

# Upotreba elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi

---

**Tokić, Ana**

**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:147:973410>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-19**

*Repository / Repozitorij:*

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



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

**ANA TOKIĆ**

**ZAVRŠNI RAD**

**UPOTREBA ELEKTRONIČKIH  
MEDIJA U SLOBODNO VRIJEME  
DJECE PREDŠKOLSKE DOBI**

**Zagreb, rujan 2019.**

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

**ZAVRŠNI RAD**

**Ime i prezime pristupnika: Ana Tokić**

**TEMA ZAVRŠNOG RADA: Upotreba elektroničkih medija u slobodno  
vrijeme djece predškolske dobi**

**MENTOR: red. dr. sc. Anka Jurčević Lozančić**

**SUMENTOR: dr. sc. Edita Rogulj**

**Zagreb, rujan 2019.**

## SADRŽAJ

Sažetak .....	1
Summary .....	2
1. UVOD .....	3
2. ELEKTRONIČKI MEDIJI .....	4
2.1 Pojam elektroničkih medija.....	4
2.2 Uloga elektroničkih medija .....	6
3. UTJECAJ ELEKTRONIČKIH MEDIJA NA DJECU PREDŠKOLSKE DOBI ...	8
3.1 Socijalizacija .....	9
3.2 Područja dječjeg razvoja.....	11
4. POTENCIJALNO ŠTETNI SADRŽAJI ELEKTRONIČKIH MEDIJA.....	13
4.1 Nasilje u medijima.....	14
4.2 Neprimjereni medijski sadržaji .....	15
4.3 Oglašavanje .....	16
5. DJECA I ELEKTRONIČKI MEDIJI U ZAKONODAVNOM OKVIRU .....	17
6. MEDIJSKA PEDAGOGIJA .....	20
6.1 Medijska pismenost.....	21
6.2 Medijske kompetencije.....	23
7. RODITELJSKA ULOGA U IZGRADNJI ODNOSA MEDIJA I DJECE.....	24
8. SLOBODNO VRIJEME I ELEKTRONIČKI MEDIJI .....	26
9. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....	28
9.1 Cilj istraživanja.....	28
9.2 Metoda istraživanja i uzorak .....	28
10. ANALIZA REZULTATA .....	32
11. ZAKLJUČAK .....	42
LITERATURA.....	43

PRILOZI .....	46
Prilog 1. Anketa o upotrebi elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi .....	46
Izjava o samostalnoj izradi rada .....	50

## **Sažetak**

Elektronički mediji postaju jednom od sastavnica suvremenog svijeta te zauzimaju različite uloge u životima djece rane i predškolske dobi. Sagledavanjem utjecaja medijskih sadržaja vidljiva je mogućnost pozitivnog ili negativnog djelovanja na određena područja djetetovog razvoja i funkcioniranja. Stoga pojedini potencijalno štetni sadržaji prikazani putem elektroničkih medija zahtijevaju pravilnu selekciju u svrhu zaštite djece. Navedeno se ostvaruje putem medijske pedagogije odnosno analiziranjem utjecaja medija na ponašanje djece te razvijanjem medijske pismenosti i medijskih kompetencija. Neizostavan dio u izgradnji odnosa između elektroničkih medija i djece čini roditeljska uključenost koja se odnosi na roditeljske postupke, nadzor i aktivno posredovanje. Korištenje elektroničkih medija u slobodno vrijeme postaje obilježje suvremenog djetinjstva, a omogućava različite utjecaje na djecu ovisno o odabiru medijskih sadržaja i njihovim posljedicama na dječji razvoj.

U radu se prikazuje analiza rezultata prikupljenih on-line anketom kojom su ispitani roditelji djece u dobi od jedne do sedam godina. Istraživanje se temelji na utvrđivanju koliko djeca koriste elektroničke medije u slobodno vrijeme odnosno koje elektroničke uređaje najčešće koriste i iz kojih razloga. Također analizira se uloga roditelja točnije kako i koliko kontroliraju djetetovu izloženost određenim medijskim sadržajima.

Elektronički mediji neizostavan su dio dječjeg života te se ovim radom želi prikazati koliko slobodnog vremena djeca provedu pred medijskim sadržajima s ciljem ostvarivanja kvalitetnijeg cjelovitog razvoja pojedinog djeteta.

**Ključne riječi:** *djeca rane i predškolske dobi; elektronički mediji; medijska pedagogija; medijski sadržaji*

## **Summary**

Electronic media are becoming one of the components of the modern world and they are taking different roles in lives of early and preschool aged children. Taking into consideration the impact of media contents it is clear that they can have both positive or negative impact on certain areas of child development and functioning. Some potentially harmful contents shown through electronic media demand selection with the purpose of protecting children. That is accomplished through the development of media pedagogy, analyzing the impact of media on children's behaviour and through the development of media literacy and media competences. Indispensable part of building a relationship between electronic media and children is parental inclusion which consists of parental acts, supervision and active intercession. Use of electronic media in free time is becoming a characteristic of modern childhood and it has different impacts on children depending on media contents and their consequences on child development.

This paper shows the analysis of results that are collected via on-line survey. The survey covered the parents of the children aged between one and seven years. The research is based on determining how much the children use electronic media in their free time and which electronic devices they use the most. Also, the paper is analyzing the parental role in controlling children's exposure to certain media contents.

Electronic media is an unavoidable part of the child's life and this paper aims to show how much of their free time children spent in front of the media contents with the aim of accomplishing quality and complete development of every child.

**Key words:** *early and preschool age children; electronic media; media pedagogy; media contents*

## 1. UVOD

Elektronički mediji i upotreba elektroničkih uređaja dovode do isticanja važnosti analiziranja i praćenja njihovog utjecaja na društvo. Informacije koje se prenose medijima utječu na oblikovanje stavova, vrijednosti i identiteta pojedinaca. Posebnu pozornost važno je usmjeriti prema djeci rane i predškolske dobi, kao osjetljivoj društvenoj skupini, koji se mogu naći pod različitim pozitivnim, ali i negativnim utjecajima elektroničkih medija. Kuterovac Jagodić, Lebedina Manzoni i Štulhofer (2016) navode da spomenuti utjecaji ovise o različitim čimbenicima poput djetetove dobi, spola, osobina ličnosti ili obiteljskih karakteristika pa učinak izloženosti elektroničkim medijima neće biti jednak za svu djecu.

Suvremeni svijet, obilježen demokratskim vrijednostima i tolerancijom, nameće i slobodno vrijeme kao poseban i važan čimbenik razvoja djece i odraslih. Slobodno vrijeme ispunjava različite funkcije, poput odmora, razonode i razvoja ličnosti, a izloženost elektroničkim medijima ovisno o sadržaju može služiti ispunjenju pojedine ili svake od navedenih funkcija. Djeca rane i predškolske dobi skupina su koja raspolaže obiljem slobodnog vremena, a ovim radom želi se utvrditi međuovisnost pojmova slobodnog vremena i elektroničkih medija.

Stoga prva četiri poglavlja, nakon uvoda, govore o ulozi i utjecaju elektroničkih medija te potencijalno štetnim medijskim sadržajima kao i njihovoj definiciji unutar zakonodavnog okvira. Šesto poglavlje naglašava važnost medijske pedagogije te pravovremenog razvoja medijske pismenosti i medijskih kompetencija. U sedmom poglavlju ističe se uloga roditelja kao glavnih medijskih socijalizatora u izgradnji odnosa između medija i djece koja se tek upoznaju s medijskim sadržajima dok osmo poglavlje donosi definiciju i funkcije slobodnog vremena povezanog s korištenjem elektroničkih medija. Posljednja dva poglavlja bave se metodologijom istraživanja te analizom rezultata prikupljenih putem ankete kojom se određuje količina dječjeg slobodnog vremena provedenog pred elektroničkim medijima te se odgovara na pitanje koje elektroničke uređaje i iz kojih razloga djeca najčešće koriste. Uz navedeno cilj je odrediti odnos roditelja prema djetetovom korištenju elektroničkih medija i istražiti koliko roditelji prate djetetovu izloženost određenim medijskim sadržajima. Elektronički mediji su u dostupnoj literaturi definirani od strane brojnih autora koji ističu njihova glavna obilježja.



## 2. ELEKTRONIČKI MEDIJI

### 2.1 Pojam elektroničkih medija

Prema Rječniku hrvatskog jezika (1998) medij (*lat. medius*) se definira kao svako sredstvo za prenošenje informacija, poruka ili obavijesti odnosno sredstvo komunikacije. Široj definiciji medija pristupa Zgrabljic Rotar (2005) te pod tim pojmom podrazumijeva sredstvo za masovno komuniciranje koje se sagledava kroz četiri područja: fiziologijsko, fizičko, tehnologijsko i sociologijsko. U fiziologijskom smislu mediji označavaju komunikaciju pomoću auditivnih, vizualnih, taktilnih i olfaktivnih osjetila te njihove međusobne interakcije. Fizički smisao odnosi se na medije kao tvar pomoću koje se prenosi i iskazuje neka nova poruka dok tehnologijsko područje govori o medijima kao sredstvu posredovanja između znakovne proizvodnje i znakovne potrošnje. U sociologijskom smislu mediji su viđeni kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije što se odnosi na teme gospodarstva, politike, odgoja i znanosti.

Prema Ilišin, Marinović Bobinac i Radin (2001) pedagoška teorija ističe šest funkcija medija kao sredstva komunikacije: informacijsku, selekcijsku, eksplikacijsku, edukacijsku, zabavnu i estetsku. Informacijska funkcija podrazumijeva tvorbu i sakupljanje obavijesti, selekcijska funkcija odnosi se na biranje i analiziranje primljenih informacija dok eksplikacijska funkcija znači korištenje primljenih obavijesti za stvaranje koherentnih predodžbi. Edukacijska funkcija medija je prenošenje određenih znanja i vrijednosti putem medijskih sadržaja, zabavna funkcija uključuje osjećaje opuštanja, odmor i razonodu, a estetska se funkcija fokusira na stvaranje određenih estetskih medijskih oblika.

Peruško (2011) navodi kako se uz pojam medija najčešće vežu masovni mediji koji se istodobno definiraju kao komunikacijski oblici i proizvodi, komunikacijske institucije te kulturne informacije, a podrazumijevaju knjige, novine, časopise, filmove, televiziju, radio te nosače zvuka i slike. Komunikacijski oblici i proizvodi masovnih medija dostupni su svim pripadnicima društva te su namijenjeni prodaji dok komunikacijske institucije označavaju proizvodnju i distribuciju navedenih proizvoda koji se mogu reproducirati neograničen broj puta. Zgrabljic Rotar (2005) pristupa definiciji masovnih medija te ih određuje kao društvene institucije čiji je zadatak nepristrano, trenutačno i javno prenijeti informacije velikom broju raznovrsnih

pripadnika javnosti. Nalaže podjelu na tiskane medije koji obuhvaćaju knjige, novine i časopise te elektroničke medije koji uključuju radio, televiziju i internet.

Prema definiciji Hrvatskog jezičnog portala (2016) elektronički mediji uključuju sve medije kojima se informacije prenose putem elektroničkih uređaja. Navedeno obuhvaća televiziju, radio i internet, a dodatno se uređuje opseg pojma elektroničkih uređaja koji podrazumijeva pametne telefone, računala, prijenosna računala i tablet računala. Prema Peruško (2011) radio se definira kao elektronički medij koji se koristi radiovalovima u svrhu prenošenja govora i glazbe uz određeni raspored emitiranja i kontinuitet dok je televizija višestruki pojam koji obuhvaća skup tehnologija pomoću kojih se ostvaraju prijenos i emitiranje slike i zvuka te sadržaje koji se prenose električnim putem. Prednosti korištenja radija su slušanje u bilo koje vrijeme na bilo kojem mjestu, brzina prijenosa medijskih sadržaja i fleksibilnost koja se daje slušateljima prilikom izbora vremena slušanja dok su određeni nedostaci jednokratne poruke koje nestaju nakon emisije te neosiguravanje potpune pozornosti slušatelja. Ciboci, Kanižaj i Labaš (2018) navode kako gledanje televizije kao elektroničkog medija također ima prednosti i nedostatke odnosno gledateljima se omogućavaju obrazovanje, informiranje i zabava putem medijskih sadržaja uz visok stupanj gledanosti i doseg zbog privlačnosti televizijskih poruka, ali utjecaj promidžbenih programa te nekritički odabir medijskih sadržaja ističu se kao nedostaci. Pregrad, Tomić Latinac, Mikulić i Šeparović (2010) internet definiraju kao mrežu koja je zasnovana na jedinstvenom adresnom sustavu te povezuje mnogobrojne kompjuterske sisteme i mreže. Internet postaje sve privlačniji djeci i mladima zbog ponuđenih različitih oblika sadržaja, multimedijskog oblika prezentacije te interaktivnosti. Prednosti korištenja interneta su učenje uz pomoć pristupa najnovijim spoznajama, brza dostupnost informacija, omogućavanje komunikacije i razmjene mišljenja te korištenje kao izvor zabave.

Novak (2016) elektroničke medije definira kao radijske kanale, TV kanale i elektroničke publikacije čiji opseg djelovanja obuhvaća emitiranje i objavljivanje raznovrsnih medijskih sadržaja informativne, obrazovne ili zabavne funkcije koji su namijenjeni javnosti. U *Zakonu o elektroničkim medijima* (2009) elektronički mediji definirani su kao audiovizualni programi, radijski programi i elektroničke publikacije gdje se pojam audiovizualni program odnosi na skup pomičnih slika koje mogu i ne moraju imati zvuk, a predstavlja poseban element unutar rasporeda programa kojeg

uspostavlja pružatelj medijskih usluga dok radijski program označava od strane urednika oblikovane zvukovne i govorne informacije različitih vrsta koja se emitiraju u svrhu javne komunikacije. Pojam elektroničke publikacije odnosi se na internetske stranice oblikovane od strane urednika koje sadrže elektroničke verzije tiska i informacije iz medija.

## **2.2 Uloga elektroničkih medija**

Medijski sadržaji postaju sastavnica suvremenog djetinjstva, a mediji zauzimaju različite uloge u životima djece rane i predškolske dobi. Gunter i McAleer (1997) kao glavne uloge elektroničkih medija ističu: popunjavanje slobodnog vremena, obrazovanje, društvo, izvor tema za razgovor, bijeg iz realnosti te zabava. Obrazovna uloga podrazumijeva učenje o svijetu, iskustvima i ponašanjima te usvajanju određenih navika dok se društvena uloga odnosi kako na društvo stvarnih osoba koje sudjeluju u korištenju medija tako i na društvo imaginarnih likova prikazanih putem medijskih sadržaja. Uloga elektroničkih medija kao izvora tema za razgovor svojstvena je starijoj djeci i odraslim osobama, ali upućuje na korištenje medijskih sadržaja s ciljem sudjelovanja u vršnjačkim interakcijama. Elektronički mediji omogućavaju i bijeg iz realnosti odnosno odabrani emitirani sadržaji predstavljaju odmak od dosade, lošeg raspoloženja ili svakodnevice te djeci mogu pružiti utjehu. Zabava je također jedna od funkcija medija, a odnosi se na pružanje određenog stupnja stimulacije kroz izloženost različitim medijskim sadržajima.

