

# Medijska ekologija djece rane i predškolske dobi na području grada Svetog Ivana Zeline

---

Hadaš, Eva

Master's thesis / Diplomski rad

2018

*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:147:716318>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-10-20**

*Repository / Repozitorij:*

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



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

**EVA HADAŠ  
DIPLOMSKI RAD**

**MEDIJSKA EKOLOGIJA  
DJECE RANE I PREDŠKOLSKE DOBI NA  
PODRUČJU GRADA  
SVETOG IVANA ZELINE**

**Zagreb, rujan 2018.**



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

**DIPLOMSKI RAD**

**Ime i prezime pristupnika: Eva Hadaš**

**TEMA DIPLOMSKOG RADA: MEDIJSKA EKOLOGIJA DJECE RANE I  
PREDŠKOLSKE DOBI NA PODRUČJU GRADA SVETOG IVANA ZELINE**

**MENTOR: Astrid Nox, pred.**

**Zagreb, rujan 2018.**

## SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
UVOD.....	3
1. MEDIJI.....	5
2. MEDIJSKA EKOLOGIJA .....	6
2.1. Povijest medijske ekologije „utemeljitelji“ .....	6
2.1.1. McLuhan .....	7
2.1.2. Ong .....	8
2.1.3. Postman.....	9
2.2. Definicije medijske pedagogije .....	10
3. MEDIJSKA PISMENOST .....	12
3.1. Medijska kompetencija .....	13
4. UTJECAJ MEDIJA.....	15
4.1. Čimbenici utjecaja na djecu .....	15
4.1.1. Razvojne karakteristike djeteta.....	15
4.1.2. Svrha i obilježja medijskih sadržaja.....	16
4.1.3. Djetetovo društveno i obiteljsko okruženje.....	17
4.2. Pozitivni utjecaj.....	18
4.3. Negativni utjecaji .....	19
5. ULOGA ODRASLIH.....	22
5.1. Uloga roditelja.....	23
5.2. Uloga odgojitelja .....	26
5.2.1. Kritike odgoja i obrazovanja .....	26
5.2.2. Medijska kompetencija odgojitelja .....	27
5.2.3. Medijski pismen odgojitelj.....	27
5.3. Obrazovanje odraslih .....	29
5.4. Uloga društva .....	31
5.5. Pozitivni primjeri obrazovanja odraslih.....	32
5.5.1. Medijska pedagogija .....	33
6. PRIMJERI DOBRE PRAKSE.....	35
6.1. Stratch program.....	35
6.2. Agencija za elektroničke medije .....	37
6.2.1. Portal medijska pismenost.hr.....	37
6.2.2. Slikovnica o medijima .....	38

7. ISTRAŽIVANJE – MEDIJSKA EKOLOGIJA DJECE NA PODRUČJU GRADA SVETOG IVANA ZELINE .....	39
7.1. Internetske stranice .....	39
7.1.1. Internetska stranica grada Svetog Ivana Zeline .....	39
7.1.2. Gradska knjižnica Sveti Ivan Zelina .....	41
7.1.3. Pučko otvoreno učilište Sveti Ivan Zelina .....	42
7.1.4. Radio Zelina .....	44
7.2. Prigorje.hr .....	44
7.3. Prodajna mjesta .....	45
7.3.1. Prodajno mjesto 1 .....	45
7.3.2. Prodajno mjesto 2 .....	45
7.3.3. Prodajno mjesto 3 .....	46
7.4. Medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i djelatnika dječjega vrtića na području grada Svetog Ivana Zeline .....	46
7.4.1. Medijsko-ekološka iskustva djece .....	46
7.4.2. Medijsko-ekološka iskustva roditelja .....	48
7.4.3. Medijsko-ekološka iskustava djelatnika dječjega vrtića .....	51
ZAKLJUČAK .....	57
LITERATURA .....	59
IZJAVA .....	62

## SAŽETAK

### MEDIJSKA EKOLOGIJA DJECE RANE I PREDŠKOLSKE DOBI NA PODRUČJU GRADA SVETOG IVANA ZELINE

Mediji su sve i svugdje oko nas, postali su važan čimbenik u ljudskim životima. Cilj ovog rada bio je objasniti što su to mediji, kako oni utječu na ljude, u ovom slučaju na djecu rane i predškolske dobi te kako mi, odrasli postupamo u vezi s tim. Mnogi znanstvenici bave se upravo tom temom, medijskom ekologijom, znanstvenom disciplinom koja zbog sve većeg prisustva medija i njihovih utjecaja postaje suvremena, prihvaćena grana znanosti. Upravo medijskom ekologijom bavili smo se u ovom radu. U radu sežemo u daleku povijest medijske ekologije i njezinog tumačenja. Zbog pozitivnih i negativnih utjecaja medija dovodimo u pitanje važnost medijskog obrazovanja djece i odraslih, medijske kompetencije i medijsku pismenost onih osoba koje su zadužene za odgoj i obrazovanje od najranije dobi, počevši od roditelja, odgojitelja, a u konačnici i cijelog društva. Jedno od poglavlja rada upravo daje primjere dobre prakse vezane uz korištenje medija što prikazuje svjetlu stranu budućnosti medija. Krajnji cilj ovog rada bio je ispitati kakva je medijska ekologija djece vrtićke dobi na određenom području, u gradu Svetom Ivanu Zelini te kakva su medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i odgojitelja. Temeljem istraživanja došli smo do zaključka da su mediji prisutni u svakodnevnom životu djece vrtićke dobi, medijski sadržaji i materijali koje nudi grad u skladu su s pozitivnom medijskom ekologijom, a oni koji su odgovorni za odgoj i obrazovanje djece svjesni su mogućih negativnih utjecaja medija te ih nastoje spriječiti odabirom kvalitetnih medijskih sadržaja i organizacijom slobodnog vremena djece.

Ključne riječi: mediji, medijska ekologija, djeca rane i predškolske dobi, uloga odraslih

## SUMMARY

### MEDIA ECOLOGY OF PRE-SCHOOL CHILDREN IN SVETI IVAN ZELINA

The media are all around us have become an important factor in human life. The purpose of this thesis was to explain what the media are, how they affect children of early and pre-school age and how we, adults deal with it. Many scientists are dealing with this theme, media ecology, scientific discipline which, due to the increasing presence of the media and their influence, becomes a modern, accepted branch of science. That is what were we dealing within this thesis, going to history of media ecology and its interpretation. Because of positive and negative influences of the media, we are questioning the importance of media education to children and adults, media competence and media literacy of those who are in charge of early childhood education starting with parents, teachers and in the end the whole society. One chapter of this thesis hows examples of good practices related to the use of media, which is a positive side of media in future. The aim of this thesis was to examine the media ecology of kindergarten children in a certain area, in the city of Sveti Ivan Zelina, and what are media-ecological experiences of children, parents and teachers. Based on the research, we came to the conclusion that the media are present in the every day life of kindergarten children. The media content and materials in the city of Sveti Ivan Zelina are in line with the positive media ecology. Those who are responsible for the education of children are aware of possible negative influences of the media. They try to prevent them by choosing quality media content and organizing children's free time.

Keywords: media, media ecology, children of early and pre-school age, adult role



## UVOD

Mora li trend po kojem elektronski mediji sve više postaju ekstenzija ljudskog tijela ići u pravcu potpunog porobljavanja čovjeka i njegove ličnosti ili će taj isti čovjek nepredvidivo, svojom medijskom pismenošću, to jest novim promišljanjem medijskih sadržaja, izaći iz virova medijsko tehnoloških nesloboda, pita se Ašković (2015).

Upravo tom temom bavimo se kroz cijeli rad, svjesni smo da ne možemo zanemariti činjenicu da su mediji ušli u sve dijelove našeg života.

U prvom poglavlju pod naslovom *Mediji* bavimo se medijima koje definiramo kao sredstvo komunikacije i prenošenja vijesti, a dijelimo u tri kategorije: prezentacijske, reprezentacijske i mehaničke.

Medijskom ekologijom, njezinim počecima, utemeljiteljima i definicijama bavimo se u drugom poglavlju, dok se u trećem poglavlju osvrćemo na važnost medijske pismenosti medijskih kompetencija. Budući da se slažemo s McLuhanovom tvrdnjom koja govori da su mediji ljudski produžetci te da od čovjeka zahtijevaju potpunu poslušnost u trećem se poglavlju nastojimo upoznati se s čimbenicima, karakteristikama, svrhom te pozitivnim i negativnim utjecajima medija u ljudskim životima.

Osim same izloženosti medijima, moć i utjecaji medija dodatni su razlog zašto treba jačati medijsku pismenost. Iako je izloženost medijima i izvorima informacija često nekontrolirana i događa se gotovo automatski, upravo je medijska pismenost koja razvija vještine svjesnog odlučivanja o izlaganju medijskom sadržaju i kritičke analize medijskog sadržaja pa i stvaranja prilika za vlastito izražavanje i produkciju medijskog sadržaja, osobito važna kako bismo se koristili pozitivnim utjecajima, a spriječili moguće štetne utjecaje izloženosti medijima (Agencija za elektroničke medije, 2016).

Obitelj je najznačajniji kontekst za rano učenje djece i dom bi trebao biti medijsko zaštićen okoliš. Roditelji ne rade nikakvu uslugu djeci zadržavajući ih pred ekranima ili daleko od ekrana. Tehnologija je dio djetetovog svakodnevnog života i sve veći dio njihovog identiteta, povezanosti, sudjelovanja u zajednici i budućeg građanskog angažmana, ističe Edgar (2008).

Zbog tih i mnogih drugih saznanja u četvrtom poglavlju ističemo važnu ulogu odraslih, načine na koje moraju djelovati, komunicirati, osposobljavati i usmjeravati djecu od najranije dobi, a kako bi to znali važno je da prihvate odgoj za medije, da se i sami medijski obrazuju u

skladu s novim saznanjima kako bi ta znanja mogla prenositi na djecu koja će postati medijski pismena. Upravo u tu svrhu u petom poglavlju navodimo primjere pozitivne prakse iz svijeta i iz Hrvatske, kao što su *Stratch program*, *Agencija za elektroničke medije* koja zastupa *Portal medijske pismenost* te izdaje slikovnice i različite brošure koje mogu biti od koristi roditeljima i odgojiteljima.

Zadnje, šesto poglavlje istraživačkog je tipa, a odnosi se na medijsku ekologiju djece vrtićke dobi te medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i djelatnika s područja grada Svetog Ivana Zeline, dok se u zaključku daju najznačajniji rezultati dobiveni ovim istraživanjem.

*Budućnost čovječanstva u velikoj mjeri ovisi o samoj filozofiji medija, koji se moraju istinski ekologizirati vraćajući humanum svojoj biti, čineći ga ekstenzijom prirodnog svijeta. Cilj ekologije medija na lokalnom nivou je očuvanje kulturnog kontinuiteta, usprkos vremenu povijesnog kontinuiteta – nestajanju jednih i nastajanju drugih kultura.*

Marina Ašković

(Ašković, 2015, str 934)

## 1. MEDIJI

Želimo li pisati o medijskoj ekologiji prvotno trebamo objasniti značenje riječi mediji, nabrojati što sve spada pod medije te nabrojati njihove funkcije, a zatim se posvetiti medijskoj ekologiji.

Jurčić (2017) navodi da je riječ medij latinskog podrijetla, latinski *medius* što znači srednji, u sredini. Ističe da medije najčešće određujemo kao sredstvo komunikacije ili prenošenja vijesti, no da bi ga definirali na konkretan i precizan način u obzir trebamo uzeti tumačenje svrhe, funkcije medija i novinarstva.

Tumačenja i pogledi na medije razlikuju se ovisno o znanosti koja je tumači. U komunikacijskim znanostima medij je fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom. Mediji su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju o svim važnim temama kako bi informirali ili manipulirali ljude (sve prema Juričić, 2017).

John Fiske medije dijeli u tri kategorije: *prezentacijski* kao što su glas, lice i tijelo, a ograničeni su na ovdje i sada jer je medij ujedno komunikator, *reprezentacijske* u koje ubraja fotografije, knjige i slike koje se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenog diskursa i *mehanički* mediji poput radija, televizije i telefona koji odašilju prezentacijske i reprezentacijske medije (Jurčić, 2017).

Prema ovoj podjeli možemo zaključiti kako su mediji ljudi, njihova verbalna i neverbalna komunikacija, fotografije, knjige, slikovnice, slike, novine, časopisi, letci, reklame, radio, televizija, mobiteli, video igrice, fotoaparati, tablet, laptop i mnogi drugi proizvodi kojima se služimo. Točnije mediji su ono što stvaramo i upotrebljavamo. Mediji smo mi sami i sve oko nas.

## 2. MEDIJSKA EKOLOGIJA

Pitanjima vezanim uz medijsku ekologiju bavili su se mnogi u prošlosti, a bave se još i danas, u modernom suvremenom razvijenom svijetu. Što je medijska ekologija, tko ju je utemeljio i kakav utjecaj ima na nas objasniti ćemo nadalje u radu.

### 2.1. Povijest medijske ekologije „utemeljitelji“

Mnogi su se znanstvenici bavili i još se bave proučavanjem medija i utjecajem medija na ljudski organizam, na svijet u kojem živimo. Što su sve mediji, kad su postali mediji, tko je zaslužan da ih zovemo mediji, prikazati ćemo u kratkom pregledu, prikazu medijske ekologije od njenih početaka.

Strate (2004) navodi kako se medijskom ekologijom bavi mnogo intelektualaca te tu „novu nauku“ proučavaju „Toronto School“, „teorije medija“, „Američke kulturne studije“ i mnogi drugi što je dovelo do toga da je medijska ekologija postala široko prihvaćena, a velik utjecaj imalo je i osnivanje „Udruge medijske ekologije“ 1998. godine.

Kong Lum (2014) navodi da postoje mnogi mislioci u medijskoj ekologiji te da su teorije medijske ekologije potrebne i korisne studentima i znanstvenicima na komunikacijskim studijima, uključujući medije i kulturu, medijsko obrazovanje, medijsku pismenost, povijest medija, filozofiju medija, etnografiju i popularnu kulturu.

Paglia (2000; prema Strate, 2004) ističe kako je medijska ekologija također i intelektualna tradicija, tradicija intelektualnih mislioca koji na kreativan način preoblikuju tradicije i unakrsno isprepletene discipline povezujući tradicionalne i moderne kako bi novonastale veze ostale svježije. Intelektualna se tradicija prema Ongu (1977) bazira na svijesti o otvorenom sustavu koji pozitivno utječe na kreativnost, slobodu i proces istraživanja i otkrića.

Isti autor (2004) tvrdi kako je medijska ekologija mreža ideja, pojedinaca i publikaciju, a veze te mreže moguće je pratiti u bezbroj različitih smjerova, a on će te mreže pokušati linearno predstaviti kroz medijsku ekološku mrežu pomoću tri najvažnija „stupa“ medijske ekologije, a oni su Marshall McLuhan, Walter Ong i Neil Postman koje ćemo u nastavku rada pokušati učinkovito približiti i povezati s medijskom ekologijom.

### 2.1.1. McLuhan

Levison (2000) u svojem radu „McLuhan i medijska ekologija“ objašnjava doprinos McLuhana medijskoj ekologiji, znanstvenika koji smatra da mediji uvelike utječu na misli i djela ljudi na „mekan“ način. Ističe da nas je upravo McLuhan doveo do najvišeg kata komunikacije i osvijestio o „mekom“ utjecaju medija u svim komponentama života, a osim toga mnogima je dao poticaj za istraživanje medija i njihovog utjecaja.

Strate (2004) napominje kako medijska ekologija kao znanstvena disciplina nema svojeg osnivača ni izumitelja, ali navodi da je upravo McLuhan središte medijske ekologije te da su njegova razmišljanja i djela od velike važnosti za medijsku ekologiju. Isti autor (2004) navodi da bez McLuhanovog rada u časopisu u pedesetim i šezdesetim godinama ne bi bilo studija koje objašnjavaju utjecaj medija i komunikacije na ljudsko društvo. Također spominje McLuhanovu knjigu „The Mechanical Bride“ koja analizira utjecaj popularne kulture na stavove, uvjerenja i vrijednosti tehnološkog društva.

McLuhan 1962. godine objavljuje djelo „Gutenbergova galaksija“, gdje riječ galaksiju koristi kao sinonim za sustav, okoliš ili ekologiju. U tom djelu ulogu abecede smatra temeljem zapadne civilizacije, a tiskaru posrednikom do modernosti. Ističe i osjetilnu percepciju te fenomenologiju komunikacije istražujući povijesni pomak od zvučne orijentacije u doba pisanja do vizualnog stresa koji je pratio tiskarsku revoluciju. Na kraju knjige raspravlja o prijelazu s tiskanih na elektroničke medije uvodeći pojam „globalno selo“ koji simbolizira novu elektronsku međuovisnost koja stvara svijet na slici globalnog sela, a ideja globalnog sela jedna je od najodrživijih ideja McLuhana (sve prema Strate, 2004).

Njegov najutjecajniji rad „Razumijevanje medija“ iz 1964. godine počiva na ideji suvremene medijske okoline, a osobito se bavi temom transformativne moći televizije. Iako se mediji najčešće povezuju s komunikacijskim tehnologijom, McLuhan smatra kako su uz medijske i komunikacijske tehnologije svi ljudski izumi i inovacije mediji, za njega je medij riječ, broj, cesta, odjeća, mjesto stanovanja, novac, sat, prijevozno sredstvo, igra, oružje... (Strate, 2004)

McLuhanova poznata izreka „medij je poruka“ znači da mediji ili tehnologije koje koristimo imaju vodeću ulogu u tome o čemu i na koji način komuniciramo, mislimo i upotrebljavamo naša osjetila u društvenoj organizaciji, načinu života i pogledu na svijet.

McLuhan (2008) medije smatra ljudskim produžecima. Objašnjava da ako svoja tijela stavljamo u okvir svojih produženih živčanih sustava, putem elektroničkih medija, uspostavljamo dinamiku posredovanjem tehnologije, koji su produžeci ruku, nogu, zubi i regulatora tjelesne topline, a svi takvi produžetci uključujući i gradove pretvoriti će se u informacijske sustave. Isti autor navodi da elektromagnetska tehnologija zahtijeva ljudsku poslušnost i mir, meditaciju, jer se mozak u toj situaciji nalazi izvan lubanje, a živci izvan kože. Čovjek je podređen da služi svojoj tehnologiji s vjernošću servomehanizma kao što je služio svojem čamcu, svojem kanuu, svojoj tipografiji i svim drugim produžecima svojih tjelesnih organa.

