

Digitalni mediji u radu s djecom rane i predškolske dobi

Samardžić, Laura

Master's thesis / Diplomski 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:147:680295>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**

Repository / Repozitorij:

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



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

Laura Samardžić

DIGITALNI MEDIJI U RADU S DJECOM RANE I PREDŠKOLSKE DOBI

Diplomski rad

Zagreb, rujan 2020.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

Laura Samardžić

DIGITALNI MEDIJI U RADU S DJECOM RANE I PREDŠKOLSKE DOBI

Diplomski rad

Mentorica rada:

doc. dr.sc. Marina Gabelica

Sumentorica rada:

Višnja Vukašinović, prof.

Zagreb, rujan 2020.

Zahvale

Zahvaljujem svojim mentoricama doc. dr. sc. Marini Gabelici i prof. Višnji Vukašinović na pomoći u stvaranju ovog rada, njihovim usmjerenjima, savjetima i ugodnoj suradnji.

Hvala mojim kolegicama na svim studentskim uspomenama. Hvala prijateljicama Katarini i Danijeli na potpori kroz cijelo obrazovanje. Hvala i mom Luki, za svo razumijevanje, interes i motivaciju kroz studij.

Najveću zahvalu upućujem mami Tatjani, za svu ljubav, trud i podršku kroz život i obrazovanje. Svojim životnim uzorima i osloncima, djedu Stjepanu i baki Mirjani, u znak zahvalnosti posvećujem ovaj rad.

Sažetak

Digitalni mediji danas su svakodnevno prisutni u životu djece rane i predškolske dobi. Socijalizacijski su čimbenici koji oblikuju dječje stavove, vrijednosti i načine ponašanja. Utjecaji digitalnih medija na djecu mogu biti pozitivni i negativni, ovisno o prikladnosti i prilagođenosti medijskih sadržaja djeci te zaštitnom utjecaju djetetove okoline. U razvoju dječje sposobnosti samostalne kritičke prosudbe i izbora medijskih sadržaja, roditelji i odgojitelji imaju ulogu modela i vodstva za pravilnu uporabu digitalnih medija. Medijska pismenost, odnosno sposobnost pristupanja, kritičkog vrednovanja i kreiranja medijskih sadržaja bitna je odgojiteljska kompetencija za uporabu digitalnih medija u pripremi i praktičnom radu s djecom. Uporaba istih u kontekstu ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja ovisi o kompetencijama i stavovima odgojitelja, o opremljenosti ustanova, prethodnom iskustvu korištenja digitalnih medija u radu te dobi odgojne skupine. Cilj ovog istraživanja bio je pružiti uvid iz odgojiteljske perspektive na procjenu njihove medijske pismenosti te navike uključivanja digitalnih medija u odgojno-obrazovni rad. Za potrebe istraživanja kreiran je anketni upitnik, kojeg je ispunilo 150 odgojitelja. Prema podacima istraživanja uspoređuje se odnos zastupljenosti uporabe tradicionalnih i novih medija u pripremi i radu s djecom rane i predškolske dobi. Također, rad ocrtava materijalne uvjete za korištenje te navike uporabe digitalnih medija u pripremi i radu s djecom, kao i odgojiteljske stavove vezane uz utjecaj digitalnih medija i razvoj medijske pismenosti. Prema rezultatima istraživanja, digitalni su mediji u velikoj mjeri zastupljeni u odgojiteljskoj pripremi za rad i radu s djecom. Za veliku većinu odgojitelja priprema za rad podrazumijeva svakodnevnu uporabu interneta. Polovica ispitanih odgojitelja internet primjenjuje svakog dana u radu s djecom. Tradicionalni medij čija uporaba i relevantnost ne opadaju jest knjiga, odnosno slikovnica. Odgojitelji se smatraju medijski pismenima i podržavaju razvoj medijske pismenosti djece u ranoj i predškolskoj dobi.

Ključne riječi: digitalni mediji, medijska pismenost, odgojitelj

Abstract

Today digital media is daily present in the lives of children of early and preschool age. They are a socialization factor that shape children's attitudes, values and behaviors. The effects of digital media on children can be positive and negative, depending on the suitability and adaptation of media content to children and the protective impact of the child's environment. In the development of children's ability to independently critically judge and choose media content, parents and educators have the role of models and guides for the proper use of digital media. Media literacy, the ability to access, critically evaluate and create media content, is an important competence for educators' use of digital media in preparation and practical work with children. Their use in the context of early and preschool education depends on the competencies and attitudes of educators, the equipment of institutions, previous experience of using digital media in work and the age of the educational group. The aim of this research was to provide insight from an educators' perspective on the assessment of their media literacy and the habit of including digital media in educational work. For the needs of the research, a survey questionnaire was created, which was filled out by 150 educators. The ratio of the use of traditional and new media in the preparation and work with children of early and preschool age is compared, according to the research data. Also, the paper outlines the material conditions for the use and habits of using digital media in the preparation and work with children, as well as educators' attitudes related to the impact of digital media and the development of media literacy. According to the results of the research, digital media is largely represented in educators' work preparation and work with children. For the vast majority of educators, preparation for work involves daily use of the Internet. Half of the surveyed educators use the Internet every day in their work with children. A traditional medium whose use and relevance does not decline is a book or a picture book. Educators consider themselves to be media literate and support the development of media literacy of children of early and preschool age.

Keywords: digital media, media literacy, educator

Sadržaj

Uvod	1
<i>Digitalni mediji</i>	2
<i>Utjecaj medija na djecu rane i predškolske dobi</i>	4
<i>Medijska pismenost</i>	7
<i>Uloga roditelja i odgojitelja u dječjem odnosu s digitalnim medijima</i>	8
<i>Medijska pismenost odgojitelja</i>	10
<i>Uporaba digitalnih medija u vrtiću</i>	12
Opis istraživanja	14
Rezultati istraživanja i rasprava	14
<i>Podaci o ispitanicima</i>	14
<i>Medijska pismenost odgojitelja</i>	16
<i>Digitalni mediji u pripremi za rad i praktičnom odgojno-obrazovnom radu odgojitelja</i>	19
<i>Zastupljenost vrste medija</i>	19
<i>Dječja samostalna uporaba medija u vrtiću</i>	20
<i>Vrijeme uporabe</i>	21
<i>Materijalni uvjeti uporabe digitalnih medija</i>	22
<i>Svrha i položaj uporabe medija u vrtiću</i>	25
<i>Razvoj medijske pismenosti i uporaba digitalnih medija u odgojno-obrazovnom radu– odgojiteljski stavovi i navike</i>	26
Zaključak	30
Literaaura	32

Uvod

Suvremene paradigme ranog i predškolskog odgoja koncept djetinjstva promatraju kao živi organizam u stalnom međudjelovanju s okolinom. Jedan od suvremenih kontekstualnih čimbenika su i novi, odnosno digitalni mediji, koji obuhvaćaju internet, računalne programe, mobilne aplikacije i dr. Uporaba novih medija ima značajan utjecaj u oblikovanju suvremenog djetinjstva, time i ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja, čije je ono temeljni subjekt promatranja i djelovanja. Utjecaj novih medija na djecu uvelike oblikuje njihove interese, mišljenja i vrijednosti. Potencijalan utjecaj medija na djecu, prema Ilišin, Marinović Bobinac i Radin (2001), započinje od samog početka života dolaskom na svijet u okruženje napućeno različitim medijima. „Navikavanje na medije zbiva se brzo i neprimjetno, a vrlo rano djeca iskazuju želju da koriste neki medij i nauče baratati njime“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001: 14). Rezultati istraživanja Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014) pokazali su kako 98,8% djece predškolske dobi koriste medije, od čega njih 54,6 % koristi internet. Prema podacima istraživanja Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017) televiziju gleda 97,2%, a pred različitim ekranima djeca predškolske dobi u prosjeku provode više od 2 sata dnevno. Potreba za razvojem medijske pismenosti kod djece rane i predškolske dobi postoji uslijed činjenice da „iako su mediji dostupni djetetu u ranoj i predškolskoj dobi, medijski odgoj provodi se tek u osnovnoj školi u okviru nastave Hrvatskoga jezika kada djeca već dolaze s razvijenim navikama korištenja medijskih uređaja i sadržaja“ (Ljubić Nežić, 2018: 287) . Prema istraživanju Sindika (2012) mediji su moderni 'odgojitelji' djece u mnogobrojnim obiteljima, s kojima dolaze i pozitivni i negativni utjecaji. Što je dijete mlađe, ima manju razvojnu sposobnost kritičkog rasuđivanja i zaštite od utjecaja medijskih sadržaja. Prema Sindiku i Veselinović (2010) dijete je emotivno i kognitivno nespremno na život s medijima te ih konzumira pasivno. Autori nadalje navode kako posljedice utjecaja medija nisu nužno odmah uočljive, već je njihovo djelovanje polako, postepeno i odgođeno. Iz tog je razloga važan zaštitni utjecaj i djetetove okoline, odnosno obitelji, dječjeg vrtića i škole. Odgojitelji su, kao članovi djetetovog mikrookruženja, važni modeli u formiranju djetetovih stavova i navika. Novi zahtjevi djetinjstva tako mijenjaju i profesionalnu ulogu odgojitelja. Potrebne su nove odgojiteljske kompetencije kako bi odgojno-obrazovni rad u vrtiću ukorak pratio dječje razvojne potrebe. Medijska pismenost je tako nužna kompetencija odgojitelja za pravilno vodstvo i medijsko opismenjavanje djece. Prema istraživanju Peran i Raguž (2018)

85% odgojitelja koristi medije u profesionalnom radu s djecom, od čega je televizija s 22% bila primarni izbor odgojitelja.

Digitalni mediji

Medij je sredstvo komunikacije ili prenošenja vijesti. Posrednik je prijenosa poruke, odnosno sredstvo njene pretvorbe i puta preko kanala od pošiljatelja do primatelja. Razvoj medija današnjice obilježava kraj 20. i 21. stoljeće (Jurčić, 2017). Tada dolazi do pojave digitalnih medija. To su interaktivni mediji kojima se pristupa putem interneta ili svoj medijski sadržaj nude na nekom digitalnom uređaju. Obilježavaju ih i hipermedijalnost i hipertekstualnost. Nazivaju se i novim medijima, iz razloga što od 80-ih godina 20. stoljeća svijet medija i komunikacija poprimaju nova obilježja te se vežu uz pojmove postmodernizma, globalizacije i postindustrijalizacije (Lister i sur., 2003). Autori također navode sve 'novo' vezano uz nove medije. To su nova iskustva vremena, prostora, mjesta i mogućnosti, mijenjanje slike svijeta, promišljanja koncepata identiteta i društva te ostale duboke društvene, kulturne i ekonomske promjene. Komunikaciji posreduju računala, nastaju virtualne stvarnosti te se medijski sadržaj interaktivno širi i konzumira hipertekstualnim formatima. „Novi mediji (danas) označavaju različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prijenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost nelinearni/nesekvencijalni pristup sadržaju dokumenata, digitaliziranost i multimedijски način prezentacije“ (Boljkovac, 2019: 6, prema Prelog, 2011). Među vrstama medija dolazi do procesa remedijacije, odnosno stvaranja novih medija na tragu tradicionalnih te mijenjanja tradicionalnih pod utjecajem novih (Gabelica, 2019). Tako se tradicionalni mediji kao televizija, radio, fotografija i film također transformiraju i prenose na digitalne platforme. Husejnefendić (2011) predvidio je asimilaciju tradicionalnih medija s internetom. „Postojeći tradicionalni mediji funkcionirat će poput organizma ili autonomnog sustava unutar većeg medijskog sustava i, dok će se neka njihova obilježja ukinuti, mnoge će se druge karakteristike poboljšati njima u korist: povećanje krajnjeg dometa i stoga veći broj korisnika, propusnost i više povratnih informacija, itd“ (2011: 62). Tradicionalni mediji danas i dalje postoje u svojim izvornim oblicima, no svi imaju i svoju digitalnu verziju. Konvergirane tradicionalne medije tako obilježava multiplatformnost, multiformatnost i ne-linearno emitiranje. (Zgrabljic Rotar, 2011).

Jurčić (2017) iznosi funkcije medija prema Jean-Claudeu Bertrandu, autoru djela Deontologija medija, iz 1997. godine.

- „Promatranje sredine, kroz pribavljanje, analizu, filtriranje i plasman informacija od važnosti za građane;
- Osiguravanje socijalne komunikacije kroz stvaranje uvjeta za javnu diskusiju i povezivanje pojedinca u javnome diskursu;
- Predstavljanje slike o svijetu, posebno o udaljenim pojavama koja naša čula ne sagledavaju;
- Prenošenje kulture (tradicije, vrijednosti, nasljeđa);
- Prinos sreći i zabava (korisnici medija uglavnom očekuju da ih mediji zabave i potaknu stvaralaštvo);
- Prodaja (mediji povećavaju prodaju i dodatno potiču razvoj potrošačkog društva; oni su glavno sredstvo oglašavanja i imaju ključnu poziciju u lancu prodaje)“ (Jurčić, 2017: 130).

Drugim riječima, mediji imaju informativnu, komunikacijsku, odgojno-obrazovnu, zabavnu i komercijalnu funkciju. Mandarić (2012) navodi kako su novi mediji relevantni čimbenici socijalizacije. Snažnog su utjecaja na društvena ponašanja, nezaobilazno sredstvo informiranja te imaju značajnu ulogu u formiranju slike svijeta i života, odnosno oblikovanju životnih stilova i identiteta. „Djetinjstvo je razdoblje najintenzivnije socijalizacije, a najvažniji socijalizacijski činitelji su obitelj, vršnjaci, škola i društvena zajednica čiji su dio i masovni mediji“ (Agencija za elektroničke medije, 2016: 6).

Utjecaj medija na djecu rane i predškolske dobi

Labaš i Marinčić (2018) objašnjavaju kako su djeca sve više okružena medijima te se njihov utjecaj na njih ne može zanemariti. Svjesni su i nesvjesni, odnosno aktivni i pasivni konzumenti medijskih sadržaja kojima zadovoljavaju potrebu za zabavom, informiranjem i razvijanjem socijalnih odnosa. Prema istraživanju Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (2017), svako od gotovo 700 djece predškolske dobi, čiji su roditelji sudjelovali u istraživanju, koristi barem jedan elektronički uređaj. Od toga 97% djece zna samostalno upaliti neki elektronički uređaj, 90% njih samostalno traže i pokreću sadržaje koje žele, a 45% njih samostalno koristi Internet. Sudjelovanje u medijima dječje je pravo propisano Člankom 13 Unicefove Konvencije o pravima djeteta (1989). „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“ (1989: 7). U skladu s dječjim pravom, u Hrvatskoj su mediji Nacionalnom strategijom za prava djece u RH od 2014. do 2020. potaknuti na proizvodnju kvalitetnih audiovizualnih djela za djecu, omogućavanje sudjelovanja djeci u stvaranju pozitivnih sadržaja za djecu u medijima i na internetu, kao i drugih oblika dječjeg stvaralaštva i stvaralaštva za djecu. Također, dokumentom se naglašava nužnost povećanja broja kvalitetnih sadržaja namijenjenih djeci u medijima, osobito sadržaja koji obavještavaju djecu o svim pitanjima koja se na njih odnose, te koji ih upoznaju s njihovim pravima, obvezama i odgovornostima. Mediji se potiču na promicanje kvalitetne dječje aktivnosti putem TV, radio programa i portala za djecu, na kvalitetno prikazivanje raznolikost kultura koje su prisutne u društvu te na kontinuirano jačanje informiranosti zaposlenih u medijima o svim pitanjima u vezi s promicanjem prava djeteta sa ciljem jačanja odgovornosti za njihovu zaštitu, osobito prilikom sudjelovanja djece u medijskim sadržajima (Ministarstvo socijalne politike i mladih, 2014).