Ciboci i sur. (2018) također ističu tri uloge elektroničkih medija: informiranje, obrazovanje i zabavu. Informativna uloga odnosi se na medije kao sredstvo prenošenja informacija i komunikacije odnosno na brzo prenošenje obavijesti koje u kratkom vremenu dolaze do velikog broja gledatelja. Djeca, kao i odrasli, imaju prirodnu potrebu za usvajanjem novih informacija te im u svakodnevnom životu medijski sadržaji u tome mogu pomoći. Odgojno-obrazovna uloga medija odnosi se na usvajanje novih znanja putem medijskih sadržaja odnosno dijete usvaja informacije o temama koje ga zanimaju ili si približava događaje iz stvarnog svijeta pomoću raznih dokumentarnih i obrazovnih sadržaja. Uloga elektroničkih medija kao sredstva zabave posebno se ističe tijekom rane i predškolske dobi gdje medijski sadržaji postaju pratitelji u trenucima opuštanja. „Crtani ili zanimljivi dokumentarni filmovi, zabavne

emisije ili komedije služe i djeci i odraslima za opuštanje i provođenje slobodnog vremena.“ (Ciboci i sur., 2018, str. 7).

Ulogom i korištenjem elektroničkih medija kod djece bavila su se mnoga istraživanja. U američkom istraživanju *Djeca i mediji* iz 1999. godine Foehr, Rideont i Brodie među prvima su pristupili analizi elektroničkih medija i medijskih sadržaja koji se putem njih prezentiraju. Rezultati istraživanja pokazali su kako je među najzastupljenijim elektroničkim medijima televizija, slijede računala koja se najčešće koriste za igranje videoigara te radio i slušanje glazbe po izboru kao manje zastupljeni mediji. Autori donose zaključak kako su sadržaji koje djeca najčešće gledaju dječji i obrazovni programi, humoristične serije, te komedije i akcijski filmovi odnosno kako mediji uglavnom zadovoljavaju potrebu za obrazovanjem i zabavom.

Blažević tijekom 2012. godine provodi istraživanje o ulozi i važnosti televizije u životu djeteta rane i predškolske dobi u urbanoj sredini. Znanstveno istraživanje provedeno je korištenjem kvantitativne metode fokus grupa, a u istraživanju je sudjelovalo 14 djece oba spola u dobi od četiri do sedam godina. Rezultati dobiveni istraživanjem pokazali su kako djeca svakodnevno koriste elektronički medij televiziju, te gledaju različite emitirane televizijske sadržaje od kojih najčešće crtane filmove i reklame. Autorica zaključuje kako su djeca od vrlo rane dobi upućena u manipuliranje i korištenje medijima, a često sama biraju koje će sadržaje gledati.

Tijekom 2016. i 2017. godine provedeno je nacionalno istraživanje Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba koje se odnosilo na izloženost djece predškolske dobi različitim medijskim sadržajima putem elektroničkih medija. U istraživanju je sudjelovalo 655 roditelja i osoba koje brinu o djeci iz urbanih i ruralnih sredina dok su podaci o navikama djece u dobi od osamnaest mjeseci do sedam godina, s jednakom zastupljenošću dječaka i djevojčica, prikupljeni pomoću upitnika. Rezultati su pokazali kako preko 95% kućanstava posjeduje televizor, mobitel ili računalo, 85% tablet, a u 65% obitelji nalaze se igraće konzole. Također u kućanstvu s pet ili više elektroničkih uređaja živi preko 80% djece. Sva djeca koja su sudjelovala u istraživanju koriste barem jedan elektronički uređaj, a njih 97,2% gleda televiziju, oko 65% koristi se mobitelom i tabletom, a najmanje su zastupljene igraće konzole. Prema rezultatima istraživanja djeca pred ekranima elektroničkih medija u prosjeku provode 2,4 sata dnevno tijekom tjedna te 3 sata vikendom. Prikazani

rezultati navode na potrebu istraživanja utjecaja elektroničkih medija na djecu rane i predškolske dobi.

### **3. UTJECAJ ELEKTRONIČKIH MEDIJA NA DJECU PREDŠKOLSKE DOBI**

Zgrabljic Rotar (2005) tvrdi kako je istraživanje utjecaja medija i medijskih sadržaja na odrasle gledatelje, ali i djecu postalo središtem zanimanja znanstvenika na početku 20. stoljeća. Mišljenje o medijskim sadržajima i snazi njihovog utjecaja mijenjalo se zajedno s korištenim metodama. Važni čimbenici o kojima ovisi način na koji će mediji utjecati na djecu su pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju, utjecaj obitelji te osobna intelektualna i emocionalna pripremljenost za život s medijskim sadržajima. „Nasilje, razmišljanja i stavovi koje dijete susreće u najbližem okruženju, mogu biti dio ili usputni pritisak uz ono što vide u medijima, te potencirati utjecaje medija.“ (Zgrabljic Rotar, 2005, str. 8).

Kuterovac Jagodić, Lebedina Manzoni i Štulhofer (2016) smatraju kako se utjecaj elektroničkih medija može odvijati na dva načina odnosno izravnim ili neizravnim djelovanjem. Izravno djelovanje odnosi se na neposredno djelovanje na dijete kao primatelja medijskih sadržaja dok neizravno djelovanje podrazumijeva utjecanje na osobe iz djetetove okoline koje su mu značajne kao i na društveno okruženje u kojem se ono nalazi. Autori zaključuju kako utjecaj određenih medijskih sadržaja ovisi o nekoliko čimbenika: djetetovoj dobi koja daje okvirni prikaz stupnja psihofizičkog razvoja, spolu, osobinama ličnosti, obiteljskim karakteristikama, socioekonomskom statusu i karakteristikama samih medijskih sadržaja. Stoga djeca različite dobi ne doživljavaju prikazane medijske sadržaje na isti način. „Tako, primjerice, nasilni medijski sadržaji mogu imati najveći negativni učinak na djecu predškolske dobi, jer ona još uvijek uče kako upravljati svojim osjećajima i ponašanjem, a također i teže razlikuju stvarnost od fikcije.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 15). Spol djeteta također određuje na koji će način medijski sadržaji utjecati na djetetov razvoj pa primjerice nasilni medijski sadržaji imaju drugačije posljedice na daljnji razvoj kod djevojčica nego kod dječaka. Kod djevojčica navedeno može dovesti do razvijanja neizravne agresivnosti u odrasloj dobi koju će izražavati ogovaranjem, vrijeđanjem ili

isključivanjem iz društva dok kod dječaka može izazvati tjelesnu agresivnost. Dječje osobine ličnosti kao što su djetetova inteligencija, percepcija realnosti prikazanih sadržaja kao i razina do koje će se dijete identificirati s medijskim sadržajima jedan su od čimbenika koji modeliraju utjecaj elektroničkih medija na dijete. Obiteljske karakteristike i socioekonomski status kao što su obrazovanje roditelja, zanimanja ili trenutni prihodi obitelji u kojoj dijete živi se također ubrajaju u čimbenike koji mogu oblikovati utjecanje medija. „Primjerice, djeca nižeg socioekonomskog statusa u pravilu više gledaju televiziju nego djeca višeg statusa pa mogu biti više izložena i neprimjerenim sadržajima.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 15). Karakteristike medijskih sadržaja odnose se na vrstu prikazanih sadržaja, način prikazivanja, količinu konzumiranih sadržaja ili učestalost izloženosti različitim sadržajima.

Sindik (2012) navodi kako se utjecaj medija na djecu može podijeliti u dvije kategorije: kratkoročni i dugoročni utjecaji. Navedeno podrazumijeva vrijeme u kojem se utjecaj pojavio pa se kratkoročni odnose se na one nastale odmah nakon izloženosti medijima dok se dugoročni utjecaji primjećuju dugo vremena nakon konzumacije medijskih sadržaja.

### **3.1 Socijalizacija**

Prema Kuterovac Jagodić i sur. (2016) teško je odrediti jedinstveno objašnjenje načina na koji elektronički mediji utječu na djecu, ali oni prikazivanjem društva i svijeta na određeni način formiraju dječje poglede. Stoga se ističe uloga medija u procesu djetetove socijalizacije. Socijalizacija je proces pomoću kojega dijete u međudjelovanju s okolinom razvija i usvaja stavove, vrijednosti, ponašanja te običaje društva u kojem se nalazi. Tijekom djetinjstva taj proces je najintenzivniji, a socijalizacijske činitelje uz obitelj, vršnjake, odgojno-obrazovnu ustanovu i društveno okruženje čine elektronički mediji.

Socijalizacija se može odvijati na dva načina: pomoću izravnog poučavanja roditelja, odgojitelja, učitelja, vršnjaka ili drugih osoba iz djetetove neposredne okoline gdje se ponašanje usvaja uz nagrađivanje poželjnog i ignoriranje ili kažnjavanje nepoželjnog ponašanja te pomoću socijalnog učenja odnosno imitacije određenog ponašanja (Kuterovac Jagodić i sur., 2016). Ako se u djetetovoj okolini svakodnevno nalaze elektronički mediji ono će medijske sadržaje usvajati i ponavljati. Prema učenju po

modelu dijete će početi kopirati ponašanja animiranih ili filmskih likova iz medijskih sadržaja. Također, moguće je i usvajanje različitih oblika ponašanja vezanih uz različite situacije s kojima se djeca do tada nisu susrela. „Djeca su posebno sklona oponašati ona ponašanja za koja su modeli nagrađeni ili za koja nisu kažnjeni, dok će ponašanja za koje je model kažnjen vjerojatno zapamtiti, ali ih neće sama izvoditi bojeći se negativnih posljedica takvog ponašanja. Najčešće, djeca će obraćati pažnju i učiti ponašanja od onih modela koji su dobri, snažni, moćni, lijepi ili slični njima samima.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 16).

Prema Ilšin (2003) socijalizacija je proces integriranja pojedinca u život društvene zajednice pomoću učenja prilagođavanja na određene društvene norme i zahtjeve. Kao primarne socijalizacijske agense ističe obitelj i roditelje te vršnjake dok u sekundarne socijalizacijske agense uz odgojno-obrazovnu ustanovu i crkvu ubraja medije. „Djeca, naime, odrastaju u okruženju u kojemu su neizbježni različiti mediji, pa se na njih navikavaju brzo i neprimjetno, te vrlo rano pokazuju želju da se koriste nekim medijem.“ (Ilšin, 2003, str. 11). Međutim koliko će mediji utjecati na proces socijalizacije ovisi o izboru medija i medijskih sadržaja, vremenu korištenja i uvjetima korištenja.

Kako navodi Valković (2016), socijalizacija se sve više počinje odvijati posredstvom elektroničkih medija, a njihov utjecaj vidljiv je u području oblikovanja djetetovog identiteta kao i drugačijeg formiranja znanja. Navedeno označava trend u kojem djeca svoja iskustva i mišljenja o svijetu počinju stvarati pomoću emitiranih medijskih sadržaja i iskustava koja im ti sadržaji pružaju. Međutim nepostojanje *barijere* između primatelja medijske poruke - djeteta i informacije koja se prenosi određenom vrstom medijskog sadržaja ističe se kao središnje pitanje. Djeca pomoću prikazanih sadržaja dolaze do informacija, ali to ne mora značiti kako će te informacije interpretirati i shvatiti na ispravan način pa se socijalizacijom pod utjecajem elektroničkih medija djeca mogu izložiti situacijama koje im nisu primjerene, odnosno pojavom elektroničkih medija dobivaju slobodan pristup određenim područjima društvenog života koja su im ranije bila onemogućena. Stoga je vrlo važno razvijati primjerene kompetencije djeteta koje se prema Jurčević Lozančić (2016) definiraju kao određena znanja i stavovi te praktične, kognitivne i socijalne vještine čije je razvijanje važno za određeni profesionalni i životni kontekst, a kao jedne od ključnih kompetencija ističu se upravo osnovne kompetencije u tehnologiji i informatička kompetencija.

### 3.2 Područja dječjeg razvoja

Prema navodima Kuterovac Jagodić i sur. (2016) elektronički mediji utječu na određena područja djetetovog razvoja i funkcioniranja. Vidljiv je utjecaj medijskih sadržaja na djetetov emocionalni razvoj, društveno ponašanje, kognitivni razvoj, moralni razvoj i percepciju svijeta te tjelesni i spolni razvoj.

Emocionalni razvoj podrazumijeva djetetovo sakupljanje informacija o tome na koji način izraziti vlastite emocije te kako se odnositi prema sebi i drugima. Kuterovac Jagodić i sur. (2016) ističu kako djeca mogu učiti o emocijama, njihovim nazivima i iskazivanju te prepoznavanju emocionalnih izraza lica upravo putem medijskih sadržaja kojima su izloženi. Međutim, prikazi čudovišta, duhova ili vještica u animiranim crtićima mogu imati nepovoljne posljedice na emocionalni razvoj djece rane i predškolske dobi te izazvati kratkoročne reakcije straha. „Predškolsku i mlađu osnovnoškolsku djecu najviše straše likovi i događaji koji izgledaju i zvuče zastrašujuće, bez obzira na njihovu karakterizaciju koja čak može i biti pozitivna.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 18).

Ovisno o medijskim sadržajima kojima su djeca izložena, društveno ponašanje može se razviti u pozitivnom ili negativnom smjeru. Izabrani kvalitetni medijski sadržaji mogu pridonijeti usvajanju poželjnih oblika socijalnog ponašanja poput iskazivanja suosjećanja, altruizma, prihvaćanja različitosti i tolerancije. Međutim, dugotrajna izloženost nasilnim sadržajima može dovesti do razvoja agresivnog ponašanja te se usvaja uvjerenje kako je nasilno ponašanje normalno, agresivnost se koristi kao način rješavanja problema, a posljedično dolazi i do smanjene osjetljivosti na nasilje. Također predstavljanje rodnih uloga na tradicionalan i stereotipan način kroz aktivnosti, ponašanja ili stavove može negativno utjecati na kasnije društveno ponašanje djece.

Kuterovac Jagodić i sur. (2016) navode kako je utjecaj medija na kognitivni razvoj djece vidljiv od najranije dobi. „Istraživanja dojenčadi i male djece pokazuju kako već samo uključen televizor u prostoriji u kojoj dijete boravi, igra se i komunicira, može imati negativne posljedice za njegovo učenje, pažnju i odnose s roditeljima.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 19). Također, ističe se kako pojačano korištenje elektroničkih medija može prouzrokovati slabiji razvoj misaonih procesa djeteta što uključuje nemogućnost planiranja ponašanja kao i nemogućnost reguliranja istog.



Međutim, obrazovni i dokumentarni programi primjereni djeci rane i predškolske dobi mogu potaknuti njihov kognitivni razvoj, pridonijeti razvoju i usvajanju novih spoznaja te povoljno utjecati na kasniji školski uspjeh.

Moralni razvoj i percepcija svijeta odnose se na djetetov način razmišljanja i ponašanje u odnosu na društvena pravila dobrog i lošeg ophođenja prema drugima. Krajnji cilj usvajanja moralnih normi je mogućnost djeteta da prepozna moralna pravila i standarde te da živi u skladu s moralnim načelima društvene zajednice u kojoj se nalazi. Medijski sadržaji predstavljaju sredstvo za upoznavanje s različitim moralnih pravila društva i mogu dovesti do ponašanja u skladu s istima. Ako dođe do prevelike izloženosti medijskim sadržajima koji nisu nadzirani od strane roditelja te nisu prikladni trenutnoj djetetovoj dobi moguće je stvaranje iskrivljene slike o svijetu. „Djeca koja više gledaju audiovizualne sadržaje, osobito vijesti, imaju dojam da je svijet opasnije mjesto i da postoji veća vjerojatnost da oni postanu žrtve nasilja nego što je to uistinu vjerojatno.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 20).

Utjecaj elektroničkih medija vidljiv je i pri promatranju djetetovog tjelesnog i spolnog razvoja. Vrijeme koje djeca provode gledajući različite medijske sadržaje i njihova prekomjerna tjelesna težina mogu biti povezani kako u djetinjstvu tako i u pubertetu ili odrasloj dobi. Navedeno se objašnjava nedovoljnom fizičkom aktivnošću, pretjeranim sjedenjem i navikama jedenja tijekom gledanja medijskih sadržaja. Prikazani medijski sadržaji mogu utjecati i na stvaranje nerealne slike o vlastitom tijelu i izgledu te rezultirati nezadovoljstvom sobom već od predškolske dobi.

