

# UTJECAJ MEDIJA NA KOMUNIKACIJU DJECE PREDŠKOLSKOG UZRASTA

---

Grbeša, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:794970>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-09**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**UTJECAJ MEDIJA NA KOMUNIKACIJU DJECE  
PREDŠKOLSKOG UZRASTA**

**Ana Grbeša**

**Split, 2023.**

**Odsjek za Rani i predškolski odgoj i obrazovanje**

**Studij:** Diplomski sveučilišni studij Rani i predškolski odgoj i obrazovanje

**Predmet:** Vještine odgojno-obrazovne komunikacije

# **UTJECAJ MEDIJA NA KOMUNIKACIJU DJECE PREDŠKOLSKOG UZRASTA**

## **Diplomski rad**

**Student:** Ana Grbeša

**Mentor:** Prof. dr. sc. Sonja Kovačević

**Split, srpanj, 2023. godine**

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>2. MEDIJI U SUVREMENOM SVIJETU</b> .....	<b>4</b>
2.1. Pozitivan utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta .....	6
2.2. Negativan utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta.....	8
2.3. Medijska pismenost djece .....	11
2.4. Slikovnica - interaktivni medij.....	14
<b>3. KOMUNIKACIJA</b> .....	<b>16</b>
3.1. Interpersonalna komunikacija.....	17
<b>4. MEDIJSKO DJETINJSTVO</b> .....	<b>18</b>
4.1. Uloga odraslih u medijskom djetinjstvu .....	19
4.2. Istraživanja o djeci i medijima u Hrvatskoj i svijetu.....	21
4.3. Utjecaj online platformi na razvoj komunikacije ( <i>YouTube</i> ).....	22
<b>5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>26</b>
5.1. Cilj istraživanja .....	26
5.2. Rezultati istraživanja .....	26
5.3. Rasprava .....	34
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>35</b>
<b>7. LITERATURA</b> .....	<b>36</b>
<b>8. PRILOZI</b> .....	<b>39</b>
<b>9. SAŽETAK</b> .....	<b>41</b>
<b>10. SUMMARY</b> .....	<b>41</b>

# 1. UVOD

Djeca odrastaju u okruženju punom medija te se na njih navikavaju brzo i neprimjetno i već u prvim godinama života se nauče s njima koristiti. Što je dijete mlađe ono se teže može zaštititi od različitih utjecaja medija (Ilišin, 2001). Sve veće prisutstvo masovnih medija u životu suvremenog čovjeka izaziva pažnju istraživača, koji nastoje s različitih aspekata sagledati njihov utjecaj na društvo. Stručnjaci posebnu pozornost posvećuju ispitivanju odnosa masovnih medija i djece koja predstavljaju najosjetljiviji segment populacije (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

Svrha medija je zadovoljavanje potrebe čovjeka da bude obaviješten o bitnim događajima u društvu. Mediji nam prenose informativne, edukativne i zabavne sadržaje koji utječu na svaku osobu (Juričić, 2017).

Danas su djeci od rođenja dostupni mediji, te se njihovo djetinjstvo može nazvati medijsko. Komunikacija je važna za svaki odnos, pa tako i za onaj s djetetom. Zbog toga je važno pričati s djecom predškolskog uzrasta jer oni ne razlikuju stvarnost od fiktivnog te mogu krivo razumjeti značenje nečega. Utjecaj medija na dijete može biti pozitivan i negativan (Pašica i Turza- Bogdan, 2020).

Dužnost je roditelja i odgojitelja osvijestiti djecu o odgovornosti, razboritosti, umjerenosti i mudrosti u korištenju medija kako bi im u odrastanju oni bili prijatelji i saveznici (Mandarić, 2012).

U ovom diplomskom radu, u njegovom teorijskom dijelu kritički će se raspravljati i analizirati dosadašnje spoznaje o utjecaju medija na djecu predškolskog uzrasta. Istraživački dio rada je anketa s roditeljima djece predškolskog uzrasta koja je usmjerena na utvrđivanje utjecaja medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta.

## 2. MEDIJI U SUVREMENOM SVIJETU

Medij dolazi od latinske riječi čije je značenje „posrednik, sredstvo“. U svom prvotnom značenju je onaj pomoću kojeg se prenosi komunikacija (Peruško, 2011). Prema Inglis (1997) medij je komunikacijski alat koji prenosi poruku. Autorica Car (2010) smatra da je internet obogatio tradicionalne medije time što je ponudio više mogućnosti za ljude. Po njoj je internet povezo informacijsku i komunikacijsku funkciju medija.

Jedna od temeljnih definicija medija je da su to kanali putem kojih se današnje društvo informira, pomoću kojih komunicira i obrazuje se. Pri samim počecima komunikacije, usmena predaja i konverzacija su bili temeljni način socijalizacije i informiranja. Tijekom godina i razvojem tehnologije i društva, mediji su poprimili razne oblike, a danas su se sveli na jedan od najbitnijih faktora života zauzimajući jako velik dio u prosječnom danu današnjeg čovjeka. Oni služe i kao veliko sredstvo socijalizacije – na temelju informacija koje se dobiju iz medija, lako se pronadu teme za razgovor, komentiranje, informiranost, samim time doprinose lakšem načinu socijalizacije. Utječu na osjećaj pripadnosti, sposobnost da se postane dio određenog društva, sposobnost argumentacije, sudjelovanje u raspravama, a i doprinose većoj radnoj osposobljenosti i cjelokupnoj društveno-psihološkoj sferi ljudskog života. Susret s medijima kreće od najranije dobi, pa su tako i djeca izložena medijskom utjecaju. Modernizacija i razvitak tehnologije koji se rapidno događaju u današnjem svijetu su pomaknuli granice medijske eksponiranosti, smjestivši ih u sam početak ljudskog života, počevši već od predškolske dobi, a u nekim slučajevima i ranije. Današnji mediji se razvijaju paralelno s tehnologijom, pa su tako tehnološki uređaji postali glavno sredstvo medijske distribucije – računala, mobiteli, i sve vrste tehnoloških potpora su podloga za distribuciju sadržaja. Lako bi se mogle podijeliti uloge u tom procesu, gdje bi mediji bili usluga koja se pruža, tehnološki uređaji sredstvo kojim se omogućuje, a čovjek korisnik. Ovisno o tome tko tumači medije, kome su namijenjeni, određuje se uloga svakog medija posebno.

Mnogo autora pisalo je o funkcijama medija. Štefan Rus-Mol i Ana Zagorec-Keršer (2005) navode sljedeće:

- Informacija – povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice, edukacija preko informacija
- Artikulacija – oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opaziti i razumjeti

- Agenda *setting* – uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema te stavljanje istih na mjesta gdje se oni trebaju riješiti; npr. Stavljanje problema i tema pred javnost, ali i onih koji ih moraju riješiti bez odgađanja
- Kritika i kontrola – omogućiti da se ništa ne sakrije od javnosti, nadziranje vlasti, politike i svih javnih nositelja vlasti
- Zabava i interaktivni sadržaji
- Obrazovanje – mediji su sve više u službi obrazovanja pošto se putem njih može doći do raznih informacija (edukativni časopisi, edukativni programi, online tečajevi, webinar i ostalo). Pojavom globalne pandemije, mediji su dobili još veću ulogu u prenošenju edukativnog sadržaja, s obzirom na nemogućnost obrazovanja u školama i obrazovnim ustanovama za vrijeme pandemijskih restrikcija – na temelju kojih se još više povećala dostupnost edukativnog sadržaja preko medija i medijskih platformi
- Socijalizacija i vodstvo
- Integracija – mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture i običaje. Putem medija se vrši oglašavanje i organiziranje susreta, okupljanja i svih drugih načina društvenog integriranja (Jurčić, 2017, 110).

Mediji nisu najveći krivci za komunikacijske probleme. Komunicirajući pomoću medija povezani smo s ostatkom svijeta, ali se često zna dogoditi da zanemarimo komunikaciju s najbližima. Kao i danas, 90-ih godina prošlog stoljeća televizija je ostala najutjecajniiji medij. Tada je u obiteljskom domu postojao samo jedan ekran oko kojeg su se svi okupljali i zajedno komentirali što su gledali. Zatim, radio je bio većih dimenzija, telefon na žicu, a novine su bile s više teksta, dok je danas sasvim suprotna situacija. Sve to je utjecalo na komunikaciju u obitelji (Kanižaj, 2015).

Za medije se slobodno može reći da indirektno oblikuju svijest čovječanstva. Gledano sa psihološke strane, ako je čovjek izložen informacijama jedne vrste određeni vremenski period, te informacije počinju oblikovati njegovu svijest, način razmišljanja i svjetonazor. Od osnovnog primjera, ukoliko se pojedinac okruži pozitivnim informacijama, filtrira informacije koje prima, posljedično njegova emocionalno-psihološka podloga postaje optimističnija - motiviraniji je, spremniji na rizik te ima pozitivan pogled na svijet oko sebe. S druge strane, ako je „preplavljen“ negativnim informacijama, statistikama i podacima koji su demotivirajući, sam postaje pesimističan, ima veći potencijal za razvoj depresije, povlačenja u sebe i smanjenja stupnja socijalizacije. Na temelju podjele informacija na pozitivne i negativne već se može uočiti utjecaj koji informacije imaju u bihevioralnom, psihološkom i emotivnom segmentu

ljudskog života, ovisno o tome jesu li korisne, upotrjebljene u svrhu čovjeka ili zloupotrijebljene da bi ugrozile čovjeka.

## **2.1. Pozitivan utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta**

Društvo u kojem živimo je pod velikim utjecajem medija, počevši od pojedinca do većih skupina – ovisno o tome kome je medijski sadržaj namijenjen. Kao i svaki utjecaj, onaj medijski može biti pozitivan i negativan. Mediji imaju mnoge pozitivne uloge u životu ljudi. Prije svega, informativna su jezgra, koja uvelike olakšavaju život, čine tražene informacije lakše dostupnim. S obzirom na veliku zastupljenost u suvremenom načinu života koji je ubrzan, nije teško shvatljivo zašto toliki broj pojedinaca poseže za lakše i brže dostupnim načinima dolaska do traženih informacija. Također, mediji pružaju mogućnost učenja na daljinu, obogaćuju proces obrazovanja primjenjujući zabavne i prilagođene obrazovne alate i sadržaje pojedinim učenicima.

Autorice Đuran, Maček i Koprivnjak (2019) u istraživanju pod nazivom „Mediji, djeca i roditelji“ navode da integracijom različitih medija djeca kreiraju i šire svoje kognitivne, psihičke, kreativne i socijalne kvalitete i sposobnosti. Mediji tako postaju aktivni sudionici u procesu učenja, jer između djeteta i samog medija postoji dijalog u spomenutom procesu. Većina medija zahtijeva aktivnost i pozornost djeteta u procesu potrage za informacijama, kao i tome što učiniti s dobivenim informacijama, kako ih povezati i kako pomoću njih doći do rješenja. S obzirom na njihovu široku primjenu i velik spektar informacija kojima raspolažu, uključujući globalnu razinu, olakšavaju djeci da razumiju globalna pitanja (ratove, bolest, glad, ekološke probleme, siromaštvo i ostale). Đuran i sur. (2019) smatraju da su mediji danas, zajedno sa školom i odgojiteljima, postali jedni od važnih obrazovnih i odgojnih okruženja. Uz digitalizaciju na visokoj razini i mogućnosti koje pružaju računala, djeca više nisu samo pasivni promatrači koji slušaju predavanje, nego postaju aktivni sudionici, što utječe na njihovo razmišljanje, stupanj improvizacije i snalažljivost.

