik, 2011). Od najranije životne dobi dijete raste u obiteljskoj zajednici i slobodno vrijeme provodi u skladu s definicijom obitelji. To bi značilo da je važno da vrijeme koje provode zajedno provode kvalitetno u komunikaciji, igri i druženju. Provodeći veći dio dana unutar obitelji, okruženo bliskim osobama koje ga prate u svim koracima, dijete se u njoj oblikuje kao osoba te pritom razvija vlastitu osobnost. Odnos s drugima nezaobilazna je u ulozi oblikovanja osobnog i kolektivnog identiteta (Valković, 2016). Na odraslima, roditeljima, općenito jest zadaća, i prije svega obaveza, da preuzmu odgovornost oko svih prepreka, bilo da su postojeće ili nadolazeće.

Djeca odrastaju u takvom okruženju (obitelji) koja daje temelje koje društvo nikada neće moći zamijeniti. Odrasli u obitelji ne moraju, niti mogu, biti stručnjaci za sve medijske fenomene zanimljive djeci (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Što se medija tiče, moraju biti kulturno osviješteni i upućeni u svijet medija kako bi mogli razlikovati negativne i pozitivne strane te smanjiti potencijalni negativni utjecaj medija na djecu. Provoditi kvalitetno vrijeme i više vremena s djetetom je ono što svaki roditelj želi omogućiti. No, bez obzira na količinu vremena koju roditelji provode sa svojim djetetom, važno je stvoriti mu toplu atmosferu, pružiti povjerenje, sigurnost i ljubav (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019).

Nitko ne može točno znati koliko vremena provodimo u krugu obitelji, a još manje koliko je tog vremena provedeno u blizini medija. Masovni mediji postaju sve važniji socijalni agensi (Ilišin, Marinović Bobinac, 2001). Od najranije dobi napučeni smo medijima, ali posebnu pozornost treba obratiti na obitelji. Posebice u vidu komunikacije između roditelja i djece. Jer na toj relaciji odnosa roditelj - dijete, postojanje veze koju stječemo je nezamjenjiva. Povezanost u tom odnosu gradi se od početka i ako u tome uspijemo, naravno da će i ta povezanost biti značajnija, gradit će se kvalitetan odnos i suživot, a povjerenje je najsigurnija kvaliteta koju možemo ostvariti. Kasnije u predškolskoj i školskoj dobi dolazi do novih zanimanja i razgovora od kojih su među djecom nesumnjivo najčešće one na temu škole, prijatelja, ljubavi, filmova i glazbe. Komunikacija s roditeljima zna biti dosta jednolična i problem je u tome da roditelj ipak ne raste paralelno s djetetom (Ilišin, Marinović Bobinac, 2001). Međutim, obitelj je ta koja izgrađuje najprihvatljivije vrijednosti pa time i društveni ugled. Slobodno vrijeme koje provode unutar obitelji ovisi o nizu čimbenika - statusu roditelja, broju članova, mjestu stanovanja te djetetovom interesu. S druge strane, starija djeca, sukladno rezultatima brojnih istraživanja, sve više vremena provode koristeći se svim vrstama medija. Djeci zaposlenih roditelja, a posebno djeci u obiteljima s većim brojem djece, mediji su "treći roditelj", pa vjerojatno i provode dulje vremena koristeći ih (Sindik, 2011). Iako slobodno vrijeme najčešće provode s prijateljima, u gledanju televizije i slušanju glazbe, tek je mali dio onih koji provode vrijeme u izvanškolskim aktivnostima. To se isto tako odražava i na uspjeh u školi jer bolje ocjene imaju djeca iz obitelji s višim statusom i više su zainteresirana (da ne govorimo i da im je lakše priuštiti) za različite aktivnosti. U to ulaze sport, glazbene i plesne škole i škole stranih jezika. Pretpostavka je zasnovana na rezultatima prijašnjih istraživanja, ali i praktičnih iskustava. Time su i odgojno-obrazovne metode manje sofisticirane što su sve faktori za djetetovo rjeđe korištenje računala (Sindik, 2011).

Slobodno vrijeme ostale djece temelji se na korištenju medija ako su im na raspolaganju. Jezik medija možda nije posve jednostavan, ali to ne znači da ga je nemoguće naučiti i njime se koristiti. Taj medijski utjecaj započinje u vrlo ranoj dobi jer svaki je obiteljski dom ispunjen medijima.

Činjenica da djeca provode mnogo vremena uz prisutnost različitih medijskih sadržaja, takva interaktivna tehnologija u formalnom i neformalnom obliku učenja itekako ima utjecaj i na obiteljski život (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Dakle, odrasli moraju imati nadzor nad djetetovim ponašanjem u "društvu" medija. Mediji čine nestvaran prostor koji se razlikuje

od tradicionalnog okruženja i roditelji moraju naučiti dijete kako se koristiti tim prostorom i ispravno birati sadržaj. Masovni mediji ne ugrožavaju posve njihovu sigurnost i socijalnost, no bez nadzora roditelja moguće je razviti probleme ovisnosti, problematičnog ponašanja i dr. Oslabljen je utjecaj i odgojnih institucija pa mediji koriste priliku da zauzmu i ta mjesta i utječu na edukativne procese od kojih je jedan i proces socijalizacije (Valković, 2016). Taj oblik virtualne stvarnosti koja se uvelike razlikuje od stvarnog svijeta može stvoriti rizike za psihički i fizički razvoj pa su djeca izložena riziku zloupotrebe ili ovisnosti o internetu (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Djeca koja prečesto igraju videoigre povećavaju rizik od nastanka ovisnosti. Još neke od negativnih strana su izloženost nasilju, razvijanje ili pojačavanje negativnih rasnih i seksualnih stereotipa. Sigurno je da će medijima glavna funkcija biti zabava, nešto rjeđe i edukativna, pa se djeca u izboru sadržaja neće bitno razlikovati. Mlađa djeca predškolske dobi, starija djeca i adolescenti i starija populacija podjednako vole provoditi vrijeme u onome što ih zabavlja i zanima. Bitnije razlike su tek one u tim preferencijama i vremenu koje ćemo izdvojiti za takav sadržaj.

Današnje pitanje odgoja prepušta se stručnjacima i sav teret pada u ruke obrazovnih ustanova koje nisu toliko fleksibilne za pojedino dijete, rjeđe uvode nove sadržaje i takav pristup gubi na mogućnostima korištenja i razvijanja medijskog odgoja. Potrebno je pronaći rješenje jer je vidno da mediji imaju važnu ulogu u odrastanju. Svaki novi naraštaj djece odrasta u okolini koja je bogatija medijima i pripadajućim sadržajima zbog čega se mijenjaju percepcija i potencijal medija i utjecaj medija na djecu (Sindik, Veselinović, 2010). Ovako atraktivan i zanimljiv sadržaj može se koristiti u svrhu razvijanja novih načina učenja - odnosno spojiti medije i njihove mogućnosti u kvalitetan sadržaj koji omogućuje stjecanje i razvoj znanja. Problem je što djeca, učeći po primjeru, većinu navika stječu upravo u obiteljskom domu. Gotovo sve obitelji s malom i predškolskom djecom u svom domu posjeduju bilo kakav uređaj (govorimo o televizijskom uređaju, tabletima i mobitelima). Naime, istraživanja pokazuju da sve obitelji s predškolskom djecom posjeduju televizor, 27% djece ima televizor u spavaćoj sobi, 8% računalo, a 5% igraću konzolu. Njih 80% živi u kućanstvu s 5 ili više elektroničkih uređaja i čak 65% kućanstava ima igraću konzolu (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014). Pritom je većina roditelja u navedenom istraživanju istaknula važnost medijske osviještenosti i medijskog odgoja. Odgovornost koja im pripada često će biti glavni pokretač svih tema, nametanja, zabrana i planiranja, no ono što je važno naglasiti roditeljima jest da daju dobar primjer. Pružanje kvalitetno provedenoga vremena s obitelji, u razgovoru, igri, aktivnostima i izletima, najbolje je što se može ponuditi djetetu.

Te će uspomene u budućnosti biti nezamjenjiv dio osobnosti koje će se odražavati kroz njihove kvalitete i postupke.

Danas obitelj, škola i društvene institucije, imaju odgovornost u pripremi mladih za život u kojem slike, zvukovi i riječi snažno utječu na oblikovanje spoznaja i doživljaja. Nažalost, glavni problem koji je danas uočljiv jest da mediji postaju glavni odgajatelji djece. Medijima započinju i završavaju dan, uključeni su u svaku aktivnost pa i onda kada su nepotrebni, dok socijalizacija i kvalitetno vrijeme ostaju u pozadini. Pretjerano izlaganje ekranima utječe na kvalitetu sna, stvara poteškoće u interakciji i socijalizaciji, razmišljanju i usredotočenosti. Američka pedijatrijska akademija još je 2016. godine predložila ograničenje vremena koje djeca provedu uz ekrane, kako bi im se osiguralo dovoljno vremena za san i druge aktivnosti – za one fizičke, ali i za kreativnu igru i socijalizaciju (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Uz to, prekomjerno korištenje uređaja, neprimjeren i nasilan sadržaj stvaraju probleme u ponašanju i samokontroli, dok je veći rizik za pretilost povezan s manjkom aktivnog i fizičkog zdravlja (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Neupitno je da uvođenje tehnologije u najraniju fazu razvoja ne ide u korist djetetu. Ona nije formirana niti namijenjena djeci i kasnije uvođenje u svakodnevni život povoljniji je izbor. Prijedlog je ne podlijegati pritisku uvođenja tehnologije/medija u rani život djece jer neće ništa propustiti ako medije počnu koristiti u kasnijoj životnoj dobi (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). To ih ne čini lošima u ulozi roditelja. Veća šteta djetetu stvara se ako zabrane ne postoje i prilagođava se svim njegovim željama. Naravno da i želje djeteta treba uvažiti, ali ako sadržaj nije primjeren dobi, najbolje ga je izbjegavati i odabrati kvalitetne i edukativne koje djetetu omogućuju lako praćenje i učenje.

Odluku o pristupu i pružanju sadržaja potrebno je pratiti i kontrolirati. Internet obuhvaća raznoliku količinu sadržaja i nije primjeren svim uzrastima. Kada uređaji nisu u upotrebi dobro je isključiti ih i tako doprinijeti kvaliteti socijalno-emocionalnog razvoja djeteta. Isključivanje nekih medija u potpunosti ili povremeno radi ostalih obiteljskih aktivnosti čini bolji izbor ograničavanja vremena koje se posvećuje medijima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Uređaji se nikako ne bi trebali nalaziti u spavaćim sobama jer su mjesto za igru i odmor. Ako roditelji žele dom učiniti mjestom pogodnim za razvoj i učenje djeteta, potrebno je podsjetiti se aktivne uloge svih članova obitelji i poticati sigurno ozračje. Roditelji su ti koji moraju odlučiti o korištenju medija u kući i obitelji. Što djecu prije naučimo stjecati zdrave navike, bolje će se oduprijeti izazovima koje mediji donose. Ispravan odgoj i obrazovanje temelj su medijskog odgoja i obrazovanja.

3.2. Mediji i djeca

U prošlosti su djeca imala različitu percepciju provođenja slobodnog vremena - više kvalitetnih aktivnosti, vrijeme provedeno na svježem zraku i na igralištu. Danas nismo orijentirani na prirodu i društvo, već smo prikovani uz fotelje, uređaje i ostajemo zatvoreni unutar četiri zida. Nedostatak komunikacije utječe na odnose iako se ista odvija, ali u drugim okolnostima, tj. preko uređaja. Valentina Mandarić (2012) ističe da su suvremeni mediji sposobni oblikovati svakodnevnicu čovjeka na svim razinama utječući tako na kreativnost, radne navike, socijalizaciju i komunikaciju (prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Slobodno vrijeme koje imamo zamjenjuje određeni oblik zabave, ali on najčešće uključuje ekrane i plavo svjetlo. Čak i djeci dajemo primjer kojim ih učimo da jedini oblik zabave i ponuđenih aktivnosti kod kuće jest vrijeme provedeno uz uređaje. Istraživanje koje je provela Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2013) pokazuje da djeca predškolske dobi provode 2,4 sata radnim danom i 3 sata vikendom ispred ekrana (prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Upravo zbog prisutnosti medija u svakodnevnom životu, dovodi se pitanje strukture odnosa i utjecaj medija na život djeteta. Uz obitelj zajedničko se vrijeme često provodi gledajući filmove ili serije.

