

Uloga obitelji u medijskom odgoju

Franolić, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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:137:483080>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

LUCIJA FRANOLIĆ

ULOGA OBITELJI U MEDIJSKOM ODGOJU

Diplomski rad

Pula, 18. rujna 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

LUCIJA FRANOLIĆ

ULOGA OBITELJI U MEDIJSKOM ODGOJU

Diplomski rad

JMBAG: 0303086104

Studijski smjer: Integrirani preddiplomski i diplomski učiteljski studij

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Pedagogija

Znanstvena grana: Obiteljska pedagogija

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marina Diković

Pula, 18. rujna 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana **Lucija Franolić**, kandidatkinja za **magistricu primarnog obrazovanja** ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski 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 Diplomskog 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.

Studentica

U Puli, 18. rujna 2024. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, **Lucija Franolić** dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom **Uloga obitelji u medijskom odgoju** 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 2024. godine

Potpis

SADRŽAJ

UVOD	1
1. Obitelj	2
1.1. Razvoj djeteta	4
1.1.1. Tjelesni razvoj.....	4
1.1.2. Intelektualni razvoj djeteta	4
1.1.3. Emocionalni razvoj djeteta.....	5
1.1.4. Socijalni razvoj djeteta	6
1.1.5. Moralni razvoj djeteta	7
1.1.6. Razvoj radnih sposobnosti	8
1.1.7. Estetski razvoj	8
1.2. Odgojni stilovi.....	8
1.2.1. Permisivni (popustljivi) roditelji.....	9
1.2.2. Autoritarni roditelji (strogi).....	9
1.2.3. Autoritativni roditelji.....	10
1.2.4. Zanemarujući roditelji	10
2. Obitelj danas.....	11
2.1. Promjene u strukturi obitelji	11
2.2. Dijete u suvremenoj obitelji	11
2.3. Roditelji u suvremenoj obitelji.....	12
3. Mediji	13
3.1. Podjela medija	14
3.2. Funkcije medija	14
3.3. Prednosti i nedostaci medija	15
4. Utjecaj medija na djecu.....	17
5. Obitelj i mediji	21
5.1. Uloga obitelji u odnosu djece i medija	22
5.1.1. Zastupljenost i čimbenici roditeljske medijacije.....	23
6. Medijska pedagogija	25
6.1. Medijski odgoj u vrtićima	25
6.2. Medijski odgoj u školama	26
7. Usporedbe istraživanja korištenja medija nekada i danas	29
7. Istraživanje utjecaja obitelji na medijski odgoj	31
7.1. Cilj istraživanja	31

7.2. Problemi istraživanja	31
7.3. Uzorak istraživanja.....	31
7.4. Postupak istraživanja	33
7.5. Obrada podataka	33
7.6. Rezultati i rasprava	33
7.6.1. Mišljenje roditelja o provođenju medijskog odgoja u njihovoj obitelji	33
7.6.2. Mišljenje roditelja o osobnim kompetencijama za medijski odgoj	37
7.6.3. Potreba za dodatnim obrazovanjem roditelja za usavršavanjem u medijskom odgoju.....	42
8. Radionice za medijski odgoj	45
ZAKLJUČAK.....	58
LITERATURA	59
PRILOZI.....	64
SAŽETAK	69

UVOD

Obitelj, bez obzira na svoj oblik, ostaje temeljna jedinica društva, pružajući podršku i oblikujući vrijednosti budućih generacija. Sa stajališta pedagogije, obitelj se smatra odgojnom zajednicom djece i roditelja, koju karakteriziraju zajednički život i ljubav, dok je sa psihološkog aspekta ona ključni faktor u procesu socijalizacije i psihičkog razvoja djeteta. Kako bi mogla učinkovito ispuniti svoju ulogu u odgoju djece, neophodno je stvoriti određene preduvjete, među kojima se skladni obiteljski odnosi ističu kao najvažniji. Obitelj ima ključnu ulogu u tjelesnom, intelektualnom, emocionalnom i moralnom razvoju djeteta, kao i u oblikovanju njegovih estetskih i radnih navika. U znanstvenim krugovima prepoznati su različiti roditeljski stilovi, od permisivnog i autoritarnog do autoritativnog i zanemarujućeg, a svaki od njih ima specifične utjecaje na razvoj djeteta. Osim promjena u roditeljskim pristupima, i sama struktura obitelji doživjela je transformacije, osobito u 20. stoljeću, prateći promjene u društvenim ulogama i očekivanjima, poput položaja žena u društvu i raznolikosti obiteljskih oblika. Paralelno s tim promjenama, mediji su postali sveprisutni dio društva. S obzirom na to da su djeca od najranije dobi izložena medijima, uloga roditelja postaje presudna u usmjeravanju djece prema odgovornom i svjesnom korištenju medijskih sadržaja. Roditelji trebaju djeci pomoći u razlikovanju pozitivnih i negativnih strana medija, koristeći aktivnu medijaciju kao najučinkovitiji pristup u medijskom odgoju. Analizom istraživanja pronađene su slabije točke medijskog odgoja kod roditelja, te su osmišljeni primjeri za radionice za roditelje i djecu kojima bi unaprijedili medijski odgoj.

1. Obitelj

Pojam obitelj može se definirati na mnogo načina ovisno o području sa kojeg se gleda, no znanstvenici se slažu da je „obitelj društvena, odnosno socijalna i biološka zajednica“ (Rosić, 2005:79). Gledajući sa stajališta pedagogije obitelj je odgojna zajednica djece i roditelja koju karakterizira zajednički život, a osnovana je na ljubavi, dok je sa stajališta psihologije obitelj bitan faktor prvotne socijalizacije te bitan faktor psihičkog razvoja djeteta (Đuranović i Klasnić, 2020).

Obitelj je osnovna društvena jedinica koja obuhvaća različite oblike zajednica i veza među ljudima. Tipovi obitelji često odražavaju društvene i kulturne norme, kao i ekonomske i povijesne uvjete određenog društva. Iako postoji nekoliko različitih tipova obitelji, svi oni imaju ključnu ulogu u odgoju i razvoju pojedinca.

Jančić, Jurišić i Lončarić (2019) prema Maleš (2012) navode da u hrvatskoj najveći broj obitelji, 57,9%, su obitelji koje čine oba roditelja s djecom. Jednoroditeljskih obitelji koje čine majke s djecom jest 12,5%, dok je jednoroditeljskih obitelji koje čine očevi s djecom 2,6%.

Modernizacija i individualizacija je dovela do jačanja interesa za vlastito dobro stoga članovi obitelji moraju odlučiti između zadovoljavanja vlastitih individualnih potreba i želja, te onih obiteljskih ili između uspona vlastite karijere i podizanja djece. Jančić, Jurišić i Lončarić (2019) zaključuju kako u današnjem vremenu rađanje potomstva nije prioritetni cilj braka.

Tipičnom obitelji oduvijek se smatra obitelj koju čine majka, otac i dijete ili više djece. Takva obitelj još se naziva i nuklearna obitelj. Postoje mnogobrojne promjene unutar obitelji čiji je krajnji rezultat promjena u obiteljskoj strukturi, pa tako postoje obitelji bez djece, s jednim djetetom ili s više djece, jednoroditeljske obitelji, obitelj razvedenih brakova, životno partnerstvo osoba istog spola te obitelj s posvojenom djecom (Đuranović i Klasnić, 2020). Obitelj, bez obzira na oblik, ostaje temeljna jedinica društva koja pruža podršku i oblikuje vrijednosti budućih generacija.

Obitelj ima najintenzivniji utjecaj na dijete tijekom njegovog ranog djetinjstva. S odrastanjem i socijalizacijom taj prvobitan utjecaj obitelji nešto slabi no nikada ne prestaje. Vrlo je važno, što su i istraživanja dokazala, uspostaviti pozitivne i kvalitetne odnose zato što neprimjereni odnosi kod neke djece mogu uzrokovati probleme u razvoju i socijalnoj prilagodbi (Đuranović i Klasnić, 2020).

Kako bi obitelj mogla obavljati svoju ulogu u odgoju djeteta potrebno je stvoriti i određene preduvjete, a jedan od najznačajnijih preduvjeta jesu skladni obiteljski odnosi. Iz skladnih obitelji proizlazi osjećaj sigurnosti kod djeteta, zdravi socijalni odnosi te se kod djeteta razvija čvrst karakter, hrabrost i optimizam. Potpuna i skladna obitelj lakše ostvaruje odgojne zadatke. Socijalne i pedagoške kvalitete obitelji također su važan uvjet obiteljskog odnosa. Neki pedagozi smatraju da su rezultati obiteljskog odgoja zapravo određeni pedagoškim znanjima roditelja. Također je dokazano da nije toliko bitna dužina odgojnog djelovanja koliko je bitan intenzitet istog (Rečić, 1996).

Rečić (1996) također navodi kao jedan od preduvjeta uspješnog odgoja i ekonomske prilike. Obitelj dobrih ekonomskih prilika ispunjava primarne zahtjeve djece: prehrabene, stambene, zdravstvene i odgojne. Slabo materijalno stanje zapravo stvara poteškoće u rastu i razvoju kod djeteta zbog nedovoljne i nepravilne prehrane koja može dovesti do oboljenja. Obitelji slabijeg ekonomskog statusa ne mogu svojoj djeci priuštiti suvremenu odjeću, obuču i igračke što može dovesti kod djece do problema u socijalizaciji, dok obitelji prosječnih i iznadprosječnih ekonomskih prilika mogu svojoj djeci priuštiti igračke, slikovnice, prisustvovanje bitnim događajima i prigodama, što potiče veće zadovoljstvo te jača sigurnost kod djece. No, prosječan i iznad prosječan ekonomski status ne mora značiti sigurnost dobrog obiteljskog odgoja radi mogućnosti da takvi roditelji imaju manjak vremena koji posvećuju odgoju djece, previše popuštaju ili daju djeci preveliki džeparac, što naposljetku može dovesti do maloljetničke delikvencije (Rečić, 1996).

Jedan od preduvjeta uspješnog odgoja koji se mijenja tijekom određenih životnih perioda jest organizacija života u obitelji ili dnevni red. Bitno je utvrditi pravila ponašanja i dužnosti svakog pojedinca u zajednici. Ovaj uvjet je promjenjiv poradi toga što ovisi o dobi djeteta, promjenama u brojnosti obiteljske zajednice ili nekim drugim bitnim faktorom koji može promijeniti dnevni red i funkcioniranje obitelji. Postizanjem određenih unaprijed postavljenih ciljeva, roditelji trebaju stvarati novi dnevni red, postavljati nove ciljeve, kako bi se usvajale nove i savršenije navike kod djeteta (Rečić, 1996).

Prema Đuranović i Klasnić (2020), rano djetinjstvo se naziva još i zlatni trenutak. Takav trenutak nemoguće je ponoviti u razdoblju djetetova razvoja te je potrebno ulagati u sve vrste dječjeg razvoja.

1.1. Razvoj djeteta

Mnoštvo autora proučavalo je područja razvoja u kojem roditelji imaju ulogu tijekom odrastanja. Dok Đuranović i Klasnić (2020) navode da obitelj ima ulogu u dječjem tjelesnom, intelektualnom, emocionalnom, socijalnom i moralnom razvoju, Rečić (1996) navodi još estetski i radni odgoj.

1.1.1. Tjelesni razvoj

Temeljni zadatak roditelja kod tjelesnog razvoja jest da se stvore svi uvjeti kako bi dijete bilo tjelesno zdravo. Opće je poznato da je jedan od glavnih problema u Hrvatskoj, ali i u svijetu, pretilost. Do pretilosti dolazi zbog manjka tjelesnih aktivnosti i zbog nepravilne prehrane (Đuranović i Klasnić, 2020). Prema Perić i suradnicima (2022) istraživanja su pokazala povezanost povećanja vremena pred ekranima sa smanjenjem tjelesne aktivnosti djece te također sa smanjenim boravkom u prirodi. Kako ne bi došlo do negativne okoline bitno je da se kod djece postave zdravi temelji za daljnji razvoj, a ne samo osnovna briga o tjelesnom zdravlju. Filek (2017) navodi prema Krželj (2009) da roditelji koji su posvećeni tjelesnom razvoju djeteta, uključuju svoje dijete u tjelesne aktivnosti, razvijaju svijest o zdravom načinu življenja i uče pravilnoj prehrani. Redovitim tjelesnim vježbanjem ne dovodimo samo do zdravog načina življenja već dolazi i do poboljšanja memorije kod djece. Ona djeca koja su tjelesno spremnija imaju bolje jezične vještine u odnosu na djecu koja su manje tjelesno spremna. Dokazano je i da kada u svoju nastavu uključimo i tjelesne aktivnosti učenici postižu bolje rezultate u pisanju, čitanju, te u znanju pravopisa i matematike (Đuranović i Klasnić, 2020).

1.1.2. Intelektualni razvoj djeteta

Rast djetetovog mozga najbrži je u prve tri godine njegova života, dok do četvrte ili pete godine života više od polovine funkcija dječjeg mozga sazrije. U radu s djecom stimulacijom mozga povećava se neuronska mreža, ali i intelektualne sposobnosti, kvocijent inteligencije te apstraktno mišljenje. Ukoliko se veze među moždanim stanicama, koje stvaraju puteve za novo učenje, ne koriste tada se one smanjuju i odumiru (Đuranović i Klasnić, 2020).

Vrlo je bitno da se i roditelji upoznaju sa razvojem djetetovog mozga kako bi razumjeli koliko je bitan pravilan intelektualni razvoj.

Roditelji koji svoje sukobe rješavaju nenasilnim putem i svoju djecu potiču na razne aktivnosti te razvoj jezika i školskog znanja, stvaraju djecu koja se intelektualno razvijaju u dobrom smjeru (Đuranović i Klasnić, 2020).

Važno je da se u svakodnevnom životu i radu, djecu potiče na kreativno razmišljanje. Svaki događaj u danu može se iskoristiti kako bi se djetetu postavio zadatak (npr. dok gledaju kviz da dijete pronađe osobu s žutom majicom ili da dijete u vožnji prepozna koji se prometni znak nalazi ispred njih) (Đuranović i Klasnić, 2020). Vrlo je bitno da postavljene zadatke djeca sama rješavaju uz pomoć roditelja, no nikako to roditelji ne bi trebali obavljati umjesto njih (Rečić, 1996).

Vrlo bitnu ulogu u intelektualnom razvoju djece imaju razgovor između djeteta i roditelja te pitanja koja dijete postavlja. Pitanjima dijete iskazuje svoju znatiželju, zanimanje za određena područja, te pokazuje želju za ovladavanjem novih spoznaja. Roditelji koji odgovaraju, a ne ignoriraju dječja pitanja, potiču djecu za daljnje proučavanje i postavljanje novih pitanja kako bi proširili svoje spoznaje. Bitan je i način razgovora koji se vodi između djeteta i roditelja. Obitelji u kojima je komunikacija otvorena pružaju djetetu mogućnost za učenje, usvajanje različitih životnih iskustava, a takvim načinom komunikacije pokazatelj je poštivanja drugih članova obitelji i uvažavanja tuđih mišljenja (Filek, 2017).

Treba istaknuti i važnost čitanja djeci. Čitanje kod djece potiče usvajanje materinjeg jezika, razvija se pismenost, razumijevanje pročitanog te je na kraju krajeva povezano je sa školskim uspjehom. Dijete kod kojeg se potiče intelektualni razvoj ima predispozicije za bolji školski uspjeh, ali i veću vjerojatnost i za uspjeh u daljnjem životu (Đuranović i Klasnić, 2020).

Uz čitanje, roditelji potiču intelektualni odgoj kod djece na razne načine: gledanjem kino predstava, gledanjem edukativnih dječjih emisija na televiziji ili slušanjem na radiju, gledanjem kazališnih predstava te odlaskom u muzeje ili galerije (Rečić, 1996).

1.1.3. Emocionalni razvoj djeteta

„Emocionalni razvoj jedan je od najvažnijih procesa u razvoju čovjeka, a rezultat je međusobnih utjecaja djetetovih bioloških karakteristika (temperamenta) i njegova socijalnog učenja“ (Đuranović i Klasnić, 2020:57). Vrlo je bitan prvi odnos, odnosno privrženost koja se događa između roditelja i djeteta. U odnosu s roditeljima djeca uče

prepoznati svoje i tuđe emocije, te uče na koji način se određene emocije izražavaju i u kojoj mjeri (Đuranović i Klasnić, 2020).

Prema Šlogar (2020) istraživanja koja su provele Brajša-Žganec i Valić (2018) rezultati pokazuju da djeca koja percipiraju veće prihvaćanje od roditelja pokazuju manje agresivnog ponašanja.

Reagiranjem roditelja i promatranje emocionalnog ponašanja djeteta ključno je kod emocionalnog razvoja. Djeca najviše uče modeliranjem, pa tako roditelji svojim profilom uče djecu koje emocije su prihvatljive i očekivane u određenom okruženju te kako njima vladati (Filek 2017, prema Sheffield Morris i sur., 2007).

Rezultati istraživanja prikazanog u radu već spomenute Šlogar (2020) koje su provele Brajša-Žganec i Slunjski (2007) pokazali su da djeca kod prepoznavanja emocija putem fotografija najviše prepoznaju emociju ljutnje dok najmanje strah. Nadalje navode bitnost rada obitelji s djetetom u prepoznavanju i razumijevanju emocija.

Neki od savjeta kako poticati i razviti emocionalna kompetencija kod djeteta jesu: pokazivati svoju emocionalnu toplinu i osjećajnosti, razgovarati otvoreno o emocijama, pomoći djetetu imenovati emocije koje osjeća, objasniti djetetu da se ne treba sramiti svojih emocija. Emocionalna kompetencija koju dijete razvije u svom ranom djetinjstvu predstavlja temelje za djetetov društveni, te kasnije i akademski život (Đuranović i Klasnić, 2020).

1.1.4. Socijalni razvoj djeteta

Dijete je od svog rođenja usmjereno isključivo na svoju obitelj. U svojoj obitelji dijete bez ograničenja pokazuje svoje emocije i ponašanja, no kada vidi da roditelji ne odobravaju sva njegova ponašanja, dijete se drugačije postavlja i razvija samokontrolu. Dakle, samo promatranjem drugih članova u obitelji dijete stječe osnovna pravila i načine ponašanja u određenim situacijama (Đuranović i Klasnić, 2020).

„Socijalna kompetencija ima nekoliko sastavnica: regulaciju emocija, socijalna znanja i socijalno razumijevanje, socijalna umijeća i socijalne dispozicije“ (Đuranović i Klasnić, 2020:55).

Kako bi dijete uspostavilo uspješnu interakciju treba za početak razviti sposobnost regulacije emocija, a kako bi se integriralo među vršnjake treba usvojiti određena

socijalna znanja te razviti socijalno razumijevanje. Poznavanje normi i socijalnih pravila su socijalna znanja koja dijete mora steći, dok socijalno razumijevanje uključuje razumijevanje tuđih emocija i reakcija. Socijalna umijeća i socijalne dispozicije djeca najprije usvajaju od svojih najbližih, a ta umijeća su načini na koje djeca pristupaju vršnjacima. Socijalne dispozicije kao što su suosjećajnost i ljubaznost nužno je konstantno razvijati (Đuranović i Klasnić, 2020).

Roditelji razvijaju socijalnu kompetenciju na način da sa svojim djetetom razgovaraju o situacijama koje su se dogodile, čitanjem priča u kojima se naglašavaju empatija, tolerancija i slično te razgovarati o pročitanim pričama te naravno socijalnu kompetenciju razvijaju i poticanjem djeteta na igru i druženje s vršnjacima (Đuranović i Klasnić, 2020).

Na socijalni razvoj djece uveliko utječe ponašanje roditelja prema djetetu, odnosno tip odgojnog stila kojim odgajaju svoje dijete, što je opisano u daljnjem tekstu.

1.1.5. Moralni razvoj djeteta

„Obitelj je životna škola djetetova moralnog razvoja. U njoj stječe životna iskustva, uči razlikovati dobro od zla. Ako su moralni kriteriji i pogledi u obitelji dobri, prihvatit će ih i dijete, a ako su loši i njih će prihvatiti“ (Rosić, 2005:99).

Moralni odgoj započinje vrlo rano, čak i dok dijete nije u mogućnosti shvatiti i usvojiti moralna načela i pouke, ono u svakodnevnom kontaktu sa drugim osobama, djecom i odraslima, može razlikovati dobro od zla, pravdu od nepravde i slično (Filek, 2017).