Medijski sadržaji djeci su primjereni ako su prilagođeni njihovoj dobi i razvojnim obilježjima (socio-emocionalnim, kognitivnim, jezičnim), dok na kvalitetu utječu relevantnost, interaktivnost te estetska, odgojna, edukativna i zabavna vrijednost. „Učinci medijskih sadržaja ovise o interakciji brojnih dječjih osobina i karakteristika (npr. razvojne dobi i spola, preko temperamenta i ličnosti pa sve do karakteristika njegove okoline kao što su obiteljski i sociokulturni kontekst u kojem se koriste medijskim sadržajima) i samih karakteristika medijskih sadržaja (vrsta sadržaja,

način prikazivanja sadržaja, količina i učestalost konzumiranja sadržaja i sl.)“ (Agencija za elektroničke medije, 2016: 5). Prema Kolucki i Lemish (2013) medijski sadržaji za djecu moraju biti namijenjeni djeci i prilagođeni njihovoj dobi, usmjereni na cjelovit razvoj djeteta, biti pozitivni i naglašavati kvalitete te se baviti potrebama i sposobnostima sve djece, uključujući najugroženije skupine. Hodalj (2018), prema Kolucki i Lemish (2013), navodi kako medijski sadržaji moraju poštovati privatnost i dostojanstvo djece te razvijati njihovo samopoštovanje i samopouzdanje. Hodalj (2018) navodi i obilježja kvalitete medijskog sadržaja za djecu. To je odabir tema koji pokriva potrebe djece koje ne moraju biti nužno uvrštene u određene odgojno-obrazovne politike i programe, sadržaji podržavaju postojeće programe unutar odgoja i obrazovanja te potiču djecu i ostale pojedince na pozitivne aktivnosti u svojoj okolini. Agencija za elektroničke medije (2016) kao glavna područja dječjeg razvoja na koja mediji imaju utjecaj izdvaja emocionalni razvoj, društveno ponašanje, misaoni razvoj i percepciju svijeta, tjelesni i spolni razvoj, zdravlje i sliku tijela te sliku odnosa djeteta i obitelji.

Pozitivnim utjecajima medija na djecu Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) smatraju proširivanje vlastitih kognitivnih, psihičkih, kreativnih i socijalnih kapaciteta integracijom različitih medija. „Oni postaju aktivni sudionici procesa učenja jer između medija i djeteta postoji dijalog. Mediji zahtijevaju aktivnost djeteta u potrazi za informacijama, ono prelazi s predmeta na drugi povezani predmet. Interaktivnost djetetu omogućuje biranje, ali i povratno djelovanje na medij u stvarnom vremenu, zahvaljujući postojanju više navigacijskih putanja“ (2018: 276). Autorice ističu kako suvremeni mediji djeci približavaju globalna pitanja, promoviraju kulturnu različitost, inkluziju i toleranciju. Te tvrdnje podupiru rezultati istraživanja Peran i Raguž (2018). Ispitani odgojitelji su istaknuli slične utjecaje medija na djecu: djeca postaju tolerantna, uče empatiju, upoznaju nove kulture, običaje i različitosti, razvijaju i osnažuju svoje digitalne kompetencije, potiču znatiželju i razvijaju kreativnost i maštu, povezuju se s djecom koja su otišla iz odgojne skupine. Pozitivni utjecaji digitalnih medija na djecu koje Novak (2013) navodi su edukativni programi koji djeci pružaju niz podražaja, informacija i znanja, razvoj perceptivnih, mentalnih i psihomotornih sposobnosti, učenje na djeci jednostavan i zanimljiv način, stjecanje osjećaja kompetentnosti i samopouzdanja, razvoj emocionalne inteligencije, pozitivan učinak na okulomotoriku i finu motoriku, poticanje razigranosti i istraživačkog duha rješavanjem problema, poticaj za likovno i glazbeno stvaralaštvo, pomoć u radu s djecom s posebnim potrebama.

S druge strane, svi sadržaji u medijima nisu primjereni djeci, osobito onoj predškolske dobi. Labaš i Marinčić (2018) navode kako „stvarajući zabavne i manipulativne sadržaje mediji negativno utječu na djecu u njihovom svakodnevnom životu, primjerice putem oglašavanja i širenja konzumerizma, tabloidizacije, senzacionalizma te ostalih trendova, izloženosti nasilju te dječje pornografije“ (2018: 5). Djeca su ranjive mete (prikrivenog) oglašavanjem jer u predškolskoj dobi teže razlikuju programske sadržaje od oglasa i ne mogu razlučiti stvarnost od vizualnih efekata i trikova te lakše mogu povjerovati u nerealno prikazana svojstva oglašanih proizvoda. Oglasi kod djece tako mogu poticati orijentaciju na materijalističke vrijednosti i razvoj stereotipa (Agencija za elektroničke medije, 2016). Mandrović (2011) izlaže kako nasilno ponašanje, koje se eksplicitno prikazuje u medijima, kod djece može prouzročiti imitiranje devijantnog ponašanja. Dugo izlaganje nasilnim sadržajima tako može povećati agresivnost, neosjetljivost na nasilje i patnju u stvarnom životu te podići prag tolerancije nasilja na društvenoj razini. Zbog slabije razvijenog logičkog mišljenja, nemogućnosti razumijevanja tuđe perspektive te nerazvijenih mehanizama suočavanja sa stresom, predškolska djeca i djeca osjetljivija su na nasilje u medijima (Agencija za elektroničke medije, 2016). Stančić i sur. (2007) navode tzv. cyber-bullying, odnosno internetsko zlostavljanje od strane vršnjaka, hakera, seksualnih zlostavljača ili uhoditelja. Djeca tako mogu biti i izvršitelji cyber-bullyinga. Prema Mandrović (2007) to može biti rezultat imitiranja starijih, bijega od stvarnosti i vlastitih problema te nerazvijene svijesti odgovornosti za vlastite postupke. Autorica navodi i pitanje utjecaja medija na razvoj identiteta djeteta, koje se u virtualnoj stvarnosti poistovjećuje sa svojim avатарom, odnosno virtualnim identitetom. „Stručnjaci si postavljaju pitanje pomažu li eksperimentiranje i maskiranje vlastitoga ja u virtualnom prostoru razvoj čvrstog identiteta ili ga otežavaju? Postoji li rizik od fragmentarnog, šizofrenog identiteta, odvojenog od stvarnog iskustva?“ (Mandrović, 2011: 134). Đurak, Koprivnjak i Maček (2018) također naglašavanju nesposobnost odvajanja realnog od virtualnog svijeta kod djece predškolske dobi. Prema Agenciji za elektroničke medije (2016) predškolsku djecu najviše straše likovi i događaji koji izgledaju i zvuče zastrašujuće, bez obzira na njihovu karakterizaciju koja može biti i pozitivna. Teže prepoznaju razliku između realnih i imaginarnih sadržaja, ne mogu razumjeti kojim se sve postupcima i trikovima (maska, šminka, odglumljeni udarci, montaža, računalna animacija i dr.) mediji služe kako bi prikazali određene zamišljene zastrašujuće prizore te se tako ne mogu na odgovarajući način distancirati od sadržaja. Stančić i sur. (2007) problematičnim kod digitalne komunikacije ističu nedostatak komunikacije

licem u lice, koja kod djece koja nisu potpuno razvila socijalne i komunikacijske vještine, može rezultirati otuđenjem i gubitkom komunikacijskih vještina u stvarnom životu. Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) nadovezuju se na tu tvrdnju povezujući ju s utjecajem na smanjenje dječjeg samopouzdanja i pozitivne slike o sebi. Prema Peran i Raguž (2018) opasnim i neprimjerenim sadržajima za djecu 37% odgojitelja smatra stereotipne i nasilne medijske sadržaje, a 28% njih opasnostima smatra promidžbene poruke usmjerene na djecu. Također, navode da djeca kroz medije „uče neprimjerene izraze za njihovu dob, privikavaju se na nestandardni govor, gube vezu sa stvarnošću oponašajući različite likove, te postaju emocionalno ravnodušna“ (2018: 228). Osim raznih negativnih utjecaja medija na psihičko zdravlje djece, mogu se odraziti i na fizičko. Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) prenose kako duga uporaba digitalnih medija djecu dovodi do smanjene fizičke aktivnosti i potiče sjedilački način života. Posljedično, dolazi i do problema pretilosti kod djece, koje se može povezati i s promocijom nezdravih prehrambenih navika u medijima.

Medijska pismenost

Pojam medijske pismenosti vezan je uz medijsku pedagogiju, pedagoški disciplinu koja se bavi socijalizacijskim utjecajima na djecu i mlade (Ljubić Nežić, 2019, prema Tolić, 2009). Medijska pismenost definirana je UNESCO-om Deklaracijom o medijskom odgoju 1982. godine kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Zgrabljić Rotar, 2005: 1, prema Aufderheide, 1992). Teoretičarka medija Jasna Burić za Čižmara i Obrenovića (2013) definiciju medijske pismenosti objašnjava kao „sposobnost kreiranja medijske poruke, upotrebe različitih medija za njeno plasiranje te znanje o iščitavanju medijskih sadržaja“ (2013: 21). Drugim riječima, Labaš (2015a) ju tumači kao „sposobnost građana da pristupe medijima, da ih upoznaju, analiziraju, kritički vrednuju, te konačno i sami proizvode medijski sadržaj“ (2015: 25). Žitinski (2009) navodi definiciju prema Hybels i Weaver (2001) kao „sposobnost da se informacija vrednuje, analizira i, procijeni i razmijeni u svim svojim oblicima“ (2009: 237). Ista autorica navodi kako je „središnja implikacija medijske pismenosti razumjeti kakvu sliku svijeta mediji nameću“ (2009: 237), odnosno kako je za to važno promicati zdravi skepticizam. Agencija za elektroničke medije (2016) pojašnjava kako „medijski pismeni ljudi mogu donijeti informirane odluke, razumjeti prirodu sadržaja i usluga, i koristiti prednosti

cjelokupnog raspona mogućnosti koje nude nove komunikacijske i medijske tehnologije“ (2016: 42).

Iz navedenih definicija medijska se pismenost može razložiti na tri jednako važne dimenzije ili kompetencije. To su tehničke kompetencije i vještine uporabe uređaja za pristup medijima, kritička analiza medijskih sadržaja te kreiranje kvalitetnog medijskog sadržaja. Prema Agenciji za elektroničke medije to su preciznije „kompetencije za razumijevanje medijskih sadržaja i njihovo kritičko tumačenje i vrednovanje, tehničke kompetencije, vezane uz uporabu medija i medijskih platformi i praktične kompetencije za stvaranje i kreiranje medijskih sadržaja u cilju što aktivnije društvene uloge“ (2016: 43). Vijeće Europske unije, usvojilo je 2020. godine dokument “Zaključci o medijskoj pismenosti u svijetu koji se stalno mijenja“. U dokumentu se osvjetljava utjecaj novih digitalnih medija na društvenu, komunikacijsku i kulturalnu sliku svijeta i naglašava važnost stjecanja znanja i vještina kako bi se građanima svih dobnih skupina omogućio pristup, odabir, razumijevanje, kreiranje i odgovorna uporaba informacija iz različitih vrsta medija. (Vijeće Europske unije, 2020).

Uloga roditelja i odgojitelja u dječjem odnosu s digitalnim medijima

Prema izloženim podacima o dječjim navikama uporaba masovnih, među kojima najviše digitalnih, medija (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014; Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2017) te potencijalnim utjecajima medijskih sadržaja na njihov razvoj, jasna je potreba za njihovim medijskim opismenjavanjem. Labaš i Marinčić (2018) ističu kako djeca kao aktivni korisnici medija trebaju naučiti njima se pravilno rabiti, osvješćujući njihov utjecaj. Razvojem samostalnog i individualnog kritičkog stajališta kod djece, utječe se na njihov izbor i kreiranje medijskog sadržaja. „Na djecu ne utječe samo ono što se prima putem medija, nego i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju (obitelj, dječji vrtić, škole), ali i osobna pasivnost i emotivna i intelektualna nespremnost za život s medijima“ (Sindik, 2012: 7). Labaš (2015b) navodi kako se suvremeno doba digitalnih, multimedijalnih, interaktivnih i hipertekstualnih novih medija gotovo potpuno razlikuje od doba tradicionalnih medija. Ono što je ostalo isto jest da se medijima koriste „razne društvene skupine, dobronamjerne i nedobronamjerne, da bi prenosile svoje razumijevanje obrazaca društvenoga ponašanja i kulturnih značenja“ (2015b). O odgojno-obrazovnim utjecajima medija na djecu, odrasle osobe koje sudjeluju u odgojnom i obrazovnome procesu djece dužne su voditi računa. Za djecu rane i predškolske dobi to su prvenstveno roditelji i odgojitelji. Za

određivanje prikladnosti dječjeg korištenja medija i pružanje pozitivnog primjera za formiranje navika njihove uporabe, najveća je odgovornost na roditeljima djece predškolske dobi. Obiteljski dom prvo je okruženje djetetove socijalizacije te najveći utjecaj na njegov razvoj. Način na koji roditelji rabe medije, imat će pozitivan ili negativan učinak i na djecu, zbog čega je bitno da roditelji prvenstveno osvijeste vlastite medijske navike (Sindik, 2012, prema Ilišin, 2003). Prema Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) roditelji trebaju voditi djecu u uporabi medija svojim primjerom, što znači promišljati i kontrolirati vlastitu uporabu medija, kako bi dijete učilo prema pozitivnom modelu. Nadalje, roditelji zajedničkom uporabom medija i razgovorom s djecom o njihovim pozitivnim i negativnim aspektima, produbljuju vlastito znanje o interesima i razmišljanjima djece. Roditelji koji pokazuju interes za medijske sadržaje koje dijete konzumira i sudjeluju u dječjoj uporabi medija, tako mogu bolje oblikovati smjer razvoja medijske pismenosti vlastitoga djeteta, ujedno ga i zaštititi od potencijalnih negativnih utjecaja. Sindik i Veselinović (2012) navode preporuke za roditelje i odgojitelje u uporabi digitalnih medija kod djece predškolske dobi. „Važno je pomoći djetetu kod odabira medijskih sadržaja; treba provjeriti je li sadržaj primjeren razvojnog stadiju djeteta; postaviti vremensku granicu uporabe medija; ne dopustiti da medij postane zamjena za vrijeme koje dijete treba provesti s roditeljima, ili za igru s vršnjacima; povremeno i sami odgojitelji(ce) i roditelji trebaju s djecom konzumirati medijske sadržaje, o njima razgovarati i pomoći djeci da razlikuju maštu od stvarnosti. Dakle, odrasli (odgojitelji(ce) i roditelji) moraju imati nadzor nad djetetovim “medijskim ponašanjem”: izborom medijskih sadržaja, te kontrolom vremena koje djeca provode s medijima“ (2012: 127).