Ono što je također čest oblik zabave su igraće konzole. Djeci osnovnoškolske dobi su jednako privlačne različite računalne i videoigre kojih je sve više, a privlačne su i djeci predškolske dobi, posebno ako žive sa starijom braćom i sestrama koji ih potiču na igranje i na korištenje medija (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Ipak, najveći problem jest da roditelji često koriste medije kao dadilje. Najjednostavnija opcija je uključiti televizijski program, pokrenuti crtani filmovi i na taj način zabaviti dijete dok se obave kućanski poslovi ili popije kava.

Većina djece predškolske dobi upoznaje se s medijima i koristi medijske uređaje prije navršene druge godine života. Istraživanja su pokazala da prosječno dva do tri sata dnevno provedu uz medije (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Problem nastaje što brojka s godinama raste i djeca provode više vremena uz prisustvo medija. Iako su mediji važan i neizbježan dio svakodnevice, bolju opcija uvijek će činiti boravak i igra s drugom djecom i roditeljima. Ako ne možemo utjecati i kontrolirati što djeca rade u slobodno vrijeme, kada su kod prijatelja ili u vrtiću, onda bi barem vrijeme provedeno kod kuće trebalo biti kvalitetno i ispunjeno sadržajem pogodnim njihovom razvoju. Potrebno je osigurati kvalitetno fizičko i socijalno okruženje u kojem dijete može učiti (Miljak, 2009).

Predškolska dob djece, osobito mlađe od dvije godine, predstavlja najosjetljivije razdoblje djetetova života po pitanju razvoja. U tom razdoblju rast i razvoj je izuzetno brzog tijeka. Mozak prolazi kroz delikatan i osjetljiv period, a motorički je razvoj usko povezan s razvojem mozga (Andrić, 2017). To je zrelo doba prikladno za oblikovanje temeljnih kognitivnih, motoričkih, spoznajnih i socio-emocionalnih znanja, dok najintenzivniji razvoj započinje već u trećem tromjesečju trudnoće (Andrić, 2017). Pod utjecajem vanjskih čimbenika, mozak se izlaže stimulansima koji djeluju zajedno s onim nasljednima i kroz ovo kratko razdoblje mozak doseže volumen od 80% kakav kasnije ima i jedna odrasla osoba. Taj razvoj pospješujemo učenjem, vježbanjem i stimulansima koji mu omogućuju promjenu strukture. Bitno je da djeca rođenjem do prvih godina života stječu što više pozitivnih iskustava kojima će postati socijalno i emocionalno zreliji. Zbog toga je važno roditeljima naglasiti da taj najraniji period koriste za učenje jer u njemu djeca najbolje reagiraju.

Kognitivni razvoj odnosi se na sve mentalne procese kojima dijete pokušava upoznati svijet oko sebe, postupno razvijati misaone operacije i opažanja (Andrić, 2017). Prije same motorike tu su refleksni pokreti, odnosno senzomotoričke operacije, a motorički razvoj ukazuje na normalni razvoj djeteta. Iako je on individualan za svako dijete, postoji određeni slijed razvoja koji omogućuje praćenje djetetova rasta. Spoznajni će razvoj biti u svezi djetetove interakcije s okolinom i njegovim opažanjem predmeta. Na temelju uočenog će procesuirati i logički donositi zaključke o svojstvima koje opaža. Budući da sve radnje odraduje samostalno, potrebna je prisutnost odrasle osobe kako bi se pojasnili doživljaji i imenovali predmeti (Andrić, 2017). Spoznajni razvoj će napredovati djetetovim rastom, ali kako bi bio najbolji mogući, optimalan razvoj osigurava se aktivnostima u kojima dijete vidi rezultate. Odrasla osoba ne mora nužno imati konstantu interakciju s djetetom, ali prisutnost je preporučljiva - biti prisutan djetetu predstavlja potporu i pažnju ako je treba ili traži (Križanec, 2020). Unicef navodi da je za postignuća u odrasloj dobi važno iskustvo koji se stječe u prvim godinama života. Prilike koje se propuste u navedenom razdoblju teško će se nadoknaditi pa je potrebno osigurati najbolji početak (Unicef.org, n.p). Unicefova kampanja "Prve tri su najvažnije" pomaže u stvaranju svijesti i poziva društvo na važnost istih i stvaranju uvjeta za poticanje pravilnog rasta i razvoja svakog djeteta. Svakodnevna iskustva djeteta će utjecati na razvoj neurona u mozgu i njegovog oblikovanja. Iz spomenutog uviđamo da je razvoj djeteta jedna od ključnih stavki za njihovo zdravo odrastanje i važno je pravilno pridonijeti im. Razvojne poteškoće postaju sve učestalije i mnogi stručnjaci ističu

više razloga o kojima je potrebno razmisliti jer zdravlje djece od samih je početaka izloženo brojnim rizicima.

Uzroci koje ne vidimo kao prijetnju, a mogu biti ključni po pitanju razvoja, dovode dijete u rizik zbog pretjeranog korištenja medija poput sporijeg učenja i slabijeg razvoja socijalnih vještina, problema u ponašanju, nedovoljno sna i neuravnotežene prehrane (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Svi navedeni rizici utječu na nadolazeće faze i oblikovanje osobnosti prilikom cjelokupnog odrastanja. Navike koje stječu od malih nogu ostaju prisutne u cijelom životu. Smatra se da je za stjecanje navike potrebno barem dva tjedna ili 14 dana ponavljanja istih, no da one zaista postanu dio naše rutine, idealno vremensko razdoblje čini 21 dan (Therapyhelps.com, 2023). O tome piše i Maxwell Maltz, kirurg, koji je kroz svoje slučajeve i pacijente utvrdio koliko im je vremena bilo potrebno za stjecanje nove, pozitivne slike o sebi. Dok je za stečene navike, od kojih se teže odviknuti, potrebno čak dulje od mjesec dana budući da mozak ne razlikuje dobre od loših (Realsimple.com, 2023). Iako se pojedincima čini kao dug period, vrlo brzo prođe pa tako naše svakodnevne radnje postaju dio rutine pri čemu se mnoge odvijaju nesvjesno. Primjerice, koliko ljudi će neposredno nakon buđenja prvu stvar koju učine biti uzimanje mobilnog uređaja i pregledavanja poruka, objava, ili dolaskom s posla uključiti televizijski uređaj, koji također ponekad radi bez prestanka cijeli dan stvarajući oblik pozadinske buke. Općenito su roditelji skloni zanemarivanju utjecaja količine vremena provedenog pred ekranima kao i zanemarivanje utjecaja tzv. pozadinske televizije (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Time uklanjamo tu neugodnu tišinu, usamljenost ili je samo stvar navike. Sve su to dnevni rituali kojima upotpunjavamo svoje želje i potrebe, a jednako je i s djecom koja svoje želje ne mogu kontrolirati poput odraslih. Nemaju razvijen oblik samokontrole kao odrasli stoga ih je potrebno usmjeriti na pravi put i doprinijeti budućim samostalnim koracima koje čine.

Odrasli moraju imati na umu da mediji imaju važnu ulogu u dječjim životima te da omiljeni medijski sadržaji postaju važna tema igre i razgovora s drugom djecom. Mediji potiču djecu da crtaju, pjevaju i izražavaju se na druge načine (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Nažalost, zbog velikog utjecaja i razvoja tehnologije postaje nemoguće oduprijeti se novom normalnom i mediji zbog svoje raznovrsnosti i mogućnosti pružaju korist u svim područjima života. Danas je internet prepun članaka i portala među kojima se nalaze i oni koji nude inspiraciju, recepte, fotografije i video materijale (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Tako djeca svoju kreativnu mogu pokazati uređujući materijale, fotografiranjem, uređivanjem i snimanjem video materijala, vođenjem zajedničkog bloga i mnogim drugim aktivnostima.

Te i mnoge druge mogućnosti kojima se služimo u svakodnevnim zadacima, kroz ispravnu svrhu prezentirane su djetetu i ne isključuje ono najvažnije, a to su dijete i roditelj, odnosno provođenje kvalitetnog vremena. Obitelj treba podsjetiti da je u interesu djeteta aktivno i kritički primijeniti medijske sadržaje.

Već je poznato da djeca sve ranije dolaze u doticaj s medijima, posebno digitalnima, i da se poticanjem razgovora stvara pozitivno ozračje među svim članovima obitelji. Razgovor o medijima s djecom jednako je važan kao i razgovor o osjećajima, prijateljima, onome što su doživjeli u vrtiću i slično. Medijska sredstva se danas često koriste ne razmišljajući o izboru sadržaja. Jer izbor adekvatnog sadržaja nije jednostavan ni za vlastite potrebe, a osobito za potrebe djeteta s naglaskom na dob i interes. Medijski efekti mogu imati intenzivan utjecaj i teško je uvidjeti edukativni potencijal medija pa se isti često izostavlja i služi kao sredstvo zabave. Razvoj aktivnog odnosa prema medijima glavna je svrha medijskog opismenjavanja (Hrnjić Kuduzović, Čičkušić, 2020). Usmjeravanje na kvalitetan sadržaj rezultirat će pozitivnim i prosocijalnim ponašanjem kao i emotivnom razvoju (Andrić, 2017). Djeca predškolskoga uzrasta ne mogu i ne znaju procijeniti razliku između kvalitetnog i nekvalitetnog sadržaja. Zbog toga ih roditelji i odgojitelji moraju kao glavni posrednici zaštititi od neprimjerenih sadržaja, a to će najbolje učiniti medijskim obrazovanjem.

3.3. Mediji u vrtiću

Zasigurno svi koji su kao djeca išli u vrtić imaju određene asocijacije i uspomene koje vežu uz to razdoblje, bilo da je riječ o izgledu vrtića, prijateljima, odgojiteljici. Odgojitelj za dijete uvijek predstavlja osobu od povjerenja. Posvećenost ovom zanimanju i pružanje pravog primjera svakom djetetu ostaje u sjećanju. Osim utjecaja pojedinaca, cjelokupna zajednica i prostor moraju nuditi pozitivno ozračje - od ostalog osoblja i zaposlenika ustanove, do smislene uređenosti, urednosti i organizacije prostora. Vrtić je upravo zato jedna odgojno-obrazovna ustanova koja čini zajednicu - veliku brižnu obitelj (Ivanušec, 2021).

Obitelj je podjednako važna za djecu kao i za odrasle. Tradicionalna obiteljska struktura podrazumijevala je oca i majku te njihovu djecu. Ali u današnje vrijeme dolazi do pojave novih obitelji koje su vidljivo mješovite i razlikuju se po strukturi. Osim razlike u strukturi, obitelji se razlikuju i po vrijednostima i danas je svaka suvremena, moderna obitelj suočena s različitim problemima. Ono što je bitno je da to mjesto bude idealno za rast i razvoj, u

kojem će se pojedinac osjećati sigurno i voljeno. Dolaskom u okruženje svojeg tek započetog putovanja, djeca pristupaju novoj netradicionalnoj obitelji, spremnoj pružiti djetetu mjesto pogodno za rast i razvoj. Ovime i Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj poziva na usmjerenost prema osiguranoj dobrobiti za dijete (NN, 05/15). Ističe se mogućnost aktivnog djelovanja - istraživanja svakodnevne odgojno-obrazovne prakse kroz kreiranje okruženja poticajnog djeci, razvoju, odgoju i obrazovanju. Okruženje velike brižne obitelji važno je za zadovoljenje primarnih članova i njihovog prirodnog učenja (Miljak, 2009). Upravo zbog toga prostor u kojem djeca borave poprima prostor obiteljske kuće. Iako dijete sudjeluje u novom okruženju, interakcija mora biti pozitivna i njima bliska da bi se potaknula njihova istraživačka priroda. Poznata je uzrečica da „djeca živeći uče i uče živeći“ i to je prirodna potreba nagona za učenjem (Miljak, 2009). Ako djetetu omogućimo povoljne uvjete za učenje, razvoj se odvija prirodnim tijekom, no u suprotnom dolazi do zastoja. Dijete aktivno stječe znanja oslanjajući se na unutarnji instinkt, a vrtić kao mjesto istraživanja i otkrivanja rezultira aktivnim učenjem.

