

# Medijsko opismenjavanje roditelja i odgojitelja u Republici Hrvatskoj

---

**Lugarić, Sara**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:147:713765>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-09**

*Repository / Repozitorij:*

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



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**UČITELJSKI FAKULTET**  
**RANI I PREDŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE**

**SARA LUGARIĆ**

**ZAVRŠNI RAD**

**MEDIJSKO OPISMENJAVANJE**  
**RODITELJA I ODGOJITELJA U**  
**REPUBLICI HRVATSKOJ**

**Zagreb, rujan 2019.**

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

**ZAVRŠNI RAD**

**Ime i prezime pristupnika: Sara Lugarić**

**TEMA ZAVRŠNOG RADA: MEDIJSKO OPISMENJAVANJE  
RODITELJA I ODGOJITELJA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

**MENTOR: Astrid Nox, prof., pred.**

**Zagreb, rujan 2019.**

## Sažetak

Mediji u današnjem svijetu prožimaju se kroz velik broj aktivnosti ljudi na dnevnoj bazi. Bilo da se radi o tradicionalnim ili suvremenim medijima, isti imaju određenu moć kojom se utječe na živote djece, ali i odraslih. Za korištenje određenih medija, važno je prepoznati kvalitetu sadržaja, a za navedeno jest neophodno poznavati osnove medijske pismenosti. Medijska pismenost tema je ovog rada, a odnosi se na medijsku pismenost roditelja i odgojitelja, te same djece. U radu su opisani načini vezani uz odrasle, točnije roditelje i odgojitelje, kako se medijski opismeniti te pružiti adekvatnu medijsku edukaciju djeci neovisno radi li se o obiteljskom domu ili odgojno – obrazovnoj ustanovi, tj. dječjem vrtiću. Također se navode razlozi zašto je medijska pismenost bitna u današnjem svijetu te se navode i primjeri kako djecu upoznati s medijima već od najranije dobi. Utjecaji medija navode se kao jedan od značajnijih dijelova ovog rada, u obzir uzimajući i pozitivne i negativne strane istih na djecu prvenstveno, a zatim i na odrasle. Djeca danas rađaju se u medijskome svijetu te se iz tog razloga spominje i sama definicija djeteta i djetinjstva, kao i njegova prava. Biti pismen u suvremenom svijetu ne podrazumijeva samo pisanje i čitanje, govor i slušanje, već i medijsku pismenost o kojoj slijedi riječ u nastavku.

Ključne riječi: djeca, medijska pismenost, odgojitelji, roditelji

## **Summary**

Media in today's world is permeated by the large number of people's activities on a daily basis. Whether traditional or new media, they have power that affects the lives of children as well as adults'. For the use of certain media, it is important to recognize the quality of the content, and to do that, it is necessary to know the basics of media literacy. Media literacy is the theme of this paper, and it refers to the media literacy of parents and educators, and children themselves. The paper describes ways, related to adults, more specifically parents and educators, how to educate themselves in the media, and provide adequate media education to children, whether it is a family home or an educational institution, ie a kindergarten. The reasons why media literacy is important in today's world are also cited as well as examples of how to introduce children to the media from an early age. Media influences are cited as one of the most significant parts of this paper, considering both the positive and negative sides of them, primarily affecting children and then adults. Children are born in the media world today, and for this reason, the very definition of a child and childhood, as well as his rights, is mentioned. To be literate in the modern world involves not only writing and reading, speaking and listening, but also media literacy, which is discussed below.

Key words: children, kindergarten teachers, media literacy, parents

## SADRŽAJ

Sažetak .....	I
Summary .....	II
1. UVOD.....	1
2. MEDIJI.....	3
3. MEDIJSKO OPISMENJAVANJE .....	5
3.1. Medijska pismenost .....	5
3.2. Načini medijskog opismenjavanja u ranoj dječjoj dobi.....	8
4. RODITELJI I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE .....	10
4.1 Zašto je uopće potrebno? .....	10
4.2. Kako? .....	11
5. ODGOJITELJI I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE.....	14
5.1. Zašto je uopće potrebno? .....	14
5.2 Kako? .....	16
6. DJECA I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE .....	18
6.1. Dijete i prava .....	18
6.2. Medijsko djetinjstvo.....	18
6.3. Kako roditelji i odgojitelji mogu pomoći djeci u cilju medijskog opismenjavanja?.....	23
7. ZAKLJUČAK .....	27
POPIS LITERATURE .....	29
POPIS SLIKA .....	31

Izjava o samostalnoj izradi rada

## 1. UVOD

Mediji u današnjem svijetu zauzimaju vrlo velik dio naših života pa tako i života brojne djece. Svakodnevno smo okruženi medijima u različitim oblicima od kojih su najčešći radijski i televizijski programi, novine i Internet, a upravo su djeca najranjiviji korisnici istog. Djeca prilično dugo svoje slobodno vrijeme provode ispred televizije i na mobitelima, tako upijajući različite sadržaje. Upravo kroz gledane, odnosno slušane sadržaje, dobivaju i istovremeno upijaju najviše informacija o okolini i na taj način kroje vlastiti pogled na svijet. Činjenica je da živimo u ubrzanome svijetu u kojemu se do različitih informacija i sadržaja dolazi vrlo lako i vrlo brzo, najčešće pritiskom jedne tipke. Danas se smatra uobičajenim kako djeca već od rane dobi znaju upaliti televiziju, otključati mobitel i doći do sadržaja koji ih zanima, bilo da je to glazba, fotografije ili pak igre koje nerijetko i sami skidaju na mobitele, laptope, tablete ili nešto četvrto. Djeci medijski uređaji pružaju beskonačno mnogo prilika za suočavanje s neprimjerenim sadržajem na televiziji i/ili u novinama, objavama na društvenim mrežama i na pojedinim kanalima kao što je to npr. YouTube. U toj dobi još nemaju saznanja koji je sadržaj kvalitetan i koji im koristi, a koji ne ako im se isto ne pokaže. Upravo zbog nedostatka znanja, ne misle na posljedice do kojih može doći u kreiranju stavova i njihove interpretacije svijeta, a što u velikoj mjeri utječe i na njihovo buduće ponašanje. Dječji je pogled na svijet stvoren na temelju djelovanja osoba iz njihove neposredne okoline, ali ne smije se zanemariti ni njihova interpretacija informacija koje dobivaju putem različitih medija, misleći kako dolaze iz stvarnoga svijeta.<sup>1</sup> Iz tog je razloga važno djecu poučiti kritičkom razmišljanju, a to se može postići jedino ako im osobe koje su im najbliže, a pritom se misli na roditelje ili skrbnike i odgojitelje, pokažu vrijednosti kvalitetnih programa i sadržaja. Kako bi roditelji i odgojitelji mogli djecu poučiti navedenim vrijednostima, neizostavna je njihova edukacija u svrhu medijskog opismenjavanja. Samom edukacijom, roditelji i odgojitelji postaju osobe koje su sposobne prenijeti potrebna znanja i vještine koja se tiču medija na djecu, čineći tako podlogu za dječje samostalno djelovanje, promišljanje o sadržajima na koje nalijeću te kritičko mišljenje.

---

<sup>1</sup> „Djeca do treće godine vjeruju kako je audiovizualni sadržaj zapravo prozor u svijet i sve ono što je prikazano drže stvarnim. Oko pete godine, razvojem logičkog mišljenja, djeca mogu razlikovati programe poput vijesti od sadržaja koji prikazuju fikciju. Međutim, to razlikovanje nije potpuno i ono se postupno usavršava s djetetovim misaonim razvojem i iskustvom u korištenju medija sve do 12. ili 13. godine života“ - Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija – Agencija za elektroničke medije

Spomenute vještine obuhvaćaju tehničke, praktične i kritičke kompetencije o kojima se govori detaljnije u nastavku rada. U narednim poglavljima može se detaljnije iščitati važnost medijskog opismenjavanja koje se tiče i roditelja i odgojitelja te same djece. U prvom poglavlju pobliže se govori o medijima kao alatu koji ima neizmjereno veliku moć, odnosno utjecaj na korisnike te kao sredstvo kojima se netko koristi kako bi postigli vlastiti cilj. U drugom poglavlju definira se medijsko opismenjavanje te se govori o važnosti i posljedicama istog. Zatim se govori o medijskom opismenjavanju koje se tiče izravno roditelja kao osobe edukatora te se navode potrebna znanja i vještine koje im i omogućuju da postanu edukatori. Slijedi poglavlje koje se tiče izravno odgojitelja i odgojno – obrazovne ustanove te njihove uloge u medijskome opismenjavanju djece i upoznavanju djece s različitim medijima u ranoj dobi. Isto tako navode se, kao i u prethodnome poglavlju, znanja i vještine koje su potrebne odgojitelju za edukaciju, odnosno upoznavanje djece rane dobi s medijima, ali i njima samima. Naredno poglavlje govori o samoj djeci i medijima. U spomenutom se poglavlju govori o definiciji djeteta, utjecaju različitih medija na djecu, samoj kvaliteti medija koji su djeci dostupni, o različitim medijima koje djeca posjeduju i koji djeci nude različit broj sadržaja koji jesu, ali i koji nisu prikladni njihovoj dobi. U zaključku se navodi vlastito mišljenje autorice na odabranu temu.