Strate (2004) ističe da je McLuhan inspirirao mnoge pisce koji su na temelju njegovih promišljanja i djela pisali svoje knjige. Godine 1988. u suradnji sa svojim sinom Ericom napisao je novu verziju „Razumijevanje medija“ objavljenu u „Zakonima medija“ u kojoj odgovara na četiri pitanja: „Što medij poboljšava i proširuje?“, „Što je zastarjelo?“, „Što se dogodilo da je raniji medij zastario?“ te „Što on preokreće u krajnosti?“. Ta pitanja mogu se koristiti za analizu učinka inovacija, a u „Zakonima medija“ pojam medij dodatno proširuje te navodi da medij uključuje bilo koji izum, nove ideje, filozofije te jezične i retoričke izume.

McLuhan, kao najvažniji stup medijske ekologije utjecao je na razne znanstvene discipline, umjetnost, religiju, tehnologiju, komunikologiju i surađivao s mnogima koji su pisali s njim i o njemu, intervjuirali ga, radili dokumentarce o njegovom životu te objavili analogiju pod nazivom „Nasljeđe McLuhana“ u kojoj je istražen trajni utjecaj McLuhana na masovne medije, nove medije, novinarstvo, komunikacijske studije, kulturne studije, književnu teoriju, umjetnost, povijest, teologiju, pravo i politiku (Strate, 2004).

### 2.1.2. Ong

Prema Strate (2004) Walter Ong bio je jedan od McLuhanovih studenata na Sveučilištu Saint Louis što je i dovelo do toga da je pao pod njegov utjecaj. Njegova studija „Metoda i propadanje dijaloga“ iz 1958. zaslužna je za njegovu reputaciju kao besprijekornog znanstvenika i služi kao model medijske ekologije i kulturne povijesti, a ujedno je utjecala na McLuhana.

Ongova studija slučaja objašnjava utjecaj tiskanih medija na načine razmišljanja, znanja i obrazovanja. Prati pomak od oralnih, prostornih načina komunikacije prema sve

dominantnijem vizualizmu. Baš poput McLuhana, Ong upozorava na razlike između vizualizacije i akustike i na ulogu medija u promjeni ravnoteže osjetila, navodi Strate (2004).

U djelu „Prisutnost riječi“ iz 1967. godine razvio je sofisticirani teorijski oblik u kojem uspostavlja prvenstvo zvuka i govora u ljudskom životu kao primarnu oralnost, kao oritet koji je nastao prije pisanja, a sekundarni oralitet povezan je s elektronskim medijima i oblikovan je pisanjem. Također naglašava da različiti mediji pomažu uspostaviti stabilnu kulturu, a djelo nam pomaže da razumijemo medije kao alate koji razvijaju okolinu i cjelokupnu ekologiju (Strate, 2004).

Kako navodi Strate (2004), Ongova najpopularnija knjiga izdana 1982. godine „Oralnost i pismenost“ objašnjava psihodinamiku oralnosti i pismenosti, karakteristike usmenih i pismenih komunikacija i kognitivnih stilova te vitalnu ulogu koju memorija i mnemotehnika imaju u komunikacijskim društvima. Osim kontrasta između usmene i pismene kulture, Ong raspravlja o univerzalnost govora i jezika, razlikama između abecede i drugih sustava pisanja, pomaka od pisanja do kopija pa do mehaničkog tiska i sekundarne spoznaje elektroničkih medija.

Ong, kao jedan od pouzdanih stručnjaka medijske ekologije utjecao je na mnoge koji su uređivali njegove analogije, koje i danas imaju velik utjecaj na istraživanje tog područja medijske ekologije (Strate, 2004).

### 2.1.3. Postman

Strate (2004) navodi da se Postman kao student na Učiteljskom fakultetu ponajviše bavio proučavanjem jezika i komunikacije, a predstavljen je i McLuhanu na jednom predavanju. Postman je o McLuhanu i njegovoj važnosti za englesko obrazovanje pisao 1961. godine u knjizi „Televizija i nastava engleskog jezika“ za Nacionalno vijeće učitelja engleskog jezika. Postman je zagovarao jezičnu edukaciju kao alternativni pristup tradicionalnim sadržajima te je prvi naglasio medij nad sadržajem. Također ističe da se škole moraju suprotstavljati učincima televizije i elektronskim medijima očuvanjem vrijednosti i metoda na temelju pisma i slike.

Postman naglašava jezik i simbolički oblik što je u suprotnosti s McLuhanom i Ongom koji zagovaraju osjetilnu percepciju i kontrast između uha i oka. Postman (1982; prema Strate, 2004) navodi da je nestanak djetinjstva konstrukcija tiskarske kulture koja je uništena

televizijskom slikom te navodi kako su djeca žive poruke koje šaljemo u budućnost. Postman kao kritičar televizije tvrdi da kultura slike trivijalizira ozbiljan diskurs.

Postman (1992) u svojoj knjizi „Technopoly“ razlikuje tri vrste kulture: prva, usmena, ona kultura u kojoj se koriste alati, ali je tehnologija ograničena, zatim pismena, ona u kojoj je tehnologija u porastu, ali se natječe s ostalim društvenim institucijama te medijska, „technopoly“ gdje tehnologija ima monopol (Strate, 2004).

Strate (2004) navodi kako je Jensen (1990) Postmana opisao kao antimodernista jer smatra da bez vrijednosti, vjerovanja, ideja, mitova i pripovijesti ne postoji osnova za školski sustav. Postman se zalaže za povezivanje tradicionalnih pristupa s suvremenim pristupom pravilnim i doziranim uvođenjem komunikacija, medija i tehnologija.

## 2.2. Definicije medijske pedagogije

S obzirom da su mnogi proučavali medije i medijsku ekologiju i još uvijek je proučavaju, svatko od njih ima svoju viziju što je ona, što obuhvaća, čime se bavi i kako utječe na nas te ju na svoj način definiraju ili opisuju.

Lance Strate (2004) u svome radu „A media Ecology Review“ citira Postmana (2000) te navodi kako riječ mediji stavljamo ispred riječi ekologija da bih sugerirali da nismo zainteresirani samo za medije već na načine interakcije između medija i ljudi koja kulturi daje neki novi karakter, a ujedno pomaže održati simboličku ravnotežu. Također spominje svjesnost ljudi o međusobnim odnosima s ljudima te životnim i strukturalnim strukturama koji nas okružuju.

Medijsku ekologiju definira i prema Ongu (1997) koji smatra da je medijska ekologija novo stanje svijesti, svijest o otvorenom sustavu čiji elementi nisu fiksni, nego se razvijaju kroz prirodnu selekciju koju donosi otvorena interakcija između pojedinca i okoliša.

Strate (2004) spominje i Postmana koji smatra da medijska ekologija postoji još od antike, a njegova definicija medijske ekologije (1970) vezana je uz „poučavanje medija kao okruženja“ koja objašnjava utjecaj medija na ljudsku percepciju, razumijevanje, osjećaje, vrijednosti te kako naša interakcija s medijima olakšava ili otežava šanse za preživljavanje, dok ekologija podrazumijeva proučavanje okruženja, njegovu strukturu, sadržaj i utjecaj na ljude u njemu, a okruženje se sastoji od tehnika, tehnologija, simbola, alata, informacijskih



sustava i strojeva, načina komunikacije i medija, čiji pojam koristimo za obuhvaćanje svih tih stvari. Tako je Postman (1971) medijsku ekologiju opisao kao proučavanje transakcija između ljudi, njihovih poruka i poruka njihovih sustava.

Strate (2004) ističe i McLuhanov odgovor iz 1977.godine na pitanje što je medijska ekologija, a odgovor glasi da je medijska ekologija organiziranje raznih medija koji se međusobno podupiru i skladno djeluju te pozitivno utječu jedan na drugoga.

Strate (2004) spominje i doktorsku disertaciju Christine Nystrom (1973) u kojoj ona medijsku ekologiju opisuje kao nauku, novu metadisciplinu koja proučava složene komunikacijske sustave kao dio okruženja u interakciji s komunikacijskim medijima, tehnologijom, tehnikama, procesima te ljudskim osjećajima, mislima, vrijednostima i ponašanjima.

Casey Man Kong Lum (2014) medijsku ekologiju definira kao proučavanje medija kao okruženja unutar kojih se iskustvo ljudi manifestira putem komunikacije i u komunikaciji. Navodi kako medijski ekolozi ispituju medije ili oblike komuniciranja kao fizičke, senzorne, perceptivne i simboličke okoline ili pak strukture u kojima ljudi pronalaze smisao svog svijeta.

Strate (2004) piše da se od uvođenja pojma „medijska ekologija“ 1968. godine, medijska ekologija shvaća kao perspektiva ili pristup, područje istraživanja ili studija te kao nastavni plan i program.

Medijska ekologija zapravo je jedna povijesno-suvremena metadisciplina, znanstvena disciplina koju mnogi istražuju, proučavaju te daju preglede i razmišljanja o tome kako utječe na nas, na sve oko nas, na ono što redovito živimo, konzumiramo.

### 3. MEDIJSKA PISMENOST

Medijska pismenost dio je suvremenog života što je i vidljivo još od 1970-ih godina kada je UNESCO pokrenuo pitanje nove pismenosti, pismenosti za život s medijima te se i danas bavi time i djeluje u tom pravcu. Uvažavajući sve veći razvoj nove pismenosti, UNESCO kao međunarodna organizacija koja promovira kulturu, znanost i edukaciju, zalaže se i organizira međunarodne razmjene znanstvenih i stručnih iskustava i rezultata empirijskih istraživanja te na temelju toga donosi primjerene preporuke, navodi Zgrabljic Rotar (2008).

Zgrabljic Rotar (2008) ističe Deklaraciju o medijskom odgoju donesenu 1982. godine, a tom Deklaracijom postavljene su teze o medijskom odgoju koje ističu da medijski odgoj teži obuhvatiti sve medije i sve simboličke jezike javne komunikacije, teži učenju o medijima i njihovoj prirodi, a ne o uporabi medija u učenju i edukaciji, kao pomoćnim sredstvima u nastavi, ima za cilj razvijati kritičke sposobnosti za razumijevanje medija i praktične sposobnosti za izražavanje pomoću i u medijima. Medijski odgoj mora koristiti međunarodna iskustva razmjenom znanja i rezultata empirijskih istraživanja te države trebaju pružiti potporu uključivanju odgoja za medije u sve razine obrazovanja, od predškolske dobi do sveučilišta i cjeloživotnog obrazovanja.

Zgrabljic Rotar (2008) navodi da je pojam medijske pismenosti definiran 1992. godine na konferenciji o medijskoj pismenosti, a definira se kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.

Također navodi kompetencije koje medijska pismenost omogućava, a one su kritičke, tehničke i praktične. Kritičke kompetencije koriste nam za razumijevanje medijskih sadržaja koji stvaraju sposobnosti tumačenja i kritičkog vrednovanja sadržaja, tehničke za pristup medijima, to jest na koji način koristiti medije te praktične koje omogućavaju stvaranje medijskih poruka, odnosno pisanje nekih sadržaja u klasičnim i novim medijima.

Medijska pismenost postala je imperativ razvijenih društva i stalna briga međunarodne zajednice, u skladu s tezom da samo medijski pismeni građani mogu koristiti vrijednosti medija u privatnom životu, poslovnoj karijeri, političkoj participaciji i zabavi. Samo medijski pismeni građani i djeca mogu se služiti medijima kao sredstvom za uspješnu komunikaciju i osobnu promidžbu te razumjeti opasnosti i društvene posljedice medijskih promjena (Peruško, 2008, str. 67).

Maletić (2014) ističe kako medijska pismenost nije znanost o komunikaciji, niti kanal, ni medij, nije ni informacija, ni pošiljatelj ni primatelj poruke. Navodi da rađanje ideje o medijskoj pismenosti seže u rane sedamdesete godine prošlog stoljeća kada je nekolicina inovativno motiviranih mladih pedagoga i nastavnika na stručnim skupovima u Sjedinjenim Američkim Državama potaknula raspravu o jedinstvenom pristupu provođenju nastave iz predmeta koji nije dio obaveznog kurikuluma, poznatog kao „teachingmedia“.

Vjeruje se da medijsko opismenjavanje utječe na cjelovit kognitivni sustav, mišljenja i stavove, da razvoj dekonstrukcije medijske poruke ima za cilj stvaranje kritičkog mislioca i šire društvene pozitivne implikacije te da medijski pismena osoba pozitivno promiče ljudske vrijednosti. Medijska pismenost koncept je oblikovan unazad dvadeset i pet godina, uključuje tradicionalnu, autovizualnu i digitalnu pismenost te se veže uz osnovna određenja masovnih medija, medijsku industriju, medijske poruke i komunikaciju, medijsku publiku, utjecaj medija te čimbenike okoline i individualne i društvene kompetencije, zaključuje Maletić (2014).

Čini se kako se je oduvijek brinulo o utjecaju medija na ljudski rod te su se mnogi zalagali za učenje s medijima i o medijima što traje još i danas. Napretkom medija trebamo poboljšati naše znanje o njima kako bi pratili i bili u rangju s njima. Kako bi šetali pored njih, a ne trčali za njima.

### 3.1. Medijska kompetencija

Maletić (2014) objašnjava da je medijska pismenost povezana s medijskom kompetencijom koju prema Schorb (1997) dijeli na tri dijela, a to su:

- znanje o medijima kao znanje o funkciji, strukturi i orijentaciji,
- vrednovanje medija kao kritičko promišljanje te
- etički i kognitivno utemeljeno osposobljavanje i postupanje s medijima kao usvajanje, korištenje, participacija i oblikovanje medija.

Isti autor (2014) navodi i definiciju Europskog centra za medijsku kompetenciju koji medijsku kompetenciju definira kao sposobnost kretanja po svijetu medija na kritički, reflektivan i nezavisan način, s osjećajem za odgovornost, rabeći medije kao sredstvo za nezavisno i kreativno izražavanje.

Medijska kompetencija omogućuje pristup potrebnim informacijama, njihovu analizu i sposobnost identifikacije ekonomskih, političkih, socijalnih i kulturnih interesa koji ih okružuju. Medijsko obrazovanje uči pojedinca da tumači i proizvodi poruke, da odabire najpogodnije medije za komuniciranje i u konačnici da ima veću ulogu u medijskoj ponudi i proizvodnji, ističe Vijeće Europe (2000; prema Maletić, 2014).

Hofmann (2003; prema Tolić, 2008) medijsku kompetenciju dijeli u pet osnovnih dimenzija, a one su:

- kognitivna dimenzija koja se odnosi na znanje, razumijevanje i analizu sadržaja u medijima, ona omogućava stjecanje znanja medijske kompetencije kako bi se simboličke poruke putem medija mogle uspješno razumjeti i dekodirati,
- moralna dimenzija zagovara tezu promatranja medija s etičkog aspekta,
- socijalna dimenzija se odnosi na prava, medijsku politiku i socijalna djelovanja,
- estetska dimenzija je ona u kojoj su mediji nositelji izražaja i informacijskih poruka, ona čiji sadržaji poput slike i boje bude emocionalne efekte korisnika, a najčešće je koriste medijski manipulatori te
- dimenzija djelovanja je dimenzija koja bi trebala razviti sposobnosti aktivnog uključivanja u interpretaciji sadržaja medija, a od pasivnog pojedinca razviti aktivnog.

Ove dimenzije nazivaju i novom filozofijom obrazovanja u informacijskom društvu, smatra se da je proces kompetencije uspješan ako se u pojedinca razviju sve dimenzije.

## 4. UTJECAJ MEDIJA

Želimo li saznati kakav utjecaj imaju mediji možemo se povoditi za McLuhanovim citatom koji glasi ovako: „Proizvodi moderne znanosti nisu sami po sebi dobri ili loši; njihovu vrijednost određuje način na koji je upotrebljavaju.“ McLuhan (2008, str. 16)

Svjesni smo da mediji mogu različito utjecati na djecu, a o tome ovise brojni čimbenici kao što su razvojne karakteristike djeteta, svrha i obilježja medijskih sadržaja te djetetovo društveno i obiteljsko okruženje. Osim o čimbenicima, nadalje u radu pisat ćemo i o pozitivnim i negativnim utjecajima medija.

### 4.1. Čimbenici utjecaja na djecu

Ne djeluju svi sadržaji jednako na djecu, na koji način djeluju ovisi o mnogo čimbenika. Konzumiranje nekih sadržaja može negativno djelovati na dijete mlađe dobi, dječake i djecu određenih karakteristika i iz određene društvene okoline, dok na drugu djecu isti ti sadržaji ne moraju imati negativan utjecaj, ističe Agencija za elektroničke medije (2016).

Kada razmatramo utjecaj medija na djecu u obzir trebamo uzeti nekoliko čimbenika, a to su razvojne karakteristike djeteta, svrha i obilježja medijskih sadržaja te djetetovo društveno i obiteljsko okruženje (Anderson i sur., 2003; prema Agencija za elektroničke medije, 2016).

#### 4.1.1. Razvojne karakteristike djeteta

Neka su istraživanja pokazala da dob, spol i inteligencija djeteta mogu imati različite učinke na utjecaj medija.

Agencija za elektroničke medije kao najvažniju karakteristiku navodi dob djeteta, jer upravo je dob djeteta pokazatelj njegove okvirni pokazatelj psihofizičkog razvoja. Djeca različite dobi različito interpretiraju i doživljavaju svijet oko sebe pa tako i medijske sadržaje koje primaju. Poznato je da djeca predškolske dobi nisu u stanju razlikovati stvarni i fiktivni svijet i nisu još naučila upravljati svojim emocijama i ponašanjem, dok su starija djeca to usvojila, a pritom se ponašaju u skladu s društvenim normama.

Kirkorian, Wartella, i Anderson (2008) navode da zbog nedostatka pažnje u dobi do dvije godine gledanje ekrana može imati negativne posljedice na kasniji kognitivni razvoj. Iako je mali broj istraživanja dokazao tu vezu, neupitno je da dob djeteta utječe na njegovu percepciju i razvoj.

