

Svjesnost roditelja o percepciji utjecaja medija na predškolsku djecu

Marjančević, Nikolina

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:586291>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Nikolina Marjančević

**Svjesnost roditelja o percepciji utjecaja medija
na predškolsku djecu**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2021.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

NIKOLINA MARJANČEVIĆ

**Svjesnost roditelja o percepciji utjecaja medija
na predškolsku djecu**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša

Zagreb, 2021.

SAŽETAK

Od trenutka kada se rodi pa kroz svoje odrastanje djeca su u neprestanom dodiru s tehnologijom. Roditelji su ti koji medijski odgajaju djecu te im objašnjavaju nepoznanice s kojima se susreću tijekom odrastanja, zato je od iznimne važnosti svjesnost roditelja o potencijalnim opasnostima koje mediji mogu uzrokovati tijekom dječjeg odrastanja, ali i važnost medijske pismenosti. Prema preporukama Američke pedijatrijske akademije (2016) djeca do druge godine života ne bi trebala provoditi više od jedan sat dnevno uz medije, također navode kako nije dobro upotrebljavati medije jedan sat prije spavanja ili dok dijete jede. Istraživanje u ovom diplomskom radu provedeno je na uzorku od sto pedeset osam roditelja, a korištena je metoda ankete. Rezultati istraživanja pokazali su kako roditelji svojoj djeci ograničavaju upotrebu medija, ali i da imaju nadzor nad onim što djeca gledaju na televiziji, mobitelu ili tabletu.

Ključne riječi: mediji, djeca, predškolska dob, roditelji, komunikacija

ABSTRACT

To better understand the work, a theoretical framework has been set in where are media explained and all their functions and what is media literacy. From the time a child is born they are in touch with technology. Parents are the ones who raise and educate their children about media and explain them the thing they dont know, so it is extremely important for parents to be aware of the potential dangers that the media can cause during childhood, but also the importance of media literacy. According to the recommendations of the American Academy of Pediatrics (2016), children under the age of two should not spend more than one hour a day with media, they also state that it is not good to use the media one hour before bed or while the child eats. The research in the paper was conducted on a sample of one hundred and fifty-eight parents, and the survey method was used. The results of the research showed that parents limit their children's use of the media, but also have control over what their children watch on television, mobile phones or tablets.

Keywords: media, children, preschool age, parents, communication

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
1. Uvod.....	4
2. Mediji – definicija i funkcije.....	5
2.1. Vrste medija	6
3. Medijska pismenost	9
4. Roditelji i mediji	12
5. Djeca i mediji.....	17
5.1. Pozitivan utjecaj medija na djecu	22
5.2. Negativan utjecaj medija na djecu.....	24
6. Pregled istraživanja provedenih iz područja medija i djece.....	28
7. Metodologija istraživanja.....	31
8. Rezultati istraživanja.....	32
9. Zaključak.....	49
10. Literatura.....	51
11. Prilog.....	57

1. Uvod

U današnje vrijeme djeca su od rođenja u dodiru s tehnologijom. Odrastanje bez tehnologije gotovo je pa nemoguće, zato je važno da su roditelji svjesni utjecaja medija na djecu, osobito onu predškolske dobi. Rezultati međunarodnog istraživanja koje je provedeno 2007. godine pokazuje kako 40% djece u prva tri mjeseca života svakodnevno provodi vrijeme uz neki oblik videosadržaja, a u prve dvije godine života je 90% djece imalo susret s digitalnim medijima (Zimmerman, Christakis, Meltzoff, 2007 prema Poliklinika-djeca.hr, 2018). Neprofitna organizacija Common Sense (2017) provela je istraživanje koliko djeca u dobi do osme godine koriste medije. Rezultati istraživanja pokazuju kako 42% djece ima tablet, a kada se usporede podaci iz 2014. godine može se vidjeti kako je tada tablet posjedovalo samo 7% djece, što ukazuje na veliki skok u upotrebi tableta među djecom. Zanimljivi su i podaci prema kojima 98% djece do osme godine živi s mobitelom, a isti toliki je i postotak djece koja u kući imaju televizor. Mediji utječu pozitivno i negativno na djecu predškolske dobi te tako pozitivne strane mogu dodatno pomoći djeci pri razvoju, učenju i socijalizaciji. Roditelji moraju biti svjesni i negativnih strana, kao što su utjecaj na spavanje i slab razvoj kognitivnih sposobnosti. Važno je da roditelji s djecom komuniciraju i medijski ih obrazuju kako bi se spriječile opasnosti koje mogu nastati. Cilj ovog diplomskog rada je istražiti koliko djeca predškolske dobi koriste medije, ali i koliko su roditelji svjesni utjecaja medija na svoju djecu.

Prvi dio rada bavit će se pojašnjavanjem pojmova kao što su mediji, vrste medija i medijska pismenost. U drugom dijelu rada objasniti će se koliko je važna komunikacija roditelja i djece o medijima, naglašavanjem važnosti medijskog obrazovanja djece. U ovom će dijelu biti riječi i o međusobnoj povezanosti djece i medija, tj. o pozitivnom i negativnom utjecaju medija na djecu. U trećem dijelu rada provedeno je istraživanje metodom ankete, a koju su ispunjavali roditelji djece predškolske dobi.

2. Mediji – definicija i funkcije

Internetska stranica Enciklopedija.hr (n.p.b) navodi kako riječ medij dolazi od latinske riječi *medium* što znači sredina ili sredstvo. Medijem se smatraju sva sredstva pomoću kojih se prenose poruke i vijesti. U znanostima kao što su komunikacijske znanosti smatraju se tiskovine i elektronička sredstva, a u današnje vrijeme to su internet, komunikacijski sateliti, film i dr. te se o njima govori kao o masovnim medijima. Danijela Jurčić (2017: 129) u stručnom članku pod nazivom „Teorijske postavke o medijima - definicije, funkcije i utjecaj“ ističe kako se u današnje vrijeme svijet ne može zamisliti bez masovne komunikacije te također ističe da se snažan razvoj dogodio krajem 20. i početkom 21. stoljeća. Veliki broj različitih medija obilježilo je prošlo stoljeće, ali i 21. stoljeće, a razvoj medija će se nastaviti i dalje kako se bude tehnologija još više razvijala (Ilišin i sur., 2001). Mediji služe kako bi prenijeli informativni, edukativni i zabavni sadržaj, a sav taj sadržaj, ako ga pojedinac prati, potencijalno će imati utjecaj na njega. Glavni cilj medija je svakom korisniku ispuniti potrebu za informacijama o raznim događajima.

Tijekom povijesti puno je autora pisalo o medijskim funkcijama. Tako su Štefan Rus-Mol i Ana Jugoslava Zagorac-Keršer (2005 prema Jurčić, 2017) izdvojili neke od važnijih funkcija medija kao što su prijenos informacija pod čime se podrazumijeva povećanje informiranosti građana s kvalitetnim informacijama kako bi građani mogli što bolje odlučiti o najvažnijim pitanjima u zajednici, pod artikulaciju autori podrazumijevaju oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire gdje ih javnost može opaziti. Sljedeća funkcija koju autori navode je teorija nametanja dnevnog reda koja uspostavlja prioritete društvenih tema. Kritika i kontrola kao funkcija omogućava nadziranje vlasti, politike, gospodarstva, ali pomaže i kako se ništa ne bi sakrilo od javnosti. Zabava je jedna od važnijih i poznatijih funkcija medija, ali i obrazovanje koje postaje sve više popularno preko specijaliziranih programa za edukaciju kao što su *Discovery* i *National Geographic*.

Jurčić (2017) također napominje i kako se pozitivan utjecaj medija vidi i u načinu stjecanja znanja, usvajanju znanstvenog i kulturnog nasljeđa, ali i razvoju moralne i socijalne dimenzije, a također je važan i razvoj stvaralačkih sposobnosti. Ona također spominje i kako mediji stvaraju negativan utjecaj na osobe te taj negativan utjecaj utječe na ponašanje u društvu. Negativan utjecaj može nastati i preko sadržaja koji prikazuju puno nasilja i pretjerani konzumerizam.

2.1. Vrste medija

Može se reći kako je razvoj medija započeo s ljudskom mogućnosti govora te je tada krenuo prijenos informacija između ljudi. Kada gledamo razvoj medija kroz povijest ima nekoliko važnih izuma, a ti izumi započinju od pergamenta nakon čega slijedi izum samog papira. Prvi tisak s drvorezom izumljen je u Kini oko tisućite godine, a preteča toga je tiskarski stroj s pokretnim slovima koji je također izumljen u Kini. Modernija verzija tiskarskog stroja pojavila se 1440. godine u Njemačkoj. Njegov izumitelj je Johannes Gutenberg koji je u istoimenom gradu objavio prvu tiskanu Bibliju. Nakon tiska slijedi izum brzojava, a potom izumi telefona, televizije i satelitsko komuniciranje (Enciklopedija.hr, n.p.b). Razvoj World Wide Weba doveo je do razvitka novih medija i načina komunikacije koji su dodatno utjecali na način razvoja i odgoja djece.

John Fiske razlikuje tri vrste medija: „prezentacijske (lice, glas, tijelo) koje su ograničene na 'ovdje' i 'sada' zato što je medij sam komunikator; reprezentacijske (fotografije, knjige, slike) koje se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenoga diskursa; mehaničke medije (radio, televizija, telefon), koji odašilju i prezentacijske i reprezentacijske medije, a kategorije se izvode na osnovi međusobnih razlika“ (prema Jurčić, 2017). Mediji se još mogu podijeliti na tiskane i elektroničke medije. Tiskani mediji su prije bili jedini izvor informacija, ali i zabave. Pod tiskane medije spadaju novine, časopisi, knjige, brošure, letci itd. Pod elektroničke medije ubrajamo televiziju i radio, a novim medijem smatramo internet. Svi tradicionalni mediji su se polako prebacili u digitalnu eru, gdje je sve dostupno putem nekoliko klikova mišem te tako tiskane novine polako odlaze u zaborav, a veliki dio čitatelja je već prešao na novinske internetske portale. Najveća razlika u novoj digitalnoj eri je ta što dopuštaju povratnu informaciju na razne načine, ali i korisnici na internetskim stranicama mogu sudjelovati putem komentara ili anketa.

Praoblci današnjih novina sežu u daleka povijesna razdoblja, a prve vijesti su se pojavile u Kini. Od 14. stoljeća postojala je organizirana razmjena vijesti pisanih rukom. Na pojavu novina najviše je utjecao izum Gutenbergove tiskarske preše, a događaj koji je pomogao razvoju novina je i osnivanje poštanskih službi (Enciklopedija.hr, n.p.e). Novine su prvi masovni medij koji je putem jednosmjernе komunikacije širio informacije koje su bile aktualne, a funkcioniraju na način da jedan pošiljatelj šalje, a mnogo primatelja prima informacije. Danas novine, osim u tiskanom

izdanju, postoje i putem internetskih stranica, gdje se smanjila jednosmjerna komunikacija novina tako što čitatelji nakon pročitano g članka na internetu mogu ostavljati komentare i time se stvara dvosmjerna komunikacija. Kako je već navedeno, skoro sve novinske kuće imaju svoje internetske stranice na kojima objavljuju vijesti. S obzirom na dostupnost i brzinu informacija koja se dobiva putem interneta, novine su na internetu postale puno ažurnije. Jako puno novinskih kuća informacije na svojim internetskim stranicama još uvijek ne naplaćuje, a prihod ostvaraju putem oglašavanja, s obzirom na to da ne postoje visoki troškovi tiskanja i distribucije.

Radio funkcionira na način da se govor i zvuk prenose putem radiovalova. Prvo radijsko emitiranje započeo je Herrold 1909. godine. Na području Hrvatske prva hrvatska radijska postaja osnovana je 1926. godine - Radio Zagreb. Američki *National Broadcasting Company* je prvi lanac radijskih postaja, a osnovan je iste godine. Od sredine 1920-ih i u 1930-ima radio je postao, uz film, vodeći masovni medij. Zlatno doba radija smatraju se dvadesete i četrdesete, a tijekom tog razdoblja popularni su bili *sitcom* i radiodrama, ali i informativni programi (Enciklopedija.hr, n.p.c). Prema istraživanjima, Europljani od mnogih vrsta medija najviše vjeruju informacijama koje prenosi radio. Lako je dostupan i zbog toga je popularan, a do željene radijske stanice se može povezati preko mobitela, u automobilu, na računalu i tabletu (Lidermedia.hr, 2016). Prema studiji radijskog tržišta koju je proveo Ipsos (2015) radio je i dalje slušan, a ponajviše se sluša tijekom vožnje i u uredima. U prosjeku slušatelji radio slušaju dva sata dnevno. Mladi ljudi do 24 godine najmanje slušaju radio, a više od dva sata dnevno uz radio provode slušatelji od 35 do 44 godine te od 55 do 70 godina. Slušatelji radio najčešće slušaju tijekom vožnje u automobilu (31%).

Televizija je pojam s dva osnovna značenja. Prvo značenje je tehnički sustav koji stvara i obrađuje signale koji prenose sliku, zvuk i pisanu obavijest, a drugo značenje je masovni medij zasnovan na istoimenom tehničkom sustavu (Enciklopedija.hr, n.p.d). Ocem televizije smatra se Paul Gottlieb Nipkow. Kao masovni medij, televizija se pojavila potkraj 1920-ih. U početku se gledanje televizije odvijalo javno te su televizori bili postavljeni u izlozima i javnim prostorijama, a gledanje televizije iz udobnosti svog doma postalo je popularno tijekom 1940-ih. Sam razvoj televizije na području Hrvatske vežemo uz Hrvatsku radioteleviziju. Početak emitiranja prve televizije u Hrvatskoj povezano je s otvorenjem Zagrebačkog Velesajma 1956. godine, a prenosila ga je Televizija Zagreb (Šimunović i sur., 2019). Razvijanjem tehnologije kroz povijest došlo je

do novih izuma pa je tako u današnje vrijeme televizija predmoderni, a internet moderni izum, koji služi za prenošenje informacija, zabavu i obrazovanje.

Internet je sustav povezanih računalnih mreža širom svijeta, a nastao je u SAD-u 1970-ih, ali javnost će doći u doticaj s njim tek početkom 1990-ih. Prema podacima iz siječnja 2021. godine bilo je 4,66 milijardi aktivnih korisnika interneta, što čini 59% svjetske populacije (Statista.com, 2021). ARPANET se smatra starijim bratom interneta, a nastao je 1969. s ciljem povezivanja znanstvenih i istraživačkih institucija, a World Wide Web je uveden 1992. godine (Enciklopedija.hr, n.p.a). Veliki skok broja korisnika interneta dogodio se razvojem *Facebooka*, *Twittera* i drugih društvenih mreža, ali i razvojem pametnih mobitela gdje je broj korisnika interneta s jedne šestine korisnika svjetske populacije 2005. godine skočio na više od pola korisnika svjetske populacije 2020. godine (Britannica.com, n.d.). Zbog velikog utjecaja medija nastala je medijska pismenost, kojoj je cilj obrazovati ljude, a posebno djecu i mlade o kritičkom razmišljanju, analizi i stvaranju novog medijskog sadržaja.

3. Medijska pismenost

Medijska pismenost je u današnje vrijeme pojam koji se spominje u skoro svim medijskim istraživanjima pa tako Mirela Tolić (2009: 100) označava medijsku pismenost kao „najnižu razinu svladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola i rada na računalima te drugim medijskim sredstvima“. Uz medijske, danas je osobito važno da pojedinci posjeduju digitalne kompetencije koje, prema Europskoj komisiji, podrazumijevaju samouvjerenost, kritičko i odgovorno korištenje digitalnih tehnologija, ali i njihovo korištenje kako bi sudjelovali u društvu. Digitalna kompetencija uključuje i informacijsku pismenost, komunikaciju i suradnju, stvaranje novih sadržaja i sigurnost s ciljem stvaranja digitalnih državljana (Nascimbeni, Voslo, 2019).