Interakcije koje su postavljene između roditelja i djeteta mogu uvelike utjecati na moralni razvoj djeteta. Kod moralnog razvoja dijete mora naučiti razlikovati dobro od zla, ispravno od neispravnog, koristiti informacije kako bi donijeli ispravni zaključak, te „imati slobodu i snagu djelovati u skladu s pravim izborom (tj. učiniti pravu stvar) bez obzira je li to prikladno učiniti“ (Đuranović i Klasnić, 2020:63).

Do problema u razvijanju moralnih vrijednosti dolazi kada je dijete odgajano u obitelji u kojoj se ne poštuju moralni stavovi, kada nema reda i dosljednosti niti međusobnog poštivanja i razumijevanja. U takvim obiteljima dolazi do nesuglasica koje djeca promatraju ili čak sudjeluju u njima (Filek, 2017).

Krajnji cilj je da dijete razvije sposobnost da prepozna moralna načela i pravila onog društva u kojem živi. Djeca odgajana u obitelji gdje se grade čvrste norme i stavovi

kasnije u životu znaju postupati pravedno (Rečić, 1996). Roditelji trebaju zajedno sa djetetom dogovoriti pravila, objasniti razlog postavljenih pravila te im omogućiti da kritički razmišljaju o svojim postupcima i do kojih posljedica mogu dovesti (Filek, 2017).

1.1.6. Razvoj radnih sposobnosti

Prve radne navike stvaraju se u obitelji. Roditelji trebaju djecu naučiti da se treba ozbiljno odnositi prema radu i igri. Djetetu već od rane dobi mogu se postaviti obaveze koje treba obaviti kako bi usvojilo radnu naviku, a to može biti primjerice: spremanje igračkaka, održavanje osobne higijene, higijena odjeće i obuće, pomaganje u kućanskim poslovima, briga o životinji i slično (Rečić, 1996).

Poželjno je u obitelji postaviti jasne uloge, pravila i raspored dužnosti među članovima obitelji. U situaciji kada svatko ima svoj zadatak koji treba obaviti, naravno u skladu sa svačijim mogućnostima, dijete neće trebati prisiljavati da obavi svoj dio zadatka. Takvim pristupom stvara se dijete koje će kasnije rad smatrati kao sastavni dio života te se kod djeteta razvija pozitivan odnos prema radu (Filek, 2017).

1.1.7. Estetski razvoj

Prve pojmove o lijepom dijete stječe u obitelji (Rečić, 1996), a već od najranije dobi dijete pokazuje interes za boje, ugodne melodije i lijepe predmete. Kasnije dijete počinje crtati, pjevati, graditi, a privlače ga i prirodne ljepote te sklad i simetrija. Kada dijete počne pokazivati taj interes, tada roditelji imaju ulogu upoznati ga sa konkretnim i njemu pristupačnim primjerima iz glazbene ili likovne umjetnosti. Treba ga ohrabriti da se i samo okuša u stvaranju iste (Filek, 2017).

Za estetski razvoj djeteta bitno je od njegove rane dobi težiti da sve prostorije u kojima boravi budu čiste, lijepo ukrašene, da sve pritom bude funkcionalno te da se pazi na kulturu odijevanja. Roditelji koji imaju bolje razvijenu estetsku kulturu i koji svoju djecu vode u kazališta, na koncerte, u galerije, muzeje i slično bolje će estetski razviti djecu (Filek, 2017).

1.2. Odgojni stilovi

„Roditeljski stilovi su načini odgoja djece, a podrazumijevaju uobičajeno djelovanje roditelja na ponašanje djece“ (Đuranović i Klasnić, 2020, prema Coplan, Hastings, Lagace-Seguin i Moulton, 2002).

Djeca već od najranije dobi uče na način da imitiraju svoje roditelje. Načinom imitacije uče govoriti, odjenuti se, držati pribor za jelo, ali i kompleksnija ponašanja kao što je na primjer ponašanje u gostima (Đuranović i Klasnić, 2020).

Upravo radi djetetovih imitacije roditelja zamijećeni su različiti pristupi te se u znanstvenim literaturama navode različiti roditeljski stilovi. Prva i najpoznatija podjela, na tri roditeljska stila: permisivan, autoritativan i autoritaran, kasnije je proširena dodajući još jedan odgojni stil, zanemarujući.

1.2.1. Permisivni (popustljivi) roditelji

Kod permisivnog odgoja dijete je u samom centru obitelji te mu svi udovoljavaju njegovim željama i zahtjevima. Permisivan odgoj dovodi kod djece da naređuju i upravljaju roditeljima, te zbog pretjerane slobode djeteta, roditelji ne odgajaju dijete već naprotiv dijete odgaja roditelje (Rosić, 2005).

Djeca odgajana permisivnim stilom u odnosu na djecu odgajanu autoritativnim stilom, imaju znatno manje samopouzdanja te su kognitivno manje kompetentna. Ovakav stil odgoja znatno negativno utječe na školsko postignuće (Đuranović i Klasnić, 2020. prema Dagneu, 2018) zato što roditelji opravdavaju svoje dijete za školski neuspjeh te krivce za njihov neuspjeh traže u strogim nastavnicima ili lošim udžbenicima (Zrilić, 2005).

1.2.2. Autoritarni roditelji (strogi)

Autoritarni roditelji vrlo su zahtjevni te prema krutim i nepromjenjivim stavovima kontroliraju ponašanje i stavove djece, cijene djetetovu poslušnost, ograničavaju autonomiju te „nameću tradicionalnu strukturu u kojoj dijete treba prihvatiti ono što kaže roditelj“ (Đuranović i Klasnić, 2020). Zaključno, takvi roditelji visoko su na dimenziji nadzora, a nisko na dimenziji topline (Zrilić, 2005).

Vrlo često djeca odgajana autoritarnim stilom su kod kuće mirna i poslušna dok se izvan kuće često iskazuju na negativan način. Na primjer, takva djeca često maltretiraju vršnjake ili slabije od sebe te vremenom postaju odgojni i socijalni problem (Rosić, 2002). Komunikacija u obitelji je vrlo oskudna, većinom je to monolog roditelja prepun osuđivanja, s vrlo malo argumenata. Autoritarni roditelji postavljaju vrlo čvrsta pravila i granice bez da sa svojim djetetom razgovaraju o razlogu postavljanja pravila te bez da razmišljaju o posljedicama koje bi mogle ostaviti na njihovo dijete (Zrilić, 2005).

Autoritarnim stilom stvaraju se djeca s poremećajima u ponašanju te djeca s poteškoćama u emocionalnom prihvaćanju. (Đuranović i Klasnić, 2020).

1.2.3. Autoritativni roditelji

Roditelje koji su autoritativni nazivamo još i demokratskim zato što, za razliku od autoritarnog stila, odgajaju djecu polazeći od toga da je svako ljudsko biće, pa tako i dijete, zasebna individua koju treba poštivati. Takvi roditelji prihvaćaju stavove i mišljenja svoje djece (Rosić, 2002). Autoritativni roditelji jesu zahtjevni, ali istovremeno imaju osjećaja prema potrebama djece, usmjeravaju ih ka određenim aktivnostima na razuman način. Bitne osobine tih roditelja jesu da oni potiču argumentiranu raspravu, traže disciplinu, potiču aktivnu komunikaciju (Đuranović i Klasnić, 2020), a karakteristike ovakvih roditelja su visoka razina topline i nadzora, briga i skrb o djetetu, ali i postavljanje jasnih granica (Zrilić, 2005).

Roditelji su osnovni primjer svojoj djeci, a te činjenice su autoritativni roditelji svjesni. Oni malo govore, a više uče svoje dijete vlastitim ponašanjem. Znaju priznati da su pogriješili ili da nešto ne znaju (Rosić, 2002). Djeca takvih roditelja često su samopouzdana, vrlo uspješna te nemaju strah od roditelja već se trude djelovati na način kako bi razveselili svoje roditelje svojim ponašanjem te opravdali povjerenje koje su im roditelji pružili (Zrilić, 2005).

1.2.4. Zanemarujući roditelji

Zanemarujuće roditelje naziva se još i zapuštajućima. Karakteristično je da su vrlo malo zahtjevni, nemaju osjećaja za potrebe djece, ne brinu se o njima i ne podržavaju ih. Ovakav stil je najnepoželjniji odgojni stil. Djeca odgajana u takvim obiteljima su prepuštena sama sebi, uobičajeno je da su manje kompetentna od djece koja su odgajana ostalim roditeljskim stilovima (Đuranović i Klasnić, 2020).

2. Obitelj danas

„Obitelj je najstarija ljudska „institucija“ te budućnost svakoga društva ovisi upravo o obitelji o obiteljskim odnosima“ (Đuranović i Klasnić, 2020). Tijekom povijesti društvo se razvijalo, pa se samim time razvija i mijenja obitelj, odnosno odnosi u obitelji. Najveće promjene u obiteljskoj strukturi dogodile su se tijekom 20. stoljeća, a rezultat su promjene položaja žena u društvu. Žene ne žele više biti samo majke i domaćice, one žele biti školovane, žele raditi te napredovati na radnim mjestima. Samom promjenom položaja žena u društvu dolazi i do promjena kod promjene položaja oca u obitelji. U današnjem vremenu se zato očekuje da oba roditelja naprave balans između radnog mjesta i obitelji (Kimer, 2018).

2.1. Promjene u strukturi obitelji

Autorice Đuranović i Klasnić (2020) ističu da se današnja, suvremena, obitelj značajno se razlikuje i po svojoj strukturi te navode da postoje obitelji bez djece, s jednim djetetom ili više djece, jednoroditeljske obitelji, obitelji razvedenih brakova te partnerstvo osoba istog spola. Gledajući na to da je tradicionalna obiteljska struktura ona obitelj koja podrazumijeva oca, majku, njihovu djecu te krvne srodnike, u društvu dolazi do različitih pogleda na „suvremene“ obiteljske strukture. Postoje određene predrasude prema određenim strukturama, kao na primjer prema obiteljima s jednim ili niti jednim djetetom: dijete odgajano kao jedinac smatra se razmaženim, egoističnim i škrtim, dok se obitelj bez djece kritizira i sažalijeva (Đuranović i Klasnić, 2020).

Maleš (2012) smatra da u suvremenim obiteljima može doći do problema radi jačanja interesa za vlastito dobro. Članovi obitelji dolaze do situacija u kojima trebaju presuditi hoće li zadovoljiti vlastite potrebe, njih kao individua, ili obiteljskim željama i potrebama. Upravo radi jačanja interesa za vlastito dobro dolazi do kasnijeg stupanja u brak i stvaranja vlastite obitelji, radi obrazovanja, usavršavanja i rada na vlastitoj karijeri.

2.2. Dijete u suvremenoj obitelji

Demokratizacija u društvu je jedan od faktora koji je doveo do promjena u suvremenom obiteljskom odnosu. Prema Maleš (2012) „dijete se danas prihvaća kao subjekt s pravima, a država je ona koja treba jamčiti uživanje tih prava“. Obitelj tada postaje „predmetom javne politike“. Roditelji postaju zakonski odgovorni za svoje postupke, te određeni postupci kojima ugrožavaju svoje dijete dovode do određenih sankcija.

Danas se naglašava dječja nezavisnost, a roditelji trebaju težiti odgoju za odgovornost, kritičko mišljenje i kreativnost (Maleš, 2012).

U modernoj i postmodernoj obitelji veliki utjecaj imaju mediji, koji preuzimaju ulogu „trećeg roditelja“. Djeca su prepuštena medijima, preko kojih dolaze do neprimjerenih informacija, te nemaju pored sebe modela koji će regulirati informacije pa su djeca zbunjena u „svijetu odraslih“ (Relja, 2020).

2.3. Roditelji u suvremenoj obitelji

Autorica Relja (2020) navodi prema Yanlelovich (1994) da promjene koje su dovele do transformacija obitelji iz tradicionalne u suvremenu, modernu, obitelj su: migracije, zapošljavanje oba roditelja, težnja karijeri i ubrzani tempo življenja. Migracijama je došlo do miješanja kulture i životnih stilova, što nije nužno negativno no učenje novih navika i prilagođavanjem na nove kulture izbrisalo je ono tradicionalno. Kao posljedica Drugog svjetskog rata sve više žena je počelo raditi kako bi obitelj izašla iz siromaštva, dok su danas oba roditelja zaposlena, ali zaposlenost nema samo ulogu preživljavanja već i samoostvarenje roditelja kroz posao. Upravo radi karijere i samoostvarenja broj djece u obitelji je sve manji, a užurban način života dovodi do smanjenih duhovnih vrijednosti i zajedništva među obitelji te se u prvi plan stavljaju materijalne vrijednosti (Relja, 2020).

Maleš (2012) navodi da je razlika u odgoju nekada i sada što se nekada djecu odgajalo na način da ih se pripremi za život u zajednici, da se surađuje i dijeli s drugima, te da se njeguju obiteljske veze, dok je danas naglasak na dječju nezavisnost. Roditelj bi trebao svoje dijete odgajati kao samostalno, aktivno, sposobno i kompetentno biće, a ne ga odgajati kao pasivno biće koje je ovisno o roditeljima. Tada govorimo da je dijete odgajano za odgovornost, kreativnost i kritičko mišljenje, a ne odgajano za poslušnost (Maleš, 2012).

Jasno postavljanje granica djetetu i sigurno okruženje u kojem će dijete stjecati nova znanja i vještine, glavni su zadaci roditelja prema većini autora. Koliko je zahtjevan današnji odgoj govori činjenica da roditelj ne samo što se treba puno odricati, imati vremena i strpljenja, ali i razumijevanja, već treba imati određena znanja i vještine, odnosno biti kompetentan roditelj (Maleš, 2012).

3. Mediji

Mediji su se u društvu pojavili kada se pojavila i potreba za javnim priopćavanjem informacija. On je posrednik kod prijenosa informacije od pošiljatelja do primatelja (Jurčić, 2017). Mediji su sredstva komunikacije koja omogućuju prijenos informacija, ideja i sadržaja između pošiljatelja i primatelja. Oni igraju ključnu ulogu u društvu jer omogućuju širenje vijesti, zabave, obrazovnih materijala i drugih vrsta informacija do široke publike.

Značenje medija može se razlikovati ovisno tome iz koje perspektive se mediji promatraju. Kimer (2018) navodi da se Hoffman (2003) i Hanger (2010) slažu kod definicije medija, te da smatraju da je medij „masovan sustav informiranja i komunikacije koji služi za ponudu i dostavu sadržaja koji su potrebni za čovjekovu svakodnevicu“, dok Miliša (2013) smatra da je medijska svrha manipulacija, a manje informiranje i obrazovanje (Kimer, 2018).

Svrha prvih medija bila je povezivanje udaljenih područja. Primjerice, za Rimsko carstvo bila je bitna komunikacija udaljenih dijelova, pa su tako mediji bili vojni i državni službenici koji su informacije prenosili s jednog na drugi dio carstva, a mediji su tada bili isključivo u pisanom obliku.

Bitna promjena dolazi pojavom tiskarskog stroja u 15. stoljeću. Do 15. stoljeća mediji nisu imali utjecaj na obiteljski odgoj, te je tiskarski stroj tada omogućio da mediji postanu dostupni „prosječnim“ ljudima. Vremenom je došlo i do razvoja kod obrazovanja, te je opismenjavanje postajalo sve intenzivnije. Opismenjavanje i dostupnost raznih medija doveli su i do utjecaja na obiteljski odgoj (Jurčić, 2017).

Najveći razvoj dogodio se tijekom 20. i 21. stoljeća, kada je došlo do razvoja elektroničkih medija, no „za razvoj medija općenito zaslužne su društvene i humanističke znanosti, kao i konkretne društvene okolnosti“ (Jurčić, 2017). Ubrzan razvoj tehnologije u 20. stoljeću dovodi do pojave novih uređaja, televizije i radija, te samim time informacije postaju sve dostupnije, a komunikacija sve jednostavnija. U 21. stoljeću dolazi do sve masovnijih i utjecajnijih medija, zahvaljujući razvoju interneta. Samim razvojem interneta dolazi do spajanja svih tadašnjih medija (Kimer, 2018).

Pojavom interneta stvara se sve veći jaz između mlađih i starijih generacija, a roditelji dobivaju još jednu ulogu, medijski odgajati djecu.

3.1. Podjela medija

Prema Zgrabljic Rotar (2016) medije digitalnog doba moguće je podijeliti na: *tradicionalne medije, konvergirane medije, nove medije i nove nove medije.*

Tradicionalni i konvergirani mediji definiraju se i kao masovni mediji. Masovni mediji su izvori koji su zakonski regulirani te mediji u kojima djeluju specijalizirani stručnjaci, kao što su novinari, urednici, snimatelji i tehničari. Odlika masovnih medija jest periodičnost, dakle određeni periodi kada mediji izlaze, te raznoliki sadržaji. U tradicionalne medije spadaju tisak (novine, časopisi, knjige), elektronički mediji (radio, televizija) i plakati (Zgrabljic Rotar, 2016).

Internet ne spada u masovne medije, jer nije reguliran te nema zaposlene ljude koji reguliraju informacije niti uređuju sadržaje. Internet je ipak mjesto gdje se mogu pronaći razni mediji. Upravo radi interneta su se razvili konvergirani mediji. Konvergirani mediji su dakle nastali na temelju interneta, a to su „novinski portali, radio na zahtjev, televizija na zahtjev i slični“, no i dalje su to mediji koji imaju sve karakteristike masovnih medija (Zgrabljic Rotar, 2016).

Novi mediji okreću se od tradicionalnih medija gdje je komunikacija išla od jednog prema mnogima, te započinje komunikacija jedan prema jednome, a u nove medije spadaju: *e-mail*, videoigre, blogovi i *web* (Zgrabljic Rotar, 2016).

Društvene mreže nazivamo „novim novim medijima“. U ovu kategoriju spadaju: Facebook, Youtube, Twiter, Wikipedija i mnoštvo ostalih društvenih mreža. To su mediji nastali na temelju interneta, no svaki korisnik je ujedno i stvaratelj sadržaja. „Novi novi mediji“ zapravo stvaraju komunikaciju mnogih prema mnogima (Zgrabljic Rotar, 2016).

Digitalno doba donijelo je nove potrebe, poradi čega svakim danom nastaju novi mediji, kako bi zadovoljili nove društvene potrebe (Zgrabljic Rotar, 2016).

3.2. Funkcije medija

Mnoštvo autora pisalo je o funkcijama medija, te Jurčić analizom brojnih teoretičara dolazi do zaključka da svi imaju različite stavove o tome koje su zapravo funkcije medija. Ipak funkcije koje su naveli Rus-Mol i Zagorac-Keršer (2005) i Martinić (1994) imaju neke dodirne točke, koje bi mogli navesti kao glavne funkcije medija:

1. Informiranje – prijenos vijesti i davanje konteksta

2. Obrazovanje – mediji sadrže mnoge edukativne programe koji educiraju publiku o određenim područjima zanimanja te samim time pružaju i dodatno znanje
3. Zabava
4. Društvena povezanost – publika sa jednakim interesom i znanjem se povezuje preko medija
5. Podizanje svijesti – primjerice u političkom ili zdravstvenom smislu
6. Kultura i identitet
7. Ekonomski razvoj

3.3. Prednosti i nedostaci medija

Među znanstvenicima ne postoji suglasnost imaju li mediji pozitivan ili negativan učinak.

Prema Jurčić (2017) „pozitivan utjecaj medija ogleda se u stjecanju znanja i umijeća, usvajanju znanstvenog i kulturnog nasljeđa, bogatstvu moralne i socijalne dimenzije te razvoju stvaralačkih sposobnosti“. Sadržaji koji potiču i promoviraju nasilje, kriminal i slično, sugeriraju i potiču određeno društveno ponašanje čime imaju negativan utjecaj na pojedinca.

Proučavanje medijskog utjecaja znanstvenici su započeli početkom 20. stoljeća, te su se njihova mišljenja neprestano mijenjala. Jurčić (2017) prema Tom O'Sullivan (2003) ističe kako je ovakvo istraživanje iznimno teško, jer je najbitniji čimbenik istraživanja publika gdje ponovno postoje drugi čimbenici koji utječu na svakog pojedinca te publike.