Čini se kako i spol djeteta igra ulogu, nekoliko studije pokazalo je (prema Kirkorian i sur.,2008) da teško gledanje televizije ima negativne utjecaje na djevojčice, što kasnije rezultira slabijim akademskim postignućem. Utvrđeno je i da pojačana izloženost nasilju u medijima tijekom djetinjstva može potencijalno utjecati na neizravnu agresivnost kod žena u odrasloj dobi (vrijeđanje, isključivanje iz društva, ogovaranje i sl.), dok kod muškaraca u odrasloj dobi može utjecati na tjelesnu agresivnost, navode Huesmann i sur. (2003; prema Agenciji za elektroničke medije, 2016).

Djetetova inteligencija, percepcija realnosti sadržaja i stupnja identifikacije s likovima koji prenose određenu poruku mogu biti povezani s negativnim utjecajem (Anderson i sur., 2003; prema Agenciji za elektroničke medije, 2016). Dokazano je da nasilni sadržaji mogu imati jači učinak na djecu koja ih smatraju stvarnim i mogućim, a zastrašujući sadržaj ima slabiji učinak ako ga djeca drže nestvarnim i nemogućim. Kada se djeca identificiraju s medijskim modelima, onda i lakše usvajaju njihova ponašanja i osjećaju veću empatiju za njih, na primjer, ako je u vijestima riječ o žrtvi koja je dijete i istog spola kao i oni, dijete će se više s njom identificirati i jače uplašiti nego ako se radi o žrtvi koja je odrasla osoba ili dijete suprotnog spola (Agencija za elektroničke medije, 2016).

#### 4.1.2. Svrha i obilježja medijskih sadržaja

U suvremenom svijetu na raspolaganju su nam različiti medijski sadržaji, od onih za najmlađe do sadržaja za određene uzraste koji su označeni poznatim kategorijama 12, 15 i 18 te sadržaji za samo za odrasle osobe.

Prema Zakonu o elektroničkim medijima i Direktivu Europske komisije o Audiovizualnim medijskim uslugama (Agencija za elektroničke medije, 2016) medijski sadržaji dijele se u tri kategorije prema potencijalnoj štetnosti:

- neprimjereni sadržaji koji mogu ozbiljno štetiti razvoju djeteta
- sadržaji koji su vjerojatno štetni po razvoj djece određene dobi, a mogu se prikazivati samo u određeno vrijeme ili pod određenim uvjetima (klasifikacijska oznaka i/ili

tehnička zaštita) kada je manje vjerojatno da će ih djeca vidjeti ili pri čemu su ti sadržaji manje dostupni djeci ili su ti sadržaji označeni klasifikacijskim oznakom koja upozorava na potencijalnu štetnost za određenu dobnu skupinu te

- sadržaji koji vjerojatno ne mogu naštetiti djeci i adolescentima i koji ne utječu negativno na njihov razvoj su svi ostali sadržaji, a najlakše ih prepoznamo jer ih većina djece uobičajeno susreće i u realnosti ili su neškodljivi jer su djeci predstavljeni na primjeren način.

Ukoliko djeca konzumiraju sadržaje neprimjerene svom dobnom uzrastu to za njih može imati negativne posljedice kao što su nasilna ponašanja, tjelesna pobuđenost i emocionalno uznemirenje, agresivna ponašanja, neosjetljivost na nasilje, neprimjerena seksualna ponašanja, nagost, neprimjereno zanimanje za spolnost, rizična ponašanja, konzumacija sredstava koja izazivaju ovisnost, kockanje, klađenje i igranje igara na sreću, vjerovanje i prepuštanje okultnim i paranormalnim sadržajima, stereotipno i diskriminirajuće ponašanje, vjerovanje u moć reality emisija i talent showa koji promoviraju bogatstvo, popularnost i ljepotu te utjecaj na potrošačke navike (Agencija za elektroničke medije, 2016).

#### 4.1.3. Djetetovo društveno i obiteljsko okruženje

Anderson i sur.(2003; prema Agencija za elektroničke medije,2016) ističe da značajke socioekonomskog statusa, poput obrazovanja roditelja, zanimanja i prihoda djetetove obitelji, također mogu oblikovati veličinu i smjer utjecaja medija. Navode da djeca nižeg socioekonomskog statusa u pravilu više gledaju televiziju nego djeca višeg statusa pa mogu biti više izložena i neprimjerenim sadržajima. Razlog za to može biti činjenica da njihovi roditelji nemaju sredstava da im omoguće bavljenje drugim slobodnim aktivnostima. Također, obrazovaniji roditelji češće aktivno komentiraju sadržaje i kritički se odnose prema njima i time smanjuju učinke nekih potencijalno štetnih sadržaja po djecu.

Dokazano je, a navodi Lepičnik Vodopivec (2011) da obitelji koje su usmjerene na koncepciju koja potiče djecu da izraze svoje ideje i emocije, čak iako su u suprotnosti s njihovim, traže nove ideje i izazove da isprobaju i ono što druga strana predloži su one obitelji koje gledaju manje televizije i koje su pažljivije kod odabira programa što je posljedica kvalitetne komunikacije. Pokazalo se da su djeca koja žive u takvim obiteljima zadovoljnija

opcijama i donošenjem odluka, a televiziju ne percipiraju sredstvom obiteljske zabave te se češće bave drugim obiteljskim aktivnostima.

#### 4.2. Pozitivni utjecaj

Poznato nam je da mediji imaju dvije strane, onu pozitivnu i onu negativnu. Pod ovim naslovom predstaviti ćemo one koje su pozitivne.

Najvažnije pozitivne strane medija su informiranost, obrazovanje i zabava. Osim te tri najvažnije strane poznato je da mediji mogu potaknuti ljude, uključujući i djecu rane i predškolske dobi na određenu vrstu ponašanja, mogu doprinijeti društvu u cjelini, poticati toleranciju, smanjivati razliku između društvenih slojeva, poticati maštu i kreativnost. Shodno tome možemo reći da nas mediji educiraju, zabavljaju i šire naše spoznaje (sve prema Jurčić, 2017).

McManis i Guennewig (2012; prema Brito, 2016b) izvještava da upravo iskustva s tehnologijom imaju mogućnost otvoriti put za dosad neviđene mogućnosti učenja, a i Zloković i Dečman Dobrnjič (2008) svjesni su činjenice da edukativni proces nije vezan samo uz školu i druge oblike formalnog društvenog odgoja i obrazovanja, već da se edukacija danas sve više odvija putem elektroničkih i tiskanih medija. Kako navode elektronički i tiskani mediji uvelike pridonose u dostupnosti novih znanja, u stimuliranju i olakšavanju učenja, u promicanju ljudskih prava kao i u bržem protoku informacija. Stoga zaključuju da je realno od medija očekivati daljnje vremensko i sadržajno obogaćivanje informativnih, edukativnih i savjetodavnih sadržaja koji se djeci nude putem novih medija i tiska.

Jedna od pozitivnih strana medija je pomaganje drugima, putem brojnih humanitarnih akcija koje do širokih masa u kratkom vremenskom razdoblju dopru upravo zbog medija i na taj način vrlo brzo uspijevaju nekome pomoći, navode Ciboci, Kanižaj, Labaš i Osmančević (2018).

Još jedna od pozitivnih strana medija, navodi Nadrljanski (2000; prema Mandarinić, 2012) je ta da uporaba digitalnih medija pridonosi poboljšanju motivacije, osposobljavanju za samostalni rad, rad na projektima i dinamičnijem organiziranju odgojno-obrazovnog procesa.

Žderić (2009) navodi da osim rizika i negativnih učinka medija i medijskih sadržaja, mediji, u ovom slučaju računalne igre mogu i pozitivno utjecati na razvoj djeteta, uvođenjem



djece u svijet kompjuterske tehnologije, prakticiranjem da slijede upute, rješavaju probleme i logiku, poticati finu motoriku, prostorne i vizualne vještine te biti prilika da djeca i roditelji međusobno uživaju igrajući igre. Ukoliko su igre edukativne tada mogu biti u svrhu poticajnog ponavljanja sadržaja, lakšeg učenja stranog jezika te pomoć kod pretraživanja izvora novih znanja.

Ista autorica (2009) unatoč negativnih pojava koje donosi internet, internet smatra kao bogat izvor kvalitetnih informacija jer se na internetu nalaze rječnici, enciklopedije, mogu se izvježbati matematički zadatci, čitati romani, razgledavati virtualni muzeji. Stoga valja utjecati na prihvaćanje tih vrijednosti internetske konzumacije.

Mediji kao obrazovni, informativni i zabavni alat pomoću kojeg se lakše uči, komunicira, potiče mašta i kreativnost, pomaže drugima, poboljšava motivacija, osamostaljuje, rješavaju problemi i zadatci, uči strani jezik tema je kojom se bave mnogi teoretičari medija, no veći je broj onih koji se bave kritikama medija, to jest negativnim utjecajima medija.

#### 4.3. Negativni utjecaji

Druga strana medija je ona negativna, ona se očituje u stavovima da mediji potiču pretjeran konzumerizam, opsjednutost zabavom, manipulaciju, jezičnu nekulturu, pornografiju, rodnu diskriminaciju, pasivizaciju i nasilje (sve prema Jurčić, 2017).

Kanižaj i Ciboci (2011) u svojem radu „Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove“ bave se utjecajem, učincima i posljedicama nasilja u medijima na djecu i mlade. Navode kako je prvo životno iskustvo nasilja upravo ono koje su nam predstavili mediji.

Potter (1995; prema Kanižaj i Ciboci, 2011) potvrđuju kako je stotine studija pokazalo da izloženost medijskom nasilju povećava agresiju i nasilje. Njegove učinke dijele na dugoročne i kratkoročne. Kratkoročni su oni koji se javljaju odmah nakon konzumacije nekog medijskog sadržaja, a dugoročni nakon izloženosti velikom broju takvih sadržaja tijekom nekoliko tjedana ili mjeseci.

Brojna istraživanja dokazala su da je ovisnost o medijskim sadržajima jednaka kao ovisnost o alkoholu, drogi ili nekim drugim ovisnostima, a to potvrđuju Young (2009) te Bilić i Ljubić Golub (2011; prema Kanižaj i Ciboci, 2011) koji navode kriterije ovisnosti o videoigrama.

Simptomi ovisnosti su nekontrolirana želja, žudnja za igranjem, gubitak kontrole nad ovisničkom aktivnošću, osjećaj nemira i razdraženosti u vremenu kada se ne igra, apstinencijski simptomi, preokupiranost ovisničkim ponašanjem te zanemarivanje alternativnih zadovoljstava, školskih i kućnih obaveza, nemogućnost prestanka videoigara, laganje da bi se pokrila vezanost za videoigre.

De Rougemont (1981) ponajviše se bavi negativnim utjecajem informatike, novih inovacija na ljudski rod. Prema LeMonde (1981) navodi činjenicu da sve veća složenost društva, upotrebom telekomunikacijske informatike i informacije čine sustav društva sve ranjivijim i lako ga je narušiti. Donekle se slaže i s tvrdnjom da je tehnika samo po sebi neutralna, ali da je ona oruđe koje služi čovjeku, na dobar ili loš način. Budući da je funkcija tehnike da olakša naša nastojanja i umnoži posljedice, a činjenica je da je lakše činiti zlo nego dobro, pa postavlja pitanje može li tehnika biti smrtonosna i u kojoj mjeri. Zaključuje da je potrebno utvrditi granice informatike, tehnike te da još puno toga moramo istražiti u vezi s njezinim posljedicama kako bi je mogli iskoristiti na pravilan način jer u tome je sudbina naše civilizacije.

Košir i sur. (1999) kao problem, negativnu stranu uporabe medija naglašavaju varku „bliskih odnosa“. S obzirom da se djeca sve češće uključuju u medijsku blizinu i ulažu sve manje vremena i napora u njegovanje istinskih bliskih međuljudskih odnosa. Izbjegavajući osobne odnose te pomanjkanje osobnih veza pokušavamo nadomjestiti gledanjem televizije, jedrenjem po mrežama interneta, igranjem računalnih igara i sličnih radnji koji su nadomjestak za osiromašen socijalni i emocionalni život.

Hadžiselimović (2004) kao negativnu posljedicu utjecaja medija navodi poremećaj pažnje za kojeg pretpostavlja da će biti sindrom informacijskog doba. Ističe da je sve više djece koja nisu odgledala jednu tv emisiju ili izvela nešto drugo od početka do kraja. Kako navodi, u izobilju ponuđenih medija koji prekidaju aktivnosti ometaju trajni rad i koncentraciju. Dok navodi i bojazan Healy koja prema Naisbitt (1999) sumnja da dolazi do promjene fizionomije dječjeg mozga što bi moglo uzrokovati depresiju i poremećaj pažnje ili pak stvoriti generaciju impulzivnih i ne refleksivnih ljudi koji će imati problema s misaonim operacijama.

Labaš i Marinčić (2016) navode da mediji stvarajući zabavne i manipulativne sadržaje mogu svakodnevno negativno utjecati na djecu putem oglašavanja i širenja konzumerizma, tabloidizacije, senzacionalizma te ostalih trendova, izloženosti nasilju i dječjoj pornografiji.

Stručnjaci na temelju provedenih istraživanja i promatranja mladih upozoravaju na različite ovisnosti koje djeca i mladi mogu „pokupiti“ s interneta, a to su ovisnost o on-line igrama, o pornografiji, virtualnim vezama, on-line kupovini, neprestanom ažuriranju informacija i slično, navodi Vallario (prema Mandarinić, 2012).

Istraživanje koje je 2004. godine proveo Hrabri telefon u suradnji s Poliklinikom za zaštitu djece grada Zagreba navodi podatke koji ukazuju da djeca koja intenzivnije koriste Internet te čije su aktivnosti više istraživački usmjerene u većoj opasnosti od izlaganja nepoželjnom seksualnom sadržaju, a ukazuje i na činjenicu da je potrebna daljnja edukacija djece i roditeljima o mogućnostima koje pruža Internet, ali i o opasnostima i načinima samozaštite djece prilikom korištenja računala i interneta (Laniado i Pietra, 2005).

Mediji sve više postaju odgojitelji mlađih generacija. Roditelji sve manje vremena zbog užurbanog način života provode sa svojom djecom. Sve ih manje podučavaju i ne usađuju im nikakve moralne vrijednosti već taj zadatak prepuštaju medijima, a da pritom nisu svjesni negativnih učinka koje masovni mediji mogu imati na njihovu djecu. Postavlja se pitanje „Kako će roditelji znati što je dobro, a što nije?“ kada ni sami nemaju nikakva znanja iz tog područja. S ovim se problemom teško nose i zemlje u kojima je medijski odgoj obavezni predmet, dok je u Hrvatskoj medijski odgoj „međupredmet“, a djeca nemaju priliku kroz svoje obrazovanje slušati odgoj za medije i pri tome razvijati kritičko promišljanje (Kanižaj i Ciboci, 2011).

Upravo nas ova razmišljanja navode na pitanje „Koja je uloga odraslih, onih koji brinu od djeci?“. Zbog sve većeg okupiranja medija, koji najčešće ostavljaju negativne posljedice na djecu, kao što je ovisnost, nasilje putem medija, nedostatak pažnje, nedostatak moralnih vrijednosti, konzumerizam, iščezavanje obiteljskih odnosa i mnogi druge posljedice, odrasli, roditelji, odgojitelji i društvo u cjelini mora djelovati, a kako i na koji način pokušat ćemo objasniti nadalje u radu.

## 5. ULOGA ODRASLIH

Upravo činjenica da mediji imaju velik broj negativnih utjecaja na djecu dovodi u pitanje ulogu odraslih, onih koji brinu o djeci, ponajprije roditelja, zatim odgojitelja i učitelja i u konačnici cijela društvena zajednica.

Podaci i činjenice jasno nas upozoravaju, da se treba ozbiljnije pozabaviti ulogom medija u svakodnevnom životu djece i mladih, u njihovoj socijalizaciji, odgoju i obrazovanju, jer mediji nisu uvijek svjesni odgovornosti koju nose prilikom oblikovanja životnih stavova i vrijednosnih usmjerenja djece i mladih (Mandrinić, 2012).

Izdebska (2009; prema Barańska, 2016) smatra da djeca svjedoče brojnim promjenama koje se odnose na opseg, prirodu i veličinu djetetovih odnosa i iskustava te da postoje novi poticaji koji stvaraju djetinjstvo suvremene djece među kojima dominiraju mediji. Navodi da korištenje raznovrsnih medija kao što su televizija, računalo, laptop, tablet, mobitel, internet počine jako rano, gotovo od početka života te postaje oblik redovitog, svakodnevnog kontakta koji se s vremenom povećava.

Već dugo smo svjesni da djeca od malih nogu koriste različite medije koji igraju veliku ulogu u njihovom životu. Djeci, osobito najmlađima treba pokazati pravilan i koristan način korištenja medija te ih osposobljavati za korištenje medija u svakoj životnoj dobi. S obzirom da je zadaća odraslih da djecu nauče hodati, voziti bicikl, kako se obući i nahraniti, njihova je zadaća i podučiti djecu kako koristiti mobitel i laptop na svrhovit način (Barańska, 2016).

Svjedoci smo velike uporabe i utjecaja medija na djecu. Također smo svjesni činjenice da medijski imaju pozitivne i negativne utjecaje. Sindik (2012) navodi razloge zbog kojih djecu najčešće privlače mediji, a oni su zanimljivi sadržaji, životne situacije i problemske situacije prikazane iz nekog drugog nesvakidašnjeg motrišta, mogućnost poistovjećivanja s nekim od likova, zabava i opuštanje. Navodi i predrasude i osude koje su najčešće vezane uz medije koji navodno potiču nasilje u društvu, veliki su kradljivci vremena, nekretanje, zapostavljanje prijatelja i školskih obaveza, otuđivanje i nerazlikovanje stvarnog od virtualnog svijeta. Mikić (2004; prema Sindik, 2012) smatra da generalizacija ne donosi ništa korisno, već samo neutvrđeno zaključuje o medijima i djeci, dok se zapostavlja uloga roditelja i okoline koji mogu biti od velike koristi te činjenica da djeca mogu puno naučiti uz pomoć medija. Stoga roditelji moraju imati na umu da mediji informiraju, ali također mogu poslužiti da nas opuste ili zabave.