Računala su također postala bitan faktor u procesu razvoja i učenja djece najmlađe dobi. S obzirom na njihovu sveprisutnost i sve faktore koji ih čine zanimljivima, imaju sposobnost ubrzati i dodatno potaknuti djetetovu želju za učenjem. Postoji veliki broj aplikacija i platformi sa zadacima koji se odnose na matematičke, analitičke i grafomotoričke vježbe, prilagođene za svaku traženu dob (Subrahmanyam, Kraut, Greenfield i Gross, 2000).



Đuran i sur. (2019) smatraju da informatička tehnologija potiče mentalni proces djeteta i pozitivno utječe na hipotetsko razmišljanje, logičko povezivanje i analizu. Đuran i sur. (2019; prema Tabol, 2002) ističu da multimedijско računalo može razvijati maštu, glazbenu memoriju i osjećaj za ritam. Također, takvo računalo omogućuje korisnicima da se od najranije dobi upoznaju sa zvukom i svim oblicima glazbe, uključujući glazbene instrumente, te da na taj način stvaraju vlastite melodije i povezuju ih s ostalim elementima koji ih okružuju. Đuran i sur. (2019; prema Hoffmanu, 2014) navode kako rad s računalom utječe na razvoj upornosti i na samoiskazivanje. U radu s grupama potiče osjećaj za timski rad i odgovornost. Posebice tijekom pandemije, kada je pristup interaktivnim sadržajima, u ovom slučaju odgojiteljima, bio limitiran otkrili su se veliki benefiti i mogućnosti koje mediji pružaju. Shvativši njihovu ulogu i učinkovitost, počeli su se ubrzano razvijati i dodatno nadograđivati. Tijekom pandemije, nastava je održavana putem medija i ostalih digitalnih alata, što je rezultiralo velikim skokom u razvitku komunikacije preko ekrana. Na temu toga, važno je raspoznati razliku između računalnog razgovora i gledanja video sadržaja (crtića). Razgovor je i dalje interaktivna aktivnost, čak i kad je obavljan preko video poziva, dok je crtić, ili bilo kakva vrsta sadržaja koja se distribuira preko ekrana i dalje jednosmjerna, u kojoj dijete upija sadržaj koji mu je predstavljen, bez ikakvog sudjelovanja u istome.

Ciboci, Kanižaj i Labaš (2018) ističu da djeca imaju prirodnu potrebu za informiranjem o novim stvarima te se medijima mogu vješto služiti u svakodnevnim aktivnostima. Jednako tako, uz informativnu, izuzetno je važna pozitivna i obrazovna uloga medija i to osobito tijekom pripreme i za vrijeme djetetova školovanja u kojem su upravo mediji ti za kojima dijete poseže kada želi saznati nešto više o temi koja ga zanima, kada neku knjigu poželi pročitati na ekranu računala ili kada priprema referat ili neku drugu školsku zadaću, te time prikupiti dodatne informacije. Mediji mogu biti saveznici i u trenucima opuštanja kada se posvećuju zabavnim sadržajima.

Prema sveopćim saznanjima, upravo roditelji su ti koji imaju ključnu ulogu u povezivanju djece predškolske dobi sa svim vrstama medija koji su dostupni – ne samo računalnim. Oni su ti koji imaju mogućnost izabrati vrstu medija koju žele približiti svom djetetu, potom sadržaj koji žele distribuirati, ali i način na koji će dijete shvatiti taj medij – kao neophodno sredstvo edukacije ili dodatno sredstvo koje će upotpuniti različite vrste razvoja kojima je izloženo. Također su bitne stavke i vremenska ograničenost i raznolikost medija, tako da dijete ne razvije izraziti fokus na jedan medij, a istovremeno nezainteresiranost za drugi. Djeci vrtićke dobi i predškolicima to će pomoći u izražavanju njihovih ideja i osjećaja.

Računalne videoigre koje djeci pružaju jednostavne odabire između karakternih i pozitivnih likova, također mogu pomoći djeci u razvoju kreativnosti i donošenju odluka, dok interaktivne videoigre i internetske stranice mogu pomoći djeci u učinkovitijem učenju (Ciboci, 2015).

Ilišin (2001; prema Van Evri, 1990) smatra da pozitivan utjecaj televizije na djecu je u tome što potiče znatiželju i govorne sposobnosti, a posebno vještine u odnosa s osobama s kojima smo u svakodnevnom odnosu i komunikaciji.

## **2.2. Negativan utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta**

Kako su već navedeni pozitivni utjecaji medija na djecu predškolske dobi, u narednom poglavlju će se prikazati i negativni utjecaji istih. Kao i svaka izloženost, tako i medijska izloženost uz pozitivne aspekte ima i one negativne. Jedna od prvih negativnih utjecaja medija je izloženost riziku od zloupotrebe medija ili ovisnosti o njima, kao i stvaranje paralelne (virtualne) stvarnosti, pri čemu su upravo roditelji ti koji ponovo u slučaju djece predškolske dobi, imaju ključnu ulogu. Odrasle osobe uključene u život djeteta su te koje svojom medijskom pismenošću i kritičkim razmišljanjem utječu i određuju način na koji će dijete doživljavati određeni medij. Kada se govori o negativnim aspektima medija, najviše pozornosti se daje upravo digitalnim medijima, što zbog njihove velike zastupljenosti, što zbog činjenice da su upravo ti mediji najslobodniji, oni kojima svatko ima pristup i ulogu u kreiranju sadržaja, dok se slikovnice, interaktivni sadržaji i igre smatraju manje podobnima za negativne utjecaje, s obzirom da su kreirane od strane školovanih osoba, specijaliziranih za analizu utjecaja koje mogu imati na djecu ovako osjetljive dobi.

Đuran i sur. (2019) ističu kako suvremeni mediji, naročito televizija, Internet i mobiteli, postaju najvažniji čimbenici u socijalizaciji djece od najmlađe dobi jer utječu na društvena ponašanja, formiraju stavove i vrijednosti, viziju svijeta, života i vlastitog identiteta. Forma i Matyjas (2015) smatraju da virtualna stvarnost, koja se uvelike razlikuje od prave, može kreirati sasvim krivu sliku o gore navedenom. Upravo ova dob djece, koja je jako osjetljiva najizloženija je tom utjecaju, ukoliko se s njom ne upravlja onako kako je najbolje za dijete. Samim time, djeca lako mogu razviti i ovisnost o internetu i internetskim sadržajima.

Neki od negativnih utjecaja, Forma i Matyjas (2015; prema Bradea i Cosmin Blanul, 2015) smatraju da je smanjena sposobnost pozornosti, slušanja i praćenja prezentiranog

materijala. Sve što je djeci ponuđeno kroz te medije je vizualno i auditivno upečatljivo te taj način predavanja i izlaganja sadržaja djetetu, u kojem ono ne sudjeluje, upravo postaje monoton i dosadan, uzrokujući osjećaj dosade i nezainteresiranosti, zbog manjka sudjelovanja. Javlja se i smanjena potreba za komunikacijom jer djeca dobivaju svu vrstu komunikacije i sadržaja koji su im u tom trenutku potrebni preko virtualnih platformi i aplikacija. Nedostatak komunikacije licem u lice vodi do općenitog otuđenja, koje može uzrokovati gubitak komunikacijskih vještina, a što kasnije dovodi do nesnalaženja u društvu.

Dodatni negativni aspekt kojem doprinosi izloženost ovakvoj vrsti medija je smanjena fizička aktivnost djece koja kasnije može negativno utjecati na djetetov fizički razvoj, i stvoriti negativne posljedice na zdravlje djeteta. Autor Sigman (2010) čak ističe kako velik broj sati provedenih uz digitalne medije uzrokuje fizičku neaktivnost djece, kao i konzumiranje obroka uz ekrane, pri čemu dijete nije svjesno količine hrane koju pojede, jer su moždane stanice fokusirane na drugu aktivnost. Samim time, mozak ne šalje signale koji naznačuju sitost, te dijete na taj način može pojesti veće količine hrane, što dugoročno može uzrokovati probleme poput pretilosti.

Mediji su važni u životima djece predškolske dobi, no ona još uvijek jednako rado odabiru druženje i igranje s drugom djecom i roditeljima (Chaudron, 2015). Djeca su od najranije dobi nesvjesno izložena digitalnim medijima, a u tome, kao i u pojačavanju pozitivnih utjecaja medija ključnu ulogu imaju roditelji. Kontinuirano objavljivanje osobnih podataka i/ili fotografija djece od strane njihovih roditelja poznato je pod nazivom *sharenting*. Procjenjuje se da oni roditelji koji su aktivni na društvenim mrežama godišnje objave i do 200 djetetovih fotografija, što znači da će do pete godine djetetova života objaviti već 1000 njegovih fotografija. Istraživanja u Hrvatskoj pokazala su da je 65% roditelja objavilo fotografiju predškolskog djeteta na društvenim mrežama, dok je njih 35% objavilo fotografiju djeteta na društvenim mrežama u prvome mjesecu djetetova života (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon, 2017). Istraživanje Poliklinike za zaštitu djece Grada Zagreba i Hrabrog telefona (2017), a koje je provedeno na uzorku od 655 roditelja djece predškolske dobi, pokazalo je da više od dvije trećine djece koristi mobitel i tablet pri čemu 6% djece predškolske dobi posjeduje vlastiti mobitel. Čak 77% predškolske djece zna fotografirati i snimati mobitelom, a njih 45% samostalno koristiti internet. Barem ponekad dvije trećine djece koristi mobitel i računalo bez nadzora, a njih 75% tablet.

U predškolskom radu s djecom i poučavanju o videoigrama dodatan je izazov suradnja s roditeljima. Budući da su roditelji zapravo najčešći igrači videoigara (prosječan igrač videoigara ima 37 godina) jedan dio roditelja kreće s polazišta kako u igranju videoigara ne može biti ništa loše, čak ni kod onih koje se temelje na negativnom sadržaju i nasilju. No, za razliku od crtanih filmova ili klasičnog televizijskog sadržaja videoigre imaju vrlo jasan i precizan sustav označavanja sadržaja programa – kategorizaciju. Svaka videoigra koja se nalazi na tržištu slijedom toga mora imati određenu sadržajnu oznaku, a na europskom prostoru to je kategorizacija PEGI (Ivasović, Labaš, Lovrečić i Raknić, 2021).

Masovni mediji su upravo ti koji igraju veliku ulogu u pristupu djeci od najmlađe dobi. Glavne funkcije masovnih medija su javno mišljenje, politički program, veza između politike i ljudi i socijalizacija. Putem masovnih medija se često prenose razne sublimirane poruke koje najviše utječu na podsvijest. „Subliminalna percepcija jest zamisao da je moguće utjecati na ljudske misli, osjećaje i ponašanja putem raznih podražaja bez svjesnog znanja osobe na koju se utječe“ (Miliša i Nikolić, 2013, 293). Čak i mediji namijenjeni odraslima su prepuni sublimiranih poruka, jedina je razlika što ih osoba odrasle dobi lakše može prepoznati (i potencijalno odbaciti) od djeteta predškolske dobi. Prema istraživanju, upravo putem crtanih i animiranih filmova se mogu prenositi prilično negativne i nekorisne sublimirane poruke, a utječu na najmlađe. Keith Booker je razvio studiju 2010. godine te došao do saznanja kako se u Disney crtanim filmovima nalazi najviše subliminalnih poruka koje utječu na percepciju i ponašanja djece i mladih. Autori Miliša i Nikolić (2013) smatraju da subliminalni podražaji (stimulusi) mogu biti odgovorni za ponašanja, raspoloženja, emocionalne reakcije i strahove. Subliminalno ili podsvjesno naizgled funkcionira kao spremište osnovnih vjerovanja i stajališta, vrijednosti i motiva. Iako ovi faktori potencijalno nemaju direktan utjecaj na dijete predškolske dobi, vidljiv odmah po primjeri, neminovno je zaključiti kako u dugoročnom razvoju djetetovih emocija, načina izražavanja, sposobnosti socijalizacije, interesa, pristupa drugim razvojnim fazama života, itekako imaju ulogu i određuju smjer u kojem će isto ići. S obzirom na djetetovu povezanost i ovisnost o roditelju u ovim godinama, upravo su roditelji ti koji ponovno trebaju raspoznati trenutne i buduće utjecaje koje mediji mogu imati na njihovo dijete, i na temelju toga odrediti pravi medij i vrijeme izloženosti njemu.

