

# Sadržaji suvremenih medija i djece rane i predškolske dobi

---

Čižmek Kovač, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

*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:147:384144>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-25**

*Repository / Repozitorij:*

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



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

**MAJA ČIŽMEK KOVAČ  
ZAVRŠNI RAD**

**SADRŽAJI SUVREMENIH MEDIJA I  
DJECA RANE I PREDŠKOLSKE DOBI**

**Petrinja, rujan 2020.**

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

**ZAVRŠNI RAD**

**Ime i prezime pristupnika: Maja Čižmek Kovač**

**Tema: Sadržaji suvremenih medija i djeca rane i predškolske dobi**

**MENTOR: izv. prof. dr. sc. Vladimira Velički**

**SUMENTOR: Božica Vuić, predavač**

**Petrinja, rujan 2020.**

## SADRŽAJ

SADRŽAJ .....	1
Sažetak .....	2
Summary .....	3
1. UVOD .....	4
2. SUVREMENI MEDIJI .....	6
2.1. ZNAČENJE POJMA: MASOVNI MEDIJI.....	7
2.2. DIGITALIZIRANO DOBA .....	8
2.3. OBILJEŽJA DIGITALNE KOMUNIKACIJE .....	10
2.4. EDUKATIVNI I ZABAVNI MEDIJSKI SADRŽAJI .....	12
2.5. KONZUMERIZAM I NASILJE U MEDIJSKIM SADRŽAJIMA .....	13
2.6. NASILNI SADRŽAJI U EKRANIZACIJAMA POZNATIH DJEČJIH PRIČA .....	18
3. DJECA RANE I PREDŠKOLSKE DOBI .....	23
3.1. JEZIČNO-GOVORNI RAZVOJ DJETETA .....	24
3.1.1 KORIŠTENJE EKRANA U SVRHE OBRAZOVANJA.....	26
3.2. MEDIJI KAO DIO DNA NAJMLADIH NARAŠTAJA .....	27
3.3. FIZIČKA INAKTIVNOST DJECE .....	27
4. MEDIJSKA PISMENOST RODITELJA I ODGOJITELJA .....	29
4.1. ŠTO JE MEDIJSKA PISMENOST? .....	29
4.2. RODITELJI – NAJVAŽNIJI IZVOR SOCIJALIZACIJE .....	30
4.3. MEDIJSKA PISMENOST ODGOJITELJA.....	32
5. ZAKLJUČAK.....	34
LITERATURA .....	36
IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI RADA .....	40

## **Sažetak**

21. stoljeće možemo opisati kao digitalizirano doba gdje su mediji „dio DNA najmlađih generacija”. Uz sve prednosti koje suvremena tehnologija i digitalizacija donose ljudima, potrebno je razvijati kritičku svijest, posebno prema medijskim sadržajima.

U ovome radu stavljen je naglasak na analizu suvremenih medijskih sadržaja te njihovom utjecaju i odnosu prema djeci rane i predškolske dobi. U svrhu dubljega razumijevanja utjecaja medija i sadržaja kojega isti prenose, u radu se prvo prikazuju značajke suvremenih medija te obilježja digitalne komunikacije.

S jedne strane, medijski sadržaji mogu biti edukativni i zabavni, dok s druge strane, konzumerizam i nasilje u medijskim sadržajima ozbiljan su problem s kojim se, na odgovaran način, trebaju suočavati roditelji te svi djelatnici odgojno-obrazovnoga sustava. Posljedice koje mogu nastati prilikom neprimjerenoga korištenja medija od strane djece rane i predškolske dobi odnose se na njihov jezično-govorni razvoj, fizičku inaktivnost, socijalizaciju te općenito zahvaćaju sve aspekte djetetova života i načina odrastanja.

Stoga je nužno da roditelji, uz pomoć odgojitelja, budu ravnopravni partneri predškolske ustanove te u svakodnevnom radu s djecom nastoje razvijati medijsku pismenost svoje djece. Štoviše, od odgojitelja predškolske ustanove očekuje se cjeloživotno obrazovanje koje uključuje i obrazovanje za medijsku pismenost s obzirom da u suvremenom načinu življenja roditelji sve manje vremena provode sa svojom djecom, dok su istodobno djeca sve više izložena različitim medijskim sadržajima.

**KLJUČNE RIJEČI:** djeca rane i predškolske dobi, mediji, medijska pismenost, sadržaji suvremenih medija.

## **Summary**

We can describe the 21st century as digitized to that level that media is "part of the DNA of the youngest generations." With all the benefits that modern technology and digitalization bring to people, it is necessary to develop a critical awareness, especially towards media content.

In this paper, emphasis is placed on the analysis of contemporary media content and their impact and relation towards children of early and preschool age.

In order to better understand the influence of media and the content they transmit, the paper first presents the features of modern media and the characteristics of digital communication.

On the one hand, media content can be educational and entertaining, while on the other hand, consumerism and violence in media content are serious problems that parents and all employees of the educational system should face in an appropriate way.

The consequences that may arise from the inappropriate use of the media by children of early and preschool age relate to their language and speech development, physical inactivity, socialization and generally affect all aspects of the child's life and way of growing up.

Therefore, it is necessary that parents, with the help of educators, be equal partners of the preschool institution and in their daily work with children strive to develop media literacy of their children.

Moreover, preschool educators are expected to have a lifelong education that includes media literacy education, given that in the modern way of life, parents spend less and less time with their children and more and more children are brought up by the media.

**KEY WORDS:** children of early and preschool age, contents of modern media, media literacy.

## 1. UVOD

„Živimo u svijetu u kojem su mediji posvuda prisutni, a u nekim državama djeca provode više vremena pred televizorom nego u školi” (Foretić i sur., 2009, str. 382). Utjecaj i moć medija neupitno utječu na način i stil života svakog pojedinca dok su djeca i mladi posebna rizična skupina. Dok su mediji, s jedne strane, sredstvo komunikacije te razmjene brojnih informacija, s druge strane, postoje brojni negativni utjecaji sadržaja suvremenih medija. Koliko medijski sadržaji mogu utjecati na djecu uvidjelo se još 1982. godine kada su predstavnici 19 zemalja jednoglasno prihvatili *Deklaraciju o odgoju za medije* na UNESCO-ovu međunarodnom simpoziju „Odgoj za medije” u Grünwaldu u SR Njemačkoj (Foretić i sur., 2009, str. 382). Važno je naglasiti kako se navedenom deklaracijom nije željelo boriti protiv medija već potaknuti na medijski odgoj u svrhu pravilne uporabe medija. Štoviše, nikada nije prerano započeti s medijskim odgojem djece što znači da odgovornost pripada prvenstveno roditeljima i skrbnicima, zatim odgojiteljima u predškolskim ustanovama nakon čega i svim ostalim djelatnicima u odgojno-obrazovnim ustanovama. Dovoljno je osvrnuti se oko sebe i pogledati koliko su djeca izložena različitim medijskim sadržajima koje koriste bez nadzora odraslih te bez vremenskoga ograničenja i to u ono vrijeme kada bi bilo normalno i djeci prirodno da se igraju na otvorenom s drugom djecom i uživaju u svojem djetinjstvu. „Novija istraživanja u razvijenim zemljama upućuju na to da djeca gledaju televiziju prosječno tri do četiri sata na dan” (Foretić i sur., 2009, str. 382). Uz to, ključno je pitanje sadržaja suvremenih medija te njihovog utjecaja na djecu rane i predškolske dobi što je tema ovoga završnog rada kako bi se na kritički način uvidjele moguće pozitivne i negativne strane koje mediji prenose na djecu. Štoviše, cilj je razvijati svijest o tome da medijska pismenost mora postati imperativ odgoja i obrazovanja u današnjem društvu. U svrhu toga, ovaj završni rad se sastoji od 3 glavna poglavlja. U prvome poglavlju pod nazivom *Suvremeni mediji* opisano je značenje pojma suvremenih medija, zatim je opisano 21. stoljeće kao digitalizirano doba te koje su karakteristike digitalne komunikacije. Nakon toga, slijedi obrada edukativnih i zabavnih medijskih sadržaja te nasuprot tome, prisutnost konzumerizma i nasilja u medijskim sadržajima gdje se nalazi i analiza verbalnih sadržaja izabranih reklama namijenjenima djeci. Također, u prvome poglavlju obrađeni su izabrani nasilni sadržaji u ekranizacijama poznatih dječjih priča gdje se iz usporedbe nasilnoga

sadržaja u bajkama i crtanim filmovima *Simsale Grimm* iznose zaključci o utjecaju bajki i medija na djecu. Nadalje, u drugome poglavlju završnoga rada pod nazivom *Djeca rane i predškolske dobi* prikazuje se proces jezično-govornoga razvoja djeteta u svrhu prikaza dječjih osobina na koje sadržaji suvremenih medija neupitno ostavljaju duboke tragove i utječu na cjelokupan kasniji rast i razvoj djeteta. Štoviše, mediji su opisani kao „dio DNA najmlađih naraštaja” te je fizička inaktivnost djece izdvojena i opisana kao jedna od bitnih negativnih posljedica prekomjerne i nekontrolirane izloženosti utjecaju medija. Konačno, treće poglavlje rada se naziva *Medijska pismenost roditelja i odgojitelja* gdje se opisuje značenje medijske pismenosti, roditelje kao najvažnije izvore socijalizacije te medijska pismenost odgojitelja. Na kraju, iz prethodno opisane razrade, slijedi zaključak koji se temelji na relevantno korištenoj znanstvenoj i stručnoj literaturi te samostalnom istraživanju i analiziranju aktualne i izazovne teme o sadržajima suvremenih medija i djeci rane i predškolske dobi.



## 2. SUVREMENI MEDIJI

Početak 21. stoljeća može se opisati kao digitalizirano doba u kojemu prevladavaju suvremeni mediji kao neizostavni dio svakodnevnoga života suvremenoga čovjeka koji putem medija komunicira, prima i razmjenjuje informacije. Štoviše, djeca se rađaju okružena medijima među kojima knjige u tradicionalnom tiskanom obliku imaju sve manji utjecaj. Ipak, književnost je još uvijek prisutna u našim životima, a o njezinoj važnosti govori Škreb (1961, str. 15): „za razliku od drugih sličnih oblika društvene svijesti (...), književnost nam u svojim djelima najpotpunije prikazuje cjelovitost, bogatstvo i smisao ljudskoga života u svoj njegovoj punoći – upravo, rekli bismo, u njegovoj totalnosti”. Osim toga, da književnost zaslužuje posebnu pažnju i poštovanje pokazala je već povijest kako objašnjava Škreb (1961, str. 18): „svi narodi svijeta, veliki i mali, i oni s većom i oni s manjom kulturom, časteći svoje velike pjesnike kao bogolike stvaraocce, kao učitelje naroda i kao njegove vođe u ljepši život i bolju budućnost”. Navedena usporedba s književnošću stoji kao podsjetnik na umjetnost koja je od početka čovječanstva pa sve do danas vjerno prenosila i prenosi na jedinstven način osjećaje, događaje i iskustva čovjeka te je jedna od važnih zadaća odgojitelja prenositi bogatstvo koje nam književnost nudi umjesto sve većeg nametanja suvremenih medija. O tome govori njemački psihijatar, psiholog i neuroznanstvenik Manfred Spitzer (2018, str. 175): „postoji opasnost da se masovnim ulaskom digitalnih medija u dječje vrtiće i škole čitalačka kompetencija djece neće optimalno poticati”. Riječ je o činjenici da sve većom uporabom digitalnih medija za pisanje djeca sve manje usvajaju temeljne tehnike čitanjem knjiga ili pisanjem na papiru zato Spitzer (2018, str.176) jasno poziva: „tko želi da se njegova djeca razvijaju u matematičare ili stručnjake za informatiku, taj neka se opredijeli za igre prstima, umjesto za laptope u dječjim vrtićima. A tko pismo i jezik uzima ozbiljno, taj bi se prije trebao zalagati za olovke nego za tipkovnice”. Comrie i sur. (2003) opisuju jezik kao najvažnije pojedinačno obilježje ljudske vrste objašnjavajući kako nijedna druga životinjska vrsta ne posjeduje komunikacijski sustav takve složenosti, prilagodljivosti i izražajnoga raspona kao ljudski jezik.