Sigman (2010) ističe negativne utjecaje elektronički mediji na kognitivni i tjelesni razvoj djece. Pretjerana izloženost medijskim sadržajima u ranoj dobi kada se u mozgu razvijaju sinapse može rezultirati naknadnim poremećajima hiperaktivnosti i problemima s pažnjom koji se javljaju oko sedme godine života. „Kod djece koja gledaju televiziju u dobi od jedne do tri godine, rizik od razvoja takvog poremećaja pažnje do njihove sedme godine znatno je veći. Za svaki sat koji dijete gleda televiziju, šteta nanosena pažnji povećava se za devet posto.“ (Sigman, 2010, str. 13). Stoga se naglašava važnost preporuke Svjetske zdravstvene organizacije i Američke akademije za pedijatriju koje ističu kako djeca do druge godine života ne bi trebala koristiti elektroničke medije. Prema Sigmanu (2010) utjecaj medija vidljiv je na nekoliko aspekata tjelesnog razvoja pa se ekrani elektroničkih uređaja smatraju zaslužnima za

povećan broj kratkovidne djece i mladih s obzirom na to da se sve više vremena provodi u kući ispred televizije, računala ili igračih konzola. Ističe se i nepovoljan utjecaj na razvoj govora odnosno, zbog nemogućnosti potpunog razumijevanja onoga što gledaju, kod djece do treće godine života medijski sadržaji mogu ometati razvoj jezičnih vještina.

#### **4. POTENCIJALNO ŠTETNI SADRŽAJI ELEKTRONIČKIH MEDIJA**

Štetni sadržaji definiraju se kao medijski sadržaji koji imaju realnu ili potencijalnu mogućnost utjecati na dijete na način da ga emocionalno uznemire, zbune ili uplaše odnosno da na bilo koji način naruše ili onemoguće djetetov sveukupni razvoj. Navode se tri kategorije za klasifikaciju potencijalno štetnih audiovizualnih sadržaja:

1. neprimjereni sadržaji koji mogu ozbiljno štetiti razvoju djeteta
2. sadržaji koji su vjerojatno štetni po razvoj djece određene dobi
3. sadržaji koji vjerojatno ne mogu naštetiti djeci (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 24)

Medijski sadržaji koji mogu narušiti i ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj djece, gdje se posebno ističu sadržaji koji uključuju nepotrebno nasilje ili pornografiju, pripadaju kategoriji neprimjerenih sadržaja koji mogu ozbiljno štetiti razvoju djeteta. Sadržaji koji su vjerojatno štetni po razvoj djece određene dobi mogu se prikazivati samo u određeno vrijeme ili pod uvjetom da sadržavaju određenu klasifikacijsku oznaku odnosno da imaju tehničku zaštitu. U ovoj kategoriji nalaze se medijski sadržaji koji prikazuju grubo tjelesno ili verbalno nasilje, scene stradanja i ranjavanja, vulgarni rječnik, konzumaciju duhana, alkohola ili opijata, te klađenje i specifična ponašanja vezana uz tu aktivnost. Sadržaji za koje se pretpostavlja da vjerojatno ne mogu naštetiti djeci uključuju sve sadržaje izvan prethodne dvije kategorije. To su sadržaji koji ne utječu štetno na djetetov razvoj, a prepoznaju se po tome što su djeci predstavljeni na prihvatljiv i primjeren način (Kuterovac Jagodić i sur., 2016). Pri klasifikaciji potencijalno štetnih medijskih sadržaja ističe se potreba za analizom sadržaja koji prikazuju nasilje i njihovog utjecaja na djecu rane i predškolske dobi.

#### **4.1 Nasilje u medijima**

Nasilno ponašanje definira se kao namjerno fizičko ili psihičko nanošenje štete drugoj osobi, živom biću ili neživim objektima, a o utjecaju medijskog nasilja na djecu iznose se četiri temeljne hipoteze:

1. stimulacijska hipoteza ili imitacija
2. hipoteza uznemiravanja
3. hipoteza katarze
4. habituacija ili hipoteza o neosjetljivosti (Zgrabljic Rotar, 2005, str. 9)

Stimulacijska hipoteza odnosno imitacija zasniva se na činjenici kako su djeca sklona oponašati ono što vide. Najčešće se imitiranje, kao izravna posljedica utjecaja medijskih sadržaja, najlakše uočava pri oponašanju nečega viđenog na malom ekranu. Međutim to oponašanje u 90% slučajeva nije doslovno. „Primjerice, kad dječaci žele letjeti kao Superman, najčešće ne skaču s prozora nebodera, nego s fotelje u dnevnom boravku.“ (Zgrabljic Rotar, 2005, str. 9). Stoga oponašanje nasilja prikazanog u elektroničkim medijima ne mora biti izravno i doslovno, ali je uvijek potencijalno moguće. Hipoteza uznemiravanja govori o utjecaju štetnih medijskih sadržaja, u koje se ubraja i medijsko nasilje, koji kod djece izazivaju prestrašenost i emocionalnu uzbuđenost. Dječje kognitivne sposobnosti još se razvijaju te ona ne mogu razumjeti mnoge odnose među odraslim osobama, nisu dovoljno emocionalno zreli za njihovo shvaćanje, te još nemaju potrebno životno iskustvo, a svoju uznemirenost izazvanu određenim emitiranim sadržajima često ne mogu objasniti, racionalizirati ili smiriti. Hipoteza katarze podrazumijeva kako medijsko nasilje izaziva redukciju odnosno smanjenje nasilnog ponašanja. Nasilni medijski sadržaji ne smatraju se pretežito opasnim, a zaključak navedenog pristupa je kako djeca kroz gledanje određenih oblika nasilja, kao što su primjerice oni u crtanim filmovima, mogu osloboditi potisnute neprijateljske osjećaje te im takva vrsta zapravo pruža pomoć i olakšanje. Habituacija ili hipoteza o neosjetljivosti počiva na činjenici kako pretjerana izloženost nasilnim sadržajima može dovesti do privikavanja te smanjene osjetljivosti na navedeno. „Prekomjerno gledanje nasilja uzrokuje kod djece emocionalnu i kognitivnu otupjelost i povećava prag tolerancije prema nasilju u životu.“ (Zgrabljic Rotar, 2005, str. 10).

Izloženost nasilnim medijskim sadržajima ističe se kao jedan od glavnih razloga razvoja nasilnog ponašanja kod djece (Sindik, 2012). Pomoću prikaza nasilnog ponašanja filmskih junaka djeca mogu naučiti nove oblike agresije i razviti neprimjerena ponašanja. „Promatranje nasilja, naime, djeluje na više načina, jer djeca oponašaju nasilne sadržaje koje vide, najčešće agresivne postupke „dobrih“ likova, kojima oni postižu „pozitivni“ cilj.“ (Sindik, 2012, str. 9). Dugotrajna izloženost navedenim sadržajima povećava vjerojatnost pojavljivanja dodatnih agresivnih postupaka, različitih od promatranog ponašanja televizijskih junaka, a djeca također postaju manje osjetljiva na agresiju i počinju se na nju navikavati.

#### **4.2 Neprimjereni medijski sadržaji**

Kako bi se određeni medijski sadržaji pravilno selektirali važno je koristiti smjernice za klasifikaciju potencijalno štetnih televizijskih sadržaja koje predlažu Kuterovac Jagodić i sur. (2016). Pri odabiru primjerenih sadržaja za djecu određene dobi potrebno je izbaciti sadržaje koji prikazuju nasilje, rizična ponašanja i konzumaciju opojnih sredstava, prikaze kockanja ili klađenja, okrutne i paranormalne sadržaje, sadržaje koji podržavaju stereotipe i diskriminaciju, seksualne sadržaje te *reality* emisije.

Prema Kuterovac Jagodić i sur. (2016) izlaganje djece dobnim neprimjerenim seksualnim i seksualiziranim sadržajima putem elektroničkih medija može dovesti do štetnih posljedica na njihov razvoj zbog uznemiravanja ili nerazumijevanja prikazanog. Navedeni sadržaji često se prikazuju putem reklama, računalnih igara, glazbenih video spotova, tekstova pjesama i ostalih medijskih prikaza na koje djeca mogu naići. „Spolni razvoj djeteta postupan je i odvija se kroz tjelesni spolni razvoj, razvoj spolnog identiteta, razvoj spolnih ponašanja i razvoj znanja i spoznaja o spolnosti.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 35). Ako djeca gledaju medijske sadržaje koji nisu u skladu s njihovom dobi i stupnjem razvoja moguće je razvijanje neadekvatnih vrijednosti i stavova i neprihvatljivog ponašanja što rezultira potrebom za pravilnom selekcijom.

Sadržaji prikazani putem elektroničkih medija mogu oblikovati stavove i poglede djece rane i predškolske dobi zbog načina na koji prikazuju pojedince ili određene skupine ljudi. „Stereotipe definiramo kao skupinu pretjerano generaliziranih vjerovanja o karakteristikama članova neke grupe. Stereotipi pojednostavljuju naš

socijalni svijet jer smanjuju potrebu za razmišljanjem kako reagirati prema novim osobama koje upoznajemo.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 46). Medijski sadržaji koji na stereotipan i diskriminirajući način prikazuju karakteristike pripadnika određene skupine zbog spola, rase, nacije ili vjere mogu dovesti do razvijanja negativnih stavova i osjećaja prema svim članovima skupine te zanemarivanja osobina pojedinca. Prema Izvještaju o utjecaju rodnih stereotipa u filmovima i na televiziji koje je 2017. godine objavila američka organizacija Common Sense Media vidljivo je kako djeca iz medija usvajaju i ideje o poželjnim te nepoželjnim ponašanjima i očekivanjima od dječaka i djevojčica što kasnije može utjecati na njihov izbor karijere, odnose i osjećaj osobne vrijednosti. Posebno je problematično što navedene poruke primaju upravo djeca rane i predškolske dobi koja se nalaze u razvojnoj fazi u kojoj se tek počinju identificirati kao dječaci ili djevojčice.

### **4.3 Oglašavanje**

Peruško (2011) oglašavanje definira kao osmišljeno, organizirano informiranje publike u svrhu populariziranja određenih proizvoda i usluga zbog financiranja elektroničkih medija. Velika količina prikazanih reklama na radiju, televiziji i internetu dovela je do toga da određene televizije uvode ograničeno vrijeme i termine emitiranja oglasnih poruka u svrhu zadovoljenja potreba gledatelja, ali i dalje je prisutna svakodnevna izloženost oglašavanju i tržišnom komuniciranju.

Prema Ciboci i sur. (2018) oglašavanje je važan dio prihoda medijima, a ponekad se upravo na taj način senzibilizira javnost za brojne važne teme međutim medijske poruke mogu biti izvor prijepora pogotovo ako su neprimjerene i namijenjene djeci i mladima. Stoga se ističe pojam prikrivenog oglašavanja koji se prema *Zakonu o medijima* (2003) u čl. 19 definira kao „svaka novinarska forma (pisani tekst, fotografija, slika, crtež i dr.) koja je na bilo koji način plaćena, a nije jasno označena kao oglašavanje.“ Prikriveno oglašavanje pojavljuje se u dvije vrste, a to su prikriveno oglašavanje u informativnim sadržajima i prikriveno oglašavanje u zabavnim sadržajima. Navedeni oblik oglašavanja pojavljuje se jer je većina oglasnih poruka postala lako prepoznatljiva te ih je publika s vremenom počela izbjegavati. Stoga su osmišljeni novi načini kako stvoriti sadržaj koji izgleda kao klasičan novinarski sadržaj, a zapravo sadrži prikrivene oglase.

Djeca rane i predškolske dobi predstavljaju tri potrošača u jednome što dovodi do toga da proizvođači usmjeravaju oglašavanje, kako dječjih tako i drugih proizvoda, upravo prema njima. Djeca predstavljaju primarne potrošače jer određeni dio djece raspolaže vlastitim džeparcem, sekundarne potrošače jer utječu na potrošnju svojih roditelja određenim metodama nagovaranja te buduće potrošače jer će u budućnosti konzumirati proizvode prema kojima su u djetinjstvu razvili pozitivne osjećaje. „Djeca su, međutim, ranjiva skupina kada se radi o podložnosti persuazivnim i drugim porukama koje dolaze od oglašavanja i tržišnog komuniciranja. Jedan od razloga je njihovo nerazumijevanje svrhe i namjere oglašavanja jer mlađa djeca oglasnim porukama pripisuju informiranje o proizvodu.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 51).

Upravo se djeca ističu kao najprivlačnija ciljana skupina oglašavanja zbog dječje otvorenosti za nove dojmove i lakog pamćenja slogana, simbola te naziva robnih marki što dovodi do korištenja elektroničkih medija kao najčešćeg sredstva za prijenos reklamnih poruka. „Reklamna industrija intenzivno komunicira s djecom i mladeži, ne samo u svezi s oglašavanjem igračaka, slatkiša, sladoleda, pića, žvakaćih guma i športskih proizvoda, nego i pri reklamiranju proizvoda za odrasle.“ (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999, str. 83).

Prema smjernicama za emitiranje oglasnih poruka koje navode Kuterovac Jagodić i sur. (2016) prikazani oglasi ne bi smjeli iskorištavati djetetove potrebe, osjećaje i povjerenje, umanjivati roditeljski autoritet ili određene društvene vrijednosti dok bi proizvodi trebali biti prikazani realistično. Dječja lakovjernost i neiskustvo ne bi se smjeli zlouporabiti u svrhu ostvarivanja vlastite dobiti, a pružatelji medijskih sadržaja trebali bi razmišljati o načinu na koji prikazuju određene proizvode, vremenu u kojem ih reklamiraju i programima na kojim se emitiraju u svrhu smanjena izloženosti djece neprimjerenom oglašavanju.

## **5. DJECA I ELEKTRONIČKI MEDIJI U ZAKONODAVNOM OKVIRU**

Zakonodavni okvir Republike Hrvatske uređuje pitanje prava djece u medijima i odgovornosti medija za prikazane medijske sadržaje kroz nekoliko izvornih pravnih propisa i pravnih propisa ratificiranih od strane nadsudnacionalnih zakonodavnih tijela.

Kao najvažniji ističu se *Konvencija o pravima djeteta* (1989), *Zakon o elektroničkim medijima* (2009), *Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima* (2015) i *Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti* (2008).