U ranoj i predškolskoj dobi važno je djetetu osigurati radost otkrivanja i učenja koje se najviše dobiva kroz igru (Ivanušec, 2021). Kroz aktivnosti dijete stječe i razvija znanja u okruženju u kojem živi. Već u prvoj godini svjesno je onoga što se događa u obitelji, time na isti način razumije i situacije u dječjem vrtiću. Jedna od uloga pedagoga i odgojitelja trebala bi uključivati i kontinuirano uvođenje promjena. Osposobljavanje djelatnika na djelovanje i istraživanje, kako bi i oni samostalno pridonijeli razvoju i izgradnji odgojno-obrazovne ustanove (kao i prakse), djeluje u smjeru njihovih najbitnijih članova - djece. Ustanove odgoja i obrazovanja živi su sustavi i rezultat su toliko različitih čimbenika i međusobnih kombinacija da korištenjem izraza živi sustav, nastojimo opravdati naše nepoznavanje njihove prirode (Miljak, 2009). Dječji vrtići ne smiju biti sterilna mjesta niti sličiti vojarnama u smislu discipline ili rasporeda prostora, već biti zanimljiva mjesta, ugodna, privlačna življenju i učenju djece i odraslih (Miljak, 2009). Vrtić mora moći omogućiti raznolike socijalne interakcije odraslih i djece, što ima utjecaj ne samo na učenje nego i na njihov cjelokupni razvoj i odgoj. Prostorno uređenje ima vidljiv utjecaj i odražava stvaralaštvo odgojitelja i djelatnika koji ga pripremaju. Centri za aktivnost su u dječjem vrtiću prostorije u kojima djeca provode najviše vremena. Ovisno o njihovim preferencijama i interesima, opredjeljuju se i koriste ga samostalno ili u interakciji s drugom djecom. Ti centri trebaju biti organizirani tako da su povezani međusobno, ali da pritom ne smetaju jedan drugome, pri čemu prostor treba poticati komunikaciju, susrete i interakciju (Miljak,

2021). Djeca uče u igri uz istraživanje i druge svrhovite aktivnosti. Ponuđene poticaje dijete samo bira i prihvaća te ih mijenja i prilagođava svojim razvojnim potrebama i interesima.

Osim roditelja koji biraju prigodan sadržaj za dijete kod kuće, važnu ulogu imaju i odgojitelji u vrtiću. Budući da dijete, uz obiteljski dom, većinu svog vremena provodi u vrtiću, bitno je pružiti im sadržaj i aktivnosti koje pobuđuju njihov interes, a istovremeno djeluju na djetetov razvoj. Dok su roditelji skloni popuštanju u odlukama oko izbora zabavnog sadržaja, postoji prostor pretjerivanja. Često je najlakše rješenje i privremeni odmor za roditelja zaokupiti dijete crtanim filmovima i programima koji im pružaju zabavu, ponuditi mobilni uređaj ili videoigru. U dječjem vrtiću tomu nema mjesta. To je odgojno-obrazovna ustanova kojoj je glavni cilj pružiti djetetu kvalitetan odgoj i obrazovanje, osigurati aktivnosti te sigurno okruženje za socijalizaciju i odrastanje. Iako imaju različite interese i potrebe, djeca u različitim razvojnim razdobljima uče na različite načine. Raznolikost materijala i medija tu je kako bi olakšala takvu jedinstvenost. Vrtić je mjesto koje isto tako uvažava i cijeni različitosti jer svako dijete je posebno i prati svoj vlastiti tijek rasta i razvoja.

U vrtiću su sadržaji prilagođeni dobi i u obzir uzimaju dobrobit kognitivnog razvoja djece: poticanje interakcije, podizanje samopouzdanja, uvježbavanje ritma popraćeno glazbom i pjesmom, izbjegavanje neprimjerenog sadržaja i učenje pravilnih obrazaca ponašanja (Ciboci i sur., 2021). Sve navedene vještine razvijaju se u organiziranom i kvalitetnom okruženju, a djeca usvajaju i uče promatrajući. Može se zaključiti da su razvojnost i otvorenost suvremenog kurikuluma, uz slobodu izbora i holističkog pristupa dječjem razvoju, nove i važne značajke kurikula (Petrović-Sočo, 2013). Profesionalni pristup principima najboljeg interesa za dijete poseban fokus stavlja na medije. Živeći u virtualnom svijetu ne mogu razviti samopouzdanje pa niti optimalnu emocionalnu inteligenciju. Sadržaji im ne nude kvalitetu koja je potrebna i on kao virtualan ne može imati stvaran utjecaj. Njihova burna dječja mašta i kreativnost ne omogućuje razlikovati fikciju od stvarnosti pa često u toj dobi medije nesvjesno oponašaju (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Djeci se nastoji što više omogućiti raznolik i kreativan sadržaj koji će ih okupirati i razvijati potrebne vještine kao i pogodne vježbe za razvoj grube i fine motorike, razmišljanja i kreiranja stavova (Andrić, 2017). Sama ponuda medijskog sadržaja i brojni drugi čimbenici nalažu da sadržaj koji se upotrebljava ima svoje mjesto, vrijeme i publiku.

U obiteljima gdje je slika o medijima pozitivna, mediji se češće i koriste. Često su uključeni čak i ako ih se ne upotrebljava. Dok su u vrtiću mala je vjerojatnost da grupa ima takav

pristup mediju ili na primjer televizijskom uređaju, a sve i ako ga ima, isključivo se koristi na pravilan i edukativan način, praćenjem dokumentarnih filmova uz minimalno izlaganje ekranima.

Medije i medijske sadržaje nije uvijek jednostavno razlikovati. Neprestano su prisutni pa veću količinu vremena i provodimo okruženi različitim medijima; bilo da se njima služimo za interakciju s drugima, u svrhu učenja ili informiranja. Učenje i informiranje važno je za njih jednako kao i za odgojitelje jer uz njihova znanja i vještine koje prenose djeci, predstavljaju određeni uzor. Poznato je da svako dijete u odgojitelju vidi osobu vrijednu divljenja, na koju se mogu ugledati i koja im je na raspolaganju za bilo koje postavljeno pitanje, topao savjet i podršku. Te emocije danas mogu pobuditi i mediji. Svakako je važno o tome informirati i obrazovati odgojitelje, stručnjake koji također moraju pratiti nove teorije i napretke, da bi i sami bili ukorak s obavljanjem zadaće koja im je dodijeljena. Uključivanjem medijske pismenosti u program odgoja i obrazovanja nastoji se olakšati i približiti shvaćanje sadržaja i medijskih utjecaja. Nekvalitetno i neprimjereno korištenje medijskog sadržaja doprinosi problemima, bilo da su emocionalne, bihevioralne ili komunikacijske prirode (Hrnjić Kuduzović, Čikušić, 2020). Iz ovoga se vidi da je edukativni potencijal medija zapostavljen i da je potrebna dodatna edukacija na tu temu, kako odraslih tako i djece. Svrha medijskog opismenjavanja odgojiteljica/odgojitelja, zatim i roditelja, važna je za razvijanje aktivnog odnosa prema medijima jer su posrednici preko kojih dopiremo do djece. Stečena iskustva odraslih omogućuju im bolju pripremu i realizaciju pristupu koji će pridonijeti djetetovu razvoju.

3.4. Percepcija odgojitelja o medijima i njihovom utjecaju na djecu

Danas mediji postaju sve samo ne problem jer uz sve pružene mogućnosti nisu prijatnija. No, ipak se treba razmisliti o mogućnostima i prijatnjama kojima smo izloženi. Koliko nam omogućuju i olakšavaju svakodnevne radnje, toliko predstavljaju i opasnost koje često nismo svjesni. Postavlja se pitanje kvalitete vremena provedenog uz medije i postaje li ovisnost glagol koji usko povezujemo s medijima i njihovim utjecajem. Naime, sve dostupno može stvoriti određenu vrstu ovisnosti. Odrastao čovjek već je dovoljno iskusan i razumije njihove poruke i usluge, ali ne može se isto pretpostaviti za djecu. Oni su još uvijek pod utjecajem razvoja i nisu skloni percipirati niti razumjeti sve čemu su izloženi. U tom razdoblju prihvaćaju spoznaje i primjenjuju ih u stvarnom svijetu (Hrnjić Kuduzović, Čičkušić, 2020).

Ali to ne znači da nemaju utjecaja na njih. Bilo da je riječ o televizijskom ili mobilnom uređaju, određenom programu ili emisiji, pojava digitalnog u stvarnom životu je neizbježna pri čemu je vrlo mala granica između korištenja i zlouporabe tehnologije. Navike prerastaju u svakodnevne radnje, učestalije i opsesivnije, toliko da pretjerivanje nesvjesno raste i da ne provodimo kvalitetno vrijeme socijalizirajući se, već paralelno koristimo mobitele. Upuštanjem dublje i odmicanjem iz svijeta zbilje dovodi do ovisnosti i ovisnog ponašanja koji vode do negativnih i kompulzivnih ponašanja, većoj izloženosti stresu, manjku samopouzdanja, odsutnosti društvenog i obiteljskog života itd. (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Odrasli medije koriste za odmor i bijeg od stvarnosti, a djeca učeći po primjeru prate njihove navike i ponašanje. Ipak, ne predstavljaju svi mediji prijetnju niti to jesu. Važno je ponajprije osvijestiti što nam oni predstavljaju i kako ih koristiti. Mediji su prvom pojavom bili cijenjeni i doprinijeli čovjeku. Bilo da je riječ o tiskanim ili vizualnim medijima, ne može se osporiti da se i danas često poseže za njima. Glavnu značajku i doprinos imaju različite platforme za edukaciju i olakšano učenje koje mogu biti zabavne. Zanimljiv pristup omogućuje da onima koji ne pokazuju afinitet prema učenju pristupamo novim metodama. Sve više programa i aplikacija nudi mogućnost lakšeg učenja, s naglaskom na animirane sadržaje koji uz zabavu pružaju edukativno prihvatljiv materijal. Vrijeme u prisustvu medija potrebno je reducirati, a ono provedeno usmjeriti ka kvalitetnom.

Odgojitelji tu igraju bitnu ulogu jer s djecom provode veći dio dana pa su uz roditelje i obitelj glavni u odgoju i obrazovanju djece. Način na koji odgojitelj pristupa medijima mora biti stručan i na razini djeteta. Poželjnost korištenja medija kod djece predškolske dobi ovisit će o odgojiteljevom stavu prema medijima, ali i njegovom obrazovanju (Sindik, Veselinović, 2010). Očekivano je da će obrazovanje odgojitelja utjecati na uvođenje medija u skupinu jer viša razina školovanja može omogućiti širi opseg znanja i vještina potrebnih na temu medija i medijske pismenosti. Međutim, vjerojatnost da stručna sprema utječe na njihov odnos prema korištenju medija nema velik utjecaj. To je isključivo na razini stručnog usavršavanja svih odgojitelja tijekom njihova rada u vrtiću (Sindik, Veselinović, 2010). Odgojiteljice koje imaju viši stupanj obrazovanja svakako će pažljivije i kvalitetnije odabrati sadržaj prigodan dobnoj grupi djece. Oni koji proučavaju djecu i bave se njihovim odgojem i obrazovanjem moraju biti medijski pismeni. Jedino tako pravilno pristupaju medijima i pridonose medijskom opismenjavanju djece. Roditeljima i edukatorima potrebna je medijska pismenost da bi razumjeli djecu i pravilno ih opismenili. Kao odgojitelj dužni smo ne samo doprinijeti dječjem razvoju, već ga pratiti i opažati promjene do kojih dolazi tijekom procesa.

