

Stavovi roditelja o medijima i njihova povezanost s vrstom medija, vremenom provedenom na medijima i medijskim sadržajima koje predškolska djeca koriste

Bošnjaković, Mateja

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:868375>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-10**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA PEDAGOGIJU

**STAVOVI RODITELJA O MEDIJIMA I NJIHOVA
POVEZANOST S VRSTOM MEDIJA, VREMENOM
PROVEDENOM NA MEDIJIMA I MEDIJSKIM
SADRŽAJIMA KOJE PREDŠKOLSKA DJECA KORISTE**

Diplomski rad

Mateja Bošnjaković

Zagreb, 2023.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za pedagogiju

**STAVOVI RODITELJA O MEDIJIMA I NJIHOVA POVEZANOST S
VRSTOM MEDIJA, VREMENOM PROVEDENOM NA MEDIJIMA I
MEDIJSKIM SADRŽAJIMA KOJE PREDŠKOLSKA DJECA KORISTE**

Diplomski rad

Mateja Bošnjaković

Mentor: prof. dr. sc. Edita Slunjski

Zagreb, 2023.

Sažetak

Mediji su svugdje oko nas te je gotovo nemoguće pobjeći od njihovog utjecaja na naš život. Možemo reći da su oni naši životni suputnici te neminovno postajemo njihovi korisnici već od predškolske dobi. Upravo iz tog razloga bitno je da imamo dobre uzore za korištenje medija pri čemu se postavlja pitanje: „Tko je naš primarni uzor u toj dobi?“ te „tko nas treba poučiti sigurnom korištenju medija?“. Naime, ulogu primarnog uzora pri korištenju medija djece u predškolskoj dobi, dobrovoljno ili prisilno, preuzimaju roditelji. Oni su zaduženi za kreiranje sigurnog i kvalitetnog medijskog okruženje za svoju djecu te se trebaju pobrinuti da djeca budu upoznata s pozitivnim i negativnim stranama koje mediji nose kako bi ih mogli najkvalitetnije koristiti. Važno je uzeti u obzir da je to zadaća roditelja usprkos primjerice njihovom stavu, koji može biti pozitivan ili negativan, njihovim medijskim navikama ili ,uopće, dovoljno dobrom v poznavanju medija i medijskoj pismenosti. S obzirom na to, u sklopu ovoga rada nastoji provjeriti u kojoj su točno mjeri njihove medijske navike, stavovi prema medijima te medijska pismenost povezani s medijskim navikama predškolske djece.

U istraživanju je sudjelovalo 55 ispitanika koje su činili roditelji predškolske dobi s područja zagrebačke županije. Provedeno istraživanje bilo je kvantitativnog tipa te je metodu prikupljanja podataka bilo online anketiranje putem anketnog upitnika. Istraživanje je pokazalo da stavovi roditelja imaju značajnu povezanost s jednom trećinom promatranih medijskih navika djece, dok njihove medijske navike i poznavanje medijske pismenosti nije pokazalo značajnu povezanost s medijskim navikama predškolske djece.

Ključne riječi: mediji, medijske navike, medijska pismenost, roditeljski stavovi

Summary

Media is everywhere around us and it is almost impossible to overcome its influence on our life. We can say that they are our "companions" in life and that we inevitably become their users from preschool age. Because of that it is of the most importance that we have good role models for the use of the media, whereby the question arises: "Who is our primary role model at that age?" and "who should teach us how to use the media

safely?". Namely, the role of the primary role model in the media use of preschool children, voluntarily or forcibly, is assumed by parents.

They are in charge of creating a safe and high-quality media environment for their children, and they should make sure that the children are familiar with the positive and negative aspects of the media so that they can use them in the best way possible. It is important to take into account that this is the parents' task despite their attitude, which can be positive or negative, their media habits or their own sufficiently good knowledge of the media and media literacy.

With this in mind, goal of this master's thesis is to check to what extent parents media habits, attitudes towards the media and knowledge of media literacy are connected to the media habits of their preschool children. 55 respondents participated in this research and they were all from Zagrebačka županija (Zagreb country). The conducted research was of a quantitative type and the method of data collection was online surveying via a survey questionnaire.

The research showed that parents' attitudes have a significant connection with one third of the observed media habits of children, while their media habits and knowledge of media literacy did not show a significant connection with the media habits of preschool children.

Key words: media, media habits, media literacy, parents' attitude

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Teorijska polazišta rada	3
2.1. Što su mediji?	3
2.1.1. Masovni mediji	4
2.1.2. Funkcije i uloga medija.....	5
2.1.3. Vrste električnih medija	6
2.1.3.1. Televizija	7
2.1.3.2. Radio	7
2.1.3.3. Internet	8
2.2. Djeca i mediji	9
2.2.1. Pozitivan utjecaj medija	10
2.2.2. Negativan utjecaj medija.....	12
2.2.2.1. Rizična ponašanja predškolske djece	12
2.3. Uloga roditelja u odnosu djece i medija	14
2.4. Medijski odgoj i obrazovanje	16
2.4.1. Medijska pismenost	18
2.4.2. Medijska kompetencija	19
2.5. Stavovi roditelja o medijima	20
3. Empirijski dio rada	21
3.1. Problem i cilj istraživanja	21
3.2. Hipoteze istraživanja.....	21
3.3. Osnovne varijable	22
3.4. Način provođenja istraživanja	22
3.5. Uzorak	23
3.6. Postupci i instrument istraživanja	23
3.7. Obrada podataka.....	24
4. Analiza rezultata	24
4.1. Negativan stav prema medijima prevladava kod roditelja predškolske djece	24
4.2. Pozitivan / Negativan stav roditelja prema medijima značajno je povezan s medijskim navikama predškolske djece	27
4.3. Medijske navike predškolske djece značajno su povezane s medijskim navikama roditelja (vrijeme provedeno koristeći medije, svrha korištenja medija i najzastupljenija korištena vrsta medija).....	30

4.4. <i>Medijska pismenost roditelja značajno je povezana s medijskim navikama predškolske djece</i>	32
5. Rasprava	34
6. Zaključak	38
7. Literatura	41
8. Prilozi	46

1. Uvod

U suvremenom društvu svakodnevno se može čuti pojam mediji. Njegovih definicija ima mnogo, međutim u aspektu ovog rada mi ćemo na medij gledati kao na svako posredno sredstvo preko kojega se mogu prenijeti poruke, vijesti i obavijesti (Hrvatska enciklopedija).

Utjecaj medija na društvo svakodnevna je tema kritičara, međutim postavlja se pitanje, kakav utjecaj imaju na najmlađe članove istoga; predškolsku djecu ili djecu u ranom djetinjstvu. Poznato je da mediji imaju pozitivne i negativne učinke, međutim kakvi su oni dominantno kada su u pitanju suvremena djeca? Koje funkcije mediji tada preuzimaju, te Ispunjavaju li oni njihove suvremene potrebe kao što su informiranje ili edukacija.

Mediji su promjenjiv fenomen. Razvijaju se i mijenjaju sukladno razvoju i potrebama društva. Takva karakteristika sa sobom nosi dodatne zadaće za sve medijske korisnike, neovisno o njihovoj dobi. Primjerice, generacije *Baby Boomer-a*, x i y imale su pristup drugačijim vrstama medija; tisak, VHS, radio, dok primjerice suvremena generacija (Z) ima pristup potpuno drugačijim medijima; Internet, računala, pametni telefoni. S obzirom na to starije generacije primorane su usvajati nove kompetencije, znanja i vještine kako bi se sigurno i kvalitetno mogle snalaziti u suvremenom medijskom svijetu. Uz razvoj vlastitih kompetencija korištenja medija, moraju biti otvoreni i za pojave novih medija te prenošenje saznanja o njima svojoj djeci. Naime, kao jedna od novih zadaća suvremenog svijeta, osim razvoja medijske kompetencije, pojavljuje se potreba za medijskim odgojem djece, čiju dominantnu ulogu preuzimaju roditelji. Drugim riječima, uz odgoj i obrazovanje djece javlja se potreba za podučavanjem o medijima, njihovom korištenju, njihovim pozitivnim i negativnim stranama te selekciji kvalitetnih sadržaja. (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021, Čosić Pregrad, 2019).

Svakodnevno korištenje medija, rezultira oblikovanjem vlastitih medijskih obrazaca ponašanja ili vlastitih medijskih navika kojima su izloženi i drugi korisnici. U ovome slučaju roditelji i starije generacije (ranije spomenute) stvaraju vlastite medijske navike, a njima su izložena djeca i mladi. S obzirom na to, važno je da roditelji osvijeste kako

njihovo dijete, gledajući njihove obrasce ponašanja, oblikuje i svoje. Postavlja se pitanje: „U kojoj mjeri su zapravo medijske navike roditelja i medijske navike djece povezane?“ i „Postoji li statistički značajna povezanost između njih?“. Upravo to je jedno od pitanja s kojim ćemo se u nastavku ovoga rada bavite.

Nadalje, korištenjem medija, oblikuju se i stavovi prema njima, koji mogu biti pozitivni ili negativni, ovisno o iskustvima, strahovima, predrasudama ili izučavanju istih. U okviru medijskog odgoja, važno je da roditelji pripaze na vlastite stavove te da nastoje svoju djecu o medijima podučavati objektivno, prikazujući i njihove prednosti i mane. Ne taj način njihova djeca oblikovat će objektivne stavove i biti upućena u sve mogućnosti medija; pozitivne i negativne.

Sukladno svemu rečenom do sada, ovaj rad bazirat će se na traženju povezanosti između roditeljskih stavova o medijskom utjecaju na predškolsku djecu i medijskim navikama njihove djece. Nadalje, proučavat će postoji li povezanost između medijskih navika roditelja, medijske pismenosti roditelja i medijskih navika njihove djece.

Diplomski rad sastojat će se od dva dijela: teorijskog i empirijskog dijela. Na početku teorijskog dijela rada definirani su pojmovi medija, masovnih medija i električnih medija kao što su televizija, radio i Internet. Nastavno na to prikazan je odnos između medija i djece na principu navođenja mogućih pozitivnih, ali i negativnih utjecaja koje mediji mogu imati za djecu, a nakon toga, završno za teorijski dio rada, navodi se moguće rješenje i pomoć pri stvaranju kvalitetnog odnosa između medija i djece tako da se navode pozitivne strane poznavanja medijske pismenosti te uloga roditelja u stvaranju kvalitetnog odnosa između istih. U empirijskom dijelu rada predstavljeni su: problem i cilj istraživanja, hipoteze istraživanja i osnovne varijable istraživanja, način provođenja istraživanja, uzorak istraživanja, postupci i instrumenti koji se u istraživanju koriste i način obrade podataka istraživanja. Detaljno se analiziraju podaci te empirijski dio rada završava raspravom, a sam diplomski rad završava se zaključkom.

Smatram da je obrada ovakve teme i povezivanje ovih varijabli od velike važnosti u suvremenom svijetu. Važno je shvatiti kako naši stavovi, naše navike, ali i naše poznavanje medija i medijska pismenost (ne)može utjecati na našu djecu i na buduće naraštaje. Ovakvo istraživanje može doprinijeti našoj svijesti o tome i pomoći nam u budućem djelovanju; kao roditeljima, ali i pedagoškim djelatnicima.

2. Teorijska polazišta rada

2.1. Što su mediji?

„Medij“, odnosno „mediji“ su riječ za koju možemo reći da je obilježila i okarakterizirala suvremeno društvo. Latinskog je podrijetla te u prijevodu označava sredinu ili sredstvo (Hrvatska enciklopedija), a u pedagoški terminologiju, navode Bogнар i Matijević (1993), stigao je iz engleske literature gdje je označavao isto; medium – sredina, sredstvo, medij. Oni su složen fenomen podložan promjenama kojeg je, iz tog razloga, teško jednoglasno definirati.

U komunikacijskim znanostima mediji se definiraju kao tehničko sredstvo pretvorbe poruke koja se može slati preko nekog kanala dok bi primjerice u sociologiji bio shvaćen kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije u kojem se govori o politici, gospodarstvu, odgoju i drugo (Jurčić, 2017). Pedagogija ili pedagoška definicija ih određuje kao sredstvo komunikacije i prenošenja vijesti, odnosno kao sustav javnog informiranja koji nam služi za diseminaciju vijesti, a sve to u svrhu educiranja, informiranja i zabave društva (Jurčić, 2017). Oni su duboko su ukorijenjeni u našem društvu, te su korišteni od strane svih dobnih skupina, a ponajprije od djece i mladih. Provedena istraživanja pokazuju da, djeca, medije počinju koristiti već od svoje 3 godine života, pri čemu je najkorišteniji medij televizor kojeg dnevno koriste između 2,5 i 4 sata, a vrijeme korištenja istog povećava se sukladno dobi i rastu djece (Sindik, 2011). Nadalje, mediji u društvu mogu preuzeti ulogu posrednika. Ovakvu perspektivu pogleda na medije, zagovara autorica Čakmazović u svojem priručniku gdje ističe da oni posreduju između onoga što znamo i razumijemo i onoga što ne znamo. Drugim riječima mediji određuje kao posrednike između primatelja informacija i same informacije kroz koju tumačimo i doživljavamo zbilju (Čakmazović, 2021). Didaktika, za objašnjavanje i definiranje fenomena medija, najčešće citira definicija njemačkog didaktičara G. Dohmena koji kaže da mediji označavaju nosioca ili posrednika informacija u didaktičko funkcionalnim vezama. Drugim riječima, u didaktici se mediji počinju shvaćati kao nosioci pojedinih funkcija unutar prenošenja i posredovanja informacijama te kao sredstva prenošenja komunikacije (Bogнар, Matijević, 1993).

Mediji se mogu shvatiti i kao društvene institucije jer nastaju kao odgovor na potrebe društva za razmjenu informacija i javnu komunikaciju. U tu kategoriju medija spadaju primjerice: film, radio i televizija (Jabmrušić, 2011). Nastavno na ovu tezu, Dulčić (2014), govori kako se oni razvijaju usporedno s društvom, društvenom okolinom i njegovim karakteristikama, odnosno da prate napredak društva unutar kojeg se nalaze. Što više društvo napreduje, to se više i oni mijenjaju, razvijaju i napreduju. Sve to dovodi do pojave novih vrsta medija, ali i promjena i prilagodbi u tradicionalnim i starijim vrstama (Dulčić, 2014).

Medijima se pridaje velik broj karakteristika i opisa te možemo zaključno reći da ne postoji jedna definicija koja ih sve objedinjuje, međutim usprkos tome svi autori, neovisno s kojeg područja se pojam sagleda, navode jednu karakteristiku kao stalnu, a to je da su oni društveni fenomen određen povijesnim i kulturnim kontekstom, odnosno da se ovisno o potrebama društva mijenjaju i razvijaju (Bognar, Matijević, 1993, Čakmazović, 2021).

