

Društvo -medij odgoj i obrazovanje

Matošević Prenc, Sandra

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:477644>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

SANDRA MATOŠEVIĆ PRENC

MEDIJ, DRUŠTVO, ODGOJ I OBRAZOVANJE

Završni rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

SANDRA MATOŠEVIĆ PRENC

MEDIJ, DRUŠTVO, ODGOJ I OBRAZOVANJE

Završni rad

JMBAG: 145016530

Studijski smjer: Preddiplomski izvanredni stručni studij predškolski odgoj

Predmet: Sociologija odgoja i obrazovanja

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Sociologija

Znanstvena grana: Posebne sociologije

Mentor: prof. dr. sc. Fulvio Šuran

Pula, rujan 2018.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana **Sandra Matošević Prenc**, kandidat za prvostupnika Preddiplomskog stručnog studija predškolski odgoj, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, 26. rujna 2018. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, **Sandra Matošević Prenc** dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Medij, društvo, odgoj i obrazovanje koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 18. rujna 2018. godine

Potpis

SADRŽAJ

Stranica

1. UVOD	1
2. MEDIJI I SUVREMENO DRUŠTVO	3
2.1. Etimologija pojma “medij”	3
2.2. Povijesni pregled medija	6
3. ZNAČENJE MEDIJA I OKOLINE U SVAKODNEVNOM ŽIVOTU DJECE	11
3.1. Uloga medija u svakodnevnom životu djeteta	11
3.2. Uloga društva kroz prizmu tehnološkog razvoja na svakodnevni život djeteta	20
4. UTJECAJI MEDIJA NA ODGOJ I OBRAZOVANJE DJETETA	22
4.1. Rizici i opasnosti medija	24
4.2. Pozitivni utjecaj medija	30
4.3. Preporuke za korištenje medija	32
5. SUVREMENO DRUŠTVO, ODGOJ I OBRAZOVANJE DJETETA	35
6. ZAKLJUČAK	38
LITERATURA	39
SAŽETAK	43
SUMMARY	44

1. UVOD

Mediji su sastavni dio svijeta današnjice, umnogome kreiraju trendove, javni život, zabavu, utječu na komunikaciju, a njihovo korištenje dovodi do izgradnje društvenog identiteta i novih društvenih oblika, pa i osobnih želja i preferencija. Mediji imaju veliki utjecaj na gospodarstvo, znanost, politiku, kulturu i dr. Imaju važnu ulogu u konstituiranju sociokulturne diferencijacije i utječu na svijet djece i mladih ljudi i formiranje njihova identiteta. Zbog toga je i razumljivo da često izazivaju i interes istraživanja o njihovoj mogućnosti utjecanja na razvoj čovjeka, posebice u ranoj dobi.

Na početku 21. stoljeća djeca odrastaju u društvu elektroničkih medija, koji izazivaju velike promjene u ponašanjima, međuljudskim odnosima i komunikaciji, posebice među mlađim naraštajima. Istraživanja ukazuju da djeca u Europi provode više vremena pred različitim ekranima (televizijskim, kompjutorskim, mobilnih telefona) nego u školskim klupama. Takvi podaci jasno upozoravaju na potrebu ozbiljnog istraživanja uloge medija u svakodnevnom životu djece, posebice u njihovoj socijalizaciji, odgoju i obrazovanju.

Cilj završnog rada je prikazati teorijske utjecaje koje mediji imaju na društvo, odgoj i obrazovanje. Mediji informiraju, oblikuju javno mnijenje, odgajaju i zabavljaju. Nažalost, mediji često nisu svjesni odgovornosti u oblikovanju životnih stavova i vrijednosnih usmjerenja djece. Zbog toga je veoma važno stvoriti kod djece kritički odnos prema medijima, i naučiti ih o djelatnoj, produktivnoj uporabi medija, uz oblikovanje samosvijesti koja će im omogućiti bivanje unutar masovnih komunikacija.

U obradi i prezentaciji podataka relevantnih za temu završnog rada korištene su sljedeće metode znanstvenog istraživanja: metoda deskripcije, povijesna metoda, metoda komparacije, metoda kompilacije, metoda analize i sinteze, metoda klasifikacije, te metoda indukcije i dedukcije.

Završni rad je podijeljen u nekoliko poglavlja.

Drugo poglavlje, nakon uvoda, obrađuje temeljne značajke medija u suvremenom društvu. Pri tome je ukazano na pojam "medij" i dan je kratak povijesni pregled medija.

U trećem poglavlju prezentirano je značenje medija i okoline u svakodnevnom životu djece. Pritom je istaknuta uloga medija u svakodnevnom životu djeteta kao i uloga društva kroz prizmu tehnološkog razvoja na svakodnevni život djeteta.

Četvrtim poglavljem predstavljen je utjecaj medija na odgoj i obrazovanje djeteta, ističući rizike i opasnosti medija, ali i pozitivne utjecaje na odgoj i obrazovanje djeteta. Također su predstavljene preporuke za korištenje medija.

Peto poglavlje daje uvid u utjecaj suvremenog društva na odgoj i obrazovanje djeteta.

Na kraju završnog rada je zaključak, u kojem se iznosi pregled saznanja dobivenih obradom teme završnog rada.

2. MEDIJI I SUVREMENO DRUŠTVO

Mediji oblikuju čovjekovu svakodnevnicu djelujući na formiranje njegovog mišljenja i stavova. Temeljne značajke medija i njihova uloga u suvremenom društvu prikazani su, u ovom dijelu završnog rada, etimologijom pojma “medij” i povijesnim pregledom razvoja medija.

2.1. Etimologija pojma “medij”

Riječ medij latinskog je podrijetla (lat. medius – srednji, u sredini)¹, a u hrvatsko nazivlje preuzet je iz engleske literature (eng. medium – sredina, srednji, sredstvo, element, medij). Medij se najčešće označava kao sredstvo prenošenja informacija ili sredstvo komuniciranja.

Pri definiranju medija potrebno je istaknuti da je riječ o složenom pojmu za koji postoje različita tumačenja svrhe i funkcije. Definicije su različite s obzirom na stajališta s kojih se tumače. U okviru komunikacijskih znanosti mediji se definiraju kao “fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom”². Medij se može definirati i kao medij kao materijalni supstrat pomoću kojeg se informacije posreduju u komunikacijskom procesu.³ Mediji su sredstvo koje se koristi kako bi se ostvarila komunikacija, oni su posrednici između javnosti i vlasti, informiraju javnost o svim temama relativno važnim za društvenu zajednicu, a sve kako bi na ispravan način formirali (iako danas sve češće i manipulirali) javno mnijenje.⁴ Sa stajališta odgoja i obrazovanja za medije se može reći da su nositelji odnosno posrednici informacija u odgojnoj odnosno nastavnoj situaciji.

Medij se može definirati barem s četiri različita aspekta:⁵

- s fiziologijskog aspekta, medij označava komunikacije: auditivne, vizualne, taktilne, olfaktivne te njihov međusobni odnos (intermedijalnost),
- s fizičkog aspekta, medij označava tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka, odnosno jezik, ton i boja,

¹ Jurčić, D., Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, Mostariensia, vol. 21, br. 1, 2017., str. 128.

² loc. cit.

³ Sapunar, M., Osnove znanosti o novinarstvu, Epoha, Zagreb, 1995., str. 40.

⁴ Jurčić, D., op. cit., str. 128.

⁵ Biti, V., Pojmovnih suvremene književne teorije, Matica hrvatska, Zagreb, 1997., str. 213.

- s tehnološkog aspekta medij je sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje,
- sa sociološkog aspekta, medij se shvaća kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije, pa se govori o politici, gospodarstvu, znanosti, odgoju.

Postoje različiti mediji kojima se informacije prenose. To su:⁶ novine (grafizirani mediji), radio (jednosmjerni auditivni medij), televizija (dvodimenzionalni medij audio–vizualnog prikaza) i novi mediji – kompjutor odnosno inteligentni strojevi za višu informacijsku obradu (sinergijski novi medij koji sintetizira gotovo sve pojedinačne medije i služi se njima po načelu njihove komparativne prednosti). Informacijska tehnologija je rezultirala pojavom novih medija. Naime, zahvaljujući razvoju informacijskih tehnologija, prije svega digitalnih računala, omogućen je i razvoj novih medijskih tehnologija, usmjerenih na pohranu podataka, slika, zvuka i tekstova. Konvergencijom tradicionalnih masovnih medija oko kompjutorske tehnologije, nastaju novi mediji, poput Interneta. No, potrebno je istaknuti kako Internet ne pripada kategoriji masovnih medija, jer njegova organizacijska struktura nije uključena u institucionaliziranu proizvodnju i distribuciju proizvoda kod koje publika ne sudjeluje u komunikacijskom procesu.⁷ Općenito se mediji mogu podijeliti u dvije skupine: elektroničke medije i tiskane medije. U elektroničke medije ubrajaju se: film, radio, televizija, računalo/Internet, dok se u tiskane medije ubrajaju: knjige, novine, časopisi, stripovi i plakati. Osim ove podjele, u literaturi je zastupljena i podjela medija u tri skupine:⁸

- prezentacijski mediji (lice, glas, tijelo), koji su ograničeni na “ovdje” i “sada” jer je medij sam komunikator,
- reprezentacijski mediji (fotografije, knjige, slike), koje se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenoga diskursa,
- mehanički mediji (radio, televizija, telefon), koji odašilju i prezentacijske i reprezentacijske medije.

U smislu Zakona o medijima u Republici Hrvatskoj, mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja

⁶ Sapunar, M., op. cit., str. 40.

⁷ Peruško, Z. i dr., Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str. 2011., str. 36.

⁸ Jurčić, D., op. cit., str. 128.

prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike.⁹ Zakon, također, navodi što se ne smatra medijima. To su:¹⁰ knjige, udžbenici, bilteni, katalogi ili drugi nositelji objavljivanja informacija koji su namijenjeni isključivo obrazovnom, znanstvenom i kulturnom procesu, oglašavanju, poslovnoj komunikaciji, radu trgovačkih društava, zavoda i ustanova, udruga, političkih stranaka, vjerskih i ostalih organizacija, školska glasila, "Narodne novine" Republike Hrvatske, službena glasila jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i ostala službena priopćenja, plakati, letci, prospekti i transparenti, te video stranice bez žive slike i druge besplatne obavijesti.

Mediji imaju različite funkcije. U literaturi su zastupljeni različiti stavovi o funkcijama medija. Među funkcijama medija mogu se izdvojiti sljedeće funkcije:¹¹

- informacija – povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice,
- artikulacija – oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati,
- Agenda Setting – uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema te njihovo stavljanje na mjesta gdje se trebaju riješiti; stavljanje problema i tema pred javnost, ali i onih koji ih moraju rješavati bez odgađanja,
- kritika i kontrola – omogućiti da se ništa ne skriva od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti,
- zabava,
- obrazovanje – mediji su sve više u službi educiranja jer se uporabom medija stječu mnoga opća znanja; oni mogu imati poseban obrazovni karakter preko specijaliziranih edukativnih programa koji se bave znanošću, istraživanjem i popularizacijom,
- socijalizacija i vodstvo,
- integracija – mediji na mnogo načina spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.

Vidljivo je, dakle, da je jedna od funkcija medija i obrazovanje. Oni imaju sve značajniju ulogu u suvremenoj odgojnoj i obrazovnoj paradigmi. Mediji imaju obrazovno-informativni sadržaj, ali s druge strane poprimaju manipulativni oblik, posebice kod djece i mladih. Stoga je nužno educirati djecu i mlade o medijima. Medije se može shvatiti i kao

⁹ Zakon o medijima u Republici Hrvatskoj, NN, br. 59/04, 84/11, 81/13, čl. 2.

¹⁰ loc. cit.

¹¹ Rus-Mol, Š., Zagorac-Keršer, A. J., Novinarstvo, Klio, Edicija, Multimedija, Beograd, 2005., str. 14.

pomoćno sredstvo u nastavi. S tog aspekta, mediji se s obzirom na osjetila koja su relevantna za njihovo korištenje mogu klasificirati na sljedeći način:¹²

- vizualni mediji – zidne slike, slikovnice, nastavni listići, crteži, grafolije, dijapozitivi, videorekorderi, CD, film,
- tekstualni mediji – knjige, priručnici, rječnici, enciklopedije, atlasi, zbirke zadataka, nastavni listići, časopisi,
- auditivni mediji – magnetofonski zapisi, auditivni zapisi, fonolaboratorij (učenje stranih jezika), telefon (učenje na daljinu),
- audiovizualni mediji – TV emisije, nastavni filmovi, multimedijски software,
- programirani materijali,
- kompjutori i multimedijalnost
- Internet.

Zaključno se može istaknuti kako je pojam “medij” širok, a različite definicije rezultat su različitih aspekata istraživanja medija.

2.2. Povijesni pregled medija

Razvoj medija bio je postepen, a u različitim civilizacijskim razdobljima njihova uloga i utjecaj na društvo bili su različiti. U ovom dijelu završnog rada daje se povijesni pregled razvoja pojedinih medija.

Razvoj *tiskovnim medija* može se pratiti još od vremena Rimskog Carstva. Već se tada pojavljivala potreba zapisivanja važnih događanja i svega onoga što se u tom vremenu događalo. U početku su se za to koristile kamene ili metalne ploče postavljene na javna mjesta, na kojima su objavljivane važne novosti. To su ujedno bile i prve službene odnosno državne novine, a nazivale su se Acta diurna ili Acta publica. Pokrenuo ih je Gaj Julije Cezar 59. godine p. n. e. Acta diurna su od 27. godine p. n. e. postale dnevne novine te se pretpostavlja da su izlazile svakodnevno, barem do 235. godine.¹³ U Acti diurnaji objavljivani su razni državni

¹² Mediji, ICT u odgoju i obrazovanju, file:///C:/Users/X/Downloads/Opca%20pedagogija_Mediji_PPT. pdf, (8.05.2018.)