Heather, Kirkorian, Wartella i Anderson (2008) ističu da dobro osmišljen, obrazovni televizijski sadržaj može biti koristan djeci predškolske dobi, iako studije o djeci rane i predškolske dobi sugeriraju da djeca te dobi mogu bolje razumjeti i učiti iz iskustava stvarnog života. Neka istraživanja navode da izloženost televiziji tijekom prvih nekoliko godina života može biti povezano sa slabijim kognitivnim razvojem. Autori (2008) naglašavaju važnost televizijskog sadržaja na utjecaj kognitivnih sposobnosti i akademskog postignuća djece starije od dvije godine. Rano izlaganje kvalitetnim programima koji su u skladu s kurikulumom povezano je s pozitivnim kognitivnim i akademskim učincima, dok na slabiji kognitivni razvoj, nedostatak pažnje i niži akademski utjecaj utječe ukoliko konzumiramo sadržaj radi zabave ili prakticiramo nasilne sadržaje.

Umjesto ekstremnog odnosa roditelja prema medijima, koji ili krajnje pozitivni ili pak krajnje negativni, roditelji bi trebali djecu promatrati i diskretno pratiti, kritički i odgovorno, a u slučaju dvojbi i roditeljske nesigurnosti razgovarati s djetetom i usporediti roditeljska i dječja medijska iskustva, naglašava Sindik (2012).

Iako Paulina Barańska (2016) u svojem istraživanju o stjecanju medijskih kompetencija predškolske djece navodi da je medijska pismenost djece uvjetovana zajedničkim radom predškolske ustanove i roditelja te će jedino na taj način zaštititi djecu od prijetnji koje prijete u budućnosti. U nastavku rada ćemo podijeliti te uloge na roditelje, odgojitelje i društvo u cjelini.

### 5.1. Uloga roditelja

Današnja djeca prije će naučiti koristiti tablet nego što će naučiti pisati. Mediji zauzimaju velik dio slobodnog prostora i vremena. Utječu na odnose između ljudi, a odraslima su sve češće radna mjesta, dok su djeci igrališta. Ušli su u svaki kutak našim domova šuljajući se na prstima, tiho i polako, a njihovo se korištenje ne smije prepustiti slučaju, ističe Aglieri (2011; prema Labaš, 2011).

Osim medijskih iskustava djeteta, važna su i ona koja prakticiraju roditelji jer djeca preslikavaju ponašanja roditelja, pa i ona vezana uz medije. Ilišin (2003; prema Sindik, 2012) potvrđuje da je roditeljski odnos prema medijima neposredna orijentacija djetetu, način na koji roditelji rabe medije imati će učinak na djecu, samim time bitno je osvijestiti roditeljske navike.

Upravo tu činjenicu potvrđuje rezultat, da su djeca predškolske dobi kod kuće izložena medijima onoliko vremena koliko i roditelj, dobiven istraživanjem Sindik (2012).

Heather i sur. (2008) navode da razgovor za vrijeme trajanja obrazovnih medijskih sadržaja ili nakon završetka ima pozitivan utjecaj na učinkovitost obrazovnih medija. Uključivanjem ili proširivanjem lekcija vezane uz obrazovni program, skretanjem pozornosti na program ili pak dijalog o programu poboljšava razumijevanje programa te ima pozitivan učinak na učenje pomoću obrazovnih medija.

Nikken i Jansz (2007; prema Kanižaj i Ciboci, 2011) nude tri koriste strategije za reguliranje igranja videoigara kod svoje djece, a one su:

- zajedničko igranje videoigara
- kritička rasprava o igrama, a nakon toga
- prihvaćanje ili odbacivanje sadržaja te uvođenje pravila za ponašanje tijekom igranja, uključujući i zabrane određenih igara.

Sindik (2012) se bavi pitanjem „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu“. Navodi kako iznimno bitnu ulogu u izlaganju, stupnju i načinu korištenja djece medijima imaju roditelji.

Istražujući online praksu djece mlađe od šest godina, Brito (2016b) ističe veliku važnost proučavanja rizika na mreži te promoviranje on-line sigurnosti i obuke roditelja male djece. Autorica također smatra da znanja koje djeca imaju o korištenju digitalnih uređaja potječe iz doma gdje je najčešće na raspolaganju više uređaja. Prvotno ih uče kako ih koristiti kroz promatranje bliskih srodnika, produbljujući svoje znanje kroz praksu i upotrebljavanjem različitih uređaja do razine dok ne postanu samostalni u korištenju.

Brito (2016b) savjetuje provođenje informativnih roditeljskih sastanaka koji bi roditeljima prikazali različite aplikacije i online platforme te različite vrste obrazovnih programa, informativnih emisija i onih vezanih za zabavu s naglaskom na pitanja glede sigurnosti.

Kanižaj i Ciboci (2011) savjetuju roditeljima preporuke Erwin i Moron iz 2008. godine. Želeći osnažiti roditelje preporučuju im da se informiraju, istraže ulogu i utjecaj medija, ispituju prisutnost i utjecaj koji mediji imaju, osiguraju sigurnost postavljanjem jasnih granica, da pokušaju razotkriti skrivene i prekrivene poruke na svim ekranima i igračkama, uključujući djecu u donošenje mudrih odluka te da promoviraju mir.

Isti autori (2011) autoritet roditelja drže neosporivim i nezamjenjivim te upravo roditelje potiču da pritisnu sustave, institucije i medije da se probude i učine nešto po pitanju medijskog odgoja od najranije dobi.

Heather i sur. (2008) navode da su mnoga istraživanja povezala uporabu medija s razvojem kognitivnih vještina i akademskim postignućem, a većina istraživanja upravo sadržaj smatra posredničkim faktorom u tom odnosu. Roditelje drže najvažnijim po pitanju odabira sadržaja kako bi smanjili negativne učinke, a povećali pozitivne. Upravo roditelji mogu maksimalno iskoristiti prednosti medija odabirom obrazovnih programa koji su primjereni dobi djeteta te dijalogom o medijskim sadržajima s djecom.

Mikić (2004; prema Sindik, 2012) naglašava da djeca odrastaju s medijima od samog rođenja te je djetinjstvo postao medijsko, a toga trebaju biti svjesni roditelji. Također trebaju osvijestiti da ne utječu samo oni na medijski svijet svojega djeteta, već ta uloga pripada i društvenoj okolini djeteta, to jest na medijski svijet utječu braća i sestre, rođaci, prijatelji, dječji vrtić... Osim sadržaja koji primaju putem medija, velik utjecaj ima pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju i osobna pasivnost te emotivna i intelektualna nespremnost za život s medijima

Lepičnik Vodopivec (2011) bavi se pitanjem podučavanja medijske pismenosti predškolske djece u Sloveniji te percepcijama nastavnika i roditelja o medijskoj pismenosti djece.

Erjevaj i Volčić (1999; prema Lepičnik Vodopivec, 2011) navode podatke prema kojima djeca predškolske dobi pred televizijom borave oko dvadeset sati tjedno. Autorica ističe da su djeca predškolske dobi osjetljiva te uče putem imitacije poistovjećujući se sa stvarnim i imaginarnim likovima, a upravo je zadatak odraslih da pomognu i naprave pravi izbor i kritički sagledaju sadržaje kako bi djeca na temelju svojih sposobnosti, vještina i dobi razvila alate za prihvaćanje, oblikovanje i korištenje dobivenih informacija.

Djeca u obitelji uče o životu s medijima, a Sindik (2012) ističe da se pravilan odnos s medijima mora vježbati.

## 5.2.Uloga odgojitelja

Osim velike uloge roditelja koji svojim primjerima, odabirom, razgovorom, balansiranjem mogu pozitivno utjecati na uporabu medija i na njihov utjecaj na djecu, veliki značaj pridaje se i odgojiteljima koji također provode puno vremena s djecom, a mogu utjecati na odabir aktivnosti, usmjeravanje djece u pravom smjeru, ponuditi kvalitetne poticaje te osvijestiti roditelje za pravilno korištenje medija.

### 5.2.1. Kritike odgoja i obrazovanja

Mnogi se autori bave negativnim utjecajem medija i ta istraživanja su brojnija od onih vezanih uz pozitivne utjecaje i vrijednosti koje mediji mogu donijeti. Neki teoretičari kritiziraju ustanove odgoja i obrazovanja i nespремnost odgojitelja i učitelja da se educiraju.

***Već godinama škole i neki od roditelja kao nojevi guraju svoje glave u pijesak i pokušavaju ignorirati medijsku kulturu.***

Rene Hobbs

Košir, Zgrabljic i Ranfl (1999, str 14)

Mikić i Rukavina (2006; prema Sindik, 2012) kritiziraju današnji obrazovni proces koji ne poduzima nikakve mjere za osposobljavanje i razumijevanjem medija i medijskih sadržaja. Ukazuju da su šanse da djeca postanu medijski pismena male ukoliko se ta zadaća prepusti školama.

Bento, Lencastre i Pereira (2016) upozoravaju na to da živimo u društvu koje se razvilo u gotovo svim područjima, ali je usporeno ažuriranje u obrazovanju. Učenici žive u dvadeset i prvom stoljeću, a nastavnici se usmjeravaju na pedagogiju dvadesetog stoljeća u učionicama iz devetnaestog stoljeća.

Učenici koriste nove tehnologije kako bi brže učili, tražili nove informacije na internetu, igrali igre, a proces obrazovanja ne iskorištava te poticaje jer nastavnici ne mijenjaju svoje poučavanje unatoč priznavanju problema vezanog uz jezik i sposobnosti pismenosti



(Mascheroni i Ólafsson, 2014; Simões i sur., 2014; Yoon i sur., 2007; prema Bento i sur., 2016).

Kao što smo naveli, situacija u našoj zemlji ne pogoduje ni djeci, a ni onima koji provode proces odgoja i obrazovanja jer je u Hrvatskoj medijski odgoj „međupredmet“, a djeca nemaju priliku kroz svoje obrazovanje slušati odgoj za medije i pri tome razvijati kritičko promišljanje (Kanižaj i Ciboci, 2011).

Stoga Bento i sur. (2016) apeliraju na nastavnike da s obzirom na različite mobilne i digitalne resurse koji im omogućuju da poboljšaju svoje poučavanje, inoviraju pedagošku praksu te ispravno i svjesno utječu na procese nastave. Kukulska-Hulme (2012; prema Bento i sur., 2016) ističu da nastavnici trebaju postati korisni korisnici medija kao prvi korak integracije tih medija u učionice.

### 5.2.2. Medijska kompetencija odgojitelja

Bloemkeu (2003; prema Lepičnik Vodopivec, 2011) medijsku kompetenciju nastavnika dijeli na pet kompetencija, a one su:

- didaktička koja je vezana uz uporabu medija i informatičke tehnologije u obrazovnom procesu i vlastitom obrazovanju
- medijsko-obrazovna koja uključuje integraciju medijskih tema u obrazovni rad poštujući pedagoška pravila
- medijsko-socijalna koja se temelji na konstruktivnoj procjeni dječjih medijskih postignuća
- istraživačko-pedagoška koja uključuje integraciju novih, inovativnih metoda poučavanja uz pomoć medija te
- osobna medijska sposobnost koja se odnosi na profesionalnu, kreativnu, samostalnu i društveno orijentiranu kontrolu medijskih sadržaja i tehnologija.

### 5.2.3. Medijski pismen odgojitelj

Odgojitelji kao jedni od važnijih osoba u životima djece trebali bi kao što Sindik (2002a; prema Sindik 2012) navodi, djeci predškolske dobi medije prvenstveno predstaviti kao

oblikovno-izražajno sredstvo, kao jedan od oblika stvaralaštva. S djecom je potrebno razgovarati i analizirati medijske sadržaje i poruke te opažati dječji doživljaj pojedinog medija i to koristiti u pedagoškom djelovanju.

Mikić (2002b; prema Sindik, 2012) ističe da je bitno u predškolskoj dobi razlikovanje stvarnog od fiktivnog svijeta koji nude mediji, a o tome bi i odgojitelji u svakodnevnom radu trebali voditi računa. Takva ponašanja poželjno je koristiti prilikom pedagoškog djelovanja na način da razgovaramo o dobrim i lošim ponašanjima.

Katalinić (2007) upućuje na to da povezanost tradicionalnih tiskanih medija s suvremenim medijima doseže najvišu razinu aktivnosti i osobnog iskustva kod djece, a uz to moramo biti svjesni da su mediji odgojiteljima samo pomagalo u nastavi, a ne jedino i glavno sredstvo.

Budući da učenici posjeduju uređaje, potrebno ih je hitno uvesti u svrhu obrazovanja i iskoristiti njihov puni potencijal u stjecanju novih znanja i vještina. Učenici samostalno stječu tehnološki aspekt uređaja koje koriste u raznim aktivnostima, čime se olakšava zadatak učitelja koji ne treba znati puno o tehnologiji jer učenici nemaju poteškoća u traženju i pronalaženju informacija nego ih imaju pri odabiru pravih informacija i pravilnoj analizi. Stoga je zadatak učitelja da regulira i prati proces i pomaže učeniku kako bi kvalitetno razabrao informacije koje prima (Bento i sur., 2016).

Košir, Zgrabljic i Ranfl (1999) odgovornog odgojitelja opisuju kao osobu koja neće negirati pojavu medija već će pokušati razumjeti i pojasniti njegove posljedice brzog razvitka. Školu i roditelje smatraju odgovornima za pripremu mladog čovjeka za život u svijet koji na njega snažno utječe slikom, riječju i zvukom, a opismenjavanje djece i odraslih drže potrebnim. Medijski odgoj biti će učinkovitiji ukoliko roditelji, učitelji, medijske osobe i donositelji odluka zajedno osvijeste da svojim udjelom moraju pridonijeti razvijanju kritičke svijesti, a veća povezanost između odgojno-obrazovnih i komunikacijskih sustava nedvojbeno je važan korak u djelotvornijem obrazovanju. Isti autori tvrde da je današnja škola zastarjela jer ih ne priprema za život, nego im u glave trpa zastarjele i nepotrebne podatke ne oslanjajući se na nove oblike energije i okoliša te zanemarujući učenje o uporabi medija.

Strate (2004) ističe kako budućnost pripada novim oblicima društvenog života, novim komunikacijskim medijima. Čvrsto vjeruje da učitelji trebaju prigrliti nove medije i ući u dijalog s njima kako bi stvorili komunikaciju između sebe, medija i učenika. Smatra da učitelji trebaju stvoriti nove sinteze kako bi razumjeli medijski okoliš te sistematizirati znanje kako bi ga približili drugima, to jest učenicima.

Poznato je da djeca donose svoja medijska iskustva u vrtić te razgovaraju o njima s vršnjacima i odraslima, stoga se medijsko obrazovanje u dječjim vrtićima ne može izbjeći niti u odgojno-obrazovnom radu ni u kontaktu s roditeljima. Odgojitelji, koji se nalaze u takvom okruženju moraju svjesno, odgojno i kreativno usmjeravati medijske utjecaje na njih same, a zatim i na djecu koja su dio njihovog odgojno-obrazovnog procesa. Kao osobe koje su odgovorne za odgojno-obrazovni proces trebaju prepoznati pedagoške i didaktičke aspekte medijskog obrazovanja i integrirati ih u svoj rad (Lepičnik Vodopivec, 2011).

Hermann (1999; prema Lepičnik Vodopivec, 2011) ukazuje da roditelji i učitelji kao prosvjetni inicijatori medijske pismenosti u obitelji i vrtiću trebaju biti upoznati s prevladavajućom ulogom medija u političkom i kulturnom životu, osobito u njihovim sredstvima prijenosa i preoblikovanja informacija. Trebaju osvijestiti da njihov stav prema medijima utječe na medijsku pismenost, na buduće medijske korisnike bez obzira žele li to oni ili ne. Moraju biti svjesni učinka i moći medij. Roditelji u obiteljskom okruženju, a odgojitelji u vrtićkom mogu poticati djecu u poticanju medijskog opismenjavanja u vrtiću kroz prihvaćanje, informiranje, istraživanje, estetsko i senzualno iskustvo, opuštanje i zabavu s drugom djecom. Učenje pomoću i o medijima omogućava roditeljima i odgojiteljima otvaranje novih medijskih dimenzija te sigurno koraćanje kroz „minsko polje“ medijske ovisnosti.

Mandarinić (2012) upozorava na hitnost odgoja za medije koji će nas podučiti što da učinimo ukoliko nam djeca budu medijski zlostavljana, dati odgovore na pitanja zašto je virtualni svijet tako primamljiv, što sve mogu prouzročiti ta sredstva koja kreiraju izvanredne, kreativne i magične stvari, što učiniti da mediji budu prilika za rast i kako eliminirati ili umanjiti poticajne rizike.

### 5.3. Obrazovanje odraslih

Budući da su u fokusu pedagogije sva područja učenja, stoga je i razumljiv interes medijske pedagogije koja promiče vrijednosti, norme i samoosposobljenost da se medijskoj kompetenciji osigura vodeće mjesto u obrazovanju među vještinama medijskog odgoja (Maletić, 2014).

Pokazalo se da su roditelji i odgojitelji u dodiru s novim, suvremenim medijima često razoružani. Iako su s jedne strane svjesni da su mediji dio svakodnevnice njihove djece i dio

društvene kulture u kojoj žive, s druge strane zbog učestalog i dugotrajnog korištenja javlja se niz odgojnih i pedagoških pitanja i nastaje mnogo problema. Roditelji uočavaju da su im djeca kompetentna u korištenju sadržaja, no slažu se da nisu jednako kompetentna u razumijevanju istih. Sami se boje novih medija jer ih ne poznaju i nisu sigurni što njihova djeca točno rade s njima, a probleme rješavaju kontrolom, kaznom ili zabranom. No kontrole, kazne i zabrane nisu dugoročno rješenje. Roditelji i odgojitelji moraju ponajprije upoznati medije te zajedno s djecom trebaju sudjelovati u korištenju novih medija. Na taj način promiče se pedagogija dogovora i sporazuma koja zagovara dijalog, a samim time otvara put promicanju odgovornosti djece putem dijaloga. Komunikacija je ključ odgoja i odgovornosti ističe Labaš (2011).