Najveći procvat i vrhunac svojeg razvoja, mediji, su doživjeli sredinom 20. stoljeća i početkom 21. stoljeća razvojem tehnologije i njihovim međusobnim povezivanjem čime je bilo moguće doprijeti do većeg broja ljudi, šire publike, veće gledanosti i slušanosti, te do kvalitetnijeg i bržeg prenošenja poruka i informacija (Čakmazović, 2021). Dolaskom do toga, medijima se počinje pridjevati pridjev masovni.

2.1.1. Masovni mediji

Masovni mediji označavaju skupni naziv za sva sredstva masovnog priopćavanja, odnosno za sva komunikacijska sredstva i sredstva javnog priopćavanja i ustanove koje imaju utjecaj na velik broj čitatelja, gledatelja i slušatelja (Hrvatska enciklopedija). Oni su: “institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva” (Jabmrušić, 2011, str. 254). Stvaraju masovne auditorije, a ne samo publiku.

Njihovom pojavom došlo je do prekretnice u širenju ideja i informacija (Jurčić, 2017), a njima smatrati knjige, televiziju, radio i internet (Hrvatska enciklopedija). Oni su sredstva komunikacije među ljudima koja su, kao i obični mediji, podložni razvojnim

promjenama uvjetovanim znanstveno-tehnološkim revolucijama te kao sredstva selekcije, proizvodnje i distribucije medijskih sadržaja, a posebice sadržaja masovne kulture (Ilišin, 2003). Sadrže više potkategorija, ali najrasprostranjeniju kategoriju masovnih medija čine elektronički masovni mediji koji su nastali povezivanjem medija i elektroničkih uređaja. U njih spadaju audiovizualni programi, radijski programi te elektroničke publikacije (Hrvatski sabor, 2009). Upravo ovom vrstom masovnih medija su gotovo sva društva i kućanstva okarakterizirana. Može se čak argumentirati da su, u jednu ruku, mediji nametnuti društvu, odnosno da su postavljeni kao relevantna društvena institucija u komunikacijskom i socijalizacijskom procesu društva te da su zato sveprisutni u kućanstvima (Mandarić, 2012). Naime, djeca, od svojeg rođenja odrastaju u svijetu medija. Neizbježno je da će u svojem okruženju naići na televizor, radio ili neki drugi aparat koji proizvodi zvukove, tisak ili drugi oblik medija koji služi za komunikaciju ili informiranje. Njihova Integracija i navikavanje na njih dogodilo se i događa se vrlo brzo i gotovo neprimjetno jer su oni postali dio naše svakidašnjice (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001).

2.1.2. Funkcije i uloga medija

Mediji imaju različite funkcije i uloge u društvu, a one, kao što smo spomenuli u prethodnom odlomku variraju i mijenjaju se ovisno o napretku i potrebama društva, ali i području s kojeg su sagledani (Dulčić, 2014). Pitanjem njihovih funkcija bavili su se različiti autori kroz povijest. Lazarsfeld i Merton među prvima su istaknuli da mediji imaju 3 funkcije; povećavanje ugleda i autoriteta pojedinaca ili skupine, pojačavanje socijalnih normi te moguće izazivanje nesudjelovanja i pasivnosti. U istom periodu Lasswell predstavio je drugačiji model u kojem je istaknuo da mediji služe promatranju i kontroli okruženja, uspostavi odnosa između dijelova društva te prijenos socijalne i kulturološke baštine na buduće generacije. Ove funkcije naknadno je proširio Wright kada je dodao i funkciju zabave i formulirao klasična pitanja funkcionalističkog istraživanja masovnih komunikacija (Kunczik, Zipfel, 2006). Autori Russ-Mol i Zagora-Keršer izdvojili su čak 8 različitih funkcija; informacija, artikulacija, agenda setting, kritika i kontrola, obrazovanje, socijalizacija i vodstvo, integracija i zabava dok je autor Bertrand izdvojio: promatranje sredine kroz selekciju i analizu informacija,

osiguravanje socijalne komunikacije kroz stvaranje uvjeta za javne disekcije, predstavljanje slike o svijetu, prenošenje kulture, prinos sreći i zabavi te prodaja. Osim ovih autora, funkcijama medija bavila se i prof. dr. Martinčić koja je kao njihove osnovne funkcije navela: informiranje, selekcijsku i interpretacijsku, eksplikaciju, obrazovanje, estetiku i zabavu (Jurčić, 2017).

Gledajući navedeno, većina autora ističe nekolicinu karakteristika koje se ponavljaju: obrazovanje, zabava i informiranje.

Mediji posjeduju i društvene funkcije; informiranje, stvaranje javnosti, artikulacija, posredovanje, kompenzacija, redukcija kompleksnosti, socijalizacija, komunikacija, odgoja i obrazovanje, integracija, rekreacija i zabava. Navedene funkcije najbliže su pedagoškom definiranju medija s obzirom na to da se u definicijama uvijek ističe medij kao sredstvo informiranja, komunikacije/socijalizacije te zabave. Uz to, predškolska djeca medije znatno najviše koriste zbog njihove zabavne, reakcijske i odgojno-obrazovne svrhe (Kunczik, Zipfel, 2006).

Jasno je vidljivo da autori drugačije gledaju na funkcije medija i na njihove uloge u društvu, međutim svaki medij, ovisno o njegovoj prirodi ima predodređenu funkciju. Drugim riječima za prenošenje informacije i poruke uvijek će se koristiti onaj medij koje će najefikasnije prenijeti potrebnu informaciju između pošiljatelja i primatelja poruke (Jurčić, 2017). Prema istraživanjima najkorišteniji i najzastupljeniji medij za upravo to, prenošenje poruka i informacija, u svijetu je televizor. On je “audiovizualni medij osobito složene tehnologije” (Jurčić, 2017, str. 132), koji pruža zabavu i zadovoljstvo gledateljima prenoseći pritom potrebne poruke i informacije (Jurčić, 2017).

2.1.3. Vrste električnih medija

U prethodnom dijelu rada spomenula sam da su električni mediji oni mediji koji, za svoje funkcije i korištenje, koriste elektroničke uređaje. Prema tome možemo zaključiti da u njih spadaju televizija, radio i Internet. Uređaji kao što su mobitel, tablet i računalo pripadaju internetu kao mediju zato što oni služe kao elektronički uređaj pomoću kojeg

se on koristi dok televizija i radio predstavljaju zasebne vrste medija (Xie-Cornell, 2015).

2.1.3.1. Televizija

Televizija se, kao masovni medij, pojavljuje potkraj 1920. godine. Sam pojam, televizija, latinskog je porijekla, a u prijevodu označava „predstavu“ (Hrvatska enciklopedija). Iako spada među najstarije medije i dalje predstavlja jedan od najpopularnijih i najkorištenijih masovnih medija današnjice, a objedinjuje sliku, zvuk i pisanu poruku kroz koje gledateljima prenosi informacije i obavijesti (Hrvatska enciklopedija). Kao masovni medij namijenjena je za veliku publiku koja uključuje djecu i odrasle (Xie-Connell, 2015). S obzirom na to njezini sadržaji su raznorazni te variraju od primjerenih do neprimjerenih, a djeca kao jedni od najčešćih konzumerista ove vrste medija mogu biti izloženi i jednoj i drugoj vrsti što može imati pozitivne, odnosno negativne posljedice.

Djeci je televizija posebno privlačna zbog toga što putem nje zadovoljavaju svoju potrebu za istraživanjem i otkrivanjem svijeta oko sebe te svoju znatiželju (Mlinarević, 2004). Negativne posljedice korištenja ovog medija u predškolskoj dobi variraju od izlaganja neprimjerenih seksualnim sadržajima, izlaganja neprimjerenom jeziku i usvajanje istoga, smanjenja vremena za školske obaveze i igranja s prijateljima do izlaganja obrascima agresivnog ponašanja i usvajanje istih i drugo, dok neke od pozitivnih posljedica mogu biti usvajanje novih vještina, znanja i interesa, poboljšanje čitanja i učenje o novim pojavama (Paediatr Child Health, 2003).

2.1.3.2. Radio

Radio je masovni medij koji se temelji na prijenosu govora i zvuka putem radio valova, a razvio se u prvih 20. godina 20. Stoljeća (Hrvatska enciklopedija) te je kao i televizija namijenjen informiranju široke publike. Usprkos velikom uspjehu i popularnosti televizije ostao je jedan od najpopularnijih medija i dan danas, a godine 2020. i 2021. doživio je dodatni procvat u okviru pandemije Covid-19 virusa.

Usprkos tome, što je kao i radio, televizija namijenjena informiranju publike i gledatelje, istraživanja su pokazala kako ljudi imaju veću tendenciju i povjerenje prema

informacijama koje čuju preko radija nego preko njega (UNESCO, 2022). Iako nema određenu dobnu skupinu kojoj je namijenjen najčešće ga koriste odrasli, a manje djeca iako niti njima nije stran. Istraživanje u hrvatskoj pokazalo je da radio nije među pet najpopularnijih masovnih medija koje djeca koriste iako može imati mnogo pozitivnih posljedica kao što su, primjerice, razvoj mašte (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2017)

2.1.3.3. Internet

Internet potječe od engleske riječi Inter + net [work] što u prijevodu znači mrežu ili mrežni sustav, a označava svjetski sustav međusobno povezanih računala. On predstavlja osnovu suvremene elektroničke komunikacije te kao i televizor, objedinjuje zvuk, sliku i tekst (Hrvatska enciklopedija). On je medije masovne komunikacije koji, za razliku od televizije ili radija, nije reguliran niti zapošljava ljude koji uređuju njegove sadržaje. On povezuje i međusobno udružuje više različitih oblika komunikacijskih odnosa, kao što su čuvanje i razmjena informacija, reprodukcija i razmjena komunikacijskih kanala (Oblak, 2002). Internet, kao takav, predstavlja hipermedijsko okruženje i platformu koja svojim korisnicima omogućava međusobnu komunikaciju i interaktivni pristup sadržajima, a omogućio je i konvergiranje tradicionalnih medija i njihovu modernizaciju čime je došlo do pojave različitih portala, televizije na zahtjev i radija na zahtjev.. Uz modernizaciju tradicionalnih medija došlo je i do pojave novih mediji kao što su YouTube, Facebook, Twitter i druge platforme a njihova odlika je u tome što su primatelji informacija ujedno i njihovi pošiljatelji (Zgrabljic Rotar, 2017). On nema dobno ograničenje te je, sukladno tome, dostupan djeci već u najmlađoj dobi, odnosno u predškolskoj dobi. Djeca internetu mogu pristupiti putem svojih računala, mobitela, tableta ili drugih električnih uređaja koji se na njega mogu spajati te nudi neograničene mogućnosti, pri čemu može biti izvor pozitivnih iskustava i utjecaja, ali i izvor opasnosti i negativnih utjecaja. Pozitivni utjecaju mogu se ogledati u razvoju mašte, kreativnosti, širenje vidika, usvajanje novih znanja, zabavi, komunikaciji s vršnjacima i drugo, a negativne u pojavi *Cyberbullying-a* odnosno zlostavljanja preko interneta, mogućnosti izlaganja govorima mržnje ili neprimjerenom jeziku tijekom istraživanja, nailaska na neprimjerene vizualne

sadržaje, gubitku privatnosti, izlaganju sadržajima koji mogu potaknuti pojavu rizičnih ponašanja i drugo (UNICEF, 2022).

Istraživanja provedena u Americi i Hrvatskoj pokazuju da, gotovo, ne postoji obitelj s predškolskom djecom koja u svojoj kući ne posjeduje televizor (čak 96,6 posto kućanstava u Americi posjeduje TV). U Hrvatskoj 99,9% obitelji posjeduje TV-a u kućanstvu, 85% posjeduje tableta, 65% posjeduje igrače konzola, a prosječan broj posjedovanja masovnih medija u kućanstvu procijenjen je na broj šest (Šašić, Radić, 2020).

2.2. Djeca i mediji

Mediji su laku dostupni i jednostavni za korištenje. Iz tog razloga veliki naglasak se stavlja na uloge, utjecaj i odgovornost koje mediji trebaju imati prilikom prenošenja sadržaja i poruka, a pogotovo kada su u pitanju djeca. Oni predstavljaju pasivne konzumeriste medijskih sadržaja, a to proizlazi od činjenice da su okruženi medijima već od rođenja te da su neizbježno u kontaktu s njima. Mediji, sukladno tome, utječu na njihova društvena ponašanja, nezaobilazno su sredstvo u informiranju, formiranju, prenošenju vrednota, stvaranju njihovih vizija svijeta i života te na oblikovanje njihovih životnih stilova i identiteta (Mandarić, 2012).

Nagli razvoj masovnih medija, kao što je televizor, doveo je do toga su se oni nametnuli kao jedan od neizbježnih komponenti socijalizacijskog procesa kod djece te su postali ključni u oblikovanju njihovih stavova i ponašanja. Na ovo je dodatno utjecala pojava internetske mreže, kao najvećeg medija suvremenom društva, te je postalo iznimno teško regulirati razvoj medija s njihovim pozitivnim, ali i mogućim negativnim utjecajima na predškolsku djecu (Bobinac, Radin, 2001)

Mlađa djeca sklonija su utjecaju medija i usvajanju određenih ponašanja (negativnih ili pozitivnih), stavova i emocija jer njihove “kognitivne i emocionalne sposobnosti te sposobnosti moralnog rezoniranja...nisu dovoljno razvijene da samostalno procesuiraju poruke tako da ih štiti od negativnog utjecaja” (Potter 2013 prema Bartaković, Sindik, 2016, str. 97). Što su djeca mlađa to su manje sposobna zaštititi se od utjecaja medija, a što su starija to su manje sklona utjecaju medija (Ilšin, 2003). Medijski utjecaj na njih

može se razmatrati kroz tri različita pristupa: Kultivacijski pristup, kroz teoriju ograničenog efekta i kroz teoriju roditeljske medijacije.