## 2. MEDIJI

Prema *Zakonu o medijima*<sup>2</sup> koji je na snazi od 7. srpnja 2013. godine, pojam medija ima sljedeće značenje: „Mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike“. Prema *Zakonu o medijima* medijem se ne smatraju knjige, udžbenici, bilteni katalogi ili drugi nositelji objavljivanja informacija koji su namijenjeni obrazovnom, znanstvenom ili kulturnom procesu, oglašavanju, poslovnoj komunikaciji, radu trgovačkih društava, zavoda i ustanova, udruga, političkih stranaka, vjerskih i ostalih organizacija, školska glasila, *Narodne novine* Republike Hrvatske, službena glasila jedinica lokalne i područne, tj. regionalne, samouprave i ostala službena priopćenja, kao ni plakati, letci, prospekti i transparenti, te video stranice bez žive slike i druge besplatne obavijesti, osim ako Zakonom nije drugačije propisano. Prema spomenutom izvoru, javno informiranje jest ono koje se ostvaruje posredstvom medija, a programski sadržaji istih su informacije svih vrsta, uključujući vijesti, mišljenja, poruke, obavijesti i druge informacije, te autorska djela koja se objavljuju putem medija u svrhu obavještavanja i zadovoljavanja obrazovnih, znanstvenih, kulturnih i ostalih potreba javnosti. „John Fiske razlikuje tri vrste medija: prezentacijske (lice, glas, tijelo), koje su ograničeni na „ovdje“ i „sada“ jer je medij sam komunikator; reprezentacijske (fotografije, knjige, slike), koje se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenoga diskursa; i mehaničke medije (radio, televizija, telefon), koji odašilju i prezentacijske i reprezentacijske medije (...)“.<sup>3</sup> U ovome radu pažnja se ponajviše pridaje *mehaničkim medijima* kako ih navodi Jurčić prema Fisku, ali spominju se i *reprezentacijski mediji*. Iako mediji oduvijek imaju istu ulogu, a ta jest da služe u svrhu obrazovanja, informiranja i zabave, uloga medija razvojem tehnologije i napretkom društva postepeno se nadograđuje. Zahvaljujući napretku tehnologije, danas razlikujemo tradicionalne i suvremene medije. U tradicionalne medije pripadaju tisak, novine i radio, dok se u suvremene medije ubraja i Internet. Kako Brakus<sup>4</sup> navodi prema Vasković i Vasković, nikada nijedna tehnologija u povijesti nije toliko preobrazila društvene odnose i istovremeno pospješila komunikacija među ljudima koliko je to

---

<sup>2</sup> Zakon.hr; Zakon o medijima. URL: <<https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima>>

<sup>3</sup> Jurčić, D. (2017). „Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj“. *Mostariensia : časopis za društvene i humanističke znanosti*, Vol. 21 No. 1, 2017. Str. 2.

<sup>4</sup> Brakus, A. (2015). „Mediji i marketing“. In *medias res : časopis filozofije medija*, Vol. 4 No. 7, 2015.

učinio sam razvoj računalnih tehnologija. “Novi mediji (danas) označavaju različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prijenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost, nelinearni/nesekvencijalni pristup sadržaju dokumenta, digitaliziranost i multimedijски način prezentacije (tekst, slika, zvuk, animacija, video itd.)” (203), a temelj je svih novih medija digitalna konvergencija. Internet kao novi medij potakao je brojna pitanja, među ostalim i pitanje autorskog prava<sup>5</sup>. Iako tradicionalni mediji dan-danas zauzimaju vrlo visoko mjesto što se tiče njihove uporabe, vrlo je vjerojatan scenarij kako će Internet kao suvremeni medij zamijeniti ostale medije. Internet pruža sve mogućnosti koje pružaju i ostali mediji, no jedna je razlika vrlo specifična – Internet pruža priliku pronaći sadržaj za kojeg u određenom trenutku postoji potreba odmah i na jednom mjestu. Također je važno spomenuti kako sve veći i veći broj kućanstava ima pristup Internetu, a nezanemariva je činjenica kako se pristup Internetu organizira i u ponekim gradovima čime potreba za medijskom pismenošću raste. Prema službenoj stranici grada Zagreba<sup>6</sup>, isti je omogućio građanima i posjetiteljima bežični pristup internetskoj mreži, ne samo na određenim mjestima kao što je to npr. Trg bana Josipa Jelačića, već i u javnom prijevozu. Pristup internetu omogućava korisnicima posjećivanje svih internetskih stranica, osim onih, kako navodi voditeljica podružnice ZET-a Žgela, neprimjerenog sadržaja<sup>7</sup>. Nekoliko klikova na računalnom mišu ili ekranu dovoljno je za pronalaženje željenog sadržaja, uz uvjet da korisnik ima dostupnu internetsku vezu i uređaj predviđen za korištenje Interneta kao što je to npr. kompjuter, mobitel, tablet itd. Mediji obuhvaćaju dio naših života svakodnevno, bilo da ih koristimo osobno i vlastitim izborom ili ako na nas utječu nesvjesno, putem npr. televizije na kojoj se prikazuju reklame. Svjesni utjecaja medija, proizvođači namjerno nišane korisnike istih preko različitih uređaja i mrežnih stranica ne bi li postigli svoj cilj i na njih djelovali.

---

<sup>5</sup> Peruško Čulek, Z. (2011). „Uvod u medije“. Politička misao : časopis za politologiju, Vol. 48 No. 1, 2011. Str. 2.

<sup>6</sup> www.zagreb.hr; URL: <<https://www.zagreb.hr/pilot-projekt-wifi-u-autobusima-zeta/104772>>

<sup>7</sup> isto

### 3. MEDIJSKO OPISMENJAVANJE

Medijsko opismenjavanje složen je proces no za potrebe ovoga rada ograničit će se na definiranje pojma medijska pismenost kao i kompetencije koje se njime očekuju te načine organizacijske strukture unutar nacionalnih okvira.

#### 3.1. Medijska pismenost

Medijska pismenost definira se kao skup vještina, znanja i spoznaja potrebnih za razumijevanje i kritičku analizu medijskih sadržaja, koji korisnicima pomaže u zaštiti od potencijalno neprimjerenih medijskih sadržaja.<sup>8</sup> Medijska pismenost također obuhvaća donošenje informiranih odluka, razumijevanje prirode sadržaja i usluga te korištenje prednosti cjelokupnog raspona mogućnosti koje nude nove komunikacijske i medijske tehnologije.<sup>9</sup> Predmet proučavanja medijske pismenosti su potencijalno štetni medijski sadržaji u koje se ubraja nasilje, reklame, stereotipi ili pornografija, zatim utjecaji medija i štetnih sadržaja, regulacija i samoregulacija pod kojima se smatraju konvencije, nacionalni zakoni i etički kodeksi novinara i oglašivača te, nove tehnologije i njihova uloga u društvu.<sup>9</sup> „Medijsko opismenjavanje treba uključiti sve vrste medija – vizualne (TV, video, film), auditivne (radio, snimljena glazba) i pisane – kao i različite medijske platforme te nove medijske tehnologije“.<sup>10</sup> „Stručna skupina Europske komisije za medijsku pismenost dodatno je 2016. pojasnila definiciju medijske pismenosti naglašavajući da je to krovni izraz koji uključuje sve tehničke, kognitivne, društvene, građanske i kreativne kapacitete koji građanima omogućuju pristup, interakciju i kritičko razumijevanje medija, kao i sudjelovanje u gospodarskome, društvenome i kulturnome životu društva te aktivnu ulogu u demokratskome procesu“.<sup>11</sup> Da bi djeca postala medijski pismena, potrebno je da su i osobe od kojih uče također medijski pismene. Medijska pismenost u Republici Hrvatskoj ne dobiva potrebnu pozornost i pažnju, a dokaz za navedeno navode Morić i Gospodnetić.<sup>13</sup> Prema spomenutim autorima, samo su tri medijske organizacije

---

<sup>8</sup> Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skoli-trebalo-uciti-o-medijima/>>. <sup>9</sup> isto

<sup>9</sup> O medijskoj pismenosti. URL: < <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskoj-pismenosti/>>.

<sup>10</sup> Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skoli-trebalo-uciti-o-medijima/>>.

<sup>11</sup> Medijska pismenost. URL: <<https://www.aem.hr/medijska/medijska-pismenost/>>.

<sup>13</sup> Morić, D., Gospodnetić, F. „Mladi i mediji u Hrvatskoj“.

radile na povećanju medijske pismenosti mladih, a to su: Hrvatsko novinarsko društvo, Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu te Udruga „Mediji“. Hrvatsko novinarsko društvo surađivalo je s Međunarodnim centrom za obrazovanje novinara na poboljšanju medijske pismenosti mladih. Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu implementiralo je radionice za mlade o temama medijske pismenosti i nasilja putem novih medija, dok je Udruga „Mediji“ podržavala studente u provođenju niza istraživanja na temu medija. Svaka od tih organizacija uložila je značajne napore koji su bili slabo prepoznati u Republici Hrvatskoj iz jednostavnog razloga – manjak interesa populacije. Kao razlozi niže razine medijske pismenosti u Hrvata, prema Gospodnetić i Morić<sup>12</sup>, navode se razlozi poput nedovoljno kritičkog mišljenja o medijima, manjak ozbiljnog novinarstva te povećanje komercijalizacije<sup>13</sup>.

"Medijska pismenost pomaže i mladima i odraslima da:

- razvijaju kritičko razmišljanje
- razumiju kako poruke koje mediji prenose oblikuju našu kulturu i društvo
- identificiraju medijske strategije
- prepoznaju kako vlasnici medija oblikuju sadržaj
- prepoznaju tehnike uvjeravanja koje se koriste
- prepoznaju pristrane informacije, spinove, pogrešne informacije i laži
- prepoznaju dijelove priče koji nisu jasno izrečeni
- ocjenjuju medijske poruke prema vlastitom iskustvu, vještinama, vjеровanjima i vrijednostima
- kreiraju i distribuiraju svoje vlastite poruke
- zalažu se za medijsku pravednost.“<sup>14</sup>

Bitno je naglasiti kako se u Republici Hrvatskoj posljednje dvije godine u mjesecu travnju održavaju i *Dani medijske pismenosti* namijenjeni djeci i odraslima<sup>17</sup>. Taj događaj pokrenuli su Agencija za elektroničke medije zajedno s Uredom UNICEF-a za Hrvatsku kako bi se upotrebljavanje medija koristilo za svoje i opće dobro. Prema službenom portalu Agencije za

---

<sup>12</sup> isto

<sup>13</sup> Isto, str. 36.

<sup>14</sup> Grgić, H. i ostali autori (2016). „Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“. Str. 10.