Kao izazov pedagozima 21. stoljeća, Žderić (2009) navodi balansiranje između različitih medija radi uspješnosti odgojno-obrazovnog procesa. S obzirom da su promjene u društvu brze i zahtijevaju i od škole sve brže promjene, nužna je edukacija učitelja jer su mogućnosti edukacije uz pomoć računala ogromne. Autorica ističe da računalo nikada neće zamijeniti komunikaciju učenika i učitelja, ali bi moglo mnoge aktivnosti učiniti jednostavnijima i zanimljivijima.

Pitanje utjecaja medija na djecu može se u značajnoj mjeri svesti na pitanje medijske pismenosti, stoga je iznimno važno da poučavatelji djece budu medijski pismeni, jer jedino medijski opismenjen odrasli može pravilno i društveno poželjno opismeniti dijete. Zato je roditeljima, ali i odgojiteljima u dječjim vrtićima te nastavnicima u školi bitna medijska pismenost, da bi mogli razumjeti djecu i pravilno ih odgojili (Zgrabljčić Rotar, 2005; prema Sindik, 2012).

U budućnosti, kada će odgojitelji rabiti suvremene medije kod poučavanja, koji će im pomoći i obogatiti odgojno-obrazovni proces, provjeravanjem znanja, praćenjem dječjeg napretka, omogućiti zanimljivije ponavljanje i utvrđivanje gradiva, ne smije se zaboraviti činjenica da će se djeca sve više medijski opismenjivati, a upravo zato vrtići i škole moraju im nuditi dovoljno mogućnosti za uporabu i primjenu tog znanja (Kenda, 2004; prema Katalinić, 2007) i stoga roditelji i odgojitelji moraju biti medijski pismene osobe.

Lepičnik Vodipivec (2011) opisuje medijski pismenu osobu kao osobu koja se ne boji medija, osobu koja je svjesna moći medija i sposobna je kontrolirati svoja medijska iskustva, dok Aufderheide (1997; prema Maletić, 2014) medijski pismenu osobu definira kao osobu koja može dekodirati, analizirati, ocijeniti proizvode tiskanih i elektroničkih medija.

Želimo li imati medijski pismene osobe, koji će poučavati s medijima i o medijima krajnje je vrijeme da u sustave odgoja i obrazovanja uvedemo odgoj s medijima i o medijima koji ćemo prihvatiti kao što prihvaćamo učenje stranih jezika jer su nam ta znanja svakodnevno potrebna, kao što su nam potrebna i znanja o medijima.

#### 5.4.Uloga društva

De Rougemont (1981) smatrao je da ne trebamo tehniku držati odgovornom za napredak koji donosi nepoželjne posljedice, već društvo koje odbija razmotriti te radikalne promjene, koje su nedvojbeno nužne kako bi inovacije razvile blagotvorne posljedice za čitav ljudski rod. Isti autor daje formulu koju moramo primijeniti kako bi upoznali posljedice tehničkih inovacija, a formula je da ponajprije treba dokučiti istinsku prirodu inovacije i njezinih ciljeva, provjeravajući definiciju njezinih temeljnih pojmova, podvrgnuti je određenom broju uobičajenih kriterija, a zatim procijeniti uz pomoć tih kriterija, prednosti i nedostatke korištenja inovacija kako bi je mogli koristiti ili pak spriječiti (Europski glasnik, 2005).

Labaš (2011) smatra da bi društvo moralo dati svoj doprinos sustavu odgoja i obrazovanja, od vrtićkog do cjeloživotnog obrazovanja, pružajući djeci i roditeljima dovoljno znanja i informacija za suočavanje s izazovima novih medija. Upravo društvo treba preuzeti odgovornost kroz odgojno-obrazovne ustanove uvodeći medijski odgoj i medijsku kulturu u vrtiće, škole i izvanškolske aktivnosti. Na taj način roditelje bi se osnažilo za ispravno korištenje suvremenih medija.

Pregrad (2009) dovodi u pitanje odgovornost ljudi u našoj zemlji. Ističe da je praksa naših ljudi prigovaranje i kukanje da netko nešto ne radi kako bi trebalo. Činjenica je da one koji imaju moć često kritiziramo, a svoju odgovornost da djelujemo u skladu s onim što valja odbacujemo. I tako se „loptamo“ s odgovornošću i „dodajemo“ je nekome drugome u ruke. Kada je u pitanju naša vlastita odgovornost još uvijek se pozivamo na autoritarnu vlast.

Hadžiselimović (2004) ulogu obrazovanja daje nezavisnim institucijama civilnog društva, no to opet ovisi o tome tko ih financira, autor navodi frazu A. Manguela da diktatori oduvijek znali kako je najlakše manipulirati nepismenom masom, danas medijski nepismenom publikom. No kako tome ne bi bilo tako, ističe da se bez obzira na sve nedaće koje nas koče moramo u istoj mjeri zalagati za medijsko opismenjavanje kao što se zalažemo za očuvanje

okoliša, ljudska prava, prava žena, djece i manjinskih populacija te slične „utopijske“ projekte.

Budući da Hrvatski nacionalni obrazovni standard nema jasno definiranu strategiju u kontekstu osmišljavanja metoda i sadržaja u skladu s međunarodnim obrazovnim zahtjevima i standardima medijskog obrazovanja kako ističe Zgrabljic Rotar (2008). Ista autorica slaže se s Erjevac (2005) koji razlog tome pronalazi u nesnalaženju u konceptima medijskog opismenjavanja koji proizlaze iz pojmova mediji, pismenost i odgoj. Razdvaja dva osnovna pristupa u razumijevanju medijskog odgoja i medijske pismenosti. Prvi je shvaćanje medijske pismenosti s područja pedagogije i didaktike koji medijsku pismenost shvaćaju kao vještinu koja nastavnicima omogućava korištenje medija u nastavi, kao pomoćno oruđe ili pomagalo u nastavi, dok drugi pristup osim tehničkih vještina, poznavanja rada na računalu, fotografiranja, služenje internetom, medijska pismenost zahtijeva poznavanje društvenog funkcioniranja medija koji polazi od teze da su upravo mediji najvažniji čimbenik osobnog i poslovnog uspjeha i u konačnici razvoja društva u cjelini, a znanje o prirodi i funkcioniranju medija, medijskih sadržajima, medijskoj konstrukciji stvarnosti i ostalim složenim problemima kojima smo svakodnevno izloženi treba postati dostupno i onima koji nisu medijski stručnjaci i profesionalci, a to su ljudi svih dobnih uzrasta, to jest cijela ljudska populacija (sve prema Zgrabljic Rotar, 2008).

Heather i sur. (2008) daju nam do znanja da će elektronički mediji sve više i snažnije utjecati na živote suvremene djece. Napredak tehnologije povećat će moć medija u budućnosti. Iako utjecaji mogu biti pozitivni i negativni, istraživači ne smiju prestati istraživati, no pitanje je li društvo spremno sposobno i voljno poboljšati pozitivne učinke medija i smanjiti one negativne.

Mandarinić (2012) daje do znanja da je zadaća odraslih, društva osvijestiti djeci i mladima važnost odgovornosti, razboritosti, umjerenosti i mudrosti u korištenju medijskih alata i sadržaja, kako bi im u budućnosti oni bili prijatelji i saveznici. Ne zabranjivati, već odgajati za zrelo i odgovorno korištenje medija već od najranije dobi.

### 5.5. Pozitivni primjeri obrazovanja odraslih

Ipak, nije sve tako crno Labaš (2015; prema Labaš i Marinčić, 2016) navode da se medijskim odgojem, točnije stjecanjem medijskih kompetencija i medijske pismenosti u

Hrvatskoj intenzivno bavi projekt „Djeca medija“ Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu u čijem su središtu djeca i mladi, roditelji, nastavnici i stručni suradnici u školama kojima se želi pomoći da postanu svjesni kritičari u odabiru i korištenju medija te da po pitanju novih medija žele osigurati da postanu sigurni i odgovorni korisnici, ali i stvaratelji medijskih sadržaja.

Labaš i Marinčić (2016) preporučaju i čitanje literature o navedenoj tematici te posjećivanje različitih mrežnih stranica koje mogu pomoći kod informiranju te biti smjernica u daljnjem korištenju i razumijevanju medija. U Hrvatskoj postoji nekoliko stranica koje edukativno mogu poslužiti roditeljima te ih osvijestiti da s razumijevanjem i kritičkim odmakom konzumiraju medijske sadržaje. Autori ističu mediji.hr, ucitelji.hr te portal [www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org). koji je koristan jer se na njemu mogu pronaći pozitivni i negativni primjeri iz medijske svakodnevnice, pregled hrvatskih i svjetskih publikacija koje govore o medijima, korištenju medija, njihovoj ulozi i utjecaju na pojedince, pravni propisi, kodeksi i smjernice te ostali podaci vezani uz korisne stranice, igre za djecu i slične sadržaje.

#### 5.5.1. Medijska pedagogija

Medijska pedagogija je pedagoška disciplina. Sadrži sociopedagoške, sociopolitičke i sociokulturne analize u ponudama medija za djecu, mlade, ali i ljude treće dobi, te njihove kulturne interese u odrastanju, radu, slobodnom vremenu i obiteljskom životu (Tolić, 2008, str.2). Medijska pedagogija vodi razvoju medijskih kompetencija nudeći nove vizije i koncepte, te razvijajući nove metode kako bi se (posebice) mladi znali koristiti medijima.

Medijsku pedagogiju može se razmatrati u užem i širem značenju. Medijska pedagogija u užem značenju podrazumijeva metodičke pristupe pedagoškim zahtjevima, koncentraciju odnosa u interpretacijama i stjecanju nastavničkih kompetencija, koncentraciju na djecu i mlade, zapostavljenu teoriju, perspektive s pozicija školskog sustava, prvenstveno didaktike i metodike i medijsku pismenost, dok u širem značenju podrazumijeva teorijsko-praktične pristupe u svjetlu analize razvoja suvremenih medija, masovnu komunikaciju, političke i društvene dimenzije, medijsku pedagogiju kao aspekt u multikulturalnim analizama društva, favoriziranje interdisciplinarnih pristupa, antropološke koncepte i njihove (značajne) funkcije u sociokulturnom ambijentu te transfer informacija s globalne i interkulturalne perspektive, navodi Schrob (1997; prema Tolić, 2008).

Tolić (2008) izvodi tri ključna pitanja kojim se bavi suvremena medijska pedagogija:

- Kako i na koji način se mijenja komunikacija mladih u obitelji, školi, socijalnoj okolini?
- Koje su posljedice trivijalnih medijskih ponuda za mlade? te
- Na koje bi se značajne aspekte medijski pedagozi u istraživanjima trebali oslanjati u stjecanju medijskih kompetencija?



## 6. PRIMJERI DOBRE PRAKSE

### 6.1. Stratch program

Autorice Oliveira i Conceição Lopes (2011) u svome radu „Stratch in Kindergarten“, što na hrvatski prevodimo kao „djetinjstvo s ogrebotinama u pokretu“ pokreću akcijska istraživanja i različite strategije sudjelovanja između znanstvenika, djece, vrtića i roditelja.

Program „Stratch“ vezan je uz razne strategije intervencije i treninga povezanim sa pojmovima komunikacije, lucidnosti i kreativnosti. Ovaj program, aplikacija namijenjena je kao predložak novih metodologija u svrhu učenja medijske pismenosti, poticaj kreativnom, oštroumnom i kritičnom razmišljanju te kao meta komunikacijska praksa predškolske djece. Autorice prema Lopes i Teixeura (2005) navode da je lucidnost novo polje koji ima za cilj produbiti znanje o digitalnim predmetima i shvatiti njihovo korištenje danas u mnogim dimenzijama, to jest u humanističkim, kulturnim i komunikativnim pretpostavkama.

Slušanje, razmišljanje i razgovor su tri temeljna kriterija za uspostavu interaktivnosti za koju se pretpostavlja da je komponenta ljudske interakcije (Crawford, 2005; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011).

Neophodno je proaktivno uključivanje djece u izgradnju njihove autonomije i društvenosti uključujući obitelj i školu koja će djeci pružiti obrazovnu potporu u skladu s etičkim i moralnim vrijednostima. Svi zajedno trebali bi surađivati s poštovanjem kako bi prepoznali status djeteta, promovirali i pratili njegov rast i razvoj, promišljajući, kreativno djelujući i komunicirajući kako bi zajednički riješili problem, navode Oliveira i Conceição Lopes (2011).

Resnick i sur. (2009; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011) ističu da djeca korištenjem Stratch programa preuzimaju ulogu autora te dok programiraju i stvaraju priče, surađuju i dijele interaktivne projekte, kreativno razmišljaju, otkrivaju matematičke i računalne koncepte, treniraju logičko razmišljanje, razvijaju međuljudske odnose i suradnju, ujedno stječu sve vještine i znanja potrebne za funkcioniranje u 21. stoljeću.

Autorice vjeruju kako upravo Stratch program može biti poticaj da djeca koriste nove medije u učenju, da novi mediji budu način istodobne igre i učenja kako bi zadovoljili dječje potrebe, njihovu lucidnost, a sve je to posljedica dominiranja računalnih uređaja, novih medija koji su dio života, a koji mijenjaju način na koji djeca misle, djeluju i uče (sve prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011).

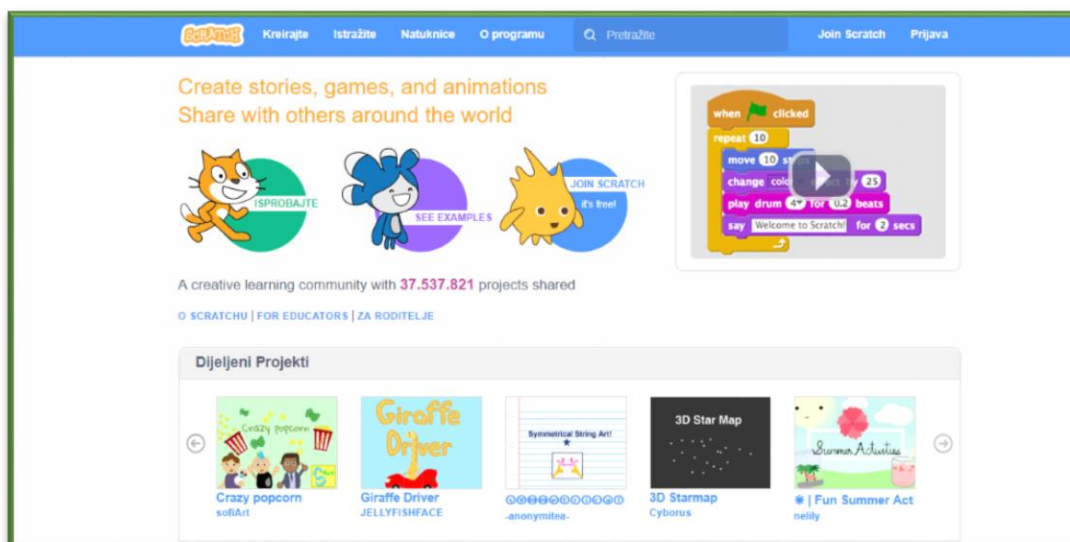
Prema Oliveira i Conceição Lopes (2011), Stratch nastoji obuhvatiti komunikaciju, lucidnost i kreativnost koji proizlaze iz dinamičnih procesa interakcije i međusobnih odnosa koji se razvijaju u različitim kontekstima, a imaju posljedice na čovječanstvo te se mogu manifestirati na različite načine, stvarajući mnogo različitih učinaka.

Lopes (1998; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011) navode kako je komunikacija proces kooperacije i zajedničke rekonstrukcije stvarnosti s kojom se svatko susreće, a posljedica je uspostavljanje odnosa između i interakcija između ljudi posredstvom tehničkih ili logotehničkih sredstava. Također prema Lopes (1998) ističu da proces ljudske komunikacije obuhvaća komponente vremena, prostora i kulture te da je komunikacija učenje, a komunikacija i učenje su kultura.

Lucidnost je jedinstveno stanje čovjeka koje se odnosi na raznolikost manifestacija i učinka. Pojam lucidnosti definiramo kao bitno, važno stanje čovjeka koje se očituje kroz svakodnevna iskustva poput igre, reakcije, provođenja slobodnog vremena i stvaranja nekih proizvoda, a ta djelovanja ovise o unutarnjim i vanjskim čimbenicima čovjeka i okoline s kojom djeluje (Lopes, 2003; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011).

Kreativnost je mentalni i praktični proces pomoću kojeg pojedinac razmišlja o novim idejama, a ujedno ih može i ostvariti. Bit je fantazije i primjena manipuliranih emocija i unutarnjih tehnika (De Masi, 2003; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011). Olivera (2009; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011) ističe kako se razvojni proces kreativnosti očituje kad čovjek u određenim situacijama obavlja sastanak sa sobom i s drugima. U tom kružnom procesu interakcije, povratnih informacija i međusobne ovisnosti između različitih ljudi nastaje proces kreativnih sposobnosti.

Program Stratch osmišljen je zbog saznanja da računala prenose inovativne i energetske ideje koje imaju važnu ulogu u procesu kulturnih promjena gdje djeca razvijaju nove odnose sa stečenim znanjem i poboljšavaju način na koji djeca misle i uče. Programski jezici trebaju imati „niski kat“ koji je pristupačan i jednostavan, „visoki strop“ koji daje mogućnost nadogradnje projekta i složeniji je tijekom vremena te „široke zidove“ koji podržavaju različite vrste projekata i ljudi s različitim stilovima učenja i interesa (Papert, 1980; prema Oliveira i Conceição Lopes, 2011). Upravo u tom kontekstu koji je prilagodljiv svima nastao je program Stratch koji omogućuje djeci i tinejdžerima stvaranje i dijeljenje inovativnih priča, igara, glazbe, web animacija i sličnih sadržaja.



Slika 1. Početna internetska stranica *Scratch* programa

## 6.2. Agencija za elektroničke medije

Agencija za elektroničke medije je samostalna i nezavisna pravna osoba s javnim ovlastima upisana u sudski registar. Bavi se raznim pitanjima vezanim uz medije i njihovo djelovanje, pružateljima usluga i njihovim djelovanjem, od pomoći je građanima i surađuje u skladu s općim dobrom.