### 2.3. Medijska pismenost djece

Autor Ilišin (2001; prema Košir Zgrabljic, Ranfl, 1999) medijsku pismenost, kada se radi o djeci, označava kao nešto što nam nudi mogućnost za promišljanje o sadržajima u medijima te nas uči kako kritički sagledati ono što nam ti mediji nude. Medijski pismena osoba je ona kojoj je dostupan određen medij i koja se zna koristiti istim, odnosno kritički sagledati i vrednovati informacije u medijima te kreirati vlastite medijske sadržaj. Iako se djeca bolje snalaze u tehničkim stranama medija i kreiranju novih medijskih sadržaja, imaju manje iskustvo od odraslih i to ih obično dovodi do nerazumijevanja medijskih sadržaja. Shodno tome djecu treba učiti o medijima od najranije dobi te o njihovim pozitivnim i negativnim stranama (Ciboci, 2015).

Medijska je pismenost, prema psihologinji Ćosić Predrag (2019) skup vještina koje nam omogućavaju da analiziramo i propitujemo sadržaje kojima smo izloženi te procjenjujemo njihovu točnost i pouzdanost izvora. Takav pristup zahtijeva i podržava radoznalost, kreativnost, kritičko mišljenje i stalno propitivanje koje otvara nove prozore u svijet i omogućava promjene sebe, drugih i društva koje nas okružuje. Poticanje i razvijanje medijske pismenosti od najranije dobi neophodno je kako bismo olakšali snalaženje u „moru“ informacija i sadržaja (istinitih, lažnih, netočnih, pristranih, s ciljem prikrivenog oglašavanja), kako bismo se osjećali sigurno i zaštićeno u interakciji s medijima, ali i kreirali prostor sigurnosti i za druge korisnike s kojima taj prostor dijelimo.

Ljubić Nežić (2018; prema Tolić, 2009) medijsku pismenost smatra najnižom razinom svladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja vizualnih simbola i rada na sredstvima medija. Djeca od najranije dobi su u doticaju s digitalnim medijima te ih se s razlogom naziva digitalnim urođenicima.

Ciboci (2015) navodi da djeca se prije druge godine života susreću s digitalnim medijima. Iako djeci predškolskog uzrasta digitalni sadržaji mogu biti korisni prvenstveno zbog zabave, učenja, komunikacije, novih informacija treba biti na oprezu zbog mnoštva neprimjerenih sadržaja. Djeca rado koriste digitalne medije, ali unatoč tome prije će odabrati druženje s vršnjacima i roditeljima.

Djecu je potrebno medijski opismeniti s obzirom na dostupne sadržaje, te ih naučiti kako koristiti medijske sadržaje s nekom svrhom. Kada govorimo o medijskom opismenjavanju djece predškolskog uzrasta važno je spomenuti dob djeteta. Dob je ključno

polazište kada se govori o medijskom opismenjavanju djece rane i predškolske dobi. Što su djeca mlađa ona više vjeruju medijima (Ljubić Nežić, 2018).

Što je dijete mlađe, to bi njegova medijska iskustva trebala biti kraća, njima smislenija i smirenija. Bebe i malu djecu naročito treba zaštititi od neprestane izloženosti medijima, kao i od medijskih iskustava koja bi mogla biti intenzivna za njihovu dob. Odrasli trebaju imati na umu da mediji danas imaju važnu ulogu u životu djece. Agencija za elektroničke medije donijela je Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima (2022). Tog se pravilnika u Hrvatskoj trebaju pridržavati televizije, radija, internetski portali i medijske usluge na zahtjev (npr. videoteke), a njegova primjena uključuje i dobne oznake koje pomažu roditeljima i skrbnicima da biraju primjeren sadržaj za djecu.

Za internetske sadržaje u Hrvatskoj propisano je samo označavanje dobne kategorije 18. Osim toga, strani televizijski programi nisu podložni hrvatskim propisima i mogu imati „blaže” dobne oznake, dok platforme za razmjenu video sadržaja (npr. YouTube) uopće ne podliježu obvezatnom dobnom označavanju, a vrlo su popularne kod djece i mladih. Stoga je važno što bolje znati koje medijske sadržaje i usluge koristi dijete da bi se moglo što kvalitetnije procijeniti jesu li oni za njega prikladni (UNICEF, 2018).

Ćosić Predrag (2019) navodi da se preporuke stručnjaka usmjeravaju na sigurno uvođenje digitalnih medija u živote djece od 18 mjeseci, uz pažljiv odabir sadržaja, a za komunikaciju i održavanje odnosa s drugim ljudima preporučeno 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. Stalno uključen televizor ili mediji kao dadilje sigurno će imati veći negativan učinak na kognitivni, emocionalni i socijalni razvoj beba i malog djeteta. Smatra se da 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 i skrbnika u prvim godinama života postavlja temelje za kasnije stjecanje znanja i iskustava. Da bi djeca mogla postati kompetentni korisnici medija, moraju ovladati tehnologijom, no mnogo je važnije poučiti ih izgradnji kritičkog stava i podržati ih u tome, u čemu im je potrebno iskustvo i mudrost odraslih. Drugim riječima, ono što djeci treba jest da roditelji pokažu interes i da znaju s kojim medijima njihova djeca imaju doticaj, što ih u tim medijima i sadržajima privlači, kako odabiru što će pratiti i kako se mijenjaju u kontaktu s

medijima, kakva iskustva imaju njihovi vršnjaci. Tada roditelj šalje poruku djetetu da mu je ono važno, da mu je važno što se njim zbiva i da je tu ako ga zatreba.

Godine 2014. UNICEF i Agencija za elektroničke medije (AEM) proveli su istraživanje o navikama gledanja televizije među djecom i mladima. Roditelji su odgovarali na pitanja o navikama 1561 djeteta. Kada su rezultati istraživanja uspoređeni s podacima o gledanosti, pojavile su se zanimljive proturječnosti. Roditelji su procijenili da većina djece, njih 56% pred televizorom dnevno provodi jedan sat do tri sata. Podaci o gledanosti pokazali su da djeca pred ekranom provode u prosjeku tri sata. Oko pola tog vremena djeca su pred televizorom bez nadzora odrasle osobe.

Godine 2016. Agencija za elektroničke medije i UNICEF predstavili su, u suradnji s partnerima, mrežni portal [medijskapismenost.hr](http://medijskapismenost.hr) namijenjen informiranju i edukaciji roditelja, skrbnika, odgojitelja i učitelja o medijskoj pismenosti. Agencija za elektroničke medije i UNICEF pokrenuli su 2018. godine projekt „Dani medijske pismenosti“, u koji se svake godine uključuje sve više djece i mladih te odgojitelja, učitelja i nastavnika. U sklopu „Dana medijske pismenosti“ predstavili su prvu slikovnicu o medijima za najmlađu djecu te brošure za roditelje. Za edukatore u vrtićima te osnovnim i srednjim školama osiguravaju zanimljive materijale za rad s djecom, mladima i roditeljima. U sklopu tog dana diljem Hrvatske održavaju se brojna predavanja, a kroz aktivnost „Djeca upoznaju medije“ djeca i mladi posjećuju medijske kuće ne bi li naučila kako nastaju vijesti te se i sama okušala u pisanju članaka i stvaranju radijskih i televizijskih priloga.

## 2.4. Slikovnica - interaktivni medij

Knjiga nije predmet već tekstualna forma, način komunikacije (Batarelo Kokić, 2015; prema Cope, 2001, 6).

Bajke i slikovnice su prvi mediji s kojima se djeca susreću i u čiji svijet se uživljavaju. Poistovjećuju se s likovima, uče na njihovim primjerima, uviđaju njihove pogreške i daju si odgovore na pitanja koja su postavljena u njima. Dijete može i prije nego nauči govoriti, razumjeti slike i ući u njihov svijet. Prema McKenni (2006), slikovnice, kao i ostali mediji za djecu mogu biti:

1. Interaktivne – one koje podučavaju kroz raspoznavanje zvukova, boja i oblika i razvijaju vještine opažanja i prepoznavanja. U interaktivnoj slikovnici nadopunjuju se slika i tekst. U interaktivnoj slikovnici često se može susresti slika koja ima mogućnost pritiska, te se tada čuje određeni zvuk ili magnet koji dijete može postavljati na određena mjesta unutar slikovnice i tako nadopuniti ilustraciju koja prati priču.
2. Multimedijske - gleda se na računalu i sadrži ilustriranu verziju priče sličnu tradicionalnim pričama objavljenima u obliku klasične knjige. Neke imaju skrivene animacije koje se aktiviraju klikom miša na određeni element, ili prijelazom kursora miša. Multimedijske slikovnice sadrže ujedno multimedijske, hipermedijske i interaktivne elemente, pažljivo odabrane da bi konstruktivno utjecale na razvoj djeteta.

Martinović i Stričević (2011; prema Crnković i Težak, 2002) smatraju da se slikovnica koristi slikovnim i tekstualnim vidom komunikacije. Autorice smatraju da se djeci od godine i pol do dvije trebaju početi čitati slikovnice koje ne sadrže tekst nego samo slike. Takva vrsta slikovnica dijete uči na koji se način postupa s knjigom, one ga potiču na komunikaciju i bude zanimanje za knjigu.

Batarelo Kokić (2015; prema Kioussis, 2002) navodi da se interaktivnost može označiti kao stupanj u kojoj komunikacijska tehnologija može načiniti okružje u kojem akteri mogu komunicirati i sudjelovati u izmjenama poruka.

Dolaskom digitalne slikovnice sve su se više počinju istraživati interaktivne sastavnice koje se nalaze u suvremenim slikovnicama. Batarelo Kokić (2015; prema Nodelman, 1989) ističe da slikovnice koriste najviše maloj djecu te one prenose informaciju pomoću slika s malo ili nimalo teksta.



Batarelo Kokić (2015; prema Lauricella, Barr i Calvert, 2014) navodi da pri komunikaciji s djecom predškolskog uzrasta roditelji budu više uključeni i pokušavaju zainteresirati dijete prilikom čitanja digitalnih, nego tradicionalnih slikovnica. Slikovnica je interaktivna, uključuje mnoge načine interaktivnog upotrebljavanja. Odrasla osoba čita djetetu, skupina djece čita, te usporedno crtanje jedne osobe i čitanje slikovnice su jedni od najčešćih načina interaktivnog korištenja slikovnice.

Četiri razine zastupljenosti interaktivnih sastavnica u slikovnici su:

- 1) Tiskane slikovnice s ilustracijama, s tekstom ili bez njega, a bez interaktivnih elemenata
- 2) Tiskane slikovnice s ilustracijama, s tekstom ili bez njega, te s vizualnim, zvučnim, glazbenim i interaktivnim sastavnicama.
- 3) Proširene tiskane slikovnice kod kojih se tradicionalni tiskani medij proširuje sa zvukovima i mogućnošću interakcije s digitalnim sadržajima.
- 4) Digitalne slikovnice dostupne na različitim medijima, a koje mogu uključivati interaktivne vizualizacije, prilagodljivi tekst, simulacije, animacije, 3D grafike i zvuk (Batarelo Kokić, 2015).