Kultivacijski pristup govori o tome kako su posljedice izloženosti djece medijima pojedinačno male, međutim kumulativno velike. Drugi pristup ili takozvana teorija ograničenih efekata govori o tome kako su mediji posredovani od strane socijalnih odnosa koji utječu na kontrolu, filtriranje i interpretaciju medijskih iskustava. Zadnje polazište kreće od teorije roditeljske medijacije koja navodi da roditelji imaju iznimno važnu ulogu u reguliranju onoga što djeca kroz medije usvajaju. U ovome radu, primarno ću se baviti upravo ovom trećom teorijom, odnosno time da roditelji imaju veliku ulogu u posredovanju između djece i medija (Bartaković, Sindik, 2016). O roditeljskoj medijaciji reći ću nešto više u nastavku rada. Ljubić Nežić (2018) ističe da roditelji imaju iznimno veliku ulogu u tome što djeca smatraju ispravnim te da na njih gledaju kao na partnere u igri i aktivnostima. U njima traže potvrdu za svoja mišljenja i stavove, a uz to, roditelji su im model ponašanja. Oni su primarni agensi socijalizacije i učenja, dok mediji u ovome aspektu čine sekundarni oblik socijalizacije i usvajanja ponašanja, stavova i emocija (Ilšin, Martinović Bobinac, Radin, 2016).

Utjecaj medija uvelike ovisi i o izboru medija, o vremenu korištenja medija, odabranim sadržajima medija, društvenom okruženju te o uvjetima korištenja, odnosno o medijskim navikama korisnika. Sve ove varijable koje sam navela mogu imati i pozitivan, ali i negativan utjecaj na djecu, te je važno dobro poznavati medije i njihove mogućnosti kako bi se oni kvalitetno koristili. Mediji sami po sebi nisu loši niti dobri, ali njihov utjecaj određuje način na koji se koriste (Šimić Šašić, Rodić, 2020). Što se tiče samih medijskih navika, kroz istraživanja, je ustanovljeno je različiti socioekonomski statusi uvelike utječu na selekciju medija i generalno medije koje djeca koriste. Primjerice, djeca iz slabijih socioekonomskih obitelji više gledaju televizor, dok djeca iz bolje stojećih obitelji više koriste računala ili tiskane medije. Djevojčice češće slušaju radio, dok dječaci više koriste računala i video igrice (Ilšin, 2003).

2.2.1. Pozitivan utjecaj medija

Kada se govori o medijima i njihovom utjecaju na djecu najčešće se spominju i naglašavaju samo negativne strane, no bitno je medijima pristupiti objektivno. Postoji

mnogo negativnih posljedica koje mediji nose, ali u jednakom broju imaju i pozitivne strane (Sindik, 2012).

Prva i osnovna funkcija medija je informiranje korisnika. Svaki ljudsko biće ima pravo na informiranje te se kroz medije to pravo ostvaruje (Opća deklaracija o ljudskim pravima, 1948, Konvencija o pravima djeteta 1989). Mogu biti edukativni i zabavni, a njihove glavne pozitivne funkcije ogledaju se u stjecanju novih znanja i umijeća, bogaćenju moralne i socijalne dimenzije, usvajanju novih stvaralačkih sposobnosti, te usvajanju kulturnog nasljeđa (Jurčić, 2017). Oni mogu preuzeti i obrazovnu ulogu te pozitivno utjecati na djetetov odgoj i obrazovanje, a u istraživanjima se pokazalo da gledanje edukativnih i obrazovnih programa pozitivno djeluje na dječji vokabular i spremnost za školu (Jurčić, 2017).

Kvalitetni edukativni medijski sadržaji su oni sadržaji koji:

- *djecu potiču na interakciju,*
- *postavljaju zagonetke i pitanja,*
- *zadaju zadatke,*
- *podižu samopouzdanje,*
- *ponavljaju ključne poruke,*
- *koriste rime i jednostavan jezik,*
- *koriste pozitivne uzore od kojih djeca mogu učiti i preuzimati pozitivne obrasce ponašanja,*
- *izbjegavaju neprimjerene i nasilne sadržaje,*
- *inkluzivni su te*
- *uključuju sve skupine društva u svoje sadržaje* (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021).

Nadalje, visokokvalitetni sadržaji utječu na pismenost i matematičke vještine djece, a potvrđeno je i da korištenje medija utječe na stjecanje širokog spektra novih znanja, akademskih, komunikacijski i interpersonalnih vještina, te na pobuđivanje novih interesa kod djece. Oni utječu na razvoj pro socijalnog ponašanja, empatijsku zabrinutost i nižu razinu agresivnog ponašanja te mogu pomoći u vizualizaciji teških koncepata. Djeca pomoću njih mogu kroz igru, akciju i istraživanje učiti nove sadržaje, a korištenje virtualnih igara i električnih medija može poboljšati kognitivne vještine

djeteta te utjecati na njegovu ustrajnost u rješavanju zadataka (Šimić Šašić, Rodić, 2020).

2.2.2. Negativan utjecaj medija

Kada govorimo o negativnom utjecaju medija, trebamo spomenuti da djeca imaju najveću vjerojatnost biti podvrgnuta upravo takvom utjecaju, ako se mediji ne koriste na kvalitetan način. Najčešće spomenute negativne strane medija su poticanje rizičnog, negativnog i agresivnog ponašanje kod djece, takozvana „krađa vremena“ i to da dovode do otuđivanja djece i udaljavanja od stvarnosti (Sindik,2011).

Mediji zahtijevaju aktivan pristup sadržajima, dok djeca, kao što je ranije navedeno, u predškolskoj dobi još nemaju razvijene kognitivne sposobnosti kritičkog primanja medija te se može dogoditi da ih mediji zastrane od stvarnog svijeta odnosno uvuku u svijet mašte . Što se tiče, aspekta krađe vremena, u prethodnom tekstu navela sam da predškolska djeca ispred medija provode prosječno (televizora) 2,5 - 4 sata što s godinama raste. Vrijeme provedeno pred medijima oduzima vrijeme za druge aktivnosti kao što su hobiji ili provođenje vremena s prijateljima, djeca se manje kreću i zapostavljaju igru kao glavni oblik učenja i zaustavljaju školske, ali i druge obaveze (Sindik, 2011).

Istraživanja su pokazala kako postoji povezanost između pretjeranog korištenja medija u predškolskoj dobi i kašnjenja kognitivnog, socioemocionalnog i jezičnog razvoja (Šimić Šašić, Rodić, 2020). Utvrđene su i poveznice između neadekvatnog medijskog sadržaja i agresivnog ponašanja, misli i osjećaja kod djece, razvoja stereotipa, pretilosti, poremećaja pažnje i manjka socijalizacije. Još neki od negativnih utjecaja medija mogu se vidjeti u pretjeranom konzumerizmu sadržaja koji se u medijima spominju, opsjednutosti zabavom, manipulacijom i drugom (Jurčić, 2017).

2.2.2.1. Rizična ponašanja predškolske djece

Rizično ponašanje ima različite definicije, međutim najčešće se povezuje s ponašanjem koje je opasnog karaktera te može ugroziti osobu koja ga prakticira, druge osobe ili grupe u okolini. Takva ponašanja su iritirajućeg karaktera i netolerantna ta iziskuju

reakciju na njih (Đuranović i Opić, 2013, prema Nazor i suradnici, 2002). Manifestiraju se drugačije ovisno o dobi djeteta, a u predškolskoj dobi, najčešća dolaze u obliku:

- *prkosa,*
- *nametljivosti,*
- *agresivnosti,*
- *laži,*
- *potištenosti i*
- *povučenosti.*

Na njihov razvoj utječu rizični čimbenici, odnosno svi utjecaji koji mogu dovesti do pojave prvog rizičnog ponašanja kod djeteta te do njegova napredovanja prema ozbiljnom problemu. Rizični čimbenici najčešće se vežu za obiteljsku sliku djeteta pri čemu premisu rizičnog ponašanja predstavljaju:

- *život s jednim roditeljem,*
- *nesuglasice i prepiranje unutar obitelji,*
- *slabiji socioekonomski status i*
- *zlostavljanje ili zanemarivanje u obitelji* (Đuranović, Opić, 2013)

Osim obiteljskih rizičnih čimbenika, s manifestacijom rizičnih ponašanja povezani su i vanjski čimbenici. Jedne od njih su mediji koji mogu pozitivno oblikovati stavove djece i pozitivno utjecati na razvoj njihovog pro socijalnog ponašanja; društveno prihvatljivog ponašanja, međutim u jednakoj mjeri utječu i na razvoj rizičnog ponašanja (Zloković, Vrcelj, 2010).

Za primjer možemo uzeti televizor. Statistički gledano, on je najkorišteniji medij predškolske djece, međutim njegovi sadržaji nisu uvijek prilagođeni predškolskoj publici te prilikom njegovog korištenja djeca se mogu izložiti nasilnim, agresivnim, grubim, neprijateljskim scenama koje se onda mogu manifestirati u njihovom ponašanju. To proizlazi iz činjenice da su djeca, ranije spomenuto, pasivni konzumenti medijskih sadržaja koji utječu na oblikovanje njihovih stavova, vizije i ponašanja (Mandarić, 2012).

Uz funkcije medija često se još veže i pitanje: „pogoduju li oni i njihovo korištenje razvoju kritičkog mišljenja ili autoritarne svijesti primatelja?“. Odgovori na njega su podvojeni. Postoje autori koji tvrde da masovni mediji doprinose održavanju standardiziranog i uniformnog načina razmišljanja, dok drugi autori tvrde da oni mogu doprinijeti razvoju i poticanju kritičkog mišljenja kod pojedinca.

Razvojem masovnih medija i suvremenih električnih uređaja, potreba za kritičkim promišljanje postaje „manje potrebna“. Oni se baziraju na vizualnom doživljaju čime se ostavlja malo prostora, ali i potrebe, za promišljanje o korištenim sadržajima. Suprotno njima, tradicionalni mediji imali su više prostora i potrebe za kritičkim promišljanjem prenesenog sadržaja što je karakteristika koju suvremeni mediji danas više ne posjeduju u toj mjeri (Žvan, 2019). Oni ne ostavljaju dovoljno prostora niti vremena svojim korisnicima za kritičko promišljanje sadržaja i poruka koje šalju. Masovni mediji postali su kao „bolest“ koja se proširila na cijelo društvo te svi korisnici slijepo slijede istu stvar bez promišljanja o njoj. Sve se shvaća samo na podsvjesnom nivou i bez kritičke svjesnosti (McLuhan, 2008). Sukladno tome, autori zagovaraju potrebu za ponovnim ostvarivanjem i razvojem kritičke svijesti neovisno o kojem mediju je riječ; tradicionalnom ili suvremenom (Žvan, 2019, McLuhan, 2008).

2.3. Uloga roditelja u odnosu djece i medija

Roditelji imaju ključnu ulogu kada je u pitanje stjecanje medijskih navika kod djece.

Pomažu im da steknu vještine za odmjereno, prikladno, kritičko i razborito korištenje medija (Ciboci, Kanižaj, Laboš, 2021). Reguliraju vrijeme, stupanj i način izlaganja djece medijima, te ga mogu ograničiti u bilo kojem trenutku po potrebi. Ono što je bitno je to da vrijeme provedeno koristeći medije od strane njih ili djece nikako ne smije zamijeniti njihovo zajedničko vrijeme i vrijeme s obitelji, a medijski sadržaji moraju biti odabrani prema kvaliteti i primjerenosti za djecu. Sukladno tome, svi neprimjereni i nasilni sadržaji trebaju biti uklonjeni. Njihova zadaća i ključna uloga kao posrednika između djeteta i medija svodi se na pomaganje u snalaženju i kretanju kroz digitalni svijet medija pri čemu svaku takvu pomoć i pokušaj roditelja, koji u sebi sadrži

kontroliranje, nadgledanje ili interpretaciju sadržaja medija, nazivamo roditeljska medijacija (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021).

Postoji nekoliko strategija i vrsta medijacija koje roditelji koriste, ali najčešće su to:

- *zajedničko gledanje medija,*
- *ograničavajuća medijacija i*
- *poučna/ interaktivna medijacija.* ((Bartaković, Sindik, 2016)

Prilikom zajedničkog gledanja medija ne diskutira se o sadržaju onoga što se gleda, međutim roditelj je prisutan i aktivno prati ono što prati i dijete. Ograničavajuća medijacija uključuje interakciju u kojoj roditelj postavlja pravila o korištenju medija i sadržajima kojima dijete može pristupiti dok aktivna medijacija uključuje raspravu roditelja i djeteta o sadržajima medija prilikom čega roditelj pomaže djetetu pri razumijevanju sadržaja. Primjerice, kada roditelj i dijete zajedno gledaju animirani film roditelj će djetetu objašnjavati pozitivne i loše strane ponašanja likova te uputiti dijete u posljedice koje takvo ponašanje može imati u stvarnom svijetu. Dugić (2018) navodi postojanje još jedne vrste medijacije uz navedene tri; nerestriktivni roditelji. U sklopu ove medijacije roditelji slabije potiču djecu na korištenje medija, ali u isto vrijeme ne ograničavaju sadržaje koje dijete gleda. Djeca rjeđe koriste medije za edukativne, a više u zabavne svrhe te ih najčešće koriste bez roditeljske nazočnosti što može uzrokovati izloženost neprimjerenim sadržajima (Dugić, 2018). Statistički najzastupljenija vrsta medijacije, između ove četiri kategorije, je ograničavajuća ili restriktivna medijacija kojom roditelji određuju i ograničavaju sadržaje koje djeca koriste (Bartaković, Sindik, 2016)

Djeca o medijima uče u sklopu obitelji te se pravilan odnos prema njima vježba. Roditelji pomažu djeci u spoznaji jakih i slabih strana različitih medija, te njihovim pozitivnim i negativnim stranama. Oni moraju izbjegavati ekstremne odnose prema medijima te objektivno gledati na mogućnosti svakog s obzirom na to da su neposredna orijentacija i primjer djeci. Moraju znati pravilno i kvalitetno koristiti medije, jer to utječe na percepciju djeteta o medijima i način na koji ih i oni koriste. Primjerice, ako roditelj provodi većinu slobodnog vremena s daljinskim upravljačem u rukama ili na mobitelu, nije “uredu” suprotno traži od svog djeteta. Dijete će na njegove zahtjeve biti zbunjeno, jer njegov roditelj to radi. Suprotno tome, ako roditelj daje prioritet druženju i

provođenju vremena s obitelji usprkos mogućnosti gledanja televizora ili drugog medija, tada će to isto moći zatražiti i od svojeg djeteta (Sindik, 2011).