### 6.2.1. Portal medijska pismenost.hr

Portal medijskapismenost.hr osnovan je na temelju kampanje Agencije za elektroničke medije i UNICEFA-a „Birajmo što gledamo“. Cilj te kampanje bio je prikazati kroz primjere mogući utjecaj medija na djecu i roditelje. Osim Agencije za elektroničke medije i UNICEFA-a portal surađuje i s drugim partnerima koji su povezani s temom medijske pismenosti i koji svojim djelovanjem doprinose podizanju medijske pismenosti u Hrvatskoj, a to su Akademija dramskih umjetnosti, Fakultet političkih znanosti u Zagrebu, Hrvatski audiovizualni centar i Hrvatski filmski savez te mnogi drugi suradnici.

Portal nastoji zajedničkim sadržajima koji nastaju suradnjom svih partnera podržati roditeljem skrbnike i učitelje u podizanju razine vlastite medijske pismenosti te medijskih vještina i znanja djece.

Portal nudi različite sadržaje vezane uz temu medija, nudi korisne informacije roditeljima vezane uz pozitivne i negativne strane medija, savjetuje koje sadržaje ponuditi

djeci i koliko vremena, kako zaštititi djecu od opasnosti koje vrebaju na internetu, kako analizirati sadržaje koje djeca gledaju. Portal donosi i najnovije vijesti iz svijeta medija, pojmovnik vezan uz medije, preporuke o kvalitetnim sadržajima, knjižice i brošure koje mogu biti od koristi za odgoj medija i slične sadržaje vezane uz svijet medija, njihovo konzumiranje i njihov utjecaj na ljude.

### 6.2.2. Slikovnica o medijima

Kao pozitivan primjer u svrhu medijskog opismenjavanja djece hrvatska je slikovnica pod imenom „Slikovnica o medijima - medijska pismenost za najmlađe“ nastala u suradnji s Agencijom za elektroničke medije i UNICEFom.

Autorica slikovnice je Alma Čakmazović, stručnjakinja za medijsku pismenost, marketing i komunikacije, suradnica u nastavi na kolegiju Preventivne kampanje i na projektima u području preventivne znanosti na Edukacijsko-rehabilitacijskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Ilustracije je izradila ilustratorica i animatorica Petra Zlonoga, a dizajn Branimir Lazanja.

Slikovnica je izdana povodom svjetskog dana medijske pismenosti, a namijenjena je djeci, roditeljima, skrbnicima i odgojiteljima. Slikovnica pomaže djeci da prepoznaju razliku između svijeta medija i stvarnog svijeta, a može poslužiti kao odličan uvod u brojne druge aktivnosti i razgovore o medijima i medijskim sadržajima.



Slika 2. Naslovna stranica Slikovnice o medijima

## 7. ISTRAŽIVANJE – MEDIJSKA EKOLOGIJA DJECE RANE I PREDŠKOLSKE DOBI NA PODRUČJU GRADA SVETOG IVANA ZELINE

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati koji su medijski sadržaji dostupni na korištenje i konzumiranje djeci vrtićke dobi na području grada Svetog Ivana Zeline, točnije kakva je medijska ekologije djece na tom području.

Kako bi saznali kakva je medijska ekologija djece na području grada Svetog Ivana Zeline istražene su internetske stranice vezane uz medijsku ponudu, gradska knjižnica, uži centar grada, prodajna mjesta koja nude medijske sadržaje te regionalni magazin. Osim istraživanja medijskih sadržaja ispitati smo medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i djelatnika kulturnih i odgojno obrazovnih ustanova prilikom nestrukturiranih intervjua.

### 7.1. Internetske stranice

Pretraživanjem internetskih stranica željeli smo saznati nudi li grad medijske sadržaje primjerene djeci vrtićke dobi, objavljuje li redovito i na vrijeme ponudu kako bi roditelji djece predškolske dobi bili informirani te surađuju li međusobno Grad i ustanove koje nude medijske sadržaje.

U tu svrhu istražili smo službenu internetsku stranicu grada Svetog Ivana Zeline i Pučkog otvorenog učilišta, facebook stranicu grada Svetog Ivana Zeline, Gradske knjižnice, Kina Zeline i Radio Zeline.

#### 7.1.1. Internetska stranica grada Svetog Ivana Zeline

Grad Sveti Ivan Zelina broji oko šesnaest tisuća stanovnika, a geografski je smješten na sjeveroistočnom dijelu Zagrebačke županije i graniči na zapadu s Gradom Zagrebom i Krapinsko zagorsko županijom, na sjeveru s Općinom Bedenica i Varaždinskom županijom, na istoku s Općinom Preseka, Općinom Rakovec, Gradom Vrbovec i Općinom Brckovljani.

Internetska stranica grada Svetog Ivana Zeline je službena stranica grada na kojoj su informacije vezane uz grad, a pretražujući stranicu saznali smo da grad Sveti Ivan Zelina ima redovno ažurirane manifestacije i događaje za djecu vrtićke i školske dobi.

Ponuda za djecu obuhvaća manifestaciju „Mali Kaj v Zelini“ koja je tradicionalna smotra dječjeg kajkavskog pjesništva, a potiče sustavni rada s pjesnički nadarenom djecom u osnovnim školama kajkavskoga govornoga područja, zatim „Međunarodni viteški turnir“ koji osim sadržaja za odrasle ima i sadržaje primjerene djeci kao što su radionice, predstave i nastupi. Manifestacija „Svetoivanjski dani“ u sklopu koje se održavaju brojna kulturna, gastronomska, zabavna i sportska događanja. Među manifestacijama posebno se ističe nadaleko poznata „Svetoivanjska smotra folklor“. „Revija kratkog filma“ - „Kratki na brzinu“, revija je kratkih hrvatskih filmova te „Božić u Zelini“ gdje posjetitelji mogu uživati u bogatom programu koji uključuje razne predstave, izložbe, priredbe i prigodne koncerte. Tu su i razna druženja: Božićni domjenak na Zelingradu, Party s Djedom Božićnjakom, dječji doček Nove godine, paljenje adventskih svijeća, Novogodišnji koncert, nezaobilazni Božićni sajam te posjet kućici Djeda Božićnjaka.

Osim opisa manifestacija, objavljen je i kalendar tih manifestacija i događanja. Izdvojit ćemo manifestacije i događaje koji su bili ponuđeni djeci u Svetom Ivanu Zelini u razdoblju od prosinca 2017. godine do kolovoza 2018. godine, a to su priredba „Zar već... Božić“ udruge „Srce – udruga djece s teškoćama u razvoju, osobe s invaliditetom i njihovih obitelji“ gdje su nastupili korisnici udruge „Srce“, ARKA Klub za djecu i mlade i glazbeni sastav „Los Colonoscopic“, predstava „Legenda o Svetom Nikoli“ koju su izveli članovi dječja scena ZAmKe u suradnji sa plesnom grupom Arka, izložba „O životinjama i ljudima“ u suradnji Muzeja Svetog Ivana Zeline i Etnografskog muzeja, Advent u Zelini sa „Bijelom bajkom“, „Djed Božićnjak na motoru“ i „Doček dječje Nove godine u podne“, „Najdulja noć u kinu Zelina“, povodom zimskog solsticija iliti suncostaja u sklopu „5. maratona kratkometražnih filmova“ ima i program za najmlađe, Domaće male maratonci, kratkometražni animirani filmovi hrvatske produkcije i Europski mali maratonci, „Noć muzeja“, „Zelinski fašnik“ gdje nastupaju djeca iz vrtića i škola, „Izbor top teen model“, izložba „Proljetna priča“, „Prva međunarodna Lego izložba u Svetom Ivanu Zelini“, Dječje kazalište, Uskrsna potraga za pisanicama, „Noć knjige u gradskoj knjižnici“, predstava mažoretkinja „Zelingradske vile u Svetom Ivanu Zelini“, „Dan sporta“, „1. Međunarodni književni festival i sajam knjige“, „12. Međunarodni viteški turnir“, „Svetoivanjski dani“, i „2. Zelinska šatorijada“.

Temeljem pregleda rasporeda događanja i manifestacija, vidljiva je povezanost i suradnja grada s knjižnicom, muzejem, pučkim otvorenim učilištem, školama, vrtićima, udrugama u gradu i izvan grada.

### 7.1.1.1. Visit Sveti Ivan Zelina

Visit Sveti Ivan Zelina facebook je stranica turističke zajednice grada Svetog Ivana Zeline čiji je cilj ostvarivanje i promicanje turističkih znamenitosti i identiteta, podizanje kvalitete turističke ponude i promocija grada Svetog Ivana Zeline. Osim informacija o obilježavanju događaja za odrasle nudi i informacije za roditelje o događajima za djecu. Objavama nastoji privući velik broj posjetitelja na neki određeni događaj koji je u organizaciji grada ili gradskim ustanovama poput Pučkog otvorenog učilišta, Gradske knjižnice, kina, škola, dječjih vrtića, a nakon tih događaja nastoji približiti atmosferu koja je vladala.

### 7.1.2. Gradska knjižnica Sveti Ivan Zelina

Prilikom nestrukturiranog intervjua s djelatnikom knjižnice, dobivena je informacija da knjižnica na mjesečnoj razini djeci u čitaonici nudi četiri časopisa, *Radost*, *Smib*, *Prvi izbor* i *Mali koncil*. Osim knjiga, slikovnica, enciklopedija i časopisa koje knjižnica posjeduje, knjižnica organizira razna događanja za djecu, čiji raspored i obavijesti vezane za temu djelatnici knjižnice objavljuju putem facebook stranice knjižnice, smatrajući taj kanal obavijesti najbržim i dostupnim širokom broju ljudi. Temeljem tih podataka istražili smo informacije i događaje koje knjižnica nudi.

Putem facebook stranice „Gradska knjižnica Sveti Ivan Zelina“, roditelji i djeca mogu se informirati o novim naslovima, a ujedno i na službenoj internetskoj stranici knjižnice u katalogu mogu provjeriti dostupnost naslova.

Saznali smo da je knjižnica povodom Međunarodnog dana darivanja knjiga, pod sloganom „Čitam, dam, sretan sam! Svoju knjigu daruj, tuđe srce obraduj!“ omogućila djeci da daruju svoju knjigu ili slikovnicu nekome drugome, da svake godine odabire i najčitatelja pa se povodom toga organizira svečana podjela nagrada, a cilj projekta je promicanje čitanja i razvijanje ljubavi prema knjizi te poticanje navike korištenja knjižnice i njezinih sadržaja posebice među djecom i mladima.

Povodom 5. rođendana kampanje "Čitaj mi" uključila se i obilježila taj dan čitajući slikovnice *Zeko i iskrenost*, *Što je bubamara čula na odmoru*, *Grubzon*, *Nemoj otvoriti ovu knjigu*, *Dan kada sam se pretvorio u pticu* i *Imam ideju - i što s njom?* djeci predškolske dobi.

U suradnji s književnicom i profesoricom talijanskog i francuskog jezika G.L. djeca su po prvi puta prvi puta sudjelovala u video projekciji priče o *Pandi Mandi*, a nakon projekcije imali su mogućnost samostalno rekonstruirati priču i likovno se izraziti. Povodom manifestacije „Noć knjige“ organizirana je kreativna radionica za djecu „Izradi slikovnicu budućnosti“.

### 7.1.3. Pučko otvoreno učilište Sveti Ivan Zelina

Pučko otvoreno učilište Sveti Ivan Zelina je javna ustanova u najužem centru grada koja svoje programske ciljeve ostvaruje različitim aktivnostima na području trajne naobrazbe i kulture. U ustanovi se nalazi velika kazališna dvorana, galerijski prostor, učionički i poslovni prostor. Višenamjenska dvorana "Kraluš" je kapaciteta 245 sjedećih mjesta, opremljena je kazališnom rasvjetom, kvalitetnim razglasom, kino-opremom te opremom za digitalnu video prezentaciju. Predvorje dvorane koristi se, po potrebi, i kao izložbeni prostor. Učionički prostor Učilišta čine tri višenamjenske prostorije opremljene školskom opremom (stolovi, stolice, školske ploče, panoi), informatička učionica (10 umreženih PC računala, server, LCD projektor, brza Internet veza) te poslovni prostor.

#### 7.1.3.1. Kino Zelina

Kino Zelina nalazi se u sklopu Pučkog otvorenog učilišta, a filmovi se gledaju u sklopu kazališne dvorane koja je opremljena s kino-opremom i opremom za digitalnu video prezentaciju s kapacitetom od 245 sjedećih mjesta. Kino Zelina putem svoje Internetske i facebook stranice nudi informacije vezane za vrstu i vrijeme projekcije filmova te je moguće rezervirati mjesto. Nestrukturiranim intervjuom, fokusirajući se na projekcije prikladne za djecu predškolske dobi u razdoblju od prosinca 2017. godine do kolovoza 2018. godine, ponuđene su sinkronizirane projekcije filmova „Medvjedić Paddington 2“ i „Ferdinand“ u prosincu, „Vampirko“ i „Patuljci uzvraćaju udarac“ u siječnju, „Dugi iz kamenog doba“ u veljači, „Pčelica Maja“ i „Petar Zecimir“ u ožujku, „Leonardo da Vinci: Misija Mona Lisa“ u travnju, „Luka i čarobni muzej“ u svibnju, „Prinčeva strana priče“ i „Izbavitelji 2“ u lipnju te „Luis i društvo iz svemira“ u kolovozu.



Prilikom nestrukturiranog intervjua došli smo do rezultata da je u razdoblju od prosinca prošle godine do kolovoza ove godine prikazano dvanaest filmova primjerenih djeci rane i predškolske dobi. Mjesečno su u prosjeku prikazana 1.3 filma namijenjenih djeci te dobi. Filmovi se prikazuju petkom, subotom ili nedjeljom u 18 sati, ulaznice su po cijeni od 20 kuna, a uveden je i program vjernosti gdje je svaka peta projekcija besplatna.

#### *7.1.3.2. Javni regal za dijeljenje i razmjenu knjiga*

Regal za dijeljenje i razmjenu literature, u centru Svetog Ivana Zelina, mjesto je razmjene knjiga i drugih publikacija. Građani se smiju služiti njime i njegovim sadržajem, puniti ga izdanjima čijeg se vlasništva dobrovoljno odriču, posuđivati odnosno uzimati knjige i publikacije, koje mogu ali ne moraju vratiti. Projekt je osmislilo i realiziralo Pučko otvoreno učilište Sv. Ivan Zelina, na dobrobit svih mještana odnosno članova lokalne zajednice. Na zelinski je trg regal instaliran u lipnju 2018., za vrijeme 1. Međunarodnoga književnog festivala sa sajmom knjige.



Slika 3. Javni regal za dijeljenje i razmjenu knjiga

#### 7.1.4. Radio Zelina

Na pitanja imaju li djeca pravo sudjelovanja na lokalnom radiju, jesu li aktivna, imaju li svoju emisiju i u kojim slučajevima mogu sudjelovati i kreirati radijski program odgovorio nam je prilikom nestrukturiranog intervjua gospodin M.Š., voditelj radija Zeline. Podaci dobiveni intervjuom pokazuju da je Radio Zelina potpuno otvoren za suradnju s odgojno obrazovnim ustanovama i edukacijskim udrugama te da su u više navrata predlagali suradnju nastavnicima osnovnih škola suradnju, a u pokušaju afirmacije su prije nekoliko godina samostalno pokrenuli emisiju pod nazivom „Dječja posla“, no nedostajao je interes za suradnju što prepisuje preopterećenosti nastavnog kadra školskim programom i slaboj financijskoj motiviranosti. Budući da se radi o nekomercijalnom radijskom sadržaju, oni kao radio nemaju mehanizama za motiviranje ljudi za suradnju. Jedini oblik suradnje očituje se posjetima nižih razreda radio stanici te ukoliko neko dijete ostvari iznimni rezultat na nekom sportskom ili državnom natjecanju, tada su nastavnici spremni za suradnju, a radio to podrži.

#### 7.2.Prigorje.hr

Prigorje. hr regionalni je portal koji jedanput mjesečno izlazi i u tiskanom izdanju. U svrhu ovog istraživanja, kako bi saznali na koji način te u kojoj mjeri djeca sudjeluju u kreiranju magazin te koje informacije roditelji mogu dobiti iz regionalnog magazina, istražili smo zadnja četiri izdanja, časopis broj 36 za travanj, broj 37 za svibanj, 38 za lipanj te broj 39 koji je dvobroj za srpanj i kolovoz ove godine. Istražujući časopise, bazirajući se na informacije vezane uz djecu rane i predškolske dobi, možemo zaključiti da djeca rane i predškolske dobi nemaju nikakvu ulogu u kreiranju časopisa te njihovi radovi nisu izloženi. Informacije koje magazin nudi, a odnose se na djecu rane i predškolske dobi vezane su uz manifestacije koje su održane u prethodnom mjesecu i medijski su popraćene tekstom i fotografijom („Uspješna potraga za pisanicama u našem Gradu“, „Sveti Ivan Zelina – domaćin međunarodne izložbe LEGO modela u Hrvatskoj“, „Zelinske vile u Kralušu“, „Prvomajski dječji nogometni turnir“, „Vježbanjem obilježen Dan sporta u Svetom Ivanu Zelini“, „Proslava Dana Dječjeg vrtića Proljeće“, „Završna svečanost Tintilinića“, „Sajam knjiga i književni festival“ te „Zelinske mažoretkinje donijele sedam medalja“) ili poziv na one koje će se tek dogoditi poput „Ususret kaju v Zelini“, poziv na „Prvomajski dječji

nogometni turnir“, poziv na predstavu „Zelinske vile“ zelinskih mažoretkinja, najava i poziv na „12. Međunarodni viteški turnir“.

Na pitanje „Jesu li djeca vrtićke aktivna u kreiranju magazina?“, gospođa K.M. iz redakcije časopisa odgovorila je da nisu, da nemaju svoj dio u časopisu jer ne žele djecu previše eksponirati radi dječjih prava, no smatra da bi ih ipak trebalo više uključiti u sam rad magazina, kako bi imali priliku izraziti se i na taj način. Također navodi da su djeca školske dobi više uključena te imaju priliku dobiti medijski „prostor“ ukoliko su uspješna na nekom državnom ili sportskom natjecanju.