Američka profesorica Renee Hobbs ističe da kada razmišljamo o pismenosti, većina ljudi misli samo na čitanje, pisanje, govorenje i slušanje, ali u današnje vrijeme pismenost su i razni simboli, društvene mreže, videoigre itd. Zaključuje kako je medijska pismenost sposobnost kritičkog analiziranja i stvaranja medija u različitim oblicima (Medijskapismenost.hr, 2016). Nensi Blažević smatra kako trebamo učiti o karakteristikama, odnosno specifičnostima medija, tj. klasičnih i novih medija. U pojam medijske pismenosti uključuje i digitalnu pismenost. Digitalnu pismenost pojašnjava na način da treba učiti i kritički se odnositi prema medijima (što ne znači kritizirati, nego imati kritički odnos). Također ističe kako nije dovoljno imati samo svoj stav i na temelju tog stava stvarati predodžbu, nego obratiti pozornost i na objektivno mišljenje. Shodno tome, Blažević smatra kako moramo cijeli život postavljati pitanja sebi i drugima da bismo gradili medijsku pismenost (Medijskapismenost.hr, 2016).

Za kvalitetnu medijsku pismenost Lana Ciboci (2018: 25) u znanstvenom radu „Medijska pismenost učenika osmih razreda u Zagrebu“ navodi kako je za medijsko opismenjavanje djece ključno medijsko obrazovanje te kako medijska pismenost podrazumijeva pristup medijima, analizu, vrednovanje i stvaranje medijskih sadržaja. Nada Zgrabljic Rotar (2005: 13) u knjizi „Medijska pismenost i civilno društvo“ objašnjava kako nije dovoljno u procese učenja uključiti samo najnovije medije. Navodi kako su informatika i računala samo jedan dio medijske pismenosti te autorica smatra kako medijski pismena osoba uči o svim medijima, njihovu povijest, način na koji funkcionira taj medij, tko je vlasnik te tko ih kontrolira, ali i komercijalizira sadržaj.

Prema Europskoj povelji o medijskoj pismenosti, medijski pismene osobe trebale bi moći učinkovito koristiti medijske tehnologije za pristup, čuvanje, ponovno dobivanje i dijeljenje sadržaja prema svojim individualnim i društvenim potrebama i interesima; imati pristup i donositi informirane izbore o širokom rasponu medijskih oblika i sadržaja iz različitih kulturnih i institucionalnih izvora; razumjeti kako se i zašto stvara medijski sadržaj; kritički analizirati tehnike, jezik i konvencije koje se koriste u medijima, kao i poruke koje prenose; kreativno koristiti medije za izražavanje i komuniciranje ideja, informacija i mišljenja; prepoznati i izbjegavati ili dovesti u pitanje neželjene, uvredljive ili štetne medijske sadržaje i usluge; učinkovito koristiti medije u ostvarivanju svojih demokratskih prava i građanskih odgovornosti (Medijskapismenost.hr, n.d.).

Medijsku pismenost djece i mladih potrebno je razvijati u školama i vrtićima, ali Ciboci i suradnici (2011) navode kako je potrebno također razvijati i medijsku pismenost roditelja. S obzirom na to da se tehnologija stalno mijenja, tako se mijenja i pojam medijske pismenosti. Autori također napominju kako je djeci često smiješno što ih se poučava na konceptima iz 20. stoljeća (Ciboci i sur., 2011: 79). Zgrabljčić Rotar (2005: 37) smatra kako medijsku pismenost treba uključiti u sve razine hrvatskog obrazovnog sustava i to u suvremenom konceptu, jer se u okviru sadašnjeg nastavnog plana predaje samo onoliko koliko to zanima nastavnike u okviru nastave Hrvatskoga jezika u osnovnim školama, bez prikladne literature i metodologije. Glavni izazovi pri razvoju digitalne pismenosti mogu se povezati s četiri međusobno povezana područja, a to su opće društveno okruženje, obiteljski i školski kontekst te uloga privatnog sektora. Pod društveno okruženje spadaju problemi kao što je loša tehnološka infrastruktura, mali udio kućanstava ima računala, broj internetskih sadržaja na lokalnom jeziku je izrazito mali ili nekvalitetan (Zgrabljčić Rotar, 2005). Livingstone i Byrne (2015) ističu kako se uloga roditelja i obitelji kao digitalnih posrednika razlikuje najviše između razvijenih zemalja i zemalja u razvoju te daju preporuku kako bi države i veliki tvrtke trebali ulagati u područje medijske pismenosti kako bi pomogli da djeca ostvare što višu razinu medijske pismenosti. Škole imaju veliku ulogu u stjecanju digitalnih kompetencija, ali najviše pomažu pri uključivanju digitalne tehnologije kao aktivnog alata za učenje. Vijeće UN-a za prava djeteta je 2014. godine savjetovalo vlade država da digitalnu pismenost uključe u svoje nacionalne školske programe (Nascimbeni, Voslo, 2019).

Europska unija je 2015. godine provela istraživanje koliko su građani u zemljama Europske unije medijski pismeni. Istraživanje je provedeno tako što su nacionalni stručnjaci ocijenili dostupnost i kvalitetu politike medijske pismenosti u svojoj zemlji. Stručnjaci su imali tri mogućnosti odgovora koje su predstavljale nizak, srednji i visok rizik za medijski pluralizam. Nizak rizik podrazumijevao dobro razvijenu politiku medijske pismenosti koja ima dugu tradiciju kreiranja politike medijske pismenosti, a postojeće mjere koje su cjelovite i u skladu s najnovijim društvenim promjenama. Srednji rizik podrazumijeva politiku medijske pismenosti koja je tek u nastajanju te je još uvijek nerazvijena. Visok rizik je treća mogućnost koju su stručnjaci mogli označiti, a zemlje koje su u ovoj kategoriji nemaju provedenu politiku medijske pismenosti i nemaju pravila. Samo četiri zemlje (Njemačka, Nizozemska, Finska i Švedska) imaju dobro razvijenu politiku medijske pismenosti, dok tri zemlje (Hrvatska, Cipar i Malta) nemaju razvijenu politiku (Cernison, Ostling, 2017).

U multimedijском priručniku za djecu predškolske i rane školske dobi Alma Čakmazović (2021: 11) ističe kako je jedna od vodećih organizacija iz područja medijske pismenosti Center for Media Literacy (Centar za medijsku pismenost) razvila pet ključnih pitanja za medijsku pismenost: 1. Tko je kreirao ovu poruku?; 2. Koje su kreativne tehnike korištene da bi se privukle moju pozornost?; 3. Kako drugi ljudi ovu poruku mogu različito tumačiti od mene?; 4. Koje su vrijednosti, životni stilovi i pogledi zastupljeni ili izostavljeni iz ove poruke?; 5. Zašto je ova poruka poslana?

4. Roditelji i mediji

Prva iskustva, znanje i vještine dijete će naučiti u obitelji. Također, u okruženju svoje obitelji dijete kreira i vlastiti identitet pri čemu stvara razna mišljenja o sebi i svijetu. Pretpostavlja se da se čak u predškolskoj dobi usvajaju neki osnovni stavovi o vrednotama koje ostaju tijekom čitavog života (Miliša, Zloković, 2008: 41). Vlasta Ilišin, Ankica Marinović Bobinac i Furio Radin (2001: 27) navode kako su roditelji glavni medijski socijalizatori. Važnost roditeljske intervencije posebno se naglašava za djecu mlađe dobi koja se tek upoznaju s medijskom ponudom. Istraživanja su pokazala kako restriktivan pristup roditelja, koji je obilježen zabranom (prekomjernog) gledanja, ostvaruje najslabiji rezultat (Ilišin i sur., 2001). Također se navodi kako je najbolji evaluativni pristup djeci koji uključuje razgovor s djecom o onom što je viđeno, s namjerom da se djeci pomogne u vrednovanju značenja, uočavanju moralne poruke i shvaćanju prirode medijskog sadržaja (Desmon i sur., 1985 prema Ilišin i sur., 2001). Još jedan pristup koje Ilišin, Bobinac i Radin (2001) navode, a ostvario je dosta dobre učinke, je nefokusirani pristup. Nefokusirani pristup obilježava zajedničko gledanje televizije i istovremeni razgovor s djecom. U ovom pristupu roditelj neće utjecati na dječje televizijsko iskustvo, nego će dijete samo stvoriti televizijsko iskustvo, a roditelj će zajedno s djetetom uživati u gledanju televizije. Nefokusirani pristup, tj. aktivno posredovanje, preporučuje i Američka pedijatrijska akademija (2016). Naime, oni smatraju kako se aktivno posredovanje odnosi na razgovor između roditelja i djeteta o medijima. Aktivno posredovanje nije samo razgovor s djetetom, nego i zajedničko korištenje medija s djetetom. Djeca u dobi od jedne do dvije godine uz pomoć roditelja mogu puno uspješnije i učinkovitije učiti sadržaj putem medija ili komunicirati putem videopoziva. Autori su također naveli kako roditelji manje komuniciraju sa svojom djecom dok gledaju u električni zaslon ili dok je televizija uključena u pozadini (Coyne i sur., 2017).

Roditelji u današnje vrijeme moraju uspješno kontrolirati vlastito korištenje interneta i mobitela, kako bi uspješno kontrolirali korištenje i izloženost svoje djece istoj tehnologiji. Otežana kontrola korištenja medija kod djece svakako će biti ako u kući postoji veliki broj medijskih ekrana. Također, roditelji koji imaju puno medijskih uređaja u kući, smanjuju kontrolu koliko često dijete koristi medijske u uređaje i što radi na njima. Između ostalog, dolazi do problema u komunikaciji

roditelja i djeteta jer dijete ne govori više što je vidjelo na medijskim uređajima (Anderson i sur., 2020).

Autori knjige „Djeca medija“ (Ciboci i sur., 2011), napominju kako većina roditelja, zbog užurbanog načina života, nema više toliko vremena da provodi sa svojom djecom, posveti im se u podučavanju i usađivanju moralnih vrijednosti. Ističu da su tu ulogu u današnje vrijeme roditelji prepustili medijima, a da nisu ni svjesni koliko mediji mogu imati negativan utjecaj na dijete. Nadalje, autori u knjizi ističu koliko je važno povjerenje između roditelja i djeteta. Navode upozorenje Alessandre Carenzio koja govori kako je sustav za sigurnost i nadzor koji roditelji koriste s jedne strane koristan, ali isto tako može postati i izgovor da više ne bi morali razmišljati o sigurnosti djeteta (Ciboci i sur., 2011: 35).

Preporuke stručnjaka usmjeravaju se na sigurno uvođenje digitalnih medija u živote djece od 18 mjeseci, uz pažljiv odabir sadržaja, a za komunikaciju i održavanje odnosa s drugim ljudima moguće je i ranije uvođenje medija. Iznimno je važno da upotreba ekrana u obitelji, kao i djetetovo vrijeme provedeno pred ekranima, ne ometa vrijeme koje provodi s roditeljima u interakciji licem u lice (Ćosić, 2019: 6). Također se smatra kako su prve godine djetetova života kritično razdoblje za učenje i uspostavljanje obrazaca privrženosti (koji utječu na naše kasnije odnose s drugima i svijetom koji nas okružuje), tako da predanost, uključenost i prisutnost roditelja/skrbnika u prvim godinama života postavlja temelje za kasnije stjecanje znanja i iskustava (Ćosić, 2019: 5). Mayanne Wolf (2019: 154) navodi da se prvi izazov s kojim se roditelji susreću odnosi na razvojno prikladan sadržaj koje dijete gleda i količinu vremena koje provodi na digitalnom uređaju. Dalje navodi da je drugi izazov za roditelje koje bi aplikacije, aktivnosti i uređaje bilo najpametnije (i kada) pokazati djetetu.

Danijel Labaš smatra kako se roditelji boje da djeca olako daju svoje osobne podatke na internetu – adresu i brojeve telefona (Ciboci i sur., 2011: 45) Također se u knjizi navodi kako se roditelji bez razloga boje novih tehnologija te kako se može brzo naučiti kako one funkcioniraju i kako se njima koristiti. Zaključuje kako roditelji koji razumiju nove tehnologije najbolje pomažu svojoj djeci kako bi i oni što bolje shvatili tehnologije, ali i postali medijski pismeni. Medijski odgoj je dio tradicije razmišljanja i prakse u raznim zemljama, a tome je dokaz i Centar za istraživanje medija i informacija (www.cermit.it) (Ciboci i sur., 2011: 49). Jedan od važnijih projekata u Hrvatskoj sličnog karaktera je *Djeca medija* kojem je cilj i svrha educirati o medijima i tako

potaknuti ljude na razumijevanje i na kritičko razmišljanje pri korištenju medijskog sadržaja. Djeca bi trebala poznavati pozitivne i negativne strane koje donose mediji. Upravo zbog toga je važan medijski odgoj kako bi znali razumjeti medije. Projekt *Djeca medija* želi osvijestiti i educirati djecu i mlade da s razumijevanjem i kritičkim odmakom koriste medijske sadržaje koje sami odabiru (Djecamedija.org, 2019). U istraživanju koje je provedeno tijekom 2020. godine u vrijeme pandemije, roditelji djece predškolske dobi smatrali su kako njihova djeca imaju dobar balans između vremena provedenog ispred ekrana i drugih dječjih aktivnosti. Troje od deset roditelja smatraju kako je teško kontrolirati koliko dnevno dijete provede pred ekranima, a 45% roditelja je smatralo kako kada njihova djeca koriste internet imaju više koristi od njega nego štete. Roditelje je najviše zabrinula dostupnost sadržaja koji prikazuju samoozljeđivanje, ali i prikupljanje podataka što njihova djeca gledaju na internetu (Ofcom, 2020/2021).

Postoje dva načina na koji roditelji mogu sudjelovati zajedno s djecom u korištenju medija. Prvi način podrazumijeva korištenje medija zajedno s djetetom i to je tzv. interakcijski način korištenja medija. Kod tog načina roditelj zajedno s djetetom koristi medije kao zajedničku aktivnost. Kod drugog načina sadržaj je prilagođen djeci predškolske dobi i olakšava zajedničko korištenje medija s roditeljima. U ovom se slučaju već nakon prvog korištenja može primijetiti pozitivan stav između roditelja i djeteta pri korištenju medija (Pimpek, Lauricella, 2017).

U istraživanju koje su proveli Vittrup i sur. (2016) većina roditelja, njih 67%, smatra kako je prikladno koristiti medije pri zaokupljanju dječje pozornosti dok odrasli obavljaju druge zadatke. Roditelji koriste sedam sati dnevno (ne uključujući upotrebu medija na poslu) medije i tehnologiju, uključujući televiziju, računala, videoigre i mobitele, a ako roditelji u istraživanju provedu sedam sati dnevno koristeći medije i tehnologiju i spavaju osam sati, znači kako navedeni roditelji provedu skoro cijelo slobodno vrijeme koristeći medije. Vittrup i sur. (2016) navode kako je upotreba medija od strane roditelja pozitivno povezana s njihovom djecom, a to je otkriveno i u prethodnim studijama. Kao primjer se navodi studija koju su proveli Rideout i Hamel 2006. godine i studija koju su proveli Woodard i Gridina 2000. godine. Tu tvrdnju također potvrđuju i Lauricella i sur. (2015 prema Terras, Ramsay, 2016) u studiji na 2.300 roditelja djece u dobi od 0 do 8 godine. Oni su dokazali kako je vrijeme koje roditelji provedu koristeći televiziju, računala, pametne mobitele i tablete povezana s vremenom koje dijete provede koristeći medije i tehnologiju.