Najvažnije pozitivne strane medija su:

1. Informiranost – svaki čovjek ima potrebu za određenim informacijama kako bi funkcionirao u društvenom svijetu.
2. Obrazovanje – mediji nas educiraju, šire naše spoznaje
3. Zabava – nude opuštanje, razbibrigu te odvajaju pojedinca od svakodnevnih briga

Također, mediji se mogu smatrati pozitivnima jer doprinose razvoju društva, potiču toleranciju, potiču maštu i kreativnost, te svojom pristupačnosti smanjuju jaz među društvenim slojevima (Jurčić, 2017).

S druge strane, mediji imaju i negativan utjecaj na društvo. Jurčić navodi da ukoliko mediji potiču „pretjeran konzumerizam, opsjednutost zabavom, manipulaciju, jezičnu nekulturu, pornografiju, rodnu diskriminaciju, pasivizaciju i nasilje“ tada mediji imaju negativan utjecaj. Ipak nije moguće okriviti samo medije već je potrebno pogledati opću sliku stanja društva u kojem mediji djeluju.

4. Utjecaj medija na djecu

Djeca su već od najranije dobi okružena medijima. Autori Bartaković i Sindik (2016) u svom radu ističu da čak 41% jednogodišnjaka gleda televiziju, te 36% djece počinje gledati televiziju s dvije godine. „Čak 99% djece predškolske dobi koristi neku vrstu medija, a najviše vremena provode gledajući televiziju.“ Imajući ove podatke na umu Bartaković i Sindik (2016) zaključuju da „ona ima značajnu ulogu u procesu učenja stavova, vrijednosti i ponašanja kod djece“.

Prema Bartaković i Sindik (2016) utjecaj gledanja televizije ovisi o stupnju odnosno trajanju i načinu korištenja, sadržaj koji se gleda, te dob djeteta.

Istraživanja su pokazala da postoji povezanost između školskog uspjeha i vremena provedenog pred televizijom. Bartaković i Sindik (2016), navode da dugotrajnije gledanje televizije negativno povezano sa školskim uspjehom dok je umjereno gledanje televizije pozitivno povezano sa školskom uspjehom.

Sadržaj koji se gleda na televiziji je najvažniji aspekt kod utjecaja televizije na djecu. Istraživanja su pokazala da gledanje edukativnih programa pozitivno utječe na dječji vokabular, pismenost i socijalne vještine, a pokazala su i da su djeca spremnija za školu. S druge strane, gledanje nasilnih scena dovodi ne samo do agresivnog ponašanja već i do lošijeg školskog uspjeha.

Dob djeteta je bitna značajka zato što o dobi djeteta ovisi na koji će način dijete razumjeti sadržaj koji gleda te na koji način će procesuirati određene informacije koje sadržaj nudi. Djeca do godine i pol starosti svoju pažnju usmjeruju isključivo na kretnje i zvučne efekte. Od 1,5 do 2,5 godine dolazi do razvoja u pažnji prema sadržaju koje djeca gledaju. Tek u dobi između pete i osme godine djetetova života dolazi do sposobnosti da razlikuju maštu od stvarnosti (Bartaković i Sindik, 2016).

Uz utjecaj medija na djecu često se spominje manipulativna moć koju mediji imaju nad djecom i odraslima, a radi dječje percepcije i razumijevanja sadržaja djecom se lakše manipulira.

Svi mediji – novine, radio, televizija, Internet prepuni su reklama. Velike kompanije imaju za cilj što veću prodaju svojih proizvoda, pa tako reklamama žele privući pažnju potrošača, među kojima su i djeca, odnosno njihovi roditelji koji će im na koncu kupiti određeni proizvod. Kao što je već spomenuto, djeca od najranije dobi koriste se

medijima, što znači da su mediji najbolji način kako bi kompanije predstavile i kasnije prodale svoj proizvod (Knezović i Maksimović, 2016).

Reklame djeci indirektno nameću i određene stereotipe, životne stilove i vrijednosti. Primjer koji se navodi u *Život s medijima* jest reklama „u kojoj mama pere suđe, zatim dođe i kćerka pa pere suđe, dok u pozadini sjede tatica i sin i pitaju što će biti dobro za ručak“. Reklama prepuna stereotipnih spolnih uloga, neće od strane većine ljudi biti tako shvaćena već će ju gledati kao reklamu sredstva za pranje (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999).

Modeli, glumci i glumice koji snimaju reklame postaju modeli ili idoli za pojedince. Društvo se okreće vlastitom izgledu, a gubi duhovnost (Knezović i Maksimović, 2016). Košir, Zgrabljčić i Ranfl (1999) navode da sve više maloljetnica slijedi medijske uzore, a kao posljedica dovelo je do porasta osoba koje boluju od anoreksije i bulimije.

Uz reklame i emisije koje ističu važnost vanjskog izgleda format poznat pod nazivom *reality show* manipulira sa djecom i mladima, te predstavlja da je važnije „*imati* nego *biti*“. *Reality show* je oblik emisije gdje se u kontroliranim i izmijenjenim uvjetima oponaša životna stvarnost. Većina ovakvih emisija promovira nemoralne radnje, hedonizam, besposličarenje i zlostavljanje drugoga. Ukoliko su djeca izložena ovakvim emisijama bez nazočnosti odrasle osobe, ona ne mogu razlučiti moralno od nemoralnog sadržaja, te ne dobivaju informaciju koji su ispravni, a koji neispravni postupci (Knezović i Maksimović, 2016).

Posljednjih godina provodi se sve više istraživanja koliko nasilje u medijima dovodi do nasilničkog ponašanja među djecom i mladima. Podaci o količini nasilnih scena u medijima su vrlo zabrinjavajući. Kanižaj i Ciboci (2011) ističu podatke „prema kojima će jedna mlada osoba do svoje osamnaeste godine preko medija vidjeti 200 000 simuliranih nasilnih djela i više od 16 000 dramatiziranih ubojstava“. Iako je dokazano da se crtani filmovi prepuni nasilnih sadržaja, publika ih i dalje ne smatra i ne ubraja nasilnim sadržajima. Nasilje u crtanim filmovima među ostalim dovodi i do desenzibilizacije gledatelja koji tada nasilje doživljavaju kao normalnu stvar, nemaju empatije te ne shvaćaju bol koju nasilje prouzrokuje. Samom desenzibilizacijom, povećava se agresivnost (Kanižaj i Ciboci, 2011).

Novi mediji, odnosno Internet, dovodi do novog oblika nasilja – elektroničko nasilje ili *cyberbullying*. Elektroničko nasilje roditeljima je teže prepoznati nego kada je dijete

izloženo fizičkom nasilju nakon čega na tijelu ostaju modrice ili neko drugo obilježje. Djeca koja su izložena elektroničkom nasilju najčešće djeluju depresivno, odbijaju ići u školu, povlače se u sebe, što naposljetku često dovodi i do samoubojstva (Kimer, 2018).

Autori Kanižaj i Ciboci (2011) navode da postoje dvije vrste učinaka nasilnog sadržaja, kratkoročni i dugoročni. Kratkoročni se javljaju tik nakon nasilnih sadržaja, dok se dugoročni javljaju nakon što je osoba pogledala velik broj nasilnih sadržaja tijekom dužeg perioda.

Potter (1999) učinke u medijima podijelio je na „fiziološke, emocionalne i kognitivne te na promjene u stavovima i ponašanju“. Fiziološki učinci su primjerice otkucaji srca, ritam disanja, krvni tlak te kada dolazi do promjena osobe najčešće nisu svjesne promjena. Ukoliko se često gledaju nasilni sadržaji tada se osoba navikava na fiziološke učinke i postaje otpornija na njih. Emocionalni učinci se temelje na fiziološkim učincima, no za razliku od fizioloških, emocionalnih učinaka je osoba svjesna te ih iskazuje na pozitivan (ljubav) ili negativan način (mržnja, ljutnja). Kognitivni ili intelektualni učinci su oni kod kojih na temelju novih informacija osoba usvaja nove oblike ponašanja, potaknuti viđenim (Kanižaj i Ciboci, 2011).

Istraživanja su pokazala ukoliko je osoba koju promatramo nagrađena za svoje agresivno ponašanje utoliko je veća šansa da će se takvo ponašanje oponašati, dok kada je osoba kažnjena za svoje nasilno ponašanje, kazna će dovesti do zastrašivanja i smanjuje se mogućnost oponašanja takvog ponašanja (Kanižaj i Ciboci, 2011).

Povezanost medija i pretilosti djece je kompleksna i višeslojna tema koja uključuje različite faktore kao što su vrijeme provedeno pred ekranom, izloženost oglašavanju nezdrave hrane, te utjecaj medija na prehrambene navike i tjelesnu aktivnost. Prema istraživanju Svjetske zdravstvene organizacije od 1975. godine do danas u svijetu je utrostručen broj pretilih osoba. Kao što je i ranije navedeno reklame imaju veliku moć manipuliranja djecom, stoga su djeca glavna meta oglašavanja hrane kao što su slatkiši, *fast food* restorani i brza hrana. Dostupne studije pokazuju kako reklamiranja voća i povrća gotovo da ni nema. Iako nije dokazano da reklamiranje hrane ima vezu s pretilošću djece, stručnjaci smatraju da veza postoji. Slovenska televizija ima stroga pravila kojima se ne dopušta reklamiranje bombona, čipseva, čokolada i druge nezdrave hrane u vrijeme kada djeca gledaju televiziju. Time pokušavaju smanjiti

pretilost djece i mladih (Lukaš, Miliša, Puljić, 2022). Dugotrajno sjedenje pred ekranom znači manjak fizičke aktivnosti, što dovodi do pretilosti, lošeg sna, problema sa držanjem, te pogoršanjem vida. Osim što nastaju tjelesni problemi, dolazi do zanemarivanja tjelesnih aktivnosti i povećanja kalorijskog unosa (Barać, 2023).

Pozitivna povezanost medija i fizičke aktivnosti kod djece jest dostupnost 15-to minutnih vježbi koje dijete može pratiti samo i na taj način doprinijeti svom zdravlju, kondiciji, kontroli težine i motoričkom razvoju (Filipančić, 2024).

5. Obitelj i mediji

Promjene u obitelji i obiteljskom odgoju dolaze pojavom medija, što se detaljnije prati od 1980-ih godina. Već ranije spomenut pojam „mediji kao treći roditelj“ razvija se na način da roditelji ostavljaju dijete televiziji na „čuvanje“, najčešće bez nadzora. Roditelji smatraju da se djetetovo igranje sa igračkama može poistovjetiti gledanjem televizora te da je to djeci jednako zabavno i interesantno (Kimer, 2018).

Odgojni stil roditelja uvelike utječe na prodor medija u obitelj, te kontrolu roditelja nad djecom. Ukoliko su roditelji liberalni i popustljivi utoliko dolazi do pretjerane „konzumacije“ medijskih sadržaja, a najgore je ako su k tome roditelji u potpunosti pasivni, te ne komuniciraju sa svojom djecom o tome što to oni točno „konzumiraju“. S druge strane autoritarni roditelji odlaze u krajnost gdje djeci ne dopuštaju ikakvo korištenje novijih tehnologija, dok su autoritativni i demokratski stilovi najefikasniji. (Kimer, 2018).

Za razdoblje od 1990. do 2010. godine karakteristične su bile igrice koje su bile namijenjene za samostalno igranje, odnosno takozvani *singleplayeri* gdje je samo nekoliko igrača moglo igrati istu igricu na lokalnom umreženju, te su tada roditelji mogli imati kontrolu nad time što i sa kime djeca igraju igrice. Napretkom tehnologije, dolazi do novih platformi koji za igranje video igrice zahtijevaju internetsku mrežu te korisnički račun. Pojavljuju se i nove konzole, *Playstation*, *Xbox*, koji zahtijevaju konstantnu internetsku mrežu kako bi igrač mogao igrati. Roditelji tada više nemaju potpunu kontrolu što i sa kime djeca igraju (Kimer, 2018).

Koliko je napredak medija djelovao na ljude, dobro opisuje citat Nikki Craft u priručniku o odgoju za medije: „Mediji su nova crkva; televizija je oltar; imidž je sakrament; prvi amandman (o slobodi govora) je Biblija i svaka kritika (medija) je svetogrđe“.

Suvremena istraživanja pokazuju da su sve vrste medija prisutne u obiteljima, te da mijenjaju dinamiku odnosa među članovima obitelji, ali i uvjetuju dnevni raspored. Primjerice ukoliko netko ima svoju omiljenu seriju ili gleda dnevnik svakoga dana. Korištenje osobnog računala u osami ili pak gledanje televizije odijeljeno od ostalih članova u obitelji šteti komunikaciji u obitelji. Ukoliko se medij učestalo koristi i konstantno je prisutan tada obitelj, osim stvarnih članova, dobiva i *virtualne* članove – primjerice političari, glumci iz serija, sportaši – koji utječu na dijalog u obitelji i u obitelj unose svoje osobnosti. S druge strane ista situacija može pozitivno djelovati na

komunikaciju i dijalog u obitelji. Mediji pružaju korisne informacije, upoznaju ljude sa društvenim i političkim zbivanjima te kulturnim bogatstvima, a otkrivaju i neke nove krajeve i svijet koji do tada nije bilo moguće upoznati na isti način. Navedeni primjeri, pozitivne i negativne strane utjecaja medija na komunikaciju u obitelji, dovode do činjenice da ključnu ulogu u tome imaju roditelji. Roditelji su medijatori, koji imaju mogućnost utjecati na posljedice medija u njihovoj obiteljskoj zajednici (Kimer, 2018).

5.1. Uloga obitelji u odnosu djece i medija

Bitno je da roditelji imaju na umu da mediji ne služe samo za zabavu, već i informiranje, da djeca uz pomoć roditelja upoznaju moguće opasnosti koje se kriju u medijima, te da roditelji djecu upoznaju sa pozitivnim i negativnim stranama određene vrste medija. Roditelji bi se trebali upoznati sa vrstama medija te kako one utječu na djecu, kako bi znali razgovarati o medijima sa svojom djecom. Također, najveći uzor djeci su sami roditelji, pa se tako njihove navike i odnos prema medijima preslikavaju na djecu (Sindik, 2012).

Roditelji koriste razne strategije kako bi utjecali na sadržaj koji djeca gledaju u medijima, što se naziva roditeljska medijacija. Najčešće se navode tri strategije: „zajedničko gledanje televizije (*coviewing*), ograničavajuća ili restriktivna medijacija (*restrictive mediation*), te aktivna, instruktivna ili poučna medijacija (*instructive ili active mediation*)“ (Bartaković i Sindik, 2016).

Zajedničko gledanje televizije podrazumijeva gledanje televizije sa djetetom, bez razgovora i diskusije o sadržaju koji se gleda. Istraživanje nije donijelo određene pozitivne ili negativne učinke zajedničkog gledanja. S jedne strane djeca vole gledati televiziju s roditeljima te je zajedničko gledanje pozitivno za djecu. S druge strane, kod gledanja neprimjerenih sadržaja, zbog manjka diskusije o sadržaju koji se gleda, dijete može smatrati da roditelji odobravaju takvo ponašanje i neće mu biti ukazano na neprimjerenost ponašanja i posljedice koje nastaju.

U slučajevima kada roditelj postavlja granice i pravila vezana uz vrste sadržaja koje dijete gleda, količina vremena koju dijete provodi pred televizijom te u koje vrijeme se televizija gleda, naziva se ograničavajuća medijacija. Istraživanja su pokazala da u slučajevima kada su roditelji ohrabivali gledanje edukativnih programa i igranje edukativnih igrica, djeca su pozitivno na to reagirala te su više vremena provodila

gledajući edukativne sadržaje i igrajući edukativne igrice. Roditelji najčešće koriste ograničavajuću medijaciju kod programa koji prikazuju neprimjerene i nasilne sadržaje.

Aktivna medijacija pokazala se najučinkovitijom metodom. Kod aktivne medijacije roditelj vodi raspravu sa djetetom o sadržaju programa na način da pitanjima i objašnjenjima pomaže djetetu da shvati viđeno (Bartaković i Sindik, 2016). Potrebno je da se dijete izjasni što ono želi gledati i što ga zanima te tada roditelj preuzima ulogu promatrača kako bi uočio na koji način mediji, priče i likovi koje dijete voli utječu na život djeteta. Potrebno je analizirati sadržaj i poruke te pratiti doživljaje i emocije kod djeteta kod gledanja medijskog sadržaja (Sindik, 2012). Aktivna medijacija dokazano poboljšava razumijevanje radnje, likova i sadržaja, te pomaže djetetu da razlikuje maštu i stvarnost (Bartaković i Sindik, 2016). Prema Tolić (2013), istraživanje koje je Nathanson proveo u Njemačkog 1999. godine ističe kako razgovor roditelja s djecom o neprimjerenom i nasilnom ponašanju te ograničavanje pristupa takvim sadržajima dovodi do manje agresivnosti nego kod djece s kojima roditelji ne vode takve razgovore.

5.1.1. Zastupljenost i čimbenici roditeljske medijacije

Prema Bartaković i Sindić (2016) u Hrvatskoj je roditeljska medijacija podosta zastupljena, gdje 63% roditelja tvrdi da uvijek ima nadzor nad djecom dok gledaju televiziju, dok čak njih 30% to radi često.

Čimbenici koji su povezani s učestalošću roditeljske medijacije su spol i dob djeteta, te obrazovanje roditelja i informiranost roditelja o medijima.

Istraživanja su pokazala da roditelji češće gledaju televiziju s djevojčicama nego sa dječacima, te da češće kod djevojčica koriste restriktivnu medijaciju, što se može povezati s doživljavanjem djevojčica ranjivijima od dječaka. Obzirom na dob djeteta, rastom djece roditelji češće gledaju medijske sadržaje zajedno sa njima. Što su djeca starija, više toga razumiju, postavljaju više pitanja pa su roditelji potrebni kako bi zajednički gledali i razgovarali o sadržaju (Bartaković i Sindić, 2016).

Obrazovaniji roditelji informiraniji su o prednostima i nedostacima medijskog sadržaja, njihovim rizicima, pa zbog toga češće postavljaju pravila vezana uz gledanje televizije, češće razgovaraju sa djecom o sadržaju koji gledaju, ali manje vremena provode gledajući televiziju zajedno s njima. Vrlo važnu ulogu u medijaciji ima informiranost roditelja o medijima. Roditelji koji su informiraniji, upoznati su o pozitivnim i negativnim

učincima, te znaju na koji način postupati i koju strategiju medijacije koristiti. Važno je istražiti koliko roditelja je informirano o medijskim sadržajima i strategijama, te ukoliko je potrebno medijski opismenjivati roditelje (Bartaković i Sindić, 2016).

6. Medijska pedagogija

Medijska pedagogija je znanstvena pedagogijska disciplina koja se bavi proučavanjem i primjenom obrazovnih pristupa u kontekstu medija i medijske pismenosti. Polja koja medijska pedagogija istražuje su: „medijska pismenost, medijska kompetencija, medijska didaktika i metodika obrazovanja i medijske socijalizacije, kulture i medijske etike“ (Tolić, 2009).

Prema Tolić (2009) medijska pismenost je „najniža razina savladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola i rada na računalima te drugim medijskim sredstvima“. Kada se uz medijsku pismenost stekne i medijsko obrazovanje, tada se može reći da je osoba medijski kompetentna.

Medijska kompetencija puno je širi pojam od medijske pismenosti zato što ona ne podrazumijeva samo stjecanje vještina za korištenje određenog medija već je skup vještina, znanja i stavova koji omogućuju pojedincima da učinkovito, kritički i odgovorno koriste medije u svim njihovim oblicima. To uključuje sposobnost razumijevanja, analize, evaluacije, stvaranja i sudjelovanja u medijskom okruženju. Medijski odgoj i medijsko opismenjavanje ključni su za snalaženje u suvremenom društvu gdje su mediji sveprisutni i igraju važnu ulogu u svakodnevnom životu. (Krpan, Sindik i Bartaković, 2017).

„Medijsko obrazovanje treba sadržavati: funkcionalnu pismenost (razumijevanje onoga što je napisano), vizualnu pismenost (razumijevanje vizualnih detalja) i računalnu pismenost (korištenje interneta...)“ (Tolić, 2009).

Dob u kojoj se djeca kreću medijski opismenjivati vrlo je bitna. Već je ranije spomenuto kako su mlađa djeca ranjivija i naivnija. Ona lakše povjeruju medijima jer nemaju dovoljno razvijene kognitivne sposobnosti kojima bi prepoznali istinske namjere poruka koje do njih dolaze (Ljubić Nežić, 2018).