### 7.3. Prodajna mjesta

Osim podataka dobivenih pretraživanjem internetskih stranica i nestrukturiranim intervjuima, provedeno je i istraživanje na terenu u užem centru Grada. Kako bi saznali kakav tiskani medijski sadržaj se nudi na području grada Svetog Ivana Zelina istražena su i najposjećenija prodajna mjesta u samom centru grada koja nude prodaju tiskanih medija, časopisa za djecu.

#### 7.3.1. Prodajno mjesto 1

U samom centru grada jedan trgovački lanac nudi tek tri tiskana časopisa za djecu predškolske dobi, a to su *Barbie*, *Snježno Kraljevstvo* i *Skrivalice*.

#### 7.3.2. Prodajno mjesto 2

Najveći maloprodajni lanac u samom centru Grada nudi veliku količinu tiskanih medija za djecu predškolske dobi. Ponuda sadržava časopise *Barbie*, *Disney princeza*, *Doktorica Pliško*, *Auti Disney*, *Marvel Ultimate Spiderman*, *My little pony*, *Zagonetka*, *Skrivalica*, *Igraonica*, *Bambini*, *Tajne dinosaura*, časopise s naljepnicama *Izbavitelji 2*, *Pjamask*, *Winx* i *Fornite*, zatim *Radna bilježnica ABC*, edukacijska knjiga za djecu koja vole životinje *Moj prijatelj pas*, bojanka *Garfield*, album *Power ranger* te slikovnica *Na farmi* s naljepnicama.

### 7.3.3. Prodajno mjesto 3

Ova trgovina nudi tek dva časopisa za djecu vrtićke dobi, *Auti Disney* i *Barbie*, ali u ponudi ima regal sa slikovnicama s različitim naslovima (*Mačak u čizmama*, *Vuk i sedam kozlića*, *Snjeguljica i sedam patuljaka*, *Djevojčica sa žigicama*, *Trnoružica*, *Crvenkapica*, *Palčić*, *Čudnovate zgrade šegrta Hlapića 1 i 2*, *Družba Pere Kvržice*, *Snježna kraljica*, *Heidi*, *Bambi*, *Petar Pan*, *Družba veselog hrasta*, *Šumska vještica*, *Trnoružica*, *Matovilka*, *Ezopove basne 1 i 2*, *Pinocio*, *Zlatokosa*, *Ivica i Marica*, *Tri praščića*, *Ružno pače*, *Žabac i princeza*) u nakladi „Bambina“ u malim, srednjim i velikim dimenzijama.

### 7.4. Medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i djelatnika dječjega vrtića na području grada Svetog Ivana Zeline

Kako bi saznali kakva su medijsko-ekološka iskustva djece, roditelja i djelatnika vrtića koristili smo se metodom nestrukturiranog intervjua prilikom koje smo djeci, roditeljima, ravnateljici vrtića, psihologinji i odgojiteljicama postavljali različita pitanja vezana uz njihova svakodnevna iskustva prilikom odgoja i obrazovanja, rada u praksi i suradnje s gradom. U nastavku ćemo prikazati ta medijsko-ekološka iskustva.

#### 7.4.1. Medijsko-ekološka iskustva djece

Prilikom nestrukturiranog intervjua djeci su postavljena jednostavna i kratka pitanja koja su bila u skladu s njihovom dobi i jezičnim razvojem. Postavljana su pitanja poput: Imaš li mobitel?, Bi li mogao živjeti bez mobitela?, Ideš li u kazalište/kino?, Voliš li se više igrati vani ili na laptopu?, Koje crtiće najviše voliš?, Čita li ti mama slikovnice?, Koje su ti najdraže slikovnice?, „Koliko dugo igraš igrice?“ i slična pitanja u skladu s tijekom intervjua. U nastavku ćemo prikazati podatke u formi opisnih odgovora.

→F.P. je dječak koji ima četiri i pol godine te pohađa dječji vrtić. Na pitanje s čime se najviše voli igrati odgovara da ima „plejku“ te da se voli igrati nogometa na „plejki“, ali i na treningu (nogometnom igralištu). Najdraži crtići su mu oni u kojima je borba, a to su *Ninjago* i *Ben Ten* i *Ninja kornjače* koje mu mama ne dopušta gledati. Na moru najviše voli gledati

kockicu (RTL Kockica) i crtiće *Jan i Nigdjezemski gusari*, *Doktorica Pliško*, *Super Winx* te *Sofiu*. U vrtiću ponekad gledaju Tom i Jerrija.

Tijekom intervjuja, samostalno se osvrće, ljuti jer mu djed obećao da će mu posuditi mobitel kada god poželi, ali ipak ne da.

Na pitanje čita li mu tko slikovnice odgovara da čita mama, baka i teta i da ih ima puno, ali su mu najdraže *Petar Pan* i *Kralj lavova*, a na pitanje „Ideš li u kazalište ili kino?“ odgovorio je da je bio u Zagrebu i gledao predstavu *Tko je Videku napravio košuljicu*“, a u kinu je gledao *Bijelog očnjaka*, *Vrapčića*, *Pčelicu Maju* i bika *Ferdinanda*.

→K.H. šestogodišnja je djevojčica koja ne pohađa dječji vrtić. Na pitanje bi li mogla živjeti bez mobitela odgovara da ne bi jer ga voli zbog toga što može igrati igrice na njemu te da ima svoj mobitel.

Najdraži crtići su joj Sofia, Violeta i Rose Pepeljuga koje gleda svaki dan. U kino ide s mamom, bratom i sestrom kad su crtići, a mama im sada ne čita slikovnice svaki dan jer ponekad navečer radi.

Iako ne bi mogla živjeti bez mobitela radije bira balet nego igrice i crtiće.

→K.H. petogodišnji je dječak, brat djevojčice K.H. koji bi mogao živjeti bez mobitela i više se voli igrati vani. Ide u kino i samostalno govori da je bio u petak u cirkusu u kojem je bilo smiješno. Ima dva mobitela, a najviše voli igrati igrice i gledati crtiće. Ne voli kad ga mama zbog nečeg kazni i uzme mu mobitele.

#### 7.4.1.1. Analiza dobivenih podataka

Prilikom nestrukturiranih intervjuja došli smo do podataka da djeca predškolske dobi Svetog Ivana Zeline svakodnevno koriste tiskane i elektroničke medije te posjećuju kulturno umjetničke ustanove. Najdraži su im popularni crtići, slikovnice i pjesmice koje u dogovoru s roditeljima smiju konzumirati. Unatoč igri pred ekranima, radije biraju igru vani poput igre s roditeljima i prijateljima te sportske i glazbeno-plesne aktivnosti.

#### 7.4.2. Medijsko-ekološka iskustva roditelja

Roditelje smo također ispitali metodom nestrukturiranog intervjua, a primjeri pitanja su sljedeći: Kako Vaša djeca doživljavaju medije?, Vole li više igru s Vama i prijateljima ili igru pred ekranom?, Slikovnica ili crtić?, Postoje li kakva pravila u vezi korištenja elektroničkih medija?, Koliko drugo koriste elektroničke medije?, Imate li kakvih negativnih iskustava?, Koje crtiće najviše gledaju?, Jesu li lako medijski nagovorljivi?, Idete li u kazalište/kino?, Nudi li grad dovoljno sadržaja za djecu? te slična i prikladna pitanja koja su se nadovezivala na odgovore.

→J.B. (36) otac je dvoje djece, djevojčice (8) i dječaka (6). Navodi i sam da je medijski aktivan i u skladu s trendovima na tržištu, pa nije neobično da njegova djeca skupljaju „zdravoljupce“ i „nogometase“.

Zbog „nametanja“ medija smatra da su njegova djeca dosta ovisna o njima te da svakodnevno koriste medije za razne oblike zabave poput igranja igrice, slušanja pjesama, gledanja crtića i slično. Zbog zaokupljenosti poslom često zaborave na ograničenja i vrijeme, no trude se da ipak djeca cijeli dan ne provedu pred ekranom te kad nađu slobodnog vremena otiđu na selo ili na zajednički obiteljski izlet bez mobitela.

Otac strahuje da će djeca postati medijski robovi te da će djetinjstvo nestati. Kako bi djeci omogućio zanimljivo djetinjstvo, puno raznolikih sadržaja, kakvo je i on imao, djecu vodi na treninge hokeja ili na razna događanja koja nudi grad. Smatra da se u zadnje vrijeme nudi više medijskih sadržaja za djecu te da je to sasvim dovoljno budući da nam je Zagreb „pred nosom“.

→J.Č. (35) majka je dvoje djece vrtićke dobi, petogodišnjaka i dvogodišnjakinje koji pohađaju vrtić. Slaže se da su mediji svakodnevno prisutni u dječjim životima, počevši od slikovnica, knjiga do elektroničkih medija.

Način na koji djeca doživljavaju medije ovisi o tome koliko im ona kao roditelj u nekom trenutku daje značaj. Za svoju djecu potvrđuje da uvijek radije odabiru igru s roditeljima i prijateljima bilo u kući ili izvan nje. Medij, televiziju zatraže jedino ujutro kada se probude, a ta aktivnost potraje najviše petnaestak do dvadeset minuta budući da imaju to pravilo, dok kod mobilnih uređaja aktivnost traje desetak minuta. U slučaju mobilnog uređaja pravilo vrijedi za

dječaka, a djevojčica ne koristi tu vrstu uređaja. Ova pravila prihvaćena su jer uvijek ponudi bolju alternativu.

S obzirom da je svjesna utjecaja medija, uvijek odabire sadržaje koje će djeca konzumirati, a to su najčešće crtici mirnijeg i poučnog sadržaja. Najviše izbjegava crtiće koji podržavaju svađu i nasilje. Uvijek nastoji pronaći kompromis kada su u pitanju reklamni sadržaji koji potiču konzumerizam, jer ponekad je potrebno osim potreba zadovoljiti i djetetove želje. Kao obitelj često odlaze u zagrebačka kazališta, a u kino djeca odlaze organizirano od strane vrtića čiju ponudu smatra dobrom, no nije zadovoljna sadržajima koje grad nudi djeci rane i predškolske dobi.

→M.F.(38) majka je troje djece, dvojice dječaka (10 i 9) i djevojčice (2). Majka je odgovarala na pitanja vezana uz djevojčicu, no nismo mogli da je ne pitamo vidi li razliku u odgoju prije deset godina i sada. Navodi da prije nisu posjedovali toliko tehnologije pa su ju samim time i manje koristili, dok sada posjeduju mobitele, tablet, laptop, internet, playstation, prije su eventualno pogledali koji crtić na televiziji ili slušali pjesme *Zeko i potočić* i *Nije lako bubamarcu* putem računala.

Djevojčica voli gledati crtiće, „jedno te iste“ poput Pepa pig, Pocoyo i pjesme na youtubeu gdje zajedno s braćom imitira plesače. Majka je svjesna negativnih strana medije te navodi da imala negativnih iskustava jer su dječaci ukoliko su gledali neprimjerene sadržaje imali noćne more i naučili neke psovke koje nisu mogli naučiti iz roditeljskih ponašanja. Pokušava pratiti ograničenja 12 i 15 te nastoji u slučaju neprikladnih sadržaja objasniti i razgovarati s djecom. No ističe i pozitivne utjecaje koje je primijetila, a to je usvajanje vokabulara i učenje stranog jezika.

Iako je teško, pokušava regulirati vrijeme koje djeca provode pred ekranima, za dječake su to dva do tri sata, a za djevojčicu otprilike sat vremena, no ukoliko je jako zaposlena priznaje da je ponekad mobitel dadilja. Majka također priznaje da je i sama lako medijski nagovorljiva i jedva čeka skupiti „plišanca“ za djevojčicu, a to primjećuje i kod dječaka koji su bili zalučeni *Infinity Nadoom* i novim igricama za Playstation.

Unatoč digitalnom dobu ne želi da djeca vrijeme provode u kući koristeći samo elektroničke medije već im svakodnevno čita i priča priče, odvodi u prirodu te na neka

događanja koja nudi grad. S ponudom grada je zadovoljna te ističe da unatrag dvije godine grad nudi više događaja i manifestacija koja su zanimljiva i djeci i roditeljima.

→A.P. (32) majka je četvero i pol godišnjaka te je svjesna sveprisutnosti medija u današnjem društvu, a shodno tome njezino dijete se svakodnevno susreće s različitim medijskim sadržajima.

Što se tiče vremena kojeg dijete provede koristeći medije, samokritična je. Iako bi voljela reći da je to razumno vrijeme, ponekad zbog nedostatka drugih aktivnosti prijeđe razumnu granicu, no smatra da bi dijete najviše sat i pol dnevno trebalo biti izloženo medijskim sadržajima.

Na pitanje voli li dijete više igru ili igru pred ekranima odgovara da dijete voli igru te nastoje što više vremena provoditi vani, no takva igra zahtjeva stalno prisustvo odraslih, dok igra pred ekranom ne zahtjeva. Majka odgovara da dijete voli gledati crtiće te da je očarano likovima Ben Tena i Lego ninjago, no zbog negativnih iskustava, promjena u ponašanju i oponašanju likova kada je dijete u dobi od 3 godine bilo izloženo animiranim filmovima koji potiču nasilje, agresivnost i borbu pokušavaju birati interaktivne crtiće te one koji potiču pozitivno ponašanje, ljubav i brigu prema životinjama i razvijaju empatiju.

Iako dijete voli crtiće, uvijek vrijeme prije spavanje pripada slikovnici koja je postala pravilo. Majka se trudi da dijete razumljivo vrijeme provodi konzumirajući elektroničke medije te su odnedavno uveli Pravilo zvona, kako bi dijete imalo jasna pravila i granice. Smatra da dijete nije previše medijski nagovorljivo. Želi ono što imaju njegovi prijatelji, a ponekad pjevuši melodije televizijskih reklama.

Misli da je ponuda u gradu zadovoljavajuća, a u kino odlaze kada dijete pokaže interes za animirani film koji se nudi. Majka bi voljela bi da grad nudi više kazališnih predstava za djecu, stoga češće odlaze u kino jer im je dostupnije, a u zagrebačka kazališta odlaze rijetko. Dijete se raduje kazališnim predstavama pa navodi da bi bilo dobro kada bi vrtić češće ugošćavao kazališne družine.

Za kraj je napomenula da je svjesna činjenice da dijete uči po modelu te da bi upravo zbog toga roditelji trebali selektivno odabirati medijske sadržaje te se medijski opismenjivati u svrhu koristi za svoje dijete.



#### *7.4.2.1. Analiza dobivenih podataka*

Roditelji s područja grada svjesni su da su mediji postali dio normalnog djetinjstva, a njihova djeca svakodnevno ih upotrebljavaju. Kako bi spriječili negativne utjecaje kojih su svjesni, pokušavaju selektivno odabirati sadržaje za svoju djecu kada god je to moguće te uvode jasna pravila i ograničenja. Također se trude medije koristiti na pravilan način te nastoje ravnomjerno organizirati različite vrste aktivnosti koje osim „igre pred ekranom“ uključuju igre s pokretom, igre na zraku, sportske aktivnosti, druženje s vršnjacima, posjete na različite i kvalitetna događanja i slično. Medije ne izbjegavaju već ih pokušavaju kvalitetno uvrstiti u svakodnevnicu na primjeren i svrhovit način u svrhu odgoja i obrazovanja, a izbjegavaju medije u svrhu čuvanja djece.

Roditelji su zadovoljni medijskim i ostalim sadržajima u ponudi grada te ističu da unatrag nekoliko godina grad nudi više sadržaja za djecu, a jedina zamjerka je premalo kazališnih predstava.

#### *7.4.3. Medijsko-ekološka iskustava djelatnika dječjega vrtića*

Dječji vrtić „Proljeće“ gradski je vrtić koji broji jedanaest odgojnih skupina samom centru grada te ima područni odjel u ruralnoj sredini s dvije odgojne skupine.

Tijekom metode nestrukturiranog intervjua dobili smo podatke vezane uz gradski Dječji vrtić „Proljeće“, njegovu internetsku stranicu te za medijsko-ekološka iskustva ravnatelja, stručnog tima i odgojitelja. Pitanja koja smo postavljali djelatnicima vrtića vezana su uz kulturu vrtića, njihove prakse i suradnje s gradom.

##### *7.4.3.1. Medijsko-ekološka iskustva ravnateljice*

→ Ravnateljica Dječjeg vrtića „Proljeće“, G.H. kulturu vrtića opisuje vrlo dobrom, navodi da su sobe dnevnog boravka bogato opremljene suvremenim tiskanim i digitalnim medijskim sadržajima koji su u skladu s cjelokupnim dječjim razvojem, a odgojitelji i stručni tim vrtića te materijale i sadržaje koriste u svrhu koja je potrebna u danom trenutku kako bi omogućili pozitivna i kvalitetna iskustva prilikom odgoja i obrazovanja djece.

Zbog popularizacije medija smatra da je nemoguće prilikom rada s djecom koristiti samo tiskane medije, već treba pratiti trendove kako bi djeca postala i bila u skladu sa suvremenim načinima življenja, jer ipak je lakše poslati e-mail, nego čekati poštaru.

Elektroničke medije drži neophodnima u današnjem dobu, no ističe da mediji ne bi trebali zamijeniti odgojitelje jer ne mogu zamijeniti sve aspekte koji su potrebni za cjelovit razvoj djeteta. Odgojitelja drži najvažnijim u procesu odgoja i obrazovanja, a kako bi on mogao pratiti digitalno doba, ravnateljica smatra da se mora redovito obrazovati, to jest stručno osposobljavati, čitati novu literaturu te pratiti nova istraživanja koja nam govore o odgoju djece u vrijeme elektroničkih medija. Upravo zbog toga u vrtiću organizira stručna osposobljavanja odgojitelja i stručnog tima, potiče odgojitelje na cjeloživotno učenje te redovito obogaćuje vrtićku knjižnicu novom literaturom.

Na pitanje surađuje li s gradskom knjižnicom, kazalištima, kinom pozitivno odgovara te ističe da osim gostovanja i odlazaka djece u knjižnicu, kazalište i kino nastoje redovito obilježavati važne datume različitim radionicama koje su primjerene djeci rane i predškolske dobi. Osim gradskih ustanova surađuju s Produkcijom „Z“ i Lutkarskim mjuziklom Duška Mucala kako bi djeci podarili različita iskustava gledanja i sudjelovanja u predstavama.