Za razliku od drugih utjecaja na djecu, roditelji imaju ključnu ulogu u oblikovanju načina na koji će djeca doživjeti medijske utjecaje. Roditelji ne samo da omogućuju djeci pristup medijima, već i utječu na to kako će njihova djeca reagirati na medijske sadržaje. S obzirom na to da se jako puno različitih medijskih sadržaja koristi putem pametnih mobitela, zanimljivo je kako se korištenje medija ipak najviše događa u kućnom okruženju. Amy I. Nathanson je predložila znanstvenicima da roditelje trebaju smatrati kreatorima medijskog okruženja kod djece, posrednike u medijskoj potrošnji svoje djece i predstavnike različitih grupa koji mogu utjecati na djecu i cijelu obitelj (Nathanson, 2015).

Melodija M. Terras i Judith Ramsay (2016) napominju da kada se promatra utjecaj medija na djecu da se treba promatrati i povezanost roditelja s medijima, te tu ukazuju na dva važna faktora. Prvi faktor su roditelji jer medije koje oni koriste će vrlo vjerojatno koristiti njihova djeca. Drugi faktor je činjenica da iako su roditelji izrazili zabrinutost koliko njihovo dijete koristi medije, roditelji se nastavljaju neodgovorno ponašati na internetu i vremenski dugo koristiti medije u kućnom okruženju.

Livingstone i sur. (2011 prema Terras, Ramsay, 2016) su identificirali pet vrsta roditeljskog posredovanja. Prva vrsta podrazumijeva aktivno posredovanje pri upotrebi interneta, gdje roditelji trebaju raspravljati i pričati s djecom o internetskom sadržaju i aktivnostima na internetu. Druga vrsta je aktivno posredovanje koje uključuje sigurnost na internetu i promicanje sigurne upotrebe interneta. Treća vrsta je ograničavajuće posredovanje koje uključuje ograničavanje internetskog pristupa u smislu vremena, aktivnosti i sadržaja koje dijete koristi. Četvrta vrsta je tehničko ograničenje koje karakterizira upotreba filtera za ograničavanje aktivnosti djeteta na internetu. Peta vrsta je provjera aktivnosti na internetu i objava na društvenim mrežama.

Stephen i sur. (2013 prema Terras, Ramsay, 2016) navode četiri dimenzije unutar kućnog okruženja koja razlikuje dječje iskustvo s tehnologijom i medijima. Prvi je obiteljski stav prema tehnologiji kao obrazovna podrška djetetu, drugo su stavovi roditelja prema obrazovanju djece, treće je prisutnost braće i sestara, a na kraju četvrta dimenzija koliko roditelji koriste tehnologiju. Navedene dimenzije odražavaju stilove posredovanja, stavove i sklonosti roditelja i djece. Iskusne stručnjakinje s dugogodišnjim iskustvom u području utjecaja nasilja u medijima na djecu, Elisabeth J. Erwin i Naomi Morton, naglasile su koju važnost obitelj ima u medijskom obrazovanju djece. Kako bi pomogle roditeljima u medijskom obrazovanju, pripremile su sedam preporuka:

„Informirajte se; istražite ulogu i utjecaj medija u svojim životima; ispitajte prisutnost i utjecaj koji mediji imaju u životima vaše djece; osigurajte sigurnost svojoj djeci postavljanjem jasnih granica; razotkrijte skrivene ili prikrivene poruke na svim ekranima i igračkama; uključite djecu u donošenje mudrih odluka, promovirajte mir“ (Ciboci i sur., 2011: 32).

5. Djeca i mediji

Čakmazović (2021: 9-10) smatra kako se razvojem tehnologije djetetovo okruženje značajno mijenja. 21. stoljeće donijelo je veliki razvitak tehnologije i novih stvari s kojima se većina ljudi nije susretala, a jedno od najvećih promjena je velika prisutnost elektroničkih medija tijekom odrastanja djece, ali i veliki interes društva za elektroničke medije i djecu. Nadalje, autorica ističe kako su istraživanja posljednjih desetljeća pokazala kako djeca sve više vremena provode uz medije i to vrijeme stalno raste, a razlog tome je što su mediji danas svuda oko nas i lako su dostupni, svakodnevni kontakt s medijima se produžio, a tehnologija je postala sve privlačnija (Čakmazović, 2021).

Kod mlade djece susret s medijima treba biti kratak i smiren, a kod beba i male djece treba biti posebno oprezan zato što susret s medijima može biti preintenzivan te se djeca mogu uplašiti. Sadržaj koji se prikazuje djeci treba pratiti dob djeteta, a primjer tome su djeca starije dobi kojima su zanimljivije bajke i pustolovine zbog razvitka mašte (Tomljenović i sur., 2018: 7). Na to se osvrnuo i Krešimir Mikić (2002 prema Sindik, 2012) koji govori kako je u predškolskoj dobi bitno dječje razlikovanje realnog svijeta i onog koji je predstavljen u medijima. Također navodi i kako je česta pojava da dijete više nije sigurno što potječe iz stvarnog svijeta, a što iz medijske (fiktivne) situacije, a na to djetetovi roditelji moraju posebno obratiti pozornost. Roditelji bi trebali iskoristiti situaciju u kojoj dijete počne oponašati likove iz filmova ili crtanih filmova, na način da započnu razgovor i ukažu na to što je iz navedene situacije loše, a što dobro i zašto.

U radioničkim materijalima koji su namijenjeni djeci od 6 do 7 godina, Jelena Alpeza (2019: 5) upozorava kako djeca nisu pasivni promatrači, već aktivni korisnici medijskih sadržaja te je važno koje sadržaje odabiru i kako ih tumače. Dijete često nije u mogućnosti iskustveno provjeriti poruke koje preko medijskih platformi prima. Na razumijevanje medijskih sadržaja utječe i dob djece. Izloženost djece informacijama koje ne mogu potpuno razumjeti otvara mogućnost neželjenih posljedica. Brojna istraživanja pokazuju da su djeca svih uzrasta svakodnevno izložena i velikom broju oglasnih poruka. Djeca rane i predškolske dobi teško mogu u potpunosti razumjeti sadržaj i stvarni cilj oglasa. Stručnjaci ističu kako je izuzetno važno razgovarati s djecom, zajednički analizirati medijske sadržaje te potaknuti djecu na kritičko promišljanje, a na to je upozorio i Joško Sindik u svom istraživanju. Komunikacijsko regulatorno tijelo Ujedinjenog Kraljevstva (The

Office Communications, 2020/2021) je u istraživanju „Children and parents: media use and attitudes report 2020/2021“ došlo do rezultata prema kojima je tijekom 2020. internetu pristupilo 82% djece u dobi od tri do četiri godine, a dvije trećine djece (67%) koristilo je tablet kako bi pristupilo internetu, dok polovica djece (48%) ima svoj tablet. Putem računala ili mobitela internetu je pristupilo 35% djece, što potvrđuje kako djeca rane i predškolske dobi sve više vremena provode gledajući animirane filmove ili igrajući računalne igre (Ofcom, 2021).

Komentirano [LC1]: Tko??????

Dosadašnja razvojna istraživanja ukazuju na enormne promjene u ponašanju. To se posebice odnosi na porast konzumiranja alkohola i droga, nasilno ponašanje spram odraslih i djece, depresivnost i druge psihosomatske poremećaje kod djece te na sve raniju seksualnu aktivnost. Prema izvješću Državnog zavoda za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži (2004), prva seksualna iskustva dječaka počinju s 12 godina, a djevojčica s 14/15 godina, što je jedna od pojava koja upućuje na riskantne životne stilove (Miliša, Zloković, 2008: 35). S obzirom na to da su ova istraživanja i podaci stari skoro više od 17 godina, ne možemo ih smatrati relevantnima, ali možemo vidjeti da su već tada bila rizična ponašanja mladih. U današnje vrijeme rizično ponašanje se sve više manifestiralo na medije i društvene mreže. Djeca će postati opsjednuta bilo kojom stvari koja im zaokupi pozornost, a malo će koja stvar to učiniti poput zaslona koji se miče, zuji i zasipa njihova osjetila hormonima namijenjenima za situacije da se bori ili da bježi (Wolf, 2019: 154). Tomljenović i suradnici (2018: 6) smatraju kako tijekom prvih godina kod razvoja djeteta mediji nisu potrebni. Podražaje koje im stvara televizija, videoigre i medijski sadržaj djeca jako vole zato što su im boje i kretnje zanimljivi.

U istraživanju „Media and Preschool Children: The Role of Parents as Role Models and Educators“, a koje su proveli Mateja Rek i Andrej Kovačić (2018), potvrdili su povezanost između medijskih aktivnosti roditelja i medijskih aktivnosti predškolske djece. Medijske navike roditelja mogu utjecati na izloženost djece medijima, ali i na mišljenje roditelja koliko njihovo dijete treba dnevno provesti pred ekranom. Procijenjeni prosjek dnevne izloženosti medijima u dobi od jedne do tri godine treba iznositi 46 minuta, taj prosjek je daleko manji s obzirom na to koliko djeca u prosjeku zapravo provode vremena pred ekranom (72 minute). Autori navode kako je ova razlika još veća kod djece od 4 do 6 godina, gdje je procijenjeno vrijeme 55,43 minute, a djeca zapravo u prosjeku provedu 114,31 minuta dnevno pred ekranima. Wolf (2019: 145) govori kako knjige i priče daju dimenziju stvarnosti spoznajnom i lingvističkom ponavljanju i vraćanju na ono poznato

zbog čega smo višestruko izloženi slikama i pojmovima koji čine začetke oblikovanja dječjeg znanja o svijetu. Također navodi kako čitanje uključuje čitava njihova tijela - oni vide, miriše, čuju i osjećaju knjige i one pomažu postaviti najbolje multisenzorne i jezične poveznice u mozgu, te kako sa zaslonima nije tako. Djeca i mladi na različite načine koriste medija od svojih roditelja iz razloga što su ih mediji socijalizirali. Oni ne prave razliku između stvarnog svijeta i svijeta medija zato što je internet postao dio dječjeg svijeta (Ciboci i sur., 2011: 34). Ovo se posebno odnosi na djecu i mlade koji su rođeni u digitalno doba te su s time odrasli. Mlade osobe koje ne posjeduju društvene mreže danas kao da uopće ne postoje u svijetu, što je posebno vidljivo kod popularnih društvenih mreža kao što su *Instagram* i *TikTok*. Društvo mora ulagati u bolje programe s više ciljano obrazovanih stručnjaka tijekom ranog djetinjstva, prije nego što prvi veliki raskoraci u jezičnim sposobnostima i učenju postanu trajno zacementirani u životima milijuna djece (Wolf, 2019: 165). Djeca uzore pronalaze u svojoj okolini te tako djetetu može biti uzor roditelj, susjed, trener, učiteljica, ali i poznate osobe. Djeca kada ne pronađu uzor u svojoj okolini, krenu ih tražiti u virtualnim svijetu. *Influenceri* su sastavni dio života djece i mladih danas, a mnogima od njih nametnuli su se i kao uzori (Kosanović i sur., 2021: 10).

Današnja djeca su jako vješta s računalima, mobitelima i igračim konzolama. Na njima se jako brzo snalaze i uče, ali djeca ne gledaju na sav sadržaj s kritičkim razmišljanjem te upravo zbog toga mogu biti jako lako izmanipulirani (Kimer, n.d.: 51). Mediji nikada neće moći zamijeniti roditelje koji mogu poticati dijete na razvoj govora ili razgovor o osjećajima. Upravo zbog toga ne smije se dopustiti da se mediji koriste kao sredstvo nagrade ili kazne kod djeteta (Tomljenović i sur., 2018: 6). Stručnjaci za oglašavanje i tržišno komuniciranje to vješto koriste za oglašavanje proizvoda primamljivih djeci. Oglasi su dostupni, često privlačni, uvjerljivi i zabavni (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2010). Unicef (2019) u svojim materijalima za dječje vrtiće navodi kako djeca nemaju dovoljno razvijeno kritičko mišljenje, nedovoljno razumiju sadržaj oglasa i njihov cilj. U oglasima se često koriste simpatični junaci iz animiranih filmova, lako pamtljive pjesmice ili općenito zanimljiv sadržaj kako bi ga dijete što lakše zapamtilo i utjecalo na roditelje. Koristeći dječje neiskustvo, stručnjaci za oglašavanje pokušavaju utjecati na potrošačke navike roditelja i djece. Jedan od profesionalnih časopisa namijenjenih stručnjacima u oglašavanju osobitu je pozornost posvetio manipulaciji djecom preko oglasa te navodi:

„Moguće je oblikovati nečiju ličnost tako da poželi vaše proizvode! U američkim školama ima gotovo 23 milijuna djevojčica i dječaka. Ta djeca jedu određenu hranu, oblače neke odjevne predmete, rabe sapun. Oni su danas potrošači, sutra će biti kupci; oni su široko tržište za vaše proizvode. 'Zarazite' tu djecu svojim proizvodima, i ona će nagovarati svoje roditelje da ih kupe.” (Zloković, 2007: 7)

U suradnji Unicefa i Agencije za elektroničke medije (2018) nastala je knjižica „Djeca i mediji“ za roditelje i skrbnike te se navodi kako se velika pozornost daje pri odabiru samog filma koje će dijete gledati, a ignorira se dobnu primjerenost pri odabiru videoigara, ali i koliko vremena dnevno dijete igra videoigre. Također navode kako u Hrvatskoj nisu regulirane klasifikacijske dobne oznake za videoigre te oni preporučuju korištenje europskog klasifikacijskog dobnog sustava PEGI2. Treba obratiti pozornost na pakiranje videoigara zato što se uz dobne oznake na pakiranju nalazi i vizualni znak koji služi kako bi pokazao nalaze li se scene s nasiljem, seksom, drogom, zastrašivanje, kockanje te radi li se o internetskoj igri.

U istraživanju „*Parental perceptions of the role of media and technology in their young children's lives*“, koje su proveli Brigitte Vittrup, Sharla Snider, Katherine K. Rose i Jacqueline Rippy (2016), sudjelovao je 101 roditelj djece u dobi od 2 do 7 godina te 39 djece u dobi od 3 do 6 godina. Rezultati ovog istraživanja su otkrili veliku upotrebu medija kod roditelja djece, a veliki broj djece, uključujući i najmlađu, imalo je pristup medijima. Mali dio roditelja u istraživanju je moglo točno reći kolika je tehnološka sposobnost korištenja medija kod njihove djece, a unatoč velikoj upotrebi medija veliki dio djece u istraživanju je pogrešno identificirao različite medijske alate. Autori su na kraju istraživanja došli do zaključka kako je veliki broj roditelja pokazao pozitivan stav prema medijima te vjeruju kako je medijska izloženost njihove djece dobra za razvoj, a veliki dio roditelja se nije složio s preporukama znanstvenika o predloženom vremenu koliko djeca trebaju provoditi gledajući u medije.