¹³ Hrvatska enciklopedija, Natuknica Acta diurna, online izdanje, Leksikografski zavod “Miroslav Krleža”, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=320> (4.05.2018.)

dokumenti, odluke Senata, zakoni, proglasi magistrata i carski dekreti, te obavijesti o važnim dnevnim događanjima. Godine 1450. Johannes Gutenberg je izumio tiskarski stroj, što je označilo prekretnicu u razvoju tiskanih medija. Prva tiskana knjiga bila je Biblija 1455. godine. Izumom tiskarskog stroja stvorene su mogućnosti tiskanja novina. Već početkom 17. stoljeća tiskaju se prve novine. Godine 1609. u Njemačkoj se tiskaju prve moderne njemačke novine – Avisa, u Francuskoj 1631. godine počinju se tiskati La Gazette, a slijede ih Švedska, Engleska, Amerika i dr. U Hrvatskoj su prve novine počele izlaziti 1771. godine na latinskom jeziku pod nazivom Zagrebačke novine, a prve novine na hrvatskom jeziku (i dijelom na talijanskom) bile su Kraglski Dalmatin koje je izdavala francuska vlast u Zadru u razdoblju od 1806. do 1810. godine.¹⁴ Novine koje su se u potpunosti tiskale na hrvatskom jeziku počele su izlaziti tek 1835. godine pod nazivom Novine Horvatzke, a uređivao ih je Ljudevit Gaj.

Televizija je rezultat različitih izuma za koja se zaslužni Paul Nipkow, V. K. Zworykina, Willoughby Smith, John Logie Baird i dr. Počeci razvoja televizije obilježavaju je kao mehanički sustav, koji je Paul Nipkow uveo 1883. godine u Njemačkoj. Koristeći mehanički sustav godine 1910. godine u Americi je bio prvi televizijski prijenos koncerta iz Metropolitan Opere u New Yorku, a uskoro se počinju osnivati prve velike televizijske kuće, kao što su WNBC u New Yorku, BBC u Londonu (1929. godine) i dr.¹⁵ Sustav mehaničke televizije prestao je radom 1935. godine.¹⁶ V. K. Zworyin je 1920. godine razvio elektroničku cijev za analiziranje i za reprodukciju slike, a taj je patent omogućio razvoj elektroničke televizije. Prvi prijenos slike realiziran je 1927. godine, a omogućio ga je Philo Farnsworth u San Franciscu. Ubrzaniji razvoj uslijedio je 1930-ih godina, kada u Engleskoj, Francuskoj, Njemačkoj i SAD-u počinje radiodifuzija televizijskog signala. U početku je emitirana crna-bijela slika, a kasnije i u boji. Standard za sustav televizije u boji u SAD-u određen je 1954. godine, a u Europi 1956. godine.¹⁷ Tehnološki i informacijski razvoj krajem 20. stoljeća utjecao je na značajne tehničke promjene televizije, pa na početku 21. stoljeća televizija se koristi samo za prijenos televizijskog programa već služi i kao monitor za računala. Uz televiziju standardne kvalitete razvijena je televizija visoke kvalitete (engl. High Definition Television, skr. HDTV), a slijedi

¹⁴ Dječji kutak, Povijest medija, http://www.djecamedija.org/dk/?page_id=35 (11.05.2018.)

¹⁵ loc. cit.

¹⁶ Hrvatska enciklopedija, Natuknica Televizija, online izdanje, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60748> (4.05.2018.)

¹⁷ loc. cit.

je digitalna i satelitska televizija.¹⁸ Iako je prva demonstracija televizije u Hrvatskoj bila 1939. godine u organizaciji tvrtke Philips, emitiranje televizijskog programa bilo je tek 1956. godine. Spajanjem slike i tona, televizija se može koristiti za prijenos informacija, za zabavu i obrazovanje. Televizija se kao masovni medij pojavila krajem 1920-ih godina. U SAD-u je pokusno emitiranje počelo 1928. godine, u Njemačkoj i Velikoj Britaniji 1929. godine, u Francuskoj i SSSR-u 1931. godine.¹⁹ Tijekom II. svjetskog rata njen razvoj se prekida, no u drugoj polovici 1940-ih godina dolazi do sve većeg širenja i rasta broja korisnika. U 1950-im godinama televizija postaje prevladavajući medij. Televizijski program razvijao se unutar radijskih mreža, a usporedo s nastankom televizijskog medija dolazi do razvoja dvaju programskih modela televizije: europski model javne televizije koji se financira pretplatom u unutar kojeg postoje različiti sustavi s različitim stupnjem neovisnosti o državi te američki model unutar kojeg se razvija komercijalna televizija financirana reklamama. U većini europskih država televizija je bila pod kontrolom države do 1970-ih godina. Prva privatna televizija u Europi osnovana je 1954. godine u Velikoj Britaniji. Televizija je dio svakodnevnice suvremenog čovjeka, sa značajnim utjecajem na javno mnijenje. Odgojno-obrazovni programi imaju značajnu ulogu i u odgoju i obrazovanju djece.

Radiju kao i televiziji prethodili su različiti izumi. Iako je dugo smatralo da je izumitelj radija Guglielmo Marconi koji je 1897. godine uspostavio prvu "Marconi-stanicu" čiji je domet bio 20-ak km, godine 1943. potvrđeno je da je njegov izumitelj Nikola Tesla. Osim Nikole Tesle na razvoj radija utjecali su svojim izumima i eksperimentima i Michael Faraday, James Clerk Maxwell, William H. Preece, Joseph Henry i dr.) Razvoj radija je započeo početkom 20. stoljeća, a Marconi je zaslužan za prijenos radio valova preko Atlantika. Godine 1907. u Americi je osnovana prva radio postaja, a potom se i druge radio postaje šire Europom. Do Prvog svjetskog rata uporaba radija uglavnom je bila u poštama, na brodovima, u vojsci i u slične svrhe. U Hrvatskoj je radio počeo s emitiranjem 1926. godine. Ubrzo počinje emitiranje izvanstudijskih javljanja u živo, a slijede prijenosi nogometnih utakmica i drugih sportskih događaja. U razdoblju od 1920-ih do 1940-ih godina tzv. "zlatnim dobom" u razvoju radija nastali su najpopularniji radijski žanrovi:²⁰ sitcom (situacijska komedija), soap opera, kviz, zabavne emisije, vestern, radiodrama, informativni program (s izvještavanjima uživo s mjesta

¹⁸ loc. cit.

¹⁹ loc. cit.

²⁰ loc. cit.

dogadaja), sportski događaji. O utjecaju radija kao masovnog medija najbolje svjedoči emisija “Rat svjetova” H. G. Wellsa u režiji Orsona Wellesa koja je izazvala masovnu paniku. Gluma, uključivanje astronoma u program, izvještavanje “s mjesta događaja” te zvučni efekti koji su imitirali izvanzemaljske zvukove stvorili su paniku među značajnim dijelom američkog stanovništva. Od šest milijuna ljudi koji su slušali program, više od milijun i pol je povjerovalo u istinitost priče. U konkurenciji s televizijom i njenim širenjem 1950-ih i 1960-ih godina radio gubi svoju poziciju. Od tog razdoblja profiliraju se i postaju vodećim radijskim formatima različiti servisi, kao što su lokalne vijesti, informacije o prometu, specijalizirani glazbeni programi i kontakt emisije, a profiliraju se i posebni javni, nekomercijalni kanali posvećeni isključivo kulturni ili ozbiljnoj glazbi.²¹ Uz promjene u okviru radijskih programa, radio je doživio i tehničke promjene, te su u primjeni različiti uređaji koji omogućuju slušanje radijskih programa, poput tranzistora, a na početku 21. stoljeća radijski (i televizijski programi) mogu se pratiti i putem Interneta.

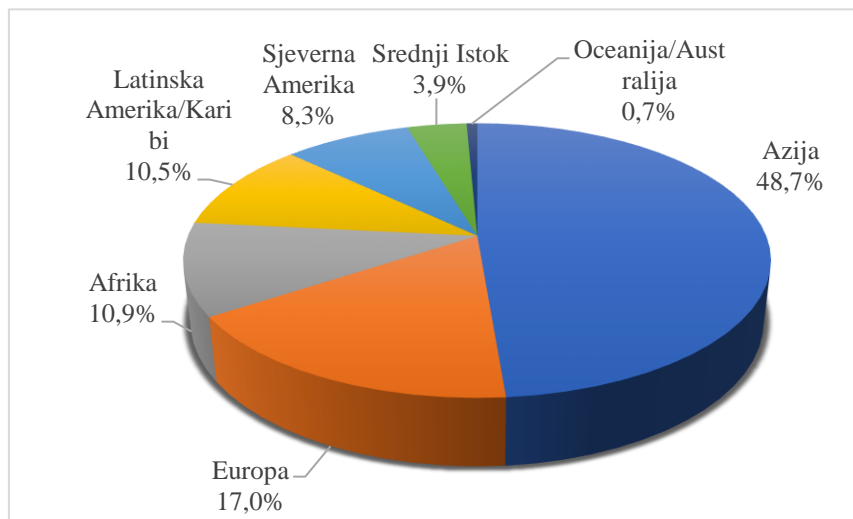
Internet (INTERNational NETwork) je medij čija popularnost stalno raste. To je sustav sastavljen od ljudi, informacija, računala i telekomunikacijske veze. Definiira se kao “svjetski sustav međusobno povezanih računalnih mreža”²². Ministarstvo obrane SAD-a pokrenulo je 1969. godine ARPANET, kao preteču današnjeg Interneta, kako bi umrežilo znanstvene i istraživačke institucije u svrhu razvoja vojne tehnologije. Polovicom 1980-ih godina ovoj se mreži pridružuje računalna mreža NSFnet (engl. National Science Foundation Network) te mreža ARPANET dobiva izrazito znanstvena obilježja, a povlačenjem vojne komponente 1990-ih godina i omogućavanjem priključka na mrežu individualnim korisnicima dobiva karakteristike koje danas ima. Zasluge za razvoj Interneta pripisuju se najviše Tim Berners-Leeu koji je 1989. godine osmislio World Wide Web (skr. www), a kojim je omogućeno široko korištenje Interneta. Ubrzo se razvijaju i drugi Internet servisi, poput elektroničke pošte (engl. e-maila), videokonferencije, diskusijske skupine (engl. Newsgroup), rad na udaljenom računalu (engl. Remote Login) i dr. Internet kao medij pruža veće mogućnosti nego ostali mediji. Internet omogućuje povezivanje unutra društvenih mreža, a putem njega se mogu slušati radijski i televizijski programi ali i drugi sadržaji koji se objavljuju na različitim web-stranicama. Uz pomoć različitih pretraživača moguće je pretraživanje informacija te upoznavanje sa svim onim

²¹ loc. cit.

²² Hrvatska enciklopedija, Natuknica Internet, online izdanje, Leksikografski zavod “Miroslav Krleža”, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (4.05.2018.)

što je u fokusu zanimanja pretraživača. Internet je, dakle, medij koji omogućava prijenos sadržaja različitih formata. Krajem 2017. godine u svijetu je bilo 4,1 mlrd. korisnika Interneta, što je 54,4% stanovnika svijeta.²³ Najveći broj korisnika Interneta je u Aziji (48,7%), a slijede Europa (17,0%) te Afrika (10,9%) (grafikon 1).

Grafikon 1. Korisnici Interneta po regijama svijeta, 31.12.2017. godine



Izvor: Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com> (28.05.2018.)

Veliki broj korisnika i različite mogućnosti njegove uporabe omogućile su da Internet postane na početku 21. stoljeća pokretač daljnjeg razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Zaključno se može istaknuti kako je razvoj medija u uskoj vezi s tehnološkim razvojem, a posljednjih desetljeća s informacijsko-komunikacijskim razvojem.

²³ Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com> (28.05.2018.)

3. ZNAČENJE MEDIJA I OKOLINE U SVAKODNEVNOM ŽIVOTU DJECE

Iz pregleda povijesnog razvoja medija može se uočiti kako su mediji postali sastavni dio čovjekove svakodnevnice i djetetova odrastanja. Putem medija djeca dolaze u doticaj s različitim medijskim sadržajima, komuniciraju i informiraju se. Mediji imaju snažan utjecaj na javno mnijenje, oblikuju i prenose društveno ponašanje, utječu na stjecanje etičkih i moralnih vrijednosti, formiraju životne stavove, stilove i identitet. Utjecaji koje mediji imaju na svakodnevni život djece mogu biti poticajni, ali mogu imati i štetne posljedice.

Kada se govori o značenju koje mediji imaju u svakodnevnom životu djeteta, onda se uglavnom misli na školsku djecu, no potrebno je istaknuti kako se djeca s medijima susreću već od najranije dobi, što ukazuje na potrebu istraživanja njihovog značenja u svakodnevnom životu djece predškolske dobi.

3.1. Uloga medija u svakodnevnom životu djeteta

Masovni mediji obavljaju svoje funkcije u svakom društvu. Pri tome ne djeluju izolirano ili u vakuumu, već u kombinaciji s drugim društvenim institucijama, kao što su obitelj i srodstvo, obrazovne, ekonomske, interne i kulturne društvene funkcije masovnih medija. Danas djeca predškolske dobi žive s različitim medijima (radio, televizija, video, računalo, Internet, mobilni telefoni). Doživljaji i spoznaje koje djeca imaju o medijima sastavni dio njihove svakodnevnice.

Tijekom svog odrastanja razvijaju različite oblike medijske pismenosti. U suvremenom društvu djeca počinju doživljavati televiziju gotovo od rođenja, čak i ako je ona tek u pozadini. Kako djeca sazrijevaju, gledanje televizije se povećava zbog povećane razumljivosti. Istraživanje koje su proveli Anderson i Pempek u 2005. godini pokazalo je kako djeca u dobi od 12 do 24 mjeseca daju veću pozornost Teletubbiesu, programu koji je posebno oblikovan za njih, nego Sesame Streetu, programu koji je usmjeren na stariju djecu.²⁴ Taj čin pažnje dio je procesa razvijanja kognitivnih sposobnosti. "Videozapisi i TV programi mogu rezultirati

²⁴ Anderson, D. R., Pempek, T., Television and Very Young Children, American Behavioral Scientist, vol. 48, br. 5, 2005., str. 510.

visokom razinom trajne pozornosti... U slučaju dojenčadi i maloljetnika, ako je razumijevanje minimalno, pozornost na televizijski program vrlo male djece može isključivo biti reaktivna zbog čestih izmamljivanih orijentacijskih reakcija vizualnih i slušnih promjena. S druge strane, programi koji su usmjereni na određenu dob djeteta mogu biti razumljivi i, prema tome, mogu reflektirati višim kognitivnim procesuiranjem.”²⁵ Teletubbies (slika 1) su dobar primjer programa koji privlači visoku razinu aktivne pažnje “pjevanjem, plesanjem, pokazivanjem, imitiranjem ponašanja, povratnim govorom televiziji i općenito s velikodušnom reakcijom entuzijastičnosti”²⁶.