## 2.1. ZNAČENJE POJMA: MASOVNI MEDIJI

Hrvatska enciklopedija (2016) opisuje masovne medije (engl. Mass media) kao sredstva masovnoga priopćavanja što je skupni naziv za komunikacijska sredstva, sredstva javnoga priopćavanja i ustanove koja djeluju na velik broj čitatelja, slušatelja i gledatelja. Razlikuju se prema tipu: knjiga, tisak (novine), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD); razini i dosegu što ih dijeli na lokalne, nacionalne, međunarodne; obliku vlasništva gdje se razlikuju: privatni, javni, državni, komunalni ili asocijativni te prema programu i načinu privrjeđivanja: javni ili komercijalni.

Ovdje je potrebno istaknuti internet kao nadopunu suvremenih medija koji, prema mišljenju Filipan-Žignić (2012, str. 17), u usporedbi s drugim medijima ima najviše prednosti jer je objedinio sve mogućnosti koje su pružali tradicionalni mediji pojedinačno. Neupitni su pozitivni doprinosi razvoja digitalizacije i interneta koji samo jednim klikom pruža razne mogućnosti koje navodi Škare (2006, str. 3): „prednosti komunikacije putem Interneta jesu: dvosmjerna komunikacija (korisnik kontrolira svoje iskustvo u korištenju web stranica); nepostojanje fizičkih ograničenja; dinamičnost (osvježavanje sadržaja uz niske troškove); mogućnost pretraživanja; multimedija (tekst, zvuk i slika objedinjeni su u jedan dokument)”. Drugim riječima, internet je zasigurno olakšao život ljudima na brojnim područjima, ali istovremeno se javljaju i negativni učinci. Štoviše, Ružić navodi sljedeće (2011, str. 156): „Internet obiluje kriminalnim aktivnostima, počevši od digitalnoga piratstva, narušavanja koncepta autorskih prava „skidanjem” s Interneta glazbe, filmova i knjiga, do trgovine oružjem, ljudima, ljudskim organima, pornografije, prostitucije, krađe novca s bankovnih računa i još mnogo toga”. Također, Ružić (2011, str. 156) pod posebnim vidom problematizira sljedeće opasnosti: „internet je u relativno kratkom periodu postao najpopularniji medij među djecom i mladima. Suvremena ‘digitalna generacija’ od malih nogu posjeduje odličnu informatičku pismenost i stoga je podložna utjecaju novog medija, što je više nego očito”.

Kako god mi nazvali medije, pod kojim god ih vidom tumačili, neosporno je da masovni mediji oblikuju naše stavove, ideje i razmišljanja. Kao što Labaš i Marinčić (2018, str.3) opisuju: „suvremeni svijet je nezamisliv bez masovnih medija bez obzira na rasu, obrazovanje ili imovno stanje pojedinca”. Još detaljnije to opisuje

Žitinski (2009, str. 234) navodeći kako je upravo pogled na svijet i vlastiti način života uvelike određen medijima, odnosno onime što vidimo na vijestima ili pročitamo u novinama.

Ono što je još važno u okviru govora o sadržajima suvremenih medija, odnosi se na funkciju masovnih medija. Martinić (prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, str.14) izdvaja šest funkcija masovnih medija: informacijsku, selekcijsku, eksplikacijsku, pedagošku, zabavnu i estetsku. Vodeći računa o temeljnim funkcijama medija, stvaratelji sadržaja masovnih medija pod najznačajnijim medijskim manipulacijama Miliša, Tolić i Vertovšek (2010, str. 4) navode: „površnost je lakša od dubine sadržaja, kraće teme je lakše prenijeti nego dublje i složene informacije, bizarno privlači više pozornosti od običnog, posredstvom medija šalju se poruke o potrošnji kao primarnoj ljudskoj potrebi”. Iz navedene situacije u kojoj kod korištenja masovnih medija prevladava zabavna funkcija, a zanemarena je njezina informacijska i pedagoška funkcija, očito je kako u svijesti današnjega čovjeka nedostaje razvoj kritičkoga mišljenja koji bi se kroz odgojno-obrazovno djelovanje trebalo prenijeti na djecu.

## **2.2. DIGITALIZIRANO DOBA**

„Armenska djevojčica u Nizozemskoj gleda brazilsku telenovelu na ruskom kanalu. Kurdski dječak živi u Ateni i pjeva tursku lirsku pjesmu na grčkom. U Londonu, dvije djevojčice, jedna iz Šri Lanke, druga iz Kenije, raspravljaju o popularnom indijskom filmu. Rumunjska obitelj u Italiji gleda španjolsku sapunicu, iako nitko od njih ne zna jezik. U malom švedskom gradu, dvije kosovske/albanske djevojčice sudjeluju u emisiji snimljenoj prema švedskoj verziji Big Brother. Angolski dječak sada živi u Londonu i sjeća se gledanja Disney-crtića u bivšoj kući u Portugalu. Turska djeca u Njemačkoj, Švedskoj i Grčkoj slave turskog pobjednika na Euroviziji. Kenijska djevojčica u Engleskoj održava veze s prijateljima i djedom i bakom iz Nairobija preko chat rooma i e-maila.” (Block i Buckingham 2007, str. 207, prema Mandarić, 2012, str. 133)

Navedeni isječak ukazuje na zastupljenost masovnih medija u životima ljudi te prednosti u vidu napretka tehnologije i komunikacije koje nam suvremena tehnologija nudi. Ipak, u digitaliziranom dobu potrebno je više nego ikada kritički pristupiti svemu što se čovjeku nudi kao dio procesa napretka čovječanstva. Ono što je napisao Ružić (1996, str. 90) u futuru, danas možemo napisati u prezentu: mreže su postale središnji oblik i mediji svih vrsta političkog, ekonomskog, društvenog i

privatnog djelovanja. Štoviše, prema Filipan-Žignić (2012) današnje društvo je informacijsko društvo jer se putem mreže kao baze razmjenjuju informacije i znanja, a u njemu informatika i internet igraju odlučujuću ulogu. S obzirom na opisanu sliku današnjega društva, može se zaključiti da se djeca rođena u digitaliziranom dobu rađaju s „mobitelom u ruci”. U skladu s navedenim govori Spitzer (2018, str.173): „s obzirom na sve veću rasprostranjenost digitalnih medija za pisanje, teško može začuditi što djeca prvi kontakt s pismom i jezikom sve češće ostvaruju na taj način, a manje čitanjem knjiga ili pisanjem na papiru te kako se uznapredovala digitalizacija pisanja koja započinje već u najranijoj dobi negativno odražava na sposobnost čitanja kod djece i odraslih”.

Kao jasniji i precizniji pokazatelj o zastupljenosti masovnih medija u svakodnevnom životu djece, poslužit će rezultati istraživanja koji su se bavili ulogom medija. Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) izdvajaju kako, prema istraživanju koje su proveli Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon (2017), svaki drugi predškolac u dobi od dvije do četiri godine provodi 2 ili više sata radnim danom uz različite ekrane, a 3 sata vikendom pred ekranima koristeći različite medijske sadržaje. Nadalje, autorice Peran i Raguž (2018, str. 219) u svojem članku o provedenim istraživanjima donose sljedeće podatke koje je provela Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba 2017. godine: 97,2 % predškolske djece gleda televiziju, više od dvije trećine djece koristi mobitel i tablet, 60 % djece se koristi računalom, a svako četvrto dijete koristi igraće konzole. Alarmantan podatak odnosi se na jednogodišnju djecu gdje čak njih 40 % koristi ekrane što je za navedenu dob potpuno nepotrebno. Također, roditelji djece vrtićke dobi potvrdili su kako 97 % predškolaca zna samostalno uključiti neki elektronički uređaj pritom njih 90 % samostalno traži sadržaje koji ih zanimaju. Zabrinjavajuće je da samo 40 % roditelja bude prisutno dok je dijete pred ekranom, a svaki četvrti roditelj gotovo nikada ne poučava svoje dijete o (ne)primjerenim medijskim sadržajima.

Ipak, ukoliko se u djetinjstvu djeci pruži kvalitetan medijski odgoj, utoliko će imati veće mogućnosti kritičkoga tumačenja i odnošenja prema medijima. Stoga je ključno da odgovorne osobe (roditelji, odgojitelji i nastavnici) ne svode medijski odgoj na zaštitu od medija već na odgovornu uporabu istoga.

### 2.3. OBILJEŽJA DIGITALNE KOMUNIKACIJE

Jedno od temeljnih obilježja digitalne komunikacije je gubljenje i dobrovoljno odricanje privatnosti i anonimnosti što je vidljivo na društvenim mrežama gdje se svaki korak stavlja javno na internet. Poznato je kako mnogi ljudi misle da im se nešto nije ni dogodilo ako svoju sliku s nekog privatnoga događaja nisu objavili na društvene mreže. Iako internet sve više povezuje svijet, u isto vrijeme prijete opasnost od brisanja privatnosti, stvaranja podjela, brisanja kulturnoga i nacionalnoga identiteta. (Mandarić, 2009, str. 111 – 122)

Drugo obilježje digitalne komunikacije je izostanak neverbalne komunikacije, odnosno, nedostatak interakcije oči u oči: „taj nedostatak komunikacije licem u lice uzrokuje otuđenje, nakon čega može uslijediti gubitak komunikacijskih vještina u stvarnom životu koji dovodi do nesnalaženja u društvu” (Stančić i sur., 2007, str. 45). Poznato je kako je digitalna komunikacija siromašna pogledom što omogućava stvaranje iluzija, lažnih predstavljanja, oblikovanja krive slike o sebi i drugima. Ljudi i mladi imaju sve veći broj maski, sve je više sugovornika i uloga, a sve manje osoba. Uz to, masovnost obilježava digitalnu komunikaciju, gdje pojedinac ostaje bez unutrašnjosti sveden na vlastitu sliku. Drugim riječima, zbog takvog oblika masovnosti, čovjek je izgubio odnos sa samim sobom. Također, brišu se teritorijalne granice te se stvaraju nove podjele između bogatih i siromašnih na temelju zastupljenosti masovnih medija u svijetu. (Mandarić, 2009, str. 111 – 122)

Nadalje, svođenje na broj još je jedno od obilježja digitalne komunikacije gdje čovjek više nije jedinstvena osoba koja je poštovana i cijenjena već samo jedan broj koji može imati koliko god želi lažnih maski ili se skrivati iza ekrana i upustiti pod utjecaje medija. Osim toga, suvremeni „digitalci” samo broje i zbrajaju „lajkove”. Oni čak misle da vrijede onoliko koliko su „lajkova” dobili za određenu fotografiju te se njihova ljepota i izgled također računaju brojem „lajkova” i komentara. (Mandarić, 2009, str. 111 – 122)

Poplava informacija također je obilježje digitalne komunikacije, čak postoji i sindrom umora od informacija (IFS) čije su posljedice: paraliza sposobnosti za analizu, atrofija mišljenja te smanjena sposobnost razlikovanja bitnoga od nebitnoga. Prema Mandarić (2009) mladi su nerijetko uvjereni kako puno toga znaju jer su to

vidjeli na internetu, ali to nije znanje nego samo prepoznavanje. Drugim riječima, mediji pružaju iluziju znanja.

Transparentnost i kontrola su jedne činjenice našeg društva, htjeli to neki priznati ili ne, ali u digitalnoj komunikaciji ne vrijedi povjerenje jer ono nije niti nužno. Umjesto povjerenja tu je kontrola, tj. nadzorne kamere. Npr. GPS, Google i slično neumorni su kontrolori naših digitalnih koraka (Mandarić, 2009, str. 111 – 122).