Mediji trebaju biti predstavljeni kao oblikovno-izražajno sredstvo i kao jedan od oblika stvaralaštva, a poželjno je i da se o njima razgovara i da se analiziraju medijske poruke i sadržaji s djecom kako bi se opazili njihovi doživljaji i stavovi o njima (Sindik, 2011). Razumijevanje i razdvajanje stvarnosti od fikcije još je jedna od „zadaca“ roditelja. Iako djeca predškolske dobi medije koriste samo nekoliko sati u danu važno je razumjeti i naglasiti da djeca u toj dobi još uvijek ne mogu raspoznati stvarnost od fikcije, te da je njihova uloga da im u tome pomognu. Tek oko pete godine života djeca razvijaju svijest o razlici između stvarnosti i fikcije (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). S obzirom na to roditelji trebaju aktivno pratiti kako njihova djeca doživljavaju svijet te im nastojati objasniti što je realan, stvarni i zbiljski svijet, a što svijet mašte/fiktivni svijet medija (Sindik, 2011). Sve ove funkcije i uloge vode prema tome da roditelji, kao dječji skrbnici i primarni primjeri suživota s medijima, djecu trebaju učiti o medijima, te time učiniti da njihova djeca savladaju kompetenciju medijske pismenosti i budu medijski odgojeni. Djecu trebaju pratiti diskretno, kritički i odgovorno, a po pitanju bilo kakvih nesigurnosti ili dvojbi trebaju djelovati; razgovarati s njima i provjeriti iskustva s medijem u pitanju (Sindik, 2011).

2.4. Medijski odgoj i obrazovanje

Medijski odgoj je područje kojim se bavi medijska pedagogija. On pospješuje medijsko obrazovanje, a u sebi uključuje medijsku pismenost i medijsku kompetenciju. Često se događa da autori medijsku pismenost i medijski odgoj poistovjećuju, međutim važno je naglasiti da one nisu istoznačnice. Medijski odgoj nadređen je pojmu medijske pismenosti (Tolić, 2009). On „obuhvaća sve relevantne oblike korištenja masovnih medija – od tehničkog umijeća baratanja medijima, do selekcioniranja i razumijevanja ponuđenih sadržaja“ (Ilšin, Bobinac, Radin, 2001, str. 6). On potiče mišljenje i djelovanje na kritički način, a ciljevi su mu:

- *usvajanje medijskih kompetencija,*
- *prepoznavanje i „razgradnja“ medijskih sadržaja (manipulacijsko i odgojno djelovanje),*

- *razlučivanje fikcije od stvarnosti,*
- *prepoznavanje raznih funkcija medijskih sadržaja,*
- *autonomno i samokritičko djelovanje djeteta,*
- *procjena koliko je koji medij bitan za društvo,*
- *razvoj vlastitih kompetencija i*
- *osobno samoostvarenje i razvoj (Tolić, 2009).*

Medijski odgoj pomaže pri analizirati i komparaciji informacije i sadržaje koje nam mediji šalju s odgojnim vrijednostima te pomoću njega djeca uče o etičkim standardima i onome što je dobro, a što loše što ga čini od iznimne važnosti (Tolić, 2009). međutim, s njime se djeca prvi put susreću dosta kasno u svojem životu; osnovna škola, te se prvi susret odvija se u okviru hrvatskog jezika gdje djeca dolaze s već oblikovanim stavovima o medijima i njihovim sadržajima (Ljubić Nežić, 2018). S obzirom na činjenicu da su puno ranije izložena medijima od toga i da oni čine njihovu neizbježnu svakodnevicu možemo zaključiti da bi medijski odgoj trebao biti nužan i prakticiran i prije osnovnoškolskog obrazovanja (Ilšin, Bobinec, Radin, 2001).

Tu se postavlja se pitanje; „tko je zadužen za medijski odgoj djeteta u predškolskoj dobi?“. Iako se u suvremenom svijetu naglašava uloga škole i profesora u okviru medijskog odgoja, mnogi autori navode kako glavnu i gotovo najbitniju ulogu igraju upravo roditelji (I drugi članovi obitelji) (Ilšin, Bobinec, Radin, 2001, Rek, Kovčić, 2018). Roditelji su primarni uzori i „role“ modeli te imaju najveću ulogu u tome kako će dijete percipirati medije. Njihove medijske navike i stavovi utječu na to kako njihova djeca koriste medije, a njihova uloga u kontekstu medijskog odgoja sadržana je u podučavanju kako pravilno koristiti medije. Roditelji trebaju biti kvalitetni uzori i potaknuti djecu na kritičko promišljanje o medijima, a postavljanjem granica, razgovorom i interpretacijom sadržaja mogu utjecati na medijske navike, medijske kompetencije i medijska iskustva djeteta. Sukladno tome dijete će svoj medijski odgoj nastaviti u osnovnoj školi gdje će već imati jasne okvire o tome što su mediji i kako ih pravilno koristiti. Stavovi, ranije oblikovani od strane roditelja, dodatno će se razraditi i nadopuniti tijekom osnovnoškolskog medijskog odgoja (Rek, Kovačić, 2018, Ljubić Nežić, 2018). Uspješan medijski odgoj podrazumijeva dobro razvijena sva polja

medijske pedagogije; medijska pismenost, medijska kompetencija, medijska didaktika i metodika i drugo te njihovu kvalitetnu primjenu (Ljubić Nežić, 2018).

2.4.1. Medijska pismenost

Medijska pismenost je dio medijskog odgoja i obrazovanja (Tolić, 2009). Za njezin razvoj i ostvarivanje bitan je, prvotno, razvoj tri temeljne kompetencije: kompetenciju stvari, metodičku i socijalnu kompetenciju. Korisnici medijskih sadržaja moraju znati koristiti medije i usvojiti osnovne medijska kritike, znati se koristiti medijskim proizvodima, razumjeti što je napisano ili rečeno te isto znati primijeniti (funkcionalna pismenost). Sukladno tome medijsku se pismenost definira kao najnižu razinu „svladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola i rada na računalima te drugim medijskim sredstvima“ (Tolić, 2009, str. 100). Ona je prvi korak u gradnji medijskih kompetencija te čini bazu za daljnje snalaženje u svijetu medija (Ljubić Nežić, 2018).

Ona predstavlja skup vještina i znanja koje pomažu korisnicima medijskih sadržaja razumjeti granice između fiktivnog i realnog svijeta te pomažu da u moru informacija i poruka, prilikom njihovog korištenja, ne budu samo pasivni konzumenti, već aktivni i kritički sudionici tog procesa (Mandarić, 2012). Razvojem medija i njihovom količinom u suvremenoj upotrebi, medijska pismenost postala je imperativ suvremenog odgoja i obrazovanje te predstavlja kompetenciju koju suvremeno dijete i građanin mora posjedovati kako bi bio sposoban razumjeti te kritički i aktivno sudjelovati u društvu okarakteriziranom njima ((Mandarić, 2019 ,Vučetić, 2019). Usvajanje medijske pismenosti, kao kompetencije, zahtijeva radoznalost, kreativnost, kritičko mišljenje i stalno propitivanje pojedinca što otvara nove prozore u svijet i razumijevanje (Čosić Pregrad, 2019).

Postavlja se pitanje; „čija je uloga poticanje takvih karakteristika kod djece te poticanje i razvoj medijske pismenosti?“. Ulogu preuzimaju roditelji. Oni trebaju pokazati interes za medija koje njihova djeca koriste, trebaju pratiti s kojim medijima njihove dijete ima doticaj te što ih od sadržaja kod dotičnog medija privlači. Važno je pratiti kako izloženost pojedinom mediju utječe na njihovo dijete te kakva su iskustva imali njihovi vršnjaci (uključuje dozu radoznalosti i istraživanja od strane roditelja). Uključenost

roditelja u proces korištenja medija i pokazivanje zainteresiranosti za sadržaje koji se sviđaju njihovom djetetu u sklopu medija šalje poruku da je roditelju bitno što se s njim zbiva te da je tu po potrebi (Čosić Pregrad, 2019). S obzirom na nagli razvoj medija i naglu modernizaciju društva, roditelje često zna brinuti da nisu dovoljno kompetentni za podučavanje djece o medijima ili medijskoj pismenosti te da djeca znaju više od njih, međutim neovisno o poznavanjima medija oni imaju životne mudrosti i znanja kako sigurno koračati svijetom što je uveliko primjenjivo na internetski i medijski svijet. Djeci trebaju pomoći i podučiti ih mehanizmima nošenja s neugodnim medijskim iskustvima te kako prepoznati i kritički pristupiti medijskim opasnostima. Neki od savjeta za poticanje medijske pismenosti kod djece uključuju; pokazivanje interesa, postavljanje granica, opreznost, učenje djece o kritičkom razmišljanju, promišljanju, propitivanju te informiranje i učenje o medijskoj sigurnosti (Čosić Pregrad, 2019.).

Medijska pismenost važna je jer djeci omogućuje promišljanje o medijskim sadržajima i oblicima te ih navodi i uči kako biti kritičan prema ponuđenim proizvodima od strane medija i njihovih vlasnika. Djeca uče razumjeti i razlikovati odgojne od manipulativnih medijskih poruka te „razlikovati fikciju i stvarnost, selektivno odabirati sadržaje, propitivati i dokučivati značenja prezentiranog, prepoznavati pozitivne i negativne značajke medija“ (Ilšin prema Zgrabljic, 2003, str. 16).

S obzirom na dob u kojoj djeca stupaju u kontakt s medijima, možemo zaključiti da je njezin razvoj ključan već od najranije dobi za sigurno i kvalitetno korištenje medija u nastavku života (Mandarić, 2012).

2.4.2. Medijska kompetencija

Pojam kompetencija dolazi od latinskog pojma *competentia* što u prijevodu znači sposobnost (Hrvatska enciklopedija). Medijska kompetencija je dio medijskog odgoja, a predstavlja središnji pojam u medijskoj pedagogiji. Uključuje sve sposobnosti koje osoba unutar medijskog društva mora usvojiti i posjedovati; upotrebu medijskih proizvoda, razmjenu medijskih poruka i medijsku refleksiju (Tolić, 2019) te predstavlja sposobnost kritičke analize medijskih ponuda i njihovo istodobno korištenje za vlastito izražavanje. Ona je kompetencija pomoću koje medijski korisnici znaju živjeti u suvremenom medijskom okruženju te se pomoću nje nose s medijima, a ne mediji s

njima. Posebice je bitna kod djece s obzirom na to da su upravo oni najrizičnija skupina koja koristi medije (u aspektu toga da su najmlađa skupina koja ih koristi, a još ne posjeduju sposobnost kritičkog razmišljanja u predškolskoj dobi) (Tolić, 2009). U kombinaciji s medijskom pismenosti vodi prema medijskom obrazovanju i medijskom odgoju (Tolić, 2019).

2.5. Stavovi roditelja o medijima

Stavovi su „stečena, relativno trajna i stabilna struktura pozitivnih ili negativnih emocija, vrjednovanja i ponašanja prema nekom objektu (osobi, skupini, pojavi, ideji)“ (Hrvatska enciklopedija). Što se tiče stavova roditelja o medijima, oni ili zauzimaju pozitivan stav i podupiru medije ili negativni, odbijajući stav prema njima.

Pozitivan stav zauzimaju oni roditelji koji medije promatraju kao izvor brojnih koristi, kako privatnih tako i poslovnih, a često ulažu mnogo u njih neovisno o financijskim mogućnostima. Za njih mediji predstavljaju koristan alat koji njihova djeca kao i oni mogu koristiti u svojem životu. Uočavaju pozitivne strane medija i potiču djecu na korištenje, ali često ne shvaćaju u potpunosti sve mogućnosti medija; primjerice edukacijsku. Većina roditelja koja na ovaj način pristupa medijima i podržava njihovo korištenje potiče svoju djecu na učenje o medijima i tehnologiji već od ranog djetinjstva te radi na medijskoj pismenosti s djecom (Chaudron, Di Gioia, Gemo, 2018).

Suprotno ovome stavu, negativne stavove prema medijima roditelji najčešće formuliraju sukladno njihovim iskustvima i strahovima. Činjenica je, da postoji značajna povezanost između korištenja medija u predškolskoj dobi i kašnjenju emocionalnog, socijalnog i kognitivnog razvoja kod djece te upravo takvi podatci utječu na kreiranje negativnog i odbijajućeg stava (Šimić Šašić, Rodić, 2020). Zabrinutost o pojavi i izlaganju rizičnim ponašanjima također igra veliku ulogu. Primjerice, neprimjereni sadržaji djeci mogu pokazati/prikazati neadekvatan oblik ponašanja koje će dijete prihvatiti ili u drugom slučaju mogu izazvati noćne more kod djeteta. Oni mogu biti vezani i uz ideju da mediji stvaraju ovisnost kod djece te im oduzimaju vrijeme za kvalitetno druženje. Možemo zaključiti da mnogo čimbenika utječe na njihovo oblikovanje (Chaudron, Di Gioia, Gemo, 2018).

Iako ih možemo podijeliti u dvije skupine na temelju pozitivnog, odnosno negativnog stava, oba dvije grupe roditelja ističu kako su svjesni da su mediji dio suvremene svakodnevice te da se o njima svakako treba učiti. Negativne strane medija trenutno su bolje istražene od pozitivnih stvari te je važno uzeti u obzir kako mediji imaju mnogo pozitivnih strana i prednosti ako ih se nauči koristiti pravilno i kvalitetno (Chaudron, Di Gioia, Gemo, 2018).

3. Empirijski dio rada

3.1. Problem i cilj istraživanja

Prema vrsti istraživanja ovaj rad je empirijski, a provedeno istraživanje je kvantitativne vrste.

Cilj istraživanje bio je provjeriti u kojoj su mjeri: stavovi roditelja prema medijima, medijska pismenost roditelja i njihove medijske navike povezane sa medijskim navikama predškolske djece. Specifično: odrediti postoji li između ovih varijabli značajna povezanost.

Probleme ovog istraživanja čine:

- Istražiti koje stavove prema medijima će roditelji dominantnu zauzimati kada je u pitanju utjecaj medija na predškolsku djecu
- Istražiti postoji li povezanost između stava roditelja prema medijima i medijskim navikama njihove djece pri čemu stavovi imaju dvije kategorije: pozitivni stavovi i negativni stavovi
- Istražiti postoji li značajna povezanost između medijskih navika roditelja i djece pri čemu se za medijske navike uzimaju 3 varijable: količina vremena korištenja medija, vrsta medija i svrha korištenja/sadržaj.
- Istražiti postoji li povezanost između medijske pismenosti roditelja i medijskih navika djece

3.2. Hipoteze istraživanja

U okviru ovog istraživanja postavljeno je 5 hipoteza:

H1. – Negativan stav prema medijima prevladava kod roditelja predškolske djece.