Prema Mikiću (2002) temeljni cilj medijskog odgoja u vrtiću jest medijska kompetencija, odnosno razvoj aktivnog i kreativnog odnosa prema medijima. Novak (2013) navodi kako bi odgajatelji trebali prihvatiti nove tehnologije u odgoju i obrazovanju, unaprjeđivati vlastite i dječje kompetencije te poticati uporabu takvih tehnologija kako bi osposobili djecu za uporabu digitalnih medija i njihovu sigurnu primjenu u edukativne i zabavne svrhe. Djecu odgojitelj treba zainteresirati za obrazovanje putem medija, omogućiti im snalaženje u sadržajima koje treba kritički promatrati te omogućiti im samostalno sudjelovanje u kreiranju medijskih sadržaja. (Mikić, 2004). Ljubić Nežić (2018) za razvoj dječje medijske pismenosti djece preporuča stvaranje poticajnog okruženja praćenjem njihovih interesa. Digitalne medije treba koristiti na njima smislen i blizak način, prilagođen dobi i mogućnostima. Tako djeca mogu sticati nove spoznaje i načine učenja te osjećaj uspjeha. Prema Mikiću (2004), s djecom odgojitelj treba razgovarati o medijskim

sadržajima i analizirati njihove poruke, kao što je važno i promatrati dječji doživljaj nekog medija i ta opažanja koristiti za pedagoško djelovanje. Ljubić Nežić (2018) posebno naglašava važnost razvoja suradnje odgojitelja s roditeljima kako bi ih pripremali, usmjeravali, informirali i upućivali na mogućnosti i izazove koje medijski sadržaji otvaraju u odnosu na djecu. Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) predlažu informiranje roditelja o medijima putem kutića za roditelje, organiziranje komunikacijskih i tematskih roditeljskih sastanaka te upućivanje na stručne izvore koji se osvrću na utjecaj medija i medijski odgoj. Ljubić Nežić (2018) ističe kako odgojiteljska uloga posrednika u odnosu djeca-digitalni mediji-roditelji zahtjeva educiranost, informiranost i kontinuiranu obnovu znanja i vještina.

Medijska pismenost odgojitelja

„Samo medijski pismena odrasla osoba može pravilno i društveno poželjno medijski opismeniti dijete. Svima koji rade s djecom potrebna je medijska pismenost da bi ih razumjeli i pravilno odgojili“ (Krpan, Sindik, Bartaković, 2017: 270). Uz roditelje, glavni posrednici između djece rane i predškolske dobi i utjecaja medija su odgojitelji. Sindik (2012) spominje medijsku pismenost odgojitelja kao jedan od ključnih faktora za razvoj medijske pismenosti djece i njihovih roditelja. Mikić (2004) naziva medijski obrazovane i osviještene edukatore djece medijskim pedagozima. Neophodne odgojiteljske kompetencije za suvremene zahtjeve odgoja djece za uporabu medija tako su temeljna znanja o medijima, komunikologiji te informacijsko-tehničkom području. Navodi i upoznatost s tradicionalnim i digitalnim medijima te kritičko i konstruktivno promatranje njihova razvoja i potencijala uporabe u odgojno-obrazovnom radu.

Kako iz navedenog proizlazi, od pojma medijske pismenosti neodvojiv je i pojam informatičke pismenosti. To je sposobnost uporabe računala i računalnih programa s ciljem prikupljanja, obrade, prezentiranja i razmjene informacija. Ovu sposobnost nužno je kontinuirano razvijati ukorak s tehnološkim promjenama. Information and communications technology (ICT) ili informatičko-komunikacijska tehnologija (IKT) prema Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža (2020) „djelatnost je i oprema koja čini tehničku osnovu za sustavno prikupljanje, pohranjivanje, obradbu, širenje i razmjenu informacija različita oblika, tj. znakova, teksta, zvuka i slike“. Što se formalnog obrazovanja odgojitelja tiče, svi preddiplomski sveučilišni studiji u Hrvatskoj razvijaju informatičku pismenost studenata obveznim kolegijima.

Prema Mikiću (2004), znanost bitna za razvoj medijske pismenosti odgojitelja jest komunikologija. Ona „istražuje komunikacijske procese i sustave; proučava sadržaj, oblik i načine ljudskoga međusobnoga i masovnoga komuniciranja, smisao i efekte simboličke interakcije, te strukture i funkcije društvenih komunikacijskih sustava“ (Hrvatski leksikon, 2020). Kolegij *Komunikologija* dostupan je samo studentima zagrebačkog preddiplomskog studija. Njegov je cilj razumijevanje uloge komuniciranja kao profesionalne kompetencije odgajatelja, prepoznavanje komunikacijskih modela, prepoznavanje i uspješno rješavanje komunikacijskih problema, usvajanje metoda kvalitetnog komuniciranja te učinkovita razmjena informacija u odgojnom okruženju. Ovo područje, na studijima u Splitu, Rijeci, Osijeku i Zadru obrađuje se u sklopu srodnih kolegija vezanih uz dječji jezični razvoj i komunikaciju te pedagošku komunikaciju. Odgoj se upoznaje kao komunikacijski proces, razvijaju se osnovne komunikacijske vještine studenata te upoznaju modeli komunikacije i komunikacijski modeli poučavanja.

Prema istraživanju Peran i Raguž (2018) 46% odgojitelja upoznato je s pojmom medijska pismenost, 29% njih smatra se medijski pismenima, dok samo 15 % ispitanika smatra da ih je formalno obrazovanje pripremio za razumijevanje medija i kritičnost prema gotovim medijskim sadržajima. Prema objavljenim silabusima studijskih programa, svi preddiplomski sveučilišni studiji ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja u Hrvatskoj sadrže kolegij koji studente obrazuje na temu medijske kulture. Ciljevi kolegija donekle su podudarni. Kolegij medijske kulture u Zagrebu buduće odgojitelje upoznaje s medijskom kulturom i medijskim izrazima. Objašnjava međuzavisnost medija i obilježja njihova razvoja. Upoznaje ih s informativnim, estetskim, zabavnim i edukacijskim ulogama medija te osposobljava za aktivnu komunikaciju s medijima. Opis kolegija na studiju u Splitu podudaran je sa zagrebačkim, uz to što se spominje osposobljavanje studenata za korištenje medija kao oblikovno i izražajno sredstvo u odgojnom procesu te za kritičko vrednovanje medijskih sadržaja. Na riječkom i osječkom studiju medijska kultura dijeli kolegij s dječjom književnošću, no također se kao cilj navodi razvoj sposobnosti analize i sinteze pri interpretaciji te kritičkog prosuđivanja medijskih ostvarenja za djecu. Studij u Zadru kao cilj navodi upoznati studente s filmskom kulturom koju treba koristiti u radu s djecom. Obrazovanje na temu novih medija i medijskog odgoja produbljuje se obaveznim kolegijima *Djeca, odgojitelji, roditelji, mediji* u Zagrebu, *Dijete i mediji* u Splitu te *Internet u ranom i predškolskom odgoju* u Osijeku. Na kolegijima diplomskog studija studenti se upoznaju s temeljnim spoznajama iz područja medijske pedagogije s naglaskom na utjecaj medija na djecu,

kvalitetu pojedinih medija te načine stjecanja medijske kompetencije u ranoj i predškolskoj dobi. Uče kritički– reflektivno promišljati o kvaliteti različitih medija s kojima su djeca u interakciji te o mogućnostima korištenja medija u odgoju i obrazovanju. Zadarski diplomski studij ranog i predškolskog odgoja nudi izborni kolegij *Novi mediji i kreativne prakse*. Riječki diplomski studij nema kolegij iz tog područja. Formalnim obrazovanjem razvoj odgojiteljskih kompetencija ne završava. „Kontinuirani profesionalni razvoj imperativ je profesionalnog djelovanja u promjenjivom društvenom i tehnološkom kontekstu kakav je nametnulo dvadesetprvo stoljeće“ (Fatović, 2016: 636). Oblici neformalnog obrazovanja na temu razvoja vlastite i medijske pismenosti djece, koji su dostupni odgojiteljima, su primjerice edukacije i radionice u sklopu projekta Dani medijske pismenosti. Organizatori su Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Isti su osnivači i portala medijskapismenost.hr na kojem su dostupne publikacije i primjeri dobre prakse za uporabu digitalnih medija u radu s djecom. . Prema rezultatima istraživanja Sindik i Veselinović (2012) upravo je proširivanje i usavršavanje znanja odgojiteljica ključan faktor za pravilnu uporabu medija.

Uporaba digitalnih medija u vrtiću

Širenjem digitalnih medija u profesionalnom i privatnom životu pojačan je zahtjev za korištenjem tih tehnologija i u obrazovanju. Obrazloženje toga zahtjeva zasniva se na općoj društvenoj važnosti, na budućoj profesionalnoj relevantnosti digitalnih medija, na pedagoškim učincima u poboljšanju učenja i rezultata učenja te na potencijalu promjena koje bi mogle nastupiti u institucijama kao što su škole. Nacionalnim kurikulumom za rani i predškolski odgoj (2014) potiče se razvoj osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno učenje. Jedna od njih je i digitalna kompetencija. „U ranoj i predškolskoj dobi digitalna kompetencija razvija se upoznavanjem djeteta s informacijsko-komunikacijskom tehnologijom i mogućnostima njezine uporabe u različitim aktivnostima. 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. Ova kompetencija razvija se u takvoj organizaciji odgojno-obrazovnoga procesa vrtića u kojoj je i djeci, a ne samo odraslima, omogućeno korištenje računala u aktivnostima planiranja, realizacije i evaluacije odgojno-obrazovnoga procesa. Ova kompetencija razvija se osposobljavanjem djeteta za osvještavanje procesa vlastitog učenja te uključivanjem djeteta u planiranje i organiziranje tog procesa“ (MZOS, 2014: 28). Ljubić Nežić

(2018) smatra kako je ovakvo tumačenje digitalne kompetencije vrlo uskim u odnosu na odgoj djece za uporabu medija. Navodi kako se više opisuju tehničke kompetencije, a zanemaruje se razvoj kritičkog mišljenja primjeren djeci rane i predškolske dobi. Rodek (2011) slaže se s time da je poticanje razvoja medijske pismenosti bitna pretpostavka za pedagoški osmišljenu primjenu digitalnih medija u suvremenom odgoju i obrazovanju za eliminiranje ili ublažavanje potencijalnih štetnih utjecaja na djecu. Prema Mikiću (2002) mediji se u odgojno-obrazovnom radu rabe se kao radno i pomoćno sredstvo, odnosno kao oruđe ili tema. Pritom se podrazumijeva učenje putem medija, učenje o mediju, priprema materijala te samostalno kreiranje medijskog sadržaja odgojitelja i djece. Prema Nadrljanski, Nadrljanski i Biliću (2007), „obrazovanje pomoću modernih interaktivnih medija je znatno kvalitetnije u odnosu na klasične metode obrazovanja.“ (2007: 528). Digitalizirane se informacije djeci su približene slikom, animacijom i zvukom, istovremeno podražavaju više osjetila čime daju potpunu informaciju. Kao prednost autori navode i brzinu protoka informacija, odnosno njihovu aktualizaciju, te mogućnost širokog i raznolikog transfera znanja. „Digitalni mediji u obrazovanju nalaze različite primjene: od nastavnih programa za učenje i vježbe, od baza podataka i alata preko igara za učenje, pokusa i simulacija do kompleksnih komunikacijskih i kooperacijskih okruženja“ (Nadrljanski, Nadrljanski, Bilić, 2007 :530). Uporaba digitalnih medija ovisi o kompetencijama i stavovima edukatora te o opremljenosti ustanove (Nadrljanski, Nadrljanski, Bilić, 2007). Prema istraživanju Sindika i Veselinović (2012) na pozitivan stav odgojitelja prema uporabi digitalnih medija u radu s djecom ne utječu razina stručne spreme niti godine radnog staža. Dob odgojne skupine, s druge strane, utječe na odgojiteljsku naklonost prema uporabi digitalnih medija. Što su djeca starija, to je odgojitelju poželjnija uporaba medija u radu. Na stav odgojitelja utječe i iskustvo uporabe digitalnih medija u radu. Oni koji imaju iskustva s medijima prema njima imaju pozitivniji stav u odnosu na one bez iskustva (Nadrljanski, Nadrljanski, Bilić, 2007). Kako je ranije navedeno, prema istraživanju Peran i Raguž (2018) 85% odgojitelja koristi medije u profesionalnom radu s djecom, od čega je televizija s 22% bila primarni izbor odgojitelja. Njih 52% ističe više prednosti uporabe digitalnih medija u radu s djecom, nego nedostataka, a 40 % smatra da digitalni mediji pomažu u učenju. Ispitani odgojitelji slažu se o nužnosti uključivanja roditelja u medijski odgoj djece predškolske dobi.

Opis istraživanja

Cilj istraživanja bio je utvrditi zastupljenost digitalnih medija u pripremi za rad i praktičnom odgojno-obrazovnom radu odgojitelja u Hrvatskoj.

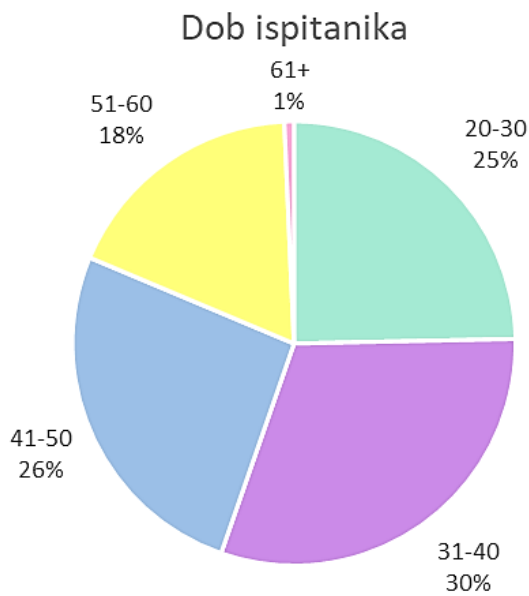
Istraživanje je bilo namjenjeno svim odgojiteljima s radnim iskustvom te se u njega uključilo 150 odgojitelja. Podaci su prikupljeni anketnim upitnikom, odnosno Google obrascem koji je dijeljen putem društvenih mreža.

Anketni upitnik sastoji se od 45 pitanja (Likertove skale, pitanja višestrukog izbora). Prvi dio upitnika odnosi se na podatke o ispitanicima. Drugi dio upitnika ispituje upoznatost odgojitelja s pojmom medijske pismenosti kroz različite vrste obrazovanja. Treći dio upitnika odnosi se na zastupljenost tradicionalnih i digitalnih medija u pripremi i radu odgojitelja te dječjoj uporabi u vrtiću. Ispitano je koji su mediji najzastupljeniji, njihova svrha, položaj i prosječno vrijeme korištenja. Također, ispitana je opremljenost i korištenje tehnološke opreme u pripremi i odgojno-obrazovnom radu. Četvrti dio upitnika ispituje odgojiteljske stavove, navike i mišljenja prema razvoju medijske pismenosti te uporabi digitalnih i ostalih medija u odgojno-obrazovnom radu.