Tijekom prvih šest godina života djeca se najviše razvijaju u području percepcije, razumijevanja, jezičnog razvoja, pamćenja i rješavanja različitih problema (Siegler, Alibali, 2005 prema Vittrup i sur., 2016). Međutim, u prvim godinama života, dječje spoznaje još uvijek se ne mogu mjeriti sa sposobnostima odraslih za apstraktno razmišljanje i hipotetičko-deduktivno zaključivanje. Djeca će televiziju percipirati kao realnu sliku svijeta, ne mogu prepoznati namjeru oglašavanja i nedostaju im vještine znanstvenog zaključivanja. Zbog navedenih kognitivnih ograničenja djece, da mogu kritički procijeniti namjeru i značenje različitih medijskih tehnologija, djeca mogu postati

ranjiva negativnom utjecaju medija što uključuje izloženost nasilnom sadržaju, neprikladnim slikama i porukama, ali i iskrivljen prikaz stvarnosti. Upravo iz navedenih razloga je izuzetno važna uključenost i nadzor roditelja i odraslih koji su u uključeni u djetetov odgoj.

Djeca zastupljena u studiji (Vittrup i sur., 2016) imala su pristup različitim tehnologijama, a televizija je bila tehnologija koju su djeca najčešće koristila. Roditelji su naveli kako djeca koriste televiziju skoro tri sata dnevno. Djeca su svakodnevno koristila računalo jedan sat dnevno, uz dodatni sat proveden uz elektroničke igračke i 30 minuta uz videoigre. Ukupno su djeca svakodnevno provodila pet sati koristeći neku vrstu medija ili tehnologije izvan škole. Vittrup i sur. (2016) su zaključili kako veliki dio slobodnog vremena djeca provedu koristeći se nekom vrstom tehnologije ili medija, a to odražava medijsko zasićeno društvo u kojem su tehnološki alati dostupni na sve raznovrsnijim mjestima, a mnogi od tih alata su posebno osmišljeni i plasirani na tržište kako bi ih djeca koristila. Linda S. Pagani, Caroline Fitzpatrick i Tracie A. Barnett (2013) navode kako je gledanje televizije u ranoj dobi djeteta povezano s poteškoćama u izvođenju atletskih pokreta kao što je trčanje do šeste godine djetetova života. Prekomjerno gledanje televizije kod djece do 29. mjeseca može dovesti do problema razvoja motoričkih sposobnosti. Sjedalačka aktivnost kod djece može potaknuti da budu manje fizički aktivni, imaju lošije zdravlje i viši BMI (indeks tjelesne mase). Takav način života može značiti kako će djeca imati manje životnih aktivnosti koje uključuju trčanje te igranje dječjih igri s loptom. Kod djece je često povezana tjelesna aktivnost s vještinom motorike, a djeca koja u ranoj dobi pretjerano gledaju televiziju mogu imati manju eksplozivnu snagu, lošiju motoriku i manje razvijene kognitivne vještine. Autori također navode kako prekomjerno gledanje televizije u ranoj djetetovoj dobi može uvelike utjecati na razvoj djeteta i funkcije kao što je usmjerenost na zadatke, produktivnost, ali i socijalizacija s drugom djecom u školi (Pagani, Fitzpatrick, Barnett, 2013).

Vincent (2015 prema Terras, Ramsay, 2016) je identificirao šest tema koje prikazuju dječju upotrebu mobitela, a to su: biti dostupan, socijalan, obrazovan, zabaviti se, biti svoj (identitet) i zaštita privatnosti. Prva tema podrazumijeva dječje iskustvo mobilnosti koju oni ne gledaju na način bilo kada i bilo gdje, nego više gledaju na način povezivanja putem interneta kako bi istodobno mogli sudjelovati u mrežnim i izvanmrežnim aktivnostima. Biti socijalan je druga tema koja obuhvaća komunikaciju putem društvenih mreža koristeći se pametnim mobitelom, a djeca smatraju kako im je posjedovanje pametnog mobitela pomoglo da postanu socijalni i

druželjubljivi. Treće je obrazovni potencijal pametnih mobitela uz pomoć kojih djeca putem interneta mogu pristupiti velikoj bazi podataka. Pametni mobiteli pružaju djeci određenu dozu zabave kojoj mogu djeca pristupiti putem društvenih mreža ili aplikacija koje su namijenjene djeci. Korištenje pametnog mobitela za komunikaciju pomaže djeci pri razvoju identiteta, ali i socijalizacije. Jako puno djece izjavilo je kako su emocionalno povezani sa svojim mobitelima, kao uređajima koji im pomažu da se uključe u mrežne aktivnosti, ali i uređaje koji podupire dječje samoizražavanje i identitet. S obzirom na to da su mrežne aktivnosti povezane s potencijalnim rizicima, također su mrežne aktivnosti promatrane kao sredstvo za sigurnost jer omogućuju komunikaciju djeteta s roditeljem.

5.1. Pozitivan utjecaj medija na djecu

Na tržištu postoje različiti digitalni edukativni materijali namijenjenih djeci predškolske dobi koji su poučni i poticajni za različite aspekte dječjeg razvoja. Međutim, važno je naglasiti da su ti programi dobri samo kao nadopuna ostalim aktivnostima i načinima učenja, a ne kao dominantna aktivnost (Čosić, 2019). Mikić (2004 prema Sindik, 2012) je naveo jedno iznimno zanimljivo istraživanje korisnika serije *Teletubbies*. Navedeno istraživanje je pokazalo kako su sretno i opuštено kretanje likova, ali i sam izgled, zabavni djeci i da djeca postaju aktivni gledatelji tako što ih se navodi na plesanje, skakanje i pjevanje. Jednom kada djeca počnu razumjeti televizijski sadržaj, televizija počinje utjecati na znanje djeteta, tj. na njihov kognitivni razvoj. Slično istraživanje koje je provedeno na seriji *Teletubbies*, provedeno je na dječjoj emisiji *Ulica Sezam*, a proveo ga je Shalom M. Fisch (2005). Istraživanje je također pokazalo pozitivan utjecaj na rječnik, pismenost i društveno ponašanje djece. Autor smatra kako je serija bila uspješna u edukaciji zbog angažiranja djece putem humora i igre, ali najvažnija je primjerenost ciljanoj dobi djeteta kako bi što lakše razumjeli poruku. Važno je napomenuti kako utjecaj medija može ovisiti o raznim faktorima, kao što su tip tehnologije koje dijete koristi, ali najvažnije s kojim ciljem dijete koristi medije. Djeca mogu koristiti računalo tijekom nastave i mobitele kako bi ostali u kontaktu s prijateljima, tablete pri pisanju domaće zadaće i na kraju dana gledati televiziju s roditeljima (Gottschalk, 2019).

Zlatko Miliša, Mirela Tolić i Nenad Vertovšek (2010) navode pozitivne značajke interneta. Autori smatraju kako je učenje uz pomoć interneta, tzv. *online* učenje, brže i lakše te se razni dokumenti automatski i brzo pretražuju i puno je lakše povezati različite sadržaje. Lako je uspostaviti kontakt s nekim starim poznanikom ili ostvariti novu suradnju. Također se stvaraju i nova poznanstva tako što se mogu razmjenjivati pitanja i iskustva s drugima, a interkulturalna komunikacija se može razviti kroz interkulturalno učenje putem raznih *online* radionica u kojima sudjeluju djeca iz različitih država. Još jedna pozitivna značajka koju autori navode je razvijanje odnosa između učenika, učitelja i roditelja kroz *online* učenje. Hoffman (2014 prema Đuran i sur., 2018) navodi kako masovni mediji omogućuju sudjelovanje na raznim kulturnim događajima te nisu ograničeni samo na nacionalne događaje. Mediji su postali jedno važno obrazovno mjesto koje nudi puno mogućnosti tijekom odrastanja djeteta, ali i u ranom djetinjstvu. Nadalje, autori u svojem stručnom radu „Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje rane i školske dobi“ navode kako se zbog medija može jako brzo i lako provjeriti znanje i to s igrom koja je puno zabavnija djeci od uobičajene provjere znanja. Sve to je moguće zahvaljujući tehnološkom napretku, a zahvaljujući tehnološkom napretku razvijene su i razne kreativne i izazovne igre koje utječu pozitivno na dječju kreativnost. Mediji mogu olakšati djeci pronalaženje i pristup novim informacijama, djeca putem medija mogu učiti, čitati, računati, razvijati kreativnost putem dječjih pjesmica koje su dostupne putem videozapisa (Fadilah, 2018).

Razna istraživanja dokazala su kako tehnologija i mediji mogu potaknuti mentalni proces djeteta te na taj način imati pozitivan učinak na razmišljanje i logičko zaključivanje, a računalne igre potiču razvoj okulomotorne koordinacije (Subrahmanyam i sur., 2000 prema Đuran i sur., 2018). Pozitivan utjecaj medija na djecu predškolske dobi najviše se ostvaruje na učenje i razvijanje sposobnosti i vještina koje su u nastajanju. Rachel Barr, Elisabeth McClure i Rebecca Parlakian (2018) smatraju kako se roditelji trebaju usredotočiti na odabir medijskog sadržaja koji je prilagođen djetetovoj dobi. Pozitivna medijska iskustva kod djece potiče dijete na aktivno uključivanje i društvenu interakciju.

5.2. Negativan utjecaj medija na djecu

Prema Willardu (2004), u izvješčaju o rezultatima istraživanja provedenog među djecom, učiteljima i roditeljima u sklopu prevencije elektroničkog nasilja „Prekini lanac“, elektroničko nasilje podrazumijeva slanje ili objavljivanje neprimjerenih tekstova ili slika posredstvom interneta ili drugih digitalnih komunikacijskih sredstava. Ortega i suradnici (2007) te Willard (2006 prema Unicef, 2010) su naveli kako postoji nekoliko vrsta ovakvog nasilja: poruke koje su poslone putem interneta kojima je sadržaj nepristojan i uvredljiv; zastrašujuće poruke, širenje glasina i laži putem interneta; predstavljanje kao neka druga osoba; objavljivanje privatnih tajni ili slika koje ne bi trebala vidjeti ili saznati javnost te namjerno izbacivanje nekog iz *online* grupe i sl. (Pregrad i sur., 2011). Elektroničko nasilje uključuje zlostavljanje koje se odvija na digitalnim uređajima, a može se dogoditi na društvenim mrežama, forumima, igrama i slično. Najčešća mjesta na kojima se događa elektroničko nasilje su društvene mreže kao što su *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat* i *TikTok*, na aplikacijama za razmjenu tekstualnih poruka kao što su *WhatsApp*, *Viber* i *Facebook Messenger* te na mrežnim forumima i unutar soba za razgovor kao što je *Reddit*, e-pošta i videoigre (Stopbullying.gov, 2020). Najveća razlika između virtualnog i fizičkog nasilje je ta što se na internetu ne može pobjeći od nasilnika. Nasilje na internetu nije ograničeno vremenskim razdobljem te može trajati dok dijete provodi vrijeme sa svojom obitelji. Nasilnici putem interneta su u većini slučajeva anonimni (Bjelobrk, 2020).

Posljedice virtualnog nasilja izuzetno su opasne ako se ne primijete na vrijeme. Žrtve virtualnog nasilja se često zbog stresa mogu osjećati tjeskobno, depresivno i anksiozno. Osjećaj bijesa kod djece je uzrok zbog onog što im se događa. Ovaj osjećaj kod djece može potaknuti osvetu prema nasilniku, a osim što djeca mogu upasti u probleme, također mogu ostati u začaranom krugu nasilnik-žrtva (Verywellfamily.com, 2021). Djeca mogu doživjeti poniženje zbog objavljenih neprimjerenih fotografija, objava na društvenim mrežama koje su javno dostupne, ali i zbog dobivanja neprimjerenih poruka. Izgubljeno samopouzdanje se događa kada je dijete žrtva nasilja upravo zbog čega se osjeća nesigurno. Zbog velikog stresa i odbacivanja okoline djeca mogu pribjeći samoozljeđivanju. Djeca koju vršnjaci često zlostavljaju u virtualnom svijetu mogu se osjećati bespomoćno te mogu imati suicidalne misli. Do problema u školi može doći kada djeca

koja su žrtve zlostavljanja izgube zanimanje za školu, imaju loše ocjene, a često izostaju s nastave kako se ne bi suočili s djecom koja ih zlostavljaju (Verywellfamily.com, 2021).

Pravobraniteljica za djecu (2007) navodi kako su djeca ranjiva te bi ih neprimjereno izlaganje medijima moglo dodatno traumatizirati i negativno utjecati na njihov razvoj, potaknuti neželjene reakcije okoline, njihove intimne stvari bi mogle postati dostupne svima, mogli bi doživjeti traumatično osuđivanje, neugodne komentare, a tu se dovodi u pitanje i njihova sigurnost (Ciboci i sur., 2011: 135). Autori također navode kako veliki broj programa koji su namijenjeni isključivo djeci sadrži velike količine nasilnih sadržaja, a jedno zanimljivo istraživanje koje je provedeno u Ujedinjenom Kraljevstvu pokazalo je kako 39% programa koji su namijenjeni djeci sadrži nasilne sadržaje, a ti nasilni sadržaji su u sebi uključivali 4.000 nasilnih scena i djela s pucnjavom ili drugim oblicima fizičkog napada (Gunter, Harisson, 1997 prema Ciboci i sur., 2011: 12).

Ivana Čosić Pregrad (2019) u edukativnom materijalu „Kako roditelji mogu podržati djecu u svijetu medija?“ ističe negativan utjecaj izloženosti većoj količini agresivnih sadržaja putem medija (filmova, crtanih filomova, videoigara, informativnih vijesti). U (crtanim) filmovima posljedice udaraca nisu realne, prikaz boli nije realističan, a ako pogriješi, lik može poništiti ili ispraviti pogrešan korak. Čosić Pregrad (2019) također navodi kako u dobi od četiri do pet godina djeca imaju razvijen samousmjeravajući govor koji ih navodi da započnu radnju, ali ne i na zaustavljanje radnje. Stoga je važno kroz razgovor i komentiranje sadržaja i postupaka koje vide naučiti povezivati njihovo ponašanje i posljedice, razvijati empatiju i načine samokontrole, kao i učiti ih procjeni prikladnosti i realnosti određenog ponašanja prikazanog kroz medije. Izlaganje televizijskom programu tijekom djetinjstva povezano je s kasnijim razvojem govora i problemima nedostatka pažnje, istaknuto je u istraživanju *Seattle Children's Research Institute* (Sciencedaily.com, 2009).

Tiffany A. Pimpek i Alexis R. Lauricella (2017) u istraživanju „The Effects of Parent-Child Interaction and Media Use on Cognitive Development in Infants, Toddlers, and Preschoolers“ su naveli kako učinak pozadinske televizije utječe na govor roditelja usmjeren prema djetetu, a samim time djeci se u kućnom okruženju za 7% smanji broj riječi koji čuje. Pempek, Kirkorian i Anderson (2014 prema Pimpek, Lauricella, 2017) su u eksperimentalnoj studiji zaključili kako količina i kvaliteta govora roditelja usmjerena prema djetetu je niža tijekom uključene televizije u pozadini, za razliku gdje je televizija bila isključena. Razna istraživanja potvrđuju kako mediji koji su

uključeni u pozadini mogu negativno utjecati na učenje riječi kod male djece. U velikom istraživanju koju je proveo Rideout (2013 prema Pimpek i sur., 2017) pokazalo se kako je u 36% obitelji s djecom u dobi od 0 do 8 godina televizija uključena cijelo vrijeme ili većinu vremena. Također Rideout (2013 prema Pimpek i sur., 2017) je došao do zaključka kako je stopa uključenosti televizije bila najveća kod obitelji s nižim prihodima (prihodi manji od 30.000 USD). U istom istraživanju podaci su pokazali kako su mala djeca u dobi od 4 do 19 mjeseci bila izložena više od dva sata dnevno televiziji koja radi u pozadini.