### 3. KOMUNIKACIJA

Komunikacija dolazi od latinske riječi *communicatio* čije je značenje priopćiti. Svjetska zdravstvena organizacija uvrstila je komunikaciju kao jednu od pet vještina nužnih za sretan i zdrav život. Mnogi autori pokušavaju dati definiciju komunikacije te je jedna od najrazumljivijih da je to prenošenje poruka od jedne do druge osobe. O važnosti komunikacije najbolje nam govori izreka Paula Watzlawicka „Ne može se ne komunicirati“. Autor Nilsen komunikaciju je podijelio u dvije skupine s obzirom na namjernost komunikacije. U prvu skupinu spadaju definicije koje smatraju da je komunikacija proces u kojem postoji namjera da se izazove dobivanje odgovora. U drugoj skupini su one definicije koje smatraju da pri procesu komunikacije ne postoji namjera za dobivanje odgovora (Tomić, Jugo, 2021).

„Komunikacija je moćna: ona dovodi prijatelja na našu stranu i tjera naše suparnike, umiruje ili upozorava djecu, i među nama stvara sporazume ili borbene linije“ (Tomić, Jugo, 2021, 37). Tomić i Jugo (2021; prema Richman 1993) navode da je za dobru komunikaciju potrebno biti sposoban slušati, promatrati i razumijevati poruke drugih ljudi te prenijeti svoje ideje i osjećaje kako bi one mogle koristiti drugima.

Sredstva komunikacije su:

- Forma – predstavlja način na koji se nešto priopćava (govor, pisanje, crtanje itd.).
- Medij – sredstva komunikacije koja kombiniraju različite forme, npr. knjige, jer mogu sadržavati riječi, crteže i grafikone. To su „materijalni“ nositelji poruka i prenosna sredstva koja posreduju značajke sadržaja u određenome obliku: za ljudsko komuniciranje to su neverbalna, verbalna ili tehnička sredstva.
- Mediji – tehnološka sredstva masovne komunikacije, npr. tisak, TV, radio, film, internet itd. (Tomić, Jugo, 2021, 42).

Autori Tomić i Jugo (2021) navode tri značajke komunikacije:

- Ona je ostvarivanje veze između ljudi (između dvije osobe, dvije ili više skupina te između pojedinca i skupine).
- Ona je aktivnost. Čak i čitajući knjigu, osoba je aktivna u komunikaciji.
- Ona uči. Čovjek uči komunicirati da zadovolji svoje potrebe.

Tomić i Jugo (2021) navode četiri oblika komunikacije:

- intrapersonalna komunikacija
- interpersonalna komunikacija
- grupna komunikacija
- masovna komunikacija

I autorica Bratanić (1997; prema Tubbsu i Mossu, 1977) spominje oblike komunikacije. Najčešći oblik je komunikacija između dvije osobe, koji je neposredan oblik komuniciranja i njemu se služimo verbalnim i neverbalnim znakovima. Komunikacija u maloj grupi se odvija između tri ili više osoba. Organizirana komunikacija je bujica poruka između mreže ovisnih odnosa. Javna komunikacija je ona koja se provodi na javnim mjestima te posljednji oblik je komunikacija masmedijem. Ljubešić i Capanec (2012) u članku navode komunikaciju kao temelj za usvajanje jezika i razvoj govora.

### **3.1. Interpersonalna komunikacija**

Prema nekim autorima interpersonalna komunikacija je dinamičan oblik komunikacije među dvije ili više osoba koje izmjenjuju poruke te one utječu na njihova ponašanja, emocije i misli. Kada se u prošlosti govorilo o interpersonalnoj komunikaciji razmišljalo se o komunikaciji licem u lice, no danas se interakcije među ljudima više ostvaruju pomoću računala i mobitela. Dolaskom tehnologije promijenilo se okruženje u kojem živimo, a interpersonalna komunikacija je također zahvaćena tim promjenama. Korištenjem novih medija utječe se na kvalitetu i obilježja odnosa među ljudima. Time se povećava broj ljudi s kojima dolazimo u kontakata i gradimo odnose, ali oni postaju površni (Žižak, Vidović, Ajduković, 2012).

Interpersonalna komunikacija se odvija unutar odnosa, oni su njena bit. Osobe koje komuniciraju interpersonalno imaju neku vrstu odnosa. Interpersonalna komunikacija uključuje sva komunikacijska ponašanja, verbalna i neverbalna te tako formira i održava odnose, bili oni povremeni ili dugotrajni. Autori navode tri stavke zbog kojih je interpersonalna komunikacija važna za svakog pojedinca, a to su: prodornost, korist od odnosa i dobrobit zdravlja (Tomić, Jugo, 2021).

## 4. MEDIJSKO DJETINJSTVO

Po definiciji, pojam „djetinjstvo“ se odnosi na razdoblje u životu pojedinca od trenutka rođenja do pubertetske dobi. U psihologiji, a na temelju rezultata raznih društvenih eksperimenata, djetinjstvo se smatra ključnim razdobljem u oblikovanju osobnosti, karaktera, sklonosti i životnih navika koje osoba može zadržati do kraja života, ovisno o slučaju.

Djetinjstvo se smatra fazom razvoja, razdobljem nezrelosti, ranjivosti i pasivnosti. Pritom je dijete viđeno naturalno: kao nevino, neuko, ovisno i u potrebi za zaštitom i disciplinom (Hendrick, 1992). „Ideološko viđenje“ djecu opisuje izrazima kao što su „budućnost društva“, „buduća generacija“ i „dragocjeni resursi“ te tim lišava djecu njihove biti kao ljudskih bića smatrajući ih bićima u nastajanju, budućim ljudima.

Buckingham (2009) naglašava kako se pojavom novih globalnih medija stvaraju i nove ideje djetinjstva. Pojavom novih medija kao što je Internet dolazi do rasprava o djeci kao prirodno kreativnima, a o Internetu kao mediju koji budi i potiče kreativnost. Internet se u relaciji s djecom smatra oblikom oslobođenja djece koji omogućava bijeg od kontrole odraslih i mogućnost stvaranja vlastitih vršnjačkih kultura.

Rane stimulacije, didaktičke igre, razgovor s djecom, predstavljanje životnih vrijednosti djeci su ključni čimbenici koji utječu na oblikovanje njegove svijesti. Za to su zaduženi prije svega roditelji, zatim bliske odrasle osobe (članovi obitelji), odgojitelji i stručne osobe, ukoliko je dijete od potrebe za njima. Upravo zbog te dječje nemogućnosti da sami oblikuju svoju svijest, mnogo se vremena posvećuje borbi i uredbama dječjih prava, i kontroliranjem djetinjstva i načina odgoja. UNICEF je jedna od najpoznatijih organizacija koja je svoj rad usmjerila na različite probleme povezane s djecom, najviše svojom Konvencijom o pravima djeteta iz 1989. godine. Tom Konvencijom se trude stvoriti svijet u kojem će svako dijete imati priliku rasti, učiti, razvijati svoje sposobnosti i talente, odrastati u obitelji, biti sigurno i zaštićeno. 20. studenoga 1989. godine Generalna skupština Ujedinjenih naroda usvojila je Konvenciju o pravima djeteta, međunarodni dokument kojim se priznaju prava djece u cijelome svijetu. Konvenciju je potpisalo 196 država, čime je postala najbrže i najšire prihvaćen sporazum na području ljudskih prava u povijesti. Prije prihvaćanja Konvencije o pravima djeteta, nije postojalo široko prihvaćanje temeljne veze između dobrobiti djece i snage društava u kojima žive. Zato je Konvencija tako važna prekretnica. Konvencija je prvi dokument u kojemu se djetetu pristupa kao subjektu s pravima, a ne samo kao osobi koja treba posebnu

zaštitu. Konvencija o pravima djeteta je pravni akt koji ima snagu zakona i obvezuje stranke na pridržavanje njezinih odredaba te uključuje pravo nadziranja primjene u državama koje su ju prihvatile i ratificirale.

U nekim zemljama postoje i zakoni koji su mnogo konkretniji od UNICEF-ove Konvencije o pravima djeteta koji također navode koja su druga prava svojstvena djeci. Konvencije, zakoni i odredbe su jako moćni alati u procesu ostvarivanja prava djeteta, ali oni mogu samo djelomično pomoći djetetu i osigurati mu željene životne uvjete. Posao koji u tom pogledu rade djetetovi roditelji, kao i uže obiteljsko okruženje, ujaci, bake i djedovi ipak ima mnogo veći utjecaj.

Suvremeni mediji utječu na radne navike, kreativnost, socijalizaciju i komunikaciju. Pri razmatranju utjecaja medija na djecu važno je uzeti u obzir razvojne osobine djeteta (dob djeteta i razvojna faza u kojoj se nalazi), obilježje medijskih sadržaja kojem je dijete izloženo i djetetovo društveno i obiteljsko okruženje. Djeca različite dobi na različit način doživljavaju i interpretiraju svijet oko sebe pa tako i sadržaje koje gledaju putem medija. Djetinjstvo je razdoblje najintenzivnije socijalizacije. Najvažniji socijalizacijski čimbenici su obitelj, vršnjaci, škola i društvena zajednica čiji su dio i masovni mediji. Roditelji imaju jednu od najvažnijih uloga u procesu odgoja i socijalizacije svoje djece. Tehnološki napredak i razvoj medija doveo je do toga da smo svakodnevno okruženi s nekoliko ekrana preko kojih koristimo medijske sadržaje, informiramo se i komuniciramo (Ciboci, Kanižaj i Labaš, 2021).

#### **4.1. Uloga odraslih u medijskom djetinjstvu**

Kao što je već prethodno spomenuto u radu, najranije djetinjstvo je razdoblje života u kojem nastaje novo biće, biće koje nije oblikovano, nije pod nikakvim utjecajem i koje je u potpunosti ovisno o svojoj okolini. Prvenstveno se to odnosi na roditelje kao prvi kontakt koje dijete ostvari, a potom na širu obitelj i okolinu. Kada bi se govorilo o ulozi odraslih u medijskom djetinjstvu, prvo se može govoriti o utjecaju roditelja.

Neki se roditelji brinu da neće moći držati korak s brzim razvojem tehnologije, i doživljaju djecu vičnijom od sebe u svijetu medija. Ipak, roditelji imaju životnu mudrost i znanje kako sigurno hodati ovim svijetom, koje je u velikoj mjeri primjenjivo i na internetski svijet i odnose u njemu. Djeca i mladi moraju sami naučiti kontrolirati sadržaje koje susreću na internetu. Uloga je roditelja, a potom i odgojitelja, pomoći im u tome i poučiti ih kako se

lakše nositi s neugodnim iskustvima koja ih na tom putu snađu te kako mogu bolje prepoznati opasnosti. Promatranjem dječje igre roditelji mogu dobiti puno informacija o unutarnjem svijetu svojeg djeteta, o tome na koji način doživljava i razumije iskustva, kako je razumjelo određene događaje. Djeca kroz igru proživljavaju i preslaguju doživljena iskustva, pa tako neke uznemirujuće događaje ili teže razumljive situacije mogu proigravati u ponavljajućoj igri. Također, ponavljanje crteža s istim sadržajima i prizorom može biti djetetov način izražavanja i pokušaj ovladavanja sadržajem koji je bio pretjerano intenzivan za njega (npr. prizor nasilja u filmu, čudovište iz crtića kojeg se preplašilo, smrt nekog lika...) (Ćosić Predrag, 2019).

Od roditelja polazi i način na koji će djeca doživljavati medije. Ako ih roditelji djeci predstave kao sredstvo, a ne potrebu, uz to dijete na dnevnoj bazi zabavljaju i drugim sadržajima, takav će doživljaj važnosti i dijete razviti. Dijete čiji je dan ispunjen igrom na igralištu, interaktivnim i didaktičkim igrama, edukacijom „licem u lice“, druženjem s vršnjacima, učenjem o odgovornosti i izvršavanju dnevnih zadataka sukladnih godinama, te uz to nadodanim medijskim sadržajem (dijelom, ne većinom), u velikom broju svih aktivnosti koje je tijekom dana doživjelo, dijete neće medijskom aspektu dati toliko na važnosti kao dijete koje je pola dana provelo pred ekranom mobitela, tableta ili računala. A to je nešto na što roditelji direktno utječu.