Opisujući digitalni svijet, potrebno je uzeti u obzir društvena i emocionalna obilježja. Naime, u digitalnome svijetu prisutna je reinterpretacija pojma „prijateljstvo” jer mrežne komunikacije utječu izravnim putem na kvalitetu i kvantitetu međuljudskih odnosa posebno jer nedostaje izravna interakcija. Štoviše, mnogi smatraju da je broj njihovih prijatelja jednak broju prijatelja i pratitelja na društvenim mrežama što je samo lažna slika. U skladu s time, javlja se i još jedno obilježje a to je emotivna nepismenost koja je posebno opasna kod djece jer se kod njih primjećuje sve više osamljenost, depresija, nervoza, agresivnost ili pak nemogućnost izražavanja emocija. Općenito, neki simptomi emotivne nepismenosti su nedostatak svijesti i kontrole nad vlastitim emocijama i ponašanjem, nepoznavanje uzroka pojave pojedinih emocija te nesposobnost uspostavljanja odnosa s emocijama drugih (Mandarić, 2009).

Konačno, sažeti prikaz obilježja digitalne komunikacije može poslužiti za bolje razumijevanje svijeta i odnosa u koje ulaze djeca prelazeći iz razdoblja djetinjstva u adolescentsku dob.

U svrhu širega pogleda na suvremene medije, u ovome završnom radu iznijet će se mogući pozitivni te mogući negativni utjecaji sadržaja medija na djecu rane i predškolske dobi. Nužno je na medije gledati iz obje perspektive jer su oni dio života djece, što se ne može i ne treba ukloniti već uputiti na kvalitetno provođenje vremena u korištenju medija. Kao što naglašava Šego (2009, str. 128): „u 21. stoljeću uistinu bi bilo nepromišljeno zabraniti djeci pristup medijima. Zahvaljujući tim medijima, usvajaju nova znanja, ulaze u svijet igre i rasonode”.

## 2.4. EDUKATIVNI I ZABAVNI MEDIJSKI SADRŽAJI

Nesumnjivo je kako suvremeni mediji imaju veliki doprinos u procesu globalizacije te se na različite načine primjenjuju u svakodnevnom životu. Među pozitivne aspekte utjecaja medija na djecu predškolske i rane školske dobi navode se sljedeći: omogućuju djeci razumjeti globalna pitanja poput ratova, nuklearnih prijetnji, bolesti, gladi, beskućništva, siromaštva i slično; promoviraju kulturnu različitost i poučavaju toleranciju; stvaraju nove mogućnosti za bolje obrazovanje te digitalnu primjenu nastavnih programa i alata za učenje; podupiru razvoj kreativnoga razmišljanja, mašte te potiču razvoj vlastite inicijative; olakšavaju učenje na daljinu koje može biti korisno za djecu s zdravstvenim problemima” (Đuran, Koprivnjak i sur., 2018, str. 277 – 278).

Istraživanje u kojemu je glavna hipoteza bila „Djeca u svakodnevnom životu medije najviše koriste u zabavne svrhe”, provedeno je 2013. godine u dvije osnovne škole u Zaprešiću. Rezultati istraživanja su pokazali kako djeca u zabavne svrhe koriste medije vrlo često (63,40 %), u informativne svrhe često (35,90 %) dok kod kuće u slobodno vrijeme nikad ne koriste medije u odgojno-obrazovne svrhe. Također, koristan je podatak kako je računalo najkorišteniji medij u zabavne svrhe (60 %) dok su danas tzv. pametni telefoni (*smartphone*) vjerojatno na prvom mjestu (Labaš i Marinčić, 2018, str. 19 – 22). Tumačeći rezultate istraživanja, Labaš i Marinčić (2018, str. 20) navode kako djeca smatraju da mediji najčešće zabavljaju (86,90 %), zatim informiraju te na samom kraju, obrazuju i odgajaju. Djeci je poznata trostruka uloga medija dok manjina djece primjećuje da mediji ujedno i manipuliraju, smanjuju kreativnost, nameću svoja stajališta te potiču agresiju i strah (5,50 %).

Nadalje, podatci istraživanja provedenoga u mješovitoj skupini koju pohađaju djeca u dobi od četiri do sedam godina pod vodstvom Nensi Blažević (2012, str. 490) pokazali su da je za djecu televizija ponajviše zabava jer su žanrovi koje ističu kao njima najzanimljivije crtani filmovi i reklame. Reklame su se pokazale kao posebno zanimljiv i privlačan žanr te se pojavljuju kao popratni sadržaj crtanih filmova čime se djeci omogućava da uoče kako bi mogli imati svoj omiljeni lik iz crtića u obliku igračke. Blažević (2012) zaključuje kako televizija ima aktivnu ulogu u odgoju djece stoga zajedničko gledanje televizije s roditeljima, upućuje na poštovanje prema djetetu i prema sadržaju. Osim toga, potreban je i razgovor o gledanom sadržaju jer

roditelji koji: „aktivno gledaju prosocijalne programe sa svojom djecom potiču djetetovo prosocijalno učenje” (Blažević, 2012, str. 493).

Da je djeci gledanje televizije zabavno, to su pokazali gore navedeni podatci istraživanja, no da bi bilo i edukativno, potrebna je intervencija roditelja, a zatim odgojitelja. Zadaća roditelja sastoji se u postavljanju određenih pravila s obzirom na korištenje medija. Nadalje, nužno je kontrolirati sadržaje koje djeca gledaju putem medija, kako se s internetom koriste, koje televizijske programe gledaju. U ranoj dobi nužna je kontrola i vremena koje provode pred ekranima. Također, mediji mogu pozitivno utjecati na razvoj djeteta ako će roditelji s djecom komentirati gledani sadržaj, kritički o njemu razgovarati, učiti iz onoga što su zajedno gledali. Iz jednoga crtanog filma može se izvući pouka, komentirati likove, prepričavati sadržaj i slično.

Konačno, smjernice za roditelje i nastavnike koje donose autorice Labaš i Marinčić (2018, str. 28) su sljedeće: „ (...) nastavnici i roditelji trebali bi osvijestiti djeci da mediji mogu biti jednako korisni kao sredstvo informiranja i sjecanja novih znanja. Dijete na taj način može razvijati vještine pisanja, čitanja, slušanja, govorenja, kritičkog mišljenja, odvajanja bitnih od nebitnih činjenica”.

## **2.5. KONZUMERIZAM I NASILJE U MEDIJSKIM SADRŽAJIMA**

Uz pozitivna obilježja medijskih sadržaja, postoji i čitav niz negativnih utjecaja koje je potrebno navesti, objasniti te kritički problematizirati. Marinčić (2018, str. 5) nabroja o kojima je točno opasnostima riječ: „oglašavanje i širenje konzumerizma, tabloidizacije, senzacionalizma te ostalih trendova te izloženost nasilju”.

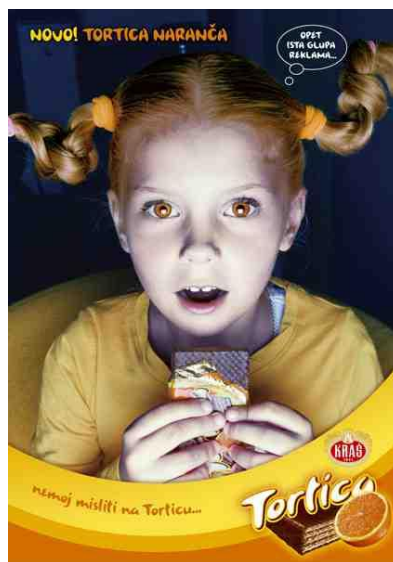
Prvo, oglašavanje i širenje konzumerizma odnosi se na reklame koje su djeci posebno zanimljive i privlačne. Reklame su najčešće povezane s likovima iz crtića te se emitiraju između određenoga dječjeg programa s unaprijed postavljenim ciljem: „da dijete na početku školovanja već poznaje preko dvije stotine naziva brendova, odnosno odgovarajućih proizvoda” (Spitzer, 2018, str. 127). Iako se prethodno naveden podatak odnosi na američku televiziju, takva se kultura jako brzo širi po cijelom svijetu, uključujući i Hrvatsku. Na našem televizijskom programu prisutne su reklame za različite proizvode dječje hrane kao npr. Kiki bomboni, čoksa, tortica,



voćni sokići, Fora čaj, Kinder country čokoladica, Kinder jaje, Ledo sladoledi, Ledo Medo novi sladoled, Dukatino, Smoki, proizvodi *Lino* dječje hrane uz nagrade koje se mogu osvojiti ako se što više kupuju određeni proizvodi, itd. (video navedenih reklama za djecu: [https://www.youtube.com/watch?v=47V\\_i5Fzdl0](https://www.youtube.com/watch?v=47V_i5Fzdl0) ).

U svrhu dubljega razumijevanja poruka koje reklame prenose, slijedi jezična analiza verbalnih sadržaja u izabranim reklamama. Prva reklama se odnosi na Kraševu poznatu kampanju kada je duboki muški glas u televizijskom spotu govorio: „Prekini sve što radiš. Udobno se smjesti. Opusti se. Nemoj misliti na *Torticu*. Diši duboko. Nemoj misliti na *Torticu*. Nemoj misliti na *Torticu*”. U navedenom verbalnom sadržaju reklame prisutna je gradacija kojoj je cilj postupno pojačavati uvođenje gledatelja u hipnozu razmišljanja o *Tortici*. Na kraju reklamnoga spota, nježni ženski glas govori: „*Tortica* – sad ili odmah” (video reklamnoga spota: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=23&v=icLJ3\\_RF9Os&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=23&v=icLJ3_RF9Os&feature=emb_title)). Verbalno značenje riječi *sad* odnosi se na ovaj trenutak, u ovo vrijeme, a riječ *odmah* odnosi se na isti trenutak ili ovog časa. U kontekstu ove reklame, ne mogu se uočiti značajne razlike između riječi *sad* i *odmah* što ukazuje da se radi o semantički ispražnjenim riječima koje pridonose stvaranju iluzije dok na prvi pogled obogaćuju verbalni sadržaj reklame. Dok muškarac izgovara gore navedenu poruku, na tv ekranu prikazan je iluzionist s crnim šešikom te plavim očima koji drži u ruci *Torticu* obješenu na lančiću koji se njiše lijevo – desno. Konačno, njegova se glava počinje okretati te se uvlači sve dublje u vrtlog. Postoji i drugi nastavak toga spota u kojemu su prikazani djevojčica, dječak i pas kako opčinjeno gledaju u ekran televizora na kojemu se emitira reklama o *Tortici*, nepomično sjede otvorenih usta te pri kraju reklame djevojčica izgovara: „Koja glupa reklama” istovremeno uzimajući u ruke jednu od hrpe *tortica* koja se nalazi pokraj njih. Buljeći u televizor, djevojčica hipnotizirano otvara ambalažu *Tortice* te počinje jesti (video reklame: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=32&v=FYsCEkhISxQ&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=32&v=FYsCEkhISxQ&feature=emb_title)). Zanimljivo je primijetiti kako se u spotu navodi ljude da ne misle na proizvod upravo s ciljem da misle baš na njega, požele ga pojesti te ga u konačnici kupuju. Riječ je o manipulaciji ljudima, tj. o sugestivnoj poruci kojom oglašivač želi postići da svaki puta kada osoba čuje: „Nemoj misliti na *Torticu*”, počne misliti na *Torticu* te ju odlazi kupiti. Štoviše, oglašivač ide korak dalje te u nastavku reklame izabire djecu kao glumce jer su oni upravo ciljana skupina za kupovanje proizvoda

(<https://www.media-marketing.com/kolumna/elia-pekica-pagon-subliminalno-komuniciranje-4-dio-nemoj-misliti-na-torticu/>, 2015). Također, oglašivač želi ostaviti dojam bliskog odnosa s gledateljima te oslovljava kupca zamjenicom „ti” što ukazuje na neformalno obraćanje. Može se zaključiti kako je riječ o manipulaciji psihom, posebno prema djeci koja još nemaju razvijenu kritičku svijest te do treće godine života većinu stvari doživljavaju doslovno (slika 1):



Slika 1: Djevojčica je hipnotizirana Torticom

Izvor: <https://www.media-marketing.com/kolumna/elia-pekica-pagon-subliminalno-komuniciranje-4-dio-nemoj-misliti-na-torticu/> (lipanj 2020.)