Druga hipoteza ima dvije pod hipoteze:

H2.1. – Pozitivan stav roditelja o medijima značajno je povezan s medijskim navikama predškolske djece

H2.2 – Negativan stav roditelja o medijima značajno je povezan s medijskim navikama predškolske djece

H3. – Medijske navike predškolske djece značajno su povezane s medijskim navikama roditelja (vrijeme provedeno koristeći medije, svrha korištenja medija i najzastupljenija korištena vrsta medija)

H4. – Medijska pismenost roditelja značajno je povezana sa medijskim navikama predškolske djece

3.3. Osnovne varijable

Varijable u ovom istraživanju čine 3 nezavisne i jedna zavisna varijabla. Prvu nezavisnu varijablu čini stav roditelja koji može biti pozitivan ili negativan. Drugu nezavisnu varijablu čine medijske navike roditelja (vrijeme koje provode na medijima, svrha korištenja medija i najzastupljenija vrsta medija koji koriste), a treću nezavisnu varijablu čini medijska pismenost. Zavisnu varijablu čine medijske navike djece (vrijeme koje provode na medijima, svrha korištenja medija i najzastupljenija vrsta medija koji koriste). Kako bi se utvrdili rezultati ankete i međusobne povezanosti između varijabli u analizi su korišteni sljedeći parametri: postotci, kumulativni postotci, standardna devijacija, test korelacije prema Pearsonu, T-test te Hi-kvadrat test.

3.4. Način provođenja istraživanja

Istraživanje je provedeno na području Zagrebačke županije s roditeljima koji su zadovoljavali kriterij; roditelji predškolske djece. Roditelji su ispunjavali online anketni upitnik formuliran i konstruiran putem Google obrazaca (*google forms*) čije je

ispunjavanje bilo moguće u periodu od 15. srpnja 2023. do 22. srpnja 2023. godine.

3.5. Uzorak

Uzorak ispitanika bio je prigodan i ne probabilistički, a sudjelovanje u istraživanju bilo je u potpunosti dobrovoljno i anonimno. U istraživanju su sudjelovali roditelji predškolske djece raznih dobnih skupina. Ispunjavanju je sve ukupno pristupilo 55 ispitanika pri čemu izjašnjavanje spola ispitanika u okviru ovog istraživanja nije bio nužno.

3.6. Postupci i instrument istraživanja

Prvi korak u izradi istraživanja bio je odabir željenih ispitanika te kriterija koje isti moraju zadovoljiti. Odabran kriterij je bio „roditelj predškolskog djeteta“ pri čemu se u obzir nije uzimao spol niti dob roditelja.

Odabran način ispitivanja i prikupljanja podataka u ovome radu je bio online anketni upitnik koji je nastao isključivo za potrebe i svrhu ovog istraživanja. Anketni upitnik sastojao se od šest odjeljaka pri čemu je prvi odjeljak činio uvod u anketni upitnik i pristanak za sudjelovanje u istraživanju. U njemu su bili navedeni podatci o istraživanju, diplomskom radu te mentoru rada te je bilo napomenuto da je sudjelovanje u anketi dobrovoljno i anonimno. Nadalje spomenuto je i da će se podatci koristiti isključivo za svrhe ovog istraživanja te da ispitanici mogu odustati od popunjavanja u bilo kojem trenutku. Za kraj uvoda navedena je procjena trajanja popunjavanja te da klikom na dalje ispitanici pristaju na sudjelovanje.

Drugi odjeljak anketnog upitnika sastojao se od osnovnih podataka ispitanika te upute za popunjavanje ankete.

Treći odjeljak ankete odnosio se na medijske navike roditelja; koliko vremena dnevno koriste medije, koju vrstu medija najčešće koriste te s kojom svrhom koriste medije. Zatim je provjeravano što smatraju najpozitivnijim, a što najnegativnijim utjecajem medija. Završno pitanje ovog odjeljka vezalo se uz to koji stav roditelji imaju prema utjecaju medija na predškolsku djecu: pozitivan ili negativan.

Četvrti odjeljak ili dio anketnog upitnika sastojao se s pitanjima o njihovom djetetu, odnosno dobi djeteta te medijskim navikama djeteta. Uz to roditeljima su ponovno bila postavljena pitanja o najpozitivnijem i najnegativnijem utjecaju medija, ali ovaj put prema predškolskoj djeci.

Peti odjeljak sadržavao je pitanja o medijskoj pismenosti roditelja te njezinim učincima. Šesti odjeljak ujedno je bio i završni u kojem je izrečena zahvala za sudjelovanje.

U anketi su korištena dvije vrste pitanja: pitanja višestrukog odabira gdje su ispitanici mogli označiti samo jedan odgovor za koji su smatrali da najbolje ili najbliže objašnjava njihov stav ili mišljenje te Likertova skala na kojoj su označavali u kojoj mjeri se (ne)slažu s iskazanom činjenicom. Skala se sastojala od 5 stupnjeva izraženim brojevima od jedan do pet pri čemu su brojevi označavali sljedeće stavove (ovisno o pitanju postojale su dvije mogućnosti označavanja) : 1 – u potpunosti se ne slažem ili pojam mi uopće nije poznat, 2 - ne slažem se ili pojam mi nije poznat, 3 – niti se slažem niti se ne slažem ili pojam mi nije niti poznat niti nepoznat, 4 – slažem se ili pojam mi je poznat i 5 – u potpunosti se slažem ili pojam mi je vrlo dobro poznat.

3.7. Obrada podataka

Pohrana podataka, statistička obrada te grafički prikaz podataka nakon završetka prikupljanja podataka ispitanika iz anketnih upitnika učinjena je u SPSS sustavu te u paketu Microsoft Office uz pomoć programa Word 2016 i Excel 2016.

4. Analiza rezultata

4.1. Negativan stav prema medijima prevladava kod roditelja predškolske djece

Prva Hipoteza ovoga rada odnosila se na zastupljenost negativnog stava prema utjecaju medija na predškolsku djecu, međutim u sklopu iste smatram da je potrebno prikazati rezultate još par pitanja čije ću rezultate prikazati u obliku Tablica. Prvo pitanja vezano je uz samoprocjenu ispitanika o vlastitom poznavanju medija.

Odgovor (1-5)	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak	Srednja vrijednost i standardna devijacija
2	1	1,8	1,8	4,16 ± 0,688
3	6	10,9	12,7	
4	31	56,4	69,1	
5	17	30,9	100	
Ukupno	55	100		

Tablica 1. Distribucija odgovora ispitanika na pitanje: „Svoje poznavanje medija ocijenio bih sa:“

U tablici jasno primjećujemo da odgovori 4 i 5, odnosno vrijednosti 4 i 5 na Likertovoj skali, imaju vrlo visoku frekvenciju što znači da je većina ispitanika označila kako dobro ili vrlo dobro poznaje medije. Čak 17 ispitanika, odnosno 30,9% ukupnog uzorka, je označila kako medije poznaje vrlo dobro i stavili su ocjenu 5. Njih 31 ili 56,4% je označilo kako medije poznaje dobro te su označili broj 4. 6 ispitanika, 10,6% uzorka, smatra kako njihovo poznavanje pojma nije niti dobro niti loše, odnosno svoje poznavanje medije ocijenili bi s 3. Ocjenu 2 označio je samo jedan ispitanik, a on čini 1,8% ukupnog uzorka. Svi ispitanici su odgovorili na ovo pitanje te uzmemo li u obzir sve njihove odgovore zaključujemo da je srednje vrijednost njihovih odgovora ili srednja ocjena 4,16 za vlastito poznavanje medija dok je standardna devijacija 0.688.

Drugo pitanje koje vrijedi spomenuti u sklopu ove hipoteze je koliko su ispitanici upoznati s pozitivnim i negativnim stranama. Ovome pitanju ponovno su pristupili svi ispitanici te su rezultati prikazani u tablici 2.

Odgovor (1-5)	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak	Srednja vrijednost i standardna devijacija
3	3	5,5	5,5	4,64 ± 0,589
4	14	25,5	30,9	
5	38	69,1	100	

Ukupno	55	100		
--------	----	-----	--	--

Tablica 2. Distribucija odgovora ispitanika na pitanje: „Upoznat sam s pozitivnim i negativnim stranama medija:“

Ispitanici su ponovno na Likertovoj skali označavali u kojoj mjeri se slažu sa zadanom činjenicom. 3 ispitanika, odnosno 5,5% ukupnog uzorka, označilo je kako se niti slaže niti ne slaže sa zadanom činjenicom (vrijednost 3). 25,5% ispitanika, njih 14, označilo je kako su upoznati s pozitivnim i negativnim stranama medija u vrijednosti broja 4 dok je najveći postotak ispitanika, 69.1% ili 38 ispitanika, označio kako je vrlo dobro upoznat s pozitivnim i negativnim stranama koje mediji imaju. Vrijednosti 1 i 2, odnosno manjak poznavanja pozitivnih i negativnih strana medija, nije označio niti jedan ispitanik. Sukladno tome, srednja vrijednost odgovora ispitanika o upoznatosti s pozitivnim i negativnim stranama medija popela se na 4,64, a standardna devijacija odgovora bila je 0,589.

Kada je ispitanicima postavljeno pitanje o tome smatraju li da mediji većinski imaju pozitivan ili negativan utjecaj na predškolsku djecu, odnosno koji stav prema medijima zauzimaju, rezultati su bili ovakvi:

Odgovor	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak
negativan utjecaj na predškolsku djecu	43	78,2	78,2
pozitivan utjecaj na predškolsku djecu	12	21,8	100
Ukupno	55	100	

Tablica 3. Distribucija odgovora ispitanika na pitanje : „Smatram da mediji većinski mogu imati“

Ispitanici su mogli odabrati jedan od dva ponuđena odgovora kako bi izrazili svoje mišljenje. Većina, točnije njih 43 ili 78,2% ukupnog uzorka, smatra da mediji većinski mogu imati negativan utjecaj na predškolsku djecu odnosno iskazuju negativan stav. S druge strane, manji broj ispitanika, njih 12 ili 21,8% ukupnog uzorka, vjeruje da mediji

mogu imati većinski pozitivan utjecaj na predškolsku djecu te zauzimaju pozitivan stav. Ova raspodjela sugerira da veći dio ispitanika izražava zabrinutost u vezi s utjecajem medija na mlađu djecu, dok manji dio vidi potencijalne pozitivne aspekte takvog utjecaja.

4.2. Pozitivan / Negativan stav roditelja prema medijima značajno je povezan s medijskim navikama predškolske djece

U odlomku prije predočeno je da se 78,2% ukupnog uzorka opredijelilo za negativan stav prema medijima, dok je 21,8% ukupnog uzorka zauzelo pozitivan stav prema utjecaju medija. U sklopu ove hipoteze provjeravalo se imaju li ti stavovi značajne povezanosti s medijskim navikama predškolske djece. Analizirane varijable kao medijske navike djece bile su: vrijeme koje predškolsko dijete provodi koristeći medije, vrsta medija koju dijete najčešće koristi te s kojom svrhom dijete koristi medije.

Iduća tablica prikazuje te varijable: .

Pitanje	Odgovor	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak
Moje dijete dnevno koristi medije:	1 - 2 sata	29	52,7	52,7
	2 - 3 sata	6	10,9	63,6
	3 sata i više	4	7,3	70,9
	manje od sat vremena	16	29,1	100
	Ukupno	55	100	/
Moje dijete, od medija, najčešće koristi:	Internet	18	32,7	32,7
	Knjige	2	3,6	36,4
	Radio	1	1,8	38,2
	Televiziju	34	61,8	100
	Ukupno	55	100	/

Moje dijete medijske sadržaje najčešće koristi u svrhu:	Edukacija	5	9,1	9,1
	Informiranja	1	1,8	10,9
	Zabave	49	89,1	100
	Ukupno	55	100	/

Tablica 4. Stavovi ispitanika vezano uz korištenje medija od strane djece.

Iz tablice možemo iščitati kako najveći postotak djece ispitanika koristi medije 1 do 2 sata dnevno, odnosno 52,7% djece. Nadalje, najčešće korišteni medij je televizija s 61,8% odgovora, a najčešći razlog i svrha korištenja medija je zabava s 89,1% glasova ukupnog uzorka ispitanika.

Povezanost između roditeljskih stavova i navedenih medijskih navika djece navedeni su u sljedećoj tablici (Tablica 5.)

Pitanje	Chi ² Vrijednost	p-vrijednost
Moje dijete dnevno koristi medije...	9.2126	0.0266
Moje dijete, od medija, najčešće koristi	1.9318	0.5867
Moje dijete medijske sadržaje koristi u svrhu	1.8794	0.3907

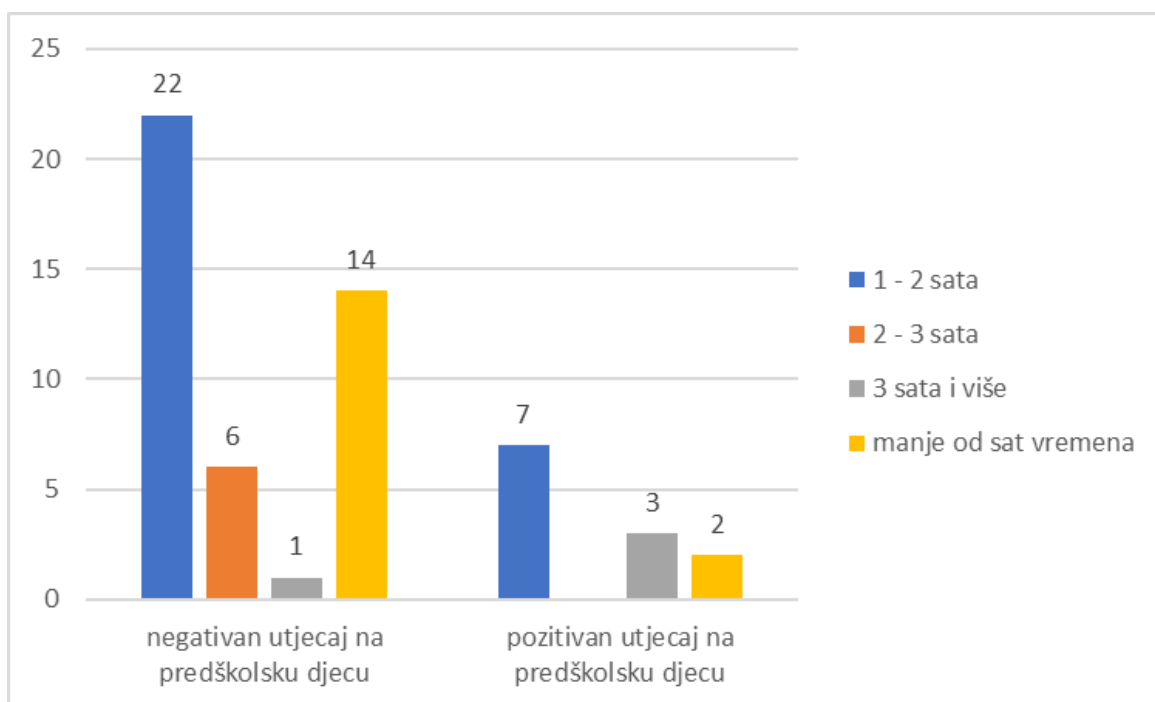
Tablica 5. Rezultati Chi kvadrat analize utjecaja stava prema medijima na medijske navike djeteta

Gledajući rezultate analize predočenu u tablici možemo zaključiti da statistički postoji značajna povezanost između stava roditelja prema medijima i učestalosti korištenja medija od strane djece, s vrijednošću Chi² od 9.2126 i p-vrijednosti od 0.0266. Ova povezanost sugerira manje od 5% vjerojatnosti da su rezultati dobiveni slučajno. Međutim, stav roditelja prema medijima nema značajnog utjecaja na to koji medij dijete najčešće koristi niti na svrhu korištenja medijskih sadržaja, kako pokazuju p-vrijednosti od 0.5867 i 0.3907.