Napominje i odličnu suradnju s gradom koji je u svrhu poboljšanja digitalnih i jezičnih kompetencija djece donirao svakoj odgojnoj skupini tablet uređaj koji odgojitelji i stručni tim mogu koristiti u radu s djecom te prilikom etnografskih zapisa. Kao vrtić sudjeluju u svim gradskim manifestacijama primjerenim djeci te dobi u kojima djeca imaju priliku kreativno se izraziti i sudjelovati ukoliko su zainteresirani.

#### *7.4.3.2. Medijsko-ekološka iskustva psihologa*

→ B.M. stručna suradnica psihologinja u Dječjem vrtiću „Proljeće“ također nam je dala neke podatke vezane uz svoja medijsko-ekološka iskustva.

Prema njenom mišljenju tiskani mediji su već od početka rada vrtića bili zastupljeni u odgojnim skupinama, a prije nekoliko godina, svaka vrtićka skupina ima televizor i tablet uređaj. Slikovnice se kontinuirano obnavljaju, odnosno kupuju nove, a odgojitelji imaju slobodu izbora medijskog sadržaja kojega će prezentirati putem televizije odnosno tablet uređaja. S obzirom na dostupnost medija u ustanovi, ali i općenito u današnjem modernom svijetu, smatra da su djeca podučena kako koristiti medije, pogotovo elektroničke te ističe da bi neki čak mogli podučiti svoje roditelje i odgojitelje o nekim pogledima.

Ona u svom radu tiskane medije koristi već prilikom inicijalnog intervjua s roditeljima, kada se prvi puta upoznaje s novoupisanom djecom. Pomoću slikovnice, lakše ostvaruje kontakt s djetetom i pridobije njegovu pažnju. Kroz početnu interakciju na taj način dobiva vrijedne informacije i dojmove koji predstavljaju početnu točku prilikom praćenja djetetovog rasta i razvoja. Elektroničke medije dozirano koristi. Najčešće primjenjuje tablet uređaj s instaliranim ITC-AAC aplikacijama, u individualnom radom s djecom s teškoćama. Na taj način potiče interakciju s djetetom te može provjeriti njegovo razumijevanje kroz kombinaciju verbalnog i neverbalnog sadržaja.

Generalno primjećuje trend sve većeg korištenja elektroničkih medija kod djece i mladih. Sukladno tome, navodi da su u porastu problemi s krupnom i finom motorikom i pažnjom. Također primjećuje sve više teškoća u socio-emocionalnim vještinama. Pretjeranu upotrebu elektroničkih medija smatra jednim od krivaca za te probleme. Navodi i problem pravilnog držanja olovke zbog položaja ruke prilikom držanja joystick upravljača, gdje možemo vidjeti da se u tom slučaju jačaju sinapse u mozgu koje zapravo nisu djetetu potrebne za svakodnevno funkcioniranje, a takav hvat kasnije otežava ispravno držanje olovke. Unatoč tome ističe da ako se elektronički mediji koriste na mudar način – dozirano, s kontroliranim sadržajem, oni mogu biti u službi poticanja zdravog razvoja kao na primjer crtani filmovi koji govore o emocijama, prijateljstvu i potiču poželjne oblike ponašanja kod djece kao što su empatija.

Ističe da su elektronički mediji nužni dio modernog svijeta i da djeci treba omogućiti njihovu upotrebu. No, vrlo je važno što i koliko. Sadržaj i vrijeme korištenja medija svakako

treba biti primjeren dobi djeteta. A kako bi to uspjeli savjetuje da važno je postaviti prave granice korištenja elektroničkih medija. Postavljanje granica teško je i odraslama koji upadaju u zamku pretjeranog korištenja medija što često vidi u svojoj praksi.

Psihologinja apelira na stalni razvoj i napredak odgoja i obrazovanja, važnost praćenja aktualne literature te stručne edukacije jer jednino kontinuiranom edukacijom i osvještavanjem javnosti možemo postepeno uvesti promjene koje su važne za zdrav rast i razvoj djeteta u cjelini.

#### *7.4.3.3. Medijsko-ekološka iskustva odgojitelja*

→ J.Č. (35) odgojiteljica je u Dječjem vrtiću „Proljeće“ trinaest godina, a osim u gradskom radi i u područnom odjelu gradskog vrtića.

Pitali smo je vidi li razliku u odgoju prije trinaest godina i sada, odgovara da vidi. Navodi da se je djetinjstvo i odrastanje uvelike razlikuje od onog prije deset i više godina, djeci su omiljene igračke bile lutke i lopte, a danas su to daljinski upravljači, laptopi i mobiteli. Ističe da su i razlike između djecom iz grada i djecom iz sela postale sve manje jer je nemoguće djecu ne izlagati elektroničkim medijima budući da su dio naše svakodnevnice. Napominje da se kod djece iz ruralnih područja donekle mogu primijetiti granice i pravila, dok kod gradske djece tih ograničenja gotovo nema. Spominje pravilo „Noć tableta“ koje prakticiraju roditelji djece iz njezine odgojno obrazovne skupine.

Do sada nije imala negativnih iskustava u radu s medijima jer kod bilo kakvog korištenja elektroničkih medija u početku postavi jasna pravila, odabere prikladan sadržaj i postavi vremensko ograničenje. U svom radu odgojiteljica stavlja naglasak na medije poput slikovnica, enciklopedija, knjiga, časopisa i radija, televiziju gotovo ne koristi, a tablet uređaj koristi nekoliko puta tjedno i to isključivo s djetetom s poteškoćama u razvoju, što je povezano s njegovom redovitom terapijom.

Nezadovoljna je jer uviđa da roditelji sve više preferiraju elektroničke medije, a zanemaruju tiskane zbog previše obaveza i premalo vremena. Smatra da se medijske navike roditelja preslikavaju na dijete budući da su roditelji uzor djeci u svemu. Svjesna je da su djeca posebno osjetljiva publika za elektroničke medije jer ne razumiju svijet i ne shvaćaju sadržaje kojima su izloženi.

Medijsko obrazovanje odgojitelja drži veoma važnim jer je život bez medija u današnje doba nezamisliv, a shodno tome sama nastoji čitati što više suvremene literature te smatra da pravilnim i odmjerenim izlaganjem sadržajima koji su primjereni dječjoj dobi i razvojnim mogućnostima možemo pozitivno utjecati u vidu kognitivnog razvoja, proširenja vokabulara, bogaćenje igre i slično. Ukoliko pak djecu izložimo neprimjerenim sadržajima bez vremenskog ograničenja posljedice su negativne te negativno utječu na pravilan rast i razvoj, izostaju stvarna iskustva, skraćuje se „prava“ igra, dolazi do pretilosti, poremećaja spavanja, ovisnosti i agresivnosti te nezainteresiranost za stvarni život.

→V.N. (41) u Dječjem vrtiću „Proljeće“ radi 15 godina i također ne primjećuje razliku između djece iz gradskih i seoskih područja jer smatra da se mediji koriste svugdje.

U radu s djecom medije koristi kako bi proširila njihove sposobnosti te kako bi djeca viđeno i doživljeno mogla preraditi za svoje životne potrebe, a na taj se način potiče razvoj medijske pismenosti od najranije dobi. Smatra da je bitno da dijete stekne osnovna znanja u suvremenoj tehnologiji, poput imenovanja medija i njegove te da je elementarno osposobljeno za odgovorno korištenje računalo koje može biti izvor zabave, ali i učenja.

Nastoji ostvariti da djeca nauče smisleno i odgovorno upotrebljavati medije svih vrsta, a posebice digitalne i elektroničke medije pa im nudi brojne načine kako bi medije praktično upoznala i tako prikupila konkretna iskustva. Napominje da se djeca kod kuće više koriste elektroničkim medijima što je vidljivo u njihovoj igri. Sadržaj koji gledaju na televiziji ili internetu prenose u svoj svakodnevni život pa se kod djece može svašta čuti, rječnik koji nije primjeren djeci te imitacije borbe ninja ratnika i ostalih super junaka.

Sukladno tome slaže se da se odrasli trebaju obrazovati, upoznati negativne i pozitivne strane medija. Zalaže se za korištenje različitih vrsta medija, a u svom radu najčešće koristi tradicionalne tiskane medije koji pobuđuju dječju maštu i kreativnost.

→M.P. (25) u vrtiću radi tri i pol godine. Medije, klasične i suvremene smatra snažnim poticajem u radu s djecom ukoliko se isti primjenjuju na pravilan način. Ističe pozitivna iskustva s medijima u svojem radu jer medijima se vrlo lako može privući i zadržati dječja pažnja, a samim time i ostvariti zacrtani cilj ovisno o temi.

Svakodnevno u svom radu koristi medije poput slikovnica i pjesma koje su primjerene dječjoj dobi i koje uvijek stvore pozitivnu atmosferu, zbog rada u mlađoj jasličkoj skupini animirane filmove koristi rijetko, a koristi ih ukoliko slikovnica i glazba ne može dovoljno prikazati određenu temu. Mobilni uređaj i tablet koristi isključivo za potrebe dokumentiranja, snimanja i fotografiranja.

Navodi da su djeca već od rane dobi upoznata sa svim vrstama medija te da djeca imaju podjednak interes za sve vrste medija iako elektronički mediji dulje zadržavaju pažnju od tiskanih. Smatra da je zbog toga važno voditi računa kako će se mediji iskoristiti u radu s djecom, o njihovoj primjeni i svrhovitosti. Stoga napominje da odgojitelji trebaju primjenjivati nova znanja, stalno se usavršavati u svim područjima pa tako i u području medijskog obrazovanja.

#### 7.4.3.4. Analiza dobivenih podataka

Temeljem analize podataka dobivenih nestrukturiranim intervjuom ravnateljice, psihologinje i odgojiteljice gradskog dječjeg vrtića dolazimo do pozitivnih saznanja da djelatnici ustanove svoju odgojno obrazovnu praksu provode u skladu sa suvremenim znanjima o medijima i njihovim utjecajima. Svjesni su pozitivnih i negativnih strana medija, a medije u svom radu primjereno koriste s obzirom na razvojne karakteristike djece i u odgojno poučne svrhe. Samim time zadovoljni su kulturom ustanove koja nudi mogućnost korištenja mnogih medija i zalaže se za njihovu pravilnu upotrebu. Dječji vrtić sudjeluje sa svim gradskim ustanovama vezanim uz medijske i ostale događaje, surađuje s kinom, knjižnicom, kazalištem u gradu te ukoliko je potrebno i izvan grada. Ravnateljica, psihologinja i odgojiteljica nastoje medije koristiti dozirano, a zbog sve većeg prevladavanja elektroničkih medija u vrtiću preferiraju djeci ponuditi tiskane medije kako bi djeci pokazali da i oni mogu biti jednako zanimljivi ukoliko ih odgojitelji, primjerenim poticajima i aktivnosti tako predstave. Također se sve više nastoje obrazovati i u području medija čitajući literaturu, kritičkim promišljanjem o sadržajima koje nude djeci te stručnim edukacijama.

## ZAKLJUČAK

Mediji i medijski sadržaji, bilo tiskani ili oni digitalni dostupni su nam u svakom trenutku i utječu na nas istoga trenutka kada ih počnemo koristiti, pozitivno ili negativno ovisi o načinu na koji se koristi. Upravo zbog tog saznanja, medijska ekologija kao znanstvena disciplina treba se prihvatiti ukoliko želimo svoja znanja osvijestiti i nadopuniti te kako bismo išli u korak s medijskim, digitalnim dobom čiji sudionici. Medijska ekologija, znanost koja nas nastoji podučiti kako učiti, živjeti s medijima i kako učiti, postupati o medijima.

Cilj ovog rada bio je istražiti medijsku ekologiju djece vrtićke dobi na području grada Svetog Ivana Zeline. Istraženi su različiti subjekti vezani uz medijsku ekologiju grada, ustanove odgoja i obrazovanja, kulturne ustanove, njihovi djelatnici, građani i djeca, tiskani i elektronički mediji koji nam se nude na tom području.

Istraživanjem smo došli do saznanja da grad nudi dovoljno medijskih sadržaja za djecu rane i predškolske dobi, ravnateljica, odgojitelji i roditelji zadovoljni su medijskim sadržajima koji grad nudi, a također su svjesni pozitivnih i negativnih utjecaja medija te se u skladu s time trude informirati i obrazovati. Njihova medijsko-ekološka iskustva uglavnom su pozitivna i svjesni su da sami trebaju utjecati na načine putem kojih će njihova djeca konzumirati medije i živjeti u skladu sa suvremenim saznanjima i trendovima.

Sama medijska ekologija grada može se opisati vrlo dobrom jer nudi mnoštvo sadržaja kao što su kino projekcije, bogata ponuda knjižnice, prodajna mjesta nude dovoljno časopisa i slikovnica različitih sadržaja, grad surađuje s dječjim vrtićem te redovito informira roditelje o događajima koje nudi. Jedina kritika je malobrojnost kazališnih predstava te neuključivanje djece u radijske emisije i regionalni magazin.

Uz minimalni angažman onih koji odgajaju i obrazuju djecu i taj problem mogao bi se riješiti. Budući da dijete u ranoj i predškolskoj dobi nema velik utjecaj na sadržaje koje će proučavati, istraživati i koristiti, uloga odraslih, roditelja, odgojitelja i cjelokupnog društva od velikog je značaja. Upravo mi, odrasli najodgovorniji smo za izbor sadržaja, a taj izbor postavlja temelje za djetetovu budućnost u kojoj će biti u korak s medijima i samostalno će znati razabrati medijske sadržaje koji će na pozitivan način znati koristiti u svrhu obrazovanja, informiranja i zabave.

Želimo li u svoj život unijeti medije na pravilan način unaprijed trebamo promisliti što nam oni mogu donijeti, kako možemo negativne utjecaje izbjeći te kako ih to možemo pozitivno iskoristiti na najbolji mogući način.



## LITERATURA

### Knjiga:

- Agencija za elektroničke medije. (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2011). Djeca medija – Od marginizacije do senzacije. Zagreb: Matica hrvatska.
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Osmančević, L. (2018). Obitelj i izazovi novih medija: Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
- Hadžiselimović, Dž., Plavšić, M., Pregrad, J., Rusijan Ljuština, V. (2009). Psihologija mediji etika: iskustva i promišljanja za bolju suradnju. Pula: Naklada Slap.
- Košir, M., Zgrabljčić, N., Ranfl, R. (1999). Život s medijima: priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje. Zagreb: Doron.
- Laniado, N., Pietra, G. (2005). Naše dijete, videoigre, Internet i televizija (Što učiniti ako ga hipnotiziraju?). Rijeka: Studio TiM.
- Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., Kurtić, N. (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- McLuhan, M. (2008). Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi produžeci. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Pereira, Í., Ramos, A., Marsh, J. (2016). The digital literacy and multimodal practices of young children: engaging with emergent research. Portugal: Digilutely.
- Peruško, Z. (2008). Mediji, kultura i civilno društvo. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
- Zloković, J., Dečman Dobrnjič, O. (2008). Djeca u opasnosti!: odgovornost obitelji, škole i društva. Zagreb: Hrvatski pedagoški-književni zbor.
- Žderić, J. (2009). Medijska kultura djece i mladih: mogućnosti i zamke. Zagreb: Udruga Medioteka.

### Rad u časopisu:

- Ašković, M. (2015). Ekologija medija u In Medias Res 4 (6), 932-938
- De Rougemont, D. (2005). Informacija nije znanje. Europski glasnik, 10 (10), 239-255)

- Hadžiselimović, Dž.(2004). (Video)medijska pismenost, manipulacija, ovisnost u *Metodički ogledi* 11 (1), 29-40
- Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj u *Mostariensia* 21 (1)
- Katalinič, E. (2007). Odgoj za okoliš i mediji u *Informatologia* 40 (2), 132-134
- Kirkorian, H.L., Wartella, E.A., Anderson, D.A. (2008). Media and young children's learning u *Future of children* 18 (1)
- Kong Lum, C.M. (2014). Media ecology u *Key Concepts in Intercultural Dialogue* (35)
- Labaš, D. i Marinčić, P. (2016). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece u *Medianali* 12 (15), 1- 32
- Lepičnik Vodopivec, J. (2011). Some aspects of teaching media literacy to preschool children in Slovenia from a perception standpoint of teachers and parents u *Acta didactica Napocensia* 4 (2-3), 69-78
- Levison, P. (2000). McLuhan and Media Ecology u *Proceedings of the Media Ecology Association* (1), 17-22
- Lopes, M.S., Oliveira, A.P. (2011). Stratchin Kindergarten u *Proceedings of the Media Ecology Association*. (12), 93-105
- Mandarinić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih u *Bogoslovska smotra* 82 (1), 131-149
- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? u *Medijska istraživanja* 18 (1)
- Strate, L. (2004). A Media Ecology Review u *Communication research trends* 23 (2), 1-48

Mrežne stranice:

- Edgar, D., Edgar, P. (2008). Television, digital media and children's learning. Discussion paper na adresi [https://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar\\_Paper\\_20081223.pdf](https://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar_Paper_20081223.pdf)

Popis priloga:

- Slika 1. Početna internetska stranica Stratch programa preuzeto s <https://scratch.mit.edu/>
- Slika 2. Naslovna stranica Slikovnice o medijima preuzeto s <http://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Slikovnica-o-medijima.pdf>
- Slika 3. Javni regal za dijeljenje i razmjenu knjiga preuzeto s <http://www.zelina.hr/portal/item/1925-javni-regal-za-dijeljenje-i-razmjenu-knjiga.html>

## IZJAVA

### o samostalnoj izradi rada

Izjavljujem da sam ja, Eva Hadaš, rođena 12. rujna 1993. godine u Zagrebu, studentica diplomskog sveučilišnog studija Ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja na Učiteljskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu (matični broj: 35-2017-155) samostalno provela aktivnosti istraživanja literature i napisala diplomski rad na temu: Medijska ekologija djece rane i predškolske dobi na području grada Svetog Ivana Zeline

Zagreb, rujan 2018.