Drugi primjer analize verbalnih sadržaja u reklamama odnosi se na poznati Ledo sladoled čija kampanja neprestano donosi nove proizvode i reklame koji odgovaraju potrebama suvremenoga društva. U izabranom reklamnom spotu, veseo i uzbuđeni muški glas izgovara sljedeću poruku: „Ledo Medo ti donosi novi sladoled i daje super poklone. iPhone 4, Playstation, iPod Shuffle i cool USB stickove. Poklon stiže baš svakome tko sastavi sliku Mede s poklonom. Naljepnice i magnetiće s Medinim prijateljima dobit će svi. Mmm super sladoled, super pokloni”. Nakon toga slijedi oglašivačka pjesmica: „Ledo Medo, Ledo Medo čeka te sa sladoledom” koja ima veliki utjecaj na potrošače zbog svoje duhovite rime, lako se pamti i zabavna je. Na kraju reklame prikazan je Ledo Medo logo (video reklamnoga spota: <https://www.youtube.com/watch?v=y6DrfY7OP9Y>). Sadržaj poruke namijenjen je djeci kao ciljanoj skupini gdje se Medo i prijatelji obraćaju djeci na osoban način te obavještavaju o super vijesti kako je stigao novi sladoled te kako mogu osvojiti

vrijedne poklone. Ovdje oglašivač pomoću atributa *super* opisuje sladoled i poklone što zapravo ne otkriva ništa o kvaliteti proizvoda, a uz to čitava reklama odiše subjektivnošću. U skladu s modernim društvom, Ledo kampanja uspješno prati trendove zbog čega ovaj put djeci nudi privlačne poklone kako bi kupovali sladoled i skupljali naljepnice. Također, može se primijetiti kako je prva vijest u reklami da je Ledo Medo donio novi sladoled što stvara uzbuđenje i želju da se što prije kuša novi okus sladoleda. Glazba u pozadini je opuštena, vesela i zvuči avanturistički dok ton glasa muškarca koji prenosi sadržaj poruke pobuđuje zabavu i uzbuđenje. Može se zaključiti da je sadržaj reklamne poruke vješto oblikovan, poruka je jasna, kratka i zanimljiva. Reklama traje dvadeset dvije sekunde što ju čini lako pamtljivom te zbog kratkoće ne pobuđuje dosadu već privlači i osvaja gledatelja.



Slika 2: Ledo Medo dijeli super poklone

Izvor: <https://nagrada-naigra.com.hr/ledo-medo-i-prijatelji-daruju-vrijedne-nagrade/> (lipanj 2020.)

Osim činjenice da djeca u ranoj dobi još nemaju razvijenu mogućnost kritičkoga razmišljanja, poznato je i sljedeće: „djeca generaliziraju medijske sadržaje: tako će primjerice bez problema prepoznati neke likove s televizije nađu li se na ambalaži čokolade” (Spitzer, 2018, str. 127). Osim što takve dječje reklame šire kulturu konzumerizma, još jedan veliki problem je širenje nezdravih prehrambenih navika: „za vrijeme animiranog zabavnog programa u tipično nedjeljno jutro djeca u prosjeku svakih pet minuta vide reklamni spot za namirnice, a gotovo sve namirnice koje se reklamiraju na televiziji nezdrave su” (Spitzer, 2018, str. 126). Zanimljivo je

kako je u Velikoj Britaniji i Južnoj Koreji zabranjeno reklamiranje nezdravih prehrambenih proizvoda, dok je u Švedskoj zabranjena bilo kakva reklama upućena djeci (Spitzer, 2018, str. 128). Ovakav pristup može koristiti kao primjer mogućega rješenja problema jer je problem očit i alarmantan, a cilj svakog odgoja i obrazovanja na prvom mjestu treba biti dobrobit djeteta. Drugim riječima, neupitna je važnost i potreba zdrave prehrane te razvijanja kritičkoga razmišljanja pred reklama koje nude privlačne ponude nezdravih prehrambenih proizvoda ili skupe igračke povezane s omiljenim likovima iz crtića.

Drugi negativan utjecaj medijskih sadržaja odnosi se na nasilje: „Huston i suradnici zaključili su da će djeca do završetka svog osnovnoškolskog obrazovanja vidjeti osam tisuća ubojstava i sto tisuća drugih oblika medijskog nasilja, dok će u stvarnom životu vidjeti manje od jedan posto nasilnih djela” ( Malek i sur., 2018, str. 200). Nasilje se kao složena pojava javlja tijekom čitave povijesti u različitim oblicima te se izražava u prvom redu kao: „nagon, a zatim kao ljutnja, neprijateljstvo, srdžba i napadanje na osobu” (Žilić i Janković, 2016, str. 69). Baveći se temom nasilja u medijima, autori Kanižaj i Ciboci (2011) ističu provedena istraživanja koja pokazuju kako gledatelji crtane filmove ne ubrajaju među nasilne sadržaje, iako obiluju scenama nasilja te zaključuju:

„Iako publika toga nije svjesna, nasilje u crtanim filmovima može, kao i drugi nasilni medijski sadržaji, dovesti do desenzibiliziranja medijskih korisnika koji nasilje mogu početi doživljavati kao normalnu stvar, te posljedično ne shvaćaju bol koja se nasiljem uzrokuje kod drugih osoba, što može dovesti do povećanja agresivnog ponašanja tih korisnika” (Kanižaj i Ciboci, 2011, str. 16).

Nadalje, posljedice nasilja u medijskim sadržajima mogu biti kratkoročne i dugoročne gdje se pod kratkoročnim misli na one koji se javljaju odmah nakon izlaganja medijskim sadržajima, dok se dugoročne javljaju kao posljedica dugotrajnog gledanja takvih sadržaja (Kanižaj i Ciboci, 2011). Također, zabrinjavajuća je činjenica koju navode autori Kanižaj i Ciboci (2011, str. 20): „odavna je poznato da djeca prije osme godine nisu razvojno spremna za razlikovanje stvarnosti od mašte, odnosno shvaćanje suptilnosti u komunikaciji, akciji ili motivaciji”. U skladu s time, može se zaključiti kako prijete velika opasnost da će djeca, koja su dugotrajno izložena nasilnim medijskim sadržajima, stvoriti pogrešnu sliku o svijetu i odnosima među ljudima. Štoviše, učinci u medijima obuhvaćaju kompletnu osobu, tj. mogu biti fiziološki, emocionalni i kognitivni te

moгу izravno utjecati na promjene u stavovima i ponašanju (William James Potter, u: Kanižaj i Ciboci, 2011).

Uz konzumerizam i nasilje u medijskim sadržajima, potrebno je izdvojiti i nasilje preko interneta, tj. elektronično nasilje: „opći pojam za svaku komunikacijsku aktivnost *cyber* tehnologijom koja se može smatrati štetnom kako za pojedinca tako i za opće dobro” (Đuran, Koprivnjak i sur., 2018., str. 279). Riječ je o situacijama kada je dijete napadnuto putem interneta ili mobilnoga telefona od strane drugog djeteta ili grupe djece što znatno može utjecati na djetetovo opće funkcioniranje i pojam o sebi te dovesti do depresije (Đuran, Koprivnjak i sur., 2018). Zanimljiva je usporedba fizičkoga (klasičnog) i virtualnoga nasilja autorice Strabić i Milaković (2016, str.166 - 177): fizičko nasilje kod djece i mladih se događa redovito među učenicima u razredu te ima za svjedoke učenike u školi ili uski krug nazočnih. Takvi su sukobi neka vrsta egzibicije u skupini te nasilnik ima potrebu dominirati u odnosu na žrtvu. Ovdje je prisutna interakcija između žrtve i zlostavljača zbog čega postoji i mogućnost za isprikom te nasilnik može vidjeti jasno posljedice na žrtvi (npr. bolove, plač, emocionalne reakcije i slično koje mogu u njemu pobuditi emocije i kajanje). Zlostavljač pokazuje agresivno ponašanje dok je javnost pasivna.

S druge strane, virtualno nasilje kod djece i mladih za zlostavljače ima anonimne osobe dok su svjedoci cijeli svijet zbog masovnosti medija. Zlostavljač se skriva iza ekrana jer u stvarnosti ne bi imao hrabrosti činiti takve stvari te zlostavljač zlorabi svoju „nevidljivost” (iako ostaje zabilježen) kako bi dominirao. U ovom obliku nasilja nema isprike, depersonalizirano je te žrtva također može postati nasilnik dok promatrači mogu postati aktivni ili ostati pasivni (Strabić i Milaković, 2016, str.166 - 177).

## **2.6. NASILNI SADRŽAJI U EKRAKIZACIJAMA POZNATIH DJEČJIH PRIČA**

Kao nastavak prethodnoga govora o nasilnim medijskim sadržajima, slijede konkretni primjeri ekranizacije dječjih bajki koje često donose pred djecu irealan nasilan svijet. Nasilje u crtanim i animiranim filmovima prikazuje se donoseći djeci poruku kako najjači uvijek pobjeđuje dok se negativnog lika na kraju ubije ili na neki

drugi način eliminira. Tako na primjer priča o *Tri prašćića* završava uspješnim ubojstvom zločestoga vuka, *Ptica trkačica* s vukom koji uvijek nastrada, *Tom & Jerry* gdje se međusobno nasilje prikazuje kao smiješno i poželjno itd.

Uz kratak prikaz izabраниh bajki koji slijedi, potrebno je navesti kako su nasilni elementi u ekranizacijama većinom prilagođeni djeci, tj. ne prikazuju se doslovne scene kao iz originalno napisane bajke. Na hrvatskom jeziku dostupna je poznata njemačka televizijska serija *Simsala Grimm* koja ekranizira bajke poznatih svjetskih dječjih pisaca kao što su Hans Christian Andersen, braća Grimm i drugi. Ono što je jedinstveno za navedenu seriju su njihovi karakteristični likovi Jojo i Kroki koji na početku svakog crtаног filma ulaze u određenu bajku. Jojo se u crtаном filmu predstavlja kao: „najveći pustolov na svijetu oduvijek”, a Kroki kao: „doktor, znanstvenik, filozof”. Ta dva lika intenzivno proživljavaju događaje s glavnim likovima iz bajke kojima ujedno i pomažu doći do sretnoga završetka.

Prva usporedba nasilnih sadržaja bajke i crtаног filma u izvedbi *Simsale Grimm* je nadaleko poznata priča o *Snjeguljici i sedam patuljaka*. U bajci već na početku priče, kraljica šalje lovca da odvede Snjeguljicu u šumu, ubije ju i kao dokaz donese njezinu jetru i pluća. Lovac se smilovao, zaklao divlju svinju umjesto Snjeguljice te odnio kraljici koja je naredila kuharu da joj to skuha u soli te pojela. Nadalje, kraljica pokušava na nove načine ubiti Snjeguljicu tako što joj zategne pojas oko struka s pokušajem da ju uguši. To joj nije uspjelo, pa pokuša ponovno učiniti ubojstvo tako što joj je zabola u kosu češalj s otrovom te treći pokušaj s otrovnom jabukom. Na kraju, maćehi su s kliještima stavili užarene željezne papuče koje je morala nazuti i u njima plesati sve dok nije mrtva pala na zemlju.