Slika 1: Teletubbies



Izvor: Teletubbies <https://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/10903566/Teletubbies-16-things-you-didnt-know.html> (10.09.2018.)

Mala djeca počinju razumijevati televiziju već od rane dobi. Tijekom sazrijevanja nauče praviti distinkciju između vlastitog svijeta, što je prikazano na televiziji i jesu li istinite u životu. Trogodišnja britanska studija petogodišnjaka u velikoj urbanoj školi, Gosling i Richards ustanovila je kako djeca mogu prepoznati što je bilo stvarno u televizijskim programima, a neki su pokazali razumijevanje temeljnih televizijskih tehnoloških procesa. Ta studija pokazuje u kojoj mjeri djeca (od dojenčadi do predškolske djece) postupno razvijaju svoju televizijsku pismenost. Dok mlađa djeca stječu osnovne vještine, starija djeca mogu postati kritički gledatelji, koristeći televiziju kako bi izgradili vlastiti identitet i razlikovali se od druge djece.

²⁵ Ibid., str. 509.

²⁶ Olayinka, A. P. et al., Impact of Mass Media on Children Upbringing, Research Journal of Mass Communication and Information Technology, vol. 2, br. 1, 2016., str. 71.

Istraživanja pokazuju kako čin odabira programa služi kao sredstvo društvenog samoodređenja. U istraživanju koje su proveli Davis i suradnici u 2000. godini, primjerice, dječaci dobne skupine 6-7 godina koji su pri spomenu na Teletubbies urlala od smijeha, jasno su pokazala kako se žele udaljiti od mlađe populacije za koju je program osmišljen.²⁷ Slično, kada je skupina djevojčica u dobi od 6 do 7 godina pokrila uši na spominjanje nogometa, jasno su pokazale kako se žele samosvjesno graditi vlastitu žensku osobnost, odbijajući muški svijet nogometa. Iz navedenog se može raspoznati kako su djeca u dobi od 6 do 7 godina već razvila rodne identitete te su sposobni kategorizirati programe vlastitim osebnim ukusom. Slično tome, Buckingham je istraživanju provedenom 2003. godine došao do saznanja kako sposobnost starije djece da kritički prosuđuju o programima služi posebnim društvenim ciljevima povezanim s njihovom razvijenom medijskom pismenosti: “Omogućuju djeci predstavljanje kao sofisticirane gledatelje koji su stanju “vidjeti kroz medij” i stoga se razlikuju od oni koji (po implikaciji) to ne mogu.²⁸ Ukratko, djeca postupno razvijaju različite vrste vještina kroz gledanje televizije. S vremenom ona uče kako razumjeti televizijske programe, ali ih ne mogu percipirati kao odrasli. Razumijevanje onoga što djeca mogu i ne mogu učiniti s televizijom i kako je percipiraju ključni su u istraživanju utjecaja televizije na njihove živote. Kako djeca stječu više iskustva gledanjem televizije, povećava im se sposobnost shvaćanja njezinog sadržaja i prevođenja tih značenja u učenje.²⁹

O ulozi medija u svakodnevnom životu ukazuju rezultati istraživanja o količini i učestalosti gledanja televizije. Istraživanja pokazuju kako djeca u Engleskoj i Njemačkoj gledaju televiziju prosječno tri sata dnevno, a američka i više.³⁰ U istraživanju koje su proveli Christakis et al u 2014. godini, došli su do saznanja da američka djeca (prema procjenama roditelja) u dobi od godine i pol gledaju prosječno 2,2 sata na dan (tijekom vikenda), dok djeca dobi od 3 i pol godine gledaju televiziju 3,6 sati na dan.³¹ Varijabilnost procjene roditelja u toj studiji bila je ogromna. Oko 42% jedno i pol godišnjaka nije gledalo televiziju, a tri i pol godišnjaka tek 10%. Istraživanjem provedenim u 2003. godini Certain i Kahn su došli do rezultata prema kojima je 83% djece od 0 do 11 mjeseci starosti gledalo televiziju, dok je u dobi

²⁷ ibidem, str. 72.

²⁸ loc. cit.

²⁹ loc. cit.

³⁰ Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R., Život s medijima, priručnik o odgoju za medije, Biblioteka Medijska istraživanja, Zagreb, 1999., str. 21.

³¹ Anderson, D. R., Pempek, T., op. cit., str. 506. i 507.

od 12 do 23 mjeseca nije gledalo televiziju njih 52%, 27% ih je gledalo televiziju jedan do dva sata dnevno, a 21% više od dva sata; u dobi od 24 do 35 mjeseci starosti televiziju nije gledalo 21% djece, 38% ih je gledalo jedan do 2 sata, a 41% više od tog vremena.³²

Institut za istraživanje medija proveo je u Sloveniji istraživanje u proljeće 1996. godine, na uzorku od 2.016 anketiranih pojedinaca, starosti između 10 i 75 godina, u slovenskim domaćinstvima, te je ustanovljena prosječno 168,6-minutna dnevna izloženost djece televiziji.³³

Istraživanje provedeno na djeci vrtićke dobi u Republici Hrvatskoj uz gledanje televizijske emisije “TV vrtić” na Hrvatskoj televiziju (slika 2), pokazalo je potpuno koncentriranost djece na gledanje, njihovu mirnoću i izostanak izražen neverbalne komunikacije.³⁴ Crtani filmovi koji su uslijedili privukli su im veću pozornost, što su potvrdili pjevajući pjesmice iz crtića, plešući i komentirajući likove te sadržaj crtanih filmova.³⁵ TV vrtić djeca su gledala i kod kuće, gotovo svakodnevno, prije odlaska u “pravi” vrtić. Najviše su im se sviđali crtani filmovi.

Slika 2: TV vrtić



Izvor: Hrvatska radio televizija, <https://juhuhu.hrt.hr/gledaj/49/cistac-ulica> (10.09.2018.)

³² ibid., str. 508.

³³ Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R., op. cit., str. 21.

³⁴ Blažević, N., Djeca i mediji – odgoj na “televizijski” način, *Nova prisutnost*, vol. 10, br. 3, 2012., str. 486.

³⁵ loc. cit.

Anketiranje koje je provedeno u Republici Hrvatskoj u travnju 2006. godine na uzorku od 160 ispitanika, učenika osnovne škole od 1. do 4. razreda (djeca dobi od 6 do 10 godina) također ukazuju na veliku zastupljenost medija u svakodnevnom životu djeteta.³⁶ Rezultati istraživanja pokazali su da je gledanje televizije najčešća aktivnost djece u slobodnom vremenu (za njih 67,5%). Gotovo polovica ispitane djece gleda televiziju do jedan ili dva sata (47,7%), a četvrtina djece (22,5%) više od tri sata (22,5%). Najviše gledaju programe za odrasle (igrani filmovi i serije), a obrazovni program koji je za njih kreiran gledaju tek povremeno. Slične rezultate dobila je i Agencija za elektroničke medije (skr. AEM) koja je provela istraživanja u suradnji s UNICEF-om među roditeljima koji su dali odgovore na pitanja o navikama 1561 djeteta, a rezultati istraživanja su uspoređeni s podacima o gledanosti. Prema procjenama roditelja istraživanje je pokazalo da većina djece (56%) provodi ispred televizijskog ekrana od jednog do tri sata dnevno, a podaci o gledanosti su pokazali da djeca gledaju televizijski program u prosjeku tri sata dnevno te da 50% vremena djeca pred televizijom provode bez prisutnosti odrasle osobe.³⁷

Rezultati ponovljenog istraživanja o medijima i djeci nakon provedene kampanje “Birajmo što gledamo” Agencije za elektroničke medije i UNICEF-a u 2016. godini koju je provela agencija Ipsos Puls ukazali su na pozitivne promjene u gledanju televizije djece i roditelja. Naime, kampanjom se vjerovalo kako će podizanje svijesti o važnosti medijske pismenosti, uz uvođenje nove regulative, pomoći zaštititi djecu i doprinijeti kvalitetnijem zajedničkom praćenju medijskog sadržaja.³⁸ Prema rezultatima istraživanja većina djece je pratilo televizijski program u društvu roditelja ili drugih članova obitelji, dok je samo 11% bilo bez nadzora odrasle osobe. Za usporedbu istraživanje koje je provedeno dvije godine prije (2014. godine) pokazalo je da svako treće dijete televizijski program prati bez nadzora odrasle osobe. Oko 57% djece televizijski program prati jedan do tri sata dnevno, više nego u igri s prijateljima ili u učenju. Prema procjenama roditelja mlađa djeca pred televizorom borave najviše u jutarnjim satima, a starija u večernjim satima. Podaci o gledanosti televizije pokazuju da djeca televizijski program najviše gledaju u večernjim satima između 21 i 22 sata. Kod djece

³⁶ Mikić, K., Rukavina, A. Djeca i mediji, Zapis, posebni broj, 2006., str. 1.

³⁷ UNICEF, Prava djece i mediji, https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/ (11.05.2018.)

³⁸ Agencija za elektroničke medije, Istraživanja AEM-a i UNICEF-a: Sve je manje djece pred TV ekranom bez nadzora, 2016., <https://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/istrazivanja-i-analize/istrazi-vanja-aem-a-i-unicef-a-sve-je-manje-djece-pred-tv-ekranom-bez-nadzora/> (20.05.2018.)

starije od 13 godina gledanje televizije je u padu, dok je u porastu gledanje televizijskog programa na pametnim telefonima djece u dobi od četiri do šest godina.³⁹ Gotovo svi roditelji (93%) prepoznaju oznake za dobnu primjerenost sadržaja na televiziji i znaju čemu služe, kod odlučivanja što dijete smije gledati najvažnija im je primjerenost sadržaja, a za 67% roditelja kampanja o medijskoj pismenosti je korisna.⁴⁰

Potrebno je, također, istaknuti kako su djeca, gledajući televizijski program (ali i u javnom životu) konfrontirana raznim oblicima promidžbe.⁴¹ Postavlja se pitanje kako djeca doživljavaju reklame, koliko ih razumiju, kakav je i koliki njihov utjecaj na dječje poimanje života i svijeta? Odgovor na ta pitanja mogu se dati “pričom o petogodišnjaku koji je na pitanje što bi zaželio kada bi mu zlatna ribica mogla ispuniti samo jednu želju. Odgovor petogodišnjaka je glasio: “Tampax tampones, jer bih onda mogao plivati, jahati na konju i činiti što god poželim.”⁴² U toj je anegdoti jasno sadržana veličina utjecaja oglašavanja i reklama na djecu i njihove želje, pa čak i kad nemaju nikakvo saznanje o namjeni proizvoda niti da ga ne mogu uopće koristiti. Djeca su često ciljna skupina kojoj se proizvođači i oglašavači obraćaju putem reklama. Promatra ih se kao primarno tržište potrošača jer troše vlastiti novac za ostvarenje svojih potreba i želja, kao tržište utjecaja koji usmjerava potrošnju novca njihovih roditelja za vlastitu korist i kao buduće tržište za sve proizvode i usluge koji će se tijekom vremena razvijati za nove potrošače kada oni dosegnu tržišnu dob za određenu tvrtku.⁴³ Putem reklama se, dakle, uči djecu kako će, kada odrastu, postati samostalni potrošači. Proizvođači su spoznali da razvijanje pozitivnih osjećaja djeteta u ranoj dobi prema određenim proizvodima mogu rezultirati dugoročnim trajanjem tih osjećaja, pa i utjecajem na potrošnju tijekom cijelog njihovog života.

Djeca odrastaju uz Internet kao sastavnom dijelu njihovog svakodnevnog života. To je i razumljivo s obzirom da je u 2017. godini broj korisnika Interneta u svijetu prerastao brojku od četiri milijarde. Internet je postao dostupan djeci u vrlo ranoj dobi kroz gledanje crtanih

³⁹ Medijska pismenost.hr, Sve je manje djece pred TV ekranom bez nadzora, Objava za medije, 2016., file:///C:/Users/X/Downloads/Objava%20za%20medije%20rezultati%20kampanje.pdf (20.05.2018.)

⁴⁰ Agencija za elektroničke medije, op. cit., str. 2.

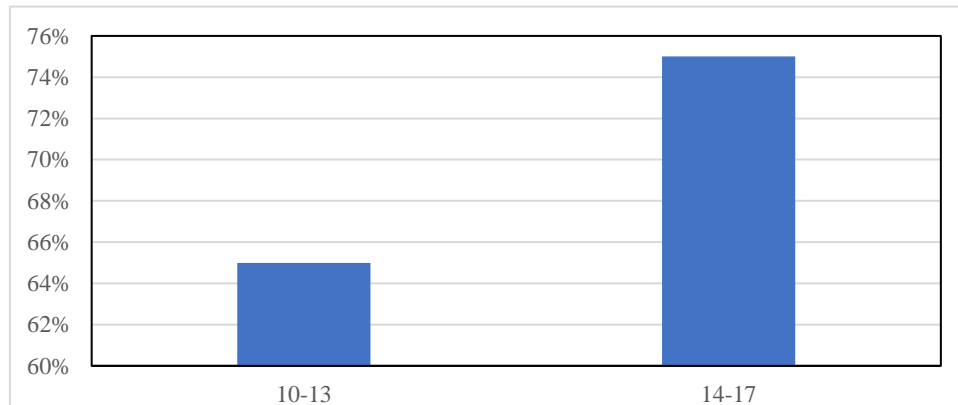
⁴¹ Mikić, K., Mediji u vrtiću, Dijete, Vrtić, Obitelj, br. 27, 2002., str. 5.

⁴² Medijska pismenost.hr, <http://www.medijskapismenost.hr/odgoj-malih-potrosaca-kako-reklame-djeluju-na-djecu-pre-dskolske-dobi/> (4.08.2018.)