Prema Chou i Fenu (2014) nema sumnje da informacijske tehnologije utječu na obiteljske odnose, no način na koji su implementirane i sam roditeljski stil će usmjeriti hoće li taj utjecaj biti pozitivan ili negativan. Djeca uče putem modela te ako roditelj koristi medije nekontrolirano, vrlo je vjerojatno da će dijete slijediti taj primjer. Roditelji trebaju voditi djecu svojim primjerom, koristiti informatičku tehnologiju regulirano i objašnjavati djeci pozitivne i negativne aspekte istih. Roditelji koji s djecom gledaju televiziju, koji im objašnjavaju i paze na sadržaj koji djeca gledaju te koji upozoravaju i upućuju na štetne, odnosno pozitivne sadržaje, štite svoju djecu od negativnih utjecaja televizije.

Važno je da roditelji s djecom pogledaju njihovu omiljenu emisiju ili odigraju omiljenu igricu kako bi spoznali sadržaj te potom kroz razgovor upućivali na pozitivne, odnosno negativne aspekte sadržaja. One obitelji koje su djeci omogućavale pristup informatičkim tehnologijama s prikladnom kontrolom imaju bolje okruženje i atmosferu unutar obitelji. Ozdasli i Gol (2013) smatraju kako je jedna od većih pogrešaka ostaviti djecu pred televizijom ili igricama kako bi upotpunjavali njihovo slobodno vrijeme. Stvar koja se ne bi trebala zaboraviti je da televizija pasivizira djecu i udaljava ih od stvarnih interakcija jer čak i oni

programi koji imaju obrazovnu i edukativnu svrhu nakon nekog vremena pretvaraju djecu u pasivne primatelje medijskih sadržaja.

Nadalje, uloga odgojitelja vezana uz medije treba biti usmjerena na educiranje o prepoznavanju kvalitetnog medijskog sadržaja, o procjeni kvalitetnih videoigara te educirati o možebitnim pozitivnim, odnosno negativnim utjecajima televizije, interneta i računala. Također, odgojitelji bi trebali osvještavati i educirati roditelje o medijima. U dječjem vrtiću postoji više načina na koji se može obavljati ova djelatnost, poput informiranja o medijima putem kutića za roditelje, organiziranjem komunikacijskih i tematskih roditeljskih sastanaka te upućivanjem na stručne izvore koji se osvrću na utjecaj medija i medijski odgoj. No, da bi navedeno bilo moguće, vrlo je važna potpora sustava vezana uz stručna usavršavanja odgojitelja na ovom polju. Odgojitelji kao i roditelji moraju preuzeti odgovornost, jačati svoje kompetencije na području medijske i računalne pismenosti jer je to nužan preduvjet medijskog opismenjavanja djece (Sindik i Veselinović, 2012).

Učitelji, odgojitelji i roditelji, kao najvažnije osobe u dječjoj okolini, moraju biti spremni na cjeloživotno učenje. Ono bi, između ostalog, trebalo podrazumijevati usvajanje digitalnih kompetencija kao vrlo važnog odgojnog faktora u globalnom svijetu. Potrebno je naglasiti važnost stvaranja koherentnog sustava koji bi mogao dovesti do oblikovanja ključnih kompetencija u predškolskim ustanovama kako bi se osigurao uspješan početak školovanja i cjeloživotno učenje. Mandarić (2012) smatra da je zadaća odraslih osvijestiti djecu i mlade o odgovornosti, razboritosti, umjerenosti i mudrosti u korištenju medija kako bi im u odrastanju oni bili prijatelji i saveznici. Dakle, ne zabrana medija, nego odgoj za zrelo i odgovorno korištenje medija, i to od najranije dobi.

#### **4.2. Istraživanja o djeci i medijima u Hrvatskoj i svijetu**

Djeca kao najosjetljiviji segment društva predmet su propitivanja široke javnosti i stručnjaka, a osobito kada govorimo o utjecaju masovnih medija na njih. Pojavom medija prepoznat je njihov veliki socijalizacijski potencijal. Prva istraživanja o djeci i medijima su bila većinom o negativnim utjecajima, dok novija istraživanja su o pozitivnim utjecajima na djecu. Američko istraživanje naziva „Dijete i medij“ iz 1999. godine isto polazi od tvrdnje da je medij važan socijalizacijski čimbenik. Njihov utjecaj na djecu ovisi o više faktora, a to su izbor medija, količina vremena provedenih ispred njih te odabir sadržaja. Zadnjih tridesetak godina

u Hrvatskoj mnogo je istraživanja na temu utjecaja medija na sva područja dječjeg razvoja. Smatra se da bi ih trebalo biti više o utjecaju na djecu predškolskog uzrasta te bi glavni ispitanici trebali biti roditelji djece (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001).

Istraživanje o utjecaju medija na djecu iz 2013. godine u kojem su ispitanici bili roditelji predškolske djece grada Zagreba dovelo je do određenih rezultata. Većina djece televiziju krene gledati prije prve godine, gleda je više od sat vremena dnevno, većina ih se koristi medijima svakodnevno te ih 79 % smatra da bi se trebao uvesti medijski odgoj od najranije dobi (Kanižaj, 2021).

### **4.3. Utjecaj online platformi na razvoj komunikacije (*YouTube*)**

Današnja sredstva komunikacije se uvelike razlikuju od sredstava u prošlosti, a čak i laički promatrano, može se primijetiti brzi razvoj tih promjena, koji s vremenom postaje sve brži i sve veći. U dalekoj prošlosti, jedino sredstvo komunikacije je bilo usmena predaja. Ljudi su tako čekali tjednima da bi prenijeli informaciju drugoj osobi, a tadašnji način života je to podržavao i dopuštao. Prelaskom na pismo te stavke su se društvu olakšale. Uslijedio je razvoj radio i telefonske industrije, koji je bio preteča razvoja digitalne industrije.

Ako se samo pogleda razvoj komunikacije od trenutka pojavljivanja digitalizacije, mogu se uočiti velike promjene. Društvene mreže, razni forumi, blogovi, aplikacije su dovele do toga da je društvo stalno komunikacijski aktivno, dostupni smo 0-24h, ako ne na jednoj platformi, onda na drugoj, što je velikim dijelom utjecalo na živote prvenstveno odraslih, kojima se jako teško tome oduprijeti, a pogotovo djece.

Internet se smatra medijem u kojem svatko, nakon minimalnih ulaganja u tehničku opremu, može biti proizvođačem i potrošačem teksta, slike i zvuka. Internet je postao globalna platforma za brojne izvođače, glumce, producente, modele i to zahvaljujući slobodi izraza koja je dostupna svima (Mučalo i Šop, 2008).

Trenutačni trend prema korištenju tehnologija za učenje usmjeren je na aplikacije povezane s webom 2.0, koje potiču malu djecu na društvenu interakciju, kao i na poznavanje riječi i kratkih rečenica na engleskom kao stranom jeziku. Mnoštvo i jednostavan pristup alatima i kanalima za video produkciju i dijeljenje, kao što je *YouTube Kids Channel*, pojavljuje se kao primjer takvih aplikacija.



Imaniah, Dewi i Zakky (2020) su kao dio Sveučilišta u Indoneziji proveli istraživanje pod nazivom – *YouTube Kids* kanali u razvoju komunikacijskih vještina mlade djece na engleskom jeziku: Uvjerenja, stavovi i ponašanja roditelja.

Studija ima za cilj saznati učinak *YouTube Kids* kanala u izgradnji komunikacijskih vještina engleskog jezika kod djece, točnije mogućnost da djeca nauče engleski jezik putem spomenute platforme. Koristeći kvalitativne i kvantitativne metode, istraživači su koristili jednokratni dizajn ankete kao instrument koji su dali sudionicima. Na temelju upitnika o uvjerenjima, stavovima i ponašanju roditelja prema *YouTube Kids* kanalu, poznato je da odabrani kanal može unaprijediti komunikacijske vještine male djece, posebice u obogaćivanju njihovog vokabulara engleskog jezika. Vjeruje se da je *YouTube* učinkovit medij koji može poboljšati komunikacijske vještine djece predškolskog uzrasta unatoč kontroli roditelja. Značajnu ulogu u tome imaju audio-vizualni aspekti *YouTube* kanala. Tijekom predškolskih godina djeca stječu jezične i komunikacijske vještine potrebne za izražavanje svojih potreba, misli i osjećaja u društvenim interakcijama te uče prikladno reagirati na druge. Učinkovitom komunikacijom, oni također uče biti društveno kompetentne osobe, graditi poštovanje, pozitivne interakcije i odnose s drugima.

Rane studije o odnosu između uvođenja engleskog putem digitalne platforme pokazuju značajnu ulogu kod djece. Rezultirajuća animacija i glazba sadržana u digitalnom pripovijedanju čine djecu zainteresiranima za uživanje u priči. Nadalje, pjesmama i glazbom koje mogu stimulirati motoriku potrebno je raditi kako bi se povećala jezična inteligencija, posebno u usmenim aspektima, kod djece i kako bi djeca više uživala u procesu učenja — za djecu, primjena *YouTube-a* u učenju engleskog govornog jezika uspješno je značajna u poboljšanju govorne sposobnosti (Palupi, Hafidah i Karsono, 2019).

Sve veća konzumacija ovih *YouTube Kids* kanala također je izazvala zabrinutost dječjih psihologa o kvaliteti sadržaja koji djeca gledaju na takvim kanalima. Djeca mlađa od dvije godine ovisna su o animiranim sadržajima i roditelji im daju vrijeme ispred ekrana za zabavu. Mnogi članovi raznih instituta su se izjasnili da su zabrinuti zbog izvješća o zlonamjernom sadržaju na *YouTube-u* usmjerenom na djecu od dvije godine. Primarni značaj proučavanja medijskih kanala za djecu temeljenih na *YouTube-u* je razumijevanje prednosti i nedostataka koji izravno ili neizravno utječu na dojenčad te mentalni i fizički razvoj djece. Stoga roditelji trebaju odgovarajuće smjernice za korištenje takvih medija kako bi zadovoljili potrebe svoje

djece za zabavom ili društvenim učenjem. Medijski, animirani i glazbeni sadržaji za djecu imaju dubok učinak na dječju psihologiju i navike učenja (Bila, 2018).

Postoji mnogo *YouTube Kids* kanala, naime *Cocomelon Nursery Rhymes* ima 76,7 milijuna pretplatnika, s 513 videa, prema analizi *socialblade.com*. Drugi kanal imena *Chu Chu TV* od 352 video objave ima 32,8 milijuna pretplatnika. Ove brojke pokazuju sklonost djece novim medijskim tehnologijama. *YouTube Kids* kanali igraju ključnu ulogu u okupljanju male djece s milijunima pretplatnika na platformi za kontrolirano učenje i zabavu koju su za djecu napravila algoritamska djeca i pružaju im više od 80.000 obrazovnih aplikacija na *iTunesu*, što ga čini industrijom vrijednom više milijuna dolara (Yelland, 2015; Burroughs, 2017). Derradji (2016) sa Sveučilišta Biskra o važnosti *YouTube* videozapisa u poboljšanju rječnika učenika engleskog kao stranog jezika (EFL) zaključio je da su studenti vrlo zainteresirani za razvoj svog vokabulara korištenjem službenih *YouTube* videozapisa jer su motivirani, a njihovo sudjelovanje u učionici je povećao. *YouTube Kids Channels* nudi program posebno prilagođen onome što djeca žele vidjeti. Dječji videozapisi najgledaniji su sadržaj u povijesti *YouTube*-a. Rezultati pretraživanja za najbolje *YouTube Kids* kanale za *Kids Rhymes Top 4* kanala imaju više od 10 milijuna pretplatnika prema *Socialblade.com*.