<sup>17</sup> Dani medijske pismenosti 2019. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2019/>>.

elektroničke medije i UNICEF-a<sup>15</sup>, *Dani medijske pismenosti* održani su pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i Ministarstva znanosti i obrazovanja u suradnji s brojnim partnerima i medijskim kućama<sup>16</sup>. Organizirane su i radionice za djecu i odrasle, a na raspolaganju su i obrazovni materijali pomoću kojih se može održati sat medijske pismenosti u vrtićima, osnovnim i srednjim školama. Roditeljima je dostupan i vodič za korištenje medija u obitelji.<sup>17</sup> „Cilj je Dana medijske pismenosti osvještavanje javnosti o važnosti medijske pismenosti, osnaživanje građana, posebice djece i mladih vještinama medijske pismenosti, stvaranje platforme za suradnju i razvoj održivih projekata medijske pismenosti, te podrška odgojiteljima i nastavnicima razvojem edukacijskih materijala za medijsko obrazovanje.“<sup>18</sup> Prema Europskoj povelji o medijskoj pismenosti, medijski pismeni ljudi sposobni su:

- učinkovito upotrebljavati tehnologiju kako bi pristupili, pohranili, povratili i dijelili sadržaj kako bi zadovoljili osobne potrebe i interese, kao i društvene
- sposobni dobiti pristup širokom rangu medija i sadržaja, različitih kulturnih i institucionalnih izvora, te donosili informirane odluke samostalno
- razumjeti kako i zašto se medijski sadržaj proizvede
- kritički analizirati tehnike, jezike i konvencije koje koriste mediji i poruke koje isti prenose
- koristiti medije kreativno kako bi izrazili ideje, informacije i mišljenja
- identificirati, izbjegavati ili izazivati medijske sadržaje i usluge koje mogu biti netražene, uvredljive ili štetne
- koristiti medije učinkovito kako bi omogućili ostvarivanje svojih demokratskih prava i građanskih odgovornosti<sup>19</sup>.

---

<sup>15</sup> Medijska pismenost. URL: <[www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)>

<sup>16</sup> Dani medijske pismenosti 2019. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2019/>>.

<sup>17</sup> isto

<sup>18</sup> isto

<sup>19</sup> The European Charter for Media Literacy. URL:<<http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php>>.

Prema Šikiću<sup>20</sup>, koncept medijske pismenosti obuhvaća različite kompetencije, odnosno vještine: tehničke, praktične i kritičke. Navedene kompetencije<sup>21</sup> spomenute su i ranije u radu, u uvodnome dijelu, no slijedi poblizi opis istih. Pod terminom *tehničke vještine* misli se na sposobnost samog pristupa medijima. Pod terminom *kritičke vještine* misli se na samo razumijevanje medijskih sadržaja, sposobnost njihovih tumačenja te kritičkog vrednovanja, dok se pod terminom *praktične vještine* misli na sposobnost pojedinca da sam stvara medijsku poruku<sup>22</sup>.

### 3.2. Načini medijskog opismenjavanja u ranoj dječjoj dobi

Kako bi djecu uopće mogli medijski opismeniti, važno je da su roditelji i odgojitelji također medijski pismeni. Osim medijske pismenosti, važno je da navedene osobe posjeduju znanja i vještine kojima će djecu na prikladan način zainteresirati, te sukladno njihovim interesima, podučiti primjerenom, kritičkom razmišljanju o njima dostupnim medijima i sadržajima. Prema tome, poučavanje o medijima i za medije treba biti prilagođeno dječjoj dobi i stupnju misaonog, emocionalnog i socijalnog razvoja te je potrebno da se odvija tijekom cjelokupnog procesa odgoja i obrazovanja na svim razinama<sup>23</sup>. Upoznavanje s medijima treba započeti od osnova – što riječ „medij“ uopće znači? Djeci bi se trebala pružiti mogućnost upoznavanja s osnovnim rječnikom vezanim uz medije, a tek bi se nakon toga znanje trebalo postupno graditi. Jedna od kompleksnijih posljedica posjedovanja znanja o medijima jest korištenje samih medija. Upravo korištenjem medija djeca najbolje mogu usvojiti potrebne vještine koje su neizostavne u prepoznavanju kvalitetnih, odnosno nekvalitetnih, neprikladnih i neželjenih sadržaja. Prema *Deklaraciji o medijskom odgoju* iz 1982. godine, koncept medijske pismenosti je i do danas ostao utemeljen na osnovnoj ideji, a ta je: „komunikacijskim pravima koja proistječu iz osnovnih ljudskih prava kao što su zajamčena dokumentima međunarodne zajednice (Poveljom UN-a o ljudskim pravima, Konvencijom UN-a o pravima djeteta) i koja zahtijeva da se u medijskoj politici posveti pozornost medijskim i komunikacijskim pravima

---

<sup>20</sup> Šikić, T. „Medijska pismenost, pismenost 21. stoljeća“. URL:

<[https://zbornica.com/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=250&Itemid=108](https://zbornica.com/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=250&Itemid=108)>

<sup>21</sup> „Iz tog je razloga važno djecu poučiti kritičkom razmišljanju, a to se može postići jedino ako im osobe koje su im najbliže, a pritom se misli na roditelje ili skrbnike i odgojitelje, pokažu vrijednosti kvalitetnih programa i sadržaja“.

<sup>22</sup> Šikić, T. „Medijska pismenost, pismenost 21. stoljeća“. URL:

<[https://zbornica.com/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=250&Itemid=108](https://zbornica.com/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=250&Itemid=108)>

<sup>23</sup> Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skolitrebaloučiti-o-medijima/>.

djece<sup>24</sup>. Također, valja ih upoznati i s načelima medijske pismenosti. Prema priručniku „*Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću – priručnik*“, načela<sup>28</sup> su sljedeća:

- a) Medijska pismenost znači učiti o svim medijima: tisku, radiju, televiziji; njihovu povijest, načela funkcioniranja, tko posjeduje i kontrolira medije, kakva je koncentracija medijskog vlasništva i dr.
- b) Mediji nisu ni štetni ni korisni, a mogu biti i jedno i drugo
- c) Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili. Mediji imaju važnu ulogu u životu djece i obitelji pa bi roditelji trebali osvijestiti svoje medijske navike.
- d) Medijska pismenost osim reflektivne razine, potiče i produktivnu razinu. Djeci je važno omogućiti rad s medijima, omogućiti im praktično razumijevanje medijske politike. U tome veliku ulogu imaju škole (rad u školskim novinama)
- e) Države su u svojoj medijskoj, kulturnoj i obrazovnoj politici dužne poštivati Konvenciju UNa o pravima djece.

Upravo iz razloga što nas mediji svakodnevno okružuju, načini medijskog opismenjavanja u ranoj dječjoj dobi su različiti. Upoznavanjem simbola, znakova, dijelova uređaja, izgradnje centra u sobi dnevnog boravka, razgovorom, čitanjem i drugim načinima, djecu se može poučiti svakojakim vrijednostima.

---

<sup>24</sup> Grgić, H. i ostali autori (2016). „Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“. Str. 8. <sup>28</sup> Isto. Str. 8-10.

## 4. RODITELJI I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE

Razloge za medijsko opismenjavanje roditelja čini se izlišnim navoditi jer je ono dio cjelokupnog odgoja vlastitog djeteta no u Republici Hrvatskoj ne postoji niti jedan oblik nacionalne strategije koji ga uključuje, promiče ili organizira. Ako se i spominje u dokumentima, uglavnom se samopodrazumijeva.

### 4.1. Zašto je uopće potrebno?

Roditelji su djetetovi prvi i najvažniji odgojitelji. Iako velika većina roditelja želi samo najbolje za svoje dijete, odnosno djecu, obaveze i ubrzani ritam današnjice često ih dovodi u situacije u kojima nesvjesno djecu izlažu neprikladnim sadržajima. Nekada se može činiti kao da medije koriste kao pomagalo u trenucima kada su zauzeti određenim poslom. Dijete se za ponuđeni medij zainteresira, a tu pažnju drže vizualni i auditivni specijalni efekti, ponude, tj. reklame čije su mete upravo djeca, i slično. Djetetova pažnja raste kada su uključeni sadržaji koji su njima primamljivi i kada shvate da su isti njima namijenjeni. Iz tog je razloga od izuzetne važnosti da su roditelji medijski osviješteni o sadržajima koji (se) nude djeci te da su medijski pismeni. Medijska pismenost roditelja izravno utječe na djecu, pošto su upravo roditelji ti koji imaju određenu kontrolu nad medijima u životu djece, ali djeluju i kao model čija ponašanja djeca usvajaju. Ako roditelj prihvaća svoju roditeljsku ulogu i istu shvaća ozbiljno, zna da je upravo on osoba koja djeci pomaže postati medijski pismena i da je za isto odgovoran. Priručnik *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*<sup>25</sup> izdan od strane Agencije za elektroničke medije navodi kako nastoji pomoći roditeljima, skrbnicima, ali i profesionalnim odgojiteljima u brizi za djecu i maloljetnike u ovom ubrzanom svijetu. Pružanje specifičnih preporuka koje su spomenute u priručniku, a koje se temelje na dostupnim znanstvenim uvidima, valja shvatiti kao smjernice za promišljanje o optimalnoj roditeljskoj brizi i podršci u medijskom odrastanju njihove djece, odnosno korištenju i razumijevanju medijskih sadržaja<sup>30</sup>. Obitelj je jedna sastavnica u djetetovom mikrosustavu koja uvelike utječu na dijete. Važno je da u obitelji postoji kvalitetna komunikacija, uzajamno povjerenje, dogovor oko pravila u koji

---

<sup>25</sup> Grgić, H. i ostali autori (2016). „Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“.