U ekranizaciji Grimmove bajke *Snjeguljica i sedam patuljaka*, lovac se skriva iza drveća i gleda Snjeguljicu držeći nož u ruci. Na njegovom licu može se primijetiti tuga i zabrinutost zbog onoga što mu je naredeno da učini. S nožem u ruci prilazi Snjeguljici iza leđa, ali Jojo i Kroki ulijeću u grmlje pa Snjeguljica na vrijeme primijeti opasnost. Lovac klekne na zemlju, ispričava se Snjeguljici i moli ju za oprost te joj objašnjava kako je riječ o naredbi njezine maćeha kraljice koja mu je prijetila ubojstvom. Na taj način ekranizacija budi emocije te prikazuje gledateljima moguće emocionalne posljedice prilikom činjenja zla. Nadalje, lovac moli Snjeguljicu da pobjegne dok Jojo i Kroki smišljaju kako će lovac za dokaz kraljici

odnijeti srce divljeg vepra. Nadalje, kada maćeha pokušava ubiti Snjeguljicu steznikom i češljem, scene nisu prikazane već Snjeguljica prepričava što joj se dogodilo nakon što ju patuljci spašavaju. Treći pokušaj ubojstva s jabukom sličan je kao u bajci kada Snjeguljica zagriže jabuku te se otruje. Ipak, retrospektivnim prepričavanjem događaja, vješto su izbjegnute nasilne scene pokušaja ubojstva. Isto tako, na kraju bajke, svi su pozvani na proslavu u prinčev dvorac, ali nema kao u bajci scena gdje maćeha pleše s užarenim papučama već je maćeha razbila ogledalo vidjevši kako je Snjeguljica još uvijek živa te je umrla od zavisti. Jojo i Kroki odlaze leteći na knjizi u nove pustolovine.

Drugi primjer istoga autora je priča *Ivica i Marica* gdje se u bajci nasilni sadržaj pojavljuje također odmah na početku priče. Maćeha dogovara s mužem da djecu ostave u šumi kako bi spasili svoje živote jer više nisu imali dovoljno hrane za njih četvero. U nastavku bajke, vještica je Ivicu odnijela u malu staju i zatvorila ga rešetkom, a Marica joj je služila kao sluškinja te je morala nositi Ivici hranu da se udeblja kako bi bio bolji obrok za vješticu. „Sretan” završetak prikazuje se u uspjehu Ivice i Marice da ubiju vješticu, tj. izgorjela je u peći, a oni su se vratili kući ocu te je i maćeha također umrla. Takvim krajem priče autor ostavlja dojam da neprijatelj treba umrijeti kako bi glavni pozitivni likovi živjeli sretno do kraja života što nije ispravna poruka o životu upućena djeci.

Na početku crtanog filma *Ivica i Marica* u izvedbi *Simsale Grimm*, maćeha viče na djecu kako su svi gladni te naređuje mužu da nađe posao. Scene maćeha su nasilne, prikazana je njezina zloba te svojom pojavom izaziva strah i nelagodu. Otac odlazi u šumu kako bi zaradio novac dok maćeha smišlja plan kako se riješiti djece. Jojo i Kroki čuju njezin plan, skupljaju kamenčiće u šešir te ih bacaju putem kako bi se djeca znala vratiti kući jer ih je maćeha odvela duboko u šumu. Na taj način, djeca se vraćaju kući no idući dan maćeha ih opet vodi u šumu, a djeca u nedostatku kamenčića bacaju za sobom kruh. Kruh su pojele ptičice pa nisu znali kako se vratiti kući. Nadalje, kada su se Ivica i Marica smjestili kod vještice u kuću, Jojo i Kroki su shvatili da nije riječ o dobroj starici već vještici. Vještica je Krokija pretvorila u slugu i zavezala ga za kuću. Osim toga, vještica Ivicu smjesti u kavez. Na kraju, u crtanom filmu Kroki gurne vješticu u peć, dok je u bajci to učinila Marica. Vještica

izgori u peći, čarolija prestane te se Ivica i Marica vrate kući s blagom. Ostatak radnje crtića prati fabulu izvorne bajke.

Osim toga, i priča o *Crvenkapici* obiluje nasilnim sadržajima koji se uglavnom odnose na vuka, simbol zla, koji laže kako ima velike uši da bolje čuje Crvenkapicu, velike oči da ju bolje vidi, velike ruke da ju bolje čuje te strašnu njušku da ju bolje proždere. Vuk je progutao Crvenkapicu i njezinu baku, a na kraju ih spašava lovac, naravno, uz uvjet da ubije vuka.

U ekranizaciji *Simsale Grimm*, priča o Crvenkapici većinom odgovara sadržaju bajke, osim likova Joje i Krokija. Vuk izgleda opasno, nasilno ulazi u bakinu kuću te se iz kuće čuju bakini uzdasi iako nije prikazan sam čin gutanja bake. Nakon toga, prikazana je scena kako vuk jako raširi usta da bi pojeo Crvenkapicu, ona vrišti dok Jojo i Kroki ne uspijevaju otvoriti vrata bakine kuće. Kraj je sličan kao i u bajci osim što je u crtanom filmu dodana scena bake s tortom koju je pripremila i za Joju i Krokija, ali oni su već otišli u drugu pustolovinu.

Iz navedenih usporedbi, može se zaključiti kako crtani filmovi *Simsale Grimm* donose blaže verzije sadržaja bajke čineći crtani film primjerenijim za djecu. Dok u bajkama sretan završetak uključuje nasilnu smrt zlih likova, u crtanim filmovima oni umiru, ali na manje dramatičan način. Također, u crtanim filmovima *Simsale Grimm* djeca imaju priliku vidjeti emocije na likovima i tako razvijati svijest o empatiji i emocionalnu inteligenciju. Zahvaljujući ekranizaciji bajki, djeca imaju priliku vizualizirati maštoviti svijet koji su prethodno zamišljali slušajući roditelje kako im čitaju bajke. Isto tako, važno je naglasiti da djeca drugačije doživljavaju bajku te pomoću nje uočavaju veličinu dobrog, vjeruju u pobjedu dobra te zlo na kraju bajke najčešće u potpunosti nestane.

Osim toga, u crtanim filmovima *Simsale Grimm* važnu ulogu imaju jedinstveni likovi Jojo i Kroki koji spašavaju glavne likove te pružaju djeci priliku uvidjeti kako je vrijedna pomoć drugih u raznim životnim situacijama. Na taj način, djeca se mogu poistovjetiti s likovima Jojom i Krokijem te u stvarnom životu nastojati, po njihovom primjeru i uzoru, pomagati drugima u potrebi.

Slika 3 prikazuje opisane glavne likove serije *Simsala Grimm*. Lijevi lik je Jojo, životinja koja je mješanac kojota i puha, no posjeduje brojne osobine sukladno naravi



životinje koju utjelovljuje, poput tvrdoglavosti, ishitrenosti i nepromišljenosti. Lik s desne strane je doktor Kroki, biće nalik gušteru. Za razliku od Joja, Kroki ne utjelovljuje osobine slične onima koje ima životinja koju prikazuje. On je mudar i promišljen, no ponekad se izgubi u svom djelovanju.



Slika 3: Likovi Jojo i Kroki iz *Simsale Grimm*

Izvor: <http://greenlightmedia.com/projects/simsala-grimm/simsalagrimm/> (lipanj 2020.)

Neka od ključnih pitanja, koja je potrebno postavljati roditeljima koji dopuštaju djeci da neometano i bez kontrole gledaju crtane filmove, kako bi postali svjesni opasnosti koja se krije iza gledanja crtanih filmova nasilnoga sadržaja, su sljedeća: kako u takvim okolnostima objasniti djetetu da udaranje svojih bližnjih nije lijepo, da se ne rugamo drugima, ne uzimamo tuđe igračke, ne nanosimo drugima štetu i ne smijemo se tuđoj nesreći? Istraživanja potvrđuju kako crtani filmovi koji se emitiraju subotom ujutro prikazuju oko 20 nasilnih scena po satu (Kanižaj i Ciboci, 2011, str.12) Riječ je o iznimno velikoj količini negativnoga medijskog sadržaja kojega djeca „upijaju” te nesvjesno oblikuju identitet u skladu sa sadržajem koji primaju. Zbog toga je nužna redukcija vremena koje djeca provode pred ekranima.

Konačno, iz gore navedene usporedbe nasilnoga sadržaja u bajkama i crtanim filmovima *Simsale Grimm*, može se zaključiti kako bajke i crtani filmovi imaju važnu ulogu u odrastanju te, usprkos nasilnim sadržajima, mogu imati pozitivne učinke na gledatelje, ali samo uz uvjet da se gledaju kontrolirano i ograničeno. Uz sve bogatiju ponudu različitih medijskih sadržaja, potrebno je imati na umu koliko su bajke značajne za djetinjstvo. Njihovo značenje je na zanimljiv način opisao Albert Einstein: „Ako želite da vaša djeca budu inteligentna čitajte im bajke. Ako želite da budu još inteligentnija, čitajte im još bajki. (...) talent za maštanje značio mi je više od bilo kakvog talenta za apstraktno, pozitivno razmišljanje” (Vučić, 2006, str. 238).

### 3. DJECA RANE I PREDŠKOLSKE DOBI

Slika djeteta ključna je za stvaranje odgojno-obrazovnog sustava koji će se provoditi tijekom boravka u vrtiću. Činjenica je kako se u moderno doba način gledanja na dijete promijenio. Dok je u tradicionalnoj kulturi bilo normalno da se na dijete prenosi znanje frontalnim pristupom jer je dijete malo, neformirano ili „tabula rasa“, suvremena paradigma na dijete gleda kao jedinstveno, puno potencijala živo biće koje u slobodi igranja i istraživanja okoline otkriva svijet. U skladu s time, može se govoriti o razvoju modela hrvatskih kurikula ranoga odgoja i obrazovanja u razdoblju od 1971. do 2010. gdje je vidljivo sljedeće: „od biheviorističkih, visoko strukturiranih programa, do humanističko-razvojnih kurikuluma, utemeljenih na dječjim razvojnim i individualnim potrebama, interesima i pravima” (Petrović-Sočo, 2013, str. 10). Ovdje se može nadodati kako navedene zaključke potvrđuje i Nacionalni kurikulum iz 2014. godine u kojemu se jasno ističu sljedeće karakteristike: „humanističko-razvojni otvoreni kurikulum promiče ideju da su djeca jedinstvena proaktivna bića, bogata potencijalima i sukreatori svojega razvoja” (Petrović-Sočo, 2013, str. 13). Iz navedenoga opisa razvojnoga kurikula ranoga odgoja, jasno je vidljivo da suvremene metode rada polaze od djetetovih potreba i interesa. Cilj je da se dijete osjeća zadovoljno, sigurno i sretno u vrtiću, a ne kao prema tradicionalnim strategijama učenja kada je naglasak bio na sadržaju dok su ciljevi bili usmjereni na produkt. Iako je još u nekim vrtićima prisutan takav tradicionalan pristup ili neki njegovi dijelovi, svaki odgojitelj ima pred sobom dužnost raditi na iskorjenjivanju takvih oblika tradicionalnoga učenja i uvođenju suvremene paradigme koja ima dijete u središtu. Štoviše, danas se očekuju empatični i reflektivni odgojitelji koji su kompetentni pružiti optimalno poticajno okruženje djeci koja: „igrajući se i istražujući, otkrivaju i usvajaju nove informacije o svijetu, uče i razvijaju se u svojim metakognitivnim sposobnostima” (Petrović-Sočo, 2013, str. 13).

U *Nacionalnom kurikulumu za rani i predškolski odgoj i obrazovanje* (2014, str. 9) na početku su navedene *Nove paradigme djetinjstva* od kojih su dvije ključne za opis djeteta rane i predškolske dobi: „dijete je osobnost već od rođenja i treba ga ozbiljno shvaćati i poštovati; dijete nije objekt u odgojnom procesu, već je socijalni subjekt koji participira, konstruira i, u velikoj mjeri, određuje svoj vlastiti život i razvoj”.

Nadalje, da je dijete u središtu kurikuluma, jasno je vidljivo i u odlomku koji govori o identitetu kao jednoj od vrijednosti koje promiče *Kurikulum*: „sva djeca imaju pravo na odgoj i obrazovanje koje prihvaća i podržava različitost identiteta svakog djeteta i njegove obitelji te da vrtić treba djetetu pomoći da razumije sebe i vlastiti identitet” (*Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje* 2014, str. 21). U tom smislu, Jurčević-Lozančić (2011) ističe kako predškolska ustanova treba ponajprije potaknuti djecu na igru i učenje te im omogućiti osjećaj ugone i sigurnosti. Sve prethodno navedeno predškolska ustanova čini kako bi bila mjesto gdje dijete prirodno uči, napreduje i razvija se.