Zaključno s navedenim istraživanjem, tijekom predškolskih godina djeca stječu jezične i komunikacijske vještine potrebne za izražavanje svojih potreba, misli i osjećaja u društvenim interakcijama te uče prikladno reagirati na druge. Putem učinkovite komunikacije, oni također uče biti društveno kompetentne osobe, gradeći pune poštovanja, pozitivne interakcije i odnose s drugima. To omogućuje djeci da uče o sebi, drugima i svijetu. Ovo istraživanje nadopunjuje neke od prethodnih studija provedenih u proučavanju učinkovitosti medija za učenje koji sadrže slike, zvukove i glazbu. Ove studije nikada nisu vidjele *YouTube Kids* medijske kanale koji mogu osmisliti rane komunikacijske vještine za malu djecu. Kao rezultat toga, najveći postotak (40%) djece koja pristupaju *YouTube Kids* kanalu star je 3-4 godine, što znači da ga dosta gledaju djeca predškolske dobi. 90% roditelja uvijek prati svoju djecu u pristupu *YouTubeu*, 44% djece pristupa 30 minuta; 90 % roditelja vidi značajan utjecaj na engleski vokabular njihove djece. Najveći postotak pristupa (26%) dogodio se u *Cocomelon Nursery Rhymes*, a sadržaj ovog kanala koristi engleski jezik. Postoji 86% roditelja koji vjeruju da *YouTube Kids* kanal štedi negativne utjecaje. Ova pretpostavka proizlazi iz razloga što svi roditelji ne znaju da je razina sigurnosti *YouTube* dječjeg kanala namijenjena djeci.

*YouTube Kids* kanali mogu biti jedan od elektroničkih medija za podršku roditeljima u razvoju komunikacijskih vještina djece. *YouTube Kids* nudi mnoge kanale koje mogu odabrati roditelji. Nadahnjujuće slike i pjesme koje se lako slušaju nude različiti računici na *YouTube Kids* kanalima privlače djecu. Ovakvi audio-vizualni aspekti omogućuju djeci da dugo prežive gledajući *YouTube Kids Channels*. Međutim, roditelji trebaju odabrati odgovarajući kanal za svoju djecu na temelju njihove dobi, i kontrolirati *YouTube Kids* kanale koji oduzimaju vrijeme. Ako je sve učinjeno, prema rezultatima istraživanja, *YouTube Kids* kanali mogu poboljšati komunikacijske vještine male djece, posebno u obogaćivanju njihovog vokabulara na engleskom jeziku.

## 5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U svrhu izrade diplomskog rada konstruiran je upitnik kojim se željelo utvrditi utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta. Ispitanici su bili roditelji djece predškolskog uzrasta. Anketni upitnik se provodio u veljači 2023. godine te je u njoj sudjelovalo 77 ispitanika. Sastojao od 13 pitanja te je bio anoniman. Anketa je mješovitog tipa, dakle pored ponuđenih odgovora, roditelji su mogli dati i svoje mišljenje u određenim pitanjima. Rezultati su kvalitativno obrađeni na razini postotka i na temelju njih se ne može generalizirati, ali pokazuju smjer na temelju kojeg bi trebalo provoditi daljnja istraživanja na ovu temu.

### 5.1. Cilj istraživanja

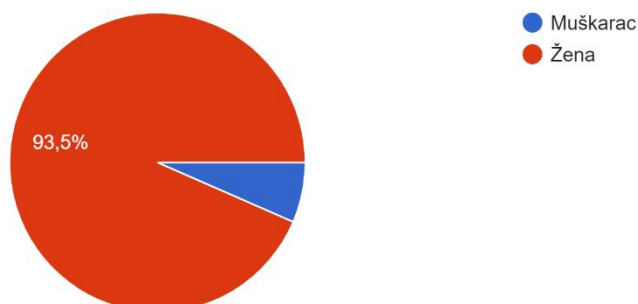
Cilj ovog istraživanja je odgovoriti na pitanja kojim medijima se koriste djeca predškolskog uzrasta, koliko vremena provedu koristeći te medije i u koje svrhe, koliko televizija, internet, slikovnice i ostali mediji utječu na razvoj komunikacije djece. Postavljena su pitanja u kojima se roditelje pita za vlastito mišljenje o utjecaju medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta.

### 5.2. Rezultati istraživanja

Rezultati pokazuju da je u istraživanju sudjelovalo 77 ispitanika, od čega 93,5% žena i 6,5 % muškaraca (Grafikon 1).

1. Vaš spol?

77 odgovora

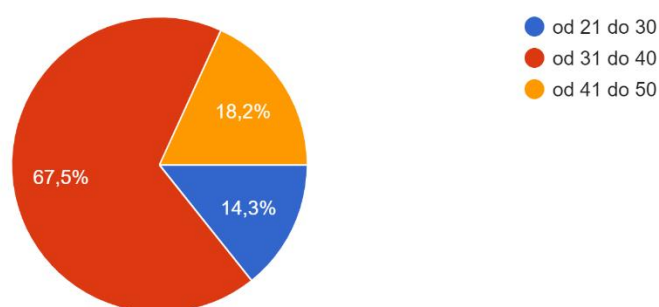


## Grafikon 1. Spol ispitanika

Drugo pitanje odnosilo se na dob ispitanika, a rezultati su pokazali da je u istraživanju najviše ispitanika, njih 67,5%, u dobi od 31 do 40 godine, 18,2% u dobi od 41 do 50 godine te 14,3% u dobi od 21 do 30 godine (Grafikon 2).

### 2. Vaša dob?

77 odgovora



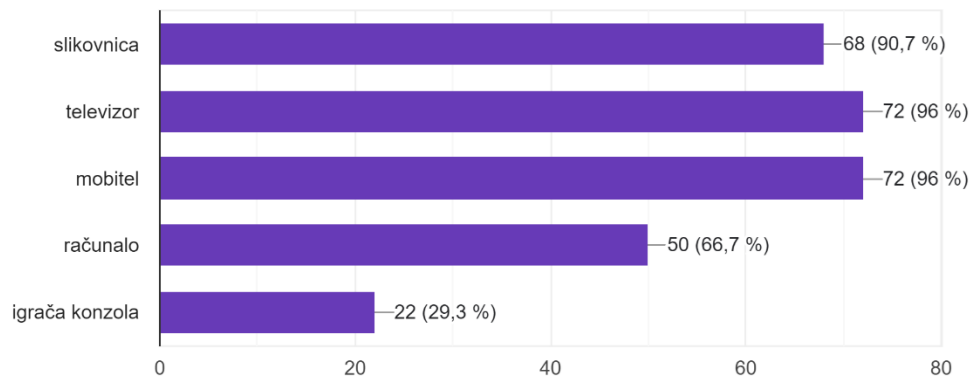
## Grafikon 2. Dob ispitanika

U trećem pitanju roditelji su trebali napisati dob djece. Iz rezultata je dobiveno da većina djece ima od 3 do 6 godina te ostatak djece je mlađe (1 i 2 godine) ili starije (7 i više godina).

U četvrtom pitanju od ispitanika se tražilo da istaknu koje od navedenih medija posjeduju u svom domu. Pri tome su dobili mogućnost kliknuti na više odgovora (slikovnica, televizor, mobitel, računalo, igraća konzola). Rezultati istraživanja pokazuju da 96% kućanstava posjeduje televizor i mobitel. Odmah iza njih 90,7% roditelja navodi slikovnicu što je pozitivno. Petrović-Soćo (1997) navodi da je slikovnica jedno od sredstava koje snažno utječe na razvoj govora te pomaže pri ostvarivanju komunikacije između djece i odraslih. Martinović i Stričević (2011) ukazuju na važnost ranog čitanja slikovnica sa slikama djeci zbog njezina poticanja komunikacije. Na računalo i igraću konzolu otpada najmanji broj odgovora ispitanika (Grafikon 3).

#### 4. Koje medije posjedujete u svom domu?

75 odgovora

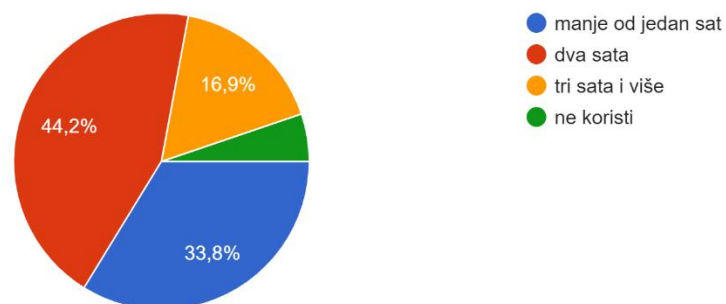


Grafikon 3. Mediji koje posjeduju u svom domu

Ovim istraživanjem bilo je važno saznati i koliko vremena djeca predškolskog uzrasta provode koristeći medije. Ispitanici su imali četiri ponuđene opcije: manje od jedan sat, dva sata, tri sata i više i ne koristi. Rezultati pokazuju da djeca ispitanika, njih 44,2% provode dva sata dnevno koristeći medije, 33,8% manje od jedan sat, 16,9% tri sata. Najmanji postotak opada na odgovore da dijete ne koristi medije (Grafikon 4).

#### 5. Količina vremena koju Vaše dijete provodi koristeći medije?

77 odgovora

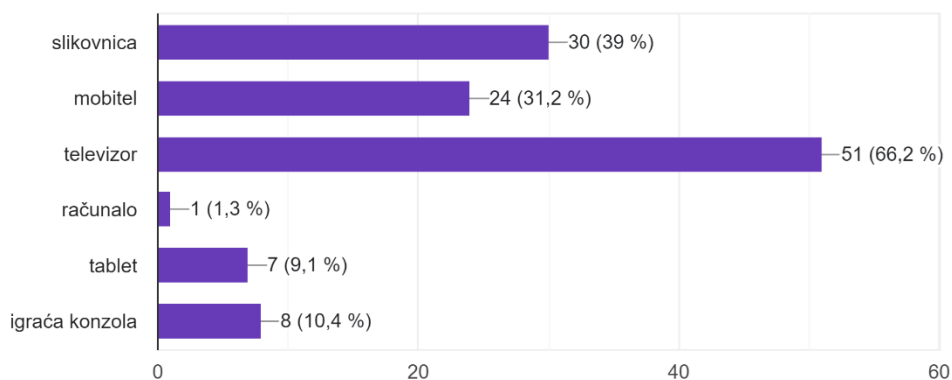


Grafikon 4. Količina vremena koju djeca provode koristeći medije

U sljedećem pitanju se tražio odgovor na pitanje koji je najčešće korišten medij od strane djece. Od ponuđenih odgovora najviši postotak zauzeo je odgovor televizor (66,2%), što se slaže s rezultatima dosadašnjih istraživanja. Iza njega dolazi slikovnica (39%), mobitel (31,2%), igraća konzola (10,4%), tablet (9,1%) i računalo (1,3%) (Grafikon 5).

#### 6. Uz koji medij Vaše dijete najčešće provodi vrijeme?

77 odgovora

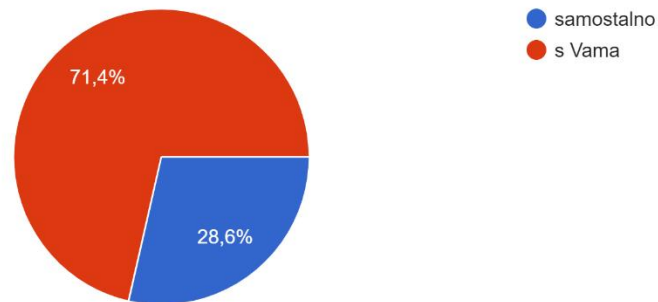


Grafikon 5. Najčešće korišten medij

Rezultati su pokazali da 71,4% djece čita slikovnicu u društvu roditelja, dok 28,6% čita samostalno (Grafikon 6).