<sup>30</sup> Isto. str. 6.



su uključena i djeca, te blizak odnos djece i roditelja<sup>26</sup>. Spomenute odlike<sup>27</sup> navedenog mikrosustava najbolji su zaštitni čimbenici od mnogih pa tako i medijski nepovoljnih utjecaja na dječji razvoj<sup>28</sup>. Neophodno je da roditelj nadzire dijete na putu ka medijskome opismenjavanju, istovremeno radeći i na vlastitom razvoju medijskog opismenjavanja. Iako se u ovome radu navodi medijsko opismenjavanje roditelja i odgojitelja kako bi se djeci pružilo što više prilika za usvajanje medijske pismenosti, važno je i zbog samih roditelja/odgojitelja poznavanje već spomenutih vještina. Biti medijski pismen u današnjem svijetu znači isto što i biti pismen u okvirima poznavanja brojki i slova sve od početaka pismenosti do pojave medija i njihove ekstremne uporabe. Često kada se govori o pismenosti misli se na čitanje i pisanje, govorenje i slušanje, ali danas značenje dijelimo i kroz druge simbole i oblike, slike, video, videoigre, internet, društvene mreže<sup>29</sup>. “Trebamo učiti o karakteristikama, odnosno specifičnostima medija, i onih klasičnih i onih novih. Dakle medijska pismenost danas uključuje i digitalnu pismenost”<sup>30</sup>. Medijska pismenost kao takva, jedna je od ključnih kompetencija za život i rad u digitalnome svijetu koji se konstantno razvija i mijenja te za aktivno građanstvo i sudjelovanje u ekonomskim, kulturnim, društvenim i demokratskim procesima<sup>31</sup>. Građane je bitno osnažiti vještinama i znanjem koji će im pomoću u razumijevanju rada medija, kako bi znali provjeriti točnost informacija, te da znaju koristiti, kreirati i dijeliti medijske sadržaje i informacije. Osim zaštite djece, od neizmjerne je važnosti posjedovati medijsku pismenost zbog zaštite i sebe samih od potencijalno štetnih medijskih sadržaja, dezinformacija i propagande<sup>32</sup>.

## 4.2. Kako?

Agencija za elektroničke medije te Ured UNICEF-a za Hrvatsku povodom 2. Dana medijske pismenosti, u partnerstvu s Veleposlanstvom Kraljevine Norveške, izdali su brošuru

---

<sup>26</sup> Agencija za elektroničke medije. „Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“. Str 6.

<sup>27</sup> isto

<sup>28</sup> isto

<sup>29</sup> Pismenost više nije samo čitanje i pisanje, važno je biti i medijski pismen. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/pismenost-se-vise-ne-odnosi-samo-na-citanje-i-pisanje-vazno-je-biti-i-medijski-pismen/>>.

<sup>30</sup> isto

<sup>31</sup> O nama. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/o-nama/>>.

<sup>32</sup> isto

čiji je naziv „Djeca i vrijeme pred ekranom – dobar početak“<sup>33</sup>. Ta je brošura zapravo vodič za roditelje i skrbnike za djecu rane dobi, točnije od 0 do 6 godina starosti<sup>34</sup>. Prema njima<sup>35</sup>, riječ je o prijevodu publikacije koju je izvorno objavila *Medietilsynet*, norveška agencija za medije. Spomenuta je publikacija rezultat stvaranja brojnih norveških organizacija i nevladine udruge<sup>36</sup>. U nastavku slijedi citat o spomenutoj brošuri: “Digitalni uređaji u domu cijeloj obitelji pružaju mnoštvo novih medijskih iskustava i mogućnosti za učenje. Na koji način odrasli mogu pomoći djeci da uspješno započnu s korištenjem medija? Koje biste odluke trebali donijeti na samom početku? Ova brošura daje savjete i prijedloge koji će vam pomoći da djetetu objasnite kako se koristiti s medijima“<sup>37</sup>. U uvodnome dijelu<sup>38</sup> također se spominju i poruke namijenjene roditeljima/skrbnicima, a to su:

- Koristite medije s djetetom.
- Razmislite o pravilima za korištenje medija i tehnologije u svom domu.
- Naučite više o uslugama, sadržaju, tehnologiji i dobnim ograničenjima.
- Od najranije dobi učite djecu dobrim navikama na internetu – vi ste im najvažniji uzor!

Takva je brošura dobar način za upoznavanje roditelja s medijima na način koji će ih potaknuti da o istima promišlja i uvidi njihove stvarne, realne karakteristike. Nadalje, kvalitetan način medijskog opismenjavanja odraslih jest i uključivanje u različite radionice i programe koji se nude u Republici Hrvatskoj. *Dani medijske pismenosti* nude, ne samo djeci, već i odraslima programe, predavanja, radionice, filmske projekcije i druga događanja, sve u svrhu medijskog opismenjavanja<sup>39</sup>. Uključivanjem u te programe, odrasli stječu znanja koja će im koristiti u stvaranju platforme za daljnji, samostalni razvoj. Cjeloživotno učenje osnova je neprekidnog znanja za kojim postoji izrazito velika potreba ako istovremeno postoji želja za kvalitetnim sadržajem, informacijama, programima i drugo. Informiranje o medijima i načinu njihova korištenja na legitimnim mjestima koristan je način pribavljanja traženih informacija iz udobnosti vlastitog doma. Jedan takav način postoji opismenjavanja moguć je na službenoj

---

<sup>33</sup> Dani medijske pismenosti 2019. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2019/>>.

<sup>34</sup> isto

<sup>35</sup> Misli se na Agenciju za elektroničke medije (AEM) i UNICEF

<sup>36</sup> Dani medijske pismenosti 2019. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2019/>>.

<sup>37</sup> isto

<sup>38</sup> „Djeca i vrijeme pred ekranom – dobar početak“. Hrvatska verzija brošure.

<sup>39</sup> Dani medijske pismenosti 2019. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijske-pismenosti-2019/>>.

stranici<sup>40</sup> Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku, naziva *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*<sup>41</sup>. Na tom izvoru mogu se naći savjeti za roditelje, ali i za ostale vezano uz odgovorno korištenje elektroničkih medija. *Djeca i mediji*<sup>42</sup> knjižica je namijenjena roditeljima ili skrbnicima, također izdana od strane Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku. Navedena knjižica bavi se pitanjima poput „kako medije koristiti u obiteljima s djecom, kako to uravnotežiti s drugim aktivnostima, zašto je važno obratiti pozornost na dobne oznake na filmovima i televizijskim programima te na videoigrama, kako mediji mogu podržati učenje i slobodne aktivnosti, što djeca trebaju znati da bi mogla sigurno koristiti internet, društvene mreže i mobilne aplikacije, kako razvijati kritičku medijsku pismenost...“<sup>43</sup>. Tu je knjižicu moguće nabaviti i elektroničkim putem, besplatnim preuzimanjem na spomenutim službenim stranicama, a moguće je nabaviti ju i u knjižnicama, udrugama i institucijama koje se bave medijskom pismenošću.

---

<sup>40</sup> Medijska pismenost. Pokretači i osnivači portala medijskapismenost.hr su Agencija za elektroničke medije i UNICEF, koji su okupili i brojne partnere koji svojim djelovanjem doprinose podizanju medijske pismenosti u Hrvatskoj i kvalitetnom sadržaju na portalu. URL: <[www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)>.

<sup>41</sup> Agencija za elektroničke medije. „Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“.

<sup>42</sup> Nacionalni audiovizualni institut Finske, Odjel za medijsko obrazovanje i audiovizualne medije (MEKU); Agencija za elektroničke medije, Hrvatska; Ured UNICEF-a za Hrvatsku. (2018). „Djeca i mediji – knjižica za roditelje i skrbnike djece“.

<sup>43</sup> Preuzmite knjižicu sa savjetima za korištenje medija u obitelji. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/preuzmite-knjizicu-sa-savjetima-za-koristenje-medija-u-obiljelji/>>.

## 5. ODGOJITELJI I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE

Na fakultetskoj razini obrazovanja za odgojitelja u RH postoji samo jedan obavezan kolegij srodan medijskom opismenjavanju, Medijska kultura, koji se pohađa na prvoj godini studija i jednosemestralan je.

### 5.1. Zašto je uopće potrebno?

Osim na roditelje, velika odgovornost pripada također i odgojno – obrazovnoj ustanovi koju dijete pohađa, odnosno odgojitelju, tj. odgojiteljici. Odgojitelj, tj. odgojiteljica su djetetu vrlo bliske osobe iz razloga što s njima provodi većinu dana, s njima razgovara, raspravlja, sudjeluje u radu i postavljanju pravila te se na taj način razvija poseban odnos. Iz tog je razloga bitno da i odgojitelji djeci pružaju adekvatnu potporu u ustanovi vezanu uz medijsku kulturu, uz ostale aspekte odgoja i obrazovanja. Odgojitelj kao osoba koja svakodnevno radi s djecom na različitim područjima, mora imati razvijenu svijest o dobrobiti djece te treba biti usredotočen na njihov holistički razvoj. To se može postići jednim načinom ako je medijski pismen. Kao što je već navedeno u ovome radu, mediji danas preplavljaju, ne samo odrasle i njihovu svakodnevicu, već i djecu, te su im dostupni posvuda. Odgojno – obrazovna ustanova, odnosno dječji vrtić, nije iznimka. U dječjim vrtićima u Republici Hrvatskoj nalaze se različiti mediji – televizija, radio, kompjuter i drugo. Iako pretjerano korištenje istih, a pritom se najviše misli na kompjuter, nije povoljno za cjelokupni razvoj djece zbog štetnih utjecaja na sveopće zdravlje djeteta, važno je spomenuti i pozitivne strane istog. Kompjuter je, za razliku od radija i televizije, djeci češće dostupan u dječjem vrtiću te često sami mogu birati kada će ga koristiti. U odgojno – obrazovnim ustanovama postoje ograničenja na kompjuterima koja se tiču korištenja i rada na istome, a s druge strane, djeci se nude edukativne igre na CD-ima. Iako su edukativne, je li to dovoljan razlog za korištenje kompjutera duže od preporučenog vremena na dan? Prema istraživanju Sheri Madigan i ostalih autora<sup>44</sup>, preporučeno vrijeme korištenja ekrana kod djece u dobi od 2, 3 i 5 godina jest sat vremena dnevno, pritom misleći na izrazito kvalitetne sadržaje. U mnoštvu edukativnih igri za djecu i onih koji se tako predstavljaju, važno je prepoznati one prikladne uzrastu djece, odnosno njihovom kognitivnom stupnju, s

---

<sup>44</sup> Madigan, S. i ostali autori. (2019). „Association Between Screen Time And Children’s Performance On A Developmental Screening Test“.