⁴³ McNeal, J. U. 2000, Children as consumers of commercial and social products, Working paper for the conference Marketing health to kids 8 do 12 years of age, Pan American Health Organization, Centers for Disease Control and Prevention, W. K. Foundation, Texas <http://www1.paho.org/hq/dmdocuments/2010/Los-ninos-como-consumidores-productos-sociales-y-comerciales.pdf> (18.05.2018.)

filmova, slušanje dječjih pjesmica i drugih zabavnih sadržaja putem ovog medija. Djeca koriste tablete i druge digitalne uređaje za igranje igara i za druge oblike zabave. Istraživanja pokazuju kako svake godine oko 30 milijuna djece koristi Internet.⁴⁴ Djeca i adolescenti koriste Internet više nego ijedna druga dobna skupina; 65% djece u dobi od 10 do 13 godine i 75% mlađih adolescenata u dobi od 14 do 17 godina (grafikon 2). Taj broj je svake godine u porastu, a sve mlađa i mlađa djeca koriste Internet.

Grafikon 2: Korištenje Interneta kod djece u dobi od 10 do 17 godina



Izvor: Bremer, J., The Internet and Children: Advantages and Disadvantages, *Child Adolesc Psychiatric Clin N Am*, vol. 14, br. 3, 2005., str. 405.

U Argentini, primjerice, gotovo 40% djece je počelo koristiti Internet u razdoblju od sedme do desete godine; na Filipinima je prosječna starost prve uporabe Interneta djeteta devet godina.⁴⁵ Istraživanje koje je proveo UNESCO u 2016. godini pokazuje kako su u jugoistočnoj Aziji i Pacifiku većina informacijsko-komunikacijske tehnologije u obrazovanju i programi na Internetu usmjereni djeci u dobi od 12 i više godina.⁴⁶ U Europi 77% građana i 75% djece sudjeluje u online aktivnostima.⁴⁷ Istraživanje EU Kids Online pokazuje kako 93% djece od pet do petnaest godina u Velikoj Britaniji koristilo je Internet u 2013. godini, a čak 82% djece od pet do sedam godina. Prema istraživanju EU Kids Online talijanska djeca pristupaju Internetu

⁴⁴ Bremer, J., The Internet and Children: Advantages and Disadvantages, *Child Adolesc Psychiatric Clin N Am*, vol. 14, br. 3, 2005., str. 405.

⁴⁵ Byrne, J., Burton, P., Children as Internet users: how can evidence better inform policy debate?, *Journal of Cyber Policy*, vol. 2, br. 1, 2017., str. 1.

⁴⁶ UNESCO, Building Digital Citizenship in Asia Pacific: Safe, Effective, and Responsible Use of ICT, A Policy Review, UNESCO South Asia and the Pacific Regional Office, Bangkok, 2016., str. 14.

⁴⁷ eTwinning, Growing Digital Citizens, Developing active citizenship through eTwinning, eTwinning, 2016., https://www.etwinning.net/eun-files/book2016/eTwinningBook_2016.pdf (2.06.2018.)

uglavnom putem pametnih telefona: u 2017. godini 84% djece u dobi od 9 do 17 godina (u rasponu od 51% od 9 do 10 godina starosti do 97% od 15 do 17 godina) putem svog pametnog telefona je barem jednom dnevno koristilo Internet.⁴⁸ Kao posljedica toga, mjesta i konteksti korištenja Interneta su različita i Internet je sve više ugrađen u svakodnevni život djece, dok je kuća još uvijek najprihvatljivija lokacija za upotrebu Interneta (88% djece je online svakodnevno iz svoje kuće). Oko 44% djece koristi Internet svakodnevno u pokretu (rast do 74% kod djece od 15 do 17 godina u 2017. godini u odnosu na 2013. godinu). Dnevni pristup Internetu, također, je u porastu, s 8% u 2013. godini na 26% u 2017. godini. Komunikacija i zabava su na vrhu popisa dnevnih mrežnih aktivnosti: 77% djece koriste Internet kako bi bili u kontaktu s obitelji i prijateljima svakodnevno, a 59% ih gleda videozapise na mreži. Uobičajeno je korištenje Interneta za školsku nastavu (37% to čini svakodnevno), dok se prakticira i kreativna uporaba Interneta, kao što je stvaranje videozapisa i glazbe za dijeljene s drugima na mreži ili građanske ili političke aktivnosti kao što je sudjelovanje u online kampanjama i online političkim raspravama. Većina talijanske djece, posebice tinejdžera, posjeduje operativne i društvene vještine, koje uključuju: biti u mogućnosti spremati fotografiju pronađenu na Internetu (80%) ili promijeniti postavke privatnosti (njih 65% ukupno, a 82% starije od 13 godina, koji imaju dopuštenje za sudjelovanje na društvenim mrežama).

Istraživanje provedeno u Republici Hrvatskoj u 2010/6. godini pokazalo je da više od 85% djece ima kući računalo, a samo 6% djece ne zna se njime služiti.⁴⁹ Unatoč posjedovanju računala i tome što se znaju s njim služiti, sva djeca ga ne koriste svaki dan. Oko polovice ispitanika koristi računalo do jedan sat dnevno, a uopće se njime ne koristi samo 14% ispitanika. Djeca su, dakle, relativno visoko izložena računalnoj tehnologiji. Najčešće se računalom koriste za igranje igrica. Oko 50% djece nikad se ne koristi računalom za pristup i surfanje Internetom. Korištenje računalom za određene svrhe, međutim, mijenja se s obzirom na obrazovanje roditelja ili spol. Dječaci (67%) češće se koriste računalom za igre, dok se 55% djevojčica gotovo nikad ne koriste računalom za pristup Internetu. S obrazovanjem roditelja raste uporaba računala za igrice i Internet, dok kod učenja nije uočena povezanost. S dobi raste uporaba Interneta za dopisivanje, informiranje ili nešto drugo ("skidanje" glazbe, fotografija i slično),

⁴⁸ Maceroni, G., Olafsson, K., Access and use, risks and opportunities of the Internet for Italian children, EU Kids Online, 2018., <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/Executive-summary-Italy-june-2018.pdf> (7.06.2018.)

⁴⁹ Mikić, K., Rukavina, A., op. cit., str. 1.

što znači da učenici nalaze različite svrhe Interneta. Veliko nacionalno komparativno istraživanje o medijskim navikama djece i praksama i stavovima njihovih roditelja, te iskustvima i sigurnosti djece na Internetu provedeno je u Hrvatskoj u 2017. godini, a u njemu je sudjelovalo 1.017 djece iz svih dijelova Hrvatske u dobi od devet do 17 godina te oni roditelji koji imaju više uvida u prakse djeteta na Internetu. Hrvatska se tim istraživanjem uključila u svjetski standard praćenja sigurnosti djece na Internetu, temeljem sudjelovanja u EU Kids Online konzorciju kojeg čine 33 zemlje. Rezultati istraživanja pokazala su sljedeće:⁵⁰

- djeca Internetu pristupaju najčešću preko pametnih telefona i računala/laptopa, notebooka,
- gotovo polovica djece u dobi od devet do 11 godina, 2/3 djece u dobi od 12 do 14 godina te 3/4 djece u dobi od 15 do 17 godina uvijek kada želi ili kada trebaju mogu pristupiti Internetu,
- svako četvrto dijete u dobi od devet do 14 godina te svako treće dijete u dobi od 15 do 17 godina je u potpunosti ili uglavnom zabrinuto za svoju privatnost na Internetu,
- najkorištenija društvena mreža među djecom od devet do 14 godina je Facebook, dok je na drugom mjestu Instagram,
- svako deseto dijete u dobi od 15 do 17 godina prihvaća sve zahtjeve za prijateljstvom drugih ljudi na društvenim mrežama; istovremeno svako četvrto dijete te dobi svakoga tjedna traži na Internetu nove prijatelje ili kontakte.

Na temelju danih podataka može se zaključiti kako djeca u slobodno vrijeme uglavnom koriste masovne medije, no njihovo korištenje sve je više zastupljeno i u školskom programu, pa je logično da masovni mediji imaju značajnu ulogu u odgoju i obrazovanju djeteta. To je ujedno ukazalo na potrebu obrazovanja djece za medije.

⁵⁰ Feminae.net, Provedeno nacionalno istraživanje sigurnosti djece i mladih na Internetu, <https://www.voxfeminae.net/vijestice-list/hrvatska/item/12122-provedeno-nacionalno-istrzivanje-sigurnosti-djece-i-mladih-na-internetu> (11.06.2018.)

3.2. Uloga društva kroz prizmu tehnološkog razvoja na svakodnevni život djeteta

Mnoge promjene koje su prisutne u razvijenim zemljama svijeta donijele su i promjene unutar obitelji i braka, kao i u stavovima u odnosu prema djeci.⁵¹ Od sredine 18. stoljeća prisutne su promjene odnosa u obitelji i spram obitelji, što je rezultiralo i promjenama spram djeci i djetinjstvu, a promjene uloga žena u društvu koje se mogu pratiti od sredine 20. stoljeća dovele su i do promjene stavova prema djeci.⁵² Također su prisutne promjene i u veličini obitelji pod utjecajem procesa modernizacije. Obitelji se postepeno smanjuju, a manje braće, sestara i rođaka za igru za posljedicu ima sve veću okrenutost djeteta ka roditeljima, koji zauzeti obvezama posla i zaposlenosti izvan kuće nemaju vremena za provedene vremena s djecom. To dovodi do institucionalizacije djece i djetinjstva. Kroz institucionalni sustav djeci se prenose kulturne, društvene, materijalne i druge vrijednosti. Kontekst u kojem djeca žive, razvijaju se i uče predstavljaju izraz ideje o kulturi djetinjstva i značajan je agent u izgradnji njihovog identiteta.⁵³

Društvo se mijenja pod utjecajem tehnološkog razvoja što utječe i na svakodnevni život djece. Nove tehnologije postaju sve značajniji čimbenik utjecaja na slobodno vrijeme, način učenja, i najšire promatrano, svakodnevni život djece. Mijenjajući pristup informacijama, nove tehnologije imaju snažan utjecaj na smjer i kontekst socijalizacije djece i mladih. U početku su rasprave o uporabi računala, bilo da je bila riječ o općoj populaciji ili unutar populacije djece i mladih, imale dozu “zabrinutosti” kako će korištenje računala dovesti do samoće, asocijalnosti i potencijalne ovisnosti, a posebice kod djece, može izazvati “opsesiju tehnologijom” i povlačenjem iz društvenog života obitelji i prijatelja u novi, virtualni svijet.⁵⁴ U tom kontekstu, pojedini autori navode kako povećana dostupnost tehnologije dovodi do povlačenja djece u vlastiti prostor unutar kuće i odvajanje od ostalih članova kućanstva.⁵⁵ No, s vremenom je ukazano na potrebu razvijanja suodnosa razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije i procesa odrastanja i socijalizacije zbog činjenice da djeca svoj identitet i odnose izgrađuju samo kroz interakciju s drugim ljudima, već i kroz odnose sa i/ili prema stvarima. Naime, stvari imaju

⁵¹ Nikodem, K., Kudek Mirošević, J., Bunjevac Nikodem, S., Internet i svakodnevne obaveze djece, *Socijalna ekologija*, vol. 23, br. 3, 2014., str. 213.

⁵² Beck-Gernsheim, 1998., u: loc. cit.

⁵³ Šagud, M., Contemporary Childhood and the Institutional Context, *Croatian Journal of Education*, vol. 17, br. 1, 2014., str. 269.

⁵⁴ Nikodem, K., Kudek Mirošević, J., Bunjevac Nikodem, S., op. cit., str. 214.

⁵⁵ Lvingstone et al., 1997, u: loc. cit.

potencijal utjecanja na osjećaje ljudi, primjerice, izazivaju ugodu i neugodu, zadovoljstvo, potrebu, sigurnost i dr., što se upravo koristi kod promotivnih aktivnosti. Osim toga, pojedini autori ističu prirodnu urođenost djece za prihvaćanjem i korištenjem novih tehnologija.⁵⁶ Djeca i mladi su u takvom suživotu s medijima i virtualnom svijetu digitalnih i umreženih tehnologija, da ih to čini bitno drugačijim od prethodnih generacija, pa se često nazivaju i “net generacijom”. Prisutan je dvosmjerni proces u kojem društvo bitno promijenjeno pod utjecajem tehnološkog razvoja utječe na promjene u odgoju i obrazovanju djece, odnosno na njihovu svakodnevnicu, a istovremeno nova, “net generacija” bitno mijenja društvo, odnosno okruženje u kojem odrasta.

Društvene promjene pod utjecajem tehnologije navode na potrebu informatizacije obrazovanja i medijske pismenosti djece i mladih. Taj proces dio je šireg procesa koji je 1980-ih godina doveo do “informatičko-tehnološke revolucije”, a potom i do razvijanja teorije “umreženog društva” i “ekonomije temeljene na znanju”. U literaturi se ističe kako informatizacija dovodi do oblikovanja novog tipa društva koji se naziva “umreženim društvom”.⁵⁷

Jedna od ključnih karakteristika promjena i procesa koje se događaju na globalnoj razini na početku 21. stoljeća je dinamičan razvoj Interneta. U 2013. godini Internet je koristilo 2,7 mlrd. ljudi, a u 2017. godini 4,1 mlrd. što je više od 50% povećanja. Za usporedbu, u 1997. godini Internet je koristilo tek 2% ljudi na Zemlji. Društvene promjene koje donosi Internet na globalnoj razini utječu na promjene odnosa prema djeci, njihovom odgoju i obrazovanju.

⁵⁶ Tapscott, 1998, str. 40, u: Nikodem, Kudek Mirošević i Bunjevac Nikodem, op. cit., str. 214.

⁵⁷ Nikodem, Kudek Mirošević i Bunjevac Nikodem, op. cit., str. 215.