7. Kako Vaše dijete čita slikovnicu?

77 odgovora

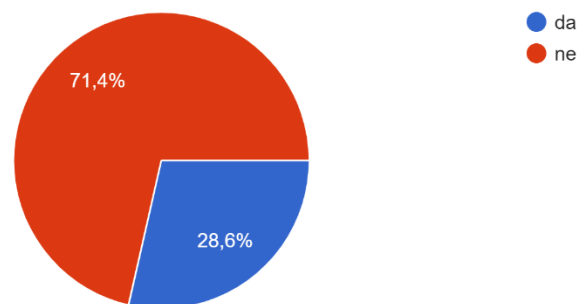


Grafikon 6. Kako dijete čita slikovnicu?

Na pitanje o nadzoru djece tijekom korištenja medija 71,4% roditelja odgovorilo je su prisutni dok djeca koriste medije, a 28,6% je odgovorilo suprotno (Grafikon 7).

8. Koristi li Vaše dijete digitalne medije bez Vašeg nadzora?

77 odgovora



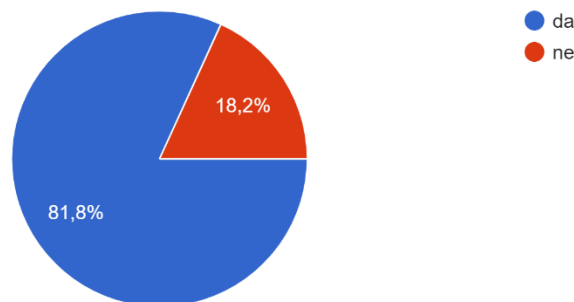
Grafikon 7. Korištenje medija bez nadzora odraslih

Rezultati istraživanja pokazali su da čak 81,8% roditelja razgovara o sadržaju medija kojima se njihovo dijete koristi (Grafikon 8.)



9. Razgovarate li o sadržaju medija kojim se Vaše dijete koristi?

77 odgovora



Grafikon 8. Razgovor o sadržaju medija koje dijete koristi

Ispitanici koji su željeli mogli su odgovoriti u kolikoj se mjeri slažu s tvrdnjom. Imali su mogućnost odabira (u potpunosti se slažem, slažem se, niti se slažem, niti se ne slažem, ne slažem se, u potpunosti se ne slažem).

Prva tvrdnja je glasila „Što je dijete mlađe ono se teže može zaštititi od različitih utjecaja“ te je podjednak broj roditelja, njih 30,6% odgovorilo da se u potpunosti slaže i da se u potpunosti ne slaže s njom. 20,4% roditelja slaže se s tvrdnjom, dok je 18,4% odgovorilo niti se slažem, niti se ne slažem.

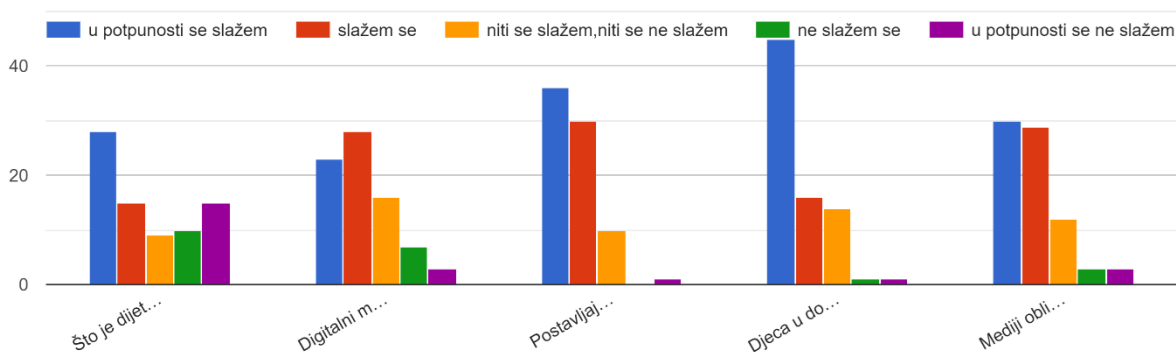
Većina ispitanika, njih 51,9% u potpunosti se slaže s tvrdnjom „Digitalni mediji su pridonijeli češćoj komunikaciji, ali riječ je vrlo površnoj komunikaciji“. 29,6% njih se slaže, 12,9% niti se slaže, niti se ne slaže, a 5,6% u potpunosti ne slaže s tvrdnjom.

„Postavljajući pitanja djetetu za vrijeme i nakon gledanja nekog sadržaja ili čitanja slikovnice potičemo njegovo kritičko mišljenje“ je teza s kojom se u potpunosti ne slaže samo jedan ispitanik (2,4%). Njih 73,2% u potpunosti se slaže, a njih 24,4% se slaže s tvrdnjom.

Ispitanici su sličnog razmišljanja i za tvrdnju „Djeca u dobi do druge godine ne bi trebala gledati ekrane.“ 50% se u potpunosti slaže, 43,8% se slaže te 3,1% niti se slaže, niti se isti postotak ispitanika u potpunosti ne slaže s tvrdnjom.

Većina ih se slaže u potpunosti (61,7%) s tim da „Mediji oblikuju dječje razmišljanje, ponašanje i način komunikacije od najranije dobi“, 25,5% se slaže, dok se 6,4% niti slaže niti ne slaže i u potpunosti se ne slaže s tvrdnjom (Grafikon 9).

10. Navedite u kolikoj mjeri se slažete s tvrdnjama.



Grafikon 9. U kojoj mjeri se ispitanici slažu s tvrdnjama

Zadnja dva pitanja su otvorenog tipa te su roditelji mogli iznijeti svoje stavove o pozitivnim i negativnim utjecajima medija na djecu predškolskog uzrasta.

Na pitanje „Napišite pozitivne utjecaje medija na razvoj komunikacije djece predškolskog uzrasta?“, nekolicina roditelja spomenula je slikovnicu kao najprikladniji medij za djecu predškolskog uzrasta.

Neki od odgovora roditelja su:

„Smatram da je slikovnica najprikladniji medij za djecu predškolskog uzrasta koji potiče komunikaciju i govor. Dok digitalni mediji djeci mlađoj od dvije godine mogu biti korisni ako se prikladno koriste.“

„Zajedničko čitanje slikovnice doprinosi bogaćenju leksika djeteta, a isto tako i gledanje primjerenih emisija na televiziji uz primjereno vrijeme izloženosti ekranu i uz odaslog(dječje pjesme, crtani filmovi, dokumentarni sadržaji primjereni dobi i sl.).“

„Učenje stranog jezika, učenje brojeva... Pjesmica, pa čak bih rekla i razvoj govora kod curice od godinu i pol. Počela je pjevajući.“

„Korisni sadržaji za učenje, brzi dolazak do informacija, igre koje potiču razvoj inovativnosti, spretnost u baratanju tehnologijom bez koje se ne može u budućnost, razvoj i učenje stranog jezika.“

„Ne vidim nikakav pozitivan utjecaj.“

„Naše dijete ne jede samostalno i nama mediji pomažu isključivo dok se jede i to nam je pozitivno, koliko god smo svjesni da previše vremena provodi uz njih i da to nije najbolji način. Također, dijete je naučilo dosta engleskog, jer gleda crtiće isključivo na engleskom.“

12. pitanje glasilu je „Napišite negativne utjecaje medija na razvoj komunikacije u djece predškolskog uzrasta?“ te su roditelji napisali dosta sličnih odgovora, a ona su:

„ Neprimjereni sadržaji medija za djetetov uzrast: neprimjereni vokabular, strani jezik ako dijete još nije dobro usvojilo materinski jezik.“

„Televizija, računalo, mobiteli – isključuju djecu iz realnog svijeta, zatupljuju, nisu dobri za vid, nakon korištenja ekrana djeca su razdražljiva.“

„Asocijalnost djece, hiperaktivnost.“

„Manje slobodnog vremena na raspolaganju za interakciju i komunikaciju s drugom djecom.“

„Malo se kreću, mogu vidjeti sadržaje koji nisu primjereni.“

„Djeca postaju agresivna ako su predugo pred ekranima, postaju ovisni. Djeca upijaju medije, a mediji uglavnom manipuliraju s odraslima, a gdje neće s djecom od najranije dobi.“

„Djeca su otuđenija na brojne načine, pa tako i komunikacijski pod utjecajem medija.“

### 5.3. Rasprava

Prema rezultatima istraživanja televizija i mobitel su najčešći medij koji se koriste u većini kućanstava. Pozitivno je što se odmah iza njih sa 90,7 % nalazi slikovnica koja je prva knjiga djeteta.

Većina roditelja kontrolira količinu vremena i sadržaje medija koje njihova djeca koriste. Isto tako većina roditelja čita slikovnicu zajedno s djecom. Najviše roditelja se slaže s tvrdnjom u kojoj se naglašava važnost komunikacije s djecom od najranije dobi, kao i važnost razgovora tijekom i nakon gledanja ili čitanja. Čitanje slikovnice djeci omogućuje da se izraze, te dijete može u bilo kojem trenutku prekinuti tu aktivnost i postaviti pitanje.

Mišljenje roditelja o pozitivnim i negativnim utjecajima je različito. Neki roditelji ne vide ništa pozitivno u korištenju elektroničkih medija, smatraju da štete cjelokupnom razvoju djece. Drugi smatraju da korištenjem elektroničkih medija dijete smanjuje komunikaciju s vršnjacima. Kada spominju pozitivne aspekte medija prvenstveno spominju slikovnicu kao najprikladniji medij koji potiče komunikaciju. Još jedan odgovor koji je napisalo dosta roditelja je taj da mediji pomažu zbog usvajanja stranog jezika.

## 6. ZAKLJUČAK

U sklopu diplomskog rada napravljeno je istraživanje na temu „Utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta“. Mediji su, kao sredstvo svakodnevnice upotrebe, postali neizostavan dio dječjeg života. Oni mogu imati i pozitivan i negativan utjecaj na djecu predškolskog uzrasta. Rezultate koje smo dobili upitnikom provedenom na uzorku ispitanika - 77 roditelja djece predškolskog uzrasta, pokazuju da većina njih komunicira s djecom o sadržaju medija koje koriste.

Djeca predškolskog uzrasta najviše vremena provode u obitelji i vrtiću, te su ta dva sustava temelj za medijsko opismenjavanje djeteta. Roditelji su u anketi naveli i pozitivne i negativne utjecaje medija na djecu. Većina njih navodi slikovnicu kao najprimjereniji medij za djecu tog uzrasta. I u ovom istraživanju došli smo do zaključka da je televizor najčešće korišten medij od strane djece.

Kao što smo već istaknuli u radu mediji utječu na komunikaciju djece, i pozitivno, i negativno. Zabrinjavajuća je činjenica da sve više djece predškolskog uzrasta prije nauče strani jezik od materinskog. Vrijeme koje djeca provedu koristeći medije može potisnuti ono koje je rezervirano za komunikaciju s roditeljima i vršnjacima.

Rezultati potvrđuju pretpostavku da su mediji dio svakodnevnice djece predškolskog uzrasta, da ih većina provede dva sata dnevno uz medije, te većina roditelja razgovara i raspravlja s djecom o gledanim medijskim sadržajima.

Poticanjem medijske pismenosti od najranije dobi učimo djecu kvalitetnom snalaženju s mnoštvom informacija koje dolaze tijekom korištenja medija. Stoga bi se roditelji i odgojitelji trebali pružiti pravilan primjer korištenja medija kako bi djeca mogla kritički vrednovati medijski sadržaj.