Naime pogledamo li distribuciju odgovora u vezi s učestalostima korištenja medija u kontekstu stava roditelja o utjecaju medija, vidljivo je sljedeće: od 43 roditelja koji smatraju da mediji imaju većinom negativan utjecaj na predškolsku djecu, 22 kaže da njihovo dijete koristi medije 1-2 sata dnevno, 6 njih 2-3 sata, samo jedan roditelj tvrdi da njegovo dijete koristi medije 3 sata i više, dok 14 roditelja kaže da njihova djeca koriste medije manje od sat vremena dnevno (prikazano u Grafu 3).

S druge strane, među 12 roditelja koji vjeruju da mediji imaju većinom pozitivan utjecaj na predškolsku djecu, 7 njih kaže da njihovo dijete koristi medije 1-2 sata dnevno, dok dvoje kaže da njihova djeca koriste medije manje od sat vremena.

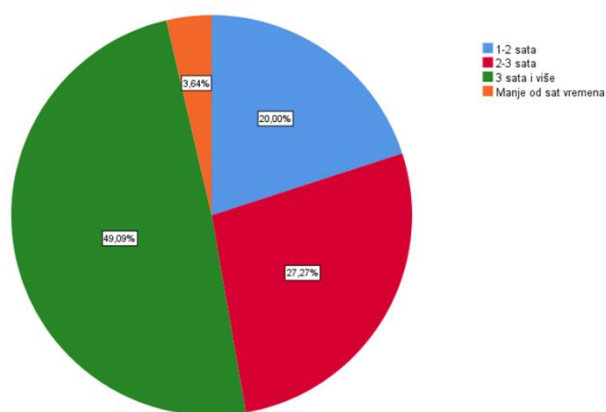
U cjelini, najveći broj djece (29) koristi medije između 1 i 2 sata dnevno, bez obzira na stav njihovih roditelja o utjecaju medija (prikazano u Grafu 3).



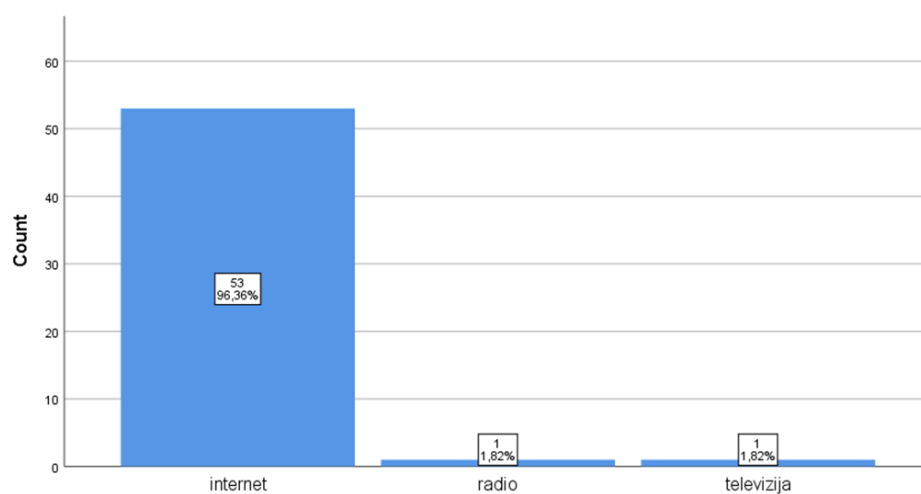
Graf 1. Distribucija odgovora za pitanje o medijskim navikama djeteta u odnosu na stav o utjecaju medija

4.3. *Medijske navike predškolske djece značajno su povezane s medijskim navikama roditelja (vrijeme provedeno koristeći medije, svrha korištenja medija i najzastupljenija korištena vrsta medija)*

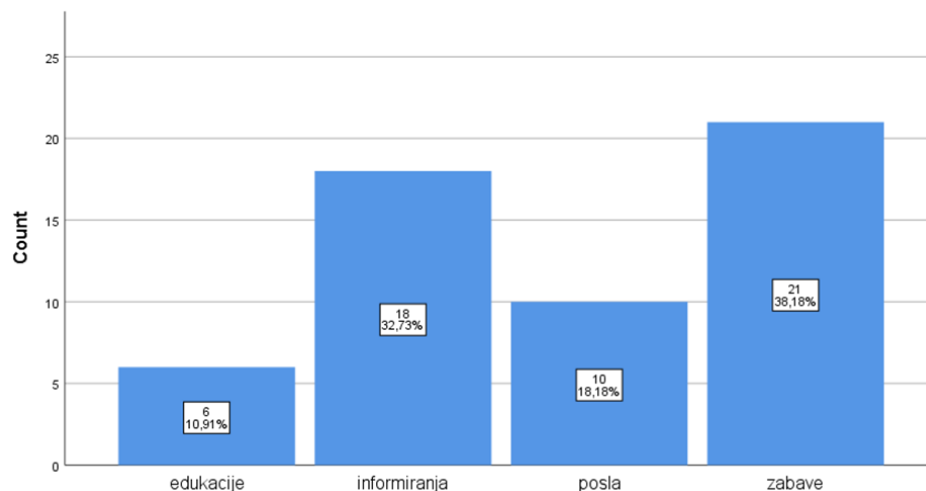
Treća hipoteza odnosila se na to postoji li značajna povezanost između medijskih navika predškolske djece i medijskih navika njihovih roditelja. Specifično, analiza je razmatrala kako se dnevna duljina korištenja medija od strane roditelja odnosi prema onoj djece, koje medije roditelji najčešće koriste u odnosu na preferencije njihove djece, te u koju svrhu roditelji i djeca koriste medijske sadržaje. Odgovori roditelja u vezi spomenutih varijabli predočeni su u Grafu 4, 5 i 6.



Graf 2. *Dnevno korištenje medija ispitanika*



Graf 3. *Najčešća korištena vrsta medija kod ispitanika*



Graf 4. Najčešća svrha korištenja medija od strane ispitanika.

Iz ova tri grafa primjećujemo da najveći broj ispitanika, 49,09% ili 27 ispitanika medije koristi više od 3 sata dnevno, nadalje, najkorišteniji medij je Internet kojeg najčešće koristi čak 53 ispitanika (96,36% ukupnog uzorka), te su mediji od strane ispitanika najčešće korišteni u svrhu zabave što je označilo 38,18% ukupnog uzorka ili 21 osoba.

Postojanje međusobne povezanosti između ovih varijabli i varijabli medijskih navika djece (predočenih u tablici 4.) prikazani su u tablici 6.

Pitanje	Chi ² Vrijednost	p-vrijednost
Dnevna duljina korištenje medija	11.1974	0.2624
Najčešće korišteni mediji	2.6859	0.8471
Svrha korištenja medija	7.6675	0.2634

Tablica 6. Rezultati Chi kvadrat analize povezanosti medijskih navika roditelja s medijskim navikama djeteta.

Iz tablice možemo iščitati da ne postoji statistički značajna povezanost između dnevne duljine korištenja medija od strane roditelja i njihove djece, s obzirom na Chi² vrijednost od 11.1974 i p-vrijednost od 0.2624. Slično tome, izbor medija koji roditelji najčešće koriste nije značajno povezan s preferencijom medija koje djeca najčešće koriste, što potvrđuje p-vrijednost od 0.8471. Također, svrha korištenja medijskih

sadržaja ne pokazuje značajnu povezanost između roditelja i djece, s p-vrijednošću od 0.2634.

Na temelju ovih rezultata, može se zaključiti da medijske navike roditelja ne pokazuju značajnu povezanost s medijskim navikama njihove djece u kontekstu analiziranih varijabli.

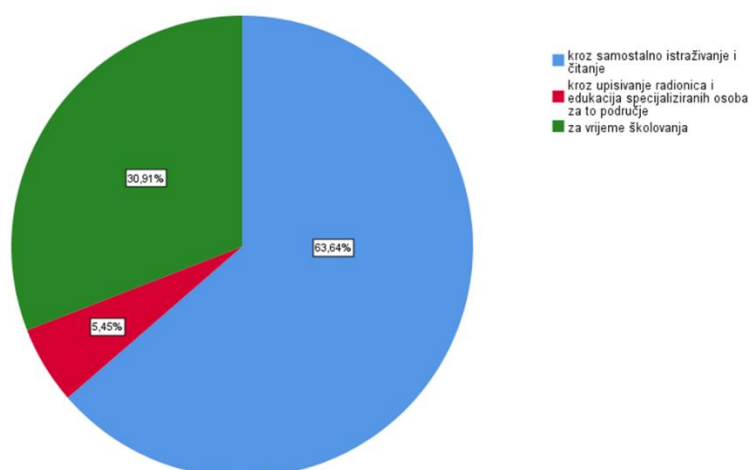
4.4. Medijska pismenost roditelja značajno je povezana s medijskim navikama predškolske djece

Zadnja hipoteza provjeravala je postoji li povezanost između medijske pismenosti roditelje i medijskih navika predškolske djece. Na postavljeno pitanje o samoprocjeni poznavanja medijske pismenosti rezultati su pokazali da tri ispitanika, odnosno 5,5% ukupnog uzorka, svoje poznavanje medijske pismenosti ocjenjuje s ocjenom 2, 10 ispitanika ili 18,2% dalo je ocjenu 3, 20 ispitanika, odnosno 36,4%, ocijenilo je svoju upoznatost ocjenom 4, te je 22 ispitanika, što predstavlja 40% ukupnog uzorka, dalo je najvišu ocjenu 5 za vlastito poznavanje medijske pismenosti (Tablica 7.)

Odgovor (1-5)	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak	Srednja vrijednost i standardna devijacija
2	3	5,5	5,5	4,11 ± 0,896
3	10	18,2	23,6	
4	20	36,4	60	
5	22	40	100	
Ukupno	55	100	/	

Tablica 7. distribucija odgovora na pitanje „Svoje poznavanje pojma medijske pismenosti ocijenio bih sa“

Nastavno na njihovu samoprocjenu poznavanja medijske pismenosti bilo je postavljeno pitanje kako su se roditelji susreli s pojmom i medijske pismenosti.



Graf 5. Distribucija odgovora ispitanika na pitanje „s medijskom pismenosti upoznat sam:“

Najveći broj ispitanika, točnije 63,64%, upoznao se s ovim pojmom i idejom medijske pismenosti kroz samostalno istraživanje i čitanje. S druge strane, samo mali dio, 5,45% njih, educirao se putem radionica i edukacija koje vode specijalizirane osobe za ovo područje. 30,91% ispitanika je upoznato s medijskom pismenosti tijekom formalnog obrazovanja,.

U daljnjoj analizi su razmatrana je povezanost između dobivenih rezultata u tablici 7. te tablice 4, a rezultati su prikazani u sljedećoj tablici:

Pitanje	Chi ² Vrijednost	p-vrijednost
Moje dijete dnevno koristi medije...	6.3203	0.7074
Moje dijete, od medija, najčešće koristi	3.0997	0.9602
Moje dijete medijske sadržaje koristi u svrhu	3.6425	0.7249

Tablica 8. Rezultati Chi kvadrat analize poznavanja medijske pismenosti roditelja s medijskim navikama djeteta.

Na temelju dobivenih rezultata, nema statistički značajne povezanosti između poznavanja medijske pismenosti od strane roditelja i frekvencije dnevnog korištenja medija od strane djece, s obzirom na Chi² vrijednost od 6.3203 i p-vrijednosti od 0.7074. Slično tome, poznavanje medijske pismenosti roditelja ne pokazuje značajan

utjecaj na preferenciju određenog medija koji djeca najčešće koriste, kao što sugerira p-vrijednost od 0.9602. Nadalje, svrha korištenja medijskih sadržaja od strane djece također se ne povezuje značajno s roditeljskim razumijevanjem medijske pismenosti, s obzirom na p-vrijednost od 0.7249.

Stoga, u skladu s ovim podacima, može se zaključiti da medijska pismenost roditelja ne utječe značajno na medijske navike njihove djece u razmatranim kategorijama.

5. Rasprava

Četiri problematike činile su okosnicu ovog rada.

Prva problematika bila je istražiti koji stav će roditelji zauzeti prema medijima kada je u pitanju njihov utjecaj na predškolsku djecu. Chaudron, Di Gioia i Gemo 2018. godine u istraživanju iste tematike na području Europe došli su do zaključaka da roditelji znaju više o negativnim učincima medija i mogućim opasnostima nego o pozitivnim stranama, međutim usprkos tome nije bilo značajne razlike između roditelja s pozitivnim i roditelja s negativnim stavom prema utjecaju medija. U ovome istraživanju rezultati su pokazali da ipak postoji razlika u roditeljskim stavovima, odnosno da roditelji ipak zauzimaju dominantno jedan od dva stava kada su u pitanju medijski utjecaji na predškolsku djecu. Naime, veći dio ispitanika opredijelio se za negativan stav prema utjecaju medija na predškolsku djecu. Ako uzmemo u obzir zaključke Chaudrona, Di Gioiaa i Gemoa da roditelji više poznaju upravo negativne učinke tada možemo reći da je ovaj rezultat bio očekivanog karaktera. Uz samo opredjeljenje za pozitivan i negativan stav roditeljima su bila postavljena pitanja vezana uz to što smatraju najpozitivnijim, a što najnegativnijim utjecajem medija. U ranije provedenim istraživanjima roditelji su za najnegativniju stranu medija izdvajali zdravstvene posljedice ili sporiji kognitivni razvoj dok je za najpozitivniju stranu medija bila odabrana edukacija. U ovome istraživanju kao najnegativnija strana medija bio je istaknut manjak socijalizacije i provođenja vremena "vani" s vršnjacima dok su ispitanici za najpozitivniju stranu medija označili informiranje, obrazovanje i dodatan kognitivni razvoj (rezultati pitanja prikazani su u Prilogu 1.). Iz rezultata je vidljivo da

se odgovori ispitanika ovog rada ne podudaraju s generalnim mišljenjem ispitanika diljem Europe po pitanju pozitivnih i negativnih učinaka medija na djecu.