Mediji imaju dvojak utjecaj odnosno kroz različite projekte i kampanje rade na podizanju javne svijesti te ističu važnost podizanja standarda za zaštitu dječjih prava (Flego, 2011). Međutim, brojni primjeri kao što su izlaganje djeteta potencijalno štetnim medijskim sadržajima, nepoštivanje djetetovog prava na privatnost, iskorištavanje djece u reklamnim kampanjama ili emitiranje nekvalitetnih medijskih sadržaja namijenjenih djeci svjedoče kršenju dječjih prava. „Prikaz djece u medijima snažno utječe na stavove i odnos prema djeci u društvu, što utječe na ponašanje odraslih prema djeci.“ (Flego, 2011, str. 67). Medijskom odgovornosti za kreiranje slike djeteta u javnosti te dužnosti poštivanja zakonskih akata bavi se Ured pravobraniteljice za djecu. Kao tri glavna područja djelovanja Flego (2011, str. 67) ističe:

1. zaštitu dječje privatnosti
2. zaštitu od potencijalno štetnih medijskih sadržaja
3. osiguravanje djetetovog prava na kvalitetne medijske sadržaje koji su primjereni njegovoj dobi i stupnju razvoja

*Konvencija o pravima djeteta* (UNICEF, 2017) međunarodni je dokument koji je 1989. godine usvojen na Glavnoj skupštini Ujedinjenih naroda. Kao država supotpisnica, Republika Hrvatska dužna je poštivati norme i odredbe navedenog akta. O zaštiti prava djece u medijima govori čl. 16. koji se odnosi na zaštitu prava na privatnost dok se s medijskim pravima djeteta povezuju članci 12. i 13 koji osiguravanju djetetovo pravo na slobodno izražavanje mišljenja i slobodnu izražavanja navodeći: *1. Dijete ima pravo na slobodu izražavanja; to pravo mora, neovisno o granicama, uključivati slobodu traženja, primanja i širenja obavijesti i ideja svake vrste, usmeno ili pismeno, tiskom ili umjetničkim oblikovanjem ili kojim drugim sredstvom prema izboru djeteta.* Osiguravanje djetetovog prava na pristup informacijama, obavijestima i materijalima omogućava čl. 17. uz dodatnu napomenu iz točke e) vezanu uz neprimjerene medijske sadržaje koja glasi: *imajući na umu odredbe članka 13. i 18., poticati razvoj odgovarajućih naputaka za zaštitu djeteta od obavijesti i materijala koji škode njegovu razvoju.*

*Zakon o elektroničkim medijima (2009)* općim odredbama definira temeljne pojmove vezane uz elektroničke medije te uređuje obveze i odgovornosti osoba koje pružaju audiovizualne medijske usluge. Odgovornost medija za emitirane sadržaje koji mogu naštetiti razvoju maloljetnika, što uključuje i djecu rane i predškolske dobi, definira se u čl. 26. te se zabranjuju medijski sadržaji koji bi mogli ozbiljno ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj djece. Nadalje, st. 3. istog čl. navodi: *Audiovizualne ili radijske programe za koje je vjerojatno da bi mogli ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika nije dopušteno objavljivati, osim kada je od nakladnika televizije ili radija osigurano, odabirom vremena emitiranja ili bilo kojom tehničkom mjerom, da maloljetnici u području prijenosa neće, u uobičajenim okolnostima, čuti ili vidjeti takve programe. Ako se takvi programi emitiraju u neodiranom obliku, nakladnik je obavezan osigurati da im prethodi zvučno upozorenje ili da ih je moguće prepoznati s pomoću vizualnih simbola za cijelo vrijeme njihova trajanja.* Navedene dobne oznake temelje se i na Pravilniku o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima.

Pružatelji audiovizualnih sadržaja dužni su, prema *Pravilniku o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima (2015)*, vizualnim grafičkim simbolima ili zvučnim oznakama označiti programe koji bi na bilo koji način mogli naštetiti razvoju djece i maloljetnika. Vizualni simboli odnose se na klasifikacijske oznake koje se nalaze u gornjem kutu ekrana, a prikazani su kao proziran krug s upisanom zelenom brojkom 12, proziran krug s prikazanom narančastom brojkom 15 ili proziran krug s upisanom crvenom brojkom 18 ovisno o intenzitetu neprimjerenosti medijskih sadržaja. Kuterovac Jagodić i sur. (2016) naglašavaju kako medijski sadržaji koji nisu primjereni za djecu mlađu od 12 godina moraju biti popraćeni zvučnim upozorenjem: *Program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12 godina.* Nasilno ponašanje trebalo bi se prikazivati sporedno, bez dugotrajnog izazivanja straha ili nelagode, a prikazane scene trebale bi biti kratkotrajne i neslikovite. Prema čl. 9 navedenog pravilnika oznaka 15 simbolizira kako prikazani sadržaji nisu namijenjeni osobama mlađim od 15 godina te se ne smiju prikazivati između 7:00 i 20:00 sati. Ovakvi sadržaji mogu prikazivati tjelesne i ostale oblike nasilja, ali bez osobito naturalističkih i dugotrajnih prikaza nasilnog ponašanja ili njegovih posljedica. Oznaka 18 podrazumijeva kako su emitirani sadržaji namijenjeni gledateljima starijim od 18 godina te se ne smiju prikazivati između 7:00 i 23:00 sata jer mogu prikazivati scene izrazito grubog



tjelesnog ili psihičkog nasilja kao i detaljne prikaze ljudskih stradanja. „Televizijske najave programa također moraju biti primjerene vremenu emitiranja tih najava i ne smiju sadržavati scene neprimjerene za vrijeme emitiranja.“ (Kuterovac Jagodić i sur., 2016, str. 26). Pružatelji medijskih usluga dužni su pravilno klasificirati sadržaje koji će se prikazivati te voditi brigu o vremenu prikazivanja.

*Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti (2008)* propisuje način djelovanja medija u svrhu zaštite maloljetnika od neprimjerenih i štetnih medijskih sadržaja. Prikazani sadržaji koji bi mogli narušiti fizički, kognitivni ili moralni razvoj djeteta moraju se označiti kao takvi. U navedenu kategoriju pripadaju sve vrste programskih sadržaja s prizorima pretjeranog nasilja, vulgarnih izraza i prizora, seksualnih sadržaja i prizora zlouporabe opijata. Iznimka navedenog objašnjena je u čl. 2. u st. 2. gdje se navodi: *Programski sadržaji iz stavka 1. neće se smatrati štetnim ukoliko su u obrazovnim, odgojnim i znanstvenim emisijama obrađeni na primjeren način te su prilagođeni određenoj dobi maloljetnika.*

## **6. MEDIJSKA PEDAGOGIJA**

Razvoj odgojnih znanosti te pedagojske posljedice rastuće izloženosti djece i mladih elektroničkim medijima doveli su do potrebe za pojavom medijske pedagogije kao zasebne znanstvene discipline. Medijska pedagogija definira se kao pedagoška grana čiji je cilj analiziranje utjecaja medija na ponašanje djece i mladih te razvijanje medijskih kompetencija. Kroz sociopedagošku, sociokulturalnu i sociopolitičku analizu medijska pedagogija stoga promatra i ponudu medijskih sadržaja namijenjenih djeci rane i predškolske dobi. „Ona se ne odnosi samo na temeljne zahtjeve odrastanja djeteta i mladih u svijetu medija i informacijsko-komunikacijskih tehnologija, nego i na mogućnosti korištenja informacija, na šanse obrazovanja, na razvijanje kompetencija i kritike, nasuprot medijima koji su preuzeli manipulacijsku ulogu.“ (Tolić, 2009, str. 97). Polja djelovanja medijske pedagogije su razvijanje medijskih kompetencija i medijske pismenosti te medijskog obrazovanja, a navedeno se jednim imenom naziva medijski odgoj. Najniža razina je razina medijske pismenosti koja podrazumijeva svladavanje osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola.

Medijske kompetencije sadržavaju sveukupnost odnosa medijske pismenosti i medijskog obrazovanja (Tolić, 2009).

Kao jednu od uloga medijske pedagogije, Miliša i Tolić (2008) ističu bavljenje medijima s ciljem razvijanja odgovarajućih kompetencija kod djece jer se brojni zabavni sadržaji namijenjeni djeci često nalaze na granici manipulacije. Stoga je važno prikazati razliku između komunikacije koja obuhvaća znanje i učenje određenih sadržaja, kritičko mišljenje, razvijanje stvaralaštva i pozitivnu reverzibilnu komunikaciju te manipulacije koju karakterizira monolog, diktatura i dresiranje. Pojam medijske pismenosti može se sagledati u užem i širem smislu te uže značenje obuhvaća temeljni pristup pedagojskim zahtjevima, koncentraciju na djecu i mlade, prijenos informacija putem medija i koncentriranje na pedagoške odnose vezane uz odgojne i nastavničke dimenzije. Medijska pedagogija u širem značenju odnosi se na teorijske i znanstvene pristupe, masovnu komunikaciju te globalne perspektive. Tolić (2009, str. 98) ističe tri glavna pitanja za poimanje medijske pedagogije u užem značenju:

1. Na koji način se mijenja komunikacija djece i mladih u obitelji, školi i socijalnoj okolini prilikom korištenja elektroničkih medija?
2. Koje su vidljive posljedice ponuda trivijalnih medijskih sadržaja na ponašanje djece i mladih te koje forme su prikazane u obliku simbola?
3. Na koje značajne aspekte bi se medijski pedagozi trebali oslanjati kod razvoja medijske kompetencije?

## **6.1 Medijska pismenost**

Medijska pismenost podrazumijeva određenu sposobnost pristupanja, analiziranja i vrednovanja poruka koje su primljene posredstvom medija. Kod djece predškolske dobi navedeno bi označavalo pravilno korištenje medija, informiranje o temama iz medija i shvaćanje važnosti medija (Zgrabljčić Rotar, 2005). Medijsku pismenost ističe se kao važnu sastavnicu suvremenog društva koja bi se trebala promovirati kao jedan od vodećih interesa, a djeci rane i predškolske dobi te mladima osigurati samopouzdanje i kreativnost u korištenju medija i razumijevanju medijskih sadržaja.

Osnovna načela suvremenog pristupa medijskoj pismenosti prema Zgrabljić Rotar (2005, str. 2) su:

1. *Nije dovoljno u procese učenja uključiti samo najnovije medije*, što podrazumijeva kako uz informatizaciju i kompjuterizaciju u medijsko opismenjivanje treba uključiti i televiziju, radio te ostale „starije“ medije.
2. *Mediji nisu ni štetni ni korisni, ali mogu biti oboje*, odnosno određeni medijski sadržaji mogu imati pozitivne ili negativne učinke na korisnike (djecu).
3. *Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi pravilno odgojili djecu*, što se interpretira na način da bi roditelji trebali težiti osvještavanju vlastitih navika vezanih uz medije te biti upućeni u medijske sadržaje koji su prezentirani njihovoj djeci. Kao prioritetni zadatak postavlja se razgovor s djecom i oblikovanje kritičkog odnosa prema medijskim sadržajima.
4. *Medijska pismenost, osim reflektivne razine, potiče i produktivnu razinu*, odnosno zbog boljeg razumijevanja i upoznavanja medija djeci je važno omogućiti praktičan rad s medijima.
5. *Države su dužne u svojim obrazovnim politikama poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece*, uz što je potrebno i poštivanje ostalih propisa i deklaracija koje promiču medijsko opismenjavanje.

Tolić (2009) ističe kako je medijski pismena osoba informirana o temama koje su prikazane putem medijskih sadržaja, ima razvijenu svijest o vlastitom kontaktu s navedenim sadržajima te uviđa njihov utjecaj. Glavne sastavnice medijske pismenosti su funkcionalna pismenost koja se odnosi na razumijevanje napisanih sadržaja, vizualnu pismenost odnosno razumijevanje vizualnih detalja i računalna pismenost. Didaktičko-metodički segment medijske pismenosti sastoji se od tehničke, znakovne i kulturne kompetentnosti. Tehnička kompetentnost podrazumijeva svladavanje osnovnih tehnika kao što su pisanje, čitanja ili rad na računalu dok je znakovna kompetentnost razumijevanje i kombinacija pojedinih aspekata zajedno. Kulturnu kompetentnost može se definirati kao sposobnost spajanja stečenih informacija i komunikacijskih procesa društva u kojem se pojedinac nalazi.

Prema Ciboci i sur. (2018) medijska pismenost podrazumijeva da medijski korisnici, gdje se ubrajaju i djeca rane i predškolske dobi, znaju koristiti elektroničke medije

kojima imaju pristup što se posebno odnosi na nove medijske tehnologije koje se svakodnevno razvijaju i zahtijevaju dodatno usavršavanje. Vrednovanje i kritička analiza različitih medijskih sadržaja s ciljem pravilnog tumačenja i razumijevanja pouzdanosti te istinitosti poruka ističe se kao sljedeće obilježje. Medijsku pismenost karakterizira i ostvarivanje vlastitih komunikacijskih prava te angažiranje kao aktivan sudionik društva putem izražavanja vlastitih stavova i mišljenja.

Tomljenović, Ilej i Banda (2018) ističu i pojam kritičke medijske pismenosti koja je specijalizirana za kritički odnos prema medijskim sadržajima, te istraživanje i propitivanje prikazanog. Navedeni pristup potrebno je promicati već od najranije dobi te s djecom analizirati, istraživati i razmišljati o utjecaju prikazanog sadržaja na razvoj općih vrijednosti, kritičkog mišljenja te medijskih kompetencija.

## **6.2 Medijske kompetencije**

Prema Miliša i Tolić (2008) medijske kompetencije uključuju stjecanje vještina i znanja koje pomažu pri sprječavanju medijske manipulacije te se sastoje od pet osnovnih dimenzija: kognitivna, moralna, socijalna i estetska dimenzija te dimenzija djelovanja. Kognitivna dimenzija podrazumijeva analiziranje i razumijevanje prikazanih medijskih sadržaja te se ističe kao temeljna dimenzija koja tumači osnovna znanja medijske kompetencije. Druga dimenzija je moralna i odnosi se na činjenicu kako se medijski sadržaji trebaju promatrati s etičkog aspekta dok socijalna dimenzija obuhvaća prava gledatelja i njihova socijalna djelovanja. Estetska dimenzija najkorištenija je od strane pružatelja medijskih sadržaja koji pomoću slika i boja te ostalih estetskih obilježja kod gledatelja pokušavaju probuditi emocionalne efekte. Navedeno je posebno izraženo u medijskim sadržajima namijenjenima djeci rane i predškolske dobi kao što su crtići ili video-igre. Posljednja je dimenzija djelovanja koja podrazumijeva razvijanje sposobnosti za aktivno uključivanje pojedinca u interpretiranje prikazanih medijskih sadržaja.

Shodno navodima Tolić (2008) medijske kompetencije uključuju sposobnosti koje pojedinac unutar društva mora usvojiti, a odnose se na izgrađivanje kritičke refleksije prema ponuđenim medijskim sadržajima. Područja kojima se bave opće medijske kompetencije su: informacijsko područje, područje metodičko-didaktičke kompetencije i područje medijskog odgoja. Informacijsko područje odnosi se na

teorije i koncepte te način odabira i korištenja medijskih sadržaja dok područje metodičko-didaktičke kompetencije podrazumijeva odredbe za odabir i upotrebu određeno medijskog sadržaja u procesu učenja i korištenje medija kao pomoći u ostvarivanju odgojno-obrazovnog procesa. Područje medijskog odgoja odnosi se na analizu odgojno-obrazovnih zadataka u području medija koji mogu informirati ili manipulirati (Tolić, 2008).

Medijski odgoj kao poddisciplina medijske pedagogije, pojam je koji je usko povezan s medijskim kompetencijama te utječe na njihovo ovladavanje. Prema Miliši i Vertovšku (2009) medijski odgoj definira se kao odgoj s ciljem prepoznavanja medijskog djelovanja sa svrhom manipulacije ili obrazovanja, analize i procjene medijskih proizvoda ili prepoznavanja funkcije medijskog sadržaja. Kao jedni od ključnih zadataka medijskog odgoja ističu se autonomno i samokritično djelovanje, procjena i prepoznavanje koliko su pojedini medijski sadržaji bitni, osobno samoostvarenje putem medija te stjecanje multifunkcionalnog znanja.

## **7. RODITELJSKA ULOGA U IZGRADNJI ODNOSA MEDIJA I DJECE**

Prema navodima Kuterovac Jagodić i sur. (2016) roditelji imaju jednu od najvažnijih uloga u procesu odgoja i socijalizacije, a njihov značaj neizostavan je i prilikom kvalitetnog korištenja elektroničkih medija kod djece rane i predškolske dobi. Mediji utječu na dijete izravno odnosno putem medijskih sadržaja koje dijete gleda, te posredno gdje roditelji reguliraju djetetov pristup brojnim elektroničkim medijima i medijskim sadržajima i sudjeluju u tumačenju njihovog značenja.