4. UTJECAJI MEDIJA NA ODGOJ I OBRAZOVANJE DJETETA

Mediji, posebice televizija, Internet i mobitel, postaju važan čimbenik u odgoju djeteta. Njihov utjecaj na socijalizaciju djece i mladih je velik. Imaju snažan utjecaj na društveno ponašanje, te su nezaobilazno sredstvo u informiranju, formiranju, prenošenju vrijednota, stvaranju vizije svijeta i života, oblikovanju životnih stilova i identiteta. Znanstvena istraživanja upućuju na utjecaj medija na mnoge aspekte dječjeg razvoja i funkcioniranja, i to na dva načina:⁵⁸ izravno (djelovanjem na djecu kao korisnike i primatelje medijskih sadržaja) i neizravno (djelovanjem na osobe koje su značajne za djecu te na društveno i kulturno okruženje u kojem dijete živi). Intenzitet i jačina djelovanja medija na djecu u uskoj je vezi s medijskim sadržajima koje je djetetu dostupno i koje ono koristi, o području i stupnju psihofizičkog razvoja djeteta, te drugim čimbenicima koji mogu pojačati ili ublažiti pozitivno djelovanje medijskih sadržaja, odnosno rizike i opasnosti koje medijski sadržaji imaju na odgoj i obrazovanje djeteta. Učinci koje medijski sadržaji imaju na odgoj djeteta ovise o interakciji velikog broja osobina djeteta, njegovim psihološkim i razvojnim karakteristikama (od razvojne dobi, spola, njegovog temperamenta i ličnosti, do obilježja okoline u kojoj dijete odrasta i u kojem ono koristi medijske sadržaje, poput obitelji ili sociokulturnog konteksta) i samih obilježja medijskih sadržaja (vrsta sadržaja, vizualne i zvučne značajke sadržaja, način njihova prikazivanja medijskih sadržaja, količina i učestalost korištenja medijskih sadržaja i dr.). Učinci koje mediji imaju nisu jednaki na svu djecu. Tako primjerice, gledanje pojedinih medijskih sadržaja može imati negativan učinak na djecu mlađe dobi, djevojčice i djecu određenih karakteristika te djecu određenog društvenog konteksta, ali taj isti medijski sadržaj nužno ne mora imati negativan utjecaj na drugu djecu. Razmatranje o učincima medija na odgoj i obrazovanje, stoga, treba obuhvatiti razvojne osobine djeteta, svrhu i obilježja medijskih sadržaja kojima je dijete izloženo te obiteljsko i društveno okruženje u kojem dijete odrasta.⁵⁹ Pojedina istraživanja potvrđuju kako učinci medijskih sadržaja mogu biti različiti s obzirom na spol djeteta. Primjerice, pojačana izloženost nasilju u medijima tijekom djetinjstva može potencijalno imati utjecaj na neizravnu agresivnost kod žena u odrasloj dobi (ogovaranje, vrijeđanje, isključivanje

⁵⁸ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, 2016., str. 8, <http://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokumente.pdf> (17.05.2018.)

⁵⁹ Anderson, C. A. et al., Exposure to violent media: the effects of songs with violent lyrics on aggressive thoughts and feelings, *Journal of personality and social psychology*, vol. 4, br. 3, 2003., str. 82.

iz društva i dr.), a kod muškaraca može utjecati na tjelesnu agresivnost.⁶⁰ No, druga istraživanja ukazuju kako prosječna snaga učinka medija na djecu različitog spola nije različita.⁶¹ Istraživanjima je obuhvaćena i povezanost nasilja u medijskim sadržajima i drugih dječjih osobina koje im omogućuju mijenjanje odnosu između ponašanja i nasilja u medijskim sadržajima, kao što su djetetova percepcija stvarnosti medijskih sadržaja, stupanj inteligencije djeteta, razina identifikacije djeteta s likovima u medijskim sadržajima koji prenose određene poruke i dr. Rezultati istraživanja ukazuju da realističniji medijski sadržaj ima veću privlačnu moć kod djeteta, te mu djeca posvećuju veću pažnju i ulažu više misaonog napora kako bi ga preradili i s njim se više identificirali. U tom kontekstu, medijski sadržaji u kojima je prisutno nasilje (slika 3) imaju snažniji učinak na djecu za koje je doživljaj tih sadržaja realan i moguć, dok je učinak slabiji kod one djece koja taj sadržaj ne smatraju stvarnim i mogućim.

Slika 3: Nasilje u crtanim filmovima



Izvor: Kako protiv nasilja u crtanim filmovima?, <http://www.057info.hr/vijesti/2013-10-17/kako-protiv-nasilja-u-crtanim-filmovima> (4.09.2018.)

⁶⁰ Huesmann et al., 2003., u: Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 9.

⁶¹ Paick i Comstock, 1994., u: Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 9.

Identificiranje djece s likovima u medijskim sadržajima rezultira lakšim usvajanjem ponašanja likova medijskih sadržaja i stvaranjem veće empatije prema njima. Primjerice, ako je lik koji je u medijskim sadržajima izložen nasilju iste dobi kao i dijete koje taj medijski sadržaj prati, ono će se više uplašiti nego ako je žrtva odrasla osoba ili dijete nekih drugih osobina, dobi, spola i dr. Obilježja socioekonomskog statusa roditelja (obrazovanje, zanimanje, kupovna moć) također mogu biti čimbenici koji oblikuju snagu, smjer i veličini utjecaja medija na dijete. Istraživanja pokazuju da se roditelji s većim stupnjem obrazovanja kritičnije odnose prema medijskim sadržajima i na taj način smanjuju njihove potencijalno štetne utjecaje na dijete.⁶²

4.1. Rizici i opasnosti medija

Iako je uvriježeno da su mediji “pogled u svijet” to nije u potpunosti točno. Može se reći da su oni “predstava”. U njima ne postoji istina, već samo djelić zbilje. Činjenica je, međutim, da su mediji svakodnevnica djece i mladih, posebice televizija, Internet i mobilna tehnologija.

Istraživanja televizije kao medija, posebice ona koja istražuju utjecaj televizije na stavove i ponašanja, usmjerena su ka slučajnom učenju od masovnih medija, ali ne i na namjerne efekte nastale kao posljedica predavanja u nastavi temeljenih na vizualnim medijima. Posebno su zastupljena istraživanja vezana uz gledanje medijskih sadržaja u kojima je zastupljeno nasilje i nasilno ponašanje. Istraživanja su, također usmjerena na područje medijske pismenosti. Istraživanja utjecaja televizije na gledatelje u proteklih 40 godina više su bila usmjerena ka istraživanju negativnih učinaka nego na pozitivne učinke. Prema nekim teorijama gledatelji su samo pasivni apsorberi informacija, no aktivna teorija kognitivne obrade podržava ideju da gledatelji promišljaju o materijalu koji im se prezentira. Nekoliko studija pokazuje kako gledatelji pažljivije prate televizijske sadržaje kada ih vodi instruktor i/ili ih prate iz obrazovanih razloga nego kada su ona predmet zabave.⁶³

⁶² Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 9.

⁶³ Awofadaju, P. O., Taiwo, T. F., Impact of Mass Media on Children Upbringing, *Research Journal of Mass Communication and Information Technology*, vol. 2, br. 1, 2016., str. 61., <https://iardpub.org/get/RJMCIT/VOL.%202%20NO.%201%202016/IMPACT%20OF%20MASS%20MEDIA%20ON%20CHILDREN%20UPBRINGING.pdf>, (11.05.2018.)

Mediji djeluju na socijalizaciju djece, pa djeca iz medija uče i usvajaju pojedinačna ponašanja, ali i cijele scenarije ponašanja u određenim situacijama. Dijete može upotrebi ponašanje koje je usvojilo iz medija te ga primijeniti na situaciju u kojoj se prvi put našlo a koja je slična onoj iz medijskog sadržaja. “Primjerice, izloženost nasilnim načinima rješavanja međuvršnjačkih sukoba u medijima može dovesti do stvaranja scenarija koje dijete primjenjuje kada se samo nađe u konfliktnoj situaciji”⁶⁴. Negativno djelovanje medija sadržano je i u čestom nekritičnoj izloženosti neprimjerenim medijskim sadržajima, kao što su nasilje ili diskriminacija. Takvi sadržaji mogu kod djeteta izazvati smanjenu osjetljivost na nasilje i diskriminaciju u stvarnom životu.⁶⁵

Jedan od negativnih učinaka masovnih medija je *izazivanje neugodnih emocija kod djece*, među kojima je najčešći kratkoročni strah koji djeca dožive gledajući neke medijske sadržaje. Najveći strah predškolska djeca i djeca u nižim razredima osjećaju kada vide likove i događaje koji zastrašujuće izgledaju i/ili zvuče, kao što su vještice, duhovi, čudovišta i dr. Pobuđivanje tih emocija, čak može biti i pozitivno. Kod starije djece, od osam do 12 godina, emocije straha najviše se javljaju kod scena u kojima se prikazuje nasilje, ranjavanje, stradanje, posebice onih scena koje bi se i u stvarnosti mogle dogoditi. Zbog toga su djeca te dobi, kao i starija djeca, osobito osjetljiva na zastrašujuće prizore iz informativnog programa.⁶⁶ Što se tiče spola, većina studija je utvrdila da djevojčice osjećaju više strah od nasilnog medijskog sadržaja od dječaka.⁶⁷

Mediji snažno utječu na društveno ponašanje djece. U literaturi se najčešće istražuje i raspravlja o *utjecaju medijskog nasilja*. U 21. stoljeću nema količinski više nasilja u medijima nego što je to bilo u prošlosti, ali se društveni odnos prema nasilju promijenio, kao i njegova prezentacija. Lošu vijest mediji transformiraju u dobru vijest. Psiholozi upozoravaju da ljudi rado sudjeluju u trpljenju, nesreći i bolesti drugoga, zbog toga što se njegove brige onda čine manjima. Sadržaji nasilja sastavni su dio medijskog prostora. “Prisutni su u videoigrama, filmovima, televizijskom programu, Internetu i dr. Djeca će do završetka osnovne škole vidjeti 8.000 ubojstava i 100.000 drugih oblika nasilja u medijima, dok će u stvarnom životu vidjeti

⁶⁴ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 10.

⁶⁵ Strasburger i Donnerstein, 1999, u: loc. cit.

⁶⁶ Cantor i Nathanso, 1996., u: Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 11.

⁶⁷ Peck, 1999., u: Van der Molen, J. H. W., Valkenburg, P. M. i Peeters, A. L., Television News and Fear: A Child Survey, Communications, vol. 27, br. 3, 2002., str. 306.

manje od 1% takvih nasilnih djela. Zabrinjavajuća je i činjenica da će jedna mlada osoba do svoje osamnaeste godine preko medija vidjeti 200.000 simuliranih nasilnih djela i više od 16.000 dramatiziranih ubojstava”.⁶⁸ U jednom od najopsežnijih istraživanja UNESCO je 1996. godine u 23 svjetske zemlje u okviru projekta Globalna studija o nasilju u medijima, intervjuirao 5.141 dijete u dobi od 12 godina. Većina studija pokazuje da je odnos između nasilja u medijima i stvarnog nasilja interaktivan. Mediji mogu pridonijeti agresivnoj kulturi, ljudi koji su već agresivni koriste medije za daljnju potvrdu svojih uvjerenja i stavova koji se zauzvrat utvrđuju kroz sadržaj medija. Kao jedan od zaključaka u istraživanju ističe se činjenica da je televizija postala glavni socijalizacijski čimbenik koji dominira životima djece u urbanim i elektrificiranim ruralnim krajevima diljem svijeta.

Televizijski sadržaji ne samo da obiluju nasilnim scenama, već mijenjaju način percepcije stvarnosti i osobito ozbiljna zapreka u razlučivanju mašte od stvarnosti, posebice kod djece. Opće je poznato da djeca do osme godine nisu razvojno spremna za razlikovanje stvarnosti od mašte, odnosno za shvaćanje suptilnosti u komunikaciji, akciji i motivaciji. Postoji i mogućnost da će nove generacije djece odrasti osjećajući se emocionalno i fizički nesigurno, kao i da će razviti iracionalne strahove u svijetu u kojem žive zbog ponovljene izloženosti medijskom nasilju tijekom tih prvih godina u djetinjstvu.⁶⁹ Brojni razvojni učinci zapaženi su u emotivnim reakcijama djece na nasilni medijski sadržaj. Dugotrajno i učestalo gledanje sadržaja u kojima su prisutne nasilne scene može utjecati na povećanje rizika od agresivnog ponašanja, agresivnih osjećaja i agresivnih misli. Takvi rizici posebice su izraženi kod dječaka, odnosno predškolske djece. Istraživanja pokazuju kako mlađa djeca više reagiraju na eksplicitne vizualne postavke prijetnje od starije djece, kao rezultat razvojnih razlika kod mlađe i starije djece.⁷⁰ Istraživanja na kognitivnom razvoju pokazala su da mala djeca općenito reagiraju na televizijske podražaje pretežito u smislu njihovih osjetljivih svojstava, dok starija djeca više reagiraju na konceptualne komponente televizijskog poticaja, kao što su motivi počinitelja ili potencijalne buduće prijetnje.⁷¹ Nasilni sadržaji imaju veći utjecaj na mlađu djecu (više na dječake nego na djevojčice) koja zbog nedovoljno razvijenih kognitivnih sposobnosti teško prate razvoj radnje u medijima. Njihovu pozornost najviše privlače brze scene, scene u

⁶⁸ Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.), *Djeca medija, Od marginalizacije do senzacije*, Matica Hrvatska, Zagreb, 2009., str. 27.

⁶⁹ Erwin i Morton, 2008, str. 107., u: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.), op. cit., str. 17.

⁷⁰ Cantor i Sparks, 1984, u: Van der Molen, J. H. W., Valkenburg, P. M. i Peeters, A. L., op. cit., str. 306.

⁷¹ Van der Molen, J. H. W., Valkenburg, P. M. i Peeters, A. L., op. cit., str. 306.

kojima se nešto događa, a upravo su scene nasilja najčešće takve.

Djeca se prvi put susreću s nasiljem u crtanim filmovima. Nasilje je sastavni dio crtanih filmova. No, oni sami po sebi nisu loši, ali je potrebno da ih djeca gledaju uz prisutnost odraslih osoba kako bi na taj način odrasli na taj način kontrolirali sadržaj koji se u njima prikazuje. Pojedinačne emisije, pa čak i ako su i nasilne te ih dijete gleda jednom, neće ostaviti trajne posljedice, ali dugoročno i opetovano konzumiranje takvog sadržaja sasvim sigurno treba izbjegavati. Dugoročne posljedice izloženosti djece nasilnim sadržajima najviše se odražavaju u smanjenoj odnosno povećanoj osjetljivosti djece na nasilje, u stjecanju uvjerenja kako su normalna nasilna ponašanja, pa i poželjna u međuljudskim odnosima i rješavanju međuljudskih problema, te u usvajanju i razvijanju gotovih obrazaca nasilnog ponašanja.