Zabrinjavajuća je činjenica da je hipoteza vezana uz bolje poznavanja negativnih strana medija i opredjeljenje za negativan stav potvrđena, jer mediji sami po sebi posjeduju mnogo pozitivnih strana i mogu pomoći korisnicima u svakodnevnom životu, krenuvši od toga da pomoću njih mogu razvijati dodatna znanja, razvijati vlastite kognitivne sposobnosti, učiti i drugo (Jurčić, 2017).

Druga problematika ovoga rada bazirala se na pitanju kako će roditeljski stavovi prema utjecaju medija na predškolsku djecu biti povezani s njihovim medijskim navikama, odnosno hoće li između njih biti značajne povezanosti. Chaudron, Di Gioia i Gemo naglašavaju da, roditelji, neovisno o stavu prema medijima, bili oni pozitivni ili negativni, ističu kako je važno djecu uputiti u medije te prihvaćaju da su mediji dio dječje svakodnevice (Chaudron, Di Gioia i Gemo, 2018). Usprkos takvom zaključku i prihvaćanju potrebe za medijskim odgojem, postoje različiti oblici medijacije kojima roditelji svoju djecu izlažu medijima. Ti oblici najčešće se očituju u vremenu koje dijete provodi na medijima te roditeljskoj prisutnosti za vrijeme istoga. Statistika, ranijih istraživanja, pokazuje da je ograničavajuća ili restriktivna medijacija roditelja najzastupljeniji oblik medijacije (Bartaković, Sindik, 2016) te su rezultati i statistika ovoga rada potvrdili tu činjenicu još jednom. Naime, u sklopu istraživanja i ove problematike roditeljima je dodatno bilo postavljeno pitanje o restrikciji vremena koje njihova djeca provode koristeći medije, pri čemu je 63,7% ispitanika ovog istraživanja odgovorilo kako uvijek ograničava vrijeme koje njihova djeca provode pred medijima, 29,1% ponekad ograničava, dok ostatak ispitanika nikada ne ograničava vrijeme koje provode koristeći medije (prilog 2.). Ovo je ohrabrujući rezultati jer nam pokazuju da gotovo 100% ispitanika zna koje medije i sadržaje njihovo dijete koristi tijekom dana.

Što se tiče samih stavova roditelja prema medijima i njihovom povezanosti s medijskim navikama djece, možemo reći da je hipoteza i njihova povezanost samo djelomično potvrđena. Naime, jedna varijabla je značajno povezana sa stavom, a to je vrijeme koje djeca provode koristeći medije, dok druge dvije nisu značajno povezane s istim. Uzmemo li u obzir da se 78,2% ispitanika izjasnilo kako smatra da mediji većinski imaju negativan utjecaj na medije, a samo 21,8% ispitanika većinski pozitivan utjecaj te

pogledamo statistiku restriktivne medijacije, možemo pretpostaviti kako povezanost između ovih varijabli postoji. Suprotno ovoj varijabli, povezanost između roditeljskog stava prema medijima i svrsi korištenja medija kao i najčešće korištenoj vrsti medija nije utvrđena. Drugim riječima, značajne povezanosti između dvije trećine medijskih navika djece i stavova roditelja o utjecaju medija na predškolsku djecu nema.

Treća problematika bazirala se na medijskim navikama roditelja i njihovom povezanosti s medijskim navikama djece. Istraživanja provedena ranije pokazala su da postoji povezanost između roditeljskih navika i dječjih medijskih navika u kontekstu vremena koje predškolska djeca provode koristeći medije, međutim ista povezanost nije bila dokazana između korištenih vrsta medija (Schwazer, Grafe, Kiess, Poulain, 2022.) . Naime, vrijeme koje roditelji i djeca provode na medijima može se opisati kao linearna korelacija, odnosno odnos u kojem jedna varijabla ovisi o drugoj varijabli (Hrvatska enciklopedija) dok isto ne možemo utvrditi za najkorišteniju vrstu medija. Primjerice u navedenom istraživanju od strane Schwazer-a, Grafe-a, Kiess-ea, Poulain-a (2022) majke su najčešće koristile pametne telefone, odnosno Internet, dok su njihova djeca najčešće koristila televizor. Suprotno tome, što su više roditelji koristili medije to su veći dio vremena i djeca provodila koristeći medije. Drugim riječima vrijeme korištenja medija kod roditelja i djece je bilo proporcionalno jedno drugome (Schwazer, Grafe, Kiess, Poulain, 2022). istu hipotezu, o linearnoj povezanosti, između vremena koje roditelji provode na medijima i vremenu koje djeca provode na medijima potvrdio je i Sindik (2011).

Rezultati ovog istraživanja nisu pokazali iste rezultate, odnosno samo je jedna teza istih potvrđena. Naime, istraživanje, u sklopu ovog rada, potvrdilo je samo tezu da najzastupljenija vrsta medija koju roditelji koriste nije u nikakvoj korelaciji ili značajnoj povezanosti s najkorištenijom vrstom medija koju koriste njihova predškolska djeca dok se teza o linearnoj povezanosti između vremena koje roditelji provode na medijima i vremena koje djeca provode na medijima nije potvrdila. Treća varijabla istraživana koja se ranije nije spominjala u istraživanjima bila je svrha korištenja medija, međutim niti tu se nije pokazala značajna povezanost. Roditelji su podjednako koristili medije za edukaciju i zabavu dok su mediji djeci primarno bili izvor zabave. S obzirom na to da djeca uče prema primjeru i da su roditelji primarni izvor informacija vezanih uz medije

ovaj rezultat je bio neočekivan. Očekivani rezultat je bio da će medijske navike roditelja imati veći utjecaj na medijske navike djece.

Zadnja problematika s kojom smo se u ovome radu susreli bio je odnos medijske pismenosti roditelja i utjecaj istih na medijske navike djece. Medijska pismenost dolazi kao jedna od modernih zadataka koje roditelji imaju kako bi djeci omogućili sigurno i kvalitetno korištenje medija (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021). Medijsku pismenost ovdje promatramo kao bazu za daljnje snalaženje u svijetu medija (Ljubić Nežić, 2018.) te se kao takva treba prenijeti djeci. Naravno, kako bi to bilo moguće roditelji moraju sami savladati kompetenciju medijske pismenosti. U ovome istraživanju 40% ispitanika izjasnilo se kako vrlo dobro zna/koristi kompetenciju medijske pismenosti, a u nastavku ankete njih 36% reklo je kako u kućanstvu nastoji promovirati medijsku pismenost dok je 20% ispitanika označilo kako u potpunosti promovirati medijsku pismenost (Prilog 3.) što znači da više od 50% ukupnog uzorka nastoji koristiti načela medijske pismenost u svojem domu i odgoju. Ovi rezultati su ohrabrujući i pokazuju kako usprkos dominirajućem negativnom stavu roditelja o utjecaju medija na predškolsku djecu oni ih i dalje nastoje poticati na sigurno i kvalitetno korištenje medija. Oni potvrđuju Chaudron-ovu, Di Gioia-inu i Gemo-vu hipotezu da roditelji usprkos negativnim stavovima i boljem poznavanju negativnih utjecaja medija i opasnosti i dalje prihvaćaju da su mediji dio naše i dječje svakidašnjice te da je potrebno kvalitetno ih i oprezno koristiti. Ključno pitanje ove problematike bilo je istražiti postoji li povezanost između medijske pismenosti roditelja i medijskih navika koje će njihova djeca razviti. Kao što je rečeno, većina ispitanika izjasnila se kako posjeduje kompetenciju medijske pismenosti, međutim u sklopu ovog istraživanja značajne povezanost između medijske pismenosti roditelja i medijskih navika djece nije utvrđena. Naime, medijska pismenost roditelja nije bila povezana sa vremenom koje djeca provode koristeći medije, na najzastupljeniju vrstu medija niti na svrhu korištenja medija. Ovakav zaključak nije bio očekivanog karaktera. Pretpostavka je bila da će medijska pismenost roditelja imati veći utjecaj na medijske navike djeteta. Pogotovo, primjerice, na svrhu korištenja medija. iako je istaknuto ranije da roditelji ne poznaju sve pozitivne strane, kao što su primjerice edukacijska, očekivala sam da će ishod, pogotovo s tako velikim postotkom medijski pismenih ispitanika biti drugačiji.

Završno pitanje ankete bilo je dodatno pitanje koje nije nužno vezano uz samu problematiku istraživanja, ali sam smatrala kako ga je bilo bitno postaviti u kontekstu rada. Ono je bilo vezano uz pravovremeni početak učenja o medijima to jest što smatraju kada je „pravo“ vrijeme za početak medijskog opismenjavanja djece. 50,9% ukupnog uzorka izjasnilo se kako smatra da je to u osnovnoj školu od 1. do 4. razreda (prilog 4.) što se slaže s rezultatima već provedenog istraživanja od strane Ciboci, Čosić Pregrad, Kanižaj, Potočnik i Vinković 2017. godine. Taj podatak djelomično je razočaravajući i pomalo obeshrabrujući. S obzirom na svijest o tome da su mediji svuda oko nas očekivani odgovor u kontekstu ovog pitanja trebao je biti da početak bude već u predškolskoj dobi. Kao što kroz cijeli rad naglašavam, mediji nemaju ciljanu publiku te su lako dostupni svima, kako odraslim korisnicima, tako i najmlađim.

6. Zaključak

Medij; sredstvo masovne komunikacije namijenjeno korisnicima diljem svijeta, neovisno o njihovoj dobi, rasi i spolu. Zabavni su i edukativni. Povezuju ljude i pomažu u procesu socijalizacije. Korisnicima medijskih sadržaja postaje se vrlo rano, već u predškolskoj dobi, te je od početka bitno imati dobar uzor za njihovo korištenje. Roditelji predstavljaju prvi uzor korištenja medijskih sadržaja u dječjim očima te je bitan način na koji rukuju i koriste medije, jer djeca najviše uče gledajući upravo njih. Roditelji nisu jedini izvor koji utječu na medijske navike djece, ali u predškolskoj dobi svakako čine primarni izvor informacija o korištenju medija i medijskih sadržaja.

Ovaj se rad bazirao na traženju značajne povezanosti između 4 varijable: stavu roditelja prema utjecaju medijima na predškolsku djecu, medijskih navika roditelja i medijske pismenosti roditelja s medijskim navikama njihove djece. U sklopu medijskih navika roditelja i djece u obzir su uzimane 3 varijable: vrijeme provedeno koristeći medije, svrha korištenja medija te najčešća korištena vrsta medija.

Rad se sastojao od 4 hipoteze pri čemu je jedna hipoteza potvrđena u potpunosti i druga djelomično. Prva hipoteza osnovana je na činjenici da roditelji bolje poznaju opasnosti i negativne utjecaje medija na predškolsku djecu te da će se temeljem toga češće izjasniti za negativan stav prema utjecaju medija na predškolsku djecu. Ova hipoteza potvrđena je u potpunosti. Druga hipoteza zasnivala se na ideji da će pozitivan, odnosno

negativan, stav roditelja prema utjecaju medija imati utjecaj na medijske navike njihove djece, to jest da će se njihovi stavovi ogledati u vremenu koje djeca provode koristeći medije, vrsti medija koje koriste i svrsi korištenja medija. Ova hipoteza samo je djelomično potvrđena ovim istraživanjem. Treća hipoteza povezivala je medijske navike roditelja i medijske navike djece, međutim u istraživanje nije pokazalo nikakvu povezanost između ove dvije varijable. Četvrta hipoteza bavila se povezanošću medijske pismenosti roditelja s medijskim navikama predškolske djece, međutim, kao i kod treće hipoteze, značajna povezanost nije pronađena.

Potvrda prve hipoteze potiče na promišljanje o objektivnosti naših stavova prema utjecaju medija. Postavlja se dodatno pitanje: „je li zaista, na ovakvu statistiku rezultata, utjecalo veće znanja roditelja o negativnim posljedicama i opasnostima ili su veću ulogu imali drugi faktori?“. Ovo je vrlo bitno pitanje i svakako smatram da bi u nastavku istraživanja ove hipoteze bilo potrebno postaviti i dodatno istražiti. Uloga medija u suvremenom svijetu raste sve više te je bitno poznavati u jednakoj mjeri i dobre i loše strane kako bi se snalazili prilikom njihovog korištenja. Iako se ne može s potpunom sigurnošću reći da je upravo lošije poznavanje prednosti medija, odnosno bolje poznavanje negativnih strana medija, utjecalo na statistiku sve jedno se javlja potreba za naglašavanjem potrebe učenja o svim mogućnostima medija.

Kada je u pitanju povezanost stavova roditelja o utjecaju medija i medijskih navika djece utvrđena je povezanost samo u jednoj stvari; vremenu korištenja medija kod djece. Ovo nam govori kako stav roditelja o utjecaju medija gotovo uopće nema povezanosti s medijskim navikama djece što je zanimljivo. Generalno gledajući, iako djeca roditelja koji su smatrali da mediji većinski imaju negativan utjecaj na djecu jesu koristeći medije provodili manje vremena, sve ukupno u statistici, neovisno o stavu roditelja, djeca su u prosjeku medije koristili jedan do dva sata dnevno. Zanimljiva je činjenica kako stav roditelja nije utjecao na svrhu korištenja medija od strane djece. Pretpostavka je da će roditelji koji smatraju medije negativnim utjecajem češće pratiti što djeca koriste od sadržaja te da će se češće odlučiti za edukativne sadržaje. Nažalost ovakva pretpostavka nije potvrđena ovim istraživanjem. Smatram da se i ova teza treba dodatno istražiti jer nepotvrđivanjem iste se samo javilo još više pitanja: „zašto“ i „kako?“.