prikladnom tematikom koja obuhvaća ciljane razvojne zadaće i koje će im pomoći da, kroz njima bliske i zabavne načine, ostvaruju što je više moguće potencijala za daljnji razvoj. U navedenim situacijama nastupa odgojitelj – sortiranje i nuđenje edukativnih sadržaja, u ovom slučaju igri, djeci prema kriterijima koji su osnova medijske pismenosti. Isto tako, biranje glazbe i televizijskog sadržaja, u većini slučajeva crtića, također je važno birati prema kriterijima medijske pismenosti, iako se u pojedinim slučajevima isti ne uvažavaju. Animirani filmovi u dječjim vrtićima u većini slučajeva gledaju se na temelju dječjih želja, a najčešće se gledaju crtani filmovi koji su u to vrijeme popularni. Danas je daleko najpopularniji crtani film za djecu *Maša i medvjed* te se često prikazuje u odgojno – obrazovnim ustanovama. Postoje određene dileme koje se pojavljuju u vezi sa spomenutim crtanim filmom, ukazujući na problematičnost Maše. Ukratko, Maša je djevojčica čiji je najbolji prijatelj medvjed s kojim svakodnevno ide u različite avanture, a često upadaju i u nevolje. Maša je glavni pokretač nevolja, a medvjed, nerijetko isprovociran njezinim ponašanjem, odlazi u svoju kuću želeći se maknuti od nje. Ostale ju životinje također često izbjegavaju iz jednostavno razloga – zato što im je naporna. Mora se priznati kako crtani film ima edukativnu stranu – djeca nesvjesno upoznaju slova i brojke na njima zabavan način, upoznaju različite životinje te njihove karakteristike, a imaju priliku i uvidjeti različita ponašanja i postupanja likova u određenim situacijama. Upravo ta različita ponašanja dovode do dileme je li taj animirani film ipak prikladan djeci u odgojno - obrazovnoj ustanovi. Maša često upada u nevolje te na taj način izlaže sebe i/ili prijatelja medvjeda neposrednoj opasnosti. Kao što je već navedeno u ovome radu, djeca rane dobi često interpretiraju sadržaj koji gledaju kao stvaran te upijaju ponašanja koja mogu biti štetna i/ili opasna za njihovo zdravlje, potpuno nesvjesno. Ovo je tek jedan od primjera animiranih filmova koji i nisu potpuno prikladni djeci ranoj dobi, a ipak se u odgojno – obrazovnim ustanovama prikazuju. Stoga je važno da s djecom po završetku gledanja ili slušanja određenih sadržaja, bilo na kompjuteru, televiziji ili radiju, razgovaramo i potaknemo ih na razmišljanje koje će ih voditi ka samostalnom zaključivanju je li pogledani, odnosno odslušani sadržaj prikladan, kvalitetan i moralno, etički usmjeren. Važno je s djecom razgovarati i potaknuti raspravu zato što jedino tako djeca mogu formirati vlastite stavove – izražavanjem i osvještavanjem vlastitog mišljenja. Odgojitelji se u skupinama susreću s mnoštvo različite djece različitih karaktera i navika, različitog stupnja kognitivnog razvoja te različitih iskustava, znanja i pogledanih sadržaja. Bitno je kod djece potaknuti razvoj kritičkog mišljenja, a to se može ako je odgojitelj medijski pismena osoba čiji je cilj djecu potaknuti na promišljanje i osoba koja na umu ima djetetov cjelokupni razvoj. Potrebno je da je odgojitelj

medijski pismen kako bi djeci mogao prenijeti vještine koje će im pomoći ne samo trenutačno, već će im ostati za života.

## 5.2. Kako?

Prema istraživanju Peran i Raguž<sup>45</sup>, tek 15% odgojitelja smatra da ih je prethodno obrazovanje pripremio za razumijevanje medija i kritičnost prema gotovim medijskim sadržajima. Kvalitetu medijskih sadržaja 70% spomenutih odgojitelja ocjenjuje prema vlastitom iskustvu i znanju, odnosno 17% njih prema djetetovoj povratnoj reakciji. Peran i Raguž<sup>46</sup> otkrile su kako 1% odgojitelja ne poznaje korištenje tehnologije i alata u suvremenim medijima. „Takvo nepostojanje sklada između obrazovnog temelja i praktične primjene znanja pokazuje da su odgojitelji prepušteni „slučajevima“, odnosno da su ponajprije svoje medijsko znanje oblikovali vlastitim angažmanom i medijskim iskustvom te iskustvom u radu s djecom, a ne podrškom cjelovite obrazovne strategije“<sup>52</sup>. U navedenom istraživanju navodi se kako se medijska pismenost može „postići suradnjom komunikoloških/novinarskih studija sa studijima za obrazovanje budućih odgojitelja, ali i kroz različite radionice kojima bi stručnjaci za medijsku pismenost roditelje i odgojitelje u vrtićkim skupinama uputili u načine vrednovanja medijskih sadržaja i njihovog kvalitetnog korištenja u svakodnevici predškolske djece“<sup>47</sup>. Stanislav Kink u svome radu *Medijsko opismenjavanje odraslih*<sup>48</sup> navodi odgoj za medije kao program koji bi bio najkorisniji polaznicima istoga. Prema Kinku<sup>55</sup>, medijski odgoj trebao bi sudionicima omogućiti jačanje međusobne komunikacije, komunikaciju s drugima ulaskom u javne masovne medije, estetsko izražavanje te gradnju osobnoga etosa. Odgoj za medije, prema Kinku, morao bi sadržavati sljedeće ciljeve, sadržaje i znanja<sup>49</sup>:

- a) Prepoznavati medijsku fikciju i realnost
- b) Prepoznavati utjecaj medija na pojedince

---

<sup>45</sup> Peran, S., Raguž, A. (2014). „Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi“.

<sup>46</sup> isto <sup>52</sup>

Isto. Str. 8.

<sup>47</sup> Isto. Str. 14.

<sup>48</sup> Kink, S. (2008). „Medijsko opismenjavanje odraslih“. *Informatologia*, Vol. 42 No. 3, 2009. <sup>55</sup>

isto

<sup>49</sup> Isto. Str. 4.

1. objasniti kako se gledatelji identificiraju s idolima,
2. objasniti kako nasilni medijski prizori utječu na medijsku publiku,
3. objasniti oblikovanje medijskih stereotipa,
4. poznavati utjecaj oglasa na pojedinca, prepoznavati utjecaje medija.

c) Poznavati odnos kvalitetnih informacija i procesa odlučivanja u demokraciji: 1. objasniti kakav utjecaj imaju masovni mediji na proces odlučivanja u demokraciji,

2. prepoznavati kvalitetne informacije,
3. objasniti zašto građani moraju biti upoznati s javnim stvarima i kvalitetnim informacijama.

d) Poznavati načine komuniciranja s medijima – kao što su pisma čitatelja, pisanje urednika, organiziranje novinarskih konferencija, medijskih akcija itd.

Kink također naglašava kako zahtjevnu zadaću nositelja medijskog odgoja ne može provesti jedino specijalista za medije, već upozorava, po Mastermanu, na četiri područja na kojima je sudjelovanje za oblikovanje cjelovitijeg pristupa moguće i preporučljivo. Navedeno slijedi u nastavku:

- „1. suradnja između medijskih učitelja i roditelja,
2. suradnja između medijskih učitelja i medijskih djelatnika,
3. interakcija između funkcija osposobljavanja: osposobljavanje za medijske djelatnike i osposobljavanje za učitelje,
4. razvoj medijskih centara: institucije sa specifičnom misijom poticanja interakcije i integracije<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> isto

## 6. DJECA I MEDIJSKO OPISMENJAVANJE

U medijskoj svakodnevnici mnogo je korištenja medija, a izrazito malo edukacije o njima. Nažalost, još ne postoje longitudinalna istraživanja o tome koliko se djeca samoeduciraju o medijima kada ih koriste tj. postoji li uopće svijest o meta korištenju medija (mediji radi medijske pismenosti).

### 6.1. Dijete i prava

Prema Konvenciji o pravima djeteta<sup>51</sup>, dijete se u članku 1 definira na sljedeći način: „U svrhu na koju se ova Konvencija odnosi, dijete označava svaku osobu mlađu od 18 godina, osim ako se zakonom koji se primjenjuje na dijete granica punoljetnosti ne odredi ranije“<sup>52</sup>. Republika Hrvatska jedna je od 194 države koje su potpisale Konvenciju o pravima djeteta<sup>53</sup>. Na taj način Republika Hrvatska i ostale države članice dužne su učiniti sve kako bi se zaštitila i osigurala prava djece na preživljavanje, sudjelovanje i razvoj, bez diskriminacije. Punim imenom, prava koja se spominju u Konvenciji o pravima djeteta su: prava preživljavanja, razvojna prava, zaštitna prava i prava sudjelovanja<sup>54</sup>. Svako dijete ima i pravo koje se odnosi na medije. Potaknuti upravo pravima djece, nastala je i nacionalna kampanja *Birajmo što gledamo*<sup>55</sup> o kojoj se detaljnije piše u nastavku rada.

### 6.2. Medijsko djetinjstvo

Sve češće u literaturi može se naići na termin „medijsko djetinjstvo“. Đuran i autori<sup>56</sup> spomenuti pojam nazivaju i „računalno djetinjstvo“ ili „TV djetinjstvo“ upravo zbog velikog utjecaja tih medija na djecu i mlade u periodu djetinjstva i odrastanja. Spomenuti autori u

---

<sup>51</sup> Konvencija o pravima djeteta (1994).

<sup>52</sup> Isto. Str. 6.

<sup>53</sup> Konvencija o pravima djeteta. URL: <<https://www.unicef.hr/konvencija-o-pravima-djeteta/>>.

<sup>54</sup> Konvencija o pravima djeteta (1994). Str. 3.

<sup>55</sup> Birajmo što gledamo. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/birajmo-sto-gledamo/>>.

<sup>56</sup> Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018). „Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi“. *Communication Management Review*, Vol. 04 No. 01, 2019.



njihovom radu *Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi* navode prema Izdebskoj kako „(...) medijsko djetinjstvo obuhvaća pet aspekata:

1. dnevnu i višekratnu prisutnost medija u dječjim životima;
2. količinu vremena posvećenu upotrebi medija, koliko često djeca koriste medije, interese i hobije povezane s medijima i vrste programa koje djeca gledaju;
3. način na koji djeca koriste i primaju medije;
4. određeni odnos djeteta i medija;
5. učinci odnosa između djece i medija, uključujući iskustvo, ponašanje i emocije koje proizlaze iz medija<sup>57</sup>.