Opažanjem dječjeg doživljaja, kako s ostalim materijalima i aktivnostima, tako i u interakciji s medijem, temeljimo kasnija pedagoška djelovanja. Svaki novi naraštaj odrasta u uvjetima bogatijim za još jedan medij, doživljaj, pripadajući sadržaj čime se mijenja perspektiva odgoja djece (Sindik, Veselinović, 2010). Izbor je na odgojiteljima da pripreme primjerene poticaje i poželjan medijski sadržaj.

Europski modeli jasno odvajaju predagošku praksu i medijsku pismenost (Mujagić, Kačmarčik-Maduna, 2017). Ali odgojiteljima i roditeljima medijska pismenost je važna kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili. Mediji nisu ni štetni ni korisni jer mogu biti i jedno i drugo. Oba načina utječu na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta djece i odraslih (Mujagić, Kačmarčik-Maduna, 2017). Prema postojećoj literaturi, uključenost odgoja za medije u nastavni proces provode neke od zemalja koje su najuspješnije u tom području. Države poput Australije, Danske, Finske, Švedske, Norveške, Kanade, Velike Britanije, Irske i Njemačke, odgoj za medije uključile su u obrazovni sustav kao obavezan predmet (Mujagić, Kačmarčik-Maduna, 2017). Oni koji se nalaze u području obrazovanja morali bi biti prvi u razvijanju vještina i znanja o temi medijske pismenosti. Na taj način bi i odgojitelje potaknuli na učenje o medijima jer zbog brzih tehnoloških promjena, odgoj se mora neprestano prilagođavati novim promjenama. Izgradnja tog kvalitetnog odnosa prema medijima ključna je obaveza stručnjaka za dječji odgoj i obrazovanje pa bi tako i s djecom trebalo komentirati medijske sadržaje.

Mediji se na različite načine mogu koristiti u svrhu edukacije i provođenja aktivnosti. Nude materijale, obrazovne i zabavne sadržaje, zanimljive teme koje djeca prate i dr. Mediji podržavaju slobodne aktivnosti jer omogućuju da uživamo u čitanju, igri, slušanju glazbe, gledanju filmova (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Djeca iz zabave mogu stvarati i različite medijske sadržaje jer su često ti uređaji, poput videokamere, jednostavni za korištenje. Iako im je u prirodi da se bave drugim aktivnostima (poput igre ili čitanja), na zvuk nekog drugog signala pogled će usmjeriti prema ekranu. Može se reći da dijete program gleda ušima i usmjerava pažnju na ritmove, brže pokrete i izmjene scena i slično (Mujagić, Kačmarčik-Maduna, 2017). Djeca televiziju koriste simultano s drugim medijima ili nekom drugom aktivnosti. Tome se dodaje uloga televizije kao surogata (Ilišin, 2003) što posebno čine roditelji mlađe djece. U vrtiću je odgojitelju cilj ponuditi što više različitih aktivnosti različitim dobnim skupinama. Ovisno o dobi i iskustvu odgojitelja, razlike su minimalne kada je riječ o ponudi aktivnosti. Izloženost medijima u kontroli je odgojitelja kao odgovornih djelatnika (Sindik, Veselinović, 2010). Svjesni da su novi mediji zauzeli bitnu

ulogu u djetinjstvu, boje se medijskog utjecaja pa je potrebno više osnaživati temeljnu djetetovu aktivnost – igru. Igra je djetetova temeljna aktivnosti, ali doživljava transformaciju današnje generacije djece digitalnog doba (Sindik, 2011). Zbog toga je nužno uvrstiti i digitalizaciju u igru i aktivnosti s djecom. U najboljem interesu djeteta je da shodno svojim mogućnostima, afinitetima i talentima ima ponudu sadržaja koji ga zanima.

4. POZITIVNE I NEGATIVNE STRANE MEDIJA

4.1. Izlaganje ekranima

Mlađu djecu predškolske dobi sve se češće izlaže novim tehnologijama, samim time i ekranima. Upravo su tableti jedan od djeci najomiljenijih uređaja jer nude različite materijale, videe, videoigre, glazbu i drugo (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Istraživanje provedeno na više od 600 roditelja pokazuje rezultate prema kojima čak dvije trećine djece koja koriste mobitel ili tablet, pa i posjeduju vlastiti, njih više od 75% zna fotografirati i snimiti videouradak, a oko 45% ih samostalno koristi internet (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Digitalne vještine nisu na odmet, ali promatranjem djece u ovom, tehnologijom bogatom, dobu, postavlja pitanje njihova utjecaja na suvremenog čovjeka. Masovni mediji vrijedni su pozornosti zbog učinka koji imaju. Jedan od glavnih problema i pitanja kada se radi o provođenju vremena pred ekranima jest utjecaj na djetetov razvoj. Nekoliko istraživanja upućuje na probleme djetetovog govornog razvoja. Komunikacija i jezični razvoj glavni je fokus kod utjecaja ekrana. Djeca koriste medije prosječno 2 do 3 sata dnevno (Ofcom, 2019 prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Veće količine izlaganja medijima utječu na njihove socijalne i komunikacijske vještine te se povećava rizik za slabije razvijanje istih.

Komunikacijske tehnologije mijenjaju ono što ljudi jesu, tradicionalni razgovor s djecom zamjenjuje "posredovana povezanost" koja dovodi do gubitka vrijednih međuljudskih komunikacijskih vještina, a tom su riziku posebno izložena djeca najmlađeg uzrasta (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Usvajanje novih riječi i bogaćenje riječnika ne razvija u skladu s razvojnim fazama djeteta pa je potrebno veći naglasak staviti na komunikacijski razvoj i dodatno razmotriti bolje načine komunikacije s djecom. Odabrane kvalitetne emisije i obrazovni materijali dokazano potiču spremnost za školu i odražavaju pismenost starije braće i sestara i roditelja (Kolucki, Lemish, 2017) kao što se čitanjem knjiga učvršćuje komunikacija između djeteta i skrbnika pri čemu se potiče njegovo samopouzdanje, razvija znanje i osnažuje jezična sposobnost.

Vrijeme koje provode isključivo ispred ekrana uskraćuje im količinu kvalitetne interakcije s drugima. Ona je nužna za uspješno svladavanje jezika i kasnije usvajanje istog. Premda se i u programskim sadržajima odvija komunikacija među likovima, ona nije obostrana i dijete ne sudjeluje aktivno u procesu komunikacije (Hrnjić Kuduzović, Čičkušić, 2020). Često je takav program pojednostavljen frazama i riječima koje se ne upotrebljavaju u svakodnevnom

govoru i nema složenih iskustava koje će im pružati poticaje. I sama Američka pedijatrijska akademija preporučuje da djeca do 18 mjeseci ne bi uopće trebala biti izložena sadržajima na ekranu, a za one u dobi od 18 mjeseci do dvije godine savjetuje se izlaganje samo kvalitetnom i pažljivo biranom programu. Djeca su u predškolskoj dobi (1. – 6. godine) u periodu usvajanja temeljnih obrazaca ponašanja. U toj dobi moraju steći najviše iskustava i treba im što više stimulacija (Križanec, 2020). Stimulacije koje danas zamjenjuje medij i interakcija postaje jednosmjerna, a definicija komunikacije je dvosmjerni proces. Roditelji koji su zauzeti i nemaju dovoljno vremena za aktivno pružanje i provođenje adekvatnih poticaja, okrenut će se ekranima i videozapisima koji će komunikaciju vršiti umjesto njih.

Danas uz televiziju popularnost imaju i e-slikovnice - slikovnice dostupne u elektroničkom obliku pa je na različitim uređajima poput tableta i iPada-a moguće pristupiti takvim materijalima. Opet je riječ o izlaganju ekranima, ali daleko od toga; ovoga puta kreće se u pozitivnom smjeru, a dodatne mogućnosti i iskustva koje nude e-slikovnice tradicionalne slikovnice i knjige nemaju. Priče u digitalnom obliku, osim vidne vizualne i tekstualne prezentacije, nude i efekte, glazbu, edukativne igre povezane sa sadržajem, rječnik i mnoge druge opcije koje pružaju multimedijско učenje (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Ovakav način razmišljanja vodi u ispravnom smjeru i paralelna kombinacija ovih opcija pridonosi lakšem praćenju, smanjenju napora i olakšavanju učenja. Ipak, kako sve ima svoje prednosti i nedostatke tako i zabavno-edukativni mediji dovode do slabijeg pamćenja novih riječi ili praćenja više različitih sadržaja odjednom što djetetu stvara opterećenje u tako maloj dobi. Gledanje sadržaja može usporiti njihov kognitivni razvoj, nisu svjesni medijskog sadržaja i prvenstveno ih privlače zvukovi i svjetla ekrana (Hrnjić Kuduzović, Čikušić, 2020). Oni ekrane shvaćaju u doslovnom smislu i ne mogu interpretirati sadržaj koji gledaju na ekranu sa zbiljom u kojoj se nalaze. Pažnja im je usmjerena prema televiziji, ali s ograničenom mogućnošću razumijevanja emitiranog sadržaja: sadržaje prate u fragmentima, pažnju im uglavnom privlače zvukovi i svjetlosni efekti, a koncentracija im je slaba (Hrnjić Kuduzović, Čikušić, 2020). Verbalno i neverbalno ponašanje uče pomoću televizije, a često i imitiraju ono što vide i čuju. Iskustvo im je svakako potrebno u svakodnevnom životu, a osim važnosti iskustva, interakcija ima ključnu ulogu pri čemu često generaliziraju i interpretiraju ekran kao i slikovnicu. Slikovnice kod djece imaju bitnu ulogu jer pomažu pri stjecanju novih pojmova, razvijanju rječnika, razlikovanju slike i riječi, pridonose bogaćenju dječje mašte.. Svi oblici medija jednako su važni, no ne treba zaboraviti da je komunikacija ključna jer zaslon nikada neće moći nadoknaditi ono što može ljudska interakcija.

4.2. Ponuda sadržaja

Odrastanje bez medija današnjem djetinjstvu je nepoznata jer izloženost je prisutna od najranije dobi. Nezamislivo je provesti tek nekoliko sati, a posebice dan bez prisustva medija. Čak i ako se trudimo svjesno ih ne koristiti, nalaze se neposredno u blizini, predstavljaju pozadinski šum koji prekriva tišinu. Radio i televizija često znaju biti aktivno uključeni tijekom obavljanja kućanskih poslova ili u komunikaciji s ukućanima. Činjenica jest da njihovo prisustvo oblikuje karakter i utječe na stavove i oblikovanje mišljenja. Djeca i mladi najrizičnija su skupina upravo zbog nedovoljno razvijenih emocionalnih i kognitivnih sposobnosti pa time mediji imaju velik utjecaj na oblikovanje njihova ponašanja i usvajanje novih znanja.