Činjenica da, treća teza, povezanost između medijskih navika roditelja i djece, nije potvrđena je posebno iznenađujuća. Više istraživanja na temu ove teze je provedeno i utvrđena je povezanost između jedne varijable: vremena koje roditelj i djeca provode koristeći medije, međutim u sklopu ovog istraživanja ona nije potvrđena. Nije potvrđena niti povezanost između svrhe korištenja medija i najčešće vrste medija. Činjenica da roditelji medije koriste u edukativne i zabavne svrhe, a djeca samo u zabavne svrhe mi je bila okidač za dodatna pitanja u okviru ove teze. Ako roditelji koriste medije u edukacijske svrhe, postavlja se pitanje: „zašto ne potiču i ne promoviraju isto kod svoje djece?“. Naravno, ovo istraživanje nije ispitivalo u kojem smjeru njihovo edukacijsko korištenje medija ide, ali ako oni prepoznaju tu medijsku karakteristiku, zašto isto ne koriste i njihova djeca. Zašto u kućanstvu njihova djeca medije dominantno koriste kao zabavu? Koji je razlog ovakvom rezultatu?

Nadalje, četvrta teza, povezanost medijske pismenosti roditelja i medijskih navika djeteta, ponovno nije bila potvrđena. Pozovemo li se još jednom na treću tezu i to da roditelji medije koriste u edukacijske svrhe, ali njihova djeca isključivo za zabavu, postavlja se pitanje validnosti medijske pismenosti roditelja. Medijska pismenost pomaže nam u snalaženju kroz medije, pomaže nam uočiti njihove mane i vrline, razvijati kritičko mišljenje. Zašto onda djeca, roditelja koji su u ovome istraživanju dominantno rekli da posjeduju kompetenciju medijske pismenosti i da promoviraju načela iste u kućanstvu, medije najviše koriste u zabavne svrhe? To je još jedno pitanje koje je potaknuto ovim istraživanjem i koje se sukladno tome treba dodatno istražiti.

Ovo istraživanje trebalo je odgovoriti na četiri jednostavna pitanja, međutim potaknulo je niz novih pitanja koja su od jednake važnosti. U teorijskom okviru istaknuta je činjenica da roditelji često, usprkos pozitivnom stavu, zaboravljaju na edukacijske mogućnosti medija ili često nisu dovoljno dobro upoznati s njima. Možda je to upravo odgovor zašto su rezultati ovog istraživanja bili ovakvi, međutim to ne možemo zaključiti sa sigurnošću. Iz tog razloga smatram kako je ovo istraživanje, usprkos ne potvrđenim hipotezama, bilo od iznimne važnosti. Otvorilo je dodatna pitanja koja se pedagoški djelatnici i pedagozi trebaju pitati kada su u pitanju odnosi roditelji – mediji, medij- dijete, roditelj-dijete. Medijske navike roditelja variraju kao i njihovi stavovi te je važno pratiti kako oni utječu na odnos medija i njihove djece. Iako je logično kako medijske navike roditelja utječu na medijske navike djece to ne mora značiti da je

uvijek nužno takav slučaj. Sukladno tome, ovo je tema koja se u suvremenom medijskom svijetu i okruženju svakako treba nastaviti istraživati.

S obzirom da je pedagogija društvena znanost koja se bavi odgojem i obrazovanjem te unaprjeđenjem istog, jedna od njezinih zadaća je poticati medijski odgoj u školstvu već od predškolske dobi. Sukladno tome, treba pomoći roditeljima pri kreiranju objektivnih stavova prema medijima te razvoju medijske pismenosti kako bi djeca, osim u odgojno-obrazovnom sustavu, imala najkvalitetniji medijski odgoj i u kućanstvu. Takvim djelovanjem osigurat će se da djeca sigurno i kvalitetno, koristeći sve mogućnosti, koriste medijske sadržaje već od predškolske dobi.

7. Literatura

Bartaković, S., i Sindik, J. (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta Iadertina*, [online] 13(2), str. 95-113, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/280214> (7.6.2023)

Bognar, L. i Matijević, M. (1993). *Didaktika*. Zagreb: Školska knjiga.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2021). Mediji i djeca predškolske dobi: *priručnik za odgojitelje u dječjim vrtićima*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, [online] dostupno na: https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/prirucnik_za_odgojitelje_u_djecjim_vrticima_e-izdanje5-2.pdf (6.6.2023)

Ciboci, L., Čosić Pregrad, I., Kanižaj, I., Potičnik, D., Vinković, D. (2017). *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, [online] dostupno na: <http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf> (20.7.2023.)

Chaudron, S., Di Gioia, R., Gemo, M. (2018). *Young Children (0-8) and Digital Technology A qualitative study across Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, [online] dostupno na:

[file:///C:/Users/loca2/Downloads/jrc110359_young_children_online%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/loca2/Downloads/jrc110359_young_children_online%20(1).pdf)

(20.6.2023)

Čakmazović, A. (2021.), Medijska pismenost za najmlađe: *Multimedijski priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi*. Zagreb: Savez društava “ Naša djeca” Hrvatske, [online] dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Medijska-pismenost-za-najmla%C4%91e-multimedijski-priru%C4%8Dnik.pdf> (1.7.2023)

Čosić Pregrad, I. (2019), Kako roditelji mogu podržati djecu u svijetu medija: *priprema za roditeljske sastanke u dječjim vrtićima*. Zagreb, Agencija za elektroničke medije i UNICEF, [online] dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/03/Priprema-za-roditeljske-sastanke-u-djec%CC%8Cjim-vrtic%CC%81ima.pdf> (1.7.2023)

Dugić, S. (2018). *Digitalni mediji u životu djeteta*. [online], Umoigraonica, dostupno na: <https://www.umoigraonica.com/blog/digitalni-mediji-u-zivotu-djeteta/> (20.6.2023)

Dulčić, D. (2014). MASOVNI MEDIJI I POSTMODERNO DRUŠTVO, *Media, culture and public relations*, [online] 5(1), str. 87-97. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/122447> (5.6.2023.)

Đuranović, M., i Opić, V. (2013). MOGUĆNOSTI PREVENCIJE RIZIČNIH PONAŠANJA DJECE PREDŠKOLSKE DOBI, *Magistra Iadertina*, [online] 8.(1.), str. 101-111. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/122644> (11.6.2023.)

Hrvatska enciklopedija. *Autoritarni režim*. [online] dostupno na:

<https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=4769> (19.08.2022.)

Hrvatska enciklopedija. *Internet*, [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27653> (5.6.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Kompetencija*, [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32639> (1.7.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Korelacija*, [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=33163> (20.07.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Masovni mediji*, [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39312> (5.6.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Medij*. [online] dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=39755> (4.6.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Radio*, [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=51468> (10.6.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Stav*. [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=57912> (10.6.2023)

Hrvatska enciklopedija. *Televizija*. [online] dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> (10.6.2023)

Hrvatski sabor, (2003). *Zakon o medijima*, [online] Zagreb: Narodne novine d.d., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_163_2338.html (20.6.2023)

Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, [online] 9(2), str. 9-34. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/23306> (20.6.2023.)

Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, R. (2001): Djeca i mediji: *Uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži Institut za društvena istraživanja u Zagrebu. [online] Dostupno na: <http://idiprints.knjiznica.idi.hr/991/1/Djeca%20i%20mediji.pdf> (1.7.2023)

Jambrušić, A. (2011). U: Zrinjka Peruško: Uvod u medije, *Politička misao*, [online] 48(1), str. 254-257. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/71138> (6.6.2023.)

Jularić, M. (2022). 'UTJECAJ MEDIJA NA DJECU RANE I PREDŠKOLSKE DOBI – PERSPEKTIVE RODITELJA', *Život i škola*, [online] LXVIII(1-2), str. 147-160. Preuzeto sa: <https://doi.org/10.32903/zs.68.1-2.9> (20.07.2023)

Jurčić, D. (2017). TEORIJSKE POSTAVKE O MEDIJIMA – DEFINICIJE, FUNKCIJE I UTJECAJ, *Mostariensia*, [online] 21(1), str. 127-136. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/190208> (4.6.2023.)

Konvencija o pravima djeteta (2001) [online], Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, dostupno na: https://pravamanjina.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/pdf/medjunarodni/konvencija_o_pravima_djeteta.pdf (10.6.2023)

Kunczik, M., Zipfel, A. (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. [online], Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert, dostupno na: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/04582.pdf> (7.6.2023)

Ljubić Nežić, K. (2018) *Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju*, *Communication Management Review*, [online] 04(01), str. 284-301. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/326262> (1.7.2023)

Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih, *Bogoslovska smotra*, [online] 82(1), str. 131-149. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/79236> (5.6.2023.)

McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija*, [online], Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga. Dostupno na: https://monoskop.org/images/1/15/McLuhan_Marshall_Razumijevanje_medija.pdf (4.6.2023)

Mlinarević, V. (2004). Dijete i televizija. Ur: Babić, N., Irović, S., Redžep-Borat, Z., *3. stručni i znanstveni skup Rastimo zajedno : zbornik radova*. Osijek: Centar za predškolski odgoj Osijek, [online] str. 39-49, dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/504723> (10.6.2023)

Oblak, T. (2002). Internet kao medij i normalizacija kibernetičkog prostora, *Medijska istraživanja*, [online] 8(1), str. 61-76. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/23357> (1.7.2023.)

Paediatr Child Health (2003). *Impact of media use on children and youth*. [online], 8(5): 301–306, dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2792691/> (6.6.2023)

Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, (2017). *Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima (rezultati)*. [online] dostupno na:

<https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/> (1.7.2023)

Rek, M., Movačić, A. (2018) , Media and Preschool Children: The Role of Parents as Role Models and Educators. *Medijske studije*, [online] 9(18), str. 27-43, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/318532> (1.7.2023)

Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, [online] 18(1), str. 5-33. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/85379> (Datum pristupa: 11.07.2023.)

Schwarzer, C., Grafe, N., Hiemisch, A., Kiess, W., & Poulain, T. (2022). Associations of media use and early childhood development: cross-sectional findings from the LIFE Child study. *Pediatric research*, 91(1), 247–253.[online] dostupno na: <https://doi.org/10.1038/s41390-021-01433-6> (20.07.2023)

Šimić Šašić, S., Rodić, M. (2021). 'Korelati korištenja medija kod djece predškolske dobi', *Nova prisutnost*, [online] 19(1), str. 167-181. dostupno na: <https://doi.org/10.31192/np.19.1.12> (datum pristupa 25.6.2023)

Tolić, M. (2009). Medijska kompetencija kao prevencija pri sprječavanju medijske manipulacije u osnovnim školama, *MediAnali*, [online] 3(6), str. 195-212. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/44549> (Datum pristupa: 20.06.2023.)

Tolić, M. (2009). TEMELJNI POJMOVI SUVREMENE MEDIJSKE PEDAGOGIJE. *Život i škola*, [online] LV(22), str. 97-103, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/73170> (6.6.2023)

UNESCO (2022). *Radio remains one of the most trusted medium of communication*. [online] dostupno na: <https://www.unesco.org/en/articles/radio-remains-one-most-trusted-medium-communication> (10.6.2023)

UNICEF (2022), *Zaštita djece u online okruženju: Svako dijete mora biti zaštićeno od nasilja, iskorištavanja i zlostavljanja na internetu*. [online], dostupno na: <https://www.unicef.org/croatia/price/zastita-djece-u-online-okruzenju> (1.7.2023)

Vlada republike hrvatske (2009). *Opća deklaracija o ljudskim pravima*. [online], Zagreb: Narodne novine d.d., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2009_11_12_143.html (6.6.2023)

Vučetić, V. (2019). MEDIJSKA PISMENOST KAO KLJUČNA KOMPETENCIJA 21. STOLJEĆA, *South Eastern European Journal of Communication*, [online] 1(2), str. 37-46., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/339219> (1.7.2023)

Zgrabljčić Rotar, N. (2017). Novi mediji digitalnog doba. Ur: Josić, Lj., *Informacijska tehnologija i mediji 2016*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, [online] str. 56-67, dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/900879> (10.6.2023)

Zloković, J., i Vrcelj, S. (2010). RIZIČNA PONAŠANJA DJECE I MLADIH., *Odgovne znanosti*, [online] 12(1 (19)), str. 197-213. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/89842> (11.6.2023)

Žvan, V. (2019). Electronic Media and Critical Thinking, *In medias res*, [online] 8(15), str. 2365-2374. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/225458> (11.6.2023.)

Xie-Connell, C. (2015). *WHAT IS ELECTRONIC MEDIA?*. Skillmaker, [online] dostupno na: <https://www.skillmaker.edu.au/what-is-electronic-media/> (20.6.2023)

8. Prilozi

Prilog 1. *distribucija odgovora ispitanika na pitanja o najpozitivnijoj i najnegativnijoj strani medija:*

Pitanje	Odgovor	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak
Kao najveći negativni utjecaj medija na djecu izdvojio/la bih:	manjak socijalizacije i provođenja vremena "vani" sa vršnjacima	30	54,5	54,5
	otuđivanje i udaljavanje od "stvarnosti"	13	23,6	78,2
	poticanje predrasuda i stereotipa kod djece	4	7,3	85,5
	poticanje rizičnog i agresivnog ponašanja kod djece	8	14,5	100
	Ukupno	55	100	/
pozitivnu stranu utjecaja medija na djecu	informiranje, obrazovanje i dodatan kognitivni razvoj	19	34,5	34,5
	razvoj socijalnih vještina i novih interesa kod djece	8	14,5	49,1

	stjecanje novih znanja i vještina	1	1,8	50,9
	stjecanje novih znanja i vještina kod djece	17	30,9	81,8
	zabava i skraćivanje vremena	10	18,2	100
	Ukupno	55	100	/

Prilog 2. *Distribucija odgovora ispitanika na pitanje „ograničavam vrijeme koje moje dijete provodi na medijima“*

Pitanje	Odgovor	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak
Ograničavam vrijeme koje moje dijete provodi na medijima:	Nikada ne ograničavam vrijeme koje moje dijete provodi na medijima	2	3,6	3,6
	Ponekad ograničavam vrijeme koje moje dijete provodi na medijima	16	29,1	32,7
	Uvijek ograničavam vrijeme koje moje dijete provodi na medijima	37	67,3	100
	Ukupno	55	100	/

Prilog 3. *distribucija odgovora ispitanika na pitanje „U kućanstvu nastojim koristiti medije na način da promoviram medijsku pismenost“*

Pitanje	Odgovor	Frekvencija (N)	Postotak	Kumulativni postotak	Srednja vrijednost i standardna devijacija
U kućanstvu nastojim koristiti medije na način da promoviram medijsku pismenost.	1	1	1,8	1,8	3,64 ± 0,950
	2	4	7,3	9,1	
	3	20	36,4	45,5	
	4	19	34,5	80	
	5	11	20	100	
	Ukupno	55	100		

Prilog 4. *distribucija odgovora ispitanika na pitanje „Smatram da se medijsko opismenjavanje djece treba započeti“*