Rezultati istraživanja i rasprava

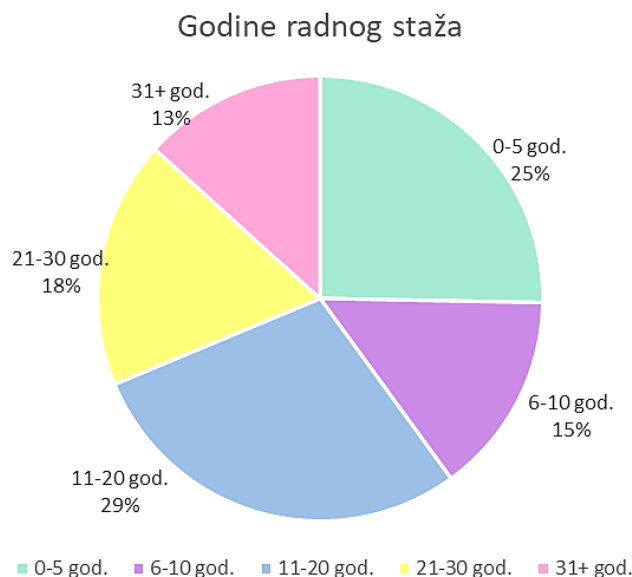
Podaci o ispitanicima

Svih 150 ispitanih odgojitelja ženskog je spola. Najveći postotak ispitanica, njih 30% odnosno 46, starosti je između 31 i 40 godina. Slijedi ih 26%, odnosno 39 odgojiteljica, starosti između 41 i 50 godina. Starosti između 20 i 30 godina je 37 ispitanica, njih 25%. Njih 18%, odnosno 27 odgojiteljica, starosti je između 51 i 60 godina, dok je onih iznad 61 godine približno 1%, odnosno jedna ispitanica.



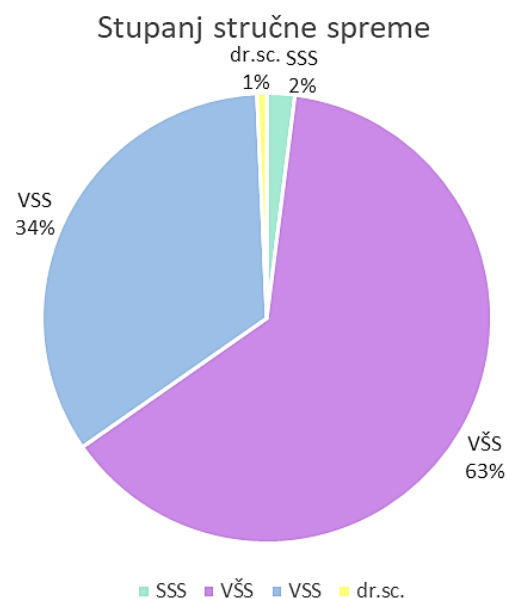
Grafikon 1 Dob ispitanika

Najviše ispitanica, njih 29%, odnosno 43, ima između 11 i 20 godina radnog staža. Do 5 godina radnog iskustva ima 25%, odnosno 38 odgojiteljica ima. Njih 18%, odnosno 27, ima između 21 i 30 godina radnog staža. Između 6 i 10 godina radnog staža ima 15% ispitanih odgojiteljica, njih 22. Najmanje ispitanih odgojiteljica, 13%, odnosno njih 20, ima više od 31 godine radnog staža.



Grafikon 2 Godine radnog staža ispitanika

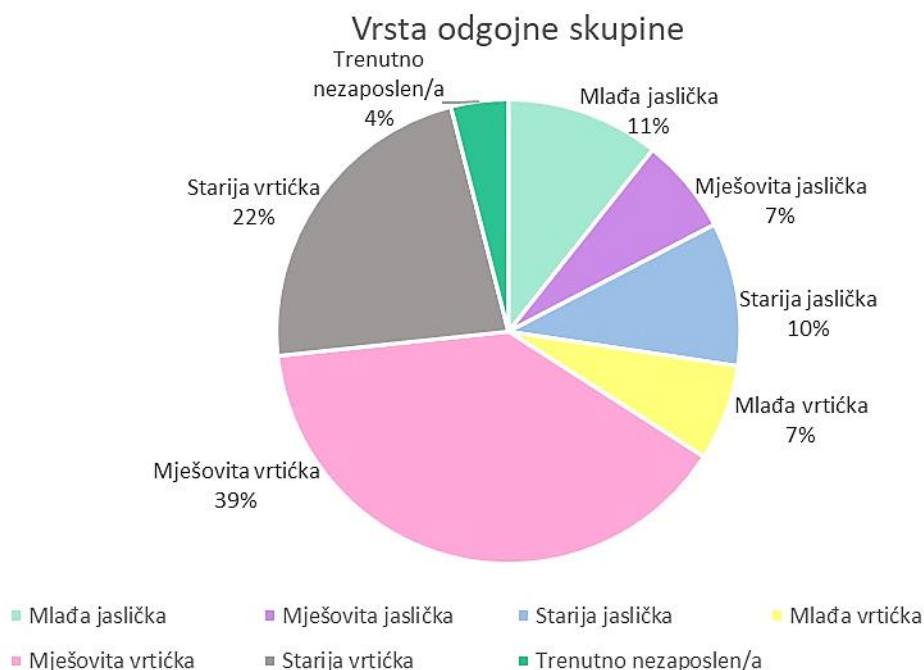
Najviše ispitanih odgojiteljica, 63%, njih 95, ima višu stručnu spremu, odnosno prvostupnice su studija ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja. Visoku stručnu spremu, odnosno magistre su ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja, ima 34 % ispitanica, odnosno 51 odgojiteljica. Srednju stručnu spremu ima 2% ispitanih odgojiteljica, odnosno njih 3, dok je poslijediplomski doktorski studij završilo 1% ispitanica, odnosno jedna.



Grafikon 3 Stupanj stručne spreme ispitanika

Najviše ispitanih odgojiteljica, 39%, odnosno njih 59, trenutno radi s mješovitom vrtićkom skupinom djece. Sa starijom vrtićkom skupinom djece radi 22% ispitanica, njih 34. S mlađom jasličkom skupinom djece radi 11% odgojiteljica, njih 16. Sa starijom jasličkom skupinom djece radi 10 % odgojiteljica, njih 15. U mješovitoj jasličkoj i mlađoj vrtićkoj skupini radi jednak postotak odgojiteljica, 7%, odnosno po njih 10. Trenutno nije zaposleno 4% ispitanica, odnosno njih 6.

Zaključno, svi ispitanici su žene, pretežne dobi između 31 i 40 godina te njih najviše ima između 11 i 20 godina radnog staža. Velika većina odgojiteljica su prvostupnice studija ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja, odnosno imaju viši stupanj stručne spreme te njih najviše radi s djecom mješovite vrtičke odgojne skupine.

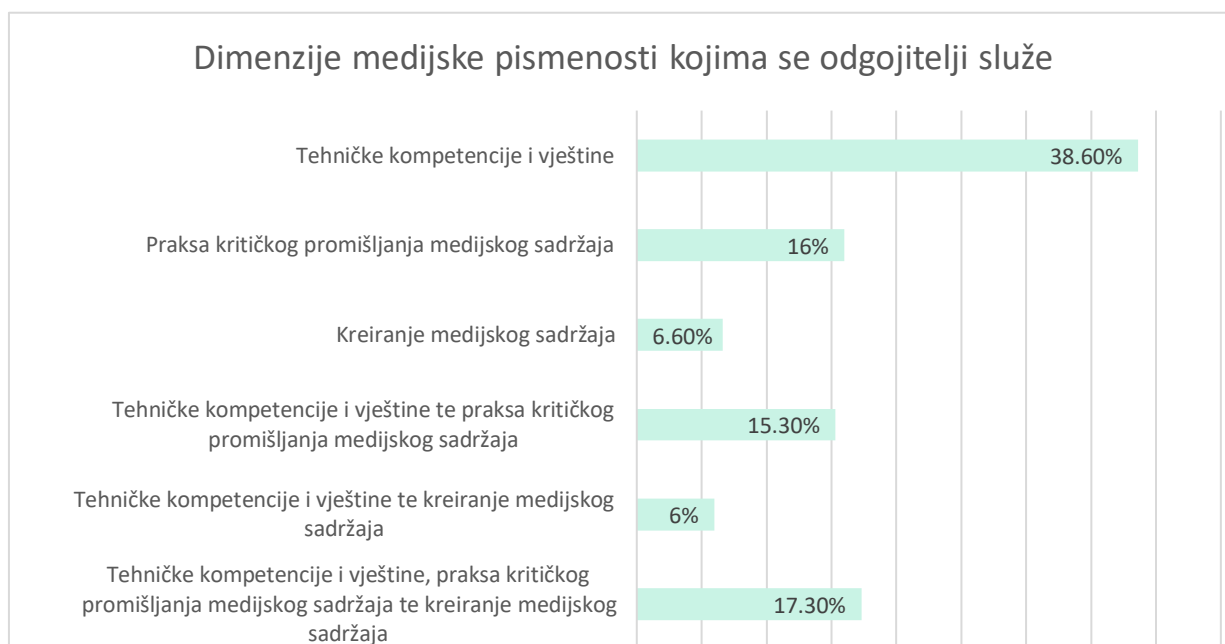


Grafikon 4 Vrsta odgojne skupine

Medijska pismenost odgojitelja

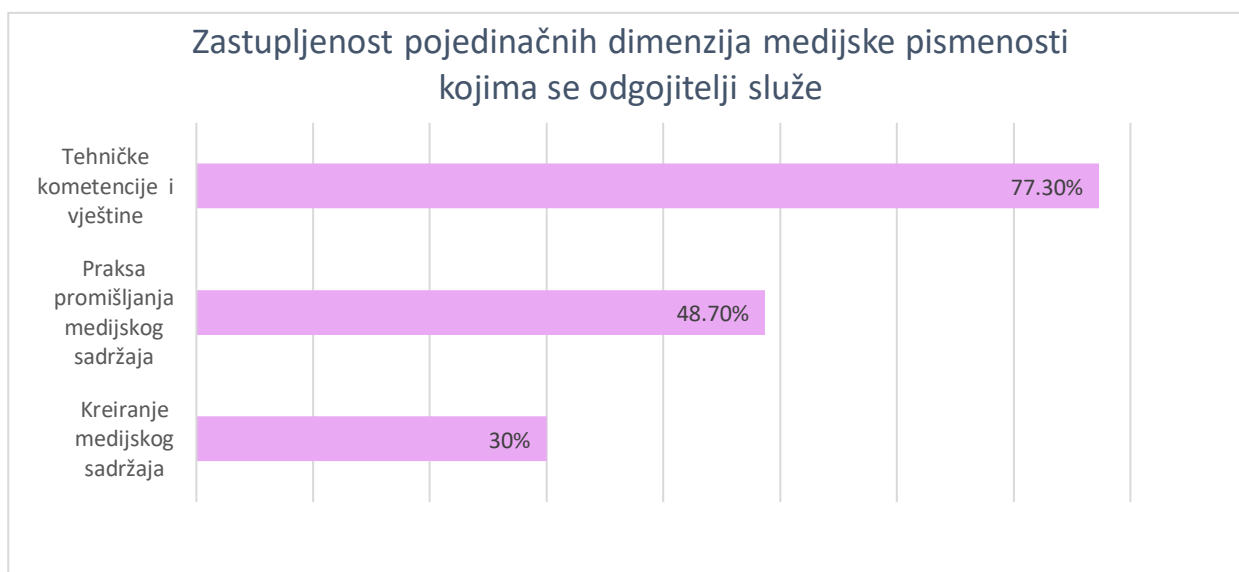
Sljedećim pitanjima cilj je bio steći uvid u razumijevanje pojma medijske pismenosti te način medijskog obrazovanja odgojitelja. Prema istraživanju Peran i Raguz (2018) medijski pismenima procijenilo se samo 29% odgojitelja. Nasuprot tome, prema ovom istraživanju sa značenjem pojma medijske pismenosti potpuno ili djelomično je upoznato čak 87% ispitanih odgojiteljica, a potpuno ili djelomično medijski pismenom smatra se 69,3%. Ono što je zanimljivo jest kako se sa sve tri dimenzije medijske pismenosti služi samo 17,3%, kako je prikazano u Grafikonu 5. Samo jednom od dimenzija služi se 61,3% odgojiteljica, dok se s dvije služi 21,3%. Iz ovih rezultata dakle proizlazi uvid u to kako se velika većina odgojiteljica smatra medijski pismenima, no i veliki postotak njih ne služi se svim dimenzijama medijske pismenosti. Velik postotak odgojiteljica izjasnilo se kako se služe samo tehničkim kompetencijama i vještinama, što bi moglo značiti kako

je došlo do postovjećivanja pojmova medijske i informatičke pismenosti, no to se ne može sa sigurnošću zaključiti.



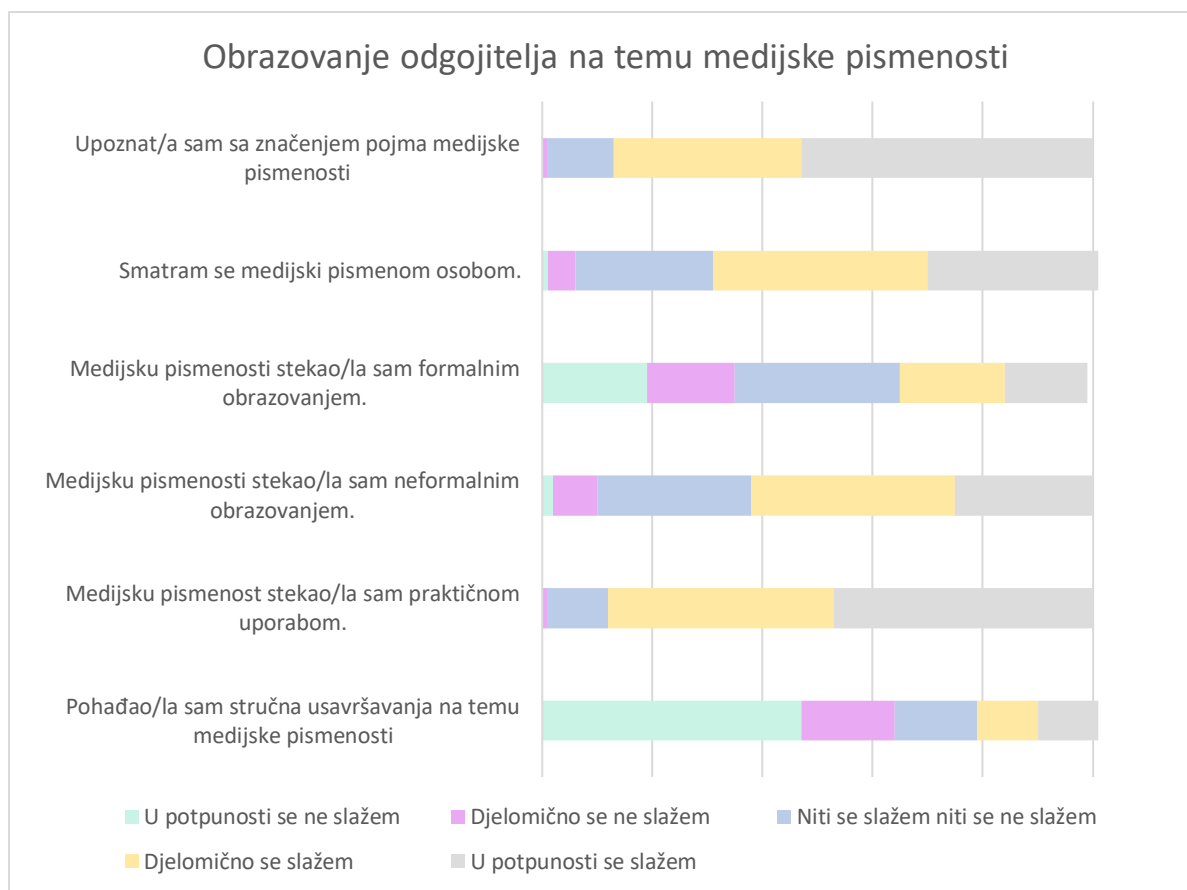
Grafikon 5 Dimenzije medijske pismenosti kojima se odgojitelji služe

Promatrajući svaku dimenziju zasebno u Grafikonu 6, velika većina odgojiteljica, 77%, izjašnjava kako posjeduje tehničke kompetencije i vještine. Njih 48,7% prakticira kritičko promišljanje medijskih sadržaja, dok ih 30% kreira i vlastiti.