Na pitanje postoje li pozitivne strane medija, mnogi stručnjaci odgovaraju potvrdno. Ističu da televizija, filmovi, videoigre i internet mogu imati pozitivan utjecaj na djecu upravo zbog pozitivnih sadržaja koje donose (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Dobrobit koju nude ovisit će o tome koliko su i djeca sama upoznata s medijima u dobi u kojoj se nalaze. Jednako imaju potrebu biti informirani i zabavljeni, a uz medije imaju priliku za to. Predškolsku dob najviše privlače crtani i animirani sadržaji, zabavne emisije i dokumentarni filmovi. Uz to su im na repertoaru česte videoigre i uređaji koji pružaju takav oblik zabave poput mobitela i tableta s različitim aplikacijama. To mogu biti i pozitivni sadržaji koji uz zabavu imaju edukativan učinak, a mogu ih poticati i na adekvatno ponašanje i pomaganje drugima. Prilikom samostalnog praćenja i istraživanja za pretpostaviti je da će se pred njima u nekom trenutku pojaviti sadržaj neprimjeren njihovom uzrastu. Tu je važno prisustvo odraslih koji će pažljivo pratiti što se djetetu nudi i koji su njegovi interesi. Oprez mora postojati i kod ispunjavanja želja jer mogu biti pod utjecajem vršnjaka i druge djece koja prate određeni sadržaj. Kontrola sadržaja i prevencija negativnih učinaka interneta je odgovornost odraslih budući da djeca nisu u mogućnosti utjecati na izbor i razabrati kvalitetu ponude.

Sve je veći utjecaj medija u privatnom životu koji zamjenjuje tradicionalne oblike komunikacije i provođenje slobodnog vremena. Istraživanja se rjeđe provode na djeci predškolske dobi. Samim time prilikom odabira kvalitetnog sadržaja i odraslima je ponekad teško procijeniti koji su to primjereni sadržaji jer televizija nudi veliki izbor različitih programa. Utjecaj televizije, bio pozitivan ili negativan, bez sumnje utječe na obiteljske odnose, ali svaka obitelj može imati korist od prikladne upotrebe masovnih medija (Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Roditelji koji gledaju televiziju s djecom morali bi pojašnjavati

pozitivne i negativne strane iste. Pažnja na sadržaj koji se gleda upozorava na štetne i negativne utjecaje televizije (Ozdasli, 2013 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019) pa je cilj približiti se djeci i spoznati njihove interese vezane uz medije. Važno je da roditelj gleda omiljenu emisiju jer jedna od najvećih pogrešaka je ostaviti djecu pred televizijskim ekranom. Marketinški stručnjaci razumiju važnost promocije i djeca su im vrlo vrijedna publika, a budući da ih je lako zainteresirati, tu slabu točku vide kao priliku. Da bi se proizvod nametnuo, koriste se tehnikama i alatima koji su isključivo kreirani za odrasle. Oglasi za djecu obogaćeni su bojom, animiranim likovima, pjesmicama i privlačnim stihovima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Proizvođači su toga svjesni i koriste efekte u svrhu marketinga jer shvaćaju koliko je roditeljima važno dijete, a cilj je pridobiti pažnju i djece i roditelja. Sve veći naglasak je na tehnike kojima se nameću želje za određenim proizvodima. Stručnjaci za oglašavanje i tržišnu komunikaciju to vješto koriste u svrhu oglašavanja proizvoda koji su primamljivi i djeci. Oglasi su dostupni, često privlačni, uvjerljivi i zabavni (Valković, 2016). Važnost razumijevanja oglasa i namjere oglašavanja neophodna je, a odupiranje medijskom utjecaju djeci pada puno teže zbog shvaćanja oglasa i prosuđivanja istog kao dijela zabavnog programa. Dječje neiskustvo koristi se za komercijalizaciju i upravo je to razlog važnosti prevencije i prisutnosti roditelja prilikom praćenja takvog sadržaja. Roditelji moraju biti svjesni da je dijete itekako uključeno u medijski svijet i prati ga posve svjesno baš kao i odrasli, samo nije u mogućnosti percipirati stvarne i primarne ciljeve.

Praćenje programa s djecom i razgovaranje o sadržaju omogućit će im da prate i razumiju ono što je dio marketinga, a istovremeno vrijeme će provoditi u krugu onih koji su bitni za njihov razvoj i socijalizaciju (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Prevencijom od najranije dobi utječe se na kasniju intervenciju i lakše ispravljanje pogrešaka koje su krivo usvojene. Najbitnije jest zaobići posredovanu povezanost i održati izravnu socijalnu vezu.

4.3. Crtani filmovi i kvalitetan program

Zajedničkim gledanjem programa puno je lakše potaknuti kreativno izražavanje i spriječiti negativne posljedice. Najčešće negativne posljedice s kojima se susreću su ovisnost, neprilagođen program i oponašanje istog, zlostavljanje i poticanje konzumerizma (Hrnjić Kuduzović, Čikušić, 2020). Omiljena dječja aktivnosti je svakako i gledanje crtanih filmova. Uglavnom je to aktivnost koja se nalazi u svakodnevnoj rutini slobodnog vremena.

Sadržajem spoznaju ono što zatim primjenjuju u stvarnom svijetu. Premda nisu dovoljno sazrijeli kognitivno, likovi iz crtanih filmova postaju im novi uzor i utječu na njihove osjećaje i želje. Bilo da su crtani filmovi nasilne tematike ili primjereni njihovoj dobi, oni se ponašaju u skladu s viđenim. Izbor edukativnih sadržaja nastoji kroz zabavu približiti i dati bolji primjer za učenje. U tome im trebaju pomoći roditelji (ili odgojitelji) jer usmjeravaju na kvalitetne crtane filmove kojima će doprinijeti razvoju poželjnih znanja i vještina (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Naizgled bezazlen sadržaj sadrži neprimjerene rakurse te se ne preporučuje djecu ostavljati da samostalno i bez nadzora prate program. Poticanje prosocijalnog i pozitivnog ponašanja svakako je poželjna karakteristika dječjih akcijskih likova, ali u tu kategoriju ne spadaju uvijek svi likovi koji se pojavljuju u animaciji. Uobičajeno je da su likovi raznoliki jer u većini slučajeva radi se o pričama borbe dobra i zla iz kojih mališani prosuđuju i uče koja strana ima pozitivne akcije. Problem nastaje ako samostalno prate radnju koja zna biti komplicirana pa se preporučuje medijske sadržaje pratiti uz prisustvo odrasle osobe s kojom kasnije mogu popričati i analizirati sadržaj (Hrnjić Kuduzović, Čičkušić, 2020). Analizom sadržaja djetetu se radnja crtanog filma pojednostavljuje i približava na njemu lako shvatljiv način, a paralelno se tijekom razgovora proširuje vokabular te pozitivno djeluje na komunikacijske vještine. Primjeren sadržaj i izbor kvalitetnih crtanih filmova može imati jednak učinak jer se radnja tumači, opisuje te se kroz njih izražavaju vlastiti osjećaji i misli. Dio medijske pismenosti je upravo i prepoznavanje emocija i koliko su one važne u vlastitim medijskim sadržajima (Dokler, 2021).

Preporučljivo je ograničiti upotrebu ekrana i postaviti ograničenja na mobitele i pametne uređaje, razgovarati o onome što je pozitivno, a što negativno, reagirati na (ne)primjereno, pomoći im da nauče i isto primijene. Djeca počinju postavljati mnoga pitanja, radoznala su i upoznaju se sa svijetom oko sebe. Koristeći se medijima i gledanjem sadržaja također će imati pitanja na koja će tražiti odgovor. Zbog toga je važno da se s medijskim odgojem započne što ranije. Utjecaj će imati ne samo program koji prate roditelji, već i njihovi vršnjaci, ali i ostali ukućani poput starije braće i sestara (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Vremenska izloženost medijima može se povećati jer osim vremena koje aktivno provode gledajući sadržaj namijenjen njima, pratit će i onaj koji gledaju ostali ukućani. Istraživanja Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba u Zagrebu u suradnji s Hrabrim telefonom pokazuju šokantnu brojku od 90% predškolske djece koja sama biraju i pokreću programski sadržaj (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Filmska industrija i industrija crtanih filmova danas sve više ulaže u izgled i prezentiranje pa je on i vizualno dopadljiviji. Nije

iznenađujuće da upravo tu industriju prepoznamo kao atraktivnu u kontekstu slobodnog vremena i zabave. Mediji zbog toga podržavaju takve slobodne aktivnosti. Sami po sebi mogu biti slobodna aktivnost jer omogućuju uživanje u igri, čitanju, slušanju glazbe, gledanju ili snimanju filmova (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018).

Proučavanje uloge crtanih filmova je zasigurno nužno zbog snažnog utjecaja koje imaju na djecu. Uobičajen je i mit da je riječ o vrlo bezazlenom i sigurnom programu za djecu (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Takav nekritički pristup ne samo da utječe na provođenje vremena (socijalizacija i boravak na zraku), već i na kognitivni razvoj djeteta (utjecaj na njegove emocije, ponašanje, razvoj govora, socijalnih vještina) kada se prikrivenim porukama uzrokuje rizik. Crtane serije poput Peppe prašćić, Timmyja, Dora istražuje, Ulice Sezam, Pčelice Maje i drugih bez sumnje su koristan i kvalitetan izvor zabave za najmlađe.

5. ULOGA MEDIJA U ŽIVOTIMA MEDIJSKIH KORISNIKA

5.1. Obrazovanje

Medijska prisutnost u djetetovu životu neizbježna je i važno je pažljivo proučiti njihov utjecaj. Pojavom već u najranijoj dobi, izloženi su nesvakidašnjem i upravo neprirodnom načinu odrastanja, stječući doživotne navike. Neusporedivo je koliko je napredak omogućio korisne sadržaje, bilo mogućnost komunikacije, razmjene informacija i sadržaja, zabave i učenja, ali sa socijalnog aspekta ta je kvaliteta upitna. Brojnim istraživanjima nastoji se ukazati na sve promjene i utjecaje koje imaju, bili pozitivni ili negativni, jer kao aktivni korisnici svoje navike prenosimo i na djecu čime ih činimo pasivnim sudionicima. Naglasak na pasivnost je iz razloga što, iako nam se čini kako sadržaj ne razumiju, itekako sudjeluju u njemu na bilo koji način. Bilo da se radi o programima namijenjenima najmlađima ili programima namijenjenima odraslima aktivno ga gledaju. Ne razlikuju fikciju od stvarnosti i nemaju pojam o onome što je dobro za njih, a što nije. Razumijevanje medijskih sadržaja i izloženost djeteta tim informacijama koje nisu u mogućnosti posve shvatiti, posljedica su rizičnih utjecaja i poruka kojima su izloženi. Istraživanja su pokazala da djeca rane i predškolske dobi sve više vremena provode pred televizijom, gledaju animirane filmove i igraju videoigre (Alpeza, 2019). Stručnjaci za oglašavanje tu priliku koriste kao idealnu za oglašavanje tržišta i primamljivih proizvoda. Oglasi su im tako dostupni, zanimljivi i djeluju uvjerljivo (Alpeza, 2019). Predškolci nemaju dovoljno razvijeno kritičko mišljenje i oglasi se koriste da na simpatičan način pridobiju dječju pozornost. Razumijevanje sadržaja koji nude mediji ovise o dobi djeteta. To razumijevanje podijeljeno je po kronološkim fazama i određenim vremenskim periodima, kao što su primjerice: puzanje, hodanje i dr. (Križanec, 2020). Do prvih osam mjeseci života djetetov razvoj isključivo je motorički i radi se o osnovnim pokretima i reakcijama koje ostaju za života poput treptanja, gutanja, podizanja glave, trupa i sjedanje. Nakon toga slijede sjedeći položaj, puzanje pa i hodanje. Ono najbitnije je da se od prve do šeste godine djeca nalaze u najtemeljitijoj fazi obrazaca i mladi mozak razvija se ekstremnom brzinom. Do te mjere da do treće godine doseže do 80% volumena koje će imati i u odrasloj dobi (Križanec, 2020). Spoznajni razvoj kao i socio-emocionalni razvoj također je važan u tom razdoblju i dijete će napredovati ako mu pružimo optimalne uvjete razvoja, kao što su aktivnosti u kojima može vidjeti svoj rezultat djelovanja, doživjeti vlastite kompetencije, osigurati prisutnost odrasle osobe s naglaskom da se izbjegava bilo kakva kritika ili posramljivanje (Križanec, 2020). Treća godina je jedna od

značajnijih zbog razvoja govora. Tempo razvoja ne treba požurivati jer ovisi o pojedinom djetetu, temperamentu i genetici pa i o djetetovoj okolini (Križanec, 2020). Shodno tome, edukacija o medijima i oglasnom sadržaju osigurala bi razvoj kompetencija za bolje razumijevanje i više kreative u interakciji i uporabi tih sredstava. Takvim radionicama i aktivnostima cilj je razumjeti i kritički prosuditi sadržaj i poruku koju nose. Usvajanje znanja o oglasima i medijima kroz kreativan način djeluje prema boljem korištenju digitalnih medija.