Ljubić Nežić<sup>58</sup> navodi kako mediji često preuzimaju ulogu roditelja u prenošenju obrazaca ponašanja pa sintagma „mediji kao odgojitelji mlađih generacije“ poprima puno značenje u sadašnjosti, a pretpostavka je da će imati sve snažniji utjecaj u budućnosti<sup>59</sup>. Iako je televizija najčešći, najjednostavniji i najpristupačniji medij koji zamjenjuje roditeljsku ulogu, Ljubić Nežić ističe kako to čine i druga medijska sredstva. Medijska sredstva poput televizije, tableta, računala i mobitela su uređaji koje djeca brzo nauče koristiti, a s time dolazi i do određenih posljedica. Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku navode na službenim stranicama za promicanje medijske pismenosti<sup>60</sup> kako mediji mogu imati pozitivne i negativne utjecaje na djecu. Kako navode, mediji mogu obogatiti živote djece, promijeniti nezdrave vrste ponašanja, potaknuti maštu i kreativnost, proširiti obrazovanje i znanje, poticati inkluziju i toleranciju, smanjiti razliku između društvenih slojeva i doprinijeti razvoju i civilnom društvu. S druge strane, česta izloženost medijima uzrokuje niz posljedica koje se očituju u negativnom kontekstu. „S druge strane, pojavljuje se sve veća zabrinutost da mediji mogu otupiti osjetila, kočiti maštu i spontanu igru, proizvesti neosjetljivost na bol drugih, poticati destruktivne vrste ponašanja, održavati stereotipe, dovesti do propadanja moralnih

---

<sup>57</sup> Isto. Str. 3.

<sup>58</sup> Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. *Communication Management Review*, Vol. 04 No. 01, 2019.

<sup>59</sup> Isto. Str. 2.

<sup>60</sup> Medijska pismenost. URL: <[www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)>.

vrijednosti, potisnuti lokalne kulture i doprinijeti otuđenju od društva<sup>61</sup>. Osim medijskog djetinjstva, u literaturi<sup>62</sup> se pronalazi i termin „medijski odgoj“. Sve većim osvješćivanjem institucija i građana o utjecajima i moći medija, dolazi i do poduzimanja određenih mjera kojima se nastoji educirati građane, pogotovo zaposlenike odgojno – obrazovnih institucija u kojima se sve više i više koriste mediji u radu. Medijski odgoj jedan je od mjera kojom se želi upoznati djecu s pozitivnim i negativnim stranama korištenja medija te o samom korištenju istoga. „Iako su mediji dostupni djetetu u ranoj i predškolskoj dobi, medijski odgoj provodi se tek u osnovnoj školi u okviru nastave Hrvatskoga jezika kada djeca već dolaze s razvijenim navikama korištenja medijskih uređaja i sadržaja<sup>63</sup>. Autorica<sup>64</sup> navodi kako djeca do polaska u školu ne samo da imaju već oblikovane spoznaje o medijima i sadržajima kojima su bili izloženi, već dolaze i s oblikovanim vrijednostima, stavovima i načinima ponašanja. Upravo iz navedenih razloga, dolazi to izražaja potreba za medijskim odgojem već u institucijama ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja kako bi djeca bila opskrbljena vještinama, sposobnostima i znanjima koje su temelj medijske pismenosti. Od nepobitne je važnosti, ne samo u institucijama ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja, već i u obiteljskome domu, stvarati navike „svrhovitog korištenja medijskog sadržaja s ciljem proširenja vlastitih mogućnosti u istraživanju okoline i svladavanja izazova<sup>65</sup>. Prema istraživanju<sup>73</sup> Ipsos Puls za Agenciju za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku, dostupne su informacije o ispitivanju dječjeg gledanja televizije u Republici Hrvatskoj. Slijedi tekstni prikaz navedenog istraživanja, kao i slikovni prikaz istog. U istraživanju je sudjelovalo 1000 roditelja na području Republike Hrvatske, a ispitanici su roditelji koji imaju djecu do 17 godina starosti. Riječ je o 1561 djetetu, a sama tema istraživanja jest kako djeca gledaju televizijski program. Istraživanje je iz 2014. godine, a vršeno je metodom telefonske ankete posredstvom Ipsos Plus CATI sustava. Odgovori roditelja uspoređena su s podacima o gledanosti. Pitanja koja su postavljena roditeljima su<sup>66</sup>:

---

<sup>61</sup> Pozitivni i negativni utjecaji medija. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/>>.

<sup>62</sup> Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. *Communication Management Review*, Vol. 04 No. 01, 2019.

<sup>63</sup> isto. Str. 2.

<sup>64</sup> Misli se na Ljubić Nežić.

<sup>65</sup> Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. *Communication Management Review*, Vol. 04 No. 01, 2019. str. 2. <sup>73</sup> „Kako djeca gledaju televizijski program?“ (2014).

<sup>66</sup> isto

- **Koliko djeca gledaju televiziju?**

Prema podacima o gledanosti, djeca prosječno gledaju televiziju 3 sata dnevno, a prema procjenama roditelja, rezultati ispitivanja su sljedeći:

- 56% djece pred televizijom provede 1-3 sata dnevno,
- 3% djece televiziju gleda više od 4 sata dnevno.

- **Kada djeca gledaju televiziju?**

Istraživanje je pokazalo kako najveći broj djece, njih 39%, gleda televiziju navečer i to najviše djeca u dobi od 10 do 17 godina. 27% djece televiziju gleda poslijepodne, a tek 11% rano ujutro (najviše djeca do 3 godine). Prema podacima o gledanosti, TV program najviše prate između 21 i 23 sata.

- **Što gledaju na televiziji?**

Prema izjavama roditelja, 70% djece najviše na televiziji voli gledati crtane filmove, 36% emisije za djecu, 31% glazbene emisije, 28% igrane filmove, 25% dokumentarne filmove, 24% sport, dok 15% djece najviše voli gledati sapunice, 14% reality emisije i, kao posljednji, 12% reklame.

- **Gdje i kako?**

91% djece gleda na TV-u u trenutku emitiranja TV sadržaja, 17% na računalu, 9% na TV-u – snimljeni sadržaj, dok 4% djece sadržaj gleda na mobilnom telefonu.

- **Tko odlučuje o gledanju sadržaja na televiziji?**

Roditelji češće donose odluke o tome smije li dijete nešto gledati ako je ono mlađe od 12 godina, dok djeca starija od 13 TV program većinom gledaju bez prisustva roditelja. Prema podacima o gledanosti, 50% vremena pred TV-om djeca provode bez prisustva odrasle osobe. Roditelji odlučuju o gledanju sadržaja na televiziji prema sljedećim kriterijima, po redu: primjerenost sadržaja dječjoj dobi, vrijeme emitiranja, kvaliteta sadržaja, edukativnost.

- **O oznakama**

89% roditelja primijetilo je oznake o dobnoj primjerenosti sadržaja, 84% zna što one znače, 17% roditelja ne informira se o sadržaju unaprijed već reagira ako vidi neprimjerene scene.

Nije nepoznanica kako roditelji, misleći prvenstveno na svoju dobrobit, ponekad izjave neistine vezane uz slične upitnike, ne želeći ispasti nezainteresirano, pasivno ili nešto treće kada se tiče njihove djece i odgoja istih. Dobivene informacije, stoga, treba uzeti s rezervom. Informacije s prikazanog istraživanja ukazuju na veliku prisutnost medija u dječjim životima već od rane dobi te je jedino pravilno govoriti o medijskome djetinjstvu. Đuran i autori<sup>67</sup> opisuju djecu ovako: „Oni postaju aktivni sudionici procesa učenja jer između medija i djeteta postoji dijalog. Mediji zahtijevaju aktivnost djeteta u potrazi za informacijama, ono prelazi s predmeta na drugi povezani predmet. Interaktivnost djetetu omogućuje biranje, ali i povratno djelovanje na medij u stvarnom vremenu, zahvaljujući postojanju više navigacijskih putanja“<sup>68</sup>. Zbog rezultata koji su Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku proglasili zabrinjavajućim, isti su u siječnju 2015. godine organizirali raspravu o prijedlogu novog Pravilnika o zaštiti djece u elektroničkim medijima. Kako je navedeno na internetskoj stranici UNICEF Hrvatska, u raspravi su sudjelovali predstavnici medija, državne uprave, udruga roditelja, Ureda pravobraniteljice za djecu, razvojni psiholozi i medijski stručnjaci<sup>69</sup>. Spomenuti su zajedno planirali unaprijediti postojeću regulativu elektroničkih medija i kategorizaciju programskih sadržaja. Tako je nastala nacionalna kampanja *Birajmo što gledamo* pokrenuta od strane Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku. „Cilj je kampanje podići razinu svijesti o važnosti medijskog opismenjavanja roditelja, skrbnika i djece, te o važnosti odabira medijskih sadržaja za djecu“<sup>70</sup>. Kako navode, važan dio kampanje je izrada *Preporuka za pravilan odabir sadržaja za djecu* za roditelje te televizijske urednike. U izradu istog uključeni su stručnjaci koji se bave djecom, ali i medijski stručnjaci i stručnjaci iz područja razvojne psihologije.

---

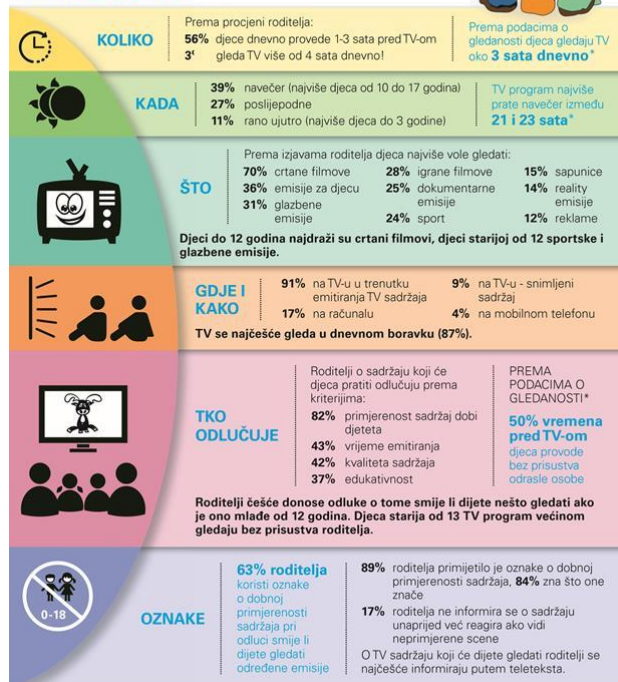
<sup>67</sup> Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018). „Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi“. *Communication Management Review*, Vol. 04 No. 01, 2019.