Ilišin (2003) navodi kako svako sagledavanje utjecaja medijskih sadržaja na djecu uključuje upravo roditelje kao glavne medijske socijalizatore. Njihova važnost posebno se ističe kod djece rane i predškolske dobi koja se tek upoznaju s korištenjem medija i medijskim sadržajima. U odnosu roditelja, djece i medija ističu se tri moguća pristupa: restriktivan, nefokusirani i evaluativni. Restriktivan pristup temelji se na zabrani pretjeranog gledanja određenih medijskih sadržaja, ali kao takav ostvaruje najslabije rezultate u medijskom odgoju djece. Zajedničko konzumiranje medija od strane djece i roditelja koje je potaknuto uživanjem u istim medijskim sadržajima, a ne roditeljskom uključenosti i željom za oblikovanjem dječjeg viđenja obilježje je

nefokusiranog pristupa. Kao najefikasniji, ističe se evaluativni pristup kojeg karakterizira razgovor s djecom potaknut namjerom da im se pomogne u shvaćanju prirode i vrednovanju prikazanog medijskog sadržaja te prepoznavanju poruke. Za koji će se pristup roditelji odlučiti prvenstveno ovisi o vrsti obiteljske komunikacije. „Obiteljska komunikacija prepoznaje se kao dvodimenzionalna: socijalno orijentirana i konceptualno orijentirana komunikacija.“ (Ilišin, 2003, str. 17). Socijalno usmjerena komunikacija definira se kao komunikacija s ciljem održavanja međusobnih obiteljskih odnosa koji su lišeni argumenata, bijesa ili drugih oblika problematičnih ponašanja s ciljem održavanja harmoničnog stanja. Navedeno je karakteristično za radničke obitelji u kojima se elektronički mediji, naročito televizija, koriste češće. Konceptualno usmjerenu komunikaciju obilježava poticanje djece na izražavanje vlastitog mišljenja i stavova neovisno o njihovoj mogućoj neprihvatljivosti za društvenu sredinu, a ovakav model svojstven je obiteljima iz srednje klase koje obilježava manje gledanje televizije, biranje medijskih sadržaja od strane roditelja te kritički odnos prema ponuđenim sadržajima.

Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014) proveli su 2013. godine istraživanje s ciljem utvrđivanja koliko vremena djeca i roditelji provode koristeći elektroničke medije, uviđanja stavova roditelja o kvaliteti medijskih sadržaja u Republici Hrvatskoj te mišljenja roditelja o tome kada i tko bi njihovoj djeci trebao omogućiti kvalitetan medijski odgoj. U istraživanju je sudjelovalo 837 roditelja djece rane i predškolske dobi s područja Grada Zagreba. Rezultati istraživanja pokazali su kako 98,8% djece koristi određeni elektronički medij od čega je 75,85% djece s korištenjem medija započelo prije druge godine života. Navedeno svjedoči o važnosti podizanja svijesti i informiranja roditelja o nedostacima i opasnostima izlaganja djece medijima u ranoj dobi. Vrsta medija kojom se koriste roditelji te vrijeme koje provode uz elektroničke medije utječe na djecu zbog imitacije ponašanja i percipiranja roditelja kao uzora, a istraživanje je pokazalo kako 90,2% roditelja koristi neki od medija na dnevnoj bazi. Većina roditelja, njih 74%, smatra kako djeca do šeste godine života nisu svjesna negativnih utjecaja medijskih sadržaja, ali 68,1% vjeruje kako je medijski odgoj potreban djeci već od najranije dobi u svrhu usvajanja načina korištenja medija i uočavanja pozitivnih i negativnih medijskih sadržaja.

Prema Kuterovac Jagodić i sur. (2016, str. 63) uloga roditelja u odnosu djece i medija može se podijeliti u tri kategorije:

1. Preventivni roditeljski postupci
2. Roditeljski nadzor nad korištenjem medijskih platformi
3. Aktivno roditeljsko posredovanje u korištenju medijskih platformi

Preventivni roditeljski postupci odnose se na određivanje pristupa medijima s obzirom na sadržaj i vrijeme korištenja, praćenje i kontroliranje korištenih medijskih uređaja te pružanje primjera vlastitim navikama. Roditeljski nadzor nad korištenjem medijskih platformi podrazumijeva izbjegavanje svakodnevnog dugotrajnog korištenja elektroničkih medija, ne dopuštanje gledanja medijskih sadržaja do kasnih sati, osiguravanje dovoljno vremena za druge aktivnosti u slobodno vrijeme djeteta te korištenje različitih oblika tehničke zaštite od neprimjerenih sadržaja kao što su pinovi ili kodovi. Aktivno roditeljsko posredovanje u korištenju medijskih platformi odnosi se na međusoban razgovor vezan uz izbor medijskih sadržaja i razloge gledanja te komunikaciju s ciljem uviđanja djetetovog razumijevanja onoga što je pogledalo. Roditelji zauzimaju ulogu voditelja i interpretatora medija te iznose svoja mišljenja radi stvaranja dječje slike o pozitivnim i negativnim medijskim sadržajima. Navedeno pridonosi boljem razumijevanju, efikasnijem učenju i povećanoj kritičnosti djece prema sadržajima koji su im predstavljeni putem medija.

## **8. SLOBODNO VRIJEME I ELEKTRONIČKI MEDIJI**

Definicija slobodnog vremena prema Rosiću (2005) podrazumijeva razdoblje tijekom kojeg pojedinac ima potpunu slobodu oblikovati i ispunjavati raspoloživo vrijeme prema vlastitim željama, bez utjecaja vanjskih dužnosti ili obaveza. Kada govorimo o slobodnom vremenu u kontekstu djece rane i predškolske dobi te mladih onda pohađanje odgojno-obrazovne ustanove, obaveze vezane uz nju i slobodne aktivnosti predstavljaju rad, a preostalo vrijeme pripada kategoriji slobodnog vremena. Dijete ovakvu razliku između rada i slobodnog vremena upoznaje najkasnije polaskom u školu

Pedagogija slobodnog vremena bavi se pitanjima uvjeta i mogućnosti odgoja u slobodnom vremenu djece i mladih, sprječavanja negativnih utjecaja te korištenja slobodnog vremena za razvijanje učenja, stvaralaštva, kreativnosti i interesa.

Neadekvatno provođenje slobodnog vremena već kod djece rane i predškolske dobi može rezultirati razvijanjem neprihvatljivih oblika ponašanja i neadekvatnim reagiranjem. „Zadatak odgojitelja i roditelja je da djecu stalno, spontano, nenametljivo, prijateljski i dobronamjerno usmjeravaju i potiču na korištenje pozitivnih i korisnih aktivnosti slobodnog vremena, da ih poučavaju, odgajaju i kod njih razvijaju trajnu naviku racionalnog provođenja slobodnog vremena.“ (Rosić, 2005, str. 83).

Kao funkcija slobodnog vremena ističu se odmor, razonoda i razvoj ličnosti, a upotreba elektroničkih medija može, ovisno o medijskim sadržajima, služiti ispunjenju svake od navedenih funkcija. Odmor se ističe kao jedna od temeljnih potreba svake osobe, a aktivnosti koje su namijenjene odmaranju mogu biti brojne te ovisno o različitoj dobi ili spolu uključuju šetnju, društvene ili pokretne igre te manje izlete. Razonoda podrazumijeva aktivnosti kao što su različiti društveni ili kulturni sadržaji, a odnosi se na ostvarivanje zabave putem bavljenja sportom, različitih igara, gledanja televizije ili korištenja nekog drugog elektroničkog medija. Razvoj ličnosti kao funkcija slobodnog vremena podrazumijeva razvoj i izgrađivanje vlastite osobnosti pomoću aktivnosti iz zdravstvenog, fizičkog, moralnog, kulturnog ili tehničkog područja (Rosić, 2005).

Prema Rosiću (2005) u suvremenom svijetu obilježenom demokracijom, tolerancijom i cjeloživotnim učenjem, slobodno vrijeme postaje važan čimbenik razvoja djece i odraslih osoba te ga je potrebno koristiti učinkovito, planirano i sustavno. Korištenje elektroničkih medija u slobodno vrijeme omogućava različite modele učenja, stvaranja i kreativnog izražavanja ako se njihova upotreba prati od strane roditelja, a medijski sadržaji selektiraju ovisno o pozitivnim ili negativnim posljedicama na dječji razvoj.

Medijski sadržaji mogu biti pomoć pri učenju i ostvarivanju slobodnih aktivnosti djece i mladih. U ranoj i predškolskoj dobi djeca korištenjem medija u slobodno vrijeme mogu pronaći različite praktične materijale, savjete i informacije vezane uz teme koje ih zanimaju. Različiti elektronički mediji i sami po sebi postaju slobodna aktivnost jer omogućavaju gledanje crtanih filmova, igru, slušanje glazbe ili čitanje (Tomljenović i sur., 2018).



## 9. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

### 9.1 Cilj istraživanja

Prethodni teorijski aspekti doprinose postavljanju cilja istraživanja koji se temelji na utvrđivanju učestalosti korištenja elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi. Uz određivanje vremenskog perioda koje djeca provedu pred medijskim sadržajima, istraživanje odgovara i na pitanje koje elektroničke uređaje prema mišljenju roditelja djeca najčešće koriste te iz kojih razloga.

Također, cilj je odrediti odnos roditelja prema djetetovom korištenju elektroničkih medija odnosno istražiti koliko roditelji kontroliraju djetetovu izloženost određenim medijskim sadržajima postavljajući pravila korištenja.

Istraživanje je provedeno putem on-line ankete kojom su ispitani roditelji i skrbnici djece predškolske dobi. Anketa je konstruirana po uzoru na upitnik Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba koji je korišten u Nacionalnom istraživanju o izloženosti predškolske djece svim ekranima. Cjeloviti anketni upitnik, ustupljen uz suglasnost Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, dan je u *Prilogu 1*.

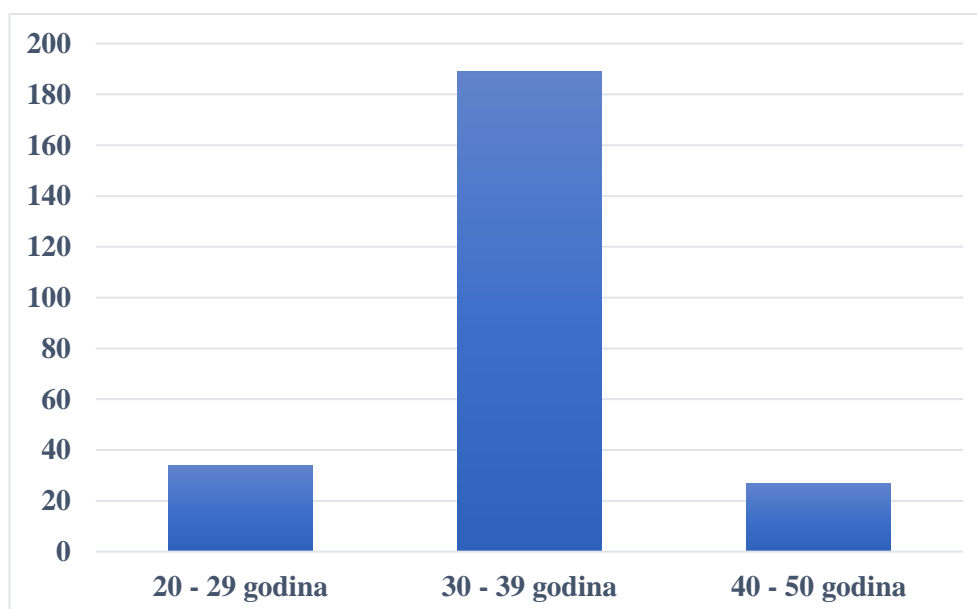
### 9.2 Metoda istraživanja i uzorak

Za potrebe rada provedeno je kvantitativno istraživanje u kojem je korištena *Anketa o upotrebi elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi*. Prema Lamza Posavec (2011) pojam ankete u širem smislu odnosi se na istraživačke postupke pomoću kojih se prikupljaju informacije o različitim karakteristikama pojedinaca ili društvenih skupina. Definiranje ankete u užem smislu podrazumijeva standardiziran postupak kojim se prikupljaju i analiziraju izjave odabranih ispitanika kako bi se stekao uvid o stavovima, mišljenju i preferencijama određenih društvenih skupina.

Navedena metoda izabrana je zbog svoje tri osnovne karakteristike: radi se o standardiziranom postupku prikupljanja podataka pomoću definiranih pitanja i odgovora, zaključivanje o određenoj pojavi temelji se na izjavama ispitanika, a ne na uvidu u samu pojavu i omogućeno je zaključivanje s uzorka na populaciju odnosno uopćavanje podataka (Lamza Posavec, 2011).

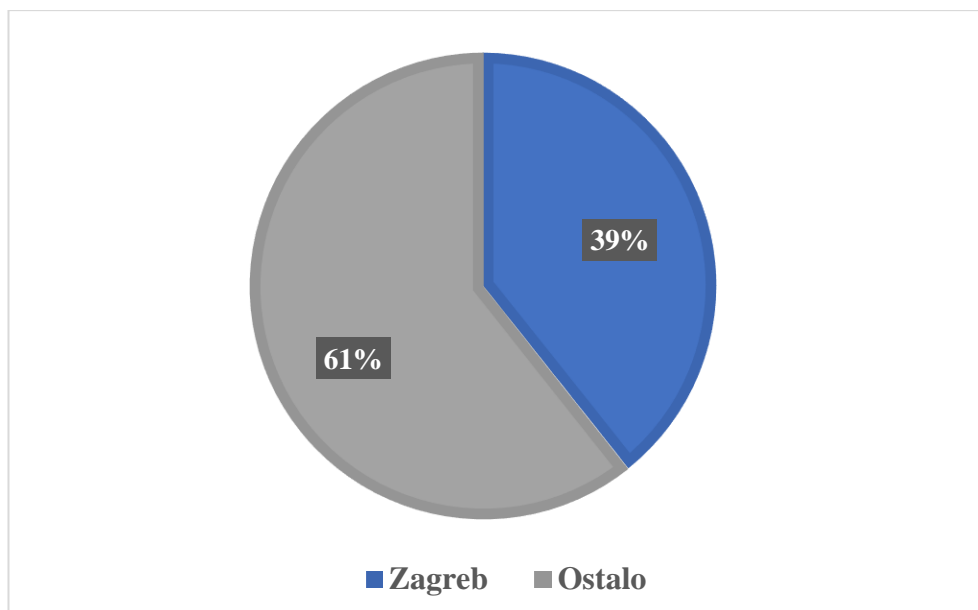
Anketa se sastoji od petnaest pitanja. Ispitanicima je anketa bila dostupna putem on-line obrasca od 1. travnja do 1. lipnja 2019. godine. Odgovori ispitanika odnosili su se na djecu predškolske dobi starosti od jedne do sedam godina. Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku od N=250 roditelja koji imaju pristup internetu. Spolnu strukturu uzorka čini 5 muškaraca (2%) i 245 žena (98%).

Raspon godina ispitanika kreće se od 20 do 50 godina. U dobnom razredu od 20 do 29 godina nalazi se N=34 roditelja odnosno 13,6 % ispitanika, a 189 roditelja odnosno 75,6% nalazi se u dobnom razredu od 30 do 39 godina starosti. U dobnom razredu od 40 do 50 godina nalazi se N=27 roditelja odnosno 10,8% (*Grafički prikaz 1*). Rezultati ukazuju kako je najveći broj ispitanika, njih 26, iz druge kategorije s 34 godine života.