Upravo taj smjer djelovanja medija utječe pozitivno i na dijete kada medijima želimo omogućiti kvalitetnu prisutnost u odgojno-obrazovnoj ulozi. Uloga u svrhu učenja u nastavi dobra je za povećanje motivacije i omogućuje im lakše shvaćanje, potiče na dodatno vježbanje i usavršavanje (Ciboci Perša, 2023). To olakšava i prilagodbu materijala jer je moguće dalje ih prilagoditi njihovim interesima i dobi, a obuhvaćaju cjeloviti razvoj djece. Za pripremu i izradu medijskog sadržaja namijenjenog djeci dobro je koristiti se dječjim likovima, humorom, glazbom i jezikom primjerenom njima. Pisani mediji, slikovnice i knjige uvijek su bili i ostali prva medijska nepoznanica s kojom se susreću: njima bogate rječnik, razvijaju maštu, navike čitanja, potiču se istraživačke, stvaralačke i jezične kompetencije. Zajedničkim čitanjem provodi se svakodnevna navika i stvara emocionalna povezanost, a dobro je poticati i na dodatne aktivnosti nakon čitanja.

Novitet današnjeg vremena je i pojava digitalnih slikovnica jer uz prvi kontakt s književnim djelom nude pogodnosti uvođenja popratnog zvuka, animacije, igara, čineći je privlačnijom i interesantnijom. Postoje i korisni alati za izradu vlastitih digitalnih slikovnica (Book Creator, My StoryBook), edukativnih igara i stranica koje ih nude (Sunčica, Slovarica, Artrea, Izzi...) kao i internetskih stranica za izvor zabave, obrazovanja, samostalnog učenja i mnogih drugih (Ciboci Perša, 2023). Prednosti ovakvih medija su dostupnost informacija i lako pregledavanje, ponuda i razmjena informacija, izvor učenja popraćen zabavom, poticanje kreativnosti i prezentiranja vlastitog rada i širenje obrazovanja. Ovaj brz i kvalitetan put do znanja i medijske pismenosti, upotpunjuje učenje i spaja tradicionalno obrazovanje s onim suvremenim – digitalnim (Hrnjić Kuduzović, Čičkušić, 2020). Mješoviti model učenja donosi promjene, ali trajno usavršavanje i bogatstvo sadržaja je rezultat koji dobivamo.

5.2. Zabava

Igra je vrlo važan aspekt u djetetovom odrastanju. Riječ je o aktivnosti koja može biti spontana ili planirana, dok je kod djece ipak najčešće riječ o spontanoj. To je osnovna aktivnost u kojoj provode većinu svog vremena. Igrom otkrivaju sebe i svijet oko sebe, a različitim vrstama igre razvijaju kreativnost (Ivanušec, 2021). Stvarajući svoj vlastiti svijet razvija se tjelesna aktivnost, snalaženje u prostoru, mašta, a sve to je neophodno za cjeloviti razvoj. Po pitanju razvoja, medijski sadržaji trebali bi se usmjeravati na djetetov cjelovit razvoj, nuditi više različitih tema te prikazivati pozitivne primjere međuljudskih odnosa (Mujagić, Kačmarčik-Maduna, 2017). Na taj se način naglašava kvaliteta medijskog sadržaja i pomoću njih se gradi djetetovo samopouzdanje.

Igra može biti i sredstvo odgoja pa je važno pomno izabrati materijale i aktivnosti kojima je to vrijeme ispunjeno. Pojava medija je u istoj mjeri ponudila veće mogućnosti, ali i otežala neke tradicionalne aktivnosti koje provodimo s djecom. Korištenje medija zajedno s djetetom omogućit će istovremeno učenje o dobrim navikama i zajednički provedenom vremenu. Kada se uključi u korištenje i izbor odraslih osoba, to vodstvo pruža obostrano zadovoljstvo, vodi ka prirodnoj komunikaciji i privrženosti u odnosu roditelj-dijete. Povjerenje u dijete među najvažnijim je aspektima odgoja, ali prva stavka je stvoriti taj odnos povjerenja s djetetom. Povjerenje u dijete među najvažnijim je aspektima odgoja, a bitno je da dijete s povjerenjem može razgovarati sa svojim roditeljima. Parry Aftab (2003) u svojoj knjizi *Opasnosti Interneta, vodič za škole i roditelje*, savjetuje da osim otvorenog razgovora s djecom, mora postojati i jasno dogovaranje pravila o korištenju interneta i drugih masovnih medija. Postavljanje pravila korištenja medija i dobno prilagođen sadržaj djeci će olakšati učenje i pritom stvarati pozitivna iskustva. Naravno da mnogi uređaji danas pružaju i uslugu dodatne zaštite pa je moguće postaviti prilagođene opcije, prikladne djetetu i dobi. Lozinke, programi i aplikacije koje posjeduje većina tableta i mobitela, ograničit će sadržaj i vrijeme provedeno pred ekranom. Od rane dobi potrebno je učiti o pravilnom korištenju interneta i medija, a odrasli su najbitniji uzor u tom procesu.

Premda mediji nisu nužni za razvoj djeteta, u interakciji i pružanjem vlastitog primjera, oblikuju navike. Što je mlađe dijete, to i vrijeme koje će provesti okružen medijima treba biti kraće (Tomljenović i sur., 2018). Posebice kada govorimo o televiziji i videoigrama, dobro je obratiti pažnju na dobne oznake koje su definirane prema Pravilniku o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima (NN 106/2022) i namjera im je zaštiti ih od

neprimjerenih sadržaja. Mnogima u ovom uzrastu videoigre nisu dopuštene u odnosu na druge sadržaje, a sve češće vidimo da je to oblik zabave koji rado biraju pri čemu se popularne videoigre koje u pravilu nisu namijenjene njihovom uzrastu često nalaze na njihovim uređajima. Dok je televizijskom programu pridana veća pozornost kada je u pitanju sadržaj koji se emitira i dobnim oznakama, za pametne mobitele i internet to nije slučaj. Televizije moraju vizualnim grafičkim simbolima 12, 15 ili 18 u gornjem kutu ekrana označiti programe potencijalno štetne za djecu (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018). Dobne oznake još su isključivo istaknute kod videoigara, i to oznakama 3, 7, 12, 16 i 18. Ali internet i aplikacije na pametnim mobitelima takav sustav upozorenja nemaju pa je teško procijeniti koliko su sadržaji prikladni za djecu. Pod vizualnim simbolima kojima je moguće prepoznati program podrazumijevaju se grafičke oznake. Pružatelji audiovizualnih medijskih usluga dužni su osigurati da je program za koji se smatra da može naštetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika označen vizualnim simbolima za cijelo vrijeme njihova trajanja (NN, 106/22). Bolje poznavanje usluge koje pruža bit će prikladnija i ići u korist djece. Pojedini internetski sadržaji i platforme nemaju obavezne dobne oznake, time i blaže restrikcije, a izuzetno su popularni među djecom (Youtube, Facebook, TikTok). Sami po sebi su slobodna aktivnost jer omogućuju uživanje u glazbi, filmovima, igrama te čitanju. Ravnoteža medija i drugih aktivnosti jednako je važna i djeci i odraslima, pa ako ih poštuju odrasli, i djeca će ih se pridržavati. Ako dijete neprestano koristi medije neće dobivati pažnju obitelji koja je prijeko potrebna. Glavni savjet za obitelj jest razgovarati o medijima, objasniti kako ih koristiti i kako se ponašati. Zaštita i znanje najbolje su oružje u prevenciji negativnih ishoda.

6. ISTRAŽIVANJE

Svrha provedenog istraživanja bila je utvrditi koliko se često mediji koriste u vrtiću, u sklopu kojih aktivnosti te koliko vremenski djeca provedu uz medije svakoga dana. Također se ispitalo stajalište odgojitelja i primjećuju li promjene kod djece prilikom korištenja medija i educiraju li sebe, roditelje i djecu na temu medijske pismenosti.

Cilj istraživanja bio je prikupiti mišljenja i stavove odgojitelja prema medijima u radu s djecom predškolske dobi te kako oni utječu na njihovo vrijeme provedeno u vrtićkoj skupini. Pritom su postavljeni i sljedeći specifični ciljevi:

- Ispitati razlikuju li se odgojitelji u stavovima s obzirom na stupanj obrazovanja, godine radnog staža i skupine u kojoj rade;
- Ispitati znanje odgojitelja o njihovom poznavanju medija;
- Istražiti stavove odgojitelja o utjecaju medija na djecu predškolske dobi;
- Ispitati odgojitelje o korištenju medija tijekom provođenja slobodnog vremena s djecom u skupini;
- Ispitati odgojitelje o komunikaciji s djecom u skupini na temu medija i medijskog obrazovanja;
- Ispitati mišljenje odgojitelja o spremnosti na stručno usavršavanje na temu medija i medijskog obrazovanja

Na temelju postavljenih ciljeva proizašle su sljedeće hipoteze:

H1: Odgojitelji smatraju da su dovoljno upoznati s medijima i njihovom utjecaju na djecu predškolske dobi.

H2: Odgojitelji ne primjećuju negativne obrasce ponašanje kod djece potaknute izloženošću medijskim sadržajima.

H3: Odgojitelji aktivno rade na medijskom opismenjavanju djece predškolske dobi.

H4: Odgojitelji rijetko koriste medija u radu s djecom u vrtiću.

Istraživanje je provedeno metodom ankete, a samo je istraživanje provedeno pomoću online anketnog upitnika koji je bio namijenjen odgojiteljima zaposlenima u državnim vrtićima na

području grada Zagreba i Zagrebačke županije. Anketni upitnik je sadržavao 35 pitanja - 28 s već ponuđenim odgovorima i sedam pitanja opisnog karaktera.

6.1. Uzorak

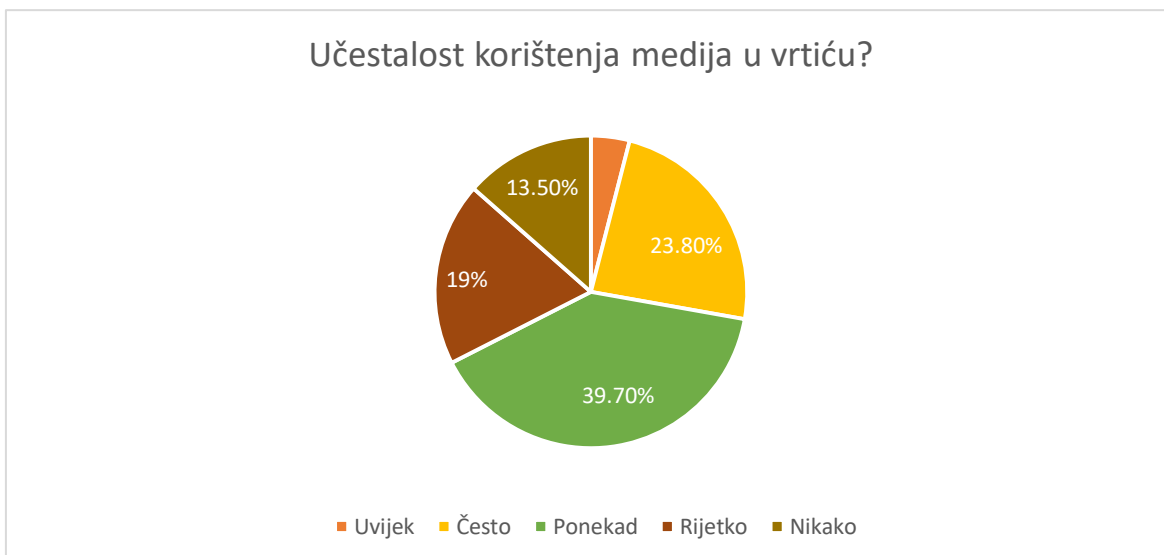
U istraživanju je sudjelovalo 126 odgojitelja od kojih 3,2% osoba muškoga spola te 96,8% osoba ženskoga spola. Prosječna dob ispitanika je 40 godina. Od ukupnog broja ispitanika tek je 5,6% onih bez radnog iskustva, 34,9% ispitanika ima od 1 do 5 godina iskustva, a 19,8% njih od 16 do 25 godina radnog iskustva. Završen preddiplomski studij ima 64,3% ispitanika, nešto manje ih je završilo diplomski studij (25,4%), dok je tek 10,3% završilo srednju školu.