6.1. Medijski odgoj u vrtićima

Odgajitelji i učitelji trebaju biti svjesni da medijski odgajati nije nimalo lak i jednostavan zadatak zato što otvaranje svijeta medija djeci znači dati djeci novo znanje, već to sa sobom donosi i nove probleme. Problemi nastaju kada dijete nije dovoljno kognitivno i emocionalno zrelo za shvatiti koje opasnosti mediji donose. Primjerice, dijete nekada nije svjesno medijske manipulacije i tada ono usvaja određene obrasce ponašanja ili razmišljanja koji nisu ispravni. Početak medijskog odgoja od strane odgajatelja i

učitelja trebao bi biti informiranje i educiranje o skrivenim porukama u medijima, naučiti djecu prepoznati takve manipulativne poruke i naučiti ih kako da one na njih ne utječu (Knezović i Maksimović, 2016).

Istraživanje koje je provedeno na uzorku od 80 odgajatelja i odgajateljica sa područja Zagreba i zagrebačke županije pokazalo je da tek 15% odgajatelja i odgajateljica smatra da ih je prethodno obrazovanje pripremilo za medijsko odgajanje. Iako je većina svjesna da ih prethodno obrazovanje nije pripremilo za medijski odgoj, s druge strane njih 31% smatra da zna kreirati medijsku poruku te se 51% njih smatra dobrim komunikatorima. Dvije trećine odgajatelja i odgajateljica svjesno je da medijski korisnik može utjecati na medijske sadržaje. Iz ovih podataka može se zaključiti da većinu odgajatelja i odgajateljica nije prethodno obrazovanje pripremilo za medijski odgoj iako su oni bitan faktor u medijskom odgoju djece. U zaključku ovog istraživanja stoji kako bi se trebalo pomoći odgajateljima i roditeljima u medijskom odgoju, a kao primjer navode zajedničke radionice na kojima bi stručnjaci za medijsku pismenost uputili na korištenje medija u svakodnevnom životu te na načine vrednovanja medijskih sadržaja (Peran i Raguž, 2018).

6.2. Medijski odgoj u školama

Medijski odgoj u hrvatskom školskom sustavu ne postoji kao samostalni predmet već je predmetno područje unutar hrvatskog jezika koje se naziva „Kultura i mediji“. U kurikulumu za Hrvatski jezik postoji tek jedna natuknica koja navodi što će djeca naučiti iz područja medija: „kritički odnos prema medijskim porukama, razumijevanje utjecaja medija i njihovih poruka na društvo i pojedinca; stvaranje medijskih poruka i njihovo odgovorno odašiljanje“. Prema prijedlogu postotne zastupljenosti predmetnih područja kroz osnovnu školu samo 10% ukupnih sati zauzima predmetno područje „Kultura i medij“ (Kurikulum za nastavni predmet Hrvatski jezik, 2019).

Učenike nižih razreda osnovne škole se već od prvog razreda kroz kazališne predstave, kino, susrete sa književnicima i ilustratorima, odlascima u knjižnice te filmskim festivalima upoznaje sa raznim medijima i medijskim sadržajima (Tablica 1).

Tablica 1. Odgojno-obrazovni ishodi prvog razreda koji se odnose na medije

odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.1.2. Učenik razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu.	<ul style="list-style-type: none"> – izdvaja primjerene medijske sadržaje i razgovara o njima: animirani filmovi, televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa, kazališne predstave, slikovnice i knjige za djecu – sluša čitanje ili samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu – prepoznaje obrazovne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima 	– prepoznaje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu te izdvaja omiljene medijske sadržaje

U Tablici 2 koja prikazuje odgojno-obrazovne ishode za drugi razred navedeno je da učenici izdvajaju važne podatke iz teksta, što ih potiče na kritičko razmišljanje i promišljanje teksta koji su pročitali, što znatno pomaže kod analiziranja sadržaja medija.

Tablica 2. Odgojno-obrazovni ishodi drugog razreda koji se odnose na medije

odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.2.1. Učenik sluša/čita medijski tekst oblikovan u skladu s početnim opismenjavanjem i izdvaja važne podatke.	<ul style="list-style-type: none"> – prepoznaje važne podatke u kratkom tekstu – izdvaja iz teksta jedan ili više podataka prema zadanim uputama – prepričava sadržaj teksta 	– prema smjernicama pronalazi podatke u elektroničkom tekstu oblikovanome u skladu s početnim opismenjavanjem
odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.2.2. Učenik razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu.	<ul style="list-style-type: none"> – izdvaja primjerene medijske sadržaje i razgovara o njima izražavajući vlastito mišljenje – gleda i sluša animirane filmove, dokumentarne i igrane filmove za djecu – prati (gleda, sluša, doživljava) televizijske i radijske emisije za djecu obrazovnoga i dječjeg programa – samostalno čita kraće tekstove u književnim i zabavno-poučnim časopisima za djecu – prepoznaje obrazovne i interaktivne digitalne medije primjerene dobi i služi se njima 	– razlikuje medijske sadržaje primjerene dobi i interesu s kojima se susreće u svakodnevnome životu

U trećem razredu (Tablica 3) učenici se upoznaju s različitim medijima te traže nove informacije i podatke iz različitih medija. U ishodu *OŠ HJ C.3.2. Učenik razlikuje tiskane publikacije primjerene dobi i interesima* vidljivo je da je u trećem razredu naglasak na tiskanim medijima, dok je u četvrtom razredu naglasak na elektroničkim medijima što je vidljivo u Tablici 4. Nigdje nije navedeno da djeca objašnjavaju opasnosti u medijima, bili oni tiskani ili elektronički.

Tablica 3. Odgojno-obrazovni ishodi trećeg razreda koji se odnose na medije

odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.3.1. Učenik pronalazi podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi učenika.	<ul style="list-style-type: none"> – prepoznaje različite izvore informacija: digitalni udžbenici, tekstovi u zabavno-obrazovnim časopisima i knjigama za djecu te na obrazovnim mrežnim stranicama – pronalazi i kombinira podatke iz različitih izvora primjerenih dobi – izdvaja važne podatke iz teksta i razvrstava ih prema uputi, te prenosi tekst u druge oblike ili medije 	– prima poruku iz različitih medija, uključuje nove informacije i izdvaja važne podatke te ih oblikuje u novi medijski sadržaj
odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.3.2. Učenik razlikuje tiskane publikacije primjerene dobi i interesima.	<ul style="list-style-type: none"> – razlikuje knjige, udžbenike, časopise, plakate, strip, brošure, reklamne letke – samostalno i redovito čita tekstove u književnim i zabavno-obrazovnim časopisima za djecu i iskazuje mišljenje o njima – čita stripove i razlikuje ih od ostalih tiskanih medijskih tekstova – stvara kroz igru vlastite uratke potaknute određenim medijskim sadržajem 	– nabraja tiskane medije i razlikuje sadržaje u njima

Tablica 4. Odgojno-obrazovni ishodi četvrtog razreda koji se odnose na medije

odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.4.1. Učenik izdvaja važne podatke koristeći se različitim izvorima primjerenima dobi.	<ul style="list-style-type: none"> – prepoznaje moguće izvore podataka i informacija: stručnjaci ili drugi pojedinci, školske ili narodno/gradske knjižnice, internet – dolazi do podataka kombinirajući različite izvore – prepoznaje, preuzima, pregledava i objašnjava materijale sa školske mrežne stranice – upotrebljava podatke u različite svrhe: proširuje sadržaje učenja, priprema se za pisanje i govorenje 	– pregledava i pronalazi izvore podataka i izdvaja nekoliko važnih podataka prema uputi
odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishod na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
OŠ HJ C.4.2. Učenik razlikuje elektroničke medije primjerene dobi i interesima učenika.	<ul style="list-style-type: none"> – razlikuje televiziju, radio, internet – gleda emisije za djecu i razgovara o njima – objašnjava razliku između novinskih priloga na televiziji i radiju (primjerice, intervju) – pristupa društvenim mrežama uz vođenje i usmjeravanje te pretražuje mrežne portale za djecu – gleda animirane, dokumentarne i igrane filmove i filmove dječjega filmskog stvaralaštva tematski i sadržajno primjerene recepcijskim i spoznajnim mogućnostima – zamjećuje sličnosti i razlike između književnoga djela, kazališne predstave ili filma nastalih prema književnome djelu 	– razlikuje različite vrste medija i izabire medijski sadržaj prema vlastitom interesu

Osim kroz nastavu hrvatskog jezika, s medijima se djeca nižih razreda susreću i kroz nastavu informatike. Kurikulum nastave informatike sastoji se od domene e-društvo koju bi mogli povezati s medijskim odgojem. Kroz ovu domenu u nižim razredima učenici nauče zaštititi svoje podatke, prepoznati te kasnije reagirati na opasnost, te nauče koliko je vremenski poželjno koristiti elektroničke medije kako bi zaštitili svoje zdravlje. Tek u višim razredima osnovne škole učenik će kroz ovu domenu naučiti prepoznati elektroničko nasilje te kako na njega reagirati (Kurikulum za nastavni predmet Informatika, 2018).

7. Usporedbe istraživanja korištenja medija nekada i danas

Koliko je brz napredak digitalne tehnologije, pa i samih medija, može se promatrati kroz istraživanja. Usporedbom istraživanja koje su objavili autori *Košir, Zgrabljic, Ranfl (1999): Život s medijima, priručnik o odgoju za medije* te istraživanje iz lipnja 2023. godine koji je objavio Institut za razvoj i međunarodne odnose: *Medijska pismenost građana Republike Hrvatske* zanimljivo je uočiti napredak medija i promjene navika u posljednjih tridesetak godina.

Rezultati su pokazali da je već 1996. godine televizija bila najprivlačniji medij, te je pretekla korištenje tiska. Korisnici tiskanih medija u istraživanju iz 1998. kao najčešći razlog kupovanja novina navode naviku i lokalne vijesti. Isto istraživanje pokazalo je da informacije o događajima Hrvatskoj čak 90% ispitanika dobiva sa HRT-a, polovica sudionika informacije dobiva iz dnevnog tiska, a 47% slušajući Hrvatski radio. Tjednici i magazini informiraju tek 21% ispitanika, dok 38% ne koristi tiskane medije kao izvor informacija. Tada, 1998. godine, 23% ispitanika navelo je da se u njihovom kućanstvu ne čita niti jedan dnevni list (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999).

Radio je krajem devedesetih godina bio vrlo raširen medij u Hrvatskoj. Istraživanje o prosječnoj slušanosti radija u Europi za 1994. godinu pokazalo je da su Hrvati treći u Europi te da radio slušaju u prosjeku 247 minuta na dan. Radio je tada najviše slušala populacija od 60 i više godina, no lokalne radiopostaje slušalo je podosta mladih od 15 do 29 godina (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999).

Prema istraživanju Odjela za istraživanje tržišta i promociju medija HRT-a iz 1996. godine, najviše vremena televiziju gledala su djeca od 6 do 14 godina, njih čak 88%, a najmanje mladi u dobi od 15 do 29 godina (76%) (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999).

Istraživanje koje je u Hrvatskoj provedeno krajem 2021. i početkom 2022. godine pokazalo je da kao što je 1990-ih godina televizija svojim napretkom pretekla korištenje tiskanih medija, tako su mobilni telefoni danas pretekli televiziju. Svaki dan, ili gotovo svaki dan, građani RH koristili su se mobilnim telefonom (91,5%), televizijom (88,5%), internetom na mobilnom telefonu (76,7%), radijem (67,2%) te internetom na drugim uređajima (55,8%). Rezultati pokazuju da su novi mediji sve češća praksa, no ipak nisu u potpunosti zamijenili tradicionalne medije – televiziju i radio (Institut za razvoj i međunarodne odnose, 2023).

Televiziju najčešće gleda mlađa populacija te starija populacija (75+ godina). Neovisno o dobi, prema istraživanju televizija je i dalje najrasprostranjeniji medij u Hrvatskoj. Radio najviše sluša populacija od 30 do 59 godina, što se može povezati sa njihovim poslovnim obavezama, gdje radio slušaju primjerice u vožnji automobilom na posao. Tisak se općenito sve manje koristi. Čitanje tiska povećava se obzirom na dob, pa tako tisak najviše čitaju osobe starije od 75 godina. Značajan dio, čak 26,4% ispitanika, neovisno o dobi nije u periodu od nekoliko mjeseci uopće čitao tiskane novine, a 24% nije čitao knjige. Internetom se najviše koriste osobe od 30 do 44 godina (98,3%), a njih zatim slijede osobe od 18 do 29 godina (92,7%). Mlađa populacija internetom se najviše koristi i na drugim uređajima, njih 76,8% (Institut za razvoj i međunarodne odnose, 2023).

7. Istraživanje utjecaja obitelji na medijski odgoj

7.1. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja bio je istražiti mišljenje roditelja o osobnim kompetencijama za medijski odgoj.

7.2. Problemi istraživanja

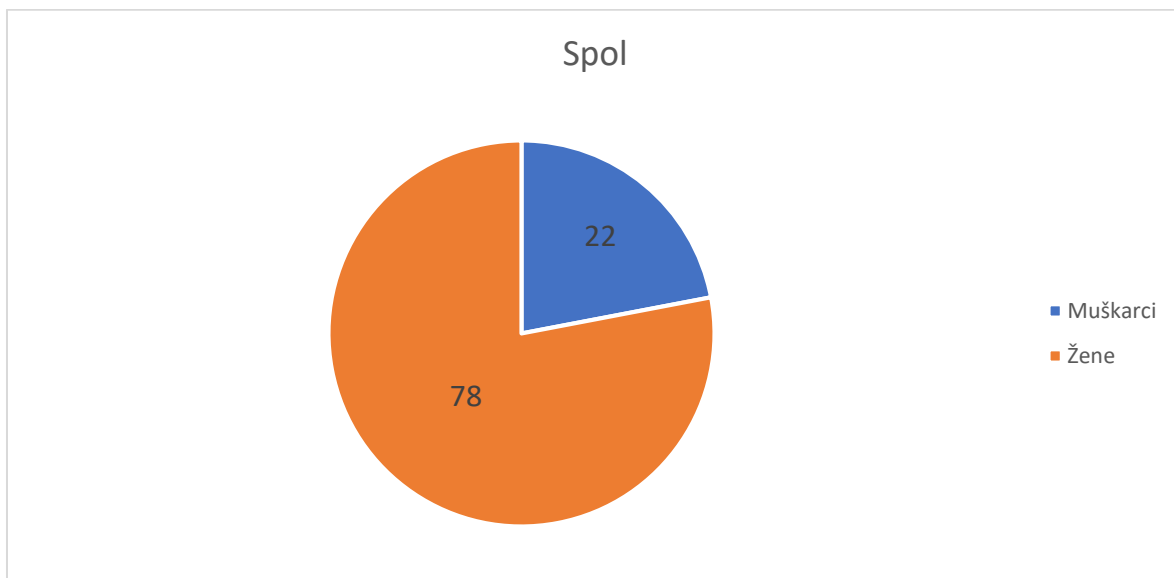
Problemi istraživanja bili su:

1. istražiti mišljenje roditelja o provođenju medijskog odgoja u njihovoj obitelji
2. istražiti samoprocjenu roditelja o njihovim kompetencijama za medijski odgoj
3. istražiti postoji li potreba za dodatnim obrazovanjem roditelja za usavršavanjem u medijskom odgoju

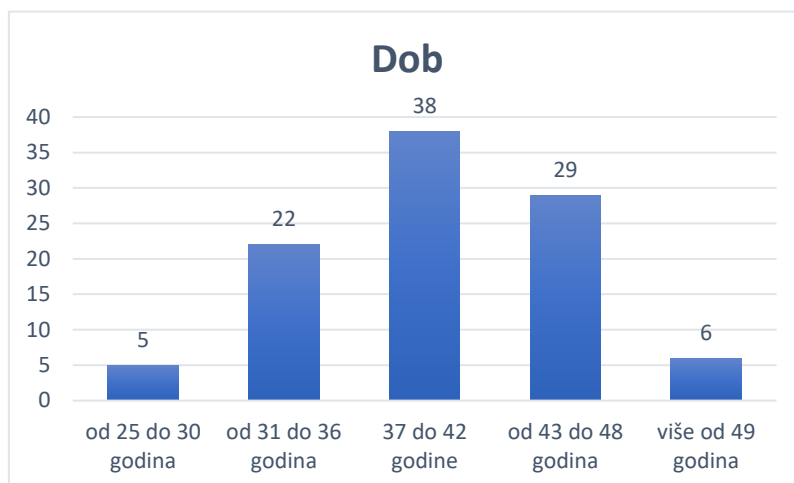
7.3. Uzorak istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 78 žena i 22 muškarca (Grafikon 1).

Najveći broj sudionika pripada u dobnu skupinu od 37 do 42 godine (38%), zatim slijede dobne skupine od 31 do 36 godina (22%) te od 43 do 48 godina (29%), dok je najmanje sudionika iz najmlađe i najstarije dobne skupine, od 25 do 30 godina ima tek 5 sudionika, a više od 49 godina ima tek 6 sudionika (Grafikon 2).

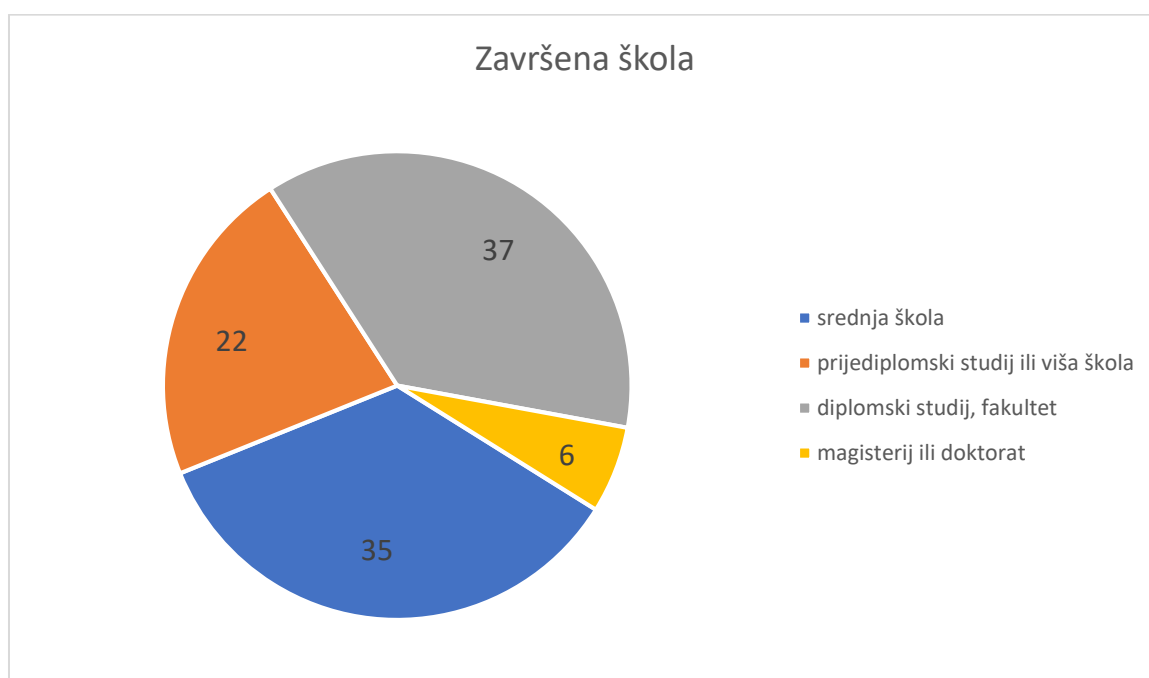


Grafikon 1: Udio muškaraca i žena koji su sudionici istraživanja



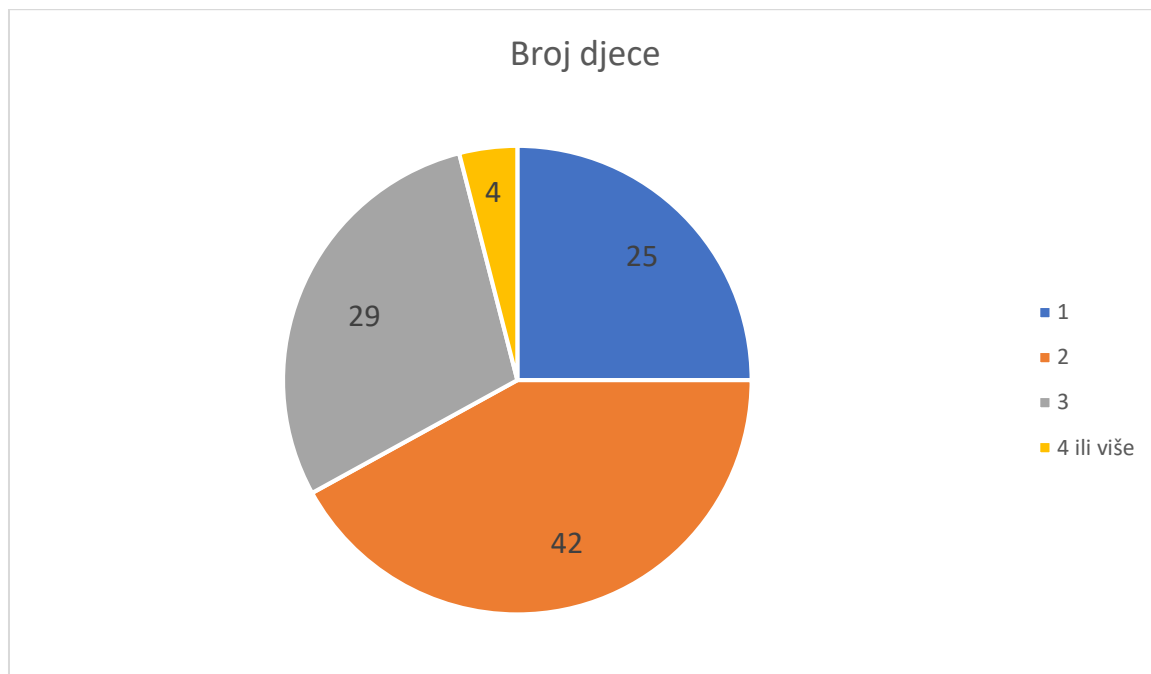
Grafikon 2: Dob ispitanika

Najniže stečeno obrazovanje jest srednja stručna sprema. Kao što je prikazano u Grafikonu 3, srednju školu završilo je 35% ispitanika dok je prijediplomski studij ili višu školu završilo 22% ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 37 (37%), završilo je diplomski studij, fakultet. Šestero ispitanika (6%) završilo je magisterij ili doktorat.