### 3.1. JEZIČNO-GOVORNI RAZVOJ DJETETA

Proces usvajanja materinskoga jezika složen je proces čija se četiri aspekta međusobno uvjetuju i ovise jedan od drugome. Četiri aspekta u procesu usvajanja materinskoga jezika su sljedeća:

1. usvajanje glasovnog sustava (počinje s fiziološkim krikom odmah nakon rođenja djeteta);
2. upotreba jezičnih oblika vlastitog jezika, tj. gramatiku;
3. sposobnost razumijevanja i priopćavanja značenja, tj. semantiku;
4. sposobnost da se upotrebom govora nešto uradi ili postigne, tj. da se komunicira“ (Vrsaljko i Paleka, 2018, str. 142).

Poznata je činjenica kako usvajanje jezika ne započinje izgovaranjem prve riječi već puno ranije prilikom uspostavljanja međusobne veze između majke i djeteta gdje se dijete osjeća kao dio svijeta te počinje upoznavati sve ono što ga okružuje (Vrsaljko i Paleka, 2018). Drugim riječima, već u majčinoj utrobi počinje djetetova neverbalna komunikacija s okolinom kada dijete na zvučni podražaj odgovara pokretom dok verbalna komunikacija započinje prvim krikom u trenutku izlaza iz majčine utrobe kao spontana posljedica prvog samostalnog udaha (Šego, 2009).

U kontekstu govora o medijima, nezaobilazno je pitanje jezično-govornoga razvoja djeteta s obzirom da se mediji nalaze na popisu kao jedan od uzroka vidljivog opadanja jezične kompetencije mladih te porasta govorno-jezičnih poteškoća (Velički, 2009). Ostali uzroci navedenih problema su: „manjak komunikacije i nedostatak interakcije te neadekvatno zadovoljavanje stvarnih dječjih potreba u

predškolskom razdoblju” (Velički, 2009, str. 81). Poznata je činjenica kako brz način života, karijerizam, borba za egzistenciju i slično stvaraju kulturu u kojoj manjka neposredna ljudska interakcija što ostavlja posljedice najviše na djecu koja se nalaze u najosjetljivijem i najovisnijem periodu života. Štoviše, znanstvenici koji se bave s područjem logopedije ukazuju na sljedeće: „velik je porast govornih poremećaja koji se ne dovodi u vezu s medicinskim uzrocima, već prije svega, s promijenjenim sociokulturnim uvjetima života, te u skladu s tim, s manjkavom komunikacijom odraslih i djece” (Velički, 2009, str. 81). Ozbiljnost situacije je vidljiva u rezultatima brojnih istraživanja koja su pokazala da u Europi u prosjeku 25 % djece te u Hrvatskoj 20 % – 25 % djece predškolske dobi ima manje ili veće poremećaje u govoru ( Velički, 2009, str. 81). Jedan od glavnih problema je manjak komunikacije i nedostatak izravne interakcije što se javlja kao posljedica pretjeranog korištenja medija dok stručnjaci navode kako: „djeca usvajaju jezik u interakciji s članovima obitelji i okolinom; ona koja više vokalno komuniciraju i koju odrasli više potiču na jezične aktivnosti pokazuju višu razinu jezične razvijenosti” (Šego, 2009, str. 122).

Proces učenja materinskoga jezika intenzivno se razvija u drugoj polovini prve godine djetetova života. Neuroznanstvenik Spitzer (2012, str. 136) objašnjava kako je za učenje materinskoga jezika važno da djeca jezik čuju a govornika vide kako bi ono što čuju mogli povezati s viđenim (govor tijela, usne, lice). Štoviše, Spitzer (2012), na temelju provedenoga istraživanja, upozorava na sljedeće: „mala djeca koja gledaju TV ili DVD-ove za bebe poznaju bitno manje riječi, dakle usporena su u svom jezičnom razvoju”. Osim toga, Spitzer (2012) šalje jasnu poruku roditeljima koji žele da im djeca napreduju u učenju materinskoga jezika objašnjavajući kako je za pozitivan učinak na jezični razvoj potrebno svakodnevno čitanje i pričanje priča, kao i slušanje glazbe.

Važan čimbenik jezično-govornoga razvoja je obrazovanje. Štoviše, poznata je činjenica kako je govorni razvoj predškolske dobi temelj kulture govorenja, čitanja i pisanja (Šego, 2009, str. 121). Drugim riječima, uspješan jezični razvoj je odskočna daska prema ikakvom obrazovanju (Spitzer, 2012). Lako se može zaključiti da teškoće s jezično-govornim razvojem posljedično nose sa sobom teškoće u obrazovanju, pa sve do poteškoća upisa i završetka studija, pronalaska radnoga mjesta, ostvarenja egzistencije i slično. Uz sve navedene posljedice koje donosi

velika količina vremena koju djeca provode pred ekranima elektroničkih medija, još jedna ozbiljna posljedica je: „dugoročno snižavanje čovjekove obrazovne razine” (Spitzer, 2012, str. 143). Stoga Spitzer (2012, str. 148) donosi jasnu poruku: „Tko snosi odgovornost za najmanje i najslabije članove našeg društva, tome treba biti jasno da ekran nije dobar bejbisiter – kamoli dobar učitelj.”

### **3.1.1 KORIŠTENJE EKRANA U SVRHE OBRAZOVANJA**

Iako brojni argumenti i zaključci radova s temom utjecaja ekrana na dječje kognitivne sposobnosti upućuju na činjenicu da ekrani u bilo kojem obliku ne utječu pozitivno na obrazovnu i intelektualnu formaciju djece, izvanredne situacije poput situacije izazvane epidemijom koronavirusa donose svjedočanstvo o tome kako i ekrani imaju velike prednosti u posredovanju znanja. U situaciji u kojoj je frontalno prenošenje znanja nemoguće, a kakvo se često javlja u izvanrednim stanjima poput rata ili bolesti, ili u redovnim situacijama u krajevima u kojima je zbog geografskih i demografskih čimbenika nemoguće ostvariti fizičku prisutnost na predavanjima (poput otoka, planina ili drugih rijetko naseljenih prostora), ekrani su se pokazali kao najbolji način prenošenja znanja uživo.

Često se može čuti sintagma kako je 21. stoljeće, stoljeće informacija odnosno informacijsko doba. Razlog tome je, osim golemog broja informacija koje su aktualne, i činjenica da su sve informacije dostupnije brže, ažurnije i točnije nego u bilo kojem razdoblju ranije. U tom kontekstu, ekranizacija informacije čini informaciju lako dostupnom i pojmljivom.

Kao i brojni drugi pronalasci i tehnološki alati 21. stoljeća, i ekran ima svoje velike prednosti. Ukoliko se koristi neumjereno i nerazborito, ekran može biti poguban za kognitivni napredak pojedinca. Ipak, uz pravilno korištenje, ekrani značajno povećavaju mogućnosti brojnih segmenata ljudskoga života, stoga, zastupati previše pesimističan stav prema ekranima, mišljenje je koje bi prikladnije bilo zamijeniti mišljenjem o formiranju za pravilnim korištenjem ekrana.

### **3.2. MEDIJI KAO DIO DNA NAJMLADIH NARAŠTAJA**

Neupitna je činjenica kako su djeca okružena medijima, koriste ih, od ranoga djetinjstva upravljaju daljinskim upravljačima, tipkaju ili listaju po malim ekranima dodirrom prstića uvjereni kako su najbolji onda kada usvoje neku od tih vještina korištenja medija. Ono što je nekada bila televizija pred kojom su djeca provodila većinu slobodnoga vremena, danas su svakako računala, mobiteli, tableti ili igrače konzole. Štoviše, koliko su mediji postali važan i nezaobilazan dio dječjih života objašnjava i opis medija kao: „dio DNA najmlađih naraštaja” (Pasqualetti i Nanni, 2005, str. 244). Djeca danas brže i lakše od odraslih uočavaju i pamte sadržaje koje im mediji prenose te sa svojim vršnjacima razgovaraju o najnovijim trendovima, svjetskim događajima, modnim markama i slično. Puno toga im je dostupno te mediji neupitno utječu na način ponašanja i razmišljanja djece: „ti uzori i ideje, kad na takav način ulaze u dječje živote i postaju okosnice njihova svijeta, ne prolaze nikakvu provjeru s obzirom na kvalitetu i društvenu prihvatljivost” (Knezović, Maksimović, 2016, str. 648). Iz toga proizlazi neupitna važnost i uloga odraslih koji će djecu uputiti u razumijevanje i kritičko gledanje medijskih sadržaja.

### **3.3. FIZIČKA INAKTIVNOST DJECE**

Djetinjstvo je razdoblje obilježeno željom za prirodnim kretanjem te svakodnevno igranje uz koje dijete upoznaje svijet oko sebe i odrasta usvajajući mnoge vještine. Kako bi djetetu omogućili zadovoljavanje potrebe za kretanjem i slobodnim igranjem, roditelji su pozvani svakodnevno odgovarati na potrebe djeteta. Ipak, u današnjem načinu života, često se može vidjeti kako su djeca „zaboravila” na svoju potrebu za fizičkom aktivnošću te radije biraju provođenje slobodnoga vremena uz televizor ili druge ekrane. Koliko je situacija ozbiljna potvrđuje činjenica kako fizička inaktivnost može dovesti do hipokinetičkih bolesti kao što su smetnje u regulaciji krvotoka, srčani infarkt, gojaznost, greške i slabosti tjelesnoga držanja i druge (Foretić, Rodek i sur., 2009). Drugim riječima, svakodnevno kretanje nužno je za održavanje zdravoga organizma te je jedan od najvažnijih elemenata života (Foretić, Rodek i sur.). Može se zaključiti kako su suvremeni mediji zamijenili igre na

otvorenom, druženje s prijateljima i roditeljima te „zarobili” djecu u virtualnom svijetu. Dok je u prošlosti bilo normalno da djeca provode slobodno vrijeme na otvorenom uz igre i sportove, danas je postalo normalno da izvanškolske aktivnosti djeca provode uz *playstation* i računalo. Štoviše, natjecanja među djecom odvijaju se virtualnim putem kroz turnire na igraćim konzolama umjesto na sportskim igralištima: „možda je razlog u tomu što djeca lakše rješavaju virtualne probleme nego one stvarne, te kad ih ne mogu riješiti, samo ugase uređaj i problem nestane, što u realnom svijetu nije moguće” (Foretić, Rodek i sur., 2009., str. 383). Uz to, važno je izdvojiti činjenicu kako djeca ispred ekrana konzumiraju obroke te na taj način nisu ni svjesni koliko su hrane pojeli što dovodi do raznih zdravstvenih problema, među kojima je i pretilost. Uz pasivno sjedenje pred ekranima, djeca se navikavaju na sjedilački način života. Hrana za kojom se poseže gledajući satima u ekrane najčešće nije zdrava hrana već bogata mastima i šećerima, kao što su slatkiši, brza hrana, razni sokovi i slično. Riječ je o ozbiljnom problemu kojeg roditelji često nisu svjesni što dokazuje činjenica kako se svakodnevno u kafićima može vidjeti prizor majke / oca na kavi s bliskom osobom te djeteta predškolske ili rane školske dobi koje sjedi, gleda u mobitel i istovremeno konzumira sladoled ili kolač. Slični se prizori mogu primijetiti na dječjim igralištima: kada djeca ogladne, roditelji vade iz torbe slatkiše, peciva s čokoladom, sokove te na taj način privremeno zadovoljavaju njihovu potrebu za hranom. Rjeđi su primjeri roditelja koji djeci nude voćne užine, vodu za piće ili kvalitetniji obrok. Osim toga, može se primijetiti kako djeca dolaze na igralište vozeći se u kolicima ili triciklu te istovremeno gledaju u mobitel umjesto da uživaju u vožnji. Isto tako, kada nastane neki problem na igralištu zbog kojega se dijete rasplače, roditelji najčešće posežu za mobitelom kao rješenjem kod umirivanja djeteta. Većina sportskih praktičara ukazuje kako je sve manje one motorički nadarene djece koja imaju izraženu potrebu za kretanjem (Foretić, Rodek i sur., 2009). Osim toga, velika je povezanost prekomjerne uporabe medija i prekomjerne težine kod djece predškolske i školske dobi što ukazuje na činjenicu kako se ovakav trend javlja kao posljedica nerazumijevanja važnosti kretanja u razvoju i održavanju zdravlja svakog čovjeka (Foretić, Rodek i sur., 2009).