Djeca su kronično izložena i nasilnim videoigrama. To može imati štetne učinke na funkcije mozga i pamćenje. Ovisnost o videoigrama sve je veći problem u svijetu. Zbog ovisnosti o videoigrama mogu nastati ozbiljne poteškoće u funkcioniranju osobe u obitelji, društvu i školi te poteškoće u psihološkom funkcioniranju, a intenzivnije igranje videoigara povezano je sa slabijim školskim uspjehom i zlouporabom alkohola i druga te nekvalitetnijim odnosima s roditeljima i prijateljima.⁷²

Različiti audiovizualni sadržaji i žanrovi, od promotivnih aktivnosti, preko animiranih filmova i video igara, do igranih filmova, mogu biti alati putem kojih se vrlo snažno *utjecati na razvoj rodni uloga kod djece*. Oni se često koriste kako bi se razvio stereotip rodni uloga. Naime, “muškarci i žene su često prikazani na način koji podržava tradicionalna shvaćanja rodni uloga, bilo u ponašanju, stavovima, razini aktivnosti i dr. Takav obrazac prikazivanja dječaka i djevojčica, žena i muškaraca može imati negativne utjecati na ustrajnost u izvršavanju školskih obveza i učenju, na odabir zanimanja, planove u profesionalnom razvoju i dr.

Uočeni su, također, negativni učinci medijskih sadržaja na *misaoni razvoj djeteta*. U istraživanju dojenčadi i male djece došlo se do rezultata kako uključen televizor u prostoriji u kojoj boravi dijete, igra se i komunicira, može imati negativne posljedice na njegovo učenje, pažnju i odnose u obitelji.⁷³ Povećana izloženost djeteta već u ranoj dobi medijskim sadržajima može rezultirati slabijim razvojem govora, nižom razinom pripremljenosti za školu i lošijim

⁷² Bilić, V., Ljubin Golub, T., Patološko igranje videoigara: uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine, Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja, vol. 47, br. 2, 2011., str. 5.

⁷³ Signorielli, 1990. u: Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 12.

uspjehom u školi. Posebno negativan učinak mogu imati medijski sadržaji u kojima se prisutna izmjena sadržaja velikom brzinom, što onemogućava procesuiranje informacija na adekvatan način kod djeteta. Međutim, sadržaji koji su posebno namijenjeni odgoju i obrazovanju djeteta mogu imati pozitivne učinke te pridonijeti njegovom intelektualnom razvoju.

Količina gledanja medijskih sadržaja u predškolskoj i školskoj dobi povezana je i s *pretilošću* u djetinjstvu, adolescenciji i kod odraslih osoba. Pretilost, nadalje, dovodi do velikog broja zdravstvenih poteškoća. Povezanost između količine uporabe medija i pretilosti pojašnjava se prekomjernim sjedenjem, izostankom kretanja, povećanoj izloženosti promotivnim aktivnostima “nezdrave hrane” i kaloričnih pića, izostankom “zdravih” navika u prehrani i jedenju tijekom uporabe medijskih sadržaja, smanjeno vrijeme spavanja koje povećava rizik od pretilosti i dr.⁷⁴

U procesu *seksualne socijalizacije*, roditelji i škola imaju središnju ulogu, no sve veći utjecaj imaju i mediji. Oni određuju norme i očekivanja. Iako su erotski i pornografski sadržaji zabranjeni mlađima od osamnaest godina na razini preporuke, mediji uključuju svake godine sve više seksualnih sadržaja. Međutim, za djecu je bitan razvoj razumijevanja vlastite seksualnosti. Takvo znanje gradi temelje za vjerovanja i stajališta o seksu koja dugoročno mogu utjecati na svakog pojedinca. “Seksualno ponašanje filmskih junaka kojemu su mladi izloženi može se povezati s rizikom preranog stupanja u seksualne odnose te stvaranju nerealističnih očekivanja o vlastitom seksualnom ponašanju i ponašanju njihovih budućih partnera”. Prikazivanje filmskih junaka u neodgovornom seksualno-zdravstvenom ponašanju, bez odgovarajuće zaštite od spolnih bolesti i/ili zbog kontracepcije, može imati negativne posljedice u smislu pružanja lošeg uzora mladima.

Izloženost djece i mladih ljudi *cigaretama*, te *konzumaciji alkohola i droga* u medijskim sadržajima je rizičan čimbenik korištenja tih sredstava ovisnosti u realnom životu, posebice konzumacija alkohola. To se posebice odnosi na alkohol čija je konzumacija raširena među mladima, a u Hrvatskoj je ono društveno prihvatljivo ponašanje te uobičajeni način zabave mladih. “Prema podacima Europskog istraživanja o pušenju, pijenju alkohola i uzimanju droga među učenicima, od 1995. do 2015. godine alkohol se percipira lako dostupnim te se posljedično bilježi porast udjela petnaestogodišnjaka koji su najmanje jednom u životu pili

⁷⁴ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 13.

alkohol (82% na 92%)”⁷⁵. Uzimanje alkohola u ranoj dobi izaziva trajne posljedice koje se odnose zaustavljanje kognitivnog i psihoemocionalnog razvoja.

Medijski sadržaji utječu i na *stvaranje slike o vlastitom tijelu*, što je posebice značajno za razdoblje puberteta i adolescencije. Često se putem medija nameću nerealne slike o ljudskom tijelu putem nerealnih modela koji se oblikuju uz pomoć računalnih programa, što većina djece ne mogu razumjeti niti su toga svjesni. Kako bi dostigli nerealna očekivanja o izgledu vlastitog tijela djeca i mladi sve više pribjegavaju nezdravom reguliranju težine. Prema nekim istraživanjima već od šeste godine djeca pokazuju nezadovoljstvo vlastitim izgledom.⁷⁶ Postoji opravdana bojazan da takvi medijski sadržaji mogu biti jedan od čimbenika razvoja poremećaja u prehrani djece i mladih, kao što je anoreksija i bulimija.

Mediji, također, potiču *otudenost i pasivizam*. Oni daju iluziju o uspostavljanju odnosa. Međutim, odnosa nema, jer nema dvosmjerne komunikacije. Mediji stvaraju socijalno izoliranog pojedinca. Korisnici medija postaju potrošači medijskog prostora, a osjećaj kontrole daje mogućnost promjene televizijskog kanala daljinskim upravljačem. Mediji nude sadržaje koji pasiviziraju duh, umrtvljuju um i gase potrebu za osobnim djelovanjem. Djeca postaju sve više robovi masovnih komunikacija, ovisnici o Internetu (blogovima, videoigrama), a socijalna potištenost i izoliranost pojedinca je sveprisutna.

Jasno je da mediji imaju izrazitu *moć manipulacije*. Mediji upravljaju svjetonazorom, što se najbolje vidi u medijskoj opsjednutosti modom i modernim. Potrošačko društvo utječe na transformaciju djece od zaigranih i kreativnih bića u sebične i pasivne potrošače.

Negativnost se očituje i u *jezičnoj nekulturi*. Mediji potiskuju knjigu i čitanje, te postaju širitelji jezične nekulture. U njima se pojavljuju ljudi koji krše pravila akcentuacije i unose u standardni jezik nestandardne naglaske, oblike i riječi, dijalektizme, žargonizme, vulgarizme, nepotrebne tuđice i dr. Hrvatski jezik se potiskuje sve većom uporabom engleskog, koji postaje nužan, svjetski jezik. Također se mogu zamijetiti i nepravilnosti u uporabi standardnog hrvatskog jezika u medijima.

Negativnim utjecajem smatra se i uporaba medijskih sadržaja kao *sredstvo čuvanja i zabave djeteta* dok su odrasli zaokupljeni nekim drugim obvezama i poslovima. Iako praktičan,

⁷⁵ Rkman, D., Konzumacija alkohola među mladima u Republici Hrvatskoj, *Hrana u zdravlju i bolesti*, vol. 3, br. 9, 2017., str. 17.

⁷⁶ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 13.

taj način uporabe medijskih sadržaja nije poželjan, jer dovodi do smanjenja interakcije između djece i roditelja. Posebno negativnim za obiteljski život se smatra gledanje medijskih sadržaja tijekom obroka, jer se tako onemogućava veliki broj funkcija koje takvo okupljanje ima, kao što je stvaranje i održavanje obiteljske povezanosti, interakcija članova obitelji, osjećaj sigurnosti i pripadanja koji se kod djece i drugih članova obitelji razvija i dr.

Odnosi unutar obitelji česta su tema medijskih sadržaja, posebice problemi unutar obitelji. Mediji stvaraju sliku idealne obitelji, poželjne obrasce ponašanja unutar obitelji, odnosa između članova obitelji i dr. Često se stvaraju nerealne slike idealiziranja obitelji, što može imati negativne učinke na stavove djece o obitelji. Također, mediji prikazuju probleme unutar obitelji, posebice rastave, ali i njihovo vrlo brzo i jednostavno rješenje, dok se odnosi među članovima obitelji pretjerano idealiziraju. Sve to može utjecati na oblikovanje nerealnih očekivanja djece od obitelji i njezinih članova.

Niz negativnih utjecaja koji imaju mediji na razvoj i odgoj djeteta iziskuju potrebu sustavnog obrazovanja djece za medije.

4.2. Pozitivni utjecaj medija

Mediji osim što mogu imati negativan utjecaj na razvoj djeteta, mogu na njegov razvoj utjecati i pozitivno.

Kultivacijska teorija ukazuje kako “mediji postupno oblikuju pogled na svijet jer ga prikazuju na određeni način – tako, primjerice, prikazivanjem većinom negativnih događaja u medijima djeca mogu steći sliku svijeta kao opasnog i zlog”⁷⁷. U skladu s tim shvaćanjem mediji su važan čimbenik u socijalizaciji djeteta. U procesu socijalizacije, koji je dugotrajan i složen, dijete se u interakciji sa svojom okolinom oblikuje, razvija, uči i usvaja društvene vrijednosti, stavove, uvjerenja, navike, obrasce ponašanja, običaje zajednice u kojoj odrasta i dr. Najintenzivnija socijalizacija se događa u djetinjstvu, a među najvažnijim socijalizacijskim čimbenicima identificirani su u prvom redu obitelj, zatim vršnjaci, odgojne i obrazovne institucije, društvena zajednica čiji su masovni mediji sastavni dio. Dva su načina na koji se

⁷⁷ Bryant i Oliver, 2009., Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 9.

socijalizacija provodi.⁷⁸ Jedan od načina je izravno poučavanje djeteta u kojem ključnu ulogu imaju roditelji, odgajatelji, nastavnici i drugi, a drugi se odnosi na proces socijalnog učenja odnosno učenje po modelu, pri čemu djeca gledajući, uzimajući i imitirajući ponašanje modela usvajaju ponašanje. Prema teoriji socijalnog učenja modeli ne moraju biti stvarne osobe, već to mogu biti i likovi iz medijskih sadržaja. Djeca najčešće uče ponašanje od onih likova koja su dobra, lijepa, moćna, snažna ili su slična samima njima. Ponašanjima koja se kažnjavaju djeca najčešće nisu sklona, jer se boje od negativnih posljedica koje bi mogli imati takvim ponašanjem.

Pozitivan utjecaj na misaoni razvoj djeteta imaju audiovizualni sadržaji koji su namijenjeni odgoju i obrazovanju djeteta, posebno oblikovani dječji programi, dokumentarni i obrazovni programi. Takvi programi mogu pridonijeti intelektualnom razvoju djeteta. Oni su se pokazali korisnima u savladavanju osnovnih pojmova i koncepata, posebice kod djece iz slabije obitelji slabijeg ekonomskog i društvenog statusa. Praćenje dokumentarnih programa u dječjoj dobi povezuje se s boljim uspjehom u školi.⁷⁹

Pozitivni učinci vidljivi su i kod zajedničkog gledanja medijskih programa djece i roditelja kada se ono prakticira kao dobrovoljna skupna aktivnost tijekom koje djeca i roditelji međusobno komuniciraju.

Novi mediji nametnuli su se kao relevantna “društvena institucija” u socijalizacijskom procesu. Omogućuju mladima privatnu komunikaciju koja ne podliježe kontroli roditelja i učitelja. Preko različitih medija, posebno Interneta (Facebook) mladi dobivaju tražene informacije bez izravne komunikacije. Mediji su uklonili vremenske i prostorne barijere koje su uvelike uvjetovale komunikaciju i protočnost informacija. U mnogim europskim državama, pa tako i u Hrvatskoj, mnoga djeca i mladi zbog zaposlenosti roditelja u medijima pronalaze jedine sugovornike. Web-stranice, on-line igre, videostranice i mobilni telefoni glavni su inventar mlade populacije.⁸⁰ Pozitivan utjecaj na razvoj djeteta imaju i drugi mediji. Primjerice, video igre potiču misaone procese, asocijativno mišljenje, podupiru intuiciju, omogućuju vježbanje koordinacije pokreta, potiču pažnju, koncentraciju, oslobađaju emocije i dr.

Istraživanja ukazuju “kako djeca, posebice djevojčice, mogu iz audiovizualnog sadržaja

⁷⁸ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 10.

⁷⁹ Rosengren i Windhal, 1989., u: ibidem, str. 12.

⁸⁰ Mandarić, V.: Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih, Bogoslovna smotra, vol. 82, no.1, 2012., str. 137.

učiti o emocijama (imenovati ih, prepoznati emocionalne izraze lica, nositi se s njima) i o pokazivanju emocija u međuljudskim odnosima”⁸¹. Osim toga iz audiovizualnih sadržaja mogu usvajati i pozitivna društvena ponašanja kao što su pomaganje, sklonost ka suosjećanju i altruizmu, toleranciji, prihvaćanju različitosti i dr.

Vidljivo je, dakle, da svojim pozitivnim učincima mediji mogu potaknuti različite pozitivne osobine kod djece.

4.3. Preporuke za korištenje medija

Preporuka je da djeca do dvije godine ne bi trebala uopće gledati televiziju. Naime, prve dvije godine života su kritične za razvoj mozga. Do šeste godine djeteta iznimno je važno učenje kroz vlastitu aktivnost. Djeca u trećoj godini imitiraju ono što vide na televiziji. Televizija i drugi mediji u ranoj dobi ometaju istraživanje u igri, interakciju s roditeljima i drugim osobama – aktivnosti koje potiču učenje i zdrav tjelesni i socijalni razvoj. Do treće godine slike s ekrana izazivaju zbrku i kontradiktorne osjećaje i dojmove. U razdoblju od šeste do osme godine djeca imaju sposobnost razlikovanja stvarnosti od mašte. Do trećeg razreda razumiju da je emisija izmišljena, ali vjeruju da bi se to moglo dogoditi.