Grafikon 6 Zastupljenost pojedinačnih dimenzija medijske pismenosti kojima se odgojitelji služe

Ono što se može iščitati iz podataka u Grafikonu 7 jest kako je uvjerljivo najzastupljeniji način potpunog ili djelomičnog stjecanja medijske pismenosti ispitanih odgojitelja praktična uporaba medija, odnosno 88%. Neformalnim obrazovanjem potpuno ili djelomično medijski se obrazovalo 62% odgojitelja, dok je formalnim obrazovanjem medijsku pismenost potpuno ili djelomično steklo 34,6% odgojitelja. Stručna usavršavanja na temu medijske pismenosti nije pohađalo 63,3% odgojitelja. Prema dobivenim rezultatima, medijsku pismenost odgojitelji najviše stiču neformalnim oblicima obrazovanja i praktičnom uporabom. Što se tiče formalnog obrazovanja, treba se uzeti u obzir kako je, primjerice, katedra za hrvatski jezik i medijsku kulturu na zagrebačkoj Učiteljskoj akademiji osnovana tek 2005. godine. To objašnjava kako većina ispitanih odgojiteljica koje su studij završile u Zagrebu prije te godine nije niti moglo steći medijsku pismenost tim načinom obrazovanja. Razlozi nepohađanja stručnih usavršavanja na temu medijske pismenosti nisu ispitani, no oni mogu biti njihov mali broj, nizak interes ili nedostupnost. Za pravilnu uporabu medija u odgojno-obrazovnom radu Sindik i Veselinović (2012) prema rezultatima vlastitog istraživanja naglašavaju upravo taj oblik obrazovanja.



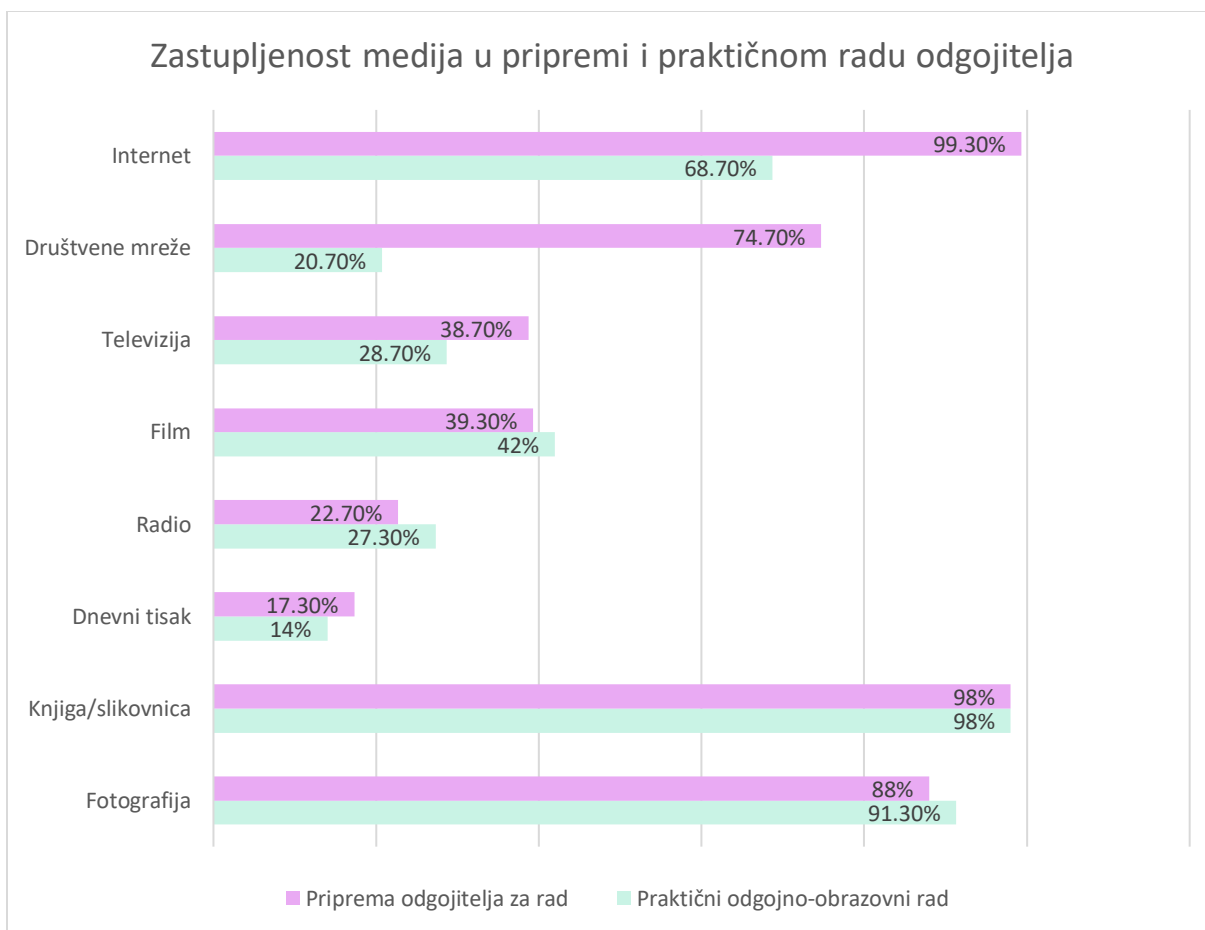
Grafikon 7 Obrazovanje odgojitelja na temu medijske pismenosti

Digitalni mediji u pripremi za rad i praktičnom odgojno-obrazovnom radu odgojitelja

Zastupljenost vrste medija

Dva medija su, Prema Grafikonu 8, najzastupljenija u pripremi odgojitelja za rad te su podjednakog rezultata, oko 99%. Zanimljivo je što je jedan od njih internet, digitalni medij, a drugi knjiga, odnosno slikovnica, tradicionalni medij. Slijedi ih digitalna fotografija koju koristi 88% odgojitelja te društvene mreže koje u pripremi za rad koristi 74,7% odgojitelja. Prema ovim podacima jasno je kako se odgojitelji u pripremi za rad generalno više služe digitalnim medijima u usporedbi s tradicionalnim. Unatoč tome, jedan od dva najzastupljenija medija jest i dalje knjiga, odnosno slikovnica, što pokazuje kako ih odgojitelji i dalje smatraju najrelevantnijim medijem kako za konzultaciju stručne literature, tako i kao pripremu materijala za rad s djecom.

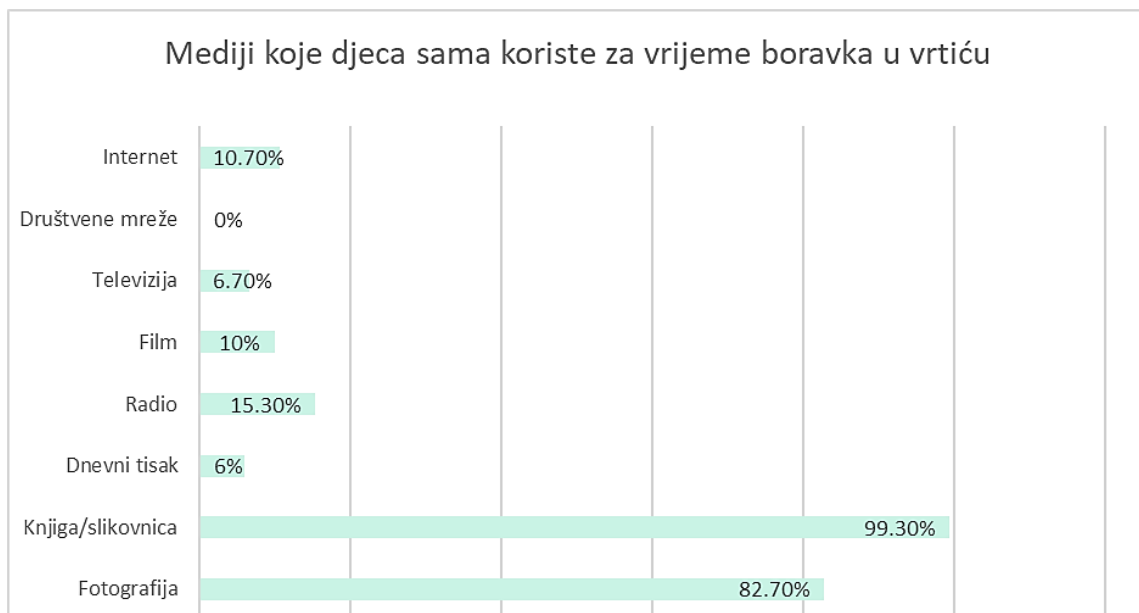
S druge strane, podaci o zastupljenosti različitih medija u praktičnom radu s djecom odgojne skupine djelomično su drugačiji. Knjigu, odnosno slikovnicu koristi 98% odgojitelja, što je uvjerljivo najzastupljeniji medij. Prati ju fotografija, kojom se služi 91,3% odgojitelja. Treći medij po zastupljenosti u odgojno-obrazovnoj praksi jest internet, s 68,7%. Može se istaknuti i film, kojeg koristi 42% odgojitelja. Ako se pretpostavi kako je fotografija koja se koristi u odgojno-obrazovnoj praksi ipak fizički razvijena, što je realnost prakse, dva najzastupljenija medija u radu s djecom rane i predškolske dobi su tradicionalna.



Grafikon 8 Zastupljenost medija u pripremi i praktičnom radu odgojitelja

Dječja samostalna uporaba medija u vrtiću

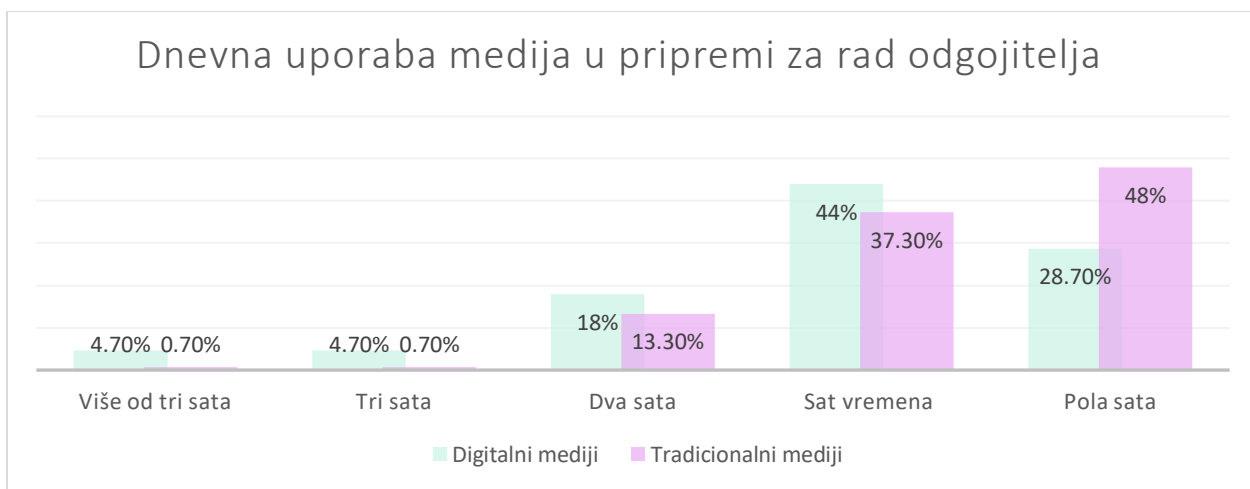
Prema podacima u Grafikonu 9, odgojitelji su iznijeli kako su mediji kojima se djeca samostalno služe za vrijeme boravka u odgojnoj skupini pretežno knjiga, odnosno slikovnica te fotografija. Uspoređujući rezultate s podacima iz Grafikona 8, o medijima koje sami odgojitelji rabe u praktičnom radu, vidljivo je kako su najzastupljeniji isti mediji. Zanimljiv je podatak kako je najveći raskorak u uporabi interneta, o kojem se 68,7% odgojitelja izjašnjava kako ga koristi u praktičnom radu s djecom. Nasuprot tome, samostalno ga u vrtiću koristi samo 10,7% djece. Iz toga je vidljivo kako velik postotak odgojiteljica u radu internet koristi, no vodi dječju uporabu interneta u vrtiću ili ju ograničava.



Grafikon 9 Mediji koje djeca sama koriste u vrtiću

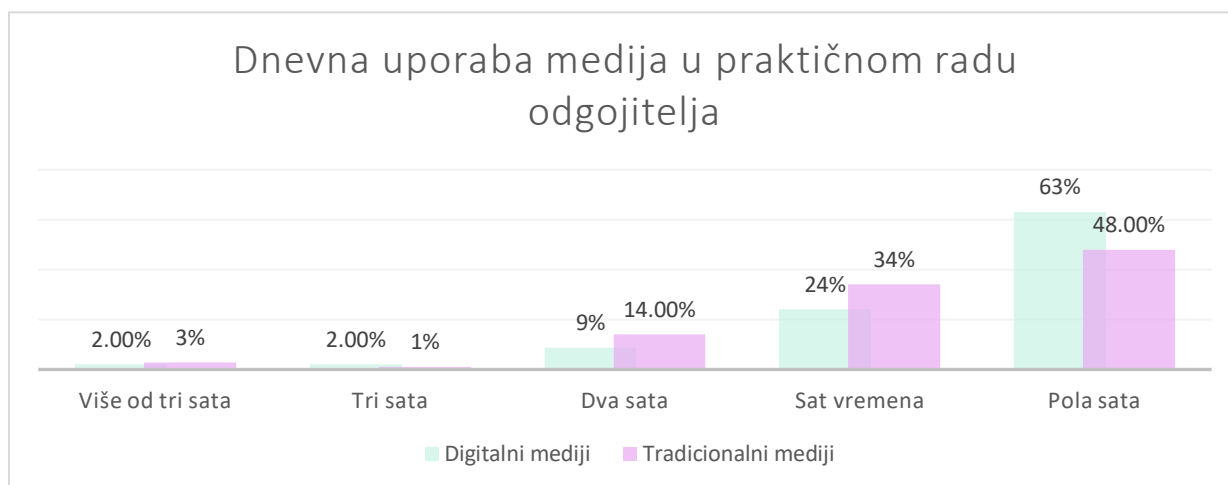
Vrijeme uporabe

Prema podacima u Grafikonu 10, tradicionalne medije 48% odgojitelja koristi pola sata, a 37,3% sat vremena. Digitalne medije, s druge strane, pola sata koristi 28,7% odgojitelja, a sat vremena 44%. Ono što je zanimljivo uočiti jest odnos vremena i vrste medija koju odgojitelj koristi. Najveći postotak odgojitelja medije u pripremi za rad koristi između pola sata i sat vremena. No što je vrijeme korištenja medija duže, tu digitalni uvijek imaju prednost u odnosu na tradicionalne medije.