## **4. MEDIJSKA PISMENOST RODITELJA I ODGOJITELJA**

### **4.1. ŠTO JE MEDIJSKA PISMENOST?**

Paralelno s razvojem digitalizacije, razvija se i medijska pismenost te njezin pojam obuhvaća sve više komponenti. U najširem smislu, autorica Zgrabljic Rotar (2005., str. 10) izdvaja definiciju medijske pismenosti kao: „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija”. Iz navedene definicije može se zaključiti kako je riječ o razvoju četiri kompetencije uključujući važnost stjecanja kritičkih vještina prilikom analize i vrednovanja medijskih sadržaja. Nadalje, nešto detaljniju definiciju medijske pismenosti donosi autor Hadžiselimović (2004, str. 29): „kritičko gledanje (video) medijskih programa i/ili poruka, kritički odnos i propitivanje skrivenih značenja (video) medijskih sadržaja, da bismo, zahvaljujući toj kompetenciji, pružili manje ili više svjestan otpor (video) medijskom zarobljavanju, ovisnosti, manipulaciji”.

Koliko je medijska pismenost važna u odgoju i obrazovanju djece pokazuje činjenica kako je UNESCO još 1964. godine uvidio potrebu uvođenja odgoja za medije, a 1976. godine stručnjaci su napravili model koji je djecu i mladež trebao naučiti kritičkom pristupu prema medijskim sadržajima (Erjavec i Zgrabljic, 2000). Tijekom povijesti pojam medijske pismenosti se razvijao te je ponuđen velik broj različitih definicija i pojmova koje su obuhvaćale medijski odgoj. Autorice Lasić-Lazić i sur. (2012., str. 128) zaključuju kako je najnavođenija definicija informacijski pismene osobe ostala ona iz 1989. godine gdje se te osobe određuju kao: „one koje su naučile kako učiti (...) jer znaju kako je znanje organizirano, kako pronaći informacije i kako ih koristiti na svima razumljiv način (...) to su osobe pripremljene na učenje tijekom cijelog života”.

Ukratko, uz svijest o digitalnom društvu te tehnologiji koja se iz dana u dan sve brže razvija, potreban je medijski odgoj koji će od najranije dobi odgajati svjesne i kritične građane. Štoviše, potrebno je razumjeti medije kao kulturno ozračje u kojemu djeca i mladi odrastaju, a ne samo kao sredstva razmjena informacija.



## 4.2. RODITELJI – NAJVAŽNIJI IZVOR SOCIJALIZACIJE

Prema *Nacionalnom kurikulumu za rani i predškolski odgoj i obrazovanje* (2014, str. 23) osiguravanje dobrobiti za dijete jedan je od ciljeva koji se želi ostvariti uz ostale ciljeve koji se odnose na cjelovit razvoj, odgoj i učenje djeteta te razvoj kompetencija. Usmjerenost planiranja odgojno-obrazovnoga procesa na dijete i njegovu dobrobit podrazumijeva osiguravanje dobrobiti za dijete. Usmjerenost na dijete svjedoči o suvremenoj pedagogiji djetinjstva u kojoj je dominantna slika djeteta koje je shvaćeno kao živo biće odgojno-obrazovnoga procesa.

U kategoriju socijalnih dobrobiti spadaju zadaće poput: razumijevanja i prihvaćanja drugih i njihovih različitosti; usklađenost s normama ponašanja; uspostavljanje i razvijanje kvalitetnih odnosa s drugima; aktivno sudjelovanje, pregovaranje i konstruktivno rješavanje konfliktnih situacija (*Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje*, 2014). Drugim riječima, cilj je omogućiti djetetu razvijanje socijalnih kompetencija te uspješno interpersonalno funkcioniranje.

Jurčević Lozančić (2011, str. 153) o socijalnim kompetencijama govori s obzirom na interakciju djeteta i roditelja: „roditelji su najvažniji izvor socijalizacije jer na različite načine utječu na socijalnu kompetenciju djece”. Tako se uvidjelo u praksi da djeca s bogatijim i emotivno sigurnijim obiteljskim okruženjem imaju više uspjeha u odnosima s drugom djecom. Suprotno tomu, zaključilo se da djeca koja izražavaju negativne osjećaje i stalno pokušavaju privući pažnju, djeca su roditelja koji su koristili neprimjerene odgojne postupke kao što su kažnjavanje, prisila, prijetnje ili zanemarivanje (Jurčević Lozančić, 2011).

U kontekstu govora o razvoju socijalnih kompetencija, potrebno je spomenuti suvremene uvjete života koji pred roditelje donose brojne izazove. Naime, ubrzani stil života koji često zahtijeva zaposlena oba roditelja, posvećenost poslu i u slobodno vrijeme, otežava roditeljima ispunjavanje njihovih roditeljskih dužnosti. U suvremenom načinu života nedostaje kvalitetno provedeno slobodno vrijeme roditelja s djecom. Djecu odgajaju mediji, ulica, odgojno-obrazovne ustanove, bake i djedovi, „tete čuvalice” i slično, a najmanje njihovi vlastiti roditelji.

Nadalje, kada je riječ o suvremenim medijskim sadržajima i djeci rane i predškolske dobi, važno je prikazati ulogu roditelja u razvoju medijske pismenosti kod djece. Koliko su mediji prisutni u obiteljima slikovito je opisano na sljedeći način: „Mediji su svakodnevno prihvaćeni kao gosti u mnogim domovima te utječu na život obitelji, kako samom svojom prisutnošću, tako i sadržajima što ih nude članovima obitelji” (Mataušić, 2005). Hodajući ulicom svakodnevno možemo vidjeti mlade osobe koje zure u mobitele, tablete, bez ikakvoga veselja i osmijeha na licu. Također, putujući tramvajem po Zagrebu, nerijetko se može vidjeti majka s djetetom u kolicima, a dijete s mobitelom u ruci gleda crtiće na *Youtube* kanalu umjesto da se divi vožnji u tramvaju, susretu s drugim ljudima i svijetom oko sebe. Dakle, nije rješenje izolirati djecu od ekrana već naučiti ih kako koristiti medije tako da se iskoristi ono najbolje što nam mogu pružiti.

Zabrinjavajući su rezultati pilot-istraživanja provedenoga s ciljem stjecanja uvida u problem uporabe računala kod djece predškolske dobi u obitelji gdje je 65 % ispitanika izjavilo kako se djeca koriste računalom namijenjenim odraslima pri čemu je riječ o djeci u petoj i šestoj godini života (Tatković i Ružić Baf, 2011). Također, podaci istraživanja naveli su stručnjake na sljedeći zaključak: „veliki broj roditelja nema odgovarajuće znanje o štetnosti korištenja onih računala koja nisu prilagođena dječjoj dobi i ergonomskim odrednicama koje mogu sačuvati dječje zdravlje, posebice onda kada je vrijeme provedeno za računalom suviše dugo i nije kontrolirano” (Tatković i Ružić Baf, 2011, str. 30). S jedne strane, potrebno je roditeljima pružiti razumijevanje s obzirom na to da su, u današnje vrijeme, najčešće oba roditelja zaposlena te opterećena obavezama većinu dana. S druge strane, to ne može biti opravdanje za zanemarivanje djece i dopuštanje da mediji postanu lako dostupna dadilja u kući. Ne može rješenje biti zabrana korištenja medija, ali kontrolirano korištenje samo izabranih medijskih sadržaja može doprinijeti razvoju odgovorne i kritički oblikovane osobe. Isto tako, roditelji moraju biti svjesni da su oni modeli za djecu te ako slobodno vrijeme koriste da bi se opustili gledajući televiziju, djeca će isto to činiti umjesto da slobodno vrijeme nauče koristiti na kvalitetniji način. Tu je glavna i odgovorna zadaća roditelja da ne dopuštaju da se njihova djeca pretvaraju u trome, bojažljive, nesigurne, neoblikovane mlade ljude već da ih se potiče na aktivnost, da vrijeme provode u druženju na igralištu, šetnjama na svježem zraku, igranje s roditeljima i ostalim ukućanima. Djeci je to prirodno i to

ih veseli a ne sjedenje pred ekranima. Svatko bi dijete veselio roditelj koji bi se igrao s njima u slobodno vrijeme ili kada bi svi ukućani, npr. umjesto opuštanja od napornoga radnog dana pred televizorom, zaigrali društvenu igru.

Također, mediji mogu pozitivno utjecati na razvoj djeteta ako će roditelji s djecom komentirati gledani sadržaj, kritički o njemu razgovarati, učiti iz onoga što su zajedno gledali. Iz jednoga crtanog filma može se izvući pouka, komentirati likove, ponavljati sadržaj i slično. Ilišin (2005) navodi tri pristupa u medijskom odgoju roditelja: restriktivni, evaluativni te nefokusirani pristup. Najbolji među njima je evaluativni pristup jer uključuje razgovor između roditelja i djeteta o medijskom sadržaju te nastojanje da se djeci pomogne razumjeti sadržaj i kritički ga tumačiti. Pri tome, roditelji zajedno gledaju s djecom izabrani medijski sadržaj, ali ne s ciljem uživanja i površnog komentiranja, kao što je u nefokusiranom pristupu, već s ciljem razvoja medijske pismenosti. Najgori među njima je restriktivni pristup koji se odnosi na zabrane te ne donosi zadovoljavajuće rezultate.

Može se zaključiti kako je evaluativni pristup onaj koji roditelji trebaju primjenjivati u svakodnevnom radu s djecom jer se tim pristupom: „poboljšava djetetovo razumijevanje radnje, likova i poučnih sadržaja, razlikovanje mašte od stvarnosti i dosjećanje detalja iz obrazovnih programa” (Bartaković, Sindik, 2016, str. 98). Također, osim što su roditelji najvažniji izvor socijalizacije, istovremeno su i najvažniji modeli u stjecanju medijske pismenosti djece.

### **4.3. MEDIJSKA PISMENOST ODGOJITELJA**

Za početak, važno je naglasiti kako problem nije u postojanju medija ili njegovoj zastupljenosti u suvremenom društvu, već u ophođenju s navedenim. Stojimo pred činjenicom da današnji odgojno-obrazovni sustav, koji počinje od jasličke dobi i traje sve do završetka studija, zanemaruje razvoj kritičkoga promišljanja mladih i konkretnoga stjecanja raznih kompetencija potrebnih za život već se svodi na usvajanje raznih teorijskih informacija koje se brzo nauče, a još brže zaborave. Vrtić je ustanova koja započinje sustavni i planirani razvoj te poticaj na dječju kreativnost, maštu, kritičko promišljanje te slobodu izražavanja. Odgojitelji su stoga pozvani još više raditi na djeci u tom ključnom periodu njihova odrastanja kako bi djeca i dalje

tijekom školovanja imala volje i hrabrosti zadržati tu radoznalost, kreativnost i želju za životom.