Za korištenje Internetom djeci je veoma potrebna pomoć odraslih. Naime, za najmlađe, Internet znači videoigre, pa će odrasli pomoći djetetu odabirom videoigre koja će na pozitivan način utjecati na njegov odgoj. Međutim, kada se dijete jednom nauči koristiti mrežom u potrazi za najboljim stranicama s kojim može “skinuti” igre, može se dogoditi da ne uspije odoljeti želji da uđe na bilo koju stranicu što budi radoznalost. Dostupnost, neiscrpnost i nepristranost Interneta donosi i određene rizike. Slučajno ili zbog radoznalosti, djeca mogu pristupiti tajnama ili temama od kojih je svojedobno bilo zaštićeno, kao što su rat, epidemija, pedofilija, predrasude, nasilje, pornografija, rasizam, prostitucija, glad i dr. Internet nema tabua, cenzura ili prešućivanja, a dijete pregledom nekih stranica može ostati zaprepašteno.⁸²

⁸¹ Cantor i Nathanson, 1996., u: Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 10

⁸² Laniado, N., Pietra, G., Naše dijete, videoigre, Internet i televizija (Što učiniti ako ga hipnotiziraju?), Studio Tim, Rijeka, 2005., str. 61.

Štetni utjecaji mediji na razvoj djeteta mogu se prvenstveno smanjiti ili ublažiti roditeljskim posredovanjem medija. “U preventivne postupke roditeljskog posredovanja u korištenju medija mogu se ubrojiti opći roditeljski stil odgoja i nadzor nad količinom, mjestom i sadržajima kojima je dijete izloženo (tzv. restriktivno posredovanje), a u aktivne različite oblike komentiranja i razgovora prilikom i nakon gledanja sadržaja (tzv. aktivno posredovanje), osobito onih koji se drže potencijalno neprimjerenim, kao i pružanjem primjera i učenjem odgovarajućeg korištenja medija”⁸³.

Posebno je važno kod djece razviti samopoštovanje, jer samo sigurna i samopouzdana djeca mogu lakše odgovoriti izazovima s kojima se susreću korištenjem medija.

Djecu treba naučiti kako se koristiti Internetom, naučiti ga jezik simbola, i dr. Djetetu treba pomoći pronaći odgovarajuće riječi kako bi točno odredilo što traži na Internetu i tako mu omogućiti brzo dolaženje do traženih informacija. Ta će mu sposobnost omogućiti sređivanje misli, što je korisno za bilo koji drugi tip učenja ili istraživanja. Osim toga treba mu ukazati na ljepotu istraživanja. Koristeći Internet dijete se susreće s brojnim nepoznatim stranicama, zanimljivim imenima, pričama, novostima i maštarijama. Stoga roditelj ili odgajatelj trebaju s djetetom zajedno razgledati stranice, uputiti dijete u svijet vlastitih otkrića i zajednički nalaziti odgovore. Primjerice, polazište mogu biti istraživanja o određenoj temi.

Internet omogućuje i obnavljanje razgovora o djetetovim interesima, a može biti i poticaj za posjet muzeju ili šetnji do mjesta čija se slika ukazala na ekranu računala. Umjesto suprotstavljanju djetetovoj uporabi Interneta, odrasli mogu dobiti priliku za proširivanje interesa djeteta. S vremenom će dijete shvatiti da korištenje beskrajnih mogućnosti što ih nudi računalo nije dovoljno ograničiti na besciljno “surfanje”, nego treba razviti kulturu temeljenu na iskustvima, emocijama, istraživanjima, susretima, putovanjima i čitanju. Djeca, dakle, trebaju biti medijski pismena.

Posljednjih godina je prisutan sve veći broj školskih programa koji su usmjereni ka povećanju medijske pismenosti, a koji se izvode kroz različite školske predmete ili kao zasebni predmeta ili u obliku izvankurikularnih radionica. Njih je potrebno kombinirati s usmjerenom angažiranosti roditelja, pri čemu se naglašava važnost edukacije roditelja o medijima i rizicima

⁸³ Agencija za elektroničke medije, Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, op. cit., str. 40.

koje oni izazivaju, kao i s aktivnostima drugih društvenih institucija. “Smjernice za medijsko opismenjavanje djece i adolescenata u okviru nastavnih i izvannastavnih aktivnosti su sljedeće:

- medijsko opismenjavanje treba uključiti sve vrste medija (vizualne, auditivne i pisane),
- medijsko obrazovanje odnosi se na poučavanje i učenje o medijima te ga ne treba miješati s poučavanjem putem medija ili uz pomoć njih,
- poučavanje o medijima i za medije treba polaziti od postojećeg znanja i iskustva djece i adolescenata s medijima,
- poučavanje o medijima i za medije treba biti prilagođeno dječjoj dobi i stupnju misaonog, emocionalnog i socijalnog razvoja i treba se odvijati tijekom cjelokupnog procesa odgoja i obrazovanja na svim razinama,
- medijsko opismenjavanje može biti dio različitih nastavnih predmeta ili poseban predmet, no poželjna je interdisciplinarna i međupredmetna usmjerenost,
- temeljne kompetencije koje bi odgoj za medije trebao razvijati su: a) kompetencije za razumijevanje medijskih sadržaja i njihovo kritičko tumačenje i vrednovanje, b) tehničke kompetencije vezane uz uporabu medija i medijskih platformi i c) praktične kompetencije za stvaranje i kreiranje medijskih sadržaja u cilju što aktivnije društvene uloge djece i adolescenata,
- za obrazovanje za medije poželjna je određena tehnološka opremljenost, ali se može izvoditi i uz pomoć svakodnevnih i vrlo raspoloživih materijala kao što su novine, časopisi, radio i televizija i dr.
- nastavnike koji bi provodili medijsko opismenjavanje potrebno je stručno osposobiti te im omogućiti odgovarajuće cjeloživotno usavršavanje.”⁸⁴

Mediji mogu biti vrlo korisni u odgoju i obrazovanju djece i mladih, a s obzirom da su u suvremenom društvu neizbježni, nužno je naučiti koristiti sve njihove prednosti i smanjiti i/ili otkloniti negativne učinke.

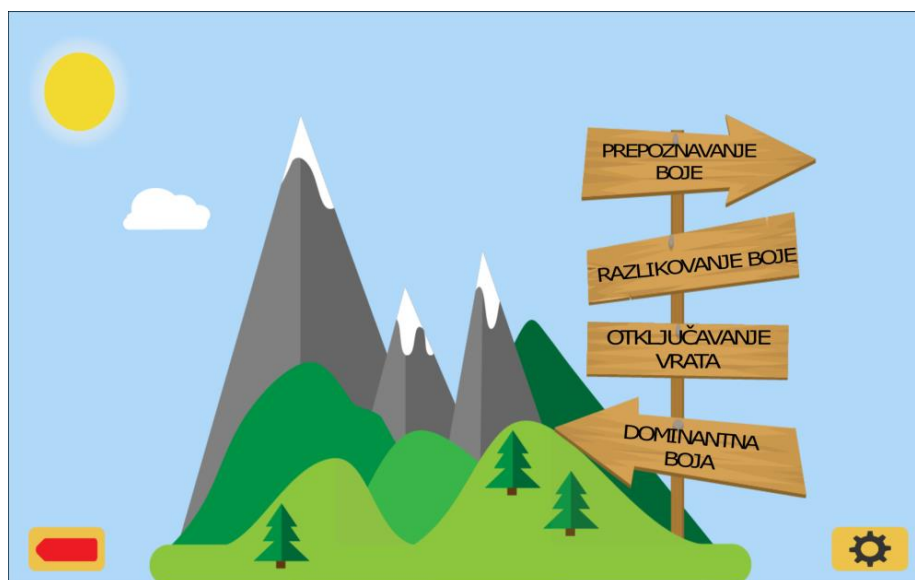
⁸⁴ ibidem, str. 46. i 47.

5. SUVREMENO DRUŠTVO, ODGOJ I OBRAZOVANJE DJETETA

Suvremeno društvo je informatičko društvo kojeg karakterizira povećana količina dostupnih informacija i rast broja korisnika informacija. Takvo društvo iziskuje i novi sustav odgoja i obrazovanja djeteta temeljen na samoobrazovanju, kritičnosti i kreativnosti. Primarni utjecaj na odgoj i obrazovanje djeteta imaju roditelji, odgajatelji i predavači, a sekundarni utjecaj imaju mediji i tehnologija.

Računalne obrazovne podrške imaju sve veći značaj u odgoju i obrazovanju djece. Primjerice, program Microsoft Power Point sadrži tekst i sliku koji mogu biti popraćeni zvukom, animacijom i video isječkom. Tako pripremljeni sadržaji mogu bitno olakšati rad odgajateljima. Kao primjer korištenja ovog programa u svrhu odgoja i obrazovanja djece predškolske djece može se navesti predstavljanje dijelova biljke. Na naslovnom slajdu se prvo pojavi fotografija biljke s naslovom, a sljedećim klikom se pojavljuje strijelica koja pokazuje određeni dio biljke, nakon čega se pojavljuje i naziv tog dijela. Djeci se ostavlja vremena kako bi mogli razmisliti o onome što su vidjeli. Na taj način se mogu prikazati svi dijelovi biljke.

Slika 4. Edukativnih igrica je “Artemida – Program ranog učenja: Učimo boje, brojeve i životinje”



Izvor: Wish mama, Edukativne igrice u kojima će djeca uživati, <http://www.wishmama.hr/preporuke/znam-za-5/edukativne-igrice-u-kojima-ce-djeca-uzivati/> (11.05.2018.)

Na sličnom principu su kreirane edukativne računalne igrice. Takve igrice oblikovane su kako bi potaknule misaone procese, pospješile usklađivanje motorike i osjetila, oštrinu vida, utjecale na poboljšanje brzine i koncentriranosti te doprinjele razvoju inteligencije djeteta. Pri tome je potrebno voditi računa da su edukativne igrice koje će dijete koristiti prilagođene dobi i interesima djeteta. Jedna od tih edukativnih igrica je “Artemida – Program ranog učenja: Učimo boje, brojeve i životinje” (slika 4). To su interaktivne vježbenice koje su namijenjene djeci u dobi od tri do pet godina. Oblikovane su tako da pomognu djeci u učenju boja, brojeva i životinja. Namjena im je, također, razvijanje percepcije, logike i drugih vještina.⁸⁵ Kao primjer može se navesti i igrica “Eva u svijetu slova” (slika 5). Riječ je o igrici osmišljenoj kako bi motivirala djecu i potaknula razvoj temeljnih predčitačkih vještina kao što su prepoznavanje i razlikovanje brojki i slova, razumijevanje rime, izdvajanje prvog glasa u riječima, usvajanje grafički znakova za glasove – slova, raščlamba riječi na slogove i riječi.

No, osim što se u “digitalnom društvu” medije može koristiti u odgoju i obrazovanju djece, veoma je važno, u svrhu smanjenja i/ili otklanjanja nužan je odgoj djece i mladih za medije. Ideja vezana uz odgoj za medije koju je UNESCO još 1964. godine podupro, a 1976. godine oblikova u “model za masovni odgoj za medije, koji bi mlade podučio kritičkom prihvaćanju medijskih sadržaja”, zaživio je

Slika 5: Igrica “Eva u svijetu slova”



Izvor: Eva u svijetu slova: Dječji edukativni program za poticanje predčitalačkih vještina (Interaktivni CD), <https://www.mvinfo.hr/knjiga/6485/eva-u-svijetu-slova-djecji-edukativni-program-za-poticanje-razvoja-predcitalackih-vjestina-interaktivni-cd> (03.09.2018.)

⁸⁵ Wish mama, Edukativne igrice u kojima će djeca uživati, <http://www.wishmama.hr/preporuke/znam-za-5/edukativne-igrice-u-kojima-ce-djeca-uzivati/> (11.05.2018.)

deklaracijom koju je u Njemačkoj na konferenciji “Odgoj za medije” (engl. Media Education) 1982. godine potpisalo 19 država.⁸⁶ U njoj je naglašena važnost koju takav odgoj ima u pripremi mladih za odgovorno građanstvo te kojim bi se povećao kritički odnos spram medijskih sadržaja. Prema Konvenciji Ujedinjenih naroda o pravima djeteta usvojenoj na Općoj skupštini Ujedinjenih naroda 20. studenog 1989. godine djeca moraju imati pristup različitim nacionalnim i međunarodnim izvorima informacija, posebice informacijama koje naglašavaju njihovo društveno, duhovno i moralno blagostanje.⁸⁷ Prvi odgoj za medije u Europi uveden je u Francuskoj, u kojoj se u prvom redu njegovao filmski odgoj. Primjer Francuske slijede i druge razvijene zemlje. Hrvatska se ubraja u zemlje s minimalnom uključenosti odgoja za medije u programe predškolske i školske djece. Pomaci su ipak vidljivi. Hrvatska je potpisnica Deklaracije Odgoj za medije, a donesena je i Deklaracija o medijskoj kulturi kojom se ukazuje na sve važniju ulogu medija u odgojno-obrazovnom životu djece i mladih u 2012. godini.⁸⁸ Također je u 2015. godini donesen Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima, a u 2016. godini objavljene su Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija.

Vidljivo je, dakle, da promjene koje se događaju u društvu pod utjecajem informacijsko-komunikacijskog razvoja dovode do promjena u odgoju i obrazovanju. Pri tome mediji postaju značajan alat u odgojnom i obrazovnom sustavu, ali istovremeno postoji i nužnost odgoja za medije kako bi se na što efikasniji način koristile njihove pozitivne značajke, uz istovremeno smanjenje i/ili potpuno otklanjanje negativnih značajki.

⁸⁶ Erjavec, K., Zgrabljic, N., *Odgoj za medije u školama u svijetu, Hrvatski model medijskog odgoja, Medijsko istraživanje*, vol. 6, br. 1, 2000., str. 89.

⁸⁷ UN, *Konvencija o pravima djeteta, Narodne novine – Međunarodni ugovori*, vol. 58, br. 12, 1993., čl. 17.