Grafikon 3: Stupanj završenog školovanja ispitanika

Najviše sudionika ima dvoje djece (42%), dok četvero ili više djece ima tek 4% ispitanika. Četvrtina ispitanika (25%) ima jedno dijete, dok 29% ima troje djece (Grafikon 4). U svim obiteljima zaposlen je barem jedan roditelj. U većini obitelji (N=84) rade oba roditelja, dok je u 16% obitelji samo jedan roditelj zaposlen.



Grafikon 4: Broj djece ispitanika

7.4. Postupak istraživanja

Ispitivanje se provelo putem upitnika napravljenog u Google obrascima. Prvenstveno je upitnik poslan učiteljima razredne nastave s područja Primorsko-goranske i Istarske županije, te su ga oni prosljedili roditeljima. Kako bi se ostvario veći broj ispitanika, upitnik je postavljen u *Facebook* grupi *Roditelji o školi*.

7.5. Obrada podataka

Rezultati su se obrađeni su deskriptivno. Kod pitanja s više mogućih odgovora analizirana je frekvencija. Dio analiziranih podataka uspoređen je sa rezultatima ranijih istraživanja.

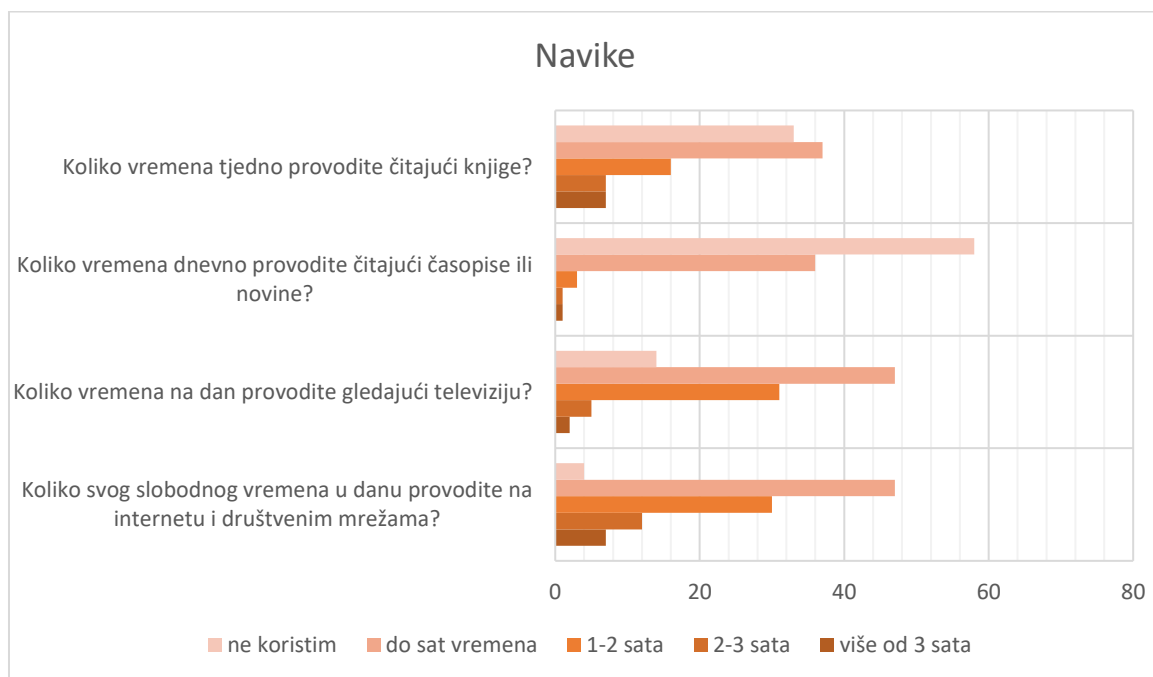
7.6. Rezultati i rasprava

7.6.1. Mišljenje roditelja o provođenju medijskog odgoja u njihovoj obitelji

Obitelj je jedino okruženje koje dijete prati od samih početaka, a odrasli su primjeri djeci. Upravo zato djeca oponašaju ponašanje roditelja. Za istraživanje bilo je bitno

ispitati navike roditelja kako bi uočili na koji način oni indirektno provode medijski odgoj u njihovoj obitelji.

Čitalačke navike roditelja vrlo su loše (Grafikon 5). Na pitanje *koliko vremena tjedno provode čitajući knjige*, čak trećina roditelja, njih 33% odgovorilo je da ne čita knjige. Do sat vremena tjedno za čitanje knjiga odvoji 37% ispitanika. Manje od trećine ispitanika pripada u skupine koje čitaju više od sat vremena. 16% ispitanika čita 1-2 sata, 7% čita 2-3 sata te 7% ispitanika čita više od 3 sata tjedno. Učestalost čitanja novina ili časopisa još je manja od čitanja knjiga. Više od polovice ispitanika (58%) ne čita novine ili časopise, dok 36% ispitanika čita do sat vremena dnevno. Više od jednog sata dnevno novine ili časopise čita 3% ispitanika, više od dva sata čitajući provede tek 1%, te više od 3 sata novine ili časopise čita tek 1% ispitanika. Ipak, 93% istih ispitanika odgovorilo je da djecu potiču na čitanje, dok tek 7% ne potiče djecu na čitanje.



Grafikon 5: Navike roditelja u korištenju medija

Slične rezultate čitalačkih navika prikazalo je istraživanje provedeno od strane Instituta za razvoj i međunarodne odnose. Na pitanje koliko često su u posljednja tri mjeseca čitali knjige 13,4% ispitanika odgovorilo je da čitaju svaki dan ili gotovo svaki dan, najmanje jednom tjedno čita 20,3% ispitanika, manje od jednom tjedno čita 36,2%.

Skoro četvrtina ispitanika, njih 24% nikada ne čita knjige, dok je odgovor *Ne znam* dalo 6,1%. Slične odgovore ispitanici su dali na pitanje koliko često su u posljednja tri mjeseca čitali tiskane novine. Svaki dan ili gotovo svaki dan novine čita 14,6% ispitanika, najmanje jednom tjedno 22,4%. Najviše ispitanika, njih 32,5% tiskane novine čita manje od jednom tjedno. Nikada ne čita tiskane novine 26,4% stanovnika, dok je 4,2% ispitanika odgovorilo da ne znaju odgovor na pitanje (Institut za razvoj i međunarodne odnose, 2023).

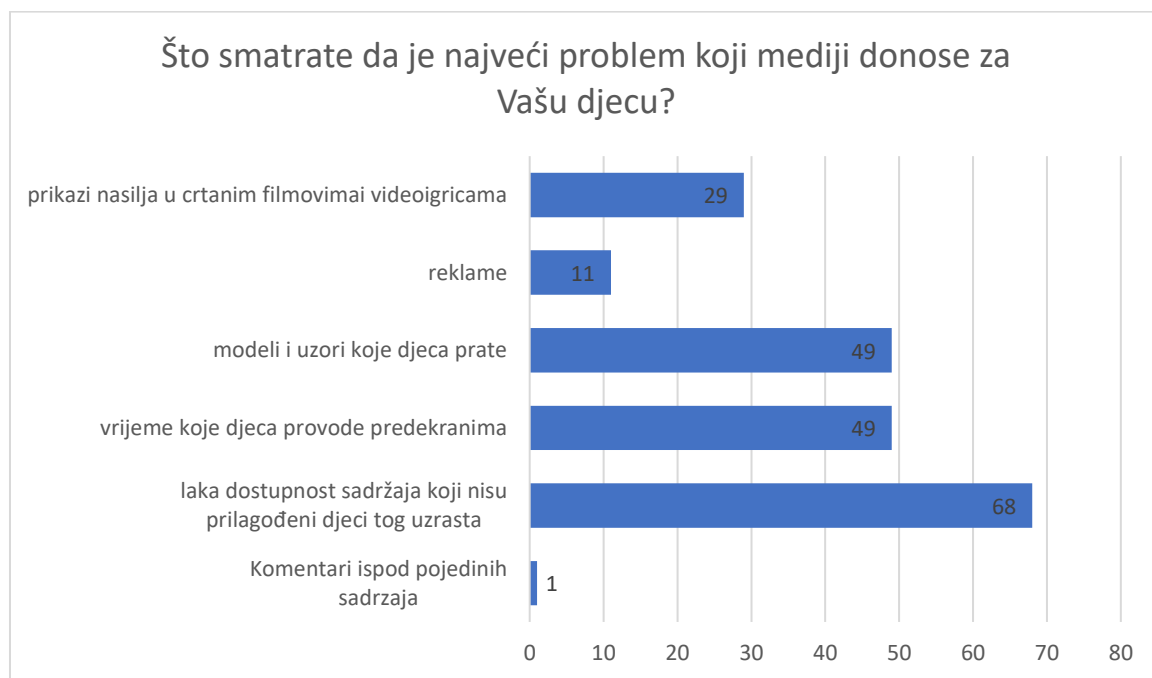
U Grafikonu 5 vidljivo je da je na pitanja *Koliko vremena na dan provodite gledajući televiziju?* i *Koliko svog slobodnog vremena u danu provodite na internetu i društvenim mrežama?*, dobiveno mnogo manje odgovora da iste ne koriste, dok se povećao broj ispitanika koji više vremena na dan odvajaju upravo na ove aktivnosti. U svijetu prepunom ekrana iznenađujuće je da 14% ispitanika odgovorilo da ne koriste televiziju, dok tek 4% ispitanika da ne koristi Internet i društvene mreže. U oba slučaja najviše ispitanika odgovorilo je da pred ekranima provode do sat vremena na dan, njih 47%. Sat vremena do dva sata na dan 31% ispitanika provodi gledajući televiziju, 5% ispitanika gleda televiziju dva do tri sata na dan, dok 3% ispitanika više od tri sata dnevno gleda televiziju. Na internetu i društvenim mrežama 30% ispitanika provodi jedan do dva sata vremena, 12% ispitanika provodi dva do tri sata, dok 7% ispitanika provodi više od tri sata na društvenim mrežama.

Promatrajući navike roditelja očekivano je da će rezultati kod djece biti slični, ipak su roditelji jedni od uzora svojoj djeci. Istraživanje koje su provele autorice Šimić Šašić i Rodić (2021) ispitivale su koliko prosječno vremena predškolska djeca provode pred ekranima. Najveći broj djece koristi televiziju i to najveći postotak koristi jedan sat dnevno (43,99%), te 60% djece koristi i računalo i tablet i to manje od pola sata dnevno. Istraživanjem koje su proveli Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba (2008) ispitali su navike i iskustva djece i mladih prilikom korištenja medija. Rezultati su pokazali da gotovo svi, 91% djece i mladih smatraju sebe aktivnim korisnicima interneta. Gotovo polovica ispitanika koristi se internetom svaki dan. Zanimljivo je i da 49% ispitanika odgovorilo da koriste Internet bez prisutnosti roditelja te 46% ispitanika tek ponekad koristi Internet dok su roditelji prisutni, dok samo 2,5% djece navodi da je jedan roditelj uvijek prisutan tijekom korištenja.

Iako su rezultati prethodno spomenutih istraživanja pokazala da djeca i mladi koriste Internet bez da ih roditelji nadziru, zanimljivi su i čak potpuno drugačiji podaci dobiveni

u istraživanju u svrhu pisanja ovog rada. Na pitanje *Koristite li medije zajedno sa svojom djecom (gledate televiziju ili čitate knjige i časopise zajedno) te pritom razgovarate o sadržaju koje je dijete upravo pogledalo ili pročitano?* čak 66% ispitanika odgovorilo je da koriste zajedno medije i komuniciraju o pogledanom/pročitano, dok 19% ispitanika koristi medije zajedno s djecom no ne komuniciraju o sadržaju. Tek 13% ispitanika ne koristi medije zajedno s djecom i ne komuniciraju o pogledanom/pročitano.

Razlog koji je mogao utjecati na ovakvu razliku jest sve veća svjesnost roditelja o problemima koje mediji donose što je prikazano i u Grafikonu 6. Na pitanje *Što smatrate da je najveći problem koji mediji donose za Vašu djecu?* roditelji su mogli odabrati više ponuđenih odgovora ili čak navesti ono što oni smatraju najvećim problemom. Najčešće odabrani odgovor (f=68) bio je *laka dostupnost sadržaja koji nisu prilagođeni djeci tog uzrasta*. Vrijeme koje djeca provode pred ekranima te modeli i uzori koje djeca prate sljedeća su dva najčešće odabrana odgovora (f=49). Najmanje roditelja odabralo je reklame kao problem koji mediji donose (f=11). Gotovo trećina roditelja (f=29) je kao jedan od odgovora odnosno problema odabralo prikaze nasilja u crtanim filmovima i videoigricama. Jedan ispitanik kao najveći problem naveo je komentare ispod pojedinih sadržaja.

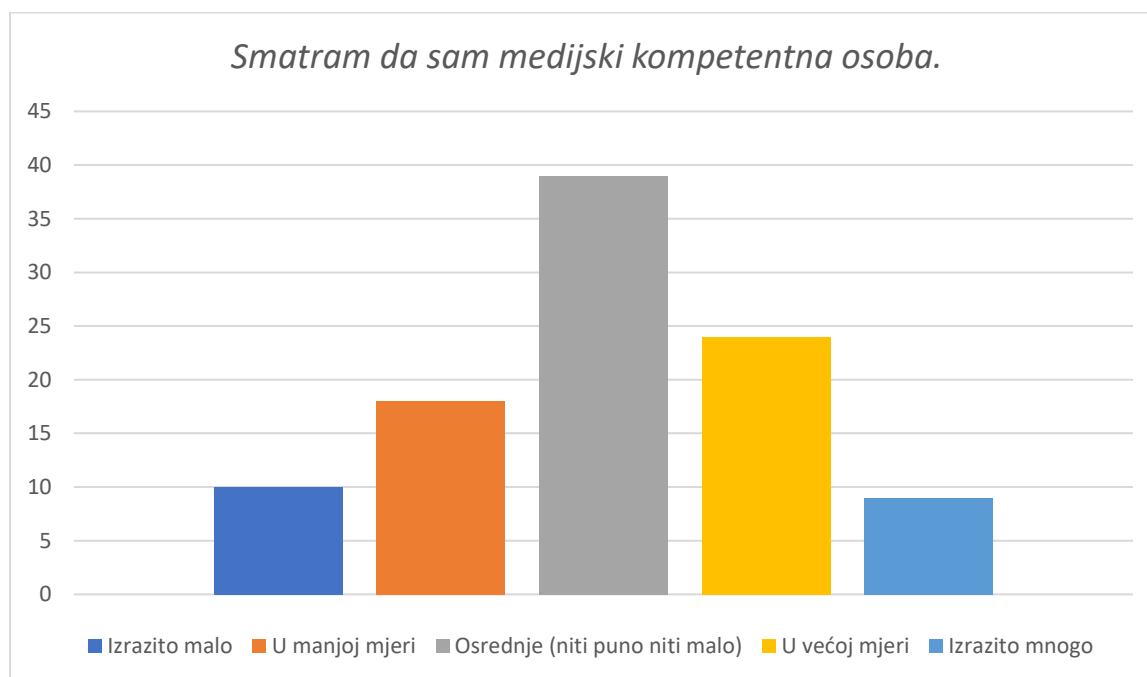


Grafikon 6. Osnovni problemi na koje roditelji nailaze u odnosu djece i medija

Roditelji smatraju da mediji mogu biti korisni i edukativni, a tek manji postotak, 6% roditelja odgovorilo je da smatraju da mediji ne mogu biti korisni i edukativni. Iako većina roditelja smatra da su mediji i korisni i edukativni, većina ispitanika je na pitanje da označe ili napišu aplikaciju ili stranicu edukativnog sadržaja odgovorilo da nisu nikada koristili niti jednu takvu aplikaciju (47%). Od preostalih 53% ispitanika najčešće odabran odgovor bio je Scratch (f=24), te zatim CARNET Meduza (f=19), NAT Geo Kids (f=16), te Jezično govorna vježbalica (f=11). Tek nekoliko ispitanika odabralo je Nasa Kids Club, ATTEND ukljUČILICA, Jezična gradilica, te Pisalica, dok nitko nije odabrao PBS Kids. Roditelji su još nadodali Wordwall te Izzy digitalnu platformu kao aplikacije i stranice koje koriste, a nisu navedene u upitniku.

7.6.2. Mišljenje roditelja o osobnim kompetencijama za medijski odgoj

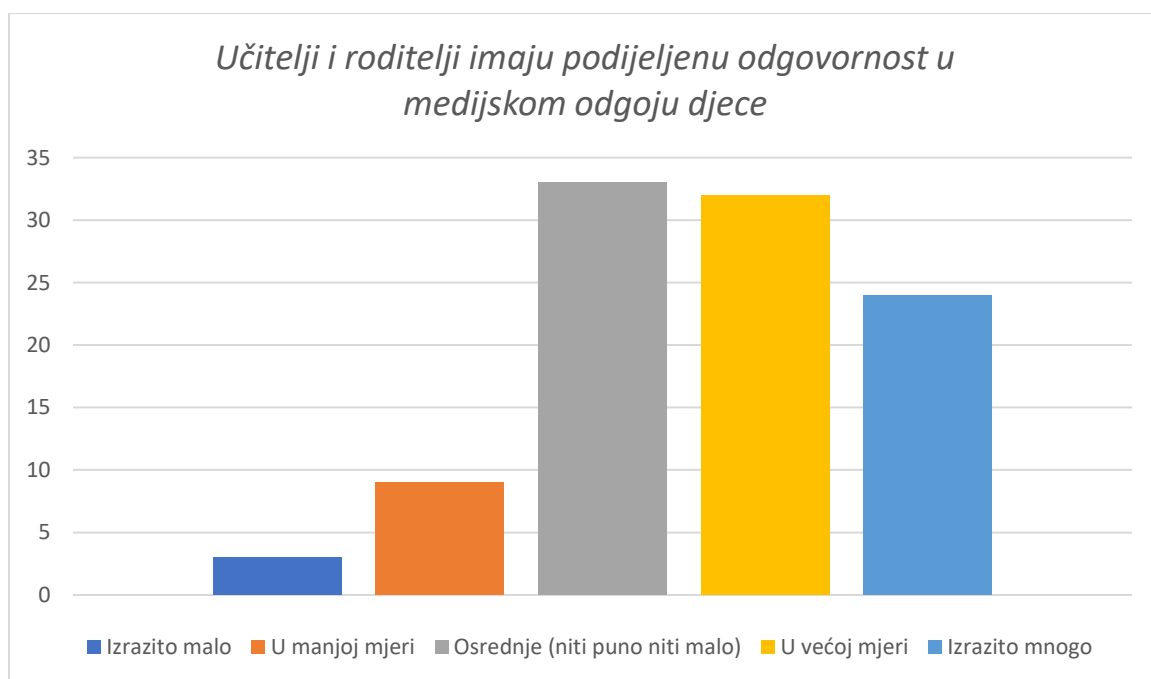
Rezultati ankete (Grafikon 7) pokazali su da se većina roditelja smatra osrednje (niti puno niti malo) kompetentnim za medije. Da su u većoj mjeri kompetentni smatra se 24% ispitanika, te se izrazito mnogo kompetentnima smatra njih 9%. Preostali dio ispitanika smatra se u manjoj mjeri ili izrazito malo medijski kompetentnima.