Grafikon 10 Dnevna uporaba medija u pripremi za rad odgojitelja

Podaci o vremenu uporabe medija u praktičnom radu odgojitelja nešto su drugačiji. Najviše odgojitelja medij koristi pola sata dnevno, digitalni 63%, odnosno tradicionalni 48%. Što se tiče odnosa vremena uporabe i vrste medija, iz Grafikona 11 je vidljivo kako se tradicionalni mediji u radu s djecom koriste duže no digitalni. Drugim riječima, najviše odgojitelja ograničava uporabu digitalnih medija u radu s djecom do pola sata, dok tradicionalne oblike medija koriste uglavnom duže. Dakle, odnos vremena i vrste medija kojeg odgojitelj koristi u pripremi za rad i njegovoj praksi jest obrnut.

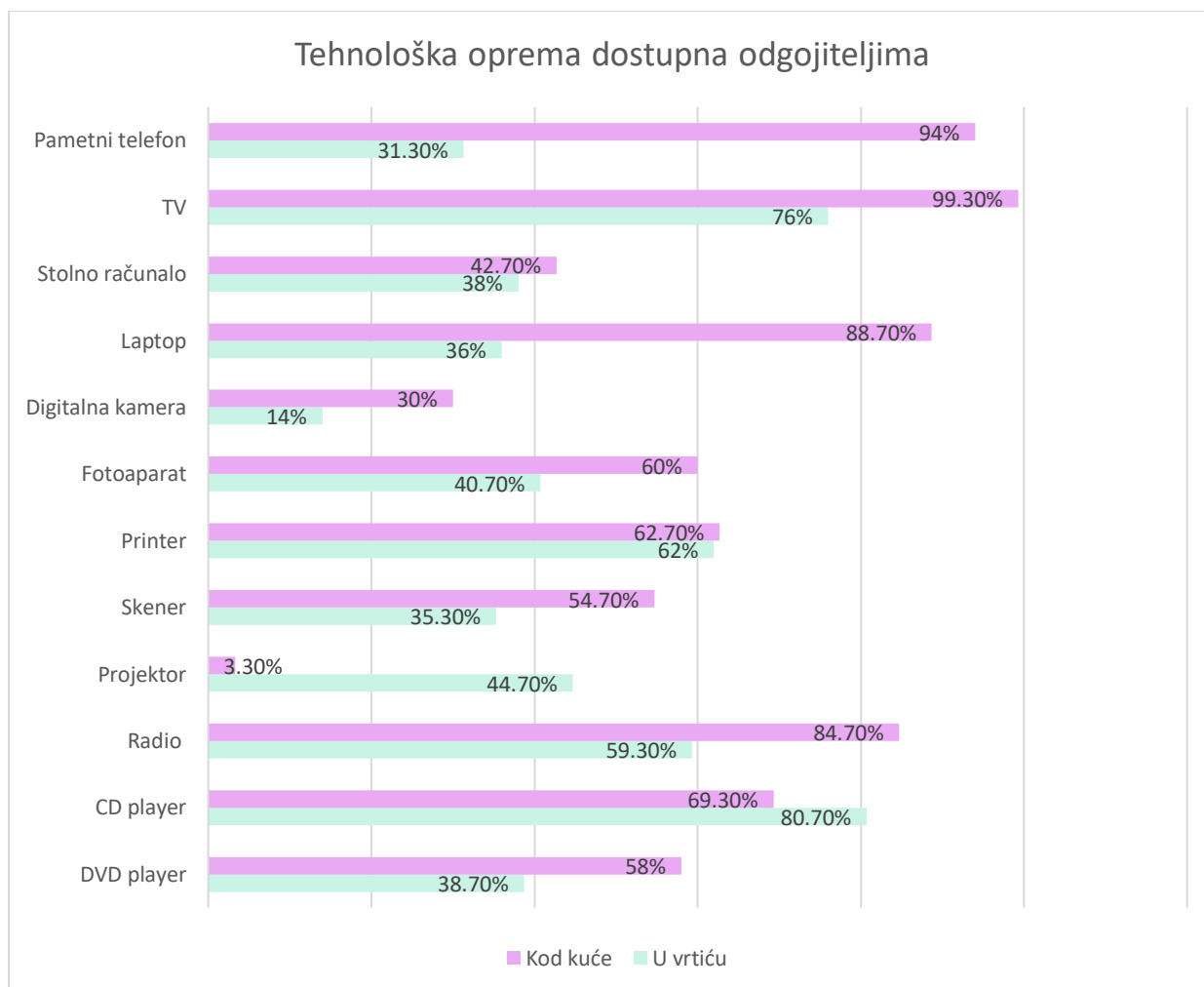


Grafikon 11 Dnevna uporaba medija u praktičnom radu odgojitelja

Materijalni uvjeti uporabe digitalnih medija

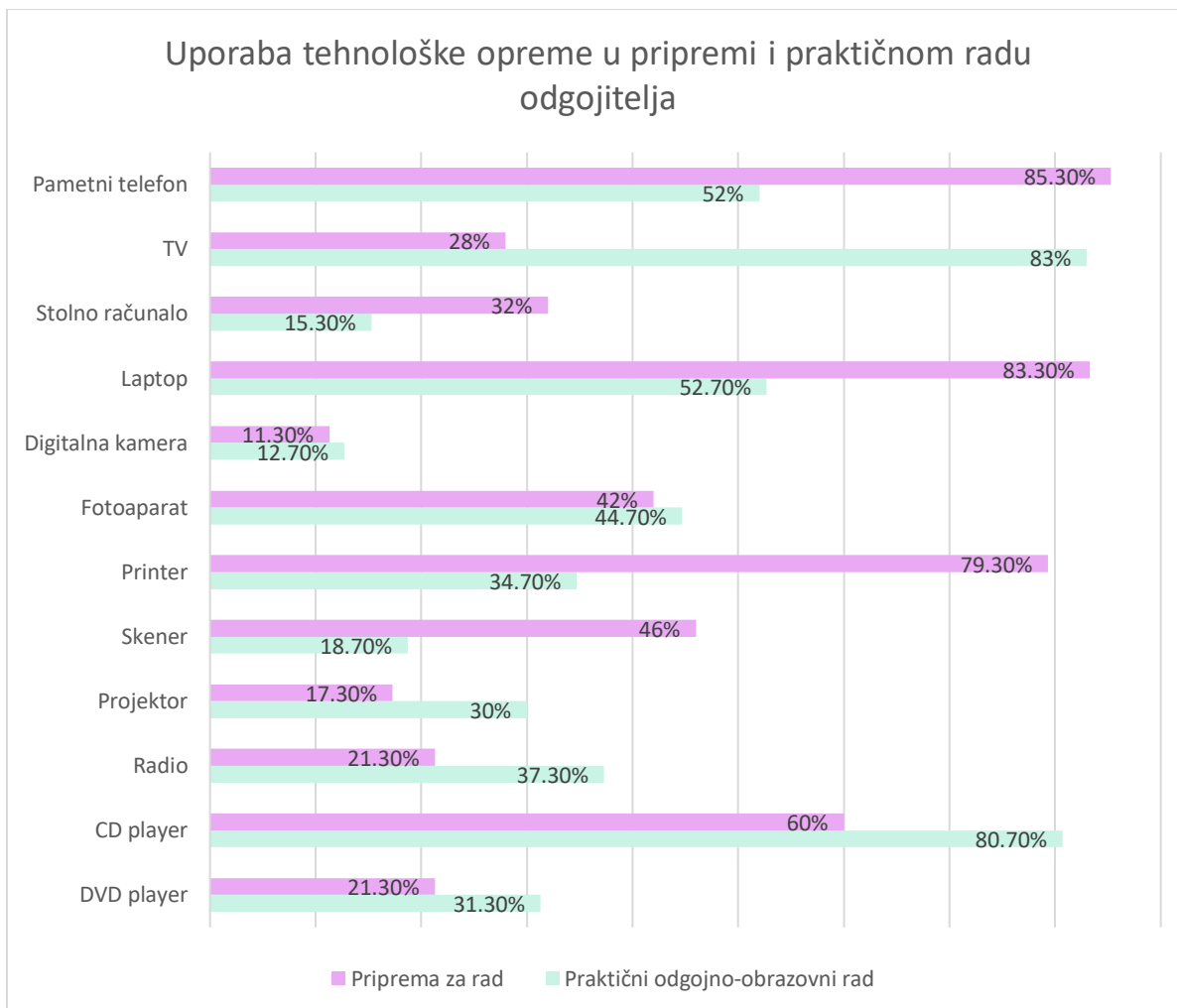
Za uporabu digitalnih medija u pripremi i radu odgojiteljima je potrebna tehnološka oprema, dostupna kod kuće te u samoj vrtičkoj ustanovi. Ta dostupnost prikazana je u Grafikonu 12. Velika većina, od 99% do 85%, odgojitelja privatno posjeduje pametni telefon, TV, laptop i radio prijamnik. Slijede ih CD player, printer, fotoaparat i DVD player, koje posjeduje u prosjeku oko 60% odgojitelja. U vrtiću su od opreme za uporabu digitalnih medija najdostpniji CD player i TV, s podacima oko 80%. Radio i printer u vrtiću su dostupni su oko 60% odgojitelja. Ostali uređaji su u vrtiću odgojiteljima manje dostupni no što su kod kuće. Nekolicina odgojitelja je od opreme koja im je dostupna kod kuće i u vrtiću, a koja nije navedena u anketi, spomenula digitalnu ploču i tablet.

Važno je istaknuti kako je dostupnost određene opreme uvjet za uporabu digitalnih medija, odnosno da su sljedeći podaci o odgojiteljskoj uporabi istih zavisni o dostupnosti opreme.



Grafikon 12 Tehnološka oprema dostupna odgojiteljima

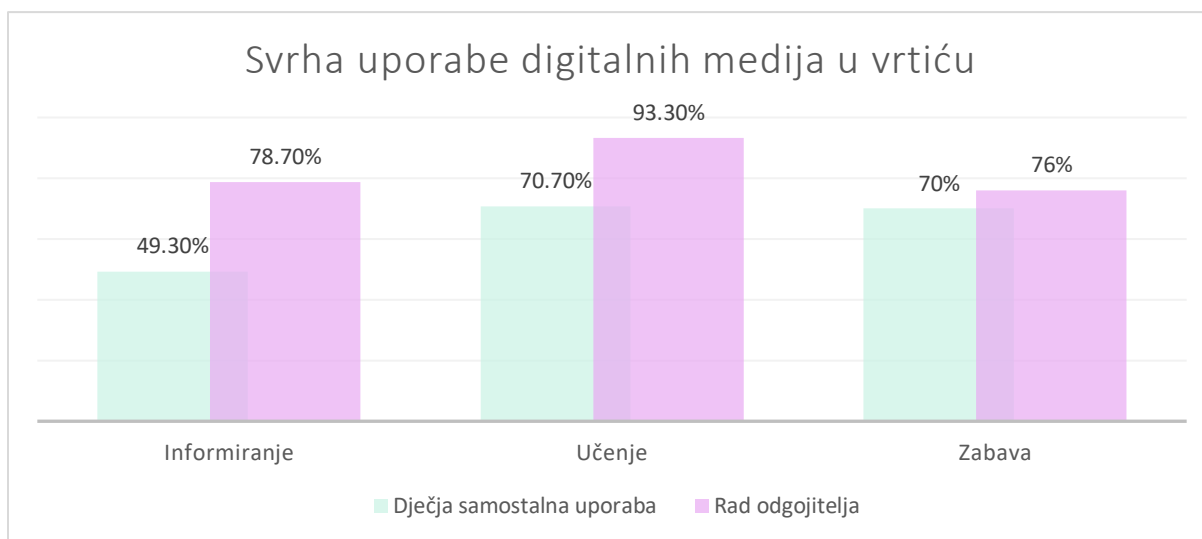
U Grafikonu 13 prikazana je uporaba dostupne tehnološke opreme u odgojiteljskoj pripremi i radu s djecom. Oko 85% odgojitelja u pripremi koristi laptop i pametni telefon. Gotovo njih 80% koristi printer. U praktičnom radu 80% njih koristi TV i CD player. Ti podaci govore o tome da su odnos dostupnosti opreme u njihove uporabe proporcionalni. Ona oprema koja je dostupna najviše odgojitelja za pripremu za rad se najviše i koristi. Isti slučaj je i u vrtiću, gdje su TV i CD player najdostupniji, time su najviše i u uporabi. Zanimljivi su podaci koji govore o tome koja se oprema više koristi u praktičnom radu odgojitelja, no što je dostupna u vrtiću. Laptop je tako u vrtiću dostupan 36% odgojitelja, a praktično ga u vrtiću koristi njih 53%. Iz toga se može zaključiti kako dio odgojitelja za rad u vrtić donosi vlastitu opremu za uporabu digitalnih medija u radu.



Grafikon 13 Uporaba tehnološke opreme u pripremi i praktičnom radu odgojitelja

Svrha i položaj uporabe medija u vrtiću

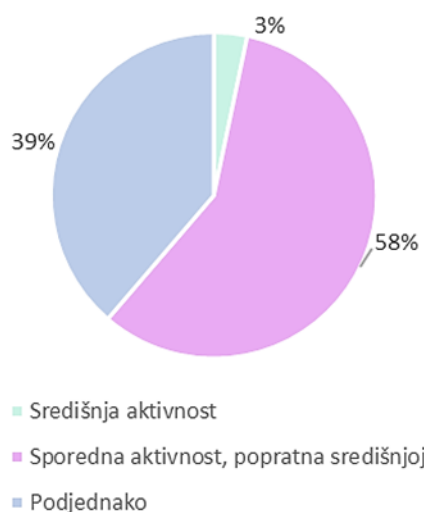
Prema podacima u Grafikonu 14, digitalne medije u vrtiću djeca jednako koriste za učenje i zabavu, nešto manje za informiranje. Odgojitelji ih najviše koriste za educiranje djece, potom za informiranje i zabavu. Drugim riječima, digitalne medije odgojitelji koriste u radu prvenstveno za približavanje obrazovnih sadržaja djece.



Grafikon 15 Svrha uporabe digitalnih medija u vrtiću

Prethodnu interpretaciju podupiru i podaci iz Grafikona 16. Gotovo 60% odgojitelja kad koristi digitalni medij u radu, koristi ga kao popratnu aktivnost, odnosno sporedni sadržaj uz neku središnju aktivnost ili temu. No, nemali postotak odgojitelja izjašnjava kako digitalni medij podjednako koristi i kao središnju i kao sporednu aktivnost, njih gotovo 40%. Samo 3% odgojitelja digitalni medij koristi isključivo kao središnju aktivnost.