*Nacionalnim kurikulumom za rani i predškolski odgoj i obrazovanje (2014)* potiče se razvoj osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno učenje, a digitalna kompetencija je jedna od njih. Drugim riječima, stručnjaci su svjesni važnosti razvoja digitalne kompetencije zbog čega se u ranoj i predškolskoj dobi u okviru vrtićkoga programa nastoji razvijati kod djece navedenu kompetenciju tako da se djecu upoznaje s informacijsko-komunikacijskom tehnologijom i mogućnostima njezine uporabe u različitim aktivnostima. Također, opisujući digitalnu kompetenciju, u *Kurikulumu* se navodi sljedeće: „ona je u vrtiću važan resurs učenja djeteta, alatka dokumentiranja odgojno-obrazovnih aktivnosti i pomoć u osposobljavanju djeteta za samoevaluaciju vlastitih aktivnosti i procesa učenja” (*Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje, 2014, str. 28*). Kako bi se ova kompetencija mogla razvijati, u vrtiću se omogućuje djeci, a ne samo odraslima, korištenje računala u aktivnostima planiranja, realizacije i evaluacije odgojno-obrazovnoga procesa (*Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje, 2014*). Važnost razvoja ove kompetencije kod djece potvrđuje činjenica o informacijskoj pismenosti koja se: „smatra općom i pretpostavljenom, a tržište stavlja na stjecanje sposobnosti pretraživanje podataka, njihovo kombiniranje i korištenje znanja u one svrhe koje će pojedincu trebati tijekom cjeloživotnog obrazovanja” (Tatković i Ružić Baf, 2011, str. 27). Objasnjavajući odnos između predškolskoga djeteta i računala, stručnjaci navode kako se osnovne navike korištenja računala trebaju stjecati od malih nogu, tj. u onim ustanovama koje se bave ranim odgojem i obrazovanjem jer na taj način metode rada s djecom dobivaju novu, tehnologijsku dimenziju (isto). Štoviše, korisno je zapažanje kako su odgojitelji i roditelji zaduženi za to da pruže djeci pravilnu uporabu računala, edukativni softver koji je primjeren dobi djece te za postavljanje pravila korištenja računala u svrhu izbjegavanja negativnih učinaka (isto).

U skladu s navedenim, itekako je važna medijska pismenost odgojitelja koji također utječu na razvoj medijske pismenosti kod djece. Posebno se ističe uloga odgojitelja s obzirom na to da u suvremenom načinu življenja roditelji imaju sve manje vremena za svoju djecu i za provođenje zajedničkoga slobodnog vremena.

## 5. ZAKLJUČAK

Uz neprestani porast utjecaja suvremenih medija na živote svakog pojedinog čovjeka, djeca su posebna rizična skupina te činjenica o širenju medija u sve sfere ljudskoga života posebno dotiče najmlađe članove društva. Dok je, s jedne strane, utjecaj sadržaja suvremenih medija na djecu rane i predškolske dobi aktualna tema o kojoj postoje brojna istraživanja te veliki broj relevantne znanstvene i stručne literature, s druge strane, riječ je o izazovnoj temi koja zahtijeva kritičan stav i razumijevanje problematike. Mediji su postali stil života, sastavni dio svakodnevnice te mnogi ljudi ne mogu zamisliti da neko vrijeme u danu provedu bez mobitela, tableta i sličnih uređaja. Takav pogled na svijet, koji se sve više doživljava virtualnim putem, prenosi se na djecu koja previše vremena provode gledajući crtiće na televiziji, mobitelu, igraju različite igre putem igraćih konzula i slično. Koliko god suvremeno roditeljstvo bilo izazovno i zahtjevno, roditelji ne mogu pronaći opravdanje za zanemarivanje vremena i sadržaja koje djeca provode i upijaju putem suvremenih medija.

Nadalje, potrebno je istaknuti kako suvremeni mediji omogućuju djeci lakše i brže učenje, zabavni i kreativni medijski sadržaji mogu poticati dječju maštu, olakšati učenje stranih jezika, različitih normi socijalnoga ponašanja i slično. Ipak, kako bi medijski sadržaji pozitivno djelovali na djecu rane i predškolske dobi te na njihov rast i razvoj, neophodno je izabrati prikladne medijske sadržaje i optimalno vrijeme korištenja istih. Štoviše, roditelji i odgojitelji imaju ulogu poučavati djecu o kritičkom gledanju sadržaja suvremenih medija što se ostvaruje zajedničkim i aktivnim provođenjem određenoga vremena uz prethodno izabrane medijske sadržaje.

S obzirom da suvremeni mediji oblikuju društvo u kojem živimo, nužna je podrška i edukacija upućena roditeljima od strane odgojno-obrazovnih ustanova kako bi uvidjeli nužnost usvajanja medijske pismenosti koju će prenositi na svoju djecu te ih odgajati u zrele i odgovorne osobe spremne zauzeti kritičan i racionalan stav pred različitim izazovima koje donose suvremeni mediji. Također, potrebno je djeci stvoriti takve uvjete u kojima će vlastito djetinjstvo provesti na njima primjeren i prirodan način, umjesto pasivnog sjedenja pred različitim ekranima i medijskim sadržajima.

Konačno, bogatstvo ljudskoga jezika i složenoga komunikacijskog sustava s kojim kao ljudi raspolazemo, poziva nas na odgovornost pred njegovanjem takvog oblika komunikacije koji nam je prirodan i urođen. Drugim riječima, od neverbalne komunikacije djeteta s okolinom dok je još u majčinoj utrobi pa sve do usvajanja prvih riječi, učenja složenih rečenica, polaska u školu, tijekom odrastanja do kraja života, pozvani smo na njegovanje jezika, socijalnih normi i zajedničkoga suživota koji se ostvaruje u stvarnoj, realnoj i konkretnoj komunikaciji nasuprot virtualnom svijetu.

## LITERATURA

1. Bartaković, S., Sindik, J., (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta Iadertina*, 13 (2), 95-113.
2. Blažević, N., (2012). Djeca i mediji – odgoj na televizijski način. *Nova prisutnost*, 10 (3), 479-493.
3. Comrie, B., (2003). *Atlas jezika: podrijetlo i razvitak jezika u svijetu*. Varaždin: Stanek.
4. Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N., (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4 (1), 270-283.
5. Erjavec, K., Zgrabljic Rotar, N., (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu. Hrvatski model medijskog odgoja. *Medijska istraživanja*, 6 (1), 89-107.
6. Filipan-Žignić, B., (2012). *O jeziku novih medija: kvare li novi mediji suvremeni jezik?* Split: Matica hrvatska.
7. Foretić, N., Rodek, S., Mihaljević, D., (2009). Utjecaj medija na fizičku inaktivnost djece. *Školski vjesnik*, 58 (4), 381-397.
8. Grimm, J., Grimm W., (1994). *Crvenkapica i druge priče*. Zagreb: Naklada Pavičić.
9. Hadžiselimović, Dž. (2004). (Video) medijska pismenost, manipulacija, ovisnost. *Metodički ogledi*, 11 (1), 29-40.
10. Ilišin, V., (2005.) Roditelji kao medijski odgajatelji: komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima. U: Zgrabljic Rotar, N. (ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: Mediacentar, 131-152.
11. Jurčević-Lozančić, A., (2011). Teorijski pogledi na razvoj socijalne kompetencije predškolskog djeteta. *Pedagogijska istraživanja*, 8 (2), 271-279.
12. Jurčević Lozančić, A., (2011). Socijalne kompetencije i rani odgoj. U: Maleš, D. (ur.) *Nove paradigme ranoga odgoja*. Zagreb: Zavod za pedagogiju, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 153-176.
13. Kanižaj I., Ciboci, L., Labaš, D., (2011). *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.
14. Knezović, K., Maksimović, I., (2016). Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete. *Diacovensia*, 24 (4), 645-666.

15. Labaš, D., Marinčić, P., (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali*, 12 (15), 1-32.
16. Lazić-Lasić, J., Špiranec, S., Banek Zorica, M., (2012). Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeni u informacijskom opismenjivanju. *Medijska istraživanja*, 18 (1), 125-142.
17. Malek, L., Regg, T., Blažina Mukavec, K., (2019). Nasilje u hrvatskim dječjim serijama Jelenko i Smogovci. *Communication Management Review*, 4 (1), 196-215.
18. Mandarić, V., (2009). *Mladi: integrirani i (li) marginalizirani*. Zagreb: Glas Koncila.
19. Mandarić, V., (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131-149.
20. Mataušić, J. M., (2005). Obitelj u globalnom selu. *Diacovensia*, 13 (2), 239-261.
21. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009). *Mediji i mladi – prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Sveučilišna knjižara. Zagreb.
22. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2010). *Mladi – odgoj za medije*. M.E.P. d.o.o. Zagreb.
23. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta (2014). *Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje*, Zagreb.
24. Pasqualetti, F., Nanni, C., (2005). Novi mediji i digitalna kultura. Izazov odgoju. *Kateheza*, 27 (3), 244-265.
25. Peran, S., Raguž, A., (2019). Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi. *Communication Management Review*, 4 (1), 218-233.
26. Petrović-Sočo, B., (2013). Razvoj modela kurikuluma ranoga odgoja i obrazovanja. *Dijete, vrtić, obitelj*, 19 (71), 10-13.
27. Ravlić, S., (2016). *Hrvatska enciklopedija*. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža”.
28. Ružić, D., (1996). Marketinški aspekti Interneta. *Ekonomski vjesnik*, 9 (1-2), 89-96.
29. Ružić, N., (2011). Zaštita djece na Internetu. *Nova prisutnost*, 9 (1), 155-169.
30. Spitzer, M., (2018). *Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Ljevak.



31. Stančić, H., (2007). Usporedna analiza interaktivnih mrežnih servisa. *Medijska istraživanja*, 13 (2), 39-58.
32. Strabić, N., Milaković Tokić, A., (2016). Elektroničko nasilje među djecom i njegova usporedba s klasičnim oblicima vršnjačkog nasilja. *Kriminologija & socijalna integracija*, 24 (2), 166-183.
33. Šego, J., (2009). Utjecaj okoline na govorno-komunikacijsku kompetenciju djece; jezične igre kao poticaj dječjem govornom razvoju. *Govor*, 26 (2), 119-149.
34. Škare, V., (2006). Internet kao novi kanal komunikacije, prodaje i distribucije za segment mladih potrošača. *Market-Tržište*, 18 (1-2), 29-40.
35. Škreb, Z., Petre, F., (1961). *Uvod u književnost*. Zagreb: Znanje.
36. Tatković, N., Ružić-Baf, M., (2011). Računalo – komunikacijski izazov djeci predškolske dobi. *Informatologia*, 44 (1), 27-30.
37. Velički, V., (2009). Poticanje govora u kontekstu zadovoljenja dječjih potreba u suvremenom dječjem vrtiću. *Metodika*, 10 (18), 80-91.
38. Vrsaljko, S., Paleka, P., (2018). Pregled ranoga govorno-jezičnoga razvoja. *Magistra Iadertina*, 13 (1), 139-159.
39. Vučić, M., (2006). Od narodnih priča do vječnosti: Čuvari bajke – braća Grimm. U: Grimm J., Grimm W., (2006). *Bajke*. Zagreb: Školska knjiga.
40. Zgrabljic Rotar, N., (2005). Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. U: Zgrabljic Rotar, N. (ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: Mediacentar.
41. Žilić, M., Janković, J., (2016). Nasilje. *Socijalne teme*, 1 (3), 67-87.
42. Žitinski, M., (2009). Što je medijska pismenost? *Obnovljeni život*, 64 (2), 233-246.

**Mrežne stranice:**

1. [https://www.youtube.com/watch?v=47V\\_i5Fzdl0](https://www.youtube.com/watch?v=47V_i5Fzdl0) (lipanj 2020.)
2. [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=23&v=icLJ3\\_RF9Os&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=23&v=icLJ3_RF9Os&feature=emb_title) (lipanj 2020.)
3. [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=32&v=FYsCEkhlSxQ&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=32&v=FYsCEkhlSxQ&feature=emb_title) (lipanj 2020.)
4. <https://www.media-marketing.com/kolumna/elia-pekica-pagon-subliminalno-komuniciranje-4-dio-nemoj-misliti-na-torticu/> (lipanj 2020.)

5. <https://nagradaigra.com.hr/ledo-medo-i-prijatelji-daruju-vrijedne-nagrade/>  
(lipanj 2020.)
6. <http://greenlightmedia.com/projects/simsala-grimm/simsalagrimm/> (lipanj  
2020.)

## IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI RADA

Izjavljujem da sam ja, Maja Čižmek Kovač samostalno istražila literaturu i napisala završni rad na temu: „Sadržaji suvremenih medija i djeca rane i predškolske dobi” pod vodstvom mentorice izv. prof. dr. sc. Vladimire Velički i sumentorice Božice Vuić, prof.

Petrinja, rujan 2020.

---

Maja Čižmek Kovač