Rebecca A. Dore, Kelly M. Purtell i Laura M. Justice (2021) provele su istraživanje tijekom prva dva mjeseca pandemije 2020. godine koliko djeca predškolske dobi koja dolaze iz obitelji s niskim primanjima provode vremena uz medije, a rezultati su pokazali kako su djeca provodila šest sati dnevno pred ekranima tijekom pandemije koronavirusa. Istraživanje je došlo do jednog zanimljivog podatka prema kojem su djeca više koristila medije tijekom radnog tjedna, nego tijekom vikenda, što je pokazalo kako su roditelji možda koristili medije kako bi ih zaokupirali i smanjili brigu o njima. Linda S. Pagani, Caroline Fitzpatrick i Tracie A. Barnett (2013) napominju kako svaki sat vremena gledanja televizije prije treće godine utječe negativno na verbalne sposobnosti i na memoriju. Također su otkrili i negativnu povezanost između gledanja televizije u ranoj dobi i socio-emocionalne prilagodbe djece pri polasku u školu.

Robert Tomljenović, Marin Ileš i Gorana Banda (2018) napominju da se sadržaji koji se smiju prikazivati na televiziju u određenom vremenu ili ako su zaštićeni pinom moraju imati u svom sadržaju posebno označenu dobnu oznaku djeteta koje smije gledati takav sadržaj. Neprimjereni sadržaji koji se mogu prikazivati na televiziji i mogu naštetiti djetetu su nasilne scene, scene koje sadrže puno krvi, seksualne scene, scene koje prikazuju korištenje alkohola, opijata, cigareta i slične prizore.

Manfreid Spitzer (2018: 67) navodi kako što površnije obrađujemo neki sadržaj, to se manje sinapsi aktivira u mozgu, a posljedica je ta da se manje uči. Također navodi kako je taj uvid jako važan zato što digitalni mediji i internet upravo zato imaju negativne učinke na učenje. Prije su se tekstovi čitali, a danas se površno pregledavaju i umjesto toga se surfa na mreži. Na to se mogu nadovezati i Adeli Bradea i Valentinu Cosmin Blandul (2015) koji su naveli kako mediji mogu negativno utjecati tako što se smanji moć slušanja, teško se razdvaja virtualni svijet od stvarnosti,

ali i smanjeni društveni život koji se sveo na komunikaciju putem društvenim mreža i raznih aplikacija (Bradea, Blandul 2015 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2018).

6. Pregled istraživanja provedenih iz područja medija i djece

Čakmazović (2021) ističe jedno od prvih poznatih istraživanja uloge medija u životima djece. Istraživanje je provedeno u SAD-u 1933. godine, a u istraživanju je sudjelovalo dvije tisuće tinejdžera. Znanstvenike je predvodio Herbert Blumer pri čemu su si postavili pitanje kako filmovi utječu na djecu, odnosno dječje ponašanje i na njihove poglede i ideje o životu. Na kraju istraživanja zaključili su kako film educira djecu u smislu praktičnog uvođenja djece u život. Za mnoge tinejdžere, zaključili su Blumer i njegovi suradnici, filmovi su autentični prikazi života iz kojih djeca izvlače obrasce ponašanja i ideje o stvarnosti.

Kako bi pomogli roditeljima, Unicef je pripremio edukativne materijale „Kako roditelji mogu podržati djecu u svijetu medija“. Pitanje koje se često postavlja je trebaju li djeca biti izložena elektroničkim medijima te hoće li djeca imati koristi od elektroničkih medija. Britanski stručnjaci navode kako studije koje su analizirali ne potvrđuju da je vrijeme koje djeca provedu uz ekrane samo po sebi štetno za zdravlje djeteta. Također, znanstvenici smatraju kako postoji povezanost između vremena koje se provede uz ekrane i lošeg mentalnog zdravlja, sna i fizičke kondicije, ali navode kako ne mogu to tvrditi sa sigurnošću, tj. smatraju kako je moguće da na tu povezanost mogu utjecati i neki drugi faktori. U edukativnom materijalu navode i jako zanimljivo istraživanje *TABLET (Toddler Attentional Behaviours and Learning with Touchscreens)*, a prvi rezultati pokazuju kako je dob u kojoj su se djeca prvi put susrela sa zaslonima na dodir povezana s dobi u kojoj su počela izvoditi radnje fine motorike (poput slaganja kocaka). U istraživanju ističu kako korištenje svih uređaja sa zaslonom na dodir na odgovarajući način djeci mogu biti zanimljivi i spoznajno poticajni, isto kao i klasične igračke s kojima se igraju djeca (Pregrad, 2019). Tim Smith, voditelj istraživanja, navodi kako postoje indicije da je korištenje zaslona na dodir povezano s mogućim problemom spavanja, a Kevin McConway navodi kako djeca koja su u istraživanju koristila zaslone na dodir oko 25 minuta dnevno su spavala šest minuta manje (BBC, 2017). Još jedno istraživanje koje je istraživalo povezanost gledanja televizije i spavanja je istraživanje pod nazivom „The impact of a healthy media use intervention on sleep in preschool children“, a koje su proveli Michelle M. Garrison i Dimitri A. Christakis (2012). Cilj istraživanja je bio provjeriti utjecaj televizije na navike spavanja kod djece predškolske dobi. Rezultati njihovog istraživanja, koje su proveli na 565 djece, a podatke su prikupljali svakih 6, 12 i 18

mjeseci, te su došli do zaključka kako djeca koja gledaju televiziju dugo u noć ili puno gledaju televiziju tijekom dana imaju problema sa spavanjem, a također navode kako nasilan sadržaj u velikoj mjeri utječe na spavanje kod djece što dovodi do noćnih mora i buđenja tijekom noći.

Kako je velika povezanost medija sa spavanjem, isto tako imamo i veliku povezanost s prekomjernim korištenjem medija i problemom prekomjerne debljine. Istraživanje na ovu temu proveli su Stacey S. Tiberio i suradnici (2014), a sam naziv istraživanja je „Parental Monitoring of Children’s Media Consumption: The Long-term Influences on Body Mass Index in Children“. Ovo istraživanje naglašava koliko su važni roditelji u razvoju težine kod djece tijekom djetinjstva. U istraživanju predviđaju veću povećanost indeksa tjelesne mase u dobi od sedam godina, a u dobi između 5 i 9 godine autori predviđaju sve veći indeks tjelesne mase koji odstupa od normi za navedeno godište. Za ovu teoriju autori navode nekoliko objašnjenja. Prvo je da su djeca pretila u obiteljima u kojima je jedan ili više roditelja pretio te u niže obrazovanim obiteljima. Drugo objašnjenje je manji nadzor roditelja nad djetetom koliko vremena provodi za medijima, a povezanost između roditeljskog nadzora nad medijima i povećane težine autori istraživanja su objasnili kako ako nema nadzora djeca će više sati tjedno provoditi gledajući televiziju i igrati videoigre. Povezanost između dječjeg korištenja medija i pretilosti je nešto što se dugo zna. Američka pedijatrijska akademija preporučuje da vrijeme koje djeca provedu koristeći se medijima bude ograničeno na jedan sat dnevno ili manje, preporučuju kako bi roditelji trebali zajedno s djetetom koristiti medije zbog poboljšanog učenja. Također ne savjetuju korištenje medija jedan sat prije spavanja ili dok dijete jede. Nažalost, danas djeca provode više vremena ispred ekrana nego se to preporučuje (Readesky, Christakis, 2016).

Claudia D’Antonio (2014 prema Bjelobrck 2020) navodi kako korištenje medijskih uređaja kod djece predškolske dobi pa do šeste godine života nije preporučeno, ali ono treba biti ograničeno, posebno kod djece do druge godine koja gledaju televiziju, zato što na taj način mogu steći prva iskustva. D’Antonio (2014 prema Bjelobrck 2020) smatra kako ta iskustva pomažu pri oblikovanju prvog oblika znanja kroz kontakt s društvenom stvarnošću i roditeljima. Istraživanje koje je proveo pokazalo je kako s računalnim igrama treba biti oprezan zato što računalne igre favoriziraju razvoj kontrole, ali zbog računalnih igara djeca mogu izgubiti svjesnost o vremenu i prostoru u odnosu na stvarnost. Rezultati ovog istraživanja poklapaju se s istraživanjem iz 2011. godine koje je provela Američka pedijatrijska akademija. Vladimir Bjelobrck (2020) navodi kako su prethodno

istraživanje proširili Ostrov i sur. (2012) te su uspjeli dokazati vezu između obrazovnog medijskog eksponiranja i relacijske agresije, ali autori nisu uspjeli dokazati vezu između fizičke agresije tijekom ranog djetinjstva. Istaknuli su i kako se u zadnjih pedeset godina provelo jako puno istraživanja koja su dokazala kako izloženost djece medijima može utjecati na njihova uvjerenja, stavove i ponašanja. Autori smatraju jako štetnim da djeca u ranoj dobi budu izložena nasilnim sadržajima. Ističu kako je nasilan sadržaj štetan za sve koji ga gledaju bez obzira na dob, a na djecu predškolske dobi najviše utječe. Autori su naveli nekoliko objašnjenja za ove razvojne razlike. Učenje u ovom razvojnom razdoblju osobito je kritično zato što mlađa djeca nisu uključena u društvena pravila protiv agresivnog ponašanja. Djecu u dobi od 2 pa do 5 godina imaju problem pri razlikovanju stvarnosti od mašte. Rezultat je taj da oni imitiraju nerealan ponašanje uzoraka. Nadalje, izloženost medijima tijekom ranog djetinjstva može imati utjecaj na društvene odnose zato što je kod djece mlađe dobi društveni odnos daleko više prilagodljiviji za razliku od starije djece ili djece koja su ušla u pubertet. Također, djeca mlađe dobi nemaju toliko kontrole nad time što rade za razliku od starijih (Bjelobrk, 2020).

Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon (2018) proveli su prvo istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima, a istraživanje je provedeno u različitim dijelovima Hrvatske. U istraživanju je sudjelovalo 655 roditelja djece predškolske dobi koja su pohađala vrtić. Rezultati istraživanja pokazali su kako su digitalni mediji prisutni u domovima svih ispitanika. Rezultati su pokazali kako dijete predškolske dobi tijekom svog odrastanja provede uz 6,35 elektroničkih uređaja, a 80% obitelji u kućanstvu ima pet ili više elektroničkih uređaja. Gotovo svi ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju posjedovali su televizor (99,8%), mobitel (99,8%) i računalo (98%), a čak 4 od 5 njih posjeduje tablet. Igraće konzole prema istraživanju su prisutne u dvije od pet obitelji, što znači da ne odrasta toliko djece predškolske dobi uz igraće konzole, 97% djece svakodnevno gleda televiziju te je to elektronički uređaj koji djeca predškolske dobi najviše koriste, a svako drugo od troje djece upotrebljava mobitel i tablet, troje od petero djece upotrebljava računalo ili laptop, svako četvrto dijete koristi igraće konzole. Zanimljiv podatak je kako čak 6% djece ima svoj mobitel (Poliklinika-djeca.hr, 2018).

7. Metodologija istraživanja

Svrha ovog kvantitativnog istraživanja, koje je provedeno metodom ankete, jest istražiti mišljenje roditelja djece predškolske dobi o utjecaju medija na njihovu djecu. Osmišljen je anketni upitnik koji je podijeljen putem društvenih mreža roditeljima djece predškolske dobi. *Online* anketa je najpogodnija za istraživanje zato što omogućuje anonimnost. Upitnik se sastojao od 36 pitanja, a pitanja su bila otvorenog i zatvorenog tipa. Na pitanja zatvorenog tipa ispitanici su trebali označiti jedan ili više ponuđenih odgovora, a na pitanja otvorenog tipa ispitanici su sami upisivali odgovore. U istraživanju su sudjelovali roditelji djece predškolske dobi, a anketni upitnik ispunilo je 158 ispitanika, od kojih 153 žene i 5 ispitanika muškog spola.

Glavni cilj istraživanja bio je ispitati koliko su roditelji svjesni utjecaja medija na djecu predškolske dobi. Znanstveno-spoznajni cilj istraživanja je istražiti stavove roditelja o utjecaju medija na zdravlje njihove predškolske djece. Društveni cilj ovog istraživanja jest prikupiti, istražiti i iznijeti podatke o percepciji roditelja o utjecaju medija na djecu predškolske dobi kako bi se mogle dati smjernice i preporuke roditeljima, ali može biti od pomoći i predškolskim ustanovama u medijskom opismenjavanju roditelja. Za potrebe istraživanja postavljene su istraživačke hipoteze rada:

H1: Odnos djece prema medijima ovisi o odnosu roditelja prema medijima.

H2: U obiteljima s više djece, djeca više vremena provode uz medije i medijske sadržaje.

H3: Roditelji djece predškolske dobi svjesni su neprimjerenih sadržaja na televiziji i društvenim mrežama.

Na početku anketnog upitnika postavljena su pitanja kao što su spol, dob, zaposlenost u obitelji, razina obrazovanja, mjesto stanovanja, broj djece u kućanstvu i dob djeteta predškolske dobi za koje će se ispunjavati anketni upitnik. Sljedeći dio pitanja u anketnom upitniku bila su pitanja povezana s televizijom, radijem, *Youtubeom*, knjigama i videoigrama. U zadnjem dijelu upitnika postavljena su pitanja koriste li roditelji medije za nagrađivanje ili kažnjavanje djeteta, smatraju li medijsko obrazovanje važnim i na kraju da putem otvorenog tipa pitanja obrazlože prethodni odgovor.

8. Rezultati istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 158 ispitanika, od kojih 96,8% žena i 3,2% muškaraca. Tablica broj 1 prikazuje dob osobe koja je ispunjavala anketni upitnik, a istraživanje je pokazalo kako u istraživanju nije sudjelovao niti jedan roditelj u dobnoj skupini od 15 do 20 godina, najviše roditelja predškolske dobi imalo je od 31 do 40 godine života, njih 61,4%, zatim slijedi dobna skupina od 21 do 30 godine života. Naime, u istraživanju je sudjelovalo 20,9% ispitanika u toj dobnoj skupini. U dobnoj skupini od 41 do 50 godina sudjelovalo je 17,1% ispitanika, dok je samo jedan roditelj bio u dobnoj skupini od 51 do 60 godine života što čini 0,6% ispitanika.

Tablica broj 1. Dob (N=158)

	N	%
15-20	0	0%
21-30	33	20,9%
31-40	97	61,4%
41-50	27	17,1%
51-60	1	0,6%
61 i više	0	0%

Na postavljeno pitanje u upitniku tko je u obitelji zaposlen najviše ispitanika je odgovorilo kako su oba roditelja zaposlena (77,8%), da je jedan roditelj zaposlen odgovorilo je 19,6% ispitanika, a samo 2,5% ispitanika je odgovorilo kako niti jedan roditelj nije zaposlen.

Tablica broj 2. Razina obrazovanja? (N=158)

	N	%
NKV- bez škole i nezavršena osnovna škola	0	0%
PKV, NSS - osnovna škola	2	1,3%
KV, VKV - srednja škola do 3 godine	16	10,1%
SSS - srednja škola u trajanju od 4 godine i gimnazija	33	20,9%
VŠS – stručni studij i viša škola	35	22,2%
VSS- diplomski sveučilišni studij, magisterij, doktorat	72	45,6%

Visoku stručnu spremu (VSS), odnosno završeni diplomski sveučilišni studij, magisterij ili doktorat, ima 45,6% ispitanika, s 22,2% slijedi viša stručna sprema, odnosno završen stručni studij ili viša škola, a 20,9% ispitanika je odgovorilo kako ima završenu srednju školu ili gimnaziju u trajanju od četiri godine, 10,1% ispitanika ima završenu srednju školu do tri godine, a samo osnovnu školu ima završeno 1,3% ispitanika. Bez završene osnovne škole nije bio ni jedan ispitanik. U upitniku čak 67,8% ispitanika ima visoku ili višu stručnu spremu.