<sup>68</sup> isto. Str. 5.

<sup>69</sup> Prava djece i mediji. URL: <[https://www.unicef.hr/programska\\_aktivnost/prava-djece-i-mediji/](https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/)>.

<sup>70</sup> isto

## KAKO DJECA GLEDAJU TELEVIZIJSKI PROGRAM?



Istraživanje je za AEM i UNICEF u listopadu 2014. provela agencija Ipsos Puls. Ad hoc istraživanje metodom telefonske ankete pomoću tvornice Ipsos Puls. CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) sustava.  
Ispitanici: roditelji koji imaju djecu u dobi do 17 godina N = 1000 roditelja (1561 dijete)  
\*AGB Nielsen



Slika 1. Kako djeca gledaju televizijski program?

Izvor: [www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)

### 6.3. Kako roditelji i odgojitelji mogu pomoći djeci u cilju medijskog opismenjavanja?

Odgojno – obrazovne ustanove imaju prilike stvoriti uvjete za medijsko opismenjavanje u sklopu centara koji već postoje u skupini dječjeg vrtića, nadograđivanjem istih različitim pomagalicama vezanima uz medije. Upravo to provedeno je u jednom hrvatskom dječjem vrtiću. Ljubić Nežić<sup>71</sup> opisala je projekt koji se odvijao u Dječjem vrtiću Vrbovec 2017. godine. Ideja projekta bila je obuhvatiti 23 djece u dobi od četiri godine, kao i njihove roditelje. Prije početka samog projekta koji je započeo u listopadu, organizatori su pomno promislili o materijalima i poticajima koje su ponudili djeci u obzir uzimajući njihovu dob. Navedena su pitanja kojima su se bavili: „što bi djeci moglo biti poticajno i zanimljivo kao predmet istraživanja? Hoće li ponuđeni poticaji imati svrhu i koje ishode će postići? Kako će učiti putem medija? Kako djeca

<sup>71</sup> Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. Communication Management Review, Vol. 04 No. 01, 2019.

moгу proširiti svoja znanja o medijima?<sup>72</sup> - Komunikacija i, kako navodi Ljubić Nežić, distribucija sadržaja i korisnih materijala odvijala se putem elektroničke pošte, a prije samog početka projekta, s roditeljima jest održana i radionica. Iako je u početku zahvaćena samo jedna skupina, daljnjim razvojem projekta obuhvaćene su i druge skupine iz vrtića, odnosno djeca iz preostalih skupina. Ta su djeca sudjelovala na izdavanju prvog broja Vrtićkog lista, o čemu se u ovome radu govori u nastavku. Projekt se sastoji od 8 dijelova, od kojih 6 ne neposredan rad i sudjelovanje djece, dok preostala 2 dijela uključuju radionice s roditeljima i radionice s odgojiteljima o kojima se može detaljnije pročitati u radu Ljubin Nežić<sup>73</sup>. Prvi dio uključuje formiranje medijskog centra. Medijski centar odgojitelji su formirali tako što su u poseban dio sobe dnevnog boravka postavili stare dijelove računala, a plakate na kojima su bili prikazani dijelovi računala i fotografije istih smjestili su u centar stolno – manipulativnih igara i centar za početno čitanje i pisanje. U spomenute centre rasporedili su i slagalice i umetaljke. Djeca su pri donošenju materijala donosila zaključke. „Za kućište računala nekoliko je dječaka u razgovoru zaključilo da je to radio i da isti takav imaju kod kuće“<sup>74</sup>. Idućeg su dana opremili cijeli centar monitorima, tipkovnicama, računalnim miševima, prijenosnim računalom i različitim žicama. Tada je, nakon kraćeg, pažljivog obilaženja, započela simbolička igra ureda, vjerojatno zbog ranije poznatih iskustava. Uslijedila je i igra popravaka monitora koja je trajala tri dana. Uslijedio je prijedlog djeteta kako bi mogli raditi predstave te su, sukladno izraženim željama i interesima, ponudili potrebne materijale za daljnju izradu. Ljubić Nežić zaključuje kako „Umetaljke, pokrivaljke i različite slagalice u centru početnog čitanja i pisanja nisu toliko pobudile interes. Možda je to rezultat dječje znatiželje i motivacije za istraživanje materijala svim osjetilima. Više pozornosti posvećivali su uređajima i istraživanju njihove unutrašnjost“<sup>75</sup>. Drugi dio uključuje izradu kućišta računala. Kućište računala napravljeno je pomoću kartona, novinskog papira i ljepila, a nakon što se osušio, djeca su kućište i obojali. Kasnije su djeci bili ponuđeni i alati, žice, plastične kutije i glinamol kako bi dovršili vlastiti „kompjuter“ pazeći na detalje. Treći dio projekta uključuje fotoaparata. Ljubić Nežić navodi kako je do uporabe fotoaparata došlo sasvim slučajno kada je mobilni uređaj pao na pod, a jedna je djevojčica ponudila pomoć. Organizatoricu projekta taj je događaj naveo da donese pravi fotoaparata. Taj je uređaj doveo do važnog zaključka organizatora: „Rukovanje fotoaparatom ide u prilog tome

---

<sup>72</sup> isto, str. 8.

<sup>73</sup> Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. Communication Management Review, Vol. 04 No. 01, 2019.

<sup>74</sup> isto. Str. 8.

<sup>75</sup> Isto. Str. 10.

da djeca promatraju kako odrasli koriste uređaj<sup>76</sup>. Naime, na navedenom primjeru može se utvrditi kako djeca zaista promatraju osobe, njihovo ponašanje i upijaju informacije koje dobivaju. Navedeno je i kako su djeca koristila fotoaparat kako ga koriste i odgojiteljice – drugu su djecu pokušavali fotografirati neprimjetno tijekom aktivnosti. Treći dio projekta vezan je uz posjet Gradskoj knjižnici. Organiziran posjet Gradskoj knjižnici Vrbovec involvirao je susret s knjigama, proces posudbe knjiga i vraćanja istih te posuđivanje novih koji je uključivao i člansku iskaznicu. Četvrti dio projekta jest pričanje priča uz pomoć projektor. Taj je način odlično rješenje ako dječji vrtić posjeduje projektor. Razlog zašto su odlučili koristiti baš projektor jest taj da su djeca htjela biti blizu odgojiteljice zato što su htjela vidjeti ilustracije. Iako se navode poteškoće vezane uz tehnički dio kao što je postavljanje, pronalaženje mjesta, smještanje i pospremanje, i taj je dio projekta bio uspješan. Primijećeno je kako je pažnja djece trajala duže uz korištenje projektor tijekom čitanja, nego kod korištenja slikovnice same. „Projektorom je omogućen veliki format i jasna vizualizacija koja svakom djetetu pruža vlastiti prostor za doživljaj priče<sup>77</sup>. Govoreći o slikovnici, važno je spomenuti kako postoji slikovnica za najmlađe čija je tema medijska pismenost. Naslov slikovnice glasi *Slikovnica o medijima*<sup>78</sup>, a namijenjena je odgojiteljima, roditeljima, skrbnicima i, najvažnije, djeci. Slikovnicu je napisala i osmislila Alma Čakmazović, ilustracije jest izradila Petra Zlonoga, a dizajn Branimir Lazanja. Slikovnica je nastala povodom Dana medijske pismenosti, a moguće ju je preuzeti besplatno u potpunom obliku na službenoj stranici<sup>79</sup> medijske pismenosti Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku. Slikovnica na vrlo jednostavan, slikovit i djeci adekvatan način prikazuje osnovne razlike između svijeta medija i stvarnog svijeta. Sastojeći se od trinaest stranica, prikladna je mlađoj djeci obzirom na njihove mogućnosti vezanim uz raspon pozornosti. Slikovnica se izravno obraća djetetu postavljajući mu pitanja o različitim doživljajima koji se mogu osjetiti osobno, a ne i preko slike, znaka ili simbola. „Tiskani primjerci slikovnice poslani su dječjim vrtićima, udrugama, knjižnicama i ostalim institucijama koje rade s predškolicima i koje su se prijavile za sudjelovanje u Danima medijske pismenosti (...)“<sup>80</sup>. Agencija za elektroničke medije i UNICEF preporučuju odgojiteljima u dječjim vrtićima i voditeljima radionica za djecu predškolske dobi ili mlađe školarce korištenje

---

<sup>76</sup> Isto. Str. 12.

<sup>77</sup> Isto. Str. 13.

<sup>78</sup> Čakmazović, A. (2018). „Slikovnica o medijima – medijska pismenost za najmlađe“.

<sup>79</sup> Medijska pismenost. URL: <[www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)>.

<sup>80</sup> Prva hrvatska slikovnica o medijskoj pismenosti za najmlađe. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/prva-hrvatska-slikovnica-o-medijskoj-pismenosti-za-najmlade/>>.

slikovnica u kombinaciji s materijalima za *Radionicu optičkih igračaka* koji su također dostupni besplatno online, ili korištenje slikovnice zasebno. Roditeljima se također preporučuje čitanje slikovnice svojoj djeci te ih podržati u aktivnostima predloženima za prepoznavanje razlika između dva svijeta – svijeta medija i stvarnog svijeta. Slikovnica može i u obiteljskom domu, ali i u dječjem vrtiću ili radionicama poslužiti kao dobar uvod za druge aktivnosti koje su vezane uz medije, za razgovore o medijima i sadržajima istih. „Dodatne ideje za to kako koristiti medije u obitelji, na što obratiti pozornost, o čemu i na koji način razgovarati s djecom – možete pronaći u knjižici za roditelje i skrbnike “Djeca i mediji”<sup>81</sup>.