Položaj uporabe digitalnih medija u praktičnom odgojno-obrazovnom radu



Grafikon 16 Položaj uporabe digitalnih medija u praktičnom odgojno-obrazovnom radu

Razvoj medijske pismenosti i uporaba digitalnih medija u odgojno-obrazovnom radu– odgojiteljski stavovi i navike

Prema podacima iz Grafikona 17 većina ispitanih odgojitelja smatra se medijski pismenima. Njih 85% smatra se potpuno ili djelomično kompetentnima za procjenu kvalitete i primjerenosti medijskih sadržaja djeci. Velika većina, gotovo 90%, smatra to važnom odgojiteljskom kompetencijom koju žele unaprijediti. S tvrdnjom kako kultura odgojne ustanove u kojoj rade podupire razvoj medijske pismenosti odgojitelja, niti se slaže niti ne slaže 33% odgojitelja, no s tim se potpuno ili djelomično slaže ukupno 35%, nasuprot potpunom ili djelomičnom neslaganju 25% odgojitelja. Da se medijska pismenost odgojitelja dovoljno razvija formalnim obrazovanjem, niti se slaže niti ne slaže 31% odgojitelja, a potpuno se ili djelomično s tim ne slaže njih 50%. Dakle, ispitanii odgojitelji shvaćaju relevantnost kompetencije medijske pismenosti u svojoj profesiji te teže k njenom unaprjeđenju. Smatraju se medijski pismenima, no ne smatraju to rezultatom formalnog obrazovanja. Podijeljenih su iskustava podrške ustanove u daljnjem razvoju kompetencije. Takvog su mišljenja i odgojitelji ispitanii istraživanjem Peran i Raguž (2018). „Takvo nepostojanje sklada između obrazovnog temelja i praktične primjene znanja pokazuje da su odgojitelji prepušteni „slučajevima“, odnosno da su ponajprije svoje medijsko znanje oblikovali vlastitim angažmanom i medijskim iskustvom te iskustvom u radu s djecom, a ne podrškom cjelovite obrazovne strategije“ (Peran, Raguž, 2018: 225).

Preko 90% odgojitelja smatra važnim razvoj medijske pismenosti djece, no 70% njih se potpuno ili djelomično slaže da taj razvoj treba početi odgojno-obrazovnim radom u vrtiću. S tvrdnjom da kultura ustanove podupire razvoj medijske pismenosti djece niti se slaže niti ne slaže približno 40% odgojitelja, ostali su podijeljenog mišljenja. Gotovo 50% odgojitelja niti se slaže niti ne slaže s time da digitalni mediji imaju pozitivan utjecaj na djecu. Takav oprezan stav može se povezati s time što njih 90% izjašnjava kako poznaje potencijalne negativne utjecaje digitalnih medija na djecu. Prema ovim podacima, ispitanii odgojitelji su ponovo podijeljenog iskustva po pitanju podrške ustanove u razvoju medijske pismenosti djece. Velika većina njih razvoj medijske pismenosti djece smatra važnim, ali je nešto manji postotak tih koji smatraju da je za početak tog razvoja mjesto odgojno-obrazovna ustanova. Utjecaj digitalnih medija na djecu niti pozitivnim niti negativnim nije spremno ocijeniti polovica odgojitelja. Ono u što je velika većina sigurna jest postojanje negativnih utjecaja digitalnih medija na djecu.

Stavovi odgojitelja o kompetenciji medijske pismenosti i utjecaju digitalnih medija

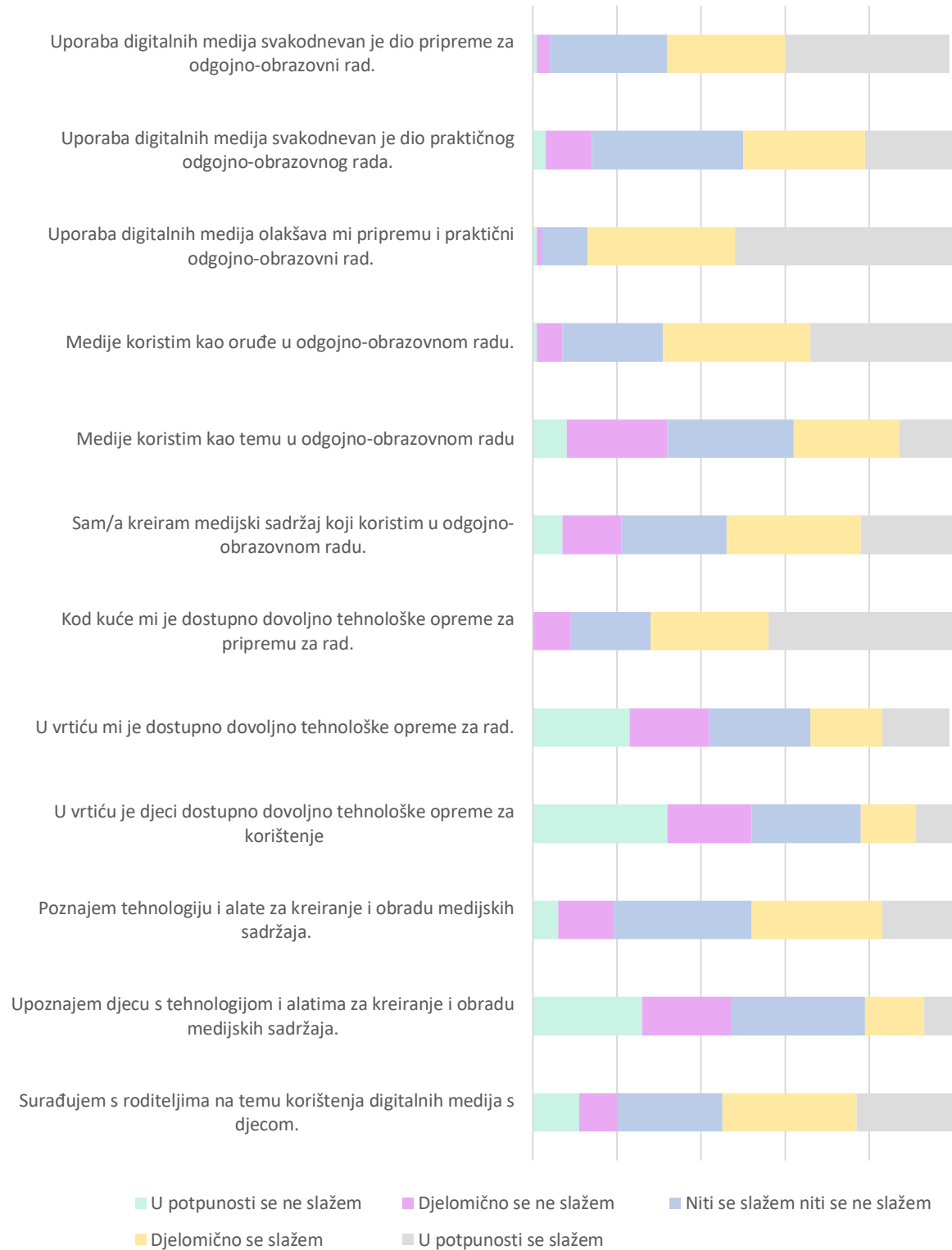


Grafikon 17 Stavovi odgojitelja o kompetenciji medijske pismenosti i utjecaju digitalnih medija

Prema podacima u Grafikonu 18, gotovo 70% odgojitelja potpuno ili djelomično se slaže kako je uporaba digitalnih medija svakodnevni dio pripreme za odgojno-obrazovni rad. Točno 50% njih slaže se kako je jednak slučaj u praktičnom odgojno-obrazovnom radu. Da im uporaba digitalnih medija olakšava pripremu i rad, potpuno ili djelomično se slaže gotovo 90% odgojitelja. Približno 70% ispitanih odgojitelja medije koristi kao oruđe u odgojno-obrazovnom radu, no podijeljeni su oko korištenja istih kao teme. S time se 25% djelomično slaže, 30% niti se slaže niti ne slaže, a 25% se djelomično ne slaže. Odgojitelji se izjašnjavaju kako njih blizu 55% sami kreiraju medijski sadržaj koji koriste u odgojno-obrazovnom radu. Digitalni su mediji, prema ovim rezultatima rezultatima, većinom prisutni u svakodnevnoj pripremi odgojitelja za rad te ih velika većina odgojitelja smatra olakšavajućim oruđem. Polovica njih koristi digitalne medije u radu s djecom svakog dana, a nešto više od polovice odgojitelja sami stvaraju medijski sadržaj koji nude djeci.

Nešto više od 70% odgojitelja smatra kako im je kod kuće dostupno dovoljno tehnološke opreme za pripremu za rad. Dostupnošću tehnološke opreme u vrtiću potpuno ili djelomično je nezadovoljno preko 40% odgojitelja, a gotovo 50% njih smatra kako oprema nije dovoljno dostupna djeci u vrtiću. Kako poznaje tehnologiju i alate za kreiranje i obradu medijskih sadržaja, djelomično se slaže 30% odgojitelja, dok se s time niti slaže niti ne slaže nešto preko 30%. Gotovo 50% ispitanih odgojitelja ne upoznaje djecu s tehnologijom i alatima za kreiranje i obradu medijskih sadržaja, a nešto preko 30% s time se niti slaže niti ne slaže. S druge strane, blizu 60% njih surađuje s roditeljima na temu korištenja digitalnih medija s djecom. Dostupnost tehnološke opreme, koja je, kako je već navedeno, uvjet uporabe digitalnih medija, ne predstavlja problem većini odgojitelja za pripremu za rad kod kuće. S druge strane, uvjetima za vlastiti rad i dječju uporabu u vrtiću najviše odgojitelja je nezadovoljno. Za usporedbu, prema istraživanju Ljubić Nežić (2018) „tek 23 % odgojiteljica smatra da njihova ustanova pruža mogućnost za korištenje medija u radu“ (2018: 300). Odgojitelji u vlastite informatičke vještine nisu potpuno sigurni, a većina njih ne prenosi ih na djecu u vrtiću. Većina njih ipak surađuje s roditeljima na temu dječje uporabe digitalnih medija, odnosno medijatori su odnosa dijete- roditelji-mediji, što je prema literaturi nužno za optimalan medijski odgoj djece (prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018; Ljubić Nežić, 2018).

Odgojiteljske navike uporabe digitalnih medija u radu



Grafikon 18 Odgojiteljske navike uporabe digitalnih medija u radu

Zaključak

Iz pregleda literature proizlazi kako digitalni mediji imaju veliki potencijal i široku primjenu u ranom odgoju i obrazovanju, no uz poštivanje smjernica za njihovu uporabu kako bi se djeca zaštitila od potencijalnih opasnosti. Nadalje, razvijati medijsku pismenost djece predškolske dobi kroz smislenu i konstruktivnu uporabu medija u odgojno-obrazovnom radu mogu samo medijski pismeni odgojitelji. Uporaba digitalnih medija ovisi o kompetencijama i stavovima odgojitelja, o opremljenosti ustanova, prethodnom iskustvu korištenja digitalnih medija u radu te dobi odgojne skupine. Ono što se o odgojiteljskoj uporabi digitalnih medija prema rezultatima ovog istraživanja može sa sigurnošću utvrditi, jest kako se odgojitelji njima u velikoj mjeri služe u pripremi i radu. Svakodnevna priprema za rad kod velike većine podrazumijeva uporabu interneta, dok ga polovica ispitanika svakodnevno koristi i u radu s djecom. Tradicionalni mediji koji, u usporedbi s digitalnima, ne gube na relevantnosti za odgojiteljsku pripremu za rad i praktičnu primjenu u radu jesu knjiga, odnosno slikovnica, i fotografija. To su dalje i najzastupljeniji mediji u dječjoj samostalnoj uporabi. Medijsku pismenost ispitane odgojiteljice smatraju bitnom kompetencijom za vlastiti, kao i za dječji razvoj. Generalnog su stava kako je to relevantna profesionalna kompetencija u kontekstu suvremenog odgoja i obrazovanja koju teže unaprijediti. Velika većina odgojitelja shvaća važnost njenog razvoja kod djece i slaže se kako je predškolska dob pravo vrijeme za početak odgoja djece za pravilnu uporabu medija. Izjašnjavaju se kako većinom surađuju s roditeljima na tu temu, što je nužno za potpuno shvaćanje dječje uporabe digitalnih medija i njegovo pravilno usmjeravanje. Odgojiteljice se smatraju medijski pismenima, odnosno kompetentnima procjenjivati prikladnost i kvalitetu medijskih sadržaja namjenjenih djeci te su većinom upoznate s njihovim pozitivnim i negativnim utjecajima. Prema odgojiteljskim iskazima, kompetenciju je najviše ispitanih odgojitelja steklo neformalnim oblicima obrazovanja i praktičnom uporabom. Smatraju kako za pravilnu uporabu medija nisu dovoljno obrazovani studijem, a većina nije pohađala stručna usavršavanja na tu temu. Drugim riječima, odgojitelji kompetentnost za uporabu digitalnih medija procjenjuju zadovoljavajućom, uz prostor za napredak. Svi sveučilišni odgojiteljski studiji danas nude obvezne kolegije koji odgajatelje obrazuju za pravilnu uporabu digitalnih medija u radu i razvoj medijske pismenosti djece. Procjenjujem kako će nove generacije odgojitelja biti još bolje pripremljene na zahtjeve koje novi mediji donose u kontekst ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja. Uz to, sami digitalni mediji

odgojiteljima čine dostupnijima sve više literature, primjera dobre prakse, radionica i edukacija za unaprjeđenje znanja i vještina na tu temu. Opremljenost ustanova ranog i preškolskog odgoja i obrazovanja tehnološkim uređajima za pristup digitalnim medijima većinom ne zadovoljava potrebe odgojitelja za pripremu i praktični rad, kao ni za dječju samostalnu uporabu te tako utječe na izbor medija koji se koristi. Odgojitelji se tu oslanjaju i na vlastite resurse. Navode kako ih, u uporabi digitalnih medija u radu i razvoju vlastite medijske pismenosti, vrtićke ustanove ne podupiru jednako, kao ni u razvoju medijske pismenosti djece predškolske dobi. Smatram kako svjetska i europska tijela i organizacije, čiji je rani i predškolski odgoj i obrazovanje nadležnost, dovoljno ističu nužnost razvoja kompetencija za digitalne medije. U Hrvatskoj se na podizanju te svijesti i usklađivanju težnji, uvjeta i prakse još radi. Zaključno, smatram da je ostvarivanje uvjeta za uporabu digitalnih medija, iskorištavanje njihovih odgojno-obrazovnih potencijala te podupiranje medijske pismenosti u vrtiću pri vrhu prioriteta za podizanje kvalitete svake vrtićke ustanove. Krajnji cilj svih spomenutih nastojanja su svakako djeca kao aktivni korisnici medija, koji se njima znaju pravilno služiti, osvješćujući njihov utjecaj.