Tablica broj 3. Mjesto stanovanja (N=158)

	N	%
U velikom gradu (broj stanovnika od 50 tisuća do 700 tisuća)	43	27,2%
U malom gradu (broj stanovnika od 5 tisuća do 49 tisuća)	69	43,7%
Na selu (broj stanovnika do 4999 stanovnika)	46	29,1%

U istraživanju je sudjelovalo najviše ispitanika koji žive u gradu od 5 tisuća do 49 tisuća stanovnika, njih 43,7%. U velikom gradu, što je u upitniku definirano kao grad od 50 tisuća do 700 tisuća, živi 27,2% ispitanika, a na selu njih 29,1%.

Tablica broj 4. Broj djece u kućanstvu? (N=158)

	N	%
1 dijete	31	19,6%
2 djece	65	41,1%
3 djece	34	21,5%
4 i više djece	28	17,7%

Dvoje djece ima 41,1% ispitanika, troje djece njih 21,5%, jedno dijete ima 19,6% ispitanika, a četvero ili više djece 17,7% ispitanika.

Tablica broj 5. Dob jednog djeteta predškolskog uzrasta za koje se ispunjava upitnik (N=158)

	N	%
Najmlade	83	52,5%
Najstarije	75	47,5%

Najčešća dob djeteta predškolskog uzrasta, koju su roditelji naveli u upitniku, je šest i dvije godine. Većina ispitanika ispunjavala je upitnik za najmlađe dijete, njih 52,5%, a za najstarije je odgovorilo 47,5% roditelja. Anketu koju su roditelji ispunjavali odnosi se na dijete prosječne dobi od 4 godine.

Tablica broj 6. Posjedovanje medijskih uređaja (N=158)

	N	%
Mobitel	39	24,7%
Tablet	32	20,3%
Pametni sat	4	2,5%
Ne posjeduje uređaj	100	63,3%

U sljedećem pitanju roditelji su imali mogućnost višestrukog izbora, što vidimo i po odgovorima. Najviše roditelja, njih 63,3%, je odgovorilo kako njihovo dijete ne posjeduje uređaj, zatim s 24,7% slijedi odgovor kako njihovo dijete posjeduje mobitel, zatim tablet s 20,3%, a pametni sat posjeduje 2,5% djece.

Tablica broj 7. Ograničavanje vremena koje dijete provodi uz medije (N=158)

	N	%
Da	138	87,3%
Ne	20	12,7%

Zanimljivo je kako je najviše roditelja odgovorilo da ograničavaju vrijeme koje dijete provodi uz medije. Tako se izjasnilo 87,3% ispitanika, dok je njih 12,7% odgovorilo da ne ograničavaju vrijeme koje dijete provodi uz medije.

Tablica broj 8. Čitanje knjiga putem digitalnih medija (N=158)

	N	%
Da	22	13,9%
Ne	136	86,1%

Na pitanje čitaju li svom djetetu knjige, većina je roditelja odgovorila potvrdno. Tako se, naime, izjasnilo 84,8% ispitanika, a samo 15,2% ispitanika ne čita djetetu knjige. Nadalje, u tablici broj 8 možemo vidjeti kako 86,1% ispitanika ne čita svom djetetu knjige putem digitalnih medija, a potvrdno je odgovorilo 13,9% ispitanika. Možemo naglasiti kako je čitanje knjiga jako važno zbog razvoja jezika i pismenosti, ali djeca također razvijaju emocionalne i socijalne kompetencije kada im roditelji čitaju knjige. Wolf (2019) ističe kako je fizički oblik knjige za razvoj djeteta jako važan zato što dijete ima mogućnost osjetiti knjigu, mirisati je, čak je i malo „gricnuti“.

Tablica broj 9. Učestalost čitanja knjiga (N=158)

	N	%
Svaki dan	37	23,4%
Nekoliko puta tjedno	52	32,9%
Jednom tjedno	14	8,9%
Nekoliko puta mjesečno	30	19%
Jednom mjesečno	8	5,1%
Nekoliko puta godišnje	6	3,8%
Jednom godišnje	5	3,2%
Nikad	6	3,8%

Kao što su prikazani rezultati u tablici 9, samo 23,4% ispitanika čita knjige djetetu svaki dan, dok nekoliko puta tjedno to čini 32,9% ispitanika, a jednom tjedno 8,9% ispitanika. Kada se zbroji na tjednoj bazi koliko ispitanika čita knjige svojoj djeci, onda podaci pokazuju da to čini 65,2% ispitanika. Nekoliko puta mjesečno čita 19% ispitanika, a jednom mjesečno svom djetetu čita 5,1% ispitanika. Nekoliko puta godišnje čita 3,8%, a jednom godišnje 3,2%. Poražavajuća je činjenica da 3,8% ispitanika nikada nije pročitao svom djetetu ni jednu knjigu.

Tablica broj 10. Vrijeme koje roditelj provede pred televizijskim ekranom (N=158)

	N	%
Ne gledam televiziju	20	12,7%
Od 1 do 30 minuta	48	30,4%
Od 31 do 60 minuta	40	25,3%
Od 61 do 120 minuta	35	22,2%
Od 121 do 180 minuta	9	5,7%
Od 180 minuta do 240 minuta	2	1,3%

241 minuta i više	4	2,5%
--------------------------	---	------

Podaci koji su dobiveni na pitanje koliko vremena dnevno provedete ispred televizije pokazuju kako 12,7% ne gleda televiziju, a njih 30,4% gleda jako kratko televiziju, svega od 1 do 30 minuta. Od 31 do 60 minute dnevno gleda 25,3% ispitanika, od 61 minute do 120 minuta svega 22,2% ispitanika. Zanimljivo je kako mali broj ispitanika gleda televiziju od 121 do 180 minuta – samo njih 5,7%, a od 180 do 240 minuta 1,3% ispitanika. Preko 241 minute gleda samo 2,5% ispitanika.

Tablica broj 11. Vrijeme koje dijete provede pred televizijskim ekranom (N=158)

	N	%
Ne gleda	16	10,1%
Od 1 do 30 minuta	36	22,8%
Od 31 do 60 minuta	59	37,3%
Od 61 do 120 minuta	43	27,2%
Od 121 do 180 minuta	4	2,5%
Od 180 minuta do 240 minuta	0	0%
241 minuta i više	0	0%

Vidi se kako podaci iz prethodne tablice, koji se odnose na to koliko roditelj provede dnevno gledajući televiziju, utječe i na medijske navike djeteta. Naime, televiziju ne gleda 10,1% djece, a do 30 minuta gleda 22,8% djece, od 31 do 60 minute gleda 37,3% djece, od 61 do 120 minuta gleda 27,2% djece, a od 121 do 180 minute gleda samo 2,5% djece. Niti jedno dijete ne gleda televiziju više od 241 minute dnevno.

Tablica broj 12. Koliko često radi televizor dok dijete boravi u kući/stanu? (N=158)

	N	%
Uvijek	31	19,5%
Često	62	39%
Ponekad	47	29,6%
Rijetko	11	6,9%
Nikad	8	5%

Na pitanje koliko često radi televizor dok dijete boravi u kući/stanu, 19,5% ispitanika je odgovorilo uvijek, a 39% ispitanika često. Ponekad je odgovorilo 29,6% ispitanika, a zanimljivo je kako je rijetko odgovorilo 6,9% ispitanika, a nikad 5% ispitanika.

Tablica broj 13. Primjerenost televizijskog programa djetetu s obzirom na teme prikazivanih sadržaja (N=158)

	N	%
Smatram	59	39,3%
Ne smatram	99	62,7%

Da je televizijski program primjeren djetetu s obzirom na teme prikazivanih sadržaja smatra 39,3% ispitanika, dok njih 62,7% smatra kako televizijski program nije primjeren. Također, možemo vidjeti kako su roditelji odgovorili da ne smatraju televizijski program primjeren s obzirom na vrijeme prikazivanja sadržaja, a to je odgovorilo njih 59,9%, dok 41,1% ispitanika smatra da je primjeren. Dobiveni podaci su dosta slični podacima dobivenima u prethodnoj tablici.

Tablica broj 14. Nadziranje djeteta pri gledanju televizijskih sadržaja (N=158)

	N	%
Uvijek	108	68,4%
Često	43	27,2%
Ponekad	3	1,9%
Rijetko	1	0,6%
Nikad	3	1,9%

Iz tablice 14 možemo vidjeti kako veliki broj roditelja, njih 68,4%, uvijek nadzire što dijete gleda na televiziji, da dijete često nadzire ističe 27,2% roditelja, da to ponekad čini ističe njih 1,9%, rijetko samo 0,6%, a nikad 1,9%. Navedeni podaci pokazuju koliko su roditelji svjesni potencijalno neprimjerenih sadržaja na televiziji za njihovu djecu.

Tablica broj 15. Razgovor s djetetom o viđenom sadržaju na televiziji (N=158)

	N	%
Uvijek	32	20,3%
Često	68	43%
Ponekad	43	27,2%
Rijetko	10	6,3%
Nikad	5	3,2%

Podaci iz tablice broj 15 pokazuju kako 20,3% ispitanika uvijek razgovara s djetetom o viđenom sadržaju na televiziji, često razgovara 43% ispitanika, ponekad 27,2% ispitanika, rijetko 6,3% ispitanika, a nikad njih 3,2%. Prema ovim podacima roditelji razumiju koliko je važan razgovor s djetetom kako bi im eventualno objasnili sve nejasnoće i kako bi djeca lakše razumjela sadržaj viđen na televizijskom ekranu.

Tablica broj 16. Vrsta sadržaja koje dijete gleda na televiziji (N=158)

	1	2	3	4	5
Reklame	76 (48,1%)	26 (16,5%)	36 (22,8%)	13 (8,2%)	7 (4,4%)
Crtani filmovi	6 (3,8%)	5 (3,2%)	10 (6,3%)	15 (9,5%)	122 (77,2)
Dječje emisije	19 (12%)	11 (7%)	32 (20,3%)	42 (26,6%)	54 (34,2%)
Glazbene emisije	48 (30,4%)	27 (17,1%)	43 (27,2%)	24 (15,2%)	16 (10,1%)
Humoristične serije	101 (63,9%)	21 (13,3%)	23 (14,6%)	10 (6,3%)	3 (1,9%)
Vijesti	135 (85,4%)	15 (9,5%)	3 (1,9%)	5 (3,2%)	0 (0%)
Dokumentarni filmovi	61 (38,6%)	25 (15,8%)	38 (24,1%)	23 (14,6%)	11 (7%)

U sljedećoj tablici ispitanici su trebali označiti što njihovo dijete gleda najčešće, a što najrjeđe na televiziji skalom od 1 (najrjeđe) do 5 (najčešće). Prema dobivenim podacima djeca najčešće gledaju crtane filmove (77,2%) i različite dječje emisije (34,2%), a najmanje gledaju humoristične serije (63,9%), vijesti (85,4%), reklame (48,1%) i dokumentarne filmove (38,6%). S obzirom na dobivene rezultate nije iznenađujuća činjenica da djeca najviše gledaju crtane filmove i dječje emisije jer su primjereni njihovoj dobi, a da najmanje gledaju sadržaj koji im nije zanimljiv ili koji ne razumiju kao što su humoristične serije, vijesti ili dokumentarni filmovi.

Tablica broj 17. Djeca i slušanje radija (N=158)

	N	%
Ne sluša	102	64,6%
Od 1 do 30 minuta	30	19%
Od 31 do 60 minuta	12	7,6%
Od 61 do 120 minuta	6	3,8%

Od 121 do 180 minuta	2	1,3%
Od 180 minuta do 240 minuta	3	1,9%
241 minuta i više	3	1,9%

Podaci iz tablice broj 17 prikazuju koliko vremena dnevno dijete provede slušajući radio kod kuće. Zanimljivo je kako je 64,6% ispitanika označilo da njihovo dijete ne sluša radio, a 19% ispitanika je označilo kako dnevno dijete sluša radio do 30 minuta, do 60 minuta označilo je 7,6% ispitanika, a od 61 do 120 minuta označilo je 3,8% ispitanika. Podaci pokazuju kako samo 1,3% djece sluša radio od 121 do 180 minuta dnevno, a njih 1,9% je označilo da djeca slušaju radio od 180 do 241 minute. Sukladno očekivanjima, djeca jako rijetko slušaju radio.

Tablica broj 18. Vrste sadržaja koje dijete sluša na radiju (N=158)

	1	2	3	4	5
Reklame	130 (82,8%)	13 (8,3%)	10 (6,4%)	2 (1,3%)	2 (1,3%)
Dječje emisije	125 (79,6%)	13 (8,3%)	7 (4,5%)	3 (1,9%)	9 (5,7%)
Glazbene emisije	89 (56,7%)	14 (8,9%)	16 (10,2%)	11 (7%)	27 (17,2%)
Vijesti	134 (85,4%)	10 (6,4%)	10 (6,4%)	1 (0,6%)	2 (1,3%)

Tablica broj 18 prikazuje što dijete sluša najčešće, a što najrjeđe. Najčešće se slušaju glazbene emisije (17,2%), a najmanje reklame (82,8%), dječje emisije (79,6%), glazbene emisije (56,7%) i vijesti (85,4%). Podaci iz ove tablice potvrđuju podatke iz prethodne tablice kako djeca ne slušaju radio, a ako ga slušaju, onda je to jako kratko.

Tablica broj 19. Vrijeme koje dijete provodi uz mobitel (N=158)

	N	%
Ne provodi vrijeme za mobitelom	57	36,1%
Od 1 do 30 minuta	41	25,9%
Od 31 do 60 minuta	38	24,1%
Od 61 do 120 minuta	14	8,9%
Od 121 do 180 minuta	6	3,8%
Od 180 minuta do 240 minuta	1	0,6%
241 minuta i više	1	0,6%

Tablica broj 19 pokazuje koliko vremena dnevno djeca provode za mobitelom. Rezultati su pokazali da 36,1% djece ne provodi vrijeme za mobitelom, od jedne minute do pola sata provodi njih 25,9%, a 24,1% ispitanika je označilo kako dijete provodi od 31 do 60 minuta uz mobitel, 8,9% djece od 61 do 120 minuta. Zanimljivi su podaci kako samo 3,8% ispitanika uz mobitel provede od 121 do 180 minuta, a od 180 do 240 minuta samo njih 0,6%. Preko 241 minute 0,6% djece provodi za mobitelom.

Tablica broj 20. Nadziranje što djeca gledaju na mobitelu (N=158)

	N	%
Uvijek	106	67,1%
Često	30	19%
Ponekad	7	4,4%
Rijetko	0	0%
Nikad	15	9,5%

U tablici broj 20 ispitanici su pitani koliko često nadziru što dijete gleda na mobitelu pri čemu je 67,1% ispitanika odgovorilo da uvijek nadziru što dijete gleda na mobitelu, 19% roditelja to čini

često, 4,4% ponekad, a rijetko 0%. Zanimljivo je kako 9,5% ispitanika nikad ne nadzire što djeca gledaju na mobitelu, što je potencijalno opasno zbog neprimjerenih sadržaja koje dijete može vidjeti tijekom korištenja mobitela.