Dobna skupina djece u kojoj rade varira među ispitanicima. Njih 16,7% radi u mlađoj jasličkoj skupini, 13,5% u starijoj jasličkoj skupini, 20,6% u mlađoj vrtićkoj, 11,9% u starijoj vrtićkoj, 16,7% ispitanika radi u predškolskoj skupini, 5,6% u mješovitoj jasličkoj i 23,8% u mješovitoj vrtićkoj skupini.

6.2. Rezultati istraživanja

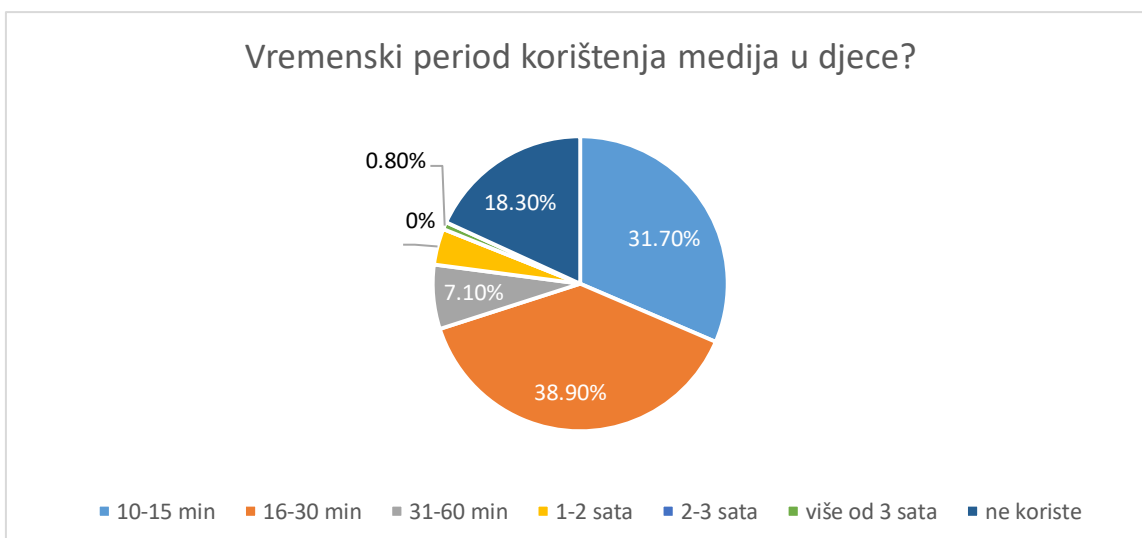
Potvrđan odgovor na pitanje koriste li medije u slobodno vrijeme dalo je 97,6% odgojitelja dok ih 3,2% ne koristi uopće. Mišljenja su podijeljena na pitanje utječu li mediji na raspoloženje djece tijekom dana. Tako je većina odgojitelja, njih 52,8%, odgovorilo potvrdno, a 47,2% s ne.

Daljnji fokus istraživanja bio je na samu skupinu djece i vrijeme koje provode uz medije u vrtiću. U radu s djecom u vrtićkoj skupini 73% odgojitelja koristi medije. Učestalost korištenja tih medija u vrtiću i vrtićkoj skupini podijeljeno je: njih 5% uvijek koriste medije, 23,8% često, čak 39,7% ponekad, 19% rijetko, a 13,5% nikako ne koristi medije. Time je opovrgnuta i jedna od postavljenih hipoteza.



Grafikon 1. Prikaz učestalosti korištenja medija u vrtiću u skupini (N=126)

Od raspoloživih medija koji se koriste u vrtiću, 74,6% dopušta djetetu samostalnu upotrebu, dok 27,8% odgojitelja to ne dozvoljava. Prosječno vrijeme koje djeca provedu uz medije nije dulji od pola sata. Prema rezultatima ankete 31,7% koristi medije vrlo kratko - od 10 do 15 minuta dnevno, a 38,9% od 16 do 30 minuta dnevno. Ostatak rezultata je u manjim postocima: 7,1% ih koristi od 31 do 60 minuta dnevno, 4% od 1 do 2 sata dnevno.



Grafikon 2. Korištenje medija u vrtiću (N=126)

Ono što je zanimljivo jest da su u anketi na pitanje utječe li medij na ponašanje djeteta, odnosno mijenjaju li djeca svoje raspoloženje ovisno o medijskim sadržajima, 73% ispitanika odgovorilo je potvrdno. Većinski odgovori opisali su da djeca prilikom korištenja medija budu mirnija, povećavaju koncentraciju prilikom korištenja medija, življa su i

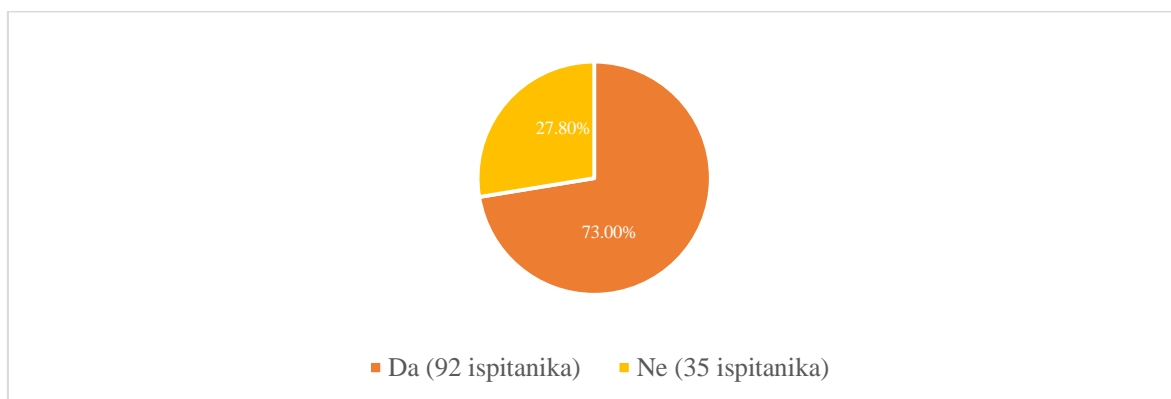
veselija u smislu korištenja medija jer ih to usređuje, znatiželjni su i fokusirani na medij. Nekoliko odgovora bilo je negativnog tipa na način da djeca postanu razdražljiva ili bijesna, isključuju se iz stvarnog okruženja te da imaju manje strpljenja i koncentracije. Neki od odgovora odgojitelja: „Dolazi do promijene u raspoloženju prije i nakon upotrebe medija. Ako je bilo tužno, dijete se oraspoloži, ali kada medij trebaju napustiti žalosna su, ljuta ili počinju vikati.“; „Mirnija su, fokusirana na medij, pokazuju znatiželju.“, „Promjene u ponašanju ovise o naravi djeteta.“

Većina odgojitelja, njih 52,4%, ističe da nikad ne gledaju animirane filmove u vrtiću, njih 25,4% da rijetko gledaju, 17,5% ponekad, 4% često te 0,8% uvijek. Među animiranim filmovima koje gledaju s djecom odgojitelji su naveli Mišo i Robin, Peppa Pig, Pčelica Maja, Profesor Baltazar, Piko, Dora istražuje, Krtek, Vrijeme je za Timmyja, Leteći medvjedići, Štumpfovi i slično.

Istraživanje je pokazalo i da većina odgojitelja ima pozitivan stav prema medijima. Naime, čak 81,7% odgojitelja slaže se da je pozitivno koristiti medije unutar skupine. Odgovori koji su dani bili su opisnog karaktera te je sadržaj uglavnom nosio pozitivne komentare, od kojih su neki bili: poticanje radoznalosti, znanja i iskustva, kreativnost, učenje iz dokumentarnih filmova o prirodi i životinjama, mnoštvo sadržaja za aktivnosti poput pjesmica, brojalica i priča.

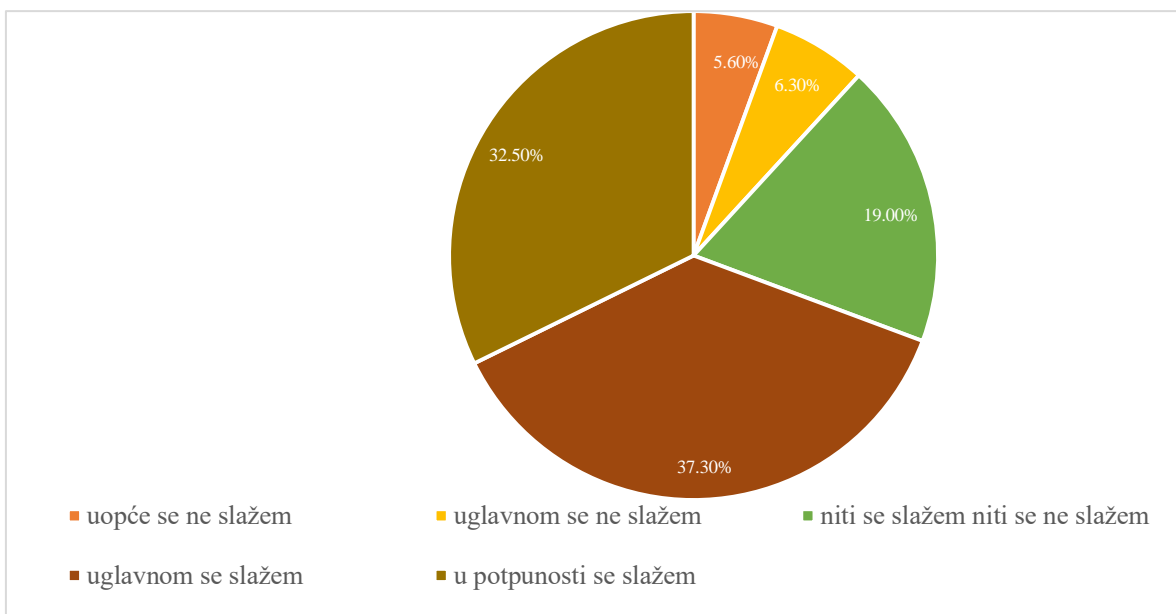
6.2.1. Usavršavanje odgojitelja u području medijske pismenosti

Kada je u pitanju stručno usavršavanje samih odgojitelja na temu medija, istraživanje je pokazalo da se 73,6% odgojitelja educira u području medija.