*Grafički prikaz 1. Udio ispitanika po dobi*

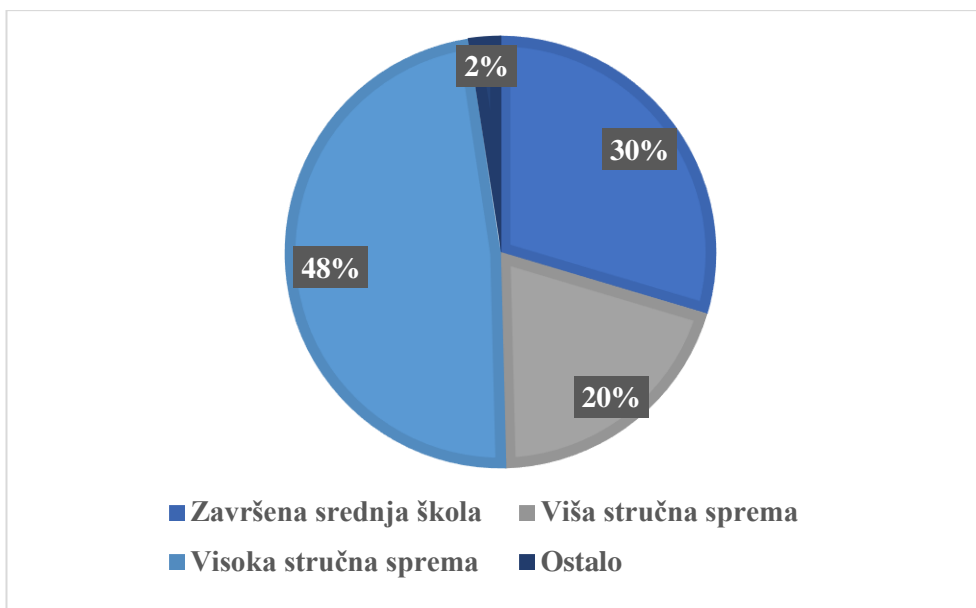
Kao trenutno mjesto stanovanja, N=234 ispitanika navodi područje Republike Hrvatske. Od ukupnog broja ispitanika njih 92 (39%) živi u Zagrebu dok 142 ispitanika (61%) živi u drugim gradovima, najviše na području Rijeke, Splita, Čakovca, Osijeka i Kutine (*Grafički prikaz 2*).



*Grafički prikaz 2. Udio ispitanika po mjestu stanovanja*

Za kategorizaciju ispitanika prema stupnju obrazovanja korištena je redosljedna skala s ponuđenim modalitetima: završena osnovna škola, završena srednja škola, viša stručna sprema, visoka stručna sprema i ostalo. Od ukupnog broja N=250 ispitanika, 74 ispitanika ima završenu srednju školu, 50 ispitanika višu stručnu spremu, 120 ispitanika svrstalo se u modalitet visoke stručne spreme dok se njih 6 svrstalo u modalitet ostalo. Temeljem odgovora ispitanih, modalitet *ostalo* primarno se odnosio na završen poslijediplomski studij odnosno poslijediplomski doktorski studij. Navedeni podaci prikazani su u *Grafičkom prikazu 3*.

U vrijeme ispitivanja 208 osoba nalazilo se u radnom odnosu dok je njih 42 nezaposleno.

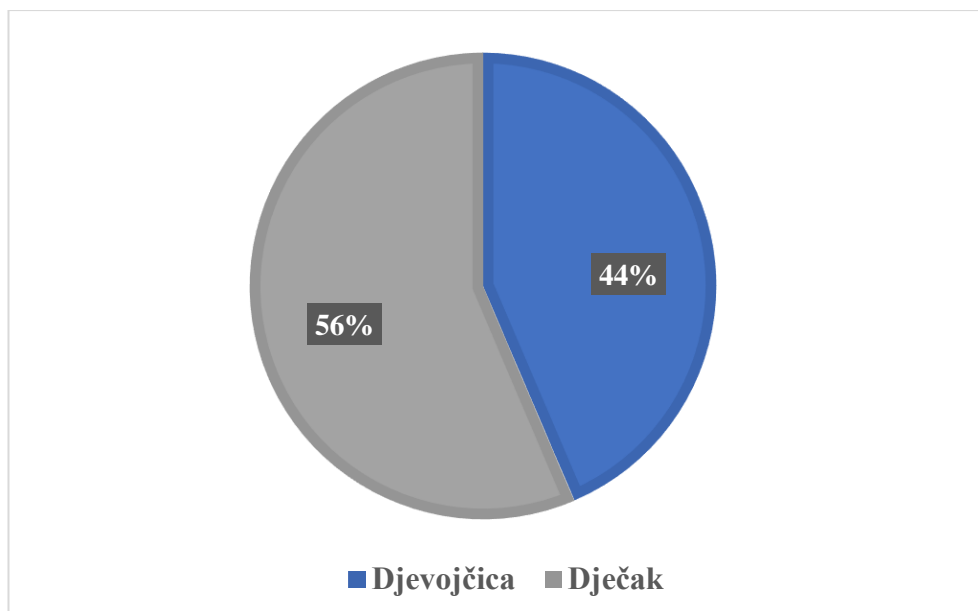


*Grafički prikaz 3. Udio ispitanika po obrazovanju*

Navedena pitanja služila su kao uvid u socio-demografske karakteristike obitelji u kojima djeca odrastaju. Analizirano je djetetovo vrijeme korištenja elektroničkih uređaja, razlozi i navike gledanja medijskih sadržaja kao i moguće zabrane odnosno ograničenja postavljena od strane roditelja.

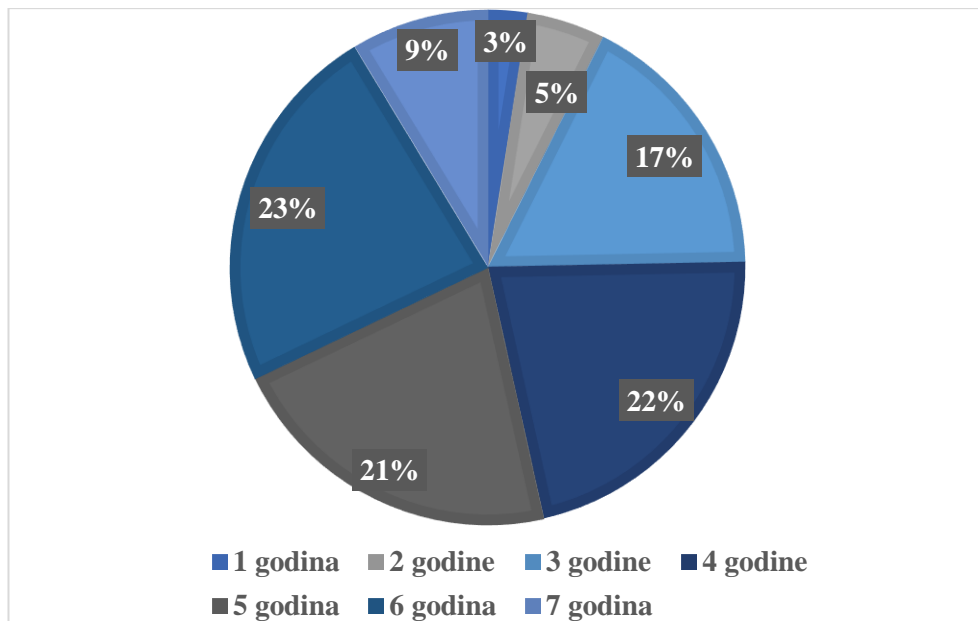
## 10. ANALIZA REZULTATA

Prema dobivenim rezultatima ankete ispitanici su se izjasnili o navikama korištenja elektroničkih medija za N=250 djece. Analizom udjela djece po spolu utvrđeno je kako se radi o blagoj dominantnosti muškog spola. Distribuciju čini 141 dječak što je 56% dok preostalih 44% čine djevojčice, njih 109 (*Grafički prikaz 4*).



*Grafički prikaz 4. Udio djece po dobi*

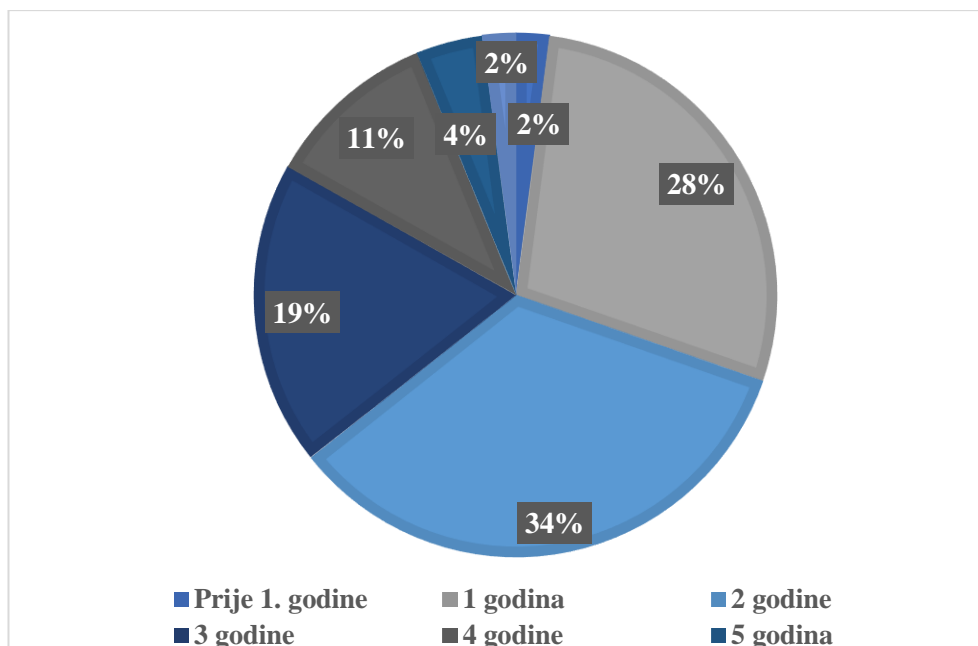
Dob djece ispitanika kreće se u intervalu od jedne do sedam godina. Prema *Grafičkom prikazu 5* vidljiva je distribucija po godinama starosti. U dobi od jedne godine je šestero djece odnosno 3% dok njih dvanaest odnosno 5% ima dvije godine. U dobi od tri godine nalazi se 42 djece odnosno 17%, u dobi od četiri godine je 53 djece (22%) dok je 52 djece (21%) u dobi od pet godina. 57 djece odnosno 23% u dobi je od 6 godina, a 21 dijete (9%) u dobi je od sedam godina. Iz navedenog se zaključuje kako je najviše djece u dobi od četiri, pet i šest godina te oni zajedno čine 65% ukupne distribucije djece ispitanika.



*Grafički prikaz 5. Udio djece po dobi*

Anketom prikupljeni podaci ukazuju kako su sva djeca počela koristiti barem jedan elektronički uređaj kao što su televizija, mobitel, računalo, tablet ili igrače konzole prije sedme godine života. Petero djece odnosno 2% započelo je koristiti elektroničke uređaje prije navršene prve godine života. Njih 69, odnosno 28% djece, putem elektroničkih uređaja počinje pratiti medijske sadržaje između prve i druge godine života. Navedeno pokazuje kako 74 djece ispitanika (30% ukupnog broja) počinje koristiti elektroničke medije prije druge godine života. S dvije navršene godine jedan od elektroničkih uređaja počinje koristiti 83 djece odnosno 34%, a s tri godine njih 46 odnosno 18%. S četiri godine medijske sadržaje počinje pratiti 26 djece točnije 11%, s pet godina njih deset odnosno 4%, a sa šest godina petero djece svih ispitanih roditelja odnosno 2% (*Grafički prikaz 6*).

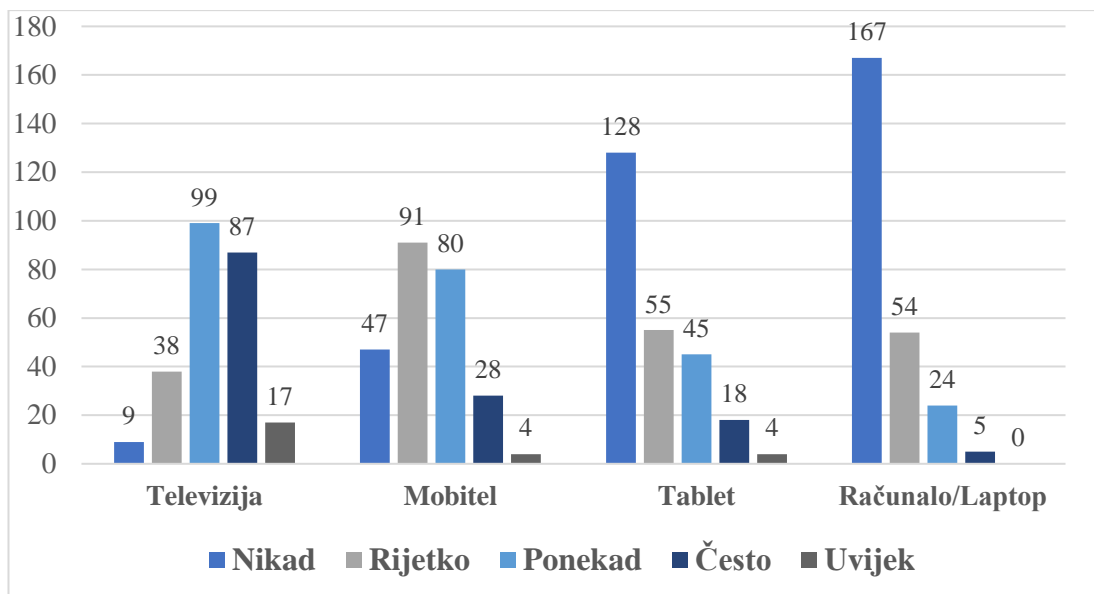
Korištenje elektroničkih medija kod djece sagledano prema njihovoj dobi, temeljeno na odgovorima ispitanika, sugerira kako je prisutan trend sve ranije izloženosti djece elektroničkim uređajima i njihovu korištenju.



Grafički prikaz 6. Kada djeca počinju koristiti elektroničke medije

Odnos elektroničkih medija i slobodnog vremena djece obuhvaćen je pitanjima o učestalosti korištenja elektroničkih uređaja te dnevnom prosjeku sati koje dijete iskoristi za bavljenje medijskim sadržajima. Kategorije učestalosti koje su ponuđene ispitanicima su: *nikad, rijetko, ponekad, često i uvijek*, pri čemu se pitanje odnosi na elektroničke uređaje televiziju, mobitel, tablet te računalo ili laptop.

Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je da ispitanici smatraju kako je televizija najkorišteniji elektronički uređaj među njihovom djecom. Navode kako od N=250, 99 djece odnosno 40% televiziju gleda ponekad, 87 djece odnosno 35% često, a 17 djece odnosno 7% uvijek. Mobitel se nalazi na drugom mjestu zastupljenosti pa ga 32 djece (13%) koristi često ili uvijek, 80 djece odnosno 32% ponekad, a 91 dijete odnosno 36% koristi ga rijetko. Najmanje je zastupljeno korištenje računala ili laptopa koje prema rezultatima 167 djece (67%) nikad ne koristi, 54 djece odnosno 22% koristi ih rijetko, a 24 djece odnosno 10% ponekad. Dok je tablet također slabije zastupljen 128 djece (51%) uopće ga ne koristi, 55 djece (22%) koristi ga rijetko, a 45 djece (18%) ponekad (Grafički prikaz 7).