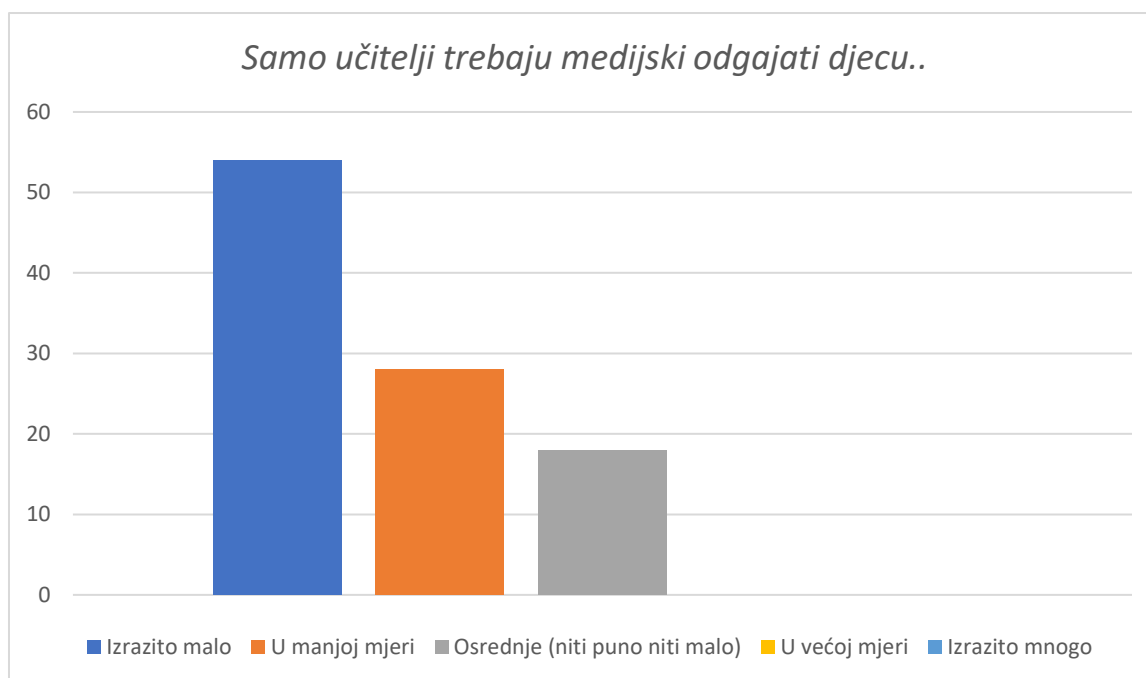
Grafikon 7: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom da su medijski kompetentne osobe

Pozitivno je što se sa tvrdnjom *Mogu definirati značenje i važnost medijskog odgoja* tek 21% slaže izrazito malo ili u manjoj mjeri, što znači da su roditelji svjesni njegove važnosti.

Sa tvrdnjom da učitelji i roditelji imaju podijeljenu odgovornost u medijskom odgoju djece ne slaže se ili se u manjoj mjeri slaže tek 12% ispitanika što je prikazano u Grafikonu 8. Trećina ispitanika odgovorila je da se osrednje slažu, dok je većina odgovorila da se s tvrdnjom slaže u većoj mjeri (32%) ili izrazito mnogo (24%). Sljedeća tvrdnja bila je slična a glasila je *Samo učitelji trebaju medijski odgajati djecu*. Većina ispitanika odgovorila je da se izrazito malo slaže s ovom tvrdnjom, dok se 28% u manjoj mjeri slaže te 18% se sa tvrdnjom slaže osrednje (Grafikon 9). Niti jedan ispitanik se sa ovom tvrdnjom nije složio u većoj mjeri ili izrazito mnogo.



Grafikon 8: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu sa tvrdnjom *Učitelji i roditelji imaju podijeljenu odgovornost u medijskom odgoju djece*



Grafikon 9: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu sa tvrdnjom *Samo učitelji trebaju medijski odgajati djecu*

Kao što je ranije navedeno, 93% roditelja je odgovorilo da potiču svoje dijete na čitanje knjiga, no malo drugačije rezultate su pokazali kada su se u određenoj mjeri trebali složiti sa tvrdnjom *Bitno je poticati djecu na čitanje knjiga i časopisa u slobodno vrijeme*. Tek nešto više od polovice ispitanika se u potpunosti složilo s ovom tvrdnjom (njih 54%), dok se u većoj mjeri složilo 24% te osrednje 16%. S tvrdnjom se nije složilo ili se u tek maloj mjeri složilo 6% ispitanika. Iako većina roditelja smatra da je bitno poticati djecu na čitanje knjiga i časopisa, ipak nisu u potpunosti svjesni i njihovih opasnosti što nam pokazuje slaganje ili ne slaganje s tvrdnjom *Tiskani mediji (knjige, časopisi) jednako su opasni kao elektronički mediji*. S ovom tvrdnjom se u većoj mjeri ili u potpunosti složilo tek 16% ispitanika, dok se 53% ispitanika ne slaže sa tvrdnjom ili se slaže u manjoj mjeri. Osrednje (niti malo niti puno) je kao odgovor odabralo 34% ispitanika.

Ranije je spomenuto kako roditelji uglavnom koriste medije zajedno sa svojom djecom dok većina i komunicira sa njima o sadržaju koji gledaju ili čitaju. Ipak, s tvrdnjom *Smatram da dovoljno razgovaram sa svojim djetetom o sadržajima koji pronalazi u medijima (TV, časopisi, radio)* se ne slaže ili se slaže tek u manjoj mjeri 23% ispitanika.

Najveći broj roditelja se osrednje slaže (f=37). U potpunosti ili u većoj mjeri se sa ovom tvrdnjom slaže 40% ispitanika.

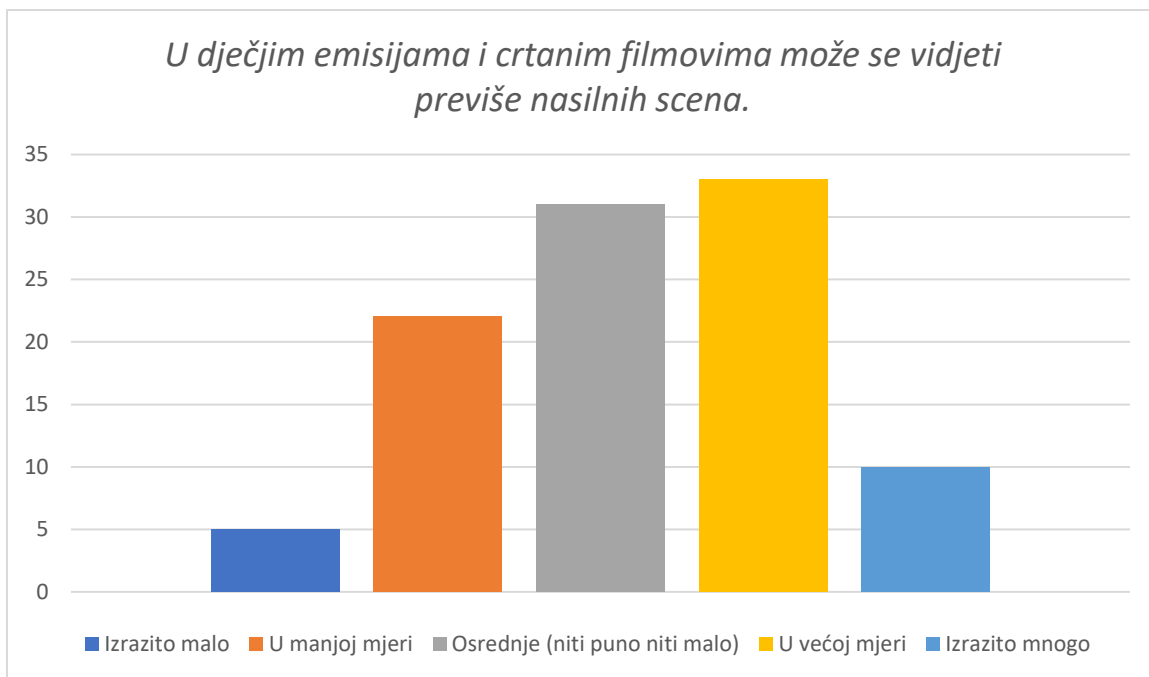
Zanimljiva je činjenica da iako je tek 13% ispitanika odgovorilo da ne koriste medije sa svojom djecom, ipak se 30% ispitanika ne slaže ili se slaže u manjoj mjeri sa tvrdnjom *Imam potpunu kontrolu nad onime što moje dijete gleda na televiziji*. Pozitivno je što se sa tvrdnjom u potpunosti ili u većoj mjeri slaže gotovo polovica ispitanika, njih 47%.

Roditelji su u većoj mjeri svjesni opasnosti na televiziji što nam pokazuju rezultati slaganja sa sljedećim tvrdnjama.

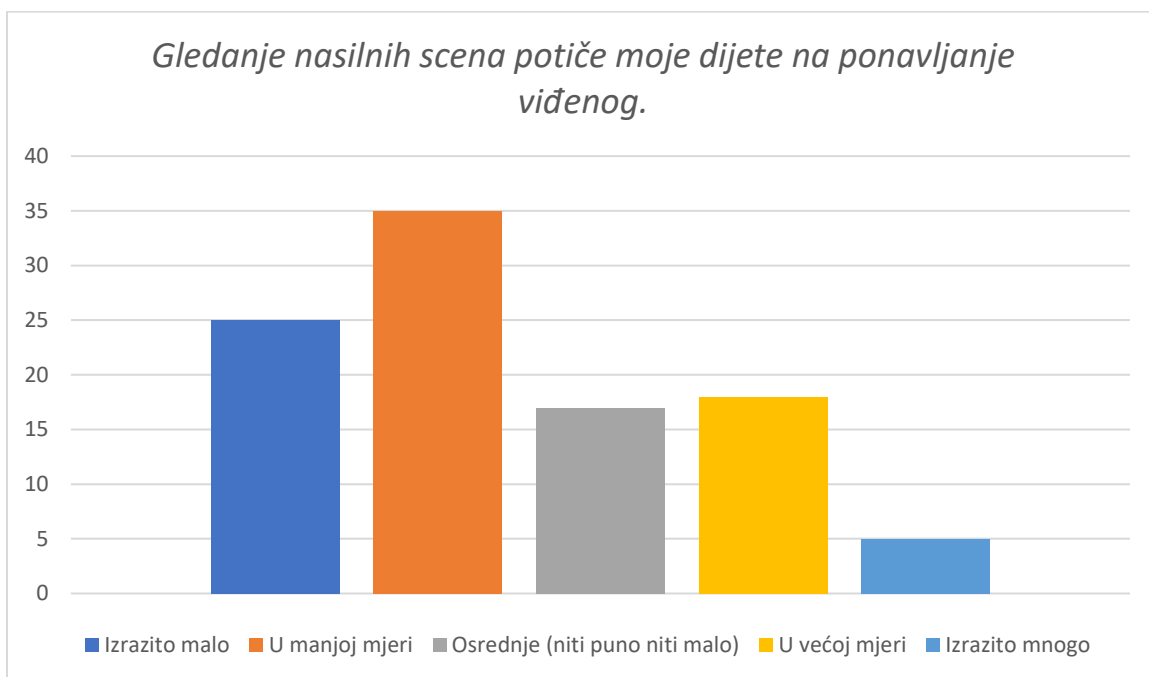
Da djeca vide previše nasilnih scena u dječjim emisijama i crtanim filmovima primjećuju roditelji, pa se sa tom tvrdnjom složilo u većoj mjeri ili u potpunosti 43% roditelja, dok 31% se niti slaže niti se ne slaže. Manjina roditelja, njih 27%, se u potpunosti ne slaže ili se slaže tek u manjoj mjeri da djeca u njima prilagođenim emisijama i filmovima viđaju previše nasilnih scena. Iako se većina složila da viđaju previše nasilnih scena (Grafikon 10), istovremeno smatraju da gledanje istog ne utječe na ponašanje njihove djece što je prikazano u Grafikonu 11. Sa tvrdnjom *Gledanje nasilnih scena potiče moje dijete na ponavljanje viđenog* 70% ispitanika se izričito ne slaže ili se slaže u manjoj mjeri.

Još jedna od opasnosti koja preko medija utječe na djecu jesu reklame. Kod reklama vidimo podosta podijeljeno mišljenje roditelja, 37% roditelja se u potpunosti ne slaže ili se slaže u manjoj mjeri da su *reklame usmjerne ka djeci opasne*, 36% ispitanika se niti slaže niti ne slaže, te 29% ispitanika se u većoj mjeri slaže ili se slaže u potpunosti.

Većina roditelja se ipak slaže sa tvrdnjom da *prikazivanje „savršenih“ osoba kao modela i uzora dovodi do problema kod djece*. Sa ovom tvrdnjom u potpunosti se složilo 30% ispitanika, a čak 47% se slaže u većoj mjeri.



Grafikon 10: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *U dječjim emisijama i crtanim filmovima može se vidjeti previše nasilnih scena*

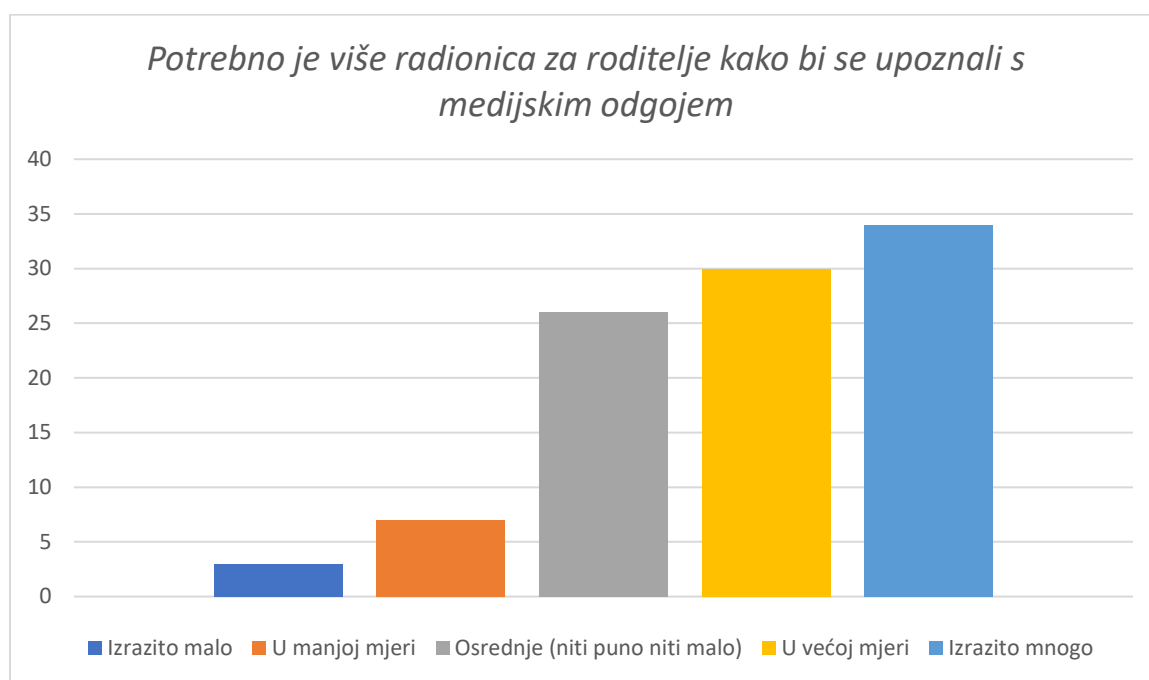


Grafikon 11: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Gledanje nasilnih scena potiče moje dijete na ponavljanje viđenog*

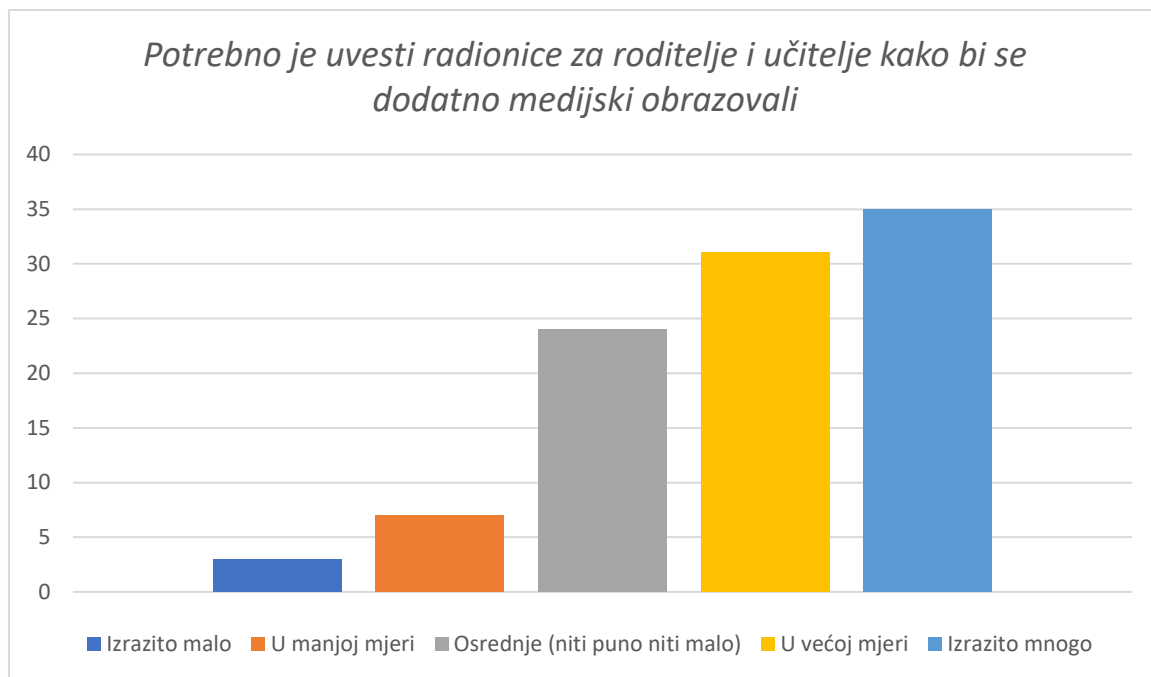
7.6.3. Potreba za dodatnim obrazovanjem roditelja za usavršavanjem u medijskom odgoju

Većina roditelja se složila sa tvrdnjama *Potrebno je više radionica za roditelje kako bi se upoznali s medijskim odgojem* te *Potrebno je uvesti radionice za roditelje i učitelje kako bi se dodatno medijski obrazovali*, što je vidljivo u Grafikonima 12. i 13. Zanimanje roditelja za dodatnim obrazovanjem pokazuje da su roditelji svjesni značenja medijskog odgoja danas te da učitelji i roditelji zajedno mogu stvoriti sigurnije okruženje za djecu u medijima.

Do sada je tek 31% ispitanika sudjelovalo u nekoj od radionica za medijski odgoj/medijsku pismenost, dok 69% ispitanika nikada nije sudjelovalo u takvim radionicama.