⁸⁸ Blažević, N., *op. cit.*, str. 482.

6. ZAKLJUČAK

Masovni mediji predstavljaju sredstvo kojim se može postići širenje informacija velikom broju heterogenih ljudi u određeno vrijeme. Nedvojbeno je da je uloga medija u suvremenom društvu velika. Mediji, osim što imaju zadaću informiranja, educiranja i zabavljanja, svojim informacijama utječu i na formiranje stavova, vrijednosti i ponašanja, kako odraslih, tako i djece. Oni imaju prednosti i nedostatke. Suvremeni način življenja ostavlja roditeljima sve manje vremena kojeg mogu provesti sa svojom djecom te upravo masovni mediji postaju glavni odgajatelj mlađih generacija, i što je još važnije oni postaju njihovi uzori. Osim toga djeca više vremena provode gledajući televiziju, “surfajući” Internetom ili koristeći mobilne telefone nego u školskim klupama. Utjecaj različitih sadržaja televizijskih emisija, manipuliranje reklamama, prikazi nasilja samo su neki od čimbenika koji mogu dovesti do imitiranja takvog ponašanja, usađivanja negativnih odgojnih vrijednosti te poticanja agresivnosti i osjećaja straha i kriminala. No, osim negativnih utjecaja, činjenica je i da mediji imaju pozitivan utjecaj na razvoj djeteta, koji je potrebno poznavati da bi se na djelotvoran način ti utjecaji mogli koristiti. Evidentno je da niti jedan medij nije dobar ili loš u odgoju djeteta, no postavlja se pitanje u kojim mjeri i kako ih treba koristiti da bi doveli do pozitivnih učinaka.

Sve to dovodi do zaključka o nužnosti sustavne edukacije o medijima i poticanju razvoja osviještenih korisnika koji s razumijevanjem i kritičkim odmakom konzumiraju medijske sadržaje koje sami odabiru. Odgoj za medije pomaže u stjecanju određenih znanja i vještina koje su nužne za njihovo korištenje kako bi se djeca, ali i drugi korisnici naučili ophoditi s medijima.

LITERATURA

1. Agencija za elektroničke medije (2016), Istraživanja AEM-a i UNICEF-a: Sve je manje djece pred TV ekranom bez nadzora, <https://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/istrazivanja-i-analize/istrazivanja-aem-a-i-unicef-a-sve-je-manje-djece-pred-tv-ekranom-bez-nadzora/> (20.05.2018.)
2. Agencija za elektroničke medije (2016a), Preporuke za zaštitu djece i sigurnost korištenja elektroničkih medija, <http://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf> (17.05.2018.)
3. Anderson, C. A. et al. (2003) Exposure to violent media: the effects of songs with violent lyrics on aggressive thoughts and feelings, *Journal of personality and social psychology*, 4(3), str. 81-110.
4. Anderson, D. R., Pempek, T. (2005), Television and Very Young Children, *American Behavioral Scientist*, 48(5), str. 505-522.
5. Awofadaju, P. O., Taiwo, T. F. (2016) Impact of Mass Media on Children Upbringing, *Research Journal of Mass Communication and Information Technology*, 2(1), str. 59-96, <https://iiardpub.org/get/RJMCIT/VOL.%202%20NO.%201%202016/IMPACT%20OF%20MASS%20MEDIA%20ON%20CHILDREN%20UPBRINGING.pdf>, (11.05.2018.)
6. Bilić, V., Ljubin Golub, T. (2011), Patološko igranje videoigara: uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 47(2), str. 1-13.
7. Biti, V. 1997, *Pojmovnih suvremene književne teorije*, Zagreb: Matica hrvatska.
8. Blažević, N. (2012), Djeca i mediji – odgoj na “televizijski” način, *Nova prisutnost*, 10(3), str. 479-493.
9. Bremer, J. (2005) The Internet and Children: Advantages and Disadvantages, *Child Adolesc Psychiatric Clin N Am*, 14(3), str. 405-428.
10. Byrne, J., Burton, P. (2017), Children as Internet users: how can evidence better inform policy debate?, *Journal of Cyber Policy*, 2(1), 1-20.
11. Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.). (2009) *Djeca medija, Od marginalizacije do senzacije*, Zagreb: Matica Hrvatska.
12. Dječji kutak, Povijest medija, http://www.djecamedija.org/dk/?page_id=35 (11.05.2018.)
13. Erjavec, K., Zgrabljčić, N. (2000), Odgoj za medije u školama u svijetu, Hrvatski model

- medijskog odgoja, *Medijsko istraživanje*, 6(1), str. 89-107.
14. eTwinning (2016), Growing Digital Citizens, Developing active citizenship through eTwinning, eTwinning, https://www.etwinning.net/eun-files/book2016/eTwinningBook_2016.pdf (2.06.2018.)
 15. Eva u svijetu slova: Dječji edukativni program za poticanje predčitalačkih vještina (Interaktivni CD), <https://www.mvinfo.hr/knjiga/6485/eva-u-svijetu-slova-djecji-edukativni-program-za-poticanje-razvoja-predci-talackih-vjestina-interaktivni-cd> (03.09.2018.)
 16. Feminae.net, Provedeno nacionalno istraživanje sigurnosti djece i mladih na Internetu, <https://www.voxfeminae.net/vijestice-list/hrvatska/item/12122-provedeno-nacionalno-istrazivanje-sigurnosti-djece-i-mladih-na-internetu> (11.06.2018.)
 17. Hrvatska enciklopedija, Natuknica Acta diurna, online izdanje, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=320> (4.05.2018.)
 18. Hrvatska enciklopedija, Natuknica Internet, online izdanje, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (4.05.2018.)
 19. Hrvatska enciklopedija, Natuknica Televizija, online izdanje, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60748> (4.05.2018.)
 20. Hrvatska radio televizija, <https://juhuhu.hrt.hr/gledaj/49/cistac-ulica> (10.09.2018.)
 21. Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com> (28.05.2018.)
 22. Jurčić, D. (2017) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, *Mostariensia*, 21(1), str. 127-136.
 23. Kako protiv nasilja u crtanim filmovima?, <http://www.057info.hr/vijesti/2013-10-17/kako-protiv-nasilja-u-crtanim-filmovima> (4.09.2018.)
 24. Košir, M., Zgrabljić, N., Ranfl, R. (1999) *Život s medijima, priručnik o odgoju za medije*, Zagreb: Biblioteka Medijska istraživanja.
 25. Kuterovac Jagodić, G. (2016) Utjecaj televizijskog oglašavanja na djecu, <http://www.medijskapismenost.hr/odgoj-malih-potrosaca-kako-reklame-djeluju-na-djecu-predskolske-dobi/> (17.05.2018.)
 26. Laniado, N., Pietra, G. (2005) *Naše dijete, videoigre, Internet i televizija (Što učiniti ako ga hipnotiziraju?)*, Rijeka: Studio Tim.
 27. Maceroni, G., Olafsson, K. (2018), Access and use, risks and opportunities of the Internet for Italian children, EU Kids Online, <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/Executive-summary->

- Italy-june-2018.pdf (7.06.2018.)
28. Mandarić, V.: Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih, *Bogoslovna smotra*, vol. 82, no.1, 2012., str. 131-149.
 29. McNeal, J. U. 2000, Children as consumers of commercial and social products, Working paper for the conference Marketing health to kids 8 do 12 years of age, Pan American Health Organization, Centers for Disease Control and Prevention, W. K. Foudnation, Texas <http://www1.paho.org/hq/dmdocuments/2010/Los-ninos-como-consumidores-productos-sociales-y-comerciales.pdf> (18.05.2018.)
 30. Medij – ICT u odgoju i obrazovanju, file:///C:/Users/X/Downloads/Opca%20pedagogija_Mediji_PPT.pdf (8.5.2018.)
 31. Medijska pismenost.hr (2018), <http://www.medijskapismenost.hr/odgoj-malih-potrosaca-kako-reklame-djeluju-na-djecu-pre-dskolske-dobi/> (4.08.2018.)
 32. Medijska pismenost.hr (2016), Sve je manje djece pred TV ekranom bez nadzora, Objava za medije, <file:///C:/Users/X/Downloads/Objava%20za%20medije%20rezultati%20kampa-anje.pdf> (20.05.2018.)
 33. Mikić, K. (2002) Mediji u vrtiću, *Dijete, Vrtić, Obitelj*, br. 27, str. 5.
 34. Mikić, K., Rukavina, A. (2006) *Djeca i mediji*, Zapis, posebni broj.
 35. Nikodem, K., Kudek Mirošević, J., Bunjevac Nikodem, S. (2014), Internet i svakodnevne obaveze djece, *Socijalna ekologija*, 23(3), str. 211-235.
 36. Olayinka, A. P. et al. (2016), Impact of Mass Media on Children Upbringing, *Research Journal of Mass Communication and Information Technology*, 2(1), str. 59-96.
 37. Peruško, Z. i dr. (2011) *Uvod u medije*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
 38. Rkman, D. (2017), Konzumacija alkohola među mladima u Republici Hrvatskoj, *Hrana u zdravlju i bolesti*, 3(9), str. 17.
 39. Rus-Mol, Š., Zagorac-Keršer, A. J. (2005) *Novinarstvo*, Beograd: Klio, Edicija, Multimedija.
 40. Sapunar, M. (1995) *Osnove znanosti o novinarstvu*, Zagreb: EPOHA.
 41. Šagud, M. (2014), Contemporary Childhood and the Institutional Context, *Croatian Journal of Education*, 17(1), str. 265-274.
 42. Teletubbies <https://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/10903566/Teletubbies-16-things-you-didnt-know.html> (10.09.2018.)
 43. UN (1993), Konvencija o pravima djeteta, Narodne novine – Međunarodni ugovori,

58(12).

44. UNESCO (2016), *Building Digital Citizenship in Asia Pacific: Safe, Effective, and Responsible Use of ICT, A Policy Review*, UNESCO South Asia and the Pacific Regional Office, Bangkok.
45. UNICEF, Prava djece i mediji, https://www.unicef.hr/programska_aktivnost/prava-djece-i-mediji/ (11.05.2018.)
46. Van der Molen, J. H. W., Valkenburg, P. M. i Peeters, A. L. (2002), Television News and Fear: A Child Survey, *Communications*, 27(3), str. 303-317.
47. Wish mama, Edukativne igrice u kojima će djeca uživati, <http://www.wishmama.hr/preporuke/znam-za-5/edukativne-igrice-u-kojima-ce-djeca-uzivati/> (11.05.2018.)
48. Zakon o medijima u Republici Hrvatskoj, NN, br. 59/04, 84/11, 81/13.

SAŽETAK

U radu se istražuje odnos medija, društva, odgoja i obrazovanja. Kako bi se dao što detaljniji uvid u utjecaje koji mediji imaju na društvo, odgoj i obrazovanje, uvodno je istražen pojam medija te su kroz povijesni razvoj medija prikazana obilježja okruženja u kojem su se mediji razvijali. Poseban značaj u razvoju medija imao je tehnološki razvoj. Mediji utječu na promjene u društvu, što je posebice vidljivo u 20. i na početku 21. stoljeća, razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije. Analizom uloge medija u svakodnevnom životu djeteta daje se uvid u učestalost i količinu korištenja medija u ranom djetinjstvu, ali i predškolskom i školskom razdoblju djeteta. Također je dan pregled istraživanja koja ukazuju na povećanje količine i učestalosti korištenja medija tijekom posljednjih godina, kao i na povećanje udjela djece koja su već u vrlo ranoj dobi izložena utjecaju medija, posebice televizije i Interneta. Podaci ukazuju i na sve veći utjecaj društva na razvoj djeteta putem medija. U radu se, nadalje, ukazuje na rizike i opasnosti koje mediji imaju na razvoj djeteta, ali i na njihove pozitivne učinke. Također su istaknute preporuke roditeljima i edukatorima za korištenje medija. Mediji su sastavni dio suvremenog društva i svakodnevnice čovjeka. Upravo zato je važno naučiti djecu kako se koristiti medijima, a odrasle kako iskoristiti pozitivne strane medija u odgoju i obrazovanju djece.

Ključne riječi: mediji, društvo, odgoj, obrazovanje, rizici i opasnosti medija, pozitivni utjecaj medija.

SUMMARY

The media shape man's everyday life by acting on his thinking and attitudes. The core features of the media and their role in contemporary society are, in this part of the final work, the etymology of the term "medium" and historical overview of media development.

There are different media that transmit information. These are: 1 newspaper (graphical media), radio (one-way auditory media), television (two-dimensional audiovisual display media) and new media - computer or intelligent machines for higher information processing (a synergistic new media that synthesizes almost all individual media and serves by their principle of comparative advantage). Information technology has resulted in the emergence of new media.

When it comes to the meaning of the media in the everyday life of a child, then it is mainly thought to school children, but it is necessary to point out that children with media are already dating from the earliest age, indicating the need to research their meaning in the everyday life of pre-school children.

Society changes under the influence of technological development, which also affects the daily life of children. New technologies are becoming more and more important factor in leisure time, learning, and the widest observed, everyday life of children.

The media have a strong influence on public opinion, shape and transmit social behavior, influence the acquisition of ethical and moral values, form life attitudes, styles and identity. The effects that media have on the daily life of children can be stimulating, but they can also have harmful consequences.

The effects that the media have are not the same for all children. For example, viewing some media content may have a negative effect on younger children, girls and children of certain characteristics and children of a particular social context, but that same media content must not necessarily have a negative impact on other children.

The media work on the socialization of children, and children from the media learn and adopt individual behaviors, but also the whole behavior scenarios in certain situations. The child can use the behavior he has adopted from the media and apply it to the situation he first found, which is similar to that of media content.

The media, apart from having a negative impact on the development of a child, can affect its development positively.

Positive impact on the child's developmental thinking have audiovisual content intended for the education of the child, specially designed children's programs, documentary and educational programs. Such programs can contribute to the intellectual development of the child.

It is recommended that children up to two years should not watch television at all. Namely, the first two years of life are critical to brain development. By the sixth year of the child, learning is of utmost importance through one's own activity. Children in the third year imitate what they see on television.

It is especially important for children to develop self-esteem, because only safe and self-confident children can easily respond to the challenges they face by using the media.

Media can be very useful in educating children and young people, and given that they are inevitable in modern society, it is necessary to learn to use all their benefits and to reduce and / or eliminate negative effects.