Grafički prikaz 7. Učestalost korištenja elektroničkih uređaja

Dio ankete koji obuhvaća podatke o vremenskom periodu korištenja elektroničkih medija sadrži četiri pitanja: 1. *Koliko sati dnevno dijete provede gledajući televiziju?*, 2. *Koliko sati dnevno dijete gleda video sadržaje putem mobitela, tableta ili računala?*, 3. *Koliko sati dnevno dijete igra igre na mobitelu, tabletu ili računalu?* te 4. *Koliko sati dnevno dijete igra igre na igraćim konzolama?* Ponuđeni odgovori bili su: *uopće ne, do jedan sat, jedan do dva sata, dva do tri sata, tri do četiri sata te više od četiri sata.*

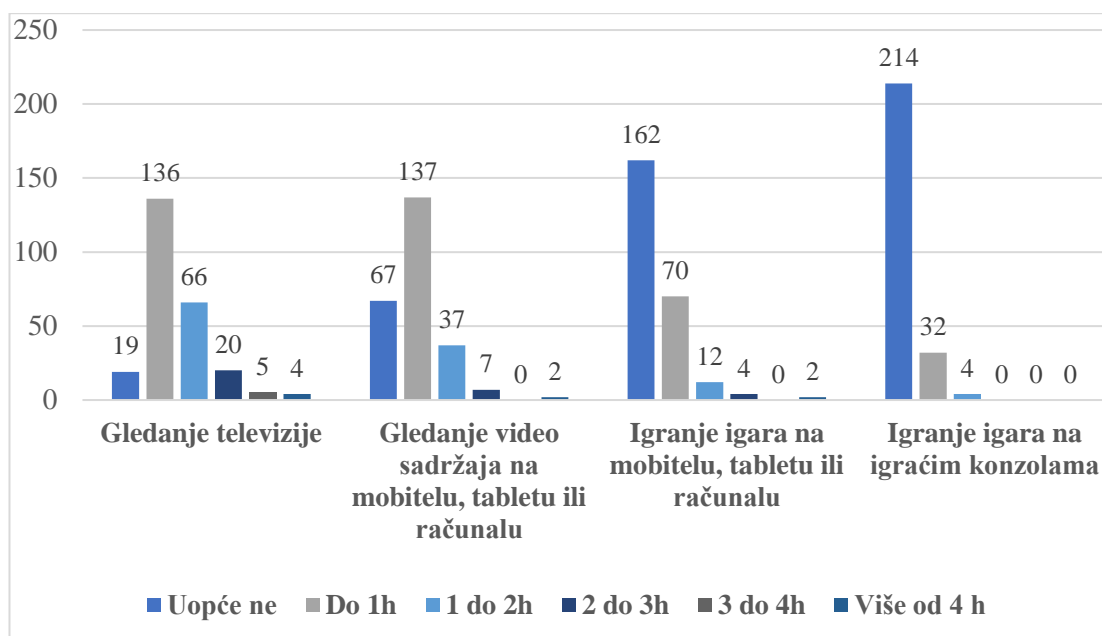
Za pitanje 1. *Koliko sati dnevno dijete provede gledajući televiziju?* rezultati ukazuju kako 4 djece odnosno 2% televiziju gleda više od četiri sata dnevno dok 5 djece odnosno 2% to čini tri do četiri sata u danu. Između dva i tri sata dnevno televiziju gleda 20 djece odnosno 8%, između jednog i dva sata dnevno to čini 66 djece (26%), a 136 djece odnosno 54% televizijske sadržaje prati do jednog sata dnevno. Dok 19 djece odnosno 8% televiziju ne gleda uopće.

Na pitanje 2. *Koliko sati dnevno dijete gleda video sadržaje putem mobitela, tableta ili računala?* dobiveni rezultati pokazuju kako dvoje djece odnosno 1% to čini više od četiri sata dnevno, sedmero djece odnosno 3% između dva i tri sata u danu, a 37 djece odnosno 15% u ovoj aktivnosti provode između jednog i dva sata dnevno. Gledanje video sadržaja na mobitelu, tabletu ili računalu do jednog sata dnevno prakticira 137 djece odnosno 55% dok navedeno uopće ne čini 67 djece (26%).



U pitanju 3. *Koliko sati dnevno dijete igra igre na mobitelu, tabletu ili računalu?* rezultati pokazuju da dvoje djece (1%) to čini više od četiri sata u danu. Između dva i tri sata dnevno u ovoj aktivnosti provodi 4 djece (2%) dok 12 djece odnosno 5% igra video igre između jednog i dva sata dnevno. 70 djece odnosno 27% u ovoj aktivnosti provodi do jednog sata dnevno dok ih 162 odnosno 65% uopće ne koristi navedene elektroničke uređaje za igranje različitih igara.

Za pitanje 4. *Koliko sati dnevno dijete igra igre na igraćim konzolama?* rezultati pokazuju kako se radi o aktivnosti kojom se djeca najmanje bave. Stoga 4 djece odnosno 2% provodi vrijeme u ovoj aktivnosti između jednog i dva sata dnevno, 32 djece odnosno 13% to čini do jednog sata dnevno, a 214 djece odnosno 85% uopće ne koristi igraće konzole (*Grafički prikaz 8*).



*Grafički prikaz 8. Dnevni prosjek bavljenja navedenim aktivnostima*

Prema dobivenim rezultatima može se zaključiti kako 89% djece dnevno provede između jednog i tri sata vremena gledajući televiziju, 72% djece između jednog i tri sata gleda različite video sadržaje putem nekog od elektroničkih uređaja, a 34% ih između jednog i tri sata igra različite video igre. Stoga se zaključuje kako su elektronički uređaji i medijski sadržaji pristupni u većem dijelu slobodnog vremena djece. Navedena činjenica navodi na postavljanje pitanja iz kojih razloga i na koji način djeca koriste spomenute medijske sadržaje.

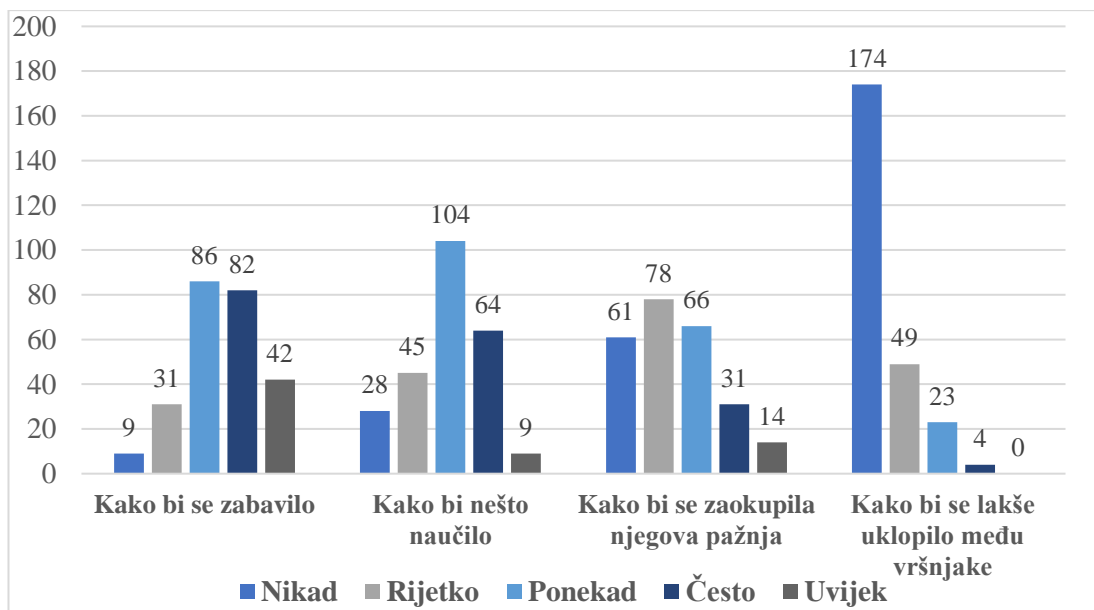
Za utvrđivanje uloge elektroničkih medija korištena je grupa pitanja kojima je cilj procijeniti u kojoj mjeri djeca koriste medijske sadržaje iz sljedećih razloga: *kako bi se zabavili, kako bi nešto naučili, kako bi se zaokupila njihova pažnja i kako bi se lakše uklopili među vršnjake*. Ponuđeno je pet kategorija učestalosti odnosno *nikad, rijetko, ponekad, često i uvijek*. Iz odgovora je vidljivo kako su razlozi korištenja kod djece najčešće ostvarivanje funkcija zabave i obrazovanja.

Rezultati ukazuju da od N=250 djece ispitanika, 17% djece uvijek koristi elektroničke uređaje kako bi se zabavilo, 32% djece to čini često dok ih 35% to čini ponekad. Također 12% djece rijetko koristi elektroničke uređaje za zabavu, a 4% nikad ne koristi elektroničke uređaje kao bi ostvarilo funkciju zabave.

Za pitanje *Koliko često djeca koriste elektroničke medije kako bi nešto naučila?* rezultati pokazuju kako 29% djece to čine često ili uvijek. Kod 42% djece mediji ponekad služe usvajanju novih znanja, a 18% djece rijetko koristi medijske sadržaje kako bi nešto naučila. Obrazovna funkcija nije zastupljena kod 11% djece.

Za pitanje *Koliko često se koriste elektronički uređaji kako bi se zaokupila djetetova pažnja?* rezultati pokazuju da 18% ispitanika navedeno procijenuje sa često ili uvijek, a 26% kako elektronički mediji ponekad služe zaokupljanju djetetove pažnje. Kod 31% ispitanika ovo je označena kao uloga koju mediji zauzimaju rijetko dok kod 24% ispitanika mediji nikad ne služe ostvarivanju ove funkcije.

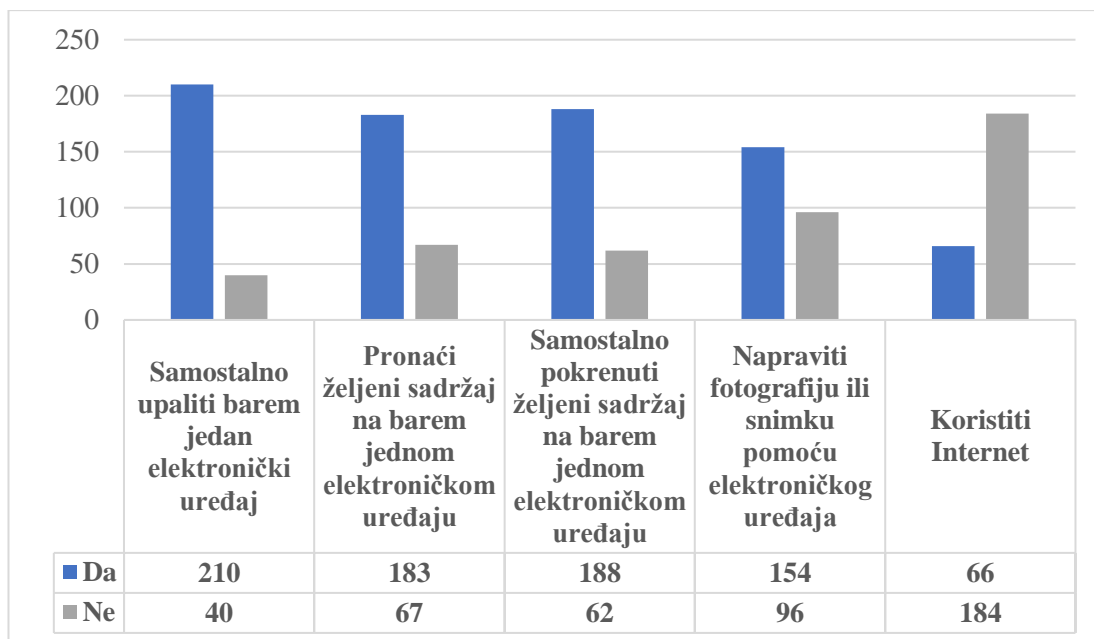
Za pitanje *Koliko često dijete koristi elektroničke uređaje kako bi se lakše uklopilo među vršnjake?* rezultati ukazuju kako navedeno uglavnom nije zastupljeno kod djece predškolske dobi. Stoga tek kod 1% djece mediji često ili uvijek služe lakšem uklapanju među vršnjake. Kod 9% djece medijski sadržaji ponekad služe lakšem ostvarivanju socijalnih interakcija, kod 20% to čine rijetko, a kod 70% djece tome ne služe nikad (*Grafički prikaz 9*).



*Grafički prikaz 9. Razlozi korištenja elektroničkih medija kod djeteta rane i predškolske dobi*

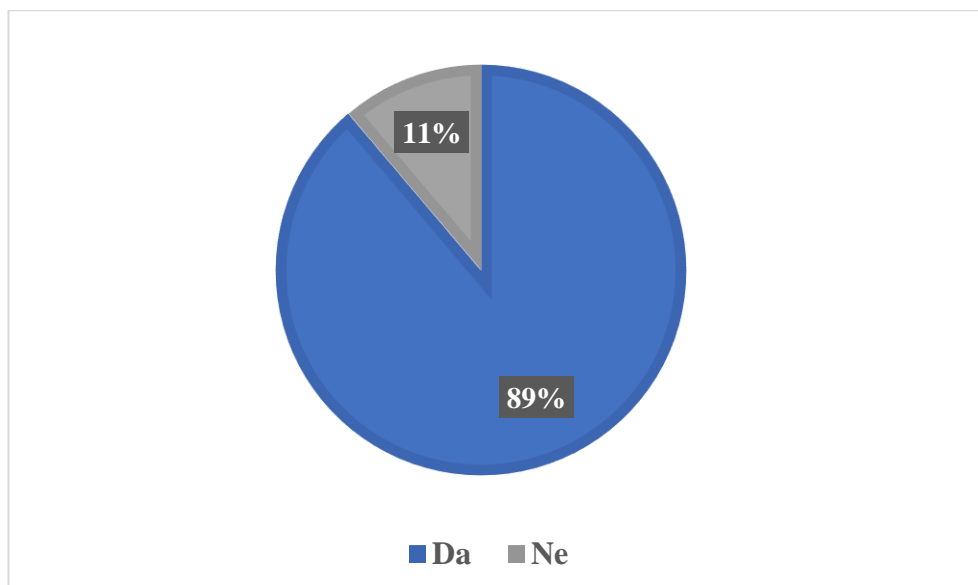
Medijska pismenost te medijske kompetencije djece procjenjivali su se putem pitanja koja su uključivala sljedeće promatrane aktivnosti: samostalno uključivanje barem jednog elektroničkog uređaja, pronalazak željenog medijskog sadržaja na elektroničkom uređaju, pokretanje željenog medijskog sadržaja, korištenje elektroničkog uređaja za snimanje ili fotografiranje te korištenje Interneta.

Na pitanje *Zna li dijete samostalno upaliti barem jedan elektronički uređaj?* rezultati pokazuju kako je 84% djece samostalno u navedenoj aktivnosti dok ih 16% u tome i dalje treba pomoć odrasle osobe. Kod pronalazanja željenih medijskih sadržaja na elektroničkom uređaju 73% djece pokazuje samostalnost dok 27% djece navedene sadržaje ne pronalazi samostalno. Ispitanici su procijenili kako 75% djece zna samostalno pokrenuti željeni medijski sadržaj na barem jednom elektroničkom uređaju dok ih 62% može napraviti fotografiju ili snimku pomoću elektroničkog uređaja. Prema prikupljenim rezultatima zaključuje se kako su ispitanici jedino na posljednje pitanje, zna li dijete koristiti Internet, u većem postotku odgovorili negativno. Stoga se 74% djece ne služi internetom dok ih 26% to čini (*Grafički prikaz 10*).



Grafički prikaz 10. Sposobnosti djeteta vezane uz elektroničke medije

Kako bi se odredila uključenost ispitanika u odnos elektroničkih medija i njihove djece procjenjivalo se određivanje pravila pri korištenju elektroničkih uređaja te definiranje navedenih pravila. Na pitanje određuju li pravila pri korištenju elektroničkih medija 222 ispitanika odnosno 89% izjasnilo se kako su djetetu odredili pravila pri korištenju dok 28 roditelja odnosno 11% djeci pri korištenju medija ne određuje pravila (*Grafički prikaz 11*).