Grafikon 12. Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Potrebno je više radionica za roditelje kako bi se upoznali s medijskim odgojem*



Grafikon 13. Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Potrebno je uvesti radionice za roditelje i učitelje kako bi se dodatno medijski obrazovali*

Posljednje pitanje u upitniku bilo je otvorenog tipa: *Ukoliko ste sudjelovali u radionicama o medijskom odgoju/medijskoj pismenosti, molim Vas da ukratko napišete gdje su se održavale (u školi, u sklopu posla...) i jesu li Vam bile od koristi?*

Neki od zanimljivih odgovora su:

- *Stručno usavršavanje na Filozofskom fakultetu u Rijeci u sklopu Dana medijske pismenosti. Bilo je korisno.*
- *U školi je bio gospodin koji je držao predavanje o opasnostima i prednostima interneta i bilo je jako korisno jer mi je objasnio kako djeci objasniti opasnost društvenih mreža i dr.*
- *U školi i na poslu - edukacije Udruge Pragma iz Zagreba. Bile su jako korisne, praktične i uz dodatne materijale, školske kalendare*
- *Na edukaciji za Građanski odgoj i obrazovanje. Izuzetno korisne.*
- *Rastom zajedno i kroz duži ciklus plus dodatne Radimo zajedno mini radionice*
- *U školi, na fakultetu, na poslu, u organizaciji grada! Bile su jako korisne*

Analizom svih podataka provedenog upitnika može se zaključiti da su roditelji sve više svjesni utjecaja medija. Nedostatak predznanja o medijskoj pismenosti i medijskom odgoju dovodi do nemogućnosti roditelja na pravovremeno i na pravi način medijski odgajaju djecu. Zainteresiranost roditelja za dodatnim obrazovanjem daje mogućnost školama i ustanovama koje se dotiču odgoja i obrazovanja djece, da organiziraju radionice za medijski odgoj i medijsku pismenost. Jedan od primjera i prijedloga jesu radionice za djecu i roditelje koje bi se provodile u školi, a dodatno su opisane u sljedećem poglavlju. Zajedničke radionice bi osim znanja, doprinijele u kvalitetno provedenom druženju roditelja i djece te usvajanju novih navika i kod djece i kod roditelja.

8. Radionice za medijski odgoj

Radionice su osmišljene na temelju analize istraživanja. Pet radionica bi se provodilo u nižim razredima osnovne škole, u dogovoru sa roditeljima. Trajanje radionica je 60 minuta te osim u prvoj radionici gdje sudjeluju samo roditelji, sudjeluju roditelji zajedno sa djecom. Svaka radionica može se provoditi u svim razredima te je pogodna da se sadržaj prilagodi uzrastu.

1. Radionica za roditelje: Utjecaj roditelja kao uzora i kritički pristup medijima

Ciljevi radionice:

1. Osvijestiti roditelje kako njihovo ponašanje utječe na medijske navike njihove djece.
2. Educirati roditelje o prednostima i nedostacima medija u razvoju djeteta.
3. Razvijati svijest o tome kako reklame utječu na dječje razmišljanje i ponašanje.
4. Naglasiti važnost čitanja knjiga kao ključnog elementa u razvoju djece, uz medijsku pismenost. Pokazati roditeljima na koji način knjige mogu proširiti ili nadopuniti sadržaje koje djeca gledaju u medijima
5. Potaknuti roditelje na aktivno sudjelovanje u medijskom odgoju djece.

Uvod (10 minuta)

U uvodnom dijelu sudionici se kratko predstavljaju ukoliko se ne poznaju (ukoliko je radionica u prvom razredu). Učiteljica govori o ključnim temama radionice i koja je svrha medijskih radionica koje će se održati. Teme koje će se prožeti kroz prvu radionicu su: roditelj kao uzor u korištenju medija, pozitivne i negativne strane medija te utjecaj reklama na djecu.

Glavni dio

1. aktivnost - Roditelji kao uzor u korištenju medija (20 minuta)

Prezentacija:

- Kako roditelji svojim ponašanjem oblikuju medijske navike djece.
- Statistike o vremenu koje djeca i roditelji provode pred ekranima.
- Primjeri svakodnevnog ponašanja roditelja koji djeca kopiraju (npr. korištenje mobitela za stolom, reagiranje na obavijesti).

Razgovor o vlastitim navikama korištenja medija. Pitanja za roditelje: *Koliko često koristite medije u prisutnosti svoje djece? Jeste li primijetili da vaše dijete kopira vaše medijske navike?*

Zajednička aktivnost: Roditelji imaju zadatak da razmisle o jednom svom ponašanju vezanom uz medije koje biste htjeli promijeniti zbog utjecaja na dijete. Razgovaraju u grupi i razlažu svoje stavove i daju primjere i savjete jedni drugima.

2. aktivnost - Pozitivne i negativne strane medija (20 minuta)

Prezentacija: Pozitivne i negativne strane medija

Razgovor: *Kako uravnotežiti korištenje medija u obitelji? Kojim se pozitivnim stranama medija služite u svojoj obitelji? Kako ograničavate negativne strane medija?*

Analiza medijskih sadržaja koje djeca često konzumiraju (npr. YouTube videa, crtića, mobilnih igara).

3. aktivnost - Utjecaj reklama na djecu (15 minuta)

Prezentacija: Prikazuje razliku između informativnih i manipulativnih reklama, primjere reklama koje su usmjerene na djecu: igračke, slatkiši, videoigre te negativne utjecaje reklama (poput poticanja konzumerizma, stvaranje lažnih potreba)

Analiza reklama: Zajedno pregledajte nekoliko reklama usmjerenih prema djeci.

Pitanja za diskusiju: *Što reklama poručuje djeci? Koje tehnike koristi da privuče dječju pažnju? Kako kao roditelji možemo zaštititi djecu od negativnih utjecaja reklama?*

Na kraju roditelji i učitelj/učiteljica razgovaraju o strategijama za razgovor s djecom o reklamama i njihovim ciljevima.

4. aktivnost - Važnost čitanja knjiga (15 minuta)

Prezentacija:

- Razlika između konzumiranja digitalnih medija i čitanja knjiga.
- Prednosti čitanja knjiga: razvoj mašte, proširenje vokabulara, poboljšanje koncentracije i kritičkog razmišljanja.
- Kako čitanje knjiga doprinosi boljem razumijevanju sadržaja koji djeca kasnije konzumiraju putem medija.

Pitanja za razgovor: *Koliko često čitate knjige s vašim djetetom? Kakve knjige vaše dijete najviše voli čitati? Kako čitanje knjiga utječe na ponašanje vašeg djeteta?*

Nakon razgovora roditelji i učitelj/ica razgovaraju i daju svoje savjete i ideje za poticanje interesa za čitanje, npr. redovito čitanje s djecom, odlazak u knjižnicu ili knjižaru u slobodno vrijeme.

Prezentacija: Naglasak na knjige koje su adaptirane u filmove, igre ili serije, te prikaz na koji način čitanje knjige prije gledanja filma može produbiti razumijevanje likova i priče.

Završni dio

Razgovor: *Što ste danas naučili i kako ćete to primijeniti u obitelji?*

Učitelj/ica na kraju radionice daje roditeljima zadatak da razgovaraju s djetetom o jednoj reklami koju često vidi i da je pokušaju zajednički analizirati. Ukoliko u razgovoru s djetetom uoče nešto drugačije ili zanimljivo, mogu zapisati kako bi na sljedećoj radionici o tome razgovarali.

2. Radionica za roditelje i djecu: "Mediji, slobodno vrijeme i kreativnost kroz generacije"

Ciljevi:

1. Educirati roditelje i djecu o vrstama medija
2. Uočiti promjene u korištenju medija i provođenju slobodnog vremena kroz generacije
3. Razvijati kritički pristup prema medijima, uz osvještavanje njihovih prednosti i nedostataka
4. Poticati kreativnost u kombinaciji s korištenjem medija

Uvodni dio (10 minuta)

Prezentacija:

- Definicija medija: Mediji kao sredstva komunikacije koja prenose informacije i sadržaje.
- Podjela medija: Tradicionalni mediji (novine, radio, televizija) vs. digitalni mediji (internet, društvene mreže, videoigre).

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca imaju zadatak zajedno napraviti popis medija koje koriste svakodnevno. Trebaju ih razvrstati u dvije kategorije: tradicionalni i digitalni mediji.

Po završetku zadatka razgovor o učestalosti medija koje najčešće koriste i zašto.

Glavni dio

1. aktivnost - Razlika u korištenju medija i provođenju slobodnog vremena sada i nekada (15 minuta)

Interaktivna vježba: Roditelji neka opišu kako su provodili slobodno vrijeme kad su bili djeca i neka pokažu njihove tadašnje medije (unaprijed dogovoreno s roditeljima da svatko donese ono što ima kod kuće, stari mobitel, laptop, kazetu, videokazetu, *Walkman*, *mp3* i sl.). Djeca neka opišu svoje aktivnosti i medije danas.

Zajedno usporedite aktivnosti i medije tada i sada.

Razgovor potaknut pitanjima: *Koje su razlike najviše uočljive? Što su prednosti, a što nedostaci slobodnog vremena tada i sada?*

2. aktivnost - Razgovor o prednostima i nedostacima medija (10 minuta)

Zajednička aktivnost: Podjela grupe na roditelje i djecu. Svaka grupa neka napravi popis prednosti i nedostataka medija prema svom iskustvu.

Svaka grupa prezentira svoj popis. Uspoređuju stavove roditelja i djece. Koji su zajednički, a koji različiti pogledi?

3. aktivnost - Povezivanje knjiga i kreativnosti s medijima (15 minuta)

Zajednička aktivnost: Aktivnost se sastoji od 3 dijela: Učitelj prvo čita poglavlje neke priče zanimljive razredu, u ovom primjeru će to biti Winnie the Pooh. Nakon kratkog čitanja učenici i roditelji zajedno crtaju scenu koju su zamislili. Kada završe s crtežom, učitelj/ica pušta dio audioknjige.

Nakon što su poslušali audioknjigu, kratak razgovor o razlikama prvog i drugog slušanja.

Učitelj/ica tada pušta videoisječak istoimenog crtanog filma, te nakon odgledanog slijedi razgovor potaknut pitanjima: Postoji li razlika između onog što su zamišljali kada su slušali priču ili gledali crtić? U čemu je razlika? Što je zanimljivije? Kako možete kombinirati ljubav prema knjigama i kreativnost s medijima koje svakodnevno koristite?

Završni dio (10 minuta)

Svaka obitelj neka podijeli jednu stvar koju su naučili na radionici i kako će je primijeniti u svakodnevnom životu.

Učitelj/ica razgovara s roditeljima i učenicima o zadacima koje trebaju odraditi kod kuće do sljedeće radionice. Roditelji i djeca imaju zadatak kao obitelj se dogovoriti da do sljedeće radionice odvoje dva dana koja će biti: „dan bez ekrana“ i „dan za medije“.

Dan bez ekrana podrazumijeva da samostalno ili zajedno provode neke aktivnosti kojima će zamijeniti vrijeme koje bi inače provodili pred ekranima. Preporuka jedne aktivnosti: Pročitajte zajedno neku knjigu ili priču te zajedno osmislite kreativni projekt vezan uz tu knjigu (npr. zajedno napravite ilustraciju, napišite nastavak priče, osmislite igru).

Dan za medije je dan kada će odabrati zajedno neki crtani ili animirani film te kritički promatrati sadržaj i razgovarati o njemu. Primjerice film Izvrnuto obrnuto.

3. Radionica za djecu i roditelje: "Utjecaj reklama – Prepoznavanje, analiza i kritičko promišljanje"

Ciljevi radionice:

1. Educirati djecu i roditelje o utjecaju reklama na percepciju, potrošačke navike i društvene vrijednosti
2. Razvijati kritički stav prema reklamama

Na početku radionice je kratki razgovor o „medijskom danu“ i „danu bez ekrana“. Koje su im prednosti koje su uvidjeli tih dana i što im je nedostajalo.

Uvodni dio (10 minuta)

Prezentacija: Što su reklame? Različite vrste reklama (TV, internet, tisak, bilbordi). Zašto postoje reklame? Njihova svrha – informirati, uvjeriti ili prodati.

Razgovor: Roditelji i djeca neka zajedno pokušaju navesti primjere reklama koje su nedavno vidjeli. Diskusija o tome koje su reklame djeca zapamtila i zašto.

Glavni dio

1. aktivnost - Utjecaj reklama na djecu (15 minuta)

Prezentacija: Kako reklame privlače djecu? Utjecaj korištenja jarkih boja, omiljenih likova ili veselih melodija. Utjecaj reklama na dječje želje i potrošačke navike (primjeri igračaka, slatkiša, videoigara).

Zajednička aktivnost: Prikaz nekoliko popularnih reklama usmjerenih na djecu. Roditelji i djeca neka zajedno analiziraju kako se osjećaju dok gledaju reklame i što im reklama poručuje.

Razgovor potaknut pitanjima: *Kako se osjećate kad vidite reklamu za proizvod koji jako želite? Što mislite, je li taj proizvod stvarno toliko dobar ili reklama samo želi da tako mislite?*

2. Aktivnost - Prepoznavanje informativnih i manipulativnih reklama (10 minuta)

Prezentacija:

- Što su informativne reklame? Primjeri: reklame koje educiraju o zdravlju, sigurnosti.

- Što su manipulativne reklame? Primjeri: reklame koje koriste emocije ili strah da bi potaknule kupnju.

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno analiziraju nekoliko primjera reklama (npr. reklama za zdravu hranu vs. reklama za slatkiše). Zadatak je odrediti koja je reklama informativna, a koja manipulativna, te zašto.

Razgovor potaknut pitanjima: *Kako možete znati da vas reklama želi natjerati na kupnju? Što biste napravili da se oduprete toj poruci?*

3. aktivnost - Problem reklama i popularnosti proizvoda (10 minuta)

Prezentacija:

- Kako reklame stvaraju popularnost proizvoda? Primjeri proizvoda koji su postali popularni zahvaljujući reklamama (npr. brendovi odjeće, igračke).
- Pritisak vršnjaka i društveni mediji: Kako se osjećamo kad nemamo proizvod koji svi drugi imaju?

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca naprave popis popularnih proizvoda koje su vidjeli u reklamama i raspravljaju o tome zašto su ti proizvodi popularni. Razgovor o osjećaju kad dijete nema popularan proizvod: *Koliko je važno imati ono što svi drugi imaju?*

Razgovor potaknut pitanjima: *Kako reklame utječu na vašu percepciju popularnosti proizvoda? Kako se možete oduprijeti pritisku da kupite nešto samo zato što je popularno?*

4. aktivnost - Problemi modela na reklamama (10 minuta)

Prezentacija:

- Koji su modeli u reklamama? Zašto se koriste? (primjeri iz reklama za odjeću, kozmetiku).
- Razgovor o problemima idealiziranih slika: Nerealne slike ljepote, stereotipi, pritisak da se izgleda ili ponaša na određeni način.

Zajednička aktivnost:

Roditelji i djeca neka zajedno pregledaju nekoliko reklama koje koriste modele. Razgovarajte o tome kako modeli izgledaju, što reklama želi da mislimo o njima, i kako se to razlikuje od stvarnog života.

Učenici i roditelji dobivaju izazov da u kratkom vremenu zajednički pokušaju pronaći reklamu koja koristi "stvarne" ljude umjesto idealiziranih modela. Tko prvi pronađe, pokazuje reklamu te slijedi razgovor potaknut pitanjima: Kako se ta reklama razlikuje od ostalih? Kako reklame s modelima utječu na vašu sliku o sebi i drugima? Kako možemo potaknuti pozitivnu sliku o sebi unatoč reklamama?

Završni dio (5 minuta)

Razgovor: Što ste danas naučili o reklamama? Koje reklame ćete odsad gledati drugačije?

Kreativni zadatak: Roditelji i djeca neka zajedno osmisle vlastitu reklamu koja je iskrena i pozitivna, bez manipulacije ili pritiska na kupnju. Mogu nacrtati, napisati scenarij ili osmisliti slogan.

4. Radionica za djecu i roditelje: "Sigurno i pozitivno korištenje društvenih mreža"

Ciljevi radionice:

1. Upoznati djecu i roditelje s osnovnim pojmovima i funkcijama društvenih mreža
2. Educirati o opasnostima društvenih mreža i kako ih prepoznati i izbjeći
3. Ukazati na pozitivne aspekte digitalnih medija
4. Prihvaćati društvene mreže kao alat za učenje i razvoj vještina
5. Izraditi plan za sigurno i pozitivno korištenje društvenih mreža

Edukacija djece i roditelja o osnovama društvenih mreža, prepoznavanju opasnosti, korištenju društvenih mreža na siguran način, te istraživanju njihovih pozitivnih strana, uključujući edukativnu upotrebu.

Uvodni dio (10 minuta)

Prezentacija:

- Definicija društvenih mreža: Platforme koje omogućuju dijeljenje sadržaja, komunikaciju i povezivanje s drugima.
- Popularne društvene mreže: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube.
- Kako se koriste: Profil, prijatelji/sljedbenici, objave, lajkovi, komentari.

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno istraže koje društvene mreže koriste i kako ih koriste. Razgovor o tome koje sadržaje dijele, kome i zašto.

Razgovor: *Zašto volite koristiti društvene mreže? Koje vrste sadržaja najviše volite gledati ili dijeliti?*

Glavni dio

1. aktivnost - Opasnosti društvenih mreža: Prepoznavanje i reagiranje (15 minuta)

Prezentacija:

- Opasnosti društvenih mreža: Cyberbullying, neprimjereni sadržaji, lažni profili, krađa identiteta.
- Kako prepoznati opasnosti: Sumnjive poruke, zahtjevi za privatne informacije, pritisak da se dijeli previše osobnih podataka.
- Kako reagirati: Prijavljivanje neprikladnog sadržaja, blokiranje sumnjivih profila, razgovor s roditeljima ili učiteljima.

Zajednička aktivnost: Prikaz nekoliko simuliranih scenarija (npr. primanje sumnjive poruke od nepoznate osobe, suočavanje s cyberbullyingom). Roditelji i djeca neka zajedno odluče što bi napravili u svakoj situaciji.

Nakon zajedničke aktivnosti, razmjena dojmova: *Kako se osjećate kad se suočite s nečim neugodnim ili sumnjivim na društvenim mrežama? S kime biste razgovarali i što biste učinili?*

2. aktivnost - Pozitivne strane društvenih mreža (10 minuta)

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno naprave popis pozitivnih stvari koje im društvene mreže omogućuju (npr. učenje novih vještina, povezivanje s prijateljima).

Učitelj/ica prikazuje primjere kako su društvene mreže pomogle u pozitivnim promjenama ili podršci važnim stvarima, primjerice u kampanjama za humanitarne svrhe. Slijedi razgovor potaknut pitanjima: *Kako društvene mreže mogu pomoći u vašem životu? Kako ih možete koristiti da biste podijelili nešto važno ili kreativno?*

3. aktivnost - Korištenje društvenih mreža u edukativne svrhe (15 minuta)

Prezentacija:

- Edukativni sadržaji na društvenim mrežama: Online tečajevi, edukativni kanali, stranice s korisnim informacijama.
- Primjeri platformi i kanala: YouTube za učenje novih vještina, LinkedIn za profesionalni razvoj, Facebook grupe za zajedničko učenje.

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno potraže i prate edukativne kanale ili stranice koje ih zanimaju (npr. znanost, umjetnost, tehnologija). Diješe sa ostalima što su pronašli te razgovaraju: *Kako društvene mreže mogu pomoći u učenju novih stvari? Koje teme biste voljeli istražiti online?*

Završni dio (10 minuta)

Što ste danas naučili o društvenim mrežama? Kako ćete odsad koristiti društvene mreže na siguran i pozitivan način?

Zadatak: Na papiru izraditi „plan sigurnosti“ koji će uključivati: Pravila za korištenje društvenih mreža (npr. vrijeme korištenja, sadržaji koji se dijele), strategije za

prepoznavanje i reagiranje na opasnosti, ideje za korištenje društvenih mreža u edukativne svrhe. Sva pravila i strategije donose zajedno.

Zadatak za kod kuće: Svaka obitelj neka odabere jednu novu vještinu ili znanje koje će zajedno istraživati putem društvenih mreža tijekom tjedna.

5. Radionica za roditelje i djecu: "Korištenje interneta za igru i učenje: Edukativni programi, stranice i aplikacije"

Ciljevi radionice:

1. Upoznati roditelje i djecu s edukativnim programima na internetu
2. Uputiti roditelje i djecu na koji način im edukativne stranice mogu pomoći u učenju
3. Predstaviti primjere korisnih stranica i aplikacija za igru i učenje.

Uvodni dio (15 minuta)

Prezentacija:

- Što su edukativni programi? Softveri, aplikacije i online platforme dizajnirane za poticanje učenja i razvoja različitih vještina.
- Prednosti edukativnih programa: Interaktivnost, prilagodljivost potrebama korisnika, dostupnost 24/7, zabavan način učenja.