## 7. LITERATURA

1. Batarelo Kokić, I. (2015). Nove razine interaktivnosti dječjih slikovnica. *Školski vjesnik: časopis za pedagoški teorijsku i praksu*, 64(3), 377-398.
2. Bila, J. (2018). YouTube's Dark Side Could Be Affecting Your Child's Mental Health.
3. Bratanić, M. (1993). Mikropedagogija. Interakcijsko-komunikacijski aspekt odgoja. Priručnik za studente i nastavnike. Zagreb: Školska knjiga.
4. Buckingham, D. (2005). Constructing the "media competent" child: Media literacy and regulatory policy in the UK. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 11, 1-14.
5. Car, V. (2010). Televizija u novomedijskom okruženju. *Medijske studije*, 1 (1-2), 91-103.
6. Chaudron, S., Beutel, M. E., Donoso Navarrete, V., Dreier, M., Fletcher-Watson, B., Heikkilä, A. S., ... & Wölfling, K. (2015). *Young children (0-8) and digital technology: A qualitative exploratory study across seven countries*. JRC; ISPRA, Italy.
7. Chou, M. J., & Fen, C. F. (2014). Parent-child play within information technology: A quest for quality family atmosphere. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 273-282.
8. Ciboci, L. (2015). Od medijskog opismenjavanja do odgovornog roditeljstva, 46-55. U: Marković, N (ur.), *Komunikacija odgaja — odgoj komunicira. Emocionalna i medijska pismenost*. Zagreb: Pragma
9. Ćosić Predrag, I. (2019). Kako roditelji mogu podržati djecu u svijetu medija <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/03/Priprema-za-roditeljske-sastanke-u-djec%CC%8Cjim-vrtic%CC%81ima.pdf> (16.04.2023.)
10. Derradji, H. (2016). *The Importance of YouTube Videos in Enhancing EFL Learners' Vocabulary A Case Study of Second Year Students of English at Biskra University* (Doctoral dissertation).
11. Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4(01), 270-283.
12. Forma, P., & Matyjas, B. (2015). Digitalization of upbringing and education in relation to shifted socialisation of Polish students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 176, 985-991.

13. Hendrick, H. (1992). Children and childhood. *ReFresh: Recent findings of research in economic and social history*, 15(Autumn), 1-4.
14. Imaniah, I., Dewi, N. F. K., & Zakky, A. (2020). YOUTUBE KIDS CHANNELS IN DEVELOPING YOUNG CHILDREN'S COMMUNICATION SKILLS IN ENGLISH: PARENTS' BELIEFS, ATTITUDES, AND BEHAVIORS. *IJLECR (International Journal of Language Education and Cultural Review)*, 6(1), 20-30.
15. Ilišin, V., Marinović Bobinac A., Radin F. (2001) Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, ministarstva i mladeži.
16. Ivasović, Labaš, Lovrečić i Raknić (2021). <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Svijet-videoigara.pdf> (18.04.2023.)
17. Jurčić, D. (2017). TEORIJSKE POSTAVKE O MEDIJIMA – DEFINICIJE, FUNKCIJE I UTJECAJ. *Mostariensia*, 21 (1), 127-136.
18. Ljubešić, M. i Capanec, M. (2012). Rana komunikacija: u čemu je tajna?. *Logopedija*, 3 (1), 35-45.
19. Ljubić Nežić, K. (2019). Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju. *Communication Management Review*, 04 (01), 284-301.
20. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131-149.
21. Martinović, I., & Stričević, I. (2011). Slikovnica: prvi strukturirani čitateljski materijal namijenjen djetetu. *Libellarium: časopis za istraživanja u području informacijskih i srodnih znanosti*, 4(1), 39-63.
22. McKenna, M. C., Hopkins, I. B., Lindauer, S. L., & Bamford, P. (2006). Aspartate aminotransferase in synaptic and nonsynaptic mitochondria: differential effect of compounds that influence transient hetero-enzyme complex (metabolon) formation. *Neurochemistry international*, 48(6-7), 629-636.
23. Miliša, Z. i Nikolić, G. (2013). Subliminalne poruke i tehnike u medijima. *Nova prisutnost*, XI (2), 293-312.
24. Mučalo, M. i Šop, S. (2008). NOVA PUBLIKA NOVIH MEDIJA. *Informatologia*, 41 (1), 51-55.
25. Özdaşlı, E., & Göl, M. (2013). Media and television in child education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 1815-1820.
26. Palupi, W., Hafidah, R., & Karsono, K. (2019). Song and Movement As Media of Early

- Childhood Language Development. *Early Childhood Education and Development Journal*, 1(1), 12-19.
27. Pašica, A. i Turza-Bogdan, T. (2020). O medijima i govorno-jezičnome razvoju djece s roditeljskog motrišta. *Hrvatski*, 18 (1-2), 73-92.
  28. Peruško, Z. Uvod u medije, Nakladnik Jesenski i Turk, Hrvatsko socijološko društvo, Zagreb, 2011.
  29. Petrović-Sočo, B. (1997). Dijete, odgajatelj i slikovnica: akcijsko istraživanje. Zagreb: Alinea.
  30. Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba (2017). Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/> (16.04.2023.)
  31. Sigman, A. (2010). Daljinski upravljani: kako televizija šteti našim životima–i što po tom pitanju možemo učiniti. *Velika Mlaka: Ostvarenje doo*.
  32. Sindik, J., & Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 16(2), 107-133.
  33. Subrahmanyam, K., Kraut, R. E., Greenfield, P. M., & Gross, E. F. (2000). The impact of home computer use on children's activities and development. *The future of children*, 123-144.
  34. Tomljenović, R., Ileš, M., & Banda, G. (Eds.). (2018). Djeca i mediji: knjižica za roditelje i skrbnike djece. Zagreb: UNICEF. [https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-medijknjizica\\_medijska\\_pismenost.pdf](https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/Djeca-i-medijknjizica_medijska_pismenost.pdf) (16.04.2023.)
  35. Žižak, A., Vizek Vidović, V., & Ajduković, M. (2012). *Interpersonalna komunikacija u profesionalnom kontekstu*. Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet.



## 7. PRILOZI

### Utjecaj medija na komunikaciju djece predškolskog uzrasta

Poštovani roditelji,  
molim Vas da sudjelujete u anketi i time pridonese istraživanju koje mi je potrebno za izradu diplomskog rada.  
Anketi pristupate anonimno te Vas molim da na sva pitanja odgovarate iskreno.

Unaprijed hvala!

Ana Grbeša

#### 1. Vaš spol?

Muškarac

Žena

#### 2. Vaša dob?

od 21 do 30

od 31 do 40

od 41 do 50

#### 3. Navedite dob svog djeteta/djece?

Vaš odgovor

#### 4. Koje medije posjedujete u svom domu?

slikovnica

televizor

mobitel

računalo

igrača konzola

Obavezno

#### 5. Količina vremena koju Vaše dijete provodi koristeći medije?

manje od jedan sat

dva sata

tri sata i više

ne koristi

#### 6. Uz koji medij Vaše dijete najčešće provodi vrijeme?

slikovnica

mobitel

televizor

računalo

tablet

igrača konzola

Obavezno

#### 7. Kako Vaše dijete čita slikovnicu?

samostalno

s Vama

8. Koristi li Vaše dijete digitalne medije bez Vašeg nadzora?

da

ne

9. Razgovarate li o sadržaju medija kojim se Vaše dijete koristi?

da

ne

10. Navedite u kolikoj mjeri se slažete s tvrdnjama.

slažem se

niti se slažem, niti se ne slažem

ne slažem se

u potpunosti se ne slažem

Što je dijete mlađe ono se teže može zaštititi od različitih utjecaja.

Digitalni mediji su pridonijeli češćoj komunikaciji, ali riječ je vrlo površnoj komunikaciji.

Postavljajući pitanja djetetu za vrijeme i nakon gledanja nekog sadržaja ili čitanja slikovnice potičemo njegovo kritičko mišljenje.

Djeca u dobi do druge godine ne bi trebala gledati ekrane.

Mediji oblikuju dječje razmišljanje, ponašanje i način komunikacije od najranije dobi.

slažem se

niti se slažem, niti se ne slažem

ne slažem se

u potpunosti se ne slažem

Što je dijete mlađe ono se teže može zaštititi od različitih utjecaja.

Digitalni mediji su pridonijeli češćoj komunikaciji, ali riječ je vrlo površnoj komunikaciji.

Postavljajući pitanja djetetu za vrijeme i nakon gledanja nekog sadržaja ili čitanja slikovnice potičemo njegovo kritičko mišljenje.

Djeca u dobi do druge godine ne bi trebala gledati ekrane.

Mediji oblikuju dječje razmišljanje, ponašanje i način komunikacije od najranije dobi.

12. Napišite pozitivne utjecaje medija na razvoj komunikacije u djece predškolskog uzrasta? \*

Vaš odgovor

13. Napišite negativne utjecaje medija na razvoj komunikacije u djece predškolskog uzrasta? \*

Vaš odgovor

## 8. SAŽETAK

Neosporan je utjecaj medija na cjelokupan razvoj djece predškolskog uzrasta, te se postavlja pitanje je li taj utjecaj pozitivan ili negativan. Prema dosadašnjim istraživanjima 90,2% roditelja djece predškolskog uzrasta svakodnevno koristi medije, dok 98,8% roditelja tvrdi da njihova djeca koriste neku vrstu medija (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014). Sve je veći broj istraživanja koja ukazuju na važnost komunikacije s djecom prilikom korištenja bilo kojeg medija. S djecom je potrebno razgovarati o medijskom sadržaju zbog toga što samo 10-15% djece razgovara s roditeljima o tome što su gledala, slušala ili pročitala (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999; prema Tolić, 2013). Rezultati ankete provedene za potrebe ovoga rada pokazali su koliko vremena djeca provode koristeći medije, koje medije djeca najčešće koriste te stavove roditelja o pozitivnim i negativnim utjecajima medija na djecu.

Ključne riječi: dijete predškolskog uzrasta, mediji, komunikacija, roditelji

## 9. SUMMARY

The influence of the media on the overall development of preschool children is indisputable, and the question arises whether this influence is positive or negative. According to previous research, 90.2% of parents of preschool children use media every day, while 98.8% of parents claim that their children use some kind of media (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2014). There is an increasing number of studies that indicate the importance of communication with children when using any media. It is necessary to talk to children about media content because only 10-15% of children talk to their parents about what they watch, listen to or read (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999; according to Tolić, 2003). The results of the survey conducted for the purposes of this work showed how much time children spend using media, which media children use most often, and parents opinions about the positive and negative effects of media on children.

Key words: preschool children, media, communication, parents

Izjava o pohrani završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada (podertajte odgovarajuće) u Digitalni repozitorij Filozofskog fakulteta u Splitu

Student/ica: ANA GRBEŠA  
Naslov rada: UTJECAJ MEDIJA NA KOMUNIKACIJU DJECE PREDŠKOLSKOG UZRASTA  
Znanstveno područje: DRUŠTVENE ZNANOSTI  
Znanstveno polje: PEDAŠOGIJA  
Vrsta rada: DIPLOMSKI

Mentor/ica rada:

prof. dr. sc. Sanja Kovačević

(ime i prezime, akad. stupanj i zvanje)

Komentor/ica rada:

\_\_\_\_\_

(ime i prezime, akad. stupanj i zvanje)

Članovi povjerenstva (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):

dr. sc. Marija Brajčić

mr. sc. Joško Barbir

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanog završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada (zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uredenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude:

a) rad u otvorenom pristupu

b) široj javnosti, ali nakon proteka 6 / 12 / 24 mjeseci (zaokružite odgovarajući broj mjeseci).

(zaokružite odgovarajuće)

Split, 05. srpnja 2023. god.

Potpis studenta/studentice: Ana Grbeša

Obrazac A.Č.

SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

kojom ja ANA GRBEŠA, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce PANI I PREDŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili račnoj ustanovi.

Split, 05.07.2023.

Potpis

Ana Grbeša