Slika 2. Slikovnica o medijima

Izvor: [www.medijskapismenost.hr](http://www.medijskapismenost.hr)

---

<sup>81</sup> isto



## 7. ZAKLJUČAK

Medijska pismenost važna je komponenta svakodnevnog života svakog građana Republike Hrvatske, a i šire. Biti medijski pismen znači posjedovati znanja i vještina koje su neophodne za život u današnjem ubrzanom svijetu gdje tehnologija napreduje svakim danom sve više i više. Osim tehnologije, razvija se i društvo te nastaju nove potrebe za koje u prošlosti, nebitno koliko unazad, nisu postojale. Medijska pismenost omogućava aktivan život ljudi u svim sferama društva, bilo poslovno ili osobno. Dostupnost medija pruža nam beskonačno mnogo mogućnosti koji se mogu iskoristiti na pozitivan način, ali nije nepoznanica da se isti nekada iskorištavaju te mogu nastati neželjene negativne posljedice. Roditelji i odgojitelji osobe su koje svojim djelovanjem izravno utječu na djecu, pružajući model ponašanja kojeg djeca itekako brzo prepoznaju, usvajaju te, naposljetku, i dosljedno oponašaju. Od neizmjerne je važnosti u današnjem svijetu prepunom tradicionalnih i suvremenih medija, djeci pružiti pravilan primjer korištenja istih kako bi sami mogli iste koristiti s dozom opreza koja je itekako potrebna. Doza opreza potrebna je zbog različitih sadržaja koje su dostupne djeci vrlo lako i brzo. Roditelji ili skrbnici u obiteljskom domu djeci bi trebali pružiti mogućnost korištenja medija ne samo iz razloga da pronađu novu zanimaciju kako bi ovi mogli obaviti svoje obaveze u miru, već da upoznaju dio svijeta koji ih okružuje. Odgojitelji i odgojno – obrazovne ustanove također bi u svojim dječjim vrtićima u skupinama trebali uključiti *odgoj za medije* kako je navedeno u radu. Iako postoji niz posljedica koji se povezuju s korištenjem medija u ranoj dječjoj dobi, isto tako postoji i mnogo pozitivnih aspekata istih. Važno je da se odrede granice, dogovore pravila i da postoji komunikacija između odraslih i djece kako bi se spriječio dolazak do neželjenih ponašanja. Medijska pismenost odraslih, u ovom slučaju roditelja i odgojitelja, nije bitna samo da bi bili sposobni prenijeti vlastita saznanja o istome djeci, već je bitno i za njih kao osobe. Medijski pismene osobe bitna su stavka svakog društva zato što posjeduju određene sposobnosti i kvalitete kojima lako prepoznaju neprimjeren, lažan, nekvalitetan sadržaj i sposobne su djelovati protiv istog. U svijetu prepunom kojekakvih sadržaja koji ciljaju djecu kao najranjivije korisnike, važno je da postoji osoba koja tu istu djecu može upoznati s obilježjima medijske pismenosti. Kao autorica ovog rada smatram kako je medijska pismenost jedna od ključnih kompetencija koju čovjek mora posjedovati u današnjem svijetu. Smatram da bi se odgoj za medije trebao uvesti u sve odgojno – obrazovne i obrazovne institucije kako bi se ponuđeni materijali koji ne odgovaraju vrijednostima (medijske) pismenosti mogao prepoznati i eliminirati. Također smatram kako u Republici Hrvatskoj državljani još ne shvaćaju moć medija

te isto tako njihov utjecaj. Manjak interesa za medijsko opismenjavanje, unatoč besplatnim radionicama i predavanjima koje se nude, razočaravajući je. Iako se posljednjih godina, točnije posljednje dvije godine, održavaju *Dani medijske pismenosti* na kojima sudjeluje velik broj djece, mladih i odraslih, smatram kako brojka od šesnaest tisuća ljudi je ipak znatno niža no što bi trebala biti. U državi u kojoj živi preko četiri milijuna ljudi, populacija je zažmirila na jedan od bitnijih aspekata koji izravno utječe na kvalitetu naših života. Koristeći svu dostupnu tehnologiju, pod time podrazumijevajući i internet kao suvremeni, novi medij, ne pridaje se pažnja kvaliteti sadržaja, već kvantiteti. Isto tako, na televizijskim se programima nudi cjelodnevni program namijenjen djeci i odraslima, ovisno o programu, no većina je sadržaja repetitivna, neprikladna i stoga, u glavnini slučajeva, nedovoljno kvalitetna. Za medijsko opismenjavanje nisu bitne samo teorijske vještine, već je značajno da čovjek teoriju primjeni u praksi, isto kao i što je bitno i na drugim područjima. Povezivanjem teorije i prakse pruža se prilika osvješćivanja koji su sadržaji, nama kao pojedincima, prikladni i kvalitetni, istovremeno obraćajući pažnju na propisana obilježja koja se tiču medijske pismenosti. Samo ako čovjek želi naučiti nešto novo te održati korak s razvojem tehnologije s kojom se na jednostavan način može doći do mnoštvo korisnih informacija i savjeta, moguće je medijski se opismeniti. Medijska pismenost podrazumijeva cjeloživotno učenje upravo zbog brzog i konstantnog napretka tehnologije, a cjeloživotnim učenjem možemo postati članovi društva u kojem i sami imamo ulogu u eliminaciji štetnog, a dodavanju pozitivnog materijala.

## POPIS LITERATURE

### Knjige

- Brakus, A. (2015). „Mediji i marketing“. In medias res : časopis filozofije medija, Vol. 4 No. 7, 2015.
- Čakmazović, A. (2018). „Slikovnica o medijima – medijska pismenost za najmlađe“.
- Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018). „Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi“. Communication Management Review, Vol. 04 No. 01, 2019.
- Gospodnetić, F., i Morić, D. (2014.) Mladi i mediji u Hrvatskoj. Forum za slobodu odgoja. Zagreb.
- Grgić, H., Gergorić, M., Radanović, I., Brakus, A. (2016). „Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću“.
- Jurčić, D. (2017). „Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj“. Mostariensia : časopis za društvene i humanističke znanosti, Vol. 21 No. 1, 2017.
- Kink, S. (2008). „Medijsko opismenjavanje odraslih“. Informatologia, Vol. 42 No. 3, 2009.
- Ljubić Nežić, K. (2018). „Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju“. Communication Management Review, Vol. 04 No. 01, 2019.
- Peran, S., Raguž, A. (2014). „Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi“. Communication Management Review, Vol. 04, No. 01, 2019.
- Peruško Čulek, Z. (2011). „Uvod u medije“. Politička misao : časopis za politologiju, Vol. 48 No. 1, 2011.

### Internetski izvori

- Birajmo što gledamo. URL:  
<<https://www.medijskapismenost.hr/birajmo-stogledamo/>>. (27.7.2019).

- Dani medijske pismenosti. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/dani-medijskepismenosti-2019/>>. (27.7.2019).
- Dobar početak s medijima – vodič za roditelje djece od 0 do 6 godina. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/dobar-pocetak-s-medijima-vodic-za-roditelje-iskrbnike-djece-od-0-do-6-godina/>>. (27.7.2019).
- Kako bi se u školi trebalo učiti o medijima. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/kako-bi-se-u-skoli-trebalo-uciti-o-medijima/>>. (28.7.2019).
- Kako djeca gledaju televizijski program? (2014). (3.8.2019).
- Konvencija o pravima djeteta. (1994). UNICEF. URL: <<https://www.unicef.hr/konvencija-o-pravima-djeteta/>>. (3.8.2019).
- Konvencija o pravima djeteta. URL: <<https://www.unicef.hr/konvencija-o-pravimadjeteta/>>. (3.8.2019).
- Medijska pismenost. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/>>. (27.7.2019).
- Nacionalni audiovizualni institut Finske, Odjel za medijsko obrazovanje i audiovizualne medije (MEKU); Agencija za elektroničke medije, Hrvatska; Ured UNICEF-a za Hrvatsku. (2018). Djeca i mediji – knjižica za roditelje i skrbnike djece“. (29.7.2019).
- O medijskoj pismenosti. URL: < <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskojpismenosti/>>. (27.7.2019).
- O nama. URL: < <https://www.medijskapismenost.hr/o-nama/>>. (27.7.2019).
- Pismenost više nije samo čitanje i pisanje, važno je biti i medijski pismen. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/pismenost-se-vise-ne-odnosi-samo-na-citanje-ipisanje-vazno-je-bit-i-medijski-pismen/>>. (3.8.2019).
- Pozitivni i negativni utjecaji medija. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/>>. (3.8.2019).
- Prava djece i mediji. URL: <[https://www.unicef.hr/programska\\_aktivnost/prava-djece-i-mediji/](https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/)>. (3.8.2019).
- Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenjeelektronickih-medija/>>. (3.8.2019).

- Preuzmite knjižicu sa savjetima za korištenje medija u obitelji. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/preuzmite-knjizicu-sa-savjetima-za-koristenjemedija-u-obitelji/>>. (4.8.2019).
- Prva hrvatska slikovnica o medijskoj pismenosti za najmlađe. URL: <<https://www.medijskapismenost.hr/prva-hrvatska-slikovnica-o-medijskojpismenosti-za-najmlade/>>. (4.8.2019).
- Šikić, T. „Medijska pismenost, pismenost 21. stoljeća“. URL: [https://zbornica.com/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=250&Itemid=108](https://zbornica.com/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=250&Itemid=108)>. (28.7.2019).

### **Zakonodavni izvori**

- The European Charter for Media Literacy. URL: <<http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php>>.
- Zakon o medijima, pročišćeni tekst zakona. NN 59/04, 84/11, 81/13. URL: <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima>>.

### **POPIS SLIKA**

Slika 1. Kako djeca gledaju televizijski program? .....	23
Slika 2. Slikovnica o medijima .....	26

## **Izjava o samostalnoj izradi rada**

Izjavljujem da sam završni rad *Medijsko opismenjavanje roditelja i odgojitelja u Republici Hrvatskoj* samostalno napisala pod vodstvom mentorice Astrid Nox. Vlastoručnim potpisom potvrđujem izjavu o samostalnoj izradi rada.

POTPIS

---