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno navedu primjere edukativnih programa ili aplikacija koje su već koristili (ako ih imaju). Što im se svidjelo, a što ne? Učitelj/ica nastavlja razgovor pitanjima: *Zašto su edukativni programi korisni? Kako se razlikuju od tradicionalnog načina učenja?*

Glavni dio

1. aktivnost - Kako edukativne stranice mogu pomoći u učenju? (15 minuta)

Prezentacija:

- Vrste edukativnih stranica: Enciklopedije, online tečajevi, interaktivne igre, *tutorijali*.
- Kako se koriste: Pronađite informacije, vježbajte vještine, istražujte nove teme.
- Prednosti: Pristup raznovrsnim resursima, učenje vlastitim tempom, multimedijalni sadržaji (video, audio, tekst).

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno posjete nekoliko edukativnih stranica (npr. Matific, Khan Academy, NatGeo, code.org). Zajedno istražuju videozapise na YouTube-u koji im mogu pomoći u učenju ili za usvajanje novih vještina.

Razgovarajte o tome što mogu naučiti na tim stranicama i kako im mogu pomoći u učenju.

Razgovor: *Kako edukativne stranice mogu pomoći u učenju novih stvari? Koje teme vas najviše zanimaju i kako biste ih istraživali online?*

2. aktivnost - Primjeri stranica i aplikacija za igru i učenje (20 minuta)

Prezentacija: Učenicima i roditeljima prikazati primjere edukativnih stranica. Ukoliko već nisu upoznati sa Carnet stranicom i njenim mogućnostima. Ostale stranice koje mogu zajedno istražiti: Scratch jr., Matific, Khan Academy, Code, Duolingo, NatGeo, GeoGebra, BrainPop, Ted-ed

Zajednička aktivnost: Roditelji i djeca neka zajedno isprobaju jednu od aplikacija ili stranica koje su predstavljene. Istražite kako aplikacija ili stranica funkcionira i koje su glavne značajke.

Razgovor: *Koja vam je stranica ili aplikacija najviše privukla pažnju? Kako biste je koristili za učenje kod kuće?*

5. Završni dio (10 minuta)

Razgovor: *Što ste danas naučili o edukativnim stranicama i aplikacijama? Koje ćete koristiti kod kuće?*

Izrada plana: Roditelji i djeca neka zajedno naprave plan za korištenje edukativnih stranica i aplikacija kod kuće:

- Odaberite jednu stranicu ili aplikaciju koju ćete koristiti svaki tjedan.
- Postavite ciljeve za učenje (npr. savladati određenu vještinu, naučiti novu temu).
- Razgovarajte o tome kako ćete zajedno pratiti napredak i motivirati jedni druge.

Za kraj radionica zahvaliti se na suradnji, razgovarati o dojmovima te o naučenom potaknuto pitanjima: *Što Vam se najviše dojmilo? Što se posebice upamtili? Jeste li već nešto promijenili u svojim navikama?*

Za kraj listić za evaluaciju.

ZAKLJUČAK

Roditelji imaju ključnu ulogu u oblikovanju medijskih navika i kritičkog razmišljanja kod djece. U svijetu u kojem su mediji sveprisutni i utječu na sve aspekte života, roditelji moraju preuzeti dio odgovornosti za edukaciju svoje djece o pozitivnim i negativnim stranama medijskog sadržaja. Aktivno sudjelovanje roditelja u praćenju medijske konzumacije, uspostavljanje granica, kao i razgovor s djecom o onome što gledaju i doživljavaju u medijima, pomaže djeci da razviju svijest o važnosti kritičkog pristupa informacijama. Također, roditelji mogu biti uzor u načinu korištenja medija, promovirajući uravnoteženo i odgovorno ponašanje. Kroz ovu aktivnu ulogu, roditelji postavljaju temelje za zdrave medijske navike koje će djeca nositi kroz cijeli život.

U sklopu ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje nad roditeljima djece koja pohađaju niže razrede osnovne škole. Istraživanje je pokazalo svjesnost roditelja o prednostima i nedostacima medija, no i nedostatak određenog predznanja za medijski odgoj. Tek trećina roditelja se susrela sa radionicama o medijskom odgoju. Kada bi radionice pohađali svi roditelji, vremenom bi se promijenile današnje navike i načini na koje gledamo medije. Većina roditelja voljna je sudjelovati i smatra da treba postojati više radionica o medijskom odgoju. Istraživanjem su se uočile slabosti kod roditelja, na temelju kojih su osmišljene radionice. Bilo bi vrlo zanimljivo kroz jednu generaciju svake godine provesti radionice koje bi svake godine prilagodili uzrastu, te na kraju ispitati promjene u navikama i razmišljanjima o medijima kod roditelja i djece nakon radionica.

LITERATURA

Barać, L. (2023). *Utjecaj medija na mentalno zdravlje djece*, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru.

Bartaković, S., Sindik, J. (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta Iadertina*, 13(2), 95-113.

Đuranović, M., Klasnić, I. (2020.) *Dijete, odgoj i obitelj*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet.

Filek, M. (2017). *Obiteljska klima i njezin utjecaj na razvoj djeteta*, Završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet

Filipančić, D. (2018). *Kineziološke aktivnosti i slobodno vrijeme djece*. Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet

GONG (2023). *Medijska pismenost građana Republike Hrvatske*. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose (Preuzeto 12.5.2024. s <https://gong.hr/wp-content/uploads/2023/07/MOV-Medijska-pismenost-gradana-Republike-Hrvatske.pdf>)

Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21(1), 127-136.

Jančić, A., Jurišić, K., Lončarić, A. (2019). Postmoderna i promjene u braku i obitelji. *Didaskalos: časopis Udruge studenata pedagogije Filozofskog fakulteta Osijek*, 3(3), 153-162.

Kanižaj, I., Ciboci L. (2011). *Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove - utjecaj učinci i posljedice nasilja u medijima na djecu i mlade. Djeca medija - od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska

Kimer, K. (2018). Uloga medija u obiteljskom odgoju. *Didaskalos: časopis Udruge studenata pedagogije Filozofskog fakulteta Osijek*, 2(2), 43-52.

Knezović, K., Maksimović, I. (2016). Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete. *Diacovensia*, 24(4), 645-666.

Košir, M., Zgrabljic, N., Ranfl, R. (1999). *Život s medijima. Priručnik o odgoju za medije*. Zagreb: Doron.

Krpan, K., Sindik, J., Bartaković, S. (2017). Knjižica – podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60(2-3), 265-278.

Lukaš, M., Miliša, Z., Puljić, M. (2022). Pretilost djece kao refleksija manipulativne moći medija. *Obnovljeni život*, 78(1), 105-117.

Ljubić Nežić, K. (2018). Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju. *Communication Management Review*, 4(1), 284-301.

Maleš, D. (2012). Obitelj i obiteljski odgoj u suvremenim uvjetima. *Dijete, vrtić, obitelj*, 18(67), 13-15.

Ministarstvo odgoja i obrazovanja (2019). *Kurikulum za nastavni predmet Hrvatski jezik u osnovnim školama i gimnazijama u Republici Hrvatskoj NN 10/2019*.

Ministarstvo odgoja i obrazovanja (2018). *Kurikulum za nastavni predmet Informatike u osnovnim školama i gimnazijama u Republici Hrvatskoj NN 22/2018*.

Peran, S., Raguž, A. (2018). Odnos i značenje medijskog odgoja u dječjim vrtićima: pravila i medijski izazovi. *Communication Management Review*, 4(1), 216-231.

Perić, K., Varga, V., Kotrla Topić, M., Merkaš, M. (2022). Pregled istraživanja o povezanosti upotrebe digitalne tehnologije i razvoja djece. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 31(2), 343-363.

Rečić, M. (1996). *Odgoj u obitelji*. Đakovo: Tempo d.o.o.

Relja, J. (2020). Pedagog i razumijevanje roditeljske uloge u suvremenoj obitelji. *Bjelovarski učitelj*, 25(1-3), 41-52.

Rosić, V. (2005). *Odgoj obitelj škola*. Rijeka: Žagar.

Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba (17.02.2010) *Istraživanje o korištenju Interneta, mobitela i drugih tehnologija* (Preuzeto 10.9.2024. s <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-koristenju-interneta-mobitela-i-drugih-tehnologija/>)

Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?, *Medijska istraživanja*, 18(1), 5-33.

Šimić Šašić, S. i Rodić, M. (2021). Korelati korištenja medija kod djece predškolske dobi. *Nova prisutnost*, 9(1), 167-181.

Šlogar, A. (2022). *Uloga obitelji u poticanju socijalne i emocionalne kompetencije djece*. Završni rad. Sveučilište u zagrebu: Učiteljski fakultet

Tolić, M. (2013). Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. *Pedagogijska istraživanja*, 10(1), 103-115.

Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 22(2), 97-103.

Zgrabljic Rotar, N. (2016). *Novi mediji digitalnog doba*. Zbornik Informacijska tehnologija i mediji. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji.

Zrilić, S. (2005). Autoritarni odgojni stil roditelja kao prediktor školskog neuspjeha, *Pedagogijska istraživanja*, 2(1), 125-137.

POPIS TABLICA:

Tablica 1. Odgojno-obrazovni ishodi prvog razreda koji se odnose na medije

(Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj. NN 10/2019. Preuzeto 1.9.2024 s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html)

Tablica 2. Odgojno-obrazovni ishodi drugog razreda koji se odnose na medije

(Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj. NN 10/2019. Preuzeto 1.9.2024 s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html)

Tablica 3. Odgojno-obrazovni ishodi trećeg razreda koji se odnose na medije

(Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj. NN 10/2019. Preuzeto 1.9.2024 s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html)

Tablica 4. Odgojno-obrazovni ishodi četvrtog razreda koji se odnose na medije

(Kurikulum nastavnog predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije u Republici Hrvatskoj. NN 10/2019. Preuzeto 1.9.2024 s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_10_215.html)

POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1: Udio muškaraca i žena koji su sudionici istraživanja

Grafikon 2: Dob ispitanika

Grafikon 3: Stupanj završenog školovanja ispitanika

Grafikon 4: Broj djece ispitanika

Grafikon 5: Navike roditelja u korištenju medija

Grafikon 6. Osnovni problemi na koje roditelji nailaze u odnosu djece i medija

Grafikon 7: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom da su medijski kompetentne osobe.

Grafikon 8: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu sa tvrdnjom *Učitelji i roditelji imaju podijeljenu odgovornost u medijskom odgoju djece.*

Grafikon 9: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu sa tvrdnjom *Samo učitelji trebaju medijski odgajati djecu.*

Grafikon 10: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *U dječjim emisijama i crtanim filmovima može se vidjeti previše nasilnih scena.*

Grafikon 11: Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Gledanje nasilnih scena potiče moje dijete na ponavljanje viđenog.*

Grafikon 12. Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Potrebno je više radionica za roditelje kako bi se upoznali s medijskim odgojem*

Grafikon 13. Prikaz u kojoj mjeri se roditelji slažu s tvrdnjom *Potrebno je uvesti radionice za roditelje i učitelje kako bi se dodatno medijski obrazovali*

PRILOZI

1. Odluka o etičnosti istraživanja

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Povjerenstvo za procjenu etičnosti istraživanja

ODLUKA O ETIČNOSTI ISTRAŽIVANJA

Naziv istraživanja:	Uloga roditelja u medijskom odgoju djece
Voditelj/voditeljica istraživanja (odgovorna osoba):	Lucija Franolić
E-mail adresa voditelja/voditeljice istraživanja:	lucija.franolic@student.unipu.hr
Institucija/organizacija koja provodi istraživanje:	SJD u Puli, FOOZ

Predloženi nacrt istraživanja:

1) odobrava se kao etički prihvatljiv

2) predlažu se sljedeće dorade da bude etički prihvatljiv:

Član_ice povjerenstva:

1. prof. dr. sc. Iva Blažević 

2. doc. dr. sc. Matija Jelača 

3. doc. dr. sc. Marlena Plavšić 

Datum zaprimanja zamolbe: 19. 6. 2024.

Datum donošenja odluke: 20. 6. 2024.

Datum slanja obavijesti: 20. 6. 2024.

2. Instrument

Upitnik za roditelje o medijskom odgoju

Studentica sam Sveučilišnog integriranog prijediplomskog i diplomskog Učiteljskog studija u Puli, te provodim istraživanje u svrhu pisanja diplomskog rada na temu Uloga obitelji u medijskom odgoju.

Tijekom istraživačkog postupka od Vas će se tražiti da ispunite upitnik koji sadrži pitanja o Vašim svakodnevnim navikama u korištenju medija, Vašem stavu prema medijima i medijskom odgoju. U upitnik su uključena i neka pitanja o vašim općim demografskim podacima, međutim podatak o Vašem imenu se u upitniku od vas nigdje ne traži. Molimo da na pitanja odgovarate što spontanije i što iskrenije možete te da ne izostavite niti jedno pitanje. No ako odlučite da na neka pitanja ne želite odgovoriti to ne morate učiniti i za to nećete snositi nikakve posljedice. Ako nastavite s ispunjavanjem upitnika, potvrđujete da ste informirani o istraživanju i da pristajete sudjelovati u njemu.

Unaprijed Vam se zahvaljujem,

Lucija Franolić

Ukoliko ste zainteresirani za povratne informacije o rezultatima istraživanja, kontaktirajte me na email lfranolic@student.unipu.hr

1. Spol:

2. Dob:

- a) od 25 do 30
- a) od 31 do 36
- c) od 37 do 42
- d) od 43 do 48
- e) više od 49

3. Završena škola:

- a) osnovna škola
- b) srednja škola
- c) prijediplomski studij ili viša škola
- d) diplomski studij, fakultet
- e) magisterij ili doktorat

4. Broj djece:

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 i više

5. Jesu li oba roditelja u obitelji zaposlena?

- a) da
- b) samo jedan roditelj
- c) niti jedan roditelj

Sljedećih nekoliko pitanja odnosi se na vaše svakodnevne navike vezane uz medije.

6. Molim Vas da u sljedećem pitanju zaokružite jedan broj ovisno o tome koliko vremena provodite koristeći medije.

- 1 – ne koristim**
- 2 – do sat vremena**
- 3 – 1-2 sata**
- 4 – 2-3 sata**
- 5 – više od 3 sata**

		Ne koristim	Do sat vremena	1 – 2 sata	2 – 3 sata	Više od 3 sata
1.	Koliko vremena tjedno provodite čitajući knjige?	1	2	3	4	5
2.	Koliko vremena dnevno provodite čitajući časopise ili novine?	1	2	3	4	5
3.	Koliko vremena na dan provedete gledajući televiziju?	1	2	3	4	5
4.	Koliko svog slobodnog vremena u danu provodite na internetu i društvenim mrežama?	1	2	3	4	5

7. Potičete li svoje dijete na korištenje bilo kojeg medija?

- a) da
- b) ne

8. Koristite li medije zajedno sa svojom djecom (gledate televiziju ili čitate knjige i časopise zajedno) te pritom razgovarate o sadržaju koje je dijete upravo pogledalo ili pročitao?

- a) koristimo zajedno medije, ali ne pričamo o njima
- b) koristimo zajedno medije i komuniciramo o pogledanom/pročitanoj
- c) većinom ne koristimo zajedno medije i ne komuniciramo o njima

9. Što smatrate da je najveći problem koji mediji donose za Vašu djecu? (možete odabrati više odgovora)

- a) prikazi nasilja u crtanim filmovima i videoigricama
- b) reklame
- c) modeli i uzori koje djeca prate
- d) vrijeme koje djeca provode pred ekranima
- e) laka dostupnost sadržaja koji nisu prilagođeni djeci tog uzrasta
- f) ostalo _____

10. Smatrate li da mediji mogu biti korisni i edukativni?

- a) da
b) ne

11. Navedeno je nekoliko stranica i aplikacija edukativnog sadržaja. Označite stranice i aplikacije koje ste do sada koristili.

- a) Nat Geo Kids
b) PBS Kids
c) Scratch
d) Nasa Kids Club
e) CARNET Meduza
f) ATTEND ukljUČILICA
g) Jezično govorna vježbalica
h) Jezična gradilica
i) Pisalica
j) ostalo _____
k) niti jednu

MEDIJSKI ODGOJ**12. Sljedeća pitanja vezana su uz vaše mišljenje o medijskom odgoju. Molim Vas da u svakom pitanju zaokružite jedan broj ovisno o tome u kojoj mjeri (1-5) se slažete sa izjavom.**

- 1 - Izrazito malo**
2 - U manjoj mjeri
3 - Osrednje (niti malo niti mnogo)
4 - U većoj mjeri
5 - Izrazito mnogo

		Izrazito malo	U manjoj mjeri	Osrednje (niti malo niti mnogo)	U većoj mjeri	Izrazito mnogo
1.	Smatram da sam medijski kompetentna osoba.	1	2	3	4	5
2.	Mogu definirati značenje i važnost medijskog odgoja.	1	2	3	4	5
3.	Učitelji i roditelji imaju podijeljenu odgovornost u medijskom odgoju djece.	1	2	3	4	5
4.	Samo učitelji trebaju medijski odgajati djecu.	1	2	3	4	5
5.	Bitno je poticati djecu na čitanje knjiga i časopisa u slobodno vrijeme.	1	2	3	4	5
6.	Tiskani mediji (knjige, časopisi) jednako su opasni kao elektronički mediji (radio, TV).	1	2	3	4	5
7.	Smatram da dovoljno razgovaram sa svojim djetetom o sadržajima koje pronalazi u medijima (TV, časopisi, radio)	1	2	3	4	5
8.	Imam potpunu kontrolu nad onime što moje dijete gleda na televiziji.	1	2	3	4	5
9.	U dječjim emisijama i crtanim filmovima može se vidjeti previše nasilnih scena.	1	2	3	4	5

10.	Gledanje nasilnih scena potiče moje dijete na ponavljanje viđenog.	1	2	3	4	5
11.	Reklame koje su usmjerene ka djeci su opasne.	1	2	3	4	5
12.	Prikazivanje "savršenih" osoba kao modela i uzora dovodi do problema kod djece.	1	2	3	4	5
13.	Potrebno je više radionica za roditelje kako bi se upoznali s medijskim odgojem.	1	2	3	4	5
14.	Potrebno je uvesti radionice za roditelje i učitelje kako bi se dodatno medijski obrazovali.	1	2	3	4	5

13. Jeste li ikada sudjelovali u radionicama o medijskom odgoju/medijskoj pismenosti?

- a) da
- b) ne

14. Ukoliko ste sudjelovali u radionicama o medijskom odgoju/medijskoj pismenosti, molim Vas da ukratko napišete gdje su se održavale (u školi, u sklopu posla...) i jesu li Vam bile od koristi?

SAŽETAK

Cilj ovog rada bio je istražiti i ispitati navike, mišljenja i kompetenciju roditelja djece nižih razreda za medijski odgoj. U radu su ponajprije objašnjeni faktori koji utječu na djetetov razvoj, stilovi roditeljskog odgoja te promjene kojima je tradicionalna obitelj postala suvremena obitelj. Drugi dio rada u fokus stavlja medije, ponajprije električne medije koji su danas zamijenili sve ostale. Predstavljani su pozitivni i negativni učinci medija, načini na koje mediji utječu na djecu te promjene koje su mediji donijeli u obitelji. Istraživanjem se pokazalo da iako nemaju određene navike, primjerice čitanje knjiga, ipak žele kod svoje djece usaditi zdrave navike i potiču ih. Roditelji su svjesni opasnosti koje se nalaze u medijima, no ne smatraju se dovoljno kompetentnima za medijski odgajati djecu. Roditelji se u potpunosti slažu s činjenicom da bi trebalo uvesti radionice za medijski odgoj. U radu su detaljnije opisane radionice za medijski odgoj.

Ključne riječi: obitelj, mediji, odgoj, komunikacija, radionice za roditelje i djecu

SUMMARY

The aim of this work was to investigate and examine the habits, opinions and competence of parents of children of lower grades for media education. The paper primarily explains the factors that influence the child's development, the styles of parenting and the changes that made the traditional family a modern family. The second part of the paper focuses on the media, primarily the electronic media that have replaced all others today. The positive and negative effects of the media, the ways in which the media influence children, and the changes that the media have brought about in the family are presented. The research showed that although they do not have certain habits, such as reading books, they still want to instill healthy habits in their children and encourage them. Parents are aware of the dangers in the media, but they do not consider themselves competent enough to raise their children with the media. Parents fully agree with the fact that media education workshops should be introduced. Workshops for media education are described in more detail in the paper.

Keywords: family, media, upbringing, communication, workshops for parents and children