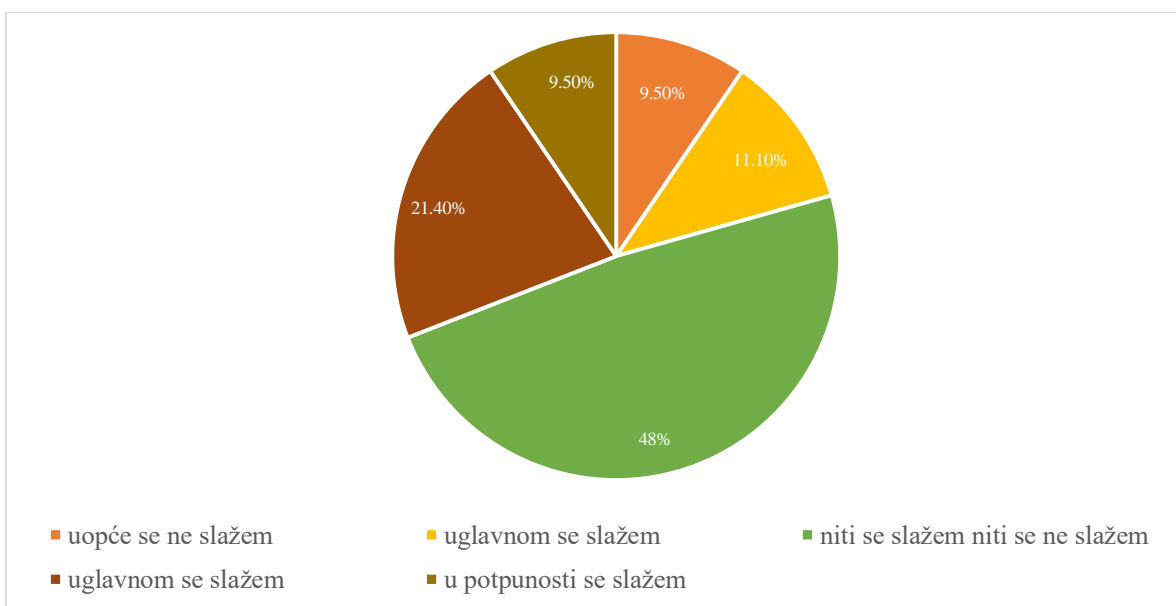
Grafikon 3. Stručna usavršavanja odgojitelja na temu medija (N=126)

Još jedno od pitanja bilo je uvođenje pismenosti u redoviti program odgoja i obrazovanja. Da je to potrebno smatra 69,8% ispitanika, njih 19% se niti slaže niti ne slaže, dok ih 11,9% smatra da to nije potrebno.



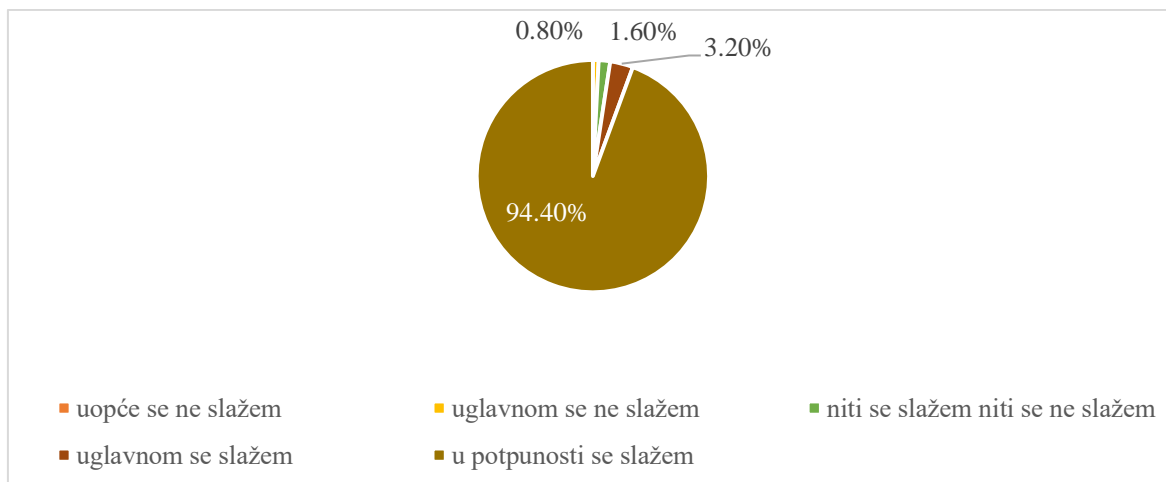
Grafikon 4. Potreba uvođenja medijske pismenosti u redoviti program odgoja i obrazovanja (N=126)

Pitanje korištenja medija i štetnosti za njihovo zdravlje nije dalo jasne rezultate jer su ispitanici bili dvojbenog mišljenja. Čak 48% ispitanika se izjasnilo da nemaju jasan stav o ovom pitanju.



Grafikon 5. Štetnost medija za djetetovo zdravlje (N=126)

Rezultati odgovora na pitanje treba li se sadržaj koji djeca gledaju kontrolirati imao je najpozitivnije odgovore. Čak 94,4% odgojitelja se slaže s tom tvrdnjom.



Grafikon 6. Kontroliranje sadržaja koji djeca promatraju (N=126)

7. ZAKLJUČAK

Svima je dobro poznata važnost kvalitete kognitivnog, pa i cjelokupnog razvoja djeteta. Mediji sa svim svojim mogućnostima jednako su korisni i rizični za djetetov razvoj. Upravo taj kontraefekt je potencijalni nositelj rizika, iako mediji osim zabave pružaju i znanje. Bitno je prilagoditi medije i sadržaj kojem dijete izlažemo njegovim stvarnim potrebama. Mediji i njihov sadržaj okružuju djecu i odrasle svih životnih dobi. Nositelji su poruka, informiraju nas, kreiraju mišljenja i nameću nove vrijednosti, no u životu najmlađih isključivo su prezentirani kao oblik zabave. Danas kreativne opcije omogućuju vizualne sadržaje kojima olakšavaju učenje, podrška su odraslima, pomoć odgojiteljima i učiteljima u pripremi aktivnosti i edukativnog sadržaja, omogućuju praćenje napretka, sastavljanje kvizova i dr. što omogućuje brži napredak i usvajanje gradiva. Djeca i mladi kroz multimedijски sadržaj i interakciju povećavaju vlastito iskustvo na temelju kojeg i uče. Ipak, crtici i animirani likovi najzastupljeniji su u radu s djecom pa putem njih prenosimo sve što je njima blisko i što ih okružuje: društvo, odnosi, kultura...

Moć dobro animiranog filma je neupitna jer se kroz samostalnu igru poistovjećuju s akcijskim likovima i idolima koje gledaju, a pri izboru animiranog filma koji će pratiti dobro je odabrati one koji nude edukativnu i socijalnu komponentu baš kao i onu estetskog karaktera. Video i računalne igre drugi su oblik zabave koji odabiru nakon animiranog filma. Problem ove vrste zabave nastaje zbog postojanja pozitivnih i negativnih učinaka u jednakoj mjeri, dok negativni imaju veći naglasak. Za primjer pozitivnih doprinosa je na: kognitivnom razvoju, poticanju istraživanja, logičko-matematičkom zaključivanju, suradnji i dr., dok su negativni učinci ozbiljniji i mogu prijeći u smjeru ovisnosti: djeca neće provoditi vrijeme socijalizirajući se, u krugu vršnjaka u stvarnom životu, ne komuniciraju, ostaju predugo budna ili provode previše vremena pred ekranom, preskaču obroke ili dolazi do gojaznosti zbog brzih obroka, grickalica i ne kretanja.

Djeca kroz multimedijски sadržaj i interakciju povećavaju vlastito iskustvo na temelju kojeg i uče. Odgojitelji kao vrsni poznavatelji svoje struke dužni su pridonjeti kvalitetnom odgoju i obrazovanju u skupini. Upotreba medija kod djece mlađe i predškolske dobi nikako nije negativna strana, već se naglašava oprez te kako se njim pravilno koristiti. Profesionalni razvoj je temelj pomoću kojeg se možemo dalje usavršavati, te obrazovanje ne zaršava prilikom stjecanja diplome. Obogatiti vrijeme medijima nije krivo niti loše ako znamo pravilno pristupiti takvom sadržaju i usmjeriti ih na dijete.

Temeljem istraživanja ustanovljene su razlike u stajalištima odgojitelja i njihovoj percepciji prema medijima. Iako se svi ispitanici svakodnevno koriste medijima, manje od 80% njih se zapravo reducira na temu medija. To čine 92 ispitanika (odnosno 73%) od njih 126. Također takvu vrstu edukacije ne nude djeci, još manje roditeljima, što bi trebalo promijeniti i potaknuti veće zanimanje za medijsku pismenost. Pa tako gotovo 60% odgojitelja (točnije 59,8%) ne provodi navedene edukacije zajedno s roditeljima. Svrha istraživanja bila je i utvrditi stajalište odgojitelja o medijima i njihovom utjecaju na djecu predškolske dobi, te u kojem postotku su obrazovani i spremni educirati o medijima. Budući da su mediji danas dio svakodnevice, trebalo bi poraditi na edukaciji i podizanju svijesti o važnosti medija za zdravlje predškolske djece te kako kvalitetno pristupiti i doprinijeti dječjem rastu i razvoju.

8. LITERATURA

- Andrić, I. (2017). *Kognitivni razvoj predškolske djece (diplomski rad)*. Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Alpeza, J. (2019). *Radionica mediji*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
- Briggs, A., Burke, P. (2011). *Socijalna povijest medija: od Gutenberga do interneta*. Zagreb: Pelago
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2014). Media Education from the Perspective of Parents of Preschool Children: Challenges and Trends in Free time Media Use. *Medijska istraživanja*, 20 (2), 53-67
- Ciboci, L. Kanižaj, I. Labaš, D. (2021). *Mediji i djeca predškolske dobi*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
- Common Sense (2021). Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens. Dostupno na: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/8-18-census-integrated-report-final-web_0.pdf, pristupljeno 10. rujna 2023.
- Dokler, A. (2021). *Mediji i emocije*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef
- Đuran, A. Koprivnjak, D. Maček, N. (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4 (1), 272-285.
- Enciklopedija.hr (2021). Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=66413>
- Hrnjić Kuduzović, Z., Čičkušić, V. (2020). *Medijski odgoj predškolaca*. Tuzla: Radio Kameleon.
- Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9 (2), 9-34.
- Ilišin, V. Marinović Bobinac, A. Radin, F. (2001). *Djeca i mediji*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži
- Ivanušec, S. M. (2021). Zašto vrtić nazivamo zajednicom koja uči? *Bjelovarski učitelj*, 26 (1-3), 109-118.

- Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 27 (1), 127-136.
- Kolar, M. (2011). Kako su mediji mijenjali svijet. *In Medias Res*, 2 (2), 244-247.
- Miljak, A. (2009). *Življenje djece u vrtiću*. Zagreb: SM naklada.
- Mujagić, N., Kačmarčik-Maduna, N. (2017). *Mediji u najboljem interesu djeteta*. Sarajevo: Ministarstvo za ljudska prava i izbjeglice Bosne i Hercegovine
- Petrović-Sočo, B. (2013). Razvoj modela kurikuluma ranoga odgoja i obrazovanja. *Dijete vrtić obitelj*, 10 (71), 1-4.
- Realsimple.com (2023). *How to break a habit*. Dostupno na: <https://www.realsimple.com/how-to-break-a-habit-7197984>
- Rus-Mol, Š. Zagorac Keršer, A. (2005). *Novinarstvo*. Beograd: Clio.
- Sindik, J. (2011). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 18 (1), 5-32.
- Sindik, J. Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu. *Medijska istraživanja*, 16 (2), 107-133.
- Skole.hr (2021). Kako je tiskana prva knjiga. Dostupno na <https://www.skole.hr/kako-je-tiskana-prva-knjiga/>, pristupljeno 10. rujna 2023.
- Tomljenović, R., Ilej, M., Banda, G. (2018). *Djeca i mediji: knjižica za roditelje i skrbnike djece*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
- Unicef.org (n.p). *Prve tri su najvažnije*. Dostupno na: <https://www.unicef.org/croatia/rani-razvoj-djece>
- Valković, J. (2016). Utjecaj medija na socijalizaciju. *Riječki teološki časopis*, 24 (1), 99-116.