Tablica broj 21. Nadzor djeteta nad korištenjem tableta (N=158)

	N	%
Uvijek	102	64,6%
Često	27	17,1%
Ponekad	5	3,2%
Rijetko	0	0%
Nikad	24	15,2%

Slične podatke kao iz prethodne tablice prikazuje i tablica broj 21 gdje su ispitanici pitani koliko često nadziru što dijete gleda na tabletu, te je tako 64,6% ispitanika označilo kako uvijek nadziru što dijete gleda na tabletu, često to čini 17,1% ispitanika, ponekad 3,2% ispitanika, rijetko isto kao u prethodnoj tablici 0% ispitanika, a nikad 15,2% ispitanika što je veći postotak ispitanika nego kada je u pitanju nadziranje korištenja mobitela.

Tablica broj 22. Nadzor djeteta nad gledanjem Youtubea (N=158)

	N	%
Uvijek	104	65,8%
Često	46	29,1%
Ponekad	2	1,3%
Rijetko	0	0%
Nikad	6	3,8%

Rezultati istraživanja pokazali su da 65,8% ispitanika uvijek nadzire što dijete gleda na *Youtubeu*, često nadzire 29,1% ispitanika, ponekad samo 1,3% ispitanika, rijetko 0%, a nikad 3,8% ispitanika.

Tablica broj 23. Vrste sadržaja koje dijete gleda na *Youtubeu* (N=158)

	1	2	3	4	5
Reklame	109 (69%)	22 (13,9%)	15 (9,5%)	10 (6,3%)	2 (1,3%)
Crtani filmovi	19 (12%)	4 (2,5%)	14 (8,9%)	27 (17,1%)	94 (59,5%)
Dječje emisije	54 (34,4%)	17 (10,8%)	24 (15,3%)	29 (18,5%)	33 (21%)
Glazbene emisije	75 (47,8%)	21 (13,4%)	26 (16,6%)	21 (13,4%)	14 (8,9%)
Humoristične serije	126 (80,3%)	18 (1,5%)	5 (3,2%)	5 (3,2%)	3 (1,9%)
Vijesti	144 (91,7%)	11 (7%)	1 (0,6%)	0 (0%)	1 (0,6%)
Dokumentarni filmovi	108 (68,8%)	22 (14%)	13 (8,3%)	9 (5,7%)	5 (3,2%)

Tablica broj 23 prikazuje što djeca gledaju najčešće, a što najrjeđe na *Youtubeu*. Očekivano, djeca na *Youtubeu* najčešće gledaju crtane filmove (59,5%), dječje (21%) i glazbene emisije (8,9%) emisije, a najrjeđe gledaju reklame (69%), humoristične serije (80,3%), vijesti (91,7%) i dokumentarne filmove (68,8%).

Tablica broj 24. Vrijeme koje roditelji provode na društvenim mrežama (N=158)

	N	%
Ne provodim vrijeme na društvenim mrežama	5	3,2%
Od 1 do 30 minuta	32	20,3%
Od 31 do 60 minuta	55	34,8%
Od 61 do 120 minuta	49	31%
Od 121 do 180 minuta	12	7,6%
Od 180 minuta do 240 minuta	2	1,3%
241 minuta i više	3	1,9%

Tablica broj 24 prikazuje koliko roditelji vremena dnevno provode na društvenim mrežama, a zanimljivo je kako 3,2% roditelja ne provodi vrijeme na društvenim mrežama, samo 20,3% roditelja provodi do 30 minuta dnevno na društvenim mrežama, od 31 do 60 minuta 34,8% roditelja, od 61 do 120 minuta 31%, od 121 do 180 minuta 7,6%, od 180 minuta do 240 minuta 1,3%, a preko 241 minute samo 1,9% roditelja. Zanimljivo je kako roditelji ne provode puno vremena na društvenim mrežama.

Tablica broj 25. Ima li dijete profil na navedenim društvenim mrežama? (N=158)

	N	%
Facebook	1	0,6%
TikTok	3	1,9%
Instagram	3	1,9%
Youtube	0	0%
Nema profil na društvenoj mreži	153	97,5%

Na pitanje ima li dijete profil na društvenim mrežama većina roditelja, njih 97,5%, je odgovorilo kako dijete nema profil na društvenoj mreži, a samo je 2,5% ispitanika odgovorilo da dijete ima profil na društvenoj mreži. U tablici broj 25 ispitanicima je postavljeno pitanje ima li dijete profil na navedenim društvenim mrežama, a roditelji su najviše odgovorili kako njihovo dijete ima profil na *TikToku* (1,9%), *Instagramu* (1,9%), na *Facebooku* profil ima 0,6% djece.

Tablica broj 26. Igra li dijete video i računalne igre? (N=158)

	N	%
Uvijek	1	0,6%
Često	14	8,9%
Ponekad	42	26,6%
Rijetko	31	19,6%
Nikad	70	44,3%

Na pitanje igra li dijete video i računalne igre, 44,3% roditelja istaknulo je da djeca nikad ne igraju video i računalne igre, rijetko to čini 19,6% roditelja, ponekad njih 26,6%, često 8,9%, a uvijek samo 0,6% roditelja. Prema ovim odgovorima možemo zaključiti kako djeca predškolske dobi ne igraju u velikom postotku video i računalne igre.

Tablica broj 27. Kakvog su sadržaja videoigre koje Vaše dijete igra? (N=158)

	N	%
Edukativne	56	35,4%
Akcijske	12	7,6%
Strateške	17	10,8%
Trkaće	14	8,9%
Sportske	18	11,4%
Ne igra videoigre	72	45,6%

U tablici broj 27 postavljeno je pitanje kakvog su sadržaja videoigre koje dijete igra, a ispitanici su najviše odgovorili kako djeca ne igraju videoigre. Tako se naime izjasnilo 45,6% ispitanika, zatim slijede edukativne igre s 35,4% odgovora, sportske videoigre s 11,4%, strateške videoigre s 10,8%, trkaće videoigre s 8,9% i akcijske videoigre s 7,6%.

Zanimljiv je odgovor na pitanje koriste li roditelji medije za nagrađivanje ili kažnjavanje svog djeteta, a najviše je ispitanika odgovorilo da ne koriste medije u te svrhe (68,4%), a potvrдно je odgovorio gotovo svaki treći ispitanik, njih 31,6%.

Medijsko obrazovanje smatra važnim 79,7% ispitanika. Posljednje pitanje navedeno u upitniku bilo je otvorenog tipa te su roditelji trebali obrazložiti odgovor zašto smatraju ili pak ne smatraju medijsko obrazovanje važno. Među najzanimljivijim odgovorima mogu se izdvojiti sljedeći:

- „Živimo u svijetu digitalnih medija i smatram da je važno djecu upozoriti na sve prednosti i nedostatke tog svijeta.“
- „S obzirom na razvoj tehnologije i vremenu u kojem živimo, smatram da je medijsko obrazovanje iznimno važno.“

- „Važno je osvijestiti kod djece pravilan izbor medijskih sadržaja kao i štetnosti pojedinih sadržaja i vremena ispred ekrana.“
- „Medijska pismenost je sve važnija i važno je da djecu što prije osvijestimo o načinu korištenja medija, prednostima, ali k nedostacima i opasnostima. To se sad uči u 1. razredu i smatram da je to u redu, međutim, smatram da je jako malo roditelja medijski pismeno.“
- „Djeca mogu puno naučiti preko medija... i to obrazovanje je veoma važno. Jako lijepo mogu naučiti jezik(kako materinji tako i strani) kao i puno poučnih stvari iz našeg okoliša (o životinjama, vremenu...)...i jako je važno dijete naučiti kako se koristiti sa stvarima u okruženju. Ali je važno i to medijsko vrijeme ograničiti jer smatram da predškolska djeca najviše uče iz igre s vršnjacima.“
- „Važno je da dijete bude svjesno prednosti i mana koje *online* sadržaji nose. Treba ograničiti, ali ne i zabraniti u potpunosti.“
- „Sve što djeca konzumiraju (bila to hrana, piće ili zabavni sadržaj) vrijedno je pažnje roditelja i odraslih. Medijsko obrazovanje smatram izrazito važnim zbog dokazanih višestrukih utjecaja na djetetov mozak, a posljedično i na djetetovo ponašanje i doživljavanje svijeta.“
- „Smatram da dijete treba biti obrazovano iz svih segmenata pa tako i medijskog.“

Na temelju dobivenih rezultata anketnog istraživanja možemo zaključiti kako su roditelji svjesni utjecaja medija na djecu predškolske dobi, također roditelji su upoznati s važnošću medijskog obrazovanja. Svjesnost roditelja o utjecaju medija na djecu možemo zaključiti i po odgovorima na postavljeno pitanje ograničavaju li vrijeme koje dijete provede koristeći medije pri čemu je 87,3% roditelja odgovorilo da uvijek nadziru što djeca gledaju na televiziji (68,4%), mobitelu (67,1%), tabletu (64,6%) i *Youtubeu* (65,8%). Zanimljivo je kako roditelji često čitaju knjige, a putem digitalnih medija čita samo 13,9% roditelja. Sukladno očekivanjima, djeca na *Youtubeu* najviše gledaju crtane filmove (59,5%), dječje emisije (21%) i glazbene emisije (8,9%). S obzirom na navedeno roditeljima, ali i predškolskim ustanovama, mogu se dati sljedeće preporuke:

- Roditelji educirajte se o medijskoj pismenosti kako bi uspješno mogli educirati svoje dijete.
- Djeca u dobi do dvije godine trebala bi maksimalno provoditi 1 sat uz medije.
- Jedan sat prije spavanja nemojte dopustiti da dijete koristi medije.
- Tijekom jela nemojte dopustiti da dijete koristi medije.
- Isključite medijske uređaje kada ih ne koristite.

- Mediji nisu uvijek loši za vašu djecu. Edukativni programi i igre koje su prilagođene djetetovoj dobi pomažu intelektualnom i kreativnom razvitku vašeg djeteta.
- Crtani filmovi koji su prilagođeni djetetovoj dobi mogu edukativno utjecati na dijete.
- Zajedno sa svojim djetetom koristite medije te objasnite djetetu sve nepoznanice.
- Nemojte koristiti medije kao nagradu ili kaznu niti kako biste smirili dijete.
- Nemojte stavljati televizore u dječje sobe.

9. Zaključak

Tijekom prvih nekoliko godina života, djeca se najviše razvijaju u području razumijevanja, pamćenja, jezičnog razvoja, ali i rješavanja raznih problema. Upravo zbog razvitka djeca predškolske dobi podložna su raznim utjecajima te su tu iznimno važni roditelji koji trebaju zajedno s djecom sudjelovati u korištenju medija. Roditelji ponekad nisu ni svjesni da su upravo oni uzor svojoj djeci te da njihovo korištenje medija uvelike utječe na djecu zbog čega će njihova djeca često koristiti iste medije koje su oni koristili. Roditelji djeci mogu dati pozitivnu, ali i negativnu sliku odgovornog, tj. neodgovornog ponašanja koristeći medije ili način na koji koriste internet. Pozitivan utjecaj medija najviše možemo vidjeti kod razvitka kognitivnog razvoja djece, ali to može biti „dvosjekli mač“. Pozitivan utjecaj medija na djecu događa se kada roditelji aktivno sudjeluju u korištenju medija, ali i u kontroliranom vremenskom periodu. Nekontrolirano vrijeme korištenja medija kod djece predškolske dobi može ostaviti ozbiljne posljedice na pamćenje, kognitivni razvoj, socijalizaciju, ali i na razvitak motoričkih vještina. Roditelji nisu svjesni ni koliki je utjecaj pozadinskih medija na djecu, koji može utjecati na učenje novih riječi kod djece predškolske dobi. Zbog navedenih razloga u diplomskom radu, roditelji do dvije godine ne bi trebali dopuštati djeci da provedeno vrijeme uz medije bude duže od jednog sata dnevno, ali roditelji ne trebaju dopustiti upotrebu medija tijekom jela ili prije nego što dijete ide na spavanje. Provedenim istraživanjem zaključili smo kako je u današnje vrijeme gotovo pa nemoguće izbjeći kontakt s digitalnim i elektroničkim medijima. Roditelji postaju sve svjesniji utjecaja medija, kako je suditi po rezultatima ovog istraživanja, jer ograničavaju vrijeme koje dijete provede koristeći medije (87,3%), a uvijek nadziru što djeca gledaju na televiziji (68,4%), mobitelu (67,1%), tabletu (64,6%) i *Youtubeu* (65,8%). Istraživanje je pokazalo da 79,7% ispitanika smatra medijsko obrazovanje važno.

Na kraju samog rada zaključujemo kako su mediji djeci predškolske dobi jako zanimljivi zbog slike i zvuka koji proizvode, a kod videoigara i zbog mogućnost upravljanja sadržajima. Upravo zbog same zanimljivosti medija, jako je važna medijska pismenost roditelja koji trebaju biti svjesni potencijalne opasnosti kako djeca ne bi provodila previše vremena uz različite medijske sadržaje, nego kako bi se igrala i s fizičkim igračkama koja su primjerena njihovoj dobi. Navedeni podaci koji su dobiveni u istraživanju treba gledati s oprezom iz razloga što postoji mogućnost davanja

netočnih informacija od strane ispitanika zbog shvaćanja gdje su griješili pri medijskom odgoju djeteta tek tijekom ispunjavanja samog upitnika.

10. Literatura

1. Alpeza, J. (2019). *Radionica oglasi: Radionički materijali za dječje vrtiće*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
2. Alpeza, J. (2019). I predškolci trebaju (kroz igru) učiti o oglasima. Dostupno na: <https://www.medijiskapismenost.hr/i-predskolci-trebaju-kroz-igru-uciti-o-oglasima/>. Pristupljeno 15. lipnja 2021.
3. Anderson, M., Auxier, B., Nolan, H. (2020). Parenting Children in the Age of Screens. *Paw Reserch Centre*, 40 (2), 29-36.
4. Bar, R., McClure, E., Parlakian, R. (2018). Maximizing the Potential for Learning From Screen Experiences in Early Childhood. *Zero to Three Journal*, 40 (2), 29-36.
5. Bbc.com (2017). *Touchscreen-toddlers sleep less, researchers say*. Dostupno na: <https://www.bbc.com/news/health-39588453>. Pristupljeno 20. lipnja 2021.
6. Bjelobrk, V. (2020). Uloga medija u procesu socijalizacije djece i adolescenata. *Magistra Iadertina*, 15 (1), 42-52.
7. Britannica.com (n.p.). *Internet: computer network*. Dostupno na: <https://www.britannica.com/technology/Internet/Foundation-of-the-Internet#ref218353>. Pristupljeno 23. kolovoza 2021.
8. Cernison, M., Osling, A. (2017). *Measuring media literacy in the EU: results from the Media Pluralism Monitor 2015*. European University Institute.
9. Christakis, D., Radesky, J. (2016). Media and Young Minds: Council on communications and media. *Pediatrics*, 138 (5), 1-4.
10. Ciboci, L. Kanižaj, I., Labaš, D., (2011) *Djeca medija: Od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.
11. Coyne, S., Radesky J., Collier, K., Gentile A., Ruh Linder, J., Nathanson, A., Rasmussen, E., Reich, S., Rogers, J. (2017). Parenting and Digital Media. *Pediatrics*, 40 (2), 112-116.
12. Čakmazović, A. (2021). *Medijska pismenost za najmlađe: Multimedijски priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi*. Zagreb: Savez društava "Naša djeca" Hrvatske.
13. 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.