Grafički prikaz 11. Roditeljsko određivanje pravila pri korištenju elektroničkih medija

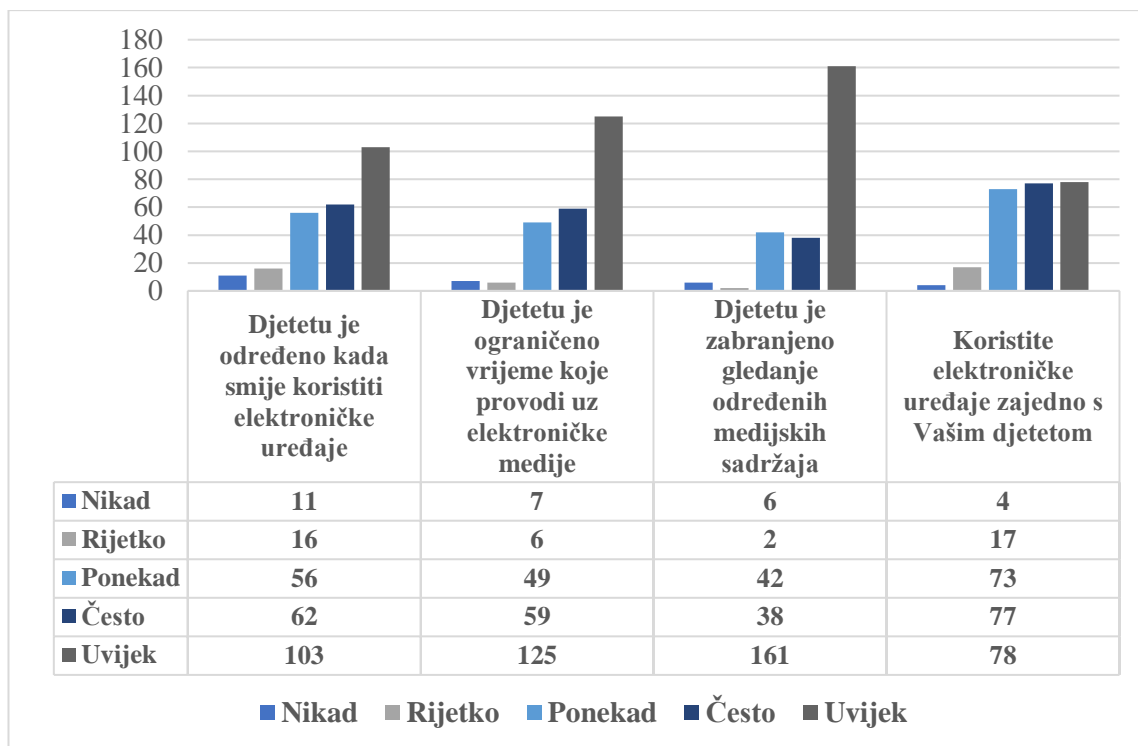
Pri definiranju određenih pravila ispitanici su kroz pet kategorija učestalosti (*nikad, rijetko, ponekad, često i uvijek*) određivali je li njihovom djetetu određeno kada smije koristiti elektroničke uređaje, jesu li ograničili vrijeme koje dijete može provoditi uz elektroničke uređaje, je li djetetu zabranjeno gledati određene medijske sadržaje te koliko često zajedno s djetetom sudjeluju u korištenju elektroničkih uređaja.

Na pitanje *Je li djetetu određeno kada smije koristiti elektroničke uređaje?* 103 roditelja odnosno 41% procijenilo je kako uvijek određuje kada dijete smije koristiti određeni elektronički uređaj dok 25% to čini često. 22% roditelja ponekad određuje u koje vrijeme dijete smije gledati medijske sadržaje, a 12% to čini rijetko ili nikada.

Iz prikupljenih odgovora na pitanje *Je li djetetu ograničeno vrijeme koje smije provoditi uz elektroničke uređaje?* zaključuje se kako samo 50% roditelja ograničava koliko vremena dnevno njihova djeca mogu provesti uz elektroničke uređaje. 24% roditelja to čini često, a 20% ponekad. Međutim 5% roditelja rijetko ili nikada djetetu ograničava vrijeme koje smije provesti koristeći elektroničke uređaje.

Na pitanje *Je li djetetu zabranjeno gledati određene medijske sadržaje?* najveći postotak ispitanika odnosno 65% roditelja odgovorilo je kako djetetu uvijek zabranjuje gledanje određenih neprimjerenih medijskih sadržaja, 15% to čini često dok 17% to čini samo ponekad. No, 3% roditelja djeci rijetko ili nikad ograničava odnosno zabranjuje gledanje određenih medijskih sadržaja.

Na pitanje *Koliko često zajedno s djetetom sudjeluju u korištenju elektroničkih uređaja?* 31% roditelja izjasnio se kako to čini uvijek, 31% to čini često dok se 30% ponekad uključuje u zajedničko praćenje medijskih sadržaja. Također, 7% roditelja rijetko koristi elektroničke uređaje zajedno sa svojom djecom, a 2% to ne čini nikada (*Grafički prikaz 12*).



Grafički prikaz 12. Roditeljsko definiranje pravila pri korištenju elektroničkih medija

## 11. ZAKLJUČAK

Ekspanzija elektroničkih medija dovodi do sve veće potrebe za analiziranjem i praćenjem njihove svakodnevne upotrebe od strane djece rane i predškolske dobi. Medijski sadržaji, ovisno o različitim čimbenicima, utječu na proces dječje socijalizacije kao i na različita područja dječjeg razvoja. Kako bi taj utjecaj bio pozitivan važno je ukloniti potencijalno štetne medijske sadržaje koji uključuju nasilje, neprimjerene medijske sadržaje ili oglašavanje s ciljem manipulacije. Stoga poznavanje medijske pedagogije te promicanje važnosti medijske pismenosti i medijskih kompetencija postaju prioritetne zadaće. Unutar zakonodavnog okvira djeluju propisi koji ističu odgovornost medija za prikazane sadržaje s ciljem osiguravanja pravilnog djetetovog razvoja. Neizostavnu ulogu imaju i roditelji čiji je zadatak regulirati djetetov pristup brojnim elektroničkim medijima i medijskim sadržajima te sudjelovati u tumačenju njihovog značenja.

Rezultati provedenog istraživanja pokazuju rastući trend izloženosti djece elektroničkim medijima već od najranije dobi. Čak 30% ukupnog broja djece ispitanih roditelja bilo je izloženo medijskim sadržajima prije navršene druge godine života što je u suprotnosti s preporukama Svjetske zdravstvene organizacije i Američke akademije za pedijatriju. Dobiveni rezultati pokazuju i kako 89% djece dnevno provede između jednog i tri sata vremena gledajući televiziju, a 72% djece između jednog i tri sata gledajući različite video sadržaje putem nekog od elektroničkih uređaja. Iz navedenog se zaključuje kako je korištenje elektroničkih medija jedna od glavnih aktivnosti u slobodnom vremenu djece. Posebno se žele naglasiti razlozi korištenja elektroničkih medija jer većina djece medije koristi kako bi se zabavila ili kako bi se zaokupila njihova pažnja dok ih tek 29% uvijek ili često medije koristi kako bi nešto naučili. Također ističe se potreba za većom uključenosti i određivanjem pravila od strane roditelja kako bi se selektirali neprimjereni sadržaji te osigurao pravilan dječji razvoj. Za ostvarivanje navedenog potrebna je veća društvena uključenost te razvijanje medijske kulture kod svih čimbenika odgojno obrazovnog procesa djece predškolske dobi.

## LITERATURA

Anić, V. (1998). *Rječnik hrvatskog jezika*. Zagreb: Novi Liber.

Blažević, N. (2012). Djeca i mediji – odgoj na »televizijski« način. *Nova prisutnost: časopis za intelektualna i duhovna pitanja*, 10(3), 479-493.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2014) Media Education from the Perspective of Parents of Preschool Children: Challenges and Trends in Free Time Media Use. *Medijska istraživanja*, 20 (2), 53-67.

Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2018). *Razvoj medijske pismenosti – Pozitivni i negativni medijski sadržaji*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.

Comon Sense Media (2017). Izvještaj o utjecaju rodnih stereotipa u filmovima i na televiziji na dječji razvoj. Preuzeto s [https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/common sense\\_watchinggender-topline\\_release.pdf](https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/common sense_watchinggender-topline_release.pdf) 19. lipnja 2019.

Flego, M. (2011). Zaštita prava djece u medijima: Iz prakse ureda pravobraniteljice za djecu. U L. Ciboci, I. Kanižaj, D. Labaš (Ur.) *Djeca medija: Od marginalizacije do senzacije* (str. 65-83). Zagreb: Matica hrvatska

Gunter B., McAleer J. (1997). *Children & Television*. New York: Routledge.

Hrvatski jezični portal (2016). Preuzeto s <http://hjp.znanje.hr/> 10. svibnja 2019.

Ilišin V., Marinović Bobinac A., Radin F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.

Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9 (2), 9–34.

Jurčević Lozančić, A. (2016). *Socijalne kompetencije u ranome djetinjstvu*. Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R. (1999). *Život s medijima - priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje*. Zagreb: Doron.

Kuterovac Jagodić G., Lebedina Manzoni M., Štulhofer A. (2016). *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.



Lamza Posavec, V. (2011). *Kvantitativne metode istraživanja: anketa i analiza sadržaja*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

Miliša, Z., Tolić, M. (2008). Određenje medijske pedagogije s komunikacijskog aspekta. *MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 2 (4) 113-130.

Miliša, Z., Vertovšek, N. (2009). Mediji kao manipulatori. U Z. Miliša, M. Tolić, N. Vertovšek (Ur.) *Mediji i mladi – prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji* (str-13-92). Zagreb: Sveučilišna knjižara

Narodne novine (2003.). Zakon o medijima. Preuzeto s [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003\\_10\\_163\\_2338.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_163_2338.html) 19. lipnja 2019.

Narodne novine (2008). Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti. Preuzeto s [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008\\_04\\_47\\_1604.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_47_1604.html) 25. svibnja 2019.

Narodne novine (2009). Zakon o elektroničkim medijima. Preuzeto s [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009\\_12\\_153\\_3740.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_12_153_3740.html) 25. svibnja 2019.

Narodne novine (2015). Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima. Preuzeto s [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015\\_03\\_28\\_597.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_03_28_597.html) 25. svibnja 2019.

Novak, B. (2016). *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: Masmedia.

Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk - Hrvatsko sociološko društvo.

Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017). Nacionalno istraživanje o izloženosti predškolske djece svim ekranima. Preuzeto s <https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/screen-time-prvo-nacionalno-istrazivanje-poliklinike-o-izlozenosti-predskolske-djece-svim-ekranima-2/> 20. svibnja 2019.

Pregrad, J., Tomić Latinac, M., Mikulić, M., Šeparović, N. (2010). *Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima*. Zagreb: Ured UNICEF-a za Hrvatsku.

Rosić, V. (2005). *Slobodno vrijeme – slobodne aktivnosti*. Rijeka: Naklada Tagar.

- Sigman, A. (2010). *Daljinski upravljani*. Velika Mlaka: Ostvarenje.
- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 18(1), 5-33.
- Tolić, M. (2008). Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji. *Acta Iadertina*, 5(1), 1-13.
- Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 50(22), 97-103.
- Tomljenović R., Ilej M., Banda G. (2018). *Djeca i mediji – Knjižica za roditelje i skrbnike djece*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
- UNICEF (2017). Konvencija o pravima djeteta. Preuzeto s [https://www.unicef.hr/wpcontent/uploads/2017/05/Konvencija\\_20o\\_20pravima\\_20djeteta\\_full.pdf](https://www.unicef.hr/wpcontent/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf) 24.svibnja 2019.
- Valković, J. (2016). Utjecaj medija na socijalizaciju. *Riječki teološki časopis*, 47 (1), 99-116.
- Zgrabljic Rotar, N. (2005). Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaj i medijski utjecaji. U Nada Zgrabljic Rotar (Ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo* (str. 9-44). Sarajevo: Mediacentar

## **PRILOZI**

### **Prilog 1. Anketa o upotrebi elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi**

Poštovani,

pred Vama se nalazi kratka anketa koja se provodi u svrhu pisanja završnog rada na temu "Upotreba elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi".

Sudjelovanje u istraživanju u potpunosti je anonimno te Vas molim da na postavljenih 15 pitanja odgovorite iskreno i otvoreno. Dobiveni podaci neće se promatrati pojedinačno za svako dijete već će se koristiti u svrhu obrade podataka na razini svih sudionika.

Hvala Vam na suradnji!

#### **PODACI O OSOBI KOJA ISPUNJAVA ANKETU**

##### 1. Spol

- muško
- žensko

##### 2. Vaš odnos prema djetetu

- otac
- majka
- ostalo

##### 3. Vaša dob

\_\_\_\_\_

##### 4. Vaša stručna sprema

- završena osnovna škola
- završena srednja škola (SSS)
- viša stručna sprema (VŠS)
- visoka stručna sprema (VSS)
- ostalo

5. Trenutno zaposlenje

- zaposlen (stalni ili privremeni radni odnos)
- nezaposlen
- u mirovini

6. Mjesto stanovanja

- Zagreb
- Ostalo

PODACI O DJETETU

7. Dob djeteta

\_\_\_\_\_

8. Spol djeteta

- muško
- žensko

9. S koliko godina je dijete počelo koristiti elektroničke uređaje (TV, mobitel, računalo, tablet, igraće konzole)?

\_\_\_\_\_

10. Koliko često dijete koristi navedeni elektronički uređaj?

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
1. Televizor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Mobitel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Računalo/Laptop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Igraće konzole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(npr. Playstation, Xbox, Nintendo)

11. Koliko sati dnevno u prosjeku Vaše dijete provodi u sljedećim aktivnostima?

	Uopće ne	Do 1h	1 do 2h	2 do 3h	3 do 4h	4h ili više
1. Gledanje TV-a	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Gledanje video sadržaja putem mobitela, tableta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Igranje igara na mobitelu, tabletu ili računalu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Igranje igara na igračim konzolama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Moje dijete:

1. ... zna samostalno upaliti barem jedan elektronički uređaj.

- Da
- Ne

2. ... zna pronaći željeni sadržaj na barem jednom elektroničkom uređaju

- Da
- Ne

3. ... zna samostalno pokrenuti željeni sadržaj na barem jednom elektroničkom uređaju.

- Da
- Ne

4. ... zna napraviti fotografiju ili snimku pomoću elektroničkog uređaja.

- Da
- Ne

5. ... zna koristiti internet.

- Da
- Ne

13. Procijenite u kojoj mjeri Vaše dijete koristi elektroničke uređaje iz sljedećih razloga:

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
1. Kako bi se zabavilo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Kako bi nešto naučilo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Kako bi se zaokupila njegova pažnja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Kako bi se lakše uklopilo među vršnjake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Jeste li djetetu odredili pravila korištenja elektroničkih uređaja?

- Da
- Ne

15. Procijenite u kojoj se mjeri sljedeće tvrdnje odnose na Vaše dijete:

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
1. Djetetu je određeno kada smije koristiti elektroničke uređaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Djetetu je ograničeno vrijeme koje provodi uz elektroničke medije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Djetetu je zabranjeno gledanje određenih medijskih sadržaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Koristite elektroničke uređaje zajedno s Vašim djetetom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Izjava o samostalnoj izradi rada

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad pod nazivom „*Upotreba elektroničkih medija u slobodno vrijeme djece predškolske dobi*“, koji sam predala na ocjenu mentorici red. dr. sc. Anki Jurčević Lozančić i sumentorici dr. sc. Editi Rogulj, isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na literaturu navedenu na kraju rada. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši autorska prava ili etička pravila znanstvenog i akademskog rada.

Studentica

U Zagrebu, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(potpis)