Literaaura

1. Agencija za elektroničke medije. (2016). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. Preuzeto s <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2019/01/Preporuke-za-za%C5%A1titu-djece-i-sigurno-kori%C5%A1tenje-elektroni%C4%8Dkih-medija.pdf> (27.8.2020).
2. Boljkovac, S. (2019). Uloga digitalnih medija u odgoju i obrazovanju učenika osnovne škole. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet. Preuzeto s <https://zir.nsk.hr/islandora/object/ufzg%3A1263> (27.8.2020).
3. 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), 53-69. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/133884> (18.8.2020).
4. Čižmar, Ž., Obrenović, N. (2013). Medijska pismenost u Hrvatskoj. Istraživanje u sklopu projekta Media Literacy For the 21st Century. IPA – Human Resources Development. Zagreb: Telecentar. Preuzeto s http://telecentar.hr/wp-content/uploads/2017/01/istrazivanje_mp.pdf (27.8.2020).
5. Fatović, M. (2016). Profesija i profesionalni razvoj odgojitelja. *Školski vjesnik*, 65 (4), 623-638. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/178260> (31.8.2020).
6. Gabelica, M. (2019). Klasični i novi mediji u procesu remedijacije. Preuzeto s <https://sedammora.com/2019/10/19/3-predavanje-klasicni-i-novi-mediji-u-procesu-remedijacije/> (27.8.2020).
7. Hrvatski leksikon. (2020). Komunikologija. Dostupno na <https://www.hrleksikon.info/definicija/komunikologija.html> (30.8.2020.)
8. Husejnefendić, Š. (2011). Suton tradicionalnih medija. *MediAnali*, 5 (10), 49-64. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/77896> (27.8.2020).
9. Ilišin V., Marinović Bobinac A., Radin F. (2001). Djeca i mediji : uloga medija u svakodnevnom životu. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.

10. Jurčić, D. (2017). TEORIJSKE POSTAVKE O MEDIJIMA – DEFINICIJE, FUNKCIJE I UTJECAJ. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/190208> (27.8.2020).
11. Kolucki, B., Lemish, D., (2013.) Priručnik- Kako komunicirati s djecom, Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje, Zagreb: Unicef. Preuzeto s https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik_Kako_komunic_HR_web__1_.pdf (29.8.2020).
12. Krpan, K., Sindik, J., Bartaković, S. (2017). Knjižnica – podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60 (2-3), 265-278. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/195882> (29.8.2020).
13. Labaš, D. (2015a). Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije. *Knjižničar/Knjižničarka*, 6. (6.), 22-32. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/233032> (30.8.2020).
14. Labaš, D. (2015b). „Djeca medija” – mladi obrazuju mlade. U: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. ur. *MEDIJSKA PISMENOST – PREDUVJET ZA ODGOVORNE MEDIJE*. Zbornik radova sa 5. regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. str. 105-117.
15. Labaš, D., Marinčić, P. (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali*, 12 (15), 1-32. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/195548> (27.8.2020).
16. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2020). Informacijska i komunikacijska tehnologija. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27406> (31.8.2020).
17. Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction* (2nd edn.). London and New York: Routledge, 2009. Preuzeto s https://sedammora.files.wordpress.com/2016/11/new_media.pdf (27.8.2020).
18. Ljubić Nežić, K. (2019). Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju. *Communication Management Review*, 04 (01), 284-301. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/223683> (18.8.2020).
19. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131-149. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/79236> (27.8.2020).

20. Mikić, K. (2002). Medijski odgoj u vrtiću. Zapis. Bilten Hrvatskog filmskog saveza, 38. Dostupno na http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=212 (1.9.2020).
21. Mikić, K. (2004). ODGOJ ZA MEDIJE ILI MEDIJSKA PEDAGOGIJA. Zapis. Bilten Hrvatskog filmskog saveza, 45. Dostupno na http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=444 (1.9.2020).
22. Ministarstvo socijalne politike i mladih. (2014). Nacionalna strategija za prava djece u RH za razdoblje od 2014. do 2020. Preuzeto s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/ZPPI/Strategije%20-%20OGP/socijalna%20politika/NACIONALNA%20STRATEGIJA%20ZA%20PRAVA%20DJECE%20U%20RHZA%20RAZDOBLJE%20OD%202014.%20DO%202020.%20GODINE%5B1%5D.pdf> (27.8.2020).
23. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta. (2014). Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje. Preuzeto s <https://www.azoo.hr/images/strucni2015/Nacionalni-kurikulum-za-rani-i-predskolski-odgoj-i-obrazovanje.pdf> (31.8.2020).
24. Nadrljanski, M., Nadrljanski, Đ., Bilić, M. (2007). Digitalni mediji u obrazovanju. U: Seljan, S., Stančić, H. ur. 1. međunarodna znanstvena konferencija "The Future of Information Sciences (INFuture2007) : Digital Information and Heritage" : zbornik radova. Preuzeto s <https://www.bib.irb.hr/379266> (31.8.2020).
25. Novak, N. (2013). Razvoj računalne kompetencije u dječjem vrtiću. Pogled kroz prozor. Digitalni časopis za obrazovne stručnjake. Dostupno na <https://pogledkrozprozor.wordpress.com/2013/03/31/razvoj-racunalne-kompetencije-u-djecjem-vrticu/> (31.8.2020).
26. Peran, S., Raguž, A. (2019). Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi. *Communication Management Review*, 04 (01), 216-231. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/223679> (19.8.2020).
27. Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba. (2017). SCREEN TIME: Prvo nacionalno istraživanje Poliklinike o izloženosti predškolske djece svim ekranima. Dostupno na

<https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/rijec-ravnateljice/screen-time-prvo-nacionalno-istrazivanje-poliklinike-o-izlozenosti-predskolske-djece-svim-ekranima-2/> (19.8.2020).

28. Rodek, S. (2011). Novi mediji i nova kultura učenja. *Napredak*, 152 (1), 9-28. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/82749> (22.8.2020).

29. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 18 (1), 5-33. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/85379> (30.8.2020).

30. Sindik, J., Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 16 (2), 107-133. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/63943> (31.8.2020).

31. Stančić, H., Crnec, D., Mateljan, S., Salopek, A. i Sanković, D. (2007). Comparative Analysis of Interactive Web Services. *Medijska istraživanja*, 13 (2), 39-58. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/25570> (27.8.2020).

32. UNICEF. (1989). Konvencija o pravima djeteta. Preuzeto s https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf (30.8.2020).

33. Vijeće Europske unije. (2020). Council conclusions on media literacy in an ever-changing world. Preuzeto s <https://www.consilium.europa.eu/media/44117/st08274-en20.pdf> (31.8.2020).

34. Zgrabljic Rotar, N. (ur.). (2011). *Digitalno doba – masovni mediji i digitalna kultura*. Zagreb: Naklada Medijska istraživanja d.o.o.

35. Žitinski, M. (2009). Što je medijska pismenost?. *Obnovljeni Život*, 64. (2.), 233-245. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/37272> (30.8.2020)

Prilog – Anketni upitnik

Poštovani odgojitelji/odgojiteljice,

molim Vas da ispunite anketni upitnik za potrebu izrade diplomskog rada na diplomskom studiju Rani i predškolski odgoj i obrazovanje Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Pitanja se odnose na uporabu digitalnih medija u radu odgojitelja s djecom rane i predškolske dobi.

Anketa je anonimna, a Vaši osobni podaci i odgovori koristit će se isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

1. Spol

- a) Muško
- b) Žensko

2. Dob

- a) 20 – 30
- b) 31 – 40
- c) 41 -50
- d) 51 -60
- e) 61 i više

3. Radno iskustvo

- a) 0 - 5 godina
- b) 6 - 10 godina
- c) 11 - 20 godina
- d) 21 - 30 godina
- e) 31 i više

4. Stručna sprema

- a) SSS
- b) VŠS (prvostupnik)
- c) VSS (magistar)
- d) Poslijediplomski doktorski studij (magistar znanosti)

5. Dob odgojno-obrazovne skupine

- a) Mlađa jaslička skupina
- b) Starija jaslička skupina
- c) Mješovita jaslička skupina
- d) Mlađa vrtićka skupina
- e) Mješovita vrtićka skupina
- f) Starija vrtićka skupina
- g) Trenutno nisam zaposlen/a

Koliko se slažete sa sljedećim tvrdnjama?

Na sljedeće tvrdnje odgovorite zaokruživanjem broja na ljestvici od 1-5 koje stoje uz tvrdnju.

1- uopće se ne slažem ; 2- donekle se ne slažem; 3- i slažem se i ne slažem; 4- donekle se slažem; 5- u potpunosti se slažem.

6. Medijsku pismenosti stekao/la sam formalnim obrazovanjem.

1 2 3 4 5

7. Medijsku pismenosti stekao/la sam neformalnim obrazovanjem.

1 2 3 4 5

8. Medijsku pismenost stekao/la sam praktičnom uporabom.

1 2 3 4 5

9. Pohađao/la sam stručna usavršavanja na temu medijske pismenosti.

1 2 3 4 5

10. Odaberite vrste medija koje koristite u pripremi za rad. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Internet
- b) Društvene mreže
- c) Televizija
- d) Film
- e) Radio
- f) Dnevni tisak
- g) Knjiga/slikovnica
- h) Fotografija
- i) Drugo:

11. Odaberite vrste medija koje koristite u praktičnom odgojno-obrazovnom radu. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Internet
- b) Društvene mreže
- c) Televizija
- d) Film
- e) Radio
- f) Dnevni tisak
- g) Knjiga/slikovnica
- h) Fotografija
- i) Drugo:

12. Odaberite vrste medija koje djeca Vaše odgojne skupine sama koriste za vrijeme boravka u vrtiću. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Internet
- b) Društvene mreže
- c) Televizija
- d) Film
- e) Radio
- f) Dnevni tisak
- g) Knjiga/slikovnica
- h) Fotografija
- i) Drugo:

13. Odaberite tehnološku opremu koja Vam je dostupna kod kuće. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Pametni telefon
- b) TV
- c) Stolno računalo
- d) Laptop
- e) Digitalna kamera
- f) Fotoapar
- g) Printer
- h) Skener
- i) Projektor
- j) Radio
- k) CD player
- l) DVD player
- m) Drugo:

14. Odaberite opremu koju koristite u pripremi za rad. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Pametni telefon
- b) TV
- c) Stolno računalo
- d) Laptop
- e) Digitalna kamera
- f) Fotoapar
- g) Printer
- h) Skener
- i) Projektor
- j) Radio
- k) CD player
- l) DVD player
- m) Drugo:

15. Odaberite opremu koja Vam je dostupna u vrtiću. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Pametni telefon
- b) TV
- c) Stolno računalo
- d) Laptop
- e) Digitalna kamera
- f) Fotoapar

- g) Printer
- h) Skener
- i) Projektor
- j) Radio
- k) CD player
- l) DVD player
- m) Drugo:

16. Odaberite opremu koju koristite u praktičnom odgojno-obrazovnom radu. Moguć je izbor više odgovora.

- a) Pametni telefon
- b) TV
- c) Stolno računalo
- d) Laptop
- e) Digitalna kamera
- f) Fotoapar
- g) Printer
- h) Skener
- i) Projektor
- j) Radio
- k) CD player
- l) DVD player
- m) Drugo:

17. Koliko vremena u danu provedete koristeći digitalne medije u svrhu pripreme za rad?

- a) Pola sata
- b) Sat vremena
- c) Dva sata
- d) Tri sata
- e) Više od tri sata

18. Koliko vremena u danu provedete koristeći ostale medije u svrhu pripreme za rad?

- a) Pola sata
- b) Sat vremena
- c) Dva sata
- d) Tri sata
- e) Više od tri sata

19. Koliko vremena u danu provedete koristeći digitalne medije u odgojno-obrazovnom radu?

- a) Pola sata
- b) Sat vremena
- c) Dva sata
- d) Tri sata
- e) Više od tri sata

20. Koliko vremena u danu provedete koristeći ostale medije u odgojno-obrazovnom radu?

- a) Pola sata
- b) Sat vremena
- c) Dva sata
- d) Tri sata
- e) Više od tri sata

21. U koju svrhu koristite medije u praktičnom odgojno-obrazovnom radu s djecom? Moguće je izbor više odgovora.

- a) Zabava
- b) Učenje
- c) Informiranje

22. Koji je najčešći položaj uporabe medija u Vašem praktičnom odgojno-obrazovnom radu s djecom?

- a) Sporedna aktivnost, popratna središnjoj
- b) Središnja aktivnost
- c) Podjednako

22. U koju svrhu djeca Vaše odgojne skupine sama koriste medije za vrijeme boravka u vrtiću? Moguće je izbor više odgovora.

- a) Zabava
- b) Učenje
- c) Informiranje

Koliko se slažete sa sljedećim tvrdnjama?

Na sljedeće tvrdnje odgovorite zaokruživanjem broja na ljestvici od 1-5 koje stoje uz tvrdnju.

1- uopće se ne slažem ; 2- donekle se ne slažem; 3- i slažem se i ne slažem; 4- donekle se slažem; 5- u potpunosti se slažem.

23. Medijska pismenost važna je odgojiteljska kompetencija.

1 2 3 4 5

24. Medijska pismenost odgojitelja dovoljno se razvija formalnim obrazovanjem.

1 2 3 4 5

25. Smatram se medijski pismenom osobom.

1 2 3 4 5

26. Želim unaprijediti vlastito znanje i vještine uporabe medija u odgojno-obrazovnom radu.

1 2 3 4 5

27. Važno je razvijati medijsku pismenost djece.

1 2 3 4 5

28. Medijsku pismenost djece potrebno je razvijati odgojno-obrazovnim radom.

1 2 3 4 5

29. Uporaba medija svakodnevan je dio pripreme za odgojno-obrazovni rad.

1 2 3 4 5

30. Uporaba medija svakodnevan je dio praktičnog odgojno-obrazovnog rada.

1 2 3 4 5

31. Medije koristim kao oruđe u odgojno-obrazovnom radu.

1 2 3 4 5

32. Medije koristim kao temu u odgojno-obrazovnom radu.

1 2 3 4 5

33. Osjećam se kompetentno za procjenu je li medijski sadržaj djeci primjeren.

1 2 3 4 5

34. Osjećam se kompetentno za procjenu je li medijski sadržaj kvalitetan.
1 2 3 4 5
35. Sam/a kreiram medijski sadržaj koji koristim u odgojno-obrazovnom radu.
1 2 3 4 5
36. Poznajem tehnologiju i alate za kreiranje i obradu medijskih sadržaja.
1 2 3 4 5
37. Upoznajem djecu s tehnologijom i alatima za kreiranje i obradu medijskih sadržaja.
1 2 3 4 5
38. Mediji imaju pozitivan utjecaj na djecu.
1 2 3 4 5
39. Poznajem moguće negativne utjecaje medija na djecu.
1 2 3 4 5
40. Suradujem s roditeljima na temu korištenja medija s djecom.
1 2 3 4 5
41. Kultura ustanove podupire razvoj medijske pismenosti odgojitelja.
1 2 3 4 5
42. Kultura ustanove podupire razvoj medijske pismenosti djece.
1 2 3 4 5
43. Kod kuće mi je dostupno dovoljno tehnološke opreme za pripremu za rad.
1 2 3 4 5
44. U vrtiću mi je dostupno dovoljno tehnološke opreme za rad.
1 2 3 4 5
45. U vrtiću je djeci dostupno dovoljno tehnološke opreme za rad.
1 2 3 4 5

Izjava o izvornosti diplomskog rada

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.