14. Djecamedija.org (2019). *Opis projekta*. Dostupno na: <https://djecamedija.org/opis-projekta/>. Pristupljeno 2. lipnja 2021.
15. Dore, R., Purtell, K., Justice, L. (2021). Media Use Among Kindergarteners From Low-Income Households During the COVID-19 Shutdown. *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics*. Dostupno na: https://journals.lww.com/jrml/dbp/abstract/9000/media_use_among_kindergarteners_from_low_income.98950.aspx. Pristupljeno 2. lipnja 2021.
16. Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2018). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4 (1), 270-283.
17. Enciklopedija.hr (n.p.a). *Internet*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2765>. Pristupljeno 14. svibnja 2021.
18. Enciklopedija.hr (n.p.b). *Komunikacija*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32686>. Pristupljeno 14. svibnja 2021.
19. Enciklopedija.hr (n.p.c). *Radio*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=51468>. Pristupljeno 14. svibnja 2021.
20. Enciklopedija.hr (n.p.d). *Televizija*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748>. Pristupljeno 14. svibnja 2021.
21. Enciklopedija.hr. (n.p.e). *Novine*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44284>. Pristupljeno 14. svibnja 2021.
22. Fadilah, A. (2018). The Influence of Social Media on Early Childhood Growth in the Era of the NET Generation. *Atlantis Press*, 249, 253-254.
23. Fisch, S. (2005). Children's learning from television: It's not just violence Internationales. *Zentralinstitut für das Jugend-und Bildungsfernsehen*, 18, 10-14.
24. Garrison, M., Christakis A. (2012). The Impact of a Healthy Media Use Intervention on Sleep in Preschool Children. *Pediatrics*, 13 (3), 492-499.
25. Gottschalk, F. (2019). Impacts of technology use on children: exploring literature on the brain, cognition and well-being. *OECD*, 3 (195), 1-19.
26. Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9, 9-34.

27. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži i Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
28. Ipsos (2015). Analiza radijskog tržišta. Dostupno na: <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%25%BEi%25%A1ta.pdf>. Pristupljeno 25. kolovoza 2021.
29. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
30. Kimer, K. (2018). Uloga medija u obiteljskom odgoju, *Didaskalos: časopis Udruge studenata pedagogije Filozofskog fakulteta Osijek*, 2 (2), 43-52.
31. Kosanović, D., Mandić, S., Mihić, J., Novak, M., Radić Bursać, S. (2021). *Digitalni mediji i mentalno zdravlje: Edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.
32. Liderm.media.hr (2016). Radio: Najstariji elektronički medij ne stvara ovisnost i ne krade vrijeme. *Lider*. Dostupno na: <https://lider.media/aktualno/neunistivi-radio-najstariji-elektronicki-medij-ne-stvara-ovisnost-i-ne-krade-vrijeme-122942>. Pristupljeno 15. svibnja 2021.
33. Medijskapismenost.hr (2016). *Pismenost više nije samo čitanje i pisanje, važno je biti i medijski pismen*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/pismenost-se-vise-ne-odnosi-samo-na-citanje-i-pisanje-vazno-je-biti-i-medijski-pismen/>. Pristupljeno 26. svibnja 2021.
34. Medijskapismenost.hr (n.p.) *Pojmovnik*. Dostupno na: [Pojmovnik - Medijska pismenost](#). Pristupljeno 26. svibnja 2021.
35. Mentalhelp.net (n.p.). Types of Media. Dostupno na: <https://www.mentalhelp.net/internet/types-of-media/>. Pristupljeno 26. kolovoza 2021.
36. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2010). *Mladi-Odgoj za medije: Priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb: M.E.P.
37. Miliša, Z., Zloković, J. (2008). *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima: Prepoznavanje i prevencija*. Zadar-Rijeka: MarkoM usluge
38. Nascimbeni, F., Voslo, S. (2019). *Digital literacy for children: exploring definitions and frameworks*. Dostupno na:

<https://www.unicef.org/globalinsight/media/1271/file/%20UNICEF-Global-Insight-digital-literacy-scoping-paper-2020.pdf>

39. Npr.org (2017). *Young Children Are Spending Much More Time In Front Of Small Screens*. Dostupno na: <https://www.npr.org/sections/ed/2017/10/19/558178851/young-children-are-spending-much-more-time-in-front-of-small-screens?t=1629661469753>. Pristupljeno 21. kolovoza 2021.
40. Nathanson, A. (2015). Media and the family: reflections and future directions. *Journal of Children and Media*, 9 (1), 133-139
41. sk.hr (2021). Dani medijske pismenosti 2021. Dostupno na: <https://www.nsk.hr/dani-medijske-pismenosti-2021/>. Pristupljeno 26. svibnja 2021.
42. Ofcom (2020/2021). *Children and parents: media use and attitudes report*. Dostupno na: https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf. Pristupljeno 22. kolovoza 2021.
43. Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba. (2018). *Živjeti zajedno u svijetu koji ne poznajemo: Roditeljstvo i odrastanje uz suvremene tehnologije u predškolskoj dobi*. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/publikacije/zivjeti-zajedno-u-svijetu-koji-ne-poznajemo-roditeljstvo-i-odrastanje-uz-suvremene-tehnologije-u-predskolskoj-dobi/>. Pristupljeno 16. lipnja 2021.
44. Pregrad, J., Tomić Latinac, M., Mikulić, M., Šeparović, N. (2011). *Iskustava i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima*. Zagreb: Ured Unicef-a za Hrvatsku.
45. Pempek, T., Lauricella, A. (2017) The Effects of Parent-Child Interaction and Media Use on Cognitive Development in Infants, Toddlers, and Preschoolers. *Cognitive Development in Digital Contexts*, 53-74. Dostupno na: [The Effects of Parent-Child Interaction and Media Use on Cognitive Development in Infants, Toddlers, and Preschoolers - ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890406517300011). Pristupljeno 16. lipnja 2021.
46. Pagani, L., Fitzpatrick, C., Barnett, T. (2013) Early childhood television viewing and kindergarten entry readiness. *Pediatric Research*, 74 (1) 350-355
47. Radesky, J., Christakis, D. (2016). Media and Young Minds: Council on communications and media. *American Academy of Pediatrics*, 138 (5), 2-4.
48. Rek, M., Kovačić, A. (2018). Media and Preschool Children: The Role of Parents as Role Models and Educators. *Medijske studije*, 9 (18), 27-43.

49. Rideout, V. (2017). *The Common Sense census: Media use by kids age zero to eight*. San Francisco: Common Sense Media.
50. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu? *Medijska istraživanja*, 18 (1). 5-33.
51. Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija. Kakao mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Ljevak.
52. Statista.com (2021). *Global digital population as of January 2021*. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>. Pristupljeno 23. kolovoza 2021.
53. Stopbullyng.gov (2020). *What Is Cyberbullying*. Dostupno na: <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it>. Pristupljeno 22. kolovoza 2021.
54. Sciencedaily.com (2009) *Young Children's Exposure To Audible Television Has Implications For Language Acquisition And Brain Development*. Dostupno na: www.sciencedaily.com/releases/2009/06/090601182830.htm. Pristupljeno 30. kolovoza 2021.
55. Šimunović, D., Bujčić, N., Fajit, S. (2019). Tehnički razvoj javne televizije u Hrvatskoj. *Godišnjak Akademije tehničkih znanosti Hrvatske* (1), 408-437.
56. Tiberio, S., Kerr, D., Capaldi, D., Pears, K., Kim, H., Nowicka, P. (2014). Parental Monitoring of Children's Media Consumption: The Long-term Influences on Body Mass Index in Children. *Jama Pediatrics*, 168 (5), 414-421.
57. Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, LV (22), 97-103.
58. Tomljenović, R., Ilej, M., Banda, G. (2018). *Djeca i mediji: Knjižica za roditelje i skrbnike djece*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
59. Terras, M., Ramsay, J. (2016) Family digital literacy practices and childrens mobile phone use. *Frontiers in Psychology*, 1957 (7), 1-11
60. Verywellfamily.com (2021). *The Real-Life Effects of Cyberbullying on Children*. Dostupno na: <https://www.verywellfamily.com/what-are-the-effects-of-cyberbullying-460558>. Pristupljeno 22. kolovoza 2021.

61. Vittrup, B., Snider, S., Rose, K., Rippey, J. (2016). Parental perceptions of the role of media and technology in their young children's lives. *Journal of Early Childhood Research*, 14 (1), 43-54
62. Wolf, M. (2019). *Čitatelju, vrati se kući: Čitateljski mozak u digitalnom svijetu*. Zagreb: Ljevak.
63. Zgrabljic Rotar, N. (2005) *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar.
64. Zloković, J. (2010). Rizična ponašanja djece i mladih. *Odgojna znanost*, 12 (1), 70-81.

11. Prilog

Anketni upitnik

Poštovani, istraživanje se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada na Odsjeku za komunikologiju na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Upitnik se ispunjava dobrovoljno i upitnik je anonimn, a dobiveni podaci će se koristiti isključivo za potrebe pisanja diplomskog rada. U slučaju bilo kakvih pitanja i/ili komentara, možete me kontaktirati na e-mail adresu nikolina.marjancevic1@gmail.com. Molim Vas da na pitanja odgovarate iskreno i samostalno. Za ispunjavanje je potrebno izdvojiti 5 minuta. Unaprijed zahvaljujem na izdvojenom vremenu. Nikolina Marjančević

1. **Spol?**

- a) muško
- b) žensko

2. **Dob?**

- a) 15-20
- b) 21-30
- c) 31-40
- d) 41-50
- e) 51-60
- f) 61 i više

3. **Tko je zaposlen u obitelji?**

- a) jedan roditelj
- b) dva roditelja
- c) oba roditelja nezaposlena

4. **Razina obrazovanja?**

- a) NKV - bez škole i nezavršena osnovna škola
- b) PKV, NSS - osnovna škola
- c) KV, VKV - srednja škola do 3 god.
- d) SSS - srednja škola u trajanju od 4 i gimnazija
- e) VŠS - stručni studij i viša škola
- f) VSS – diplomski sveučilišni studij, magisterij, doktorat

5. Mjesto stanovanja ?

- a) U velikom gradu (broj stanovnika od 50 tisuća do 700 tisuća)
- b) U malom gradu (broj stanovnika od 5 tisuća do 49 tisuća)
- c) Na selu (broj stanovnika do 4999)

6. Broj djece u kućanstvu?

- a) 1 dijete
- b) 2 djece
- c) 3 djece
- d) 4 i više djece

7. Dob djeteta/ce predškolske dobi?

8. Dob jednog djeteta predškolske dobi za koje ćete ispunjavati anketu?

- a) Najmlađe
- b) Najstarije

9. Zaokružite sve uređaje koje posjeduje Vaše dijete?

- a) Mobitel
- b) Tablet
- c) Pametni sat
- d) Ne posjeduje uređaj

10. Ograničavate li vrijeme koje Vam dijete provodi koristeći medije?

- a) Da
- b) Ne

11. Čitate li svom djetetu knjige?

- a) Da
- b) Ne

12. Čitate li svom djetetu knjige putem digitalnih medija

- a) Da
- b) Ne

13. Koliko često čitate svom djetetu knjige

- a) Svaki dan
- b) Nekoliko puta tjedno
- c) Jednom tjedno
- d) Nekoliko puta mjesečno
- e) Jednom mjesečno
- f) Nekoliko puta godišnje
- g) Jednom godišnje
- h) Nikad

14. Koliko vremena dnevno provedete ispred televizije?

- a) Ne gledam televiziju
- b) Od 1 do 30 minuta
- c) Od 31 do 60 minuta
- d) Od 61 do 120 minuta
- e) Od 121 do 180 minuta
- f) Od 181 minute do 240 minuta
- g) 241 minuta i više

15. Koliko vremena dijete provede gledajući televiziju?

- a) Ne gleda
- b) Od 1 do 30 minuta
- c) Od 31 do 60 minuta
- d) Od 61 do 120 minuta
- e) Od 121 do 180 minuta
- f) Od 181 minute do 240 minuta
- g) 241 minuta i više

16. Koliko često radi televizor dok dijete boravi u kući/stanu?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad

- d) Rijetko
- e) Nikad

17. Smatrate li da je televizijski program primjeren Vašem djetetu s obzirom na teme prikazivanih sadržaja?

- a) Smatram
- b) Ne smatram

18. Smatrate li da je televizijski program primjeren Vašem djetetu s obzirom na vrijeme prikazivanih sadržaja?

- a) Smatram
- b) Ne smatram

19. Koliko često nadzirete što dijete gleda na televiziji?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

20. Koliko često razgovarate s djetetom o viđenom na televiziji?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

21. Što od navedenog dijete gleda najčešće, a što najrjeđe na televiziji (označite od 5- najčešće, do 1- najrjeđe).

Reklame	1	2	3	4	5
---------	---	---	---	---	---

Crtani filmovi	1	2	3	4	5
Dječje emisije	1	2	3	4	5
Glazbene emisije	1	2	3	4	5
Humoristične serije	1	2	3	4	5
Vijesti	1	2	3	4	5
Dokumentarni filmovi	1	2	3	4	5

22. Koliko vremena dnevno dijete provede slušajući radio kod kuće?

- a) ne sluša radio
- b) Od 1 do 30 minuta
- c) Od 31 do 60 minuta
- d) Od 61 do 120 minuta
- e) Od 121 do 180 minuta
- f) Od 181 minute do 240 minuta
- g) 241 minuta i više

23. Što od navedenog dijete sluša najčešće, a što najrjeđe na radiju (označite od 5- najčešće, do 1- najrjeđe).

Reklame	1	2	3	4	5
Dječje emisije	1	2	3	4	5
Glazbene emisije	1	2	3	4	5
Vijesti	1	2	3	4	5

24. Koliko vremena dnevno dijete provodi za mobitelom?

- a) Ne provodi vrijeme za mobitelom
- b) Od 1 do 30 minuta
- c) Od 31 do 60 minuta
- d) Od 61 do 120 minuta
- e) Od 121 do 180 minuta

- f) Od 181 minute do 240 minuta
- g) 241 minuta i više

25. Koliko često nadzirete što dijete gleda na mobitelu?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

26. Koliko često nadzirete što dijete gleda na tabletu?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

27. Koliko često nadzirete što djeca gledaju na Youtubeu?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

28. Što od navedenog dijete gleda najčešće, a što najrjeđe na Youtubeu (označite od 5- najčešće do 1- najrjeđe)?

Reklame	1	2	3	4	5
Crtani filmovi	1	2	3	4	5
Dječje emisije	1	2	3	4	5
Glazbene emisije	1	2	3	4	5

Humoristične serije	1	2	3	4	5
Vijesti	1	2	3	4	5
Dokumentarni filmovi	1	2	3	4	5

29. Koliko vremena vi kao roditelj provodite na društvenim mrežama svakog dana?

- a) Ne provodim vrijeme na društvenim mrežama
- b) Od 1 do 30 minuta
- c) Od 31 do 60 minuta
- d) Od 61 do 120 minuta
- e) Od 121 do 180 minuta
- f) Od 181 minute do 240 minuta
- g) 241 minuta i više

30. Ima li Vaše dijete profil na nekoj društvenoj mreži?

- a) Da
- b) Ne

31. Ako da, na kojoj?

- a) Facebook
- b) TikTok
- c) Instagram
- d) Youtube
- e) Nema profil na društvenoj mreži

32. Igra li dijete video i računalne igre?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Ponekad
- d) Rijetko
- e) Nikad

33. Kakvog su sadržaja videoigre koje Vaše dijete igra?

- a) Edukativne
- b) Akcijske
- c) Strateške
- d) Trkaće
- e) Sportske
- f) Ne igra videoigre

34. Koristite li medije za nagrađivanje ili kažnjavanje svog djeteta (pr. ako bude dobar/ra gledat će televiziju za nagradu)?

- a) Da
- b) Ne

35. Smatrate li medijsko obrazovanje važnim?

- a) Da
- b) Ne

36. Molim da obrazložite odgovor na prethodno pitanje: