

Korištenje medija kod djece predškolske dobi i njihovih roditelja

Renić, Matea

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:851818>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-07**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Matea Renić

**KORIŠTENJE MEDIJA KOD DJECE
PREDŠKOLSKE DOBI I NJIHOVIH RODITELJA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2018.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

KORIŠTENJE MEDIJA KOD DJECE
PREDŠKOLSKE DOBI I NJIHOVIH RODITELJA

DIPLOMSKI RAD

Mentor: dr. sc. Igor Kanižaj

Studentica: Matea Renić

Zagreb
rujan, 2018.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad Korištenje medija kod djece predškolske dobi i njihovih roditelja, koji sam predala na ocjenu mentoru dr. sc. Igoru Kanižaju, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Matea Renić

Sadržaj

Tablica ilustracija.....	iii
1. UVOD	1
2. MEDIJI I DJECA.....	3
2.1. Medijska pismenost.....	4
2.2. Mediji i odgoj djece	7
2.2.1. Medijska pedagogija.....	9
2.2.2. Zaštita prava djece u medijima.....	12
2.3. Uloga medija u slobodnom vremenu djece	14
3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	17
3.1. Cilj istraživanja	17
3.2. Istraživačka pitanja i hipoteze	17
3.3. Metode istraživanja i uzorak.....	17
4. ANALIZA REZULTATA.....	19
4.1. Analiza rezultata metode fokus grupa.....	19
4.2. Analiza rezultata ankete	23
5. RASPRAVA	30
6. ZAKLJUČAK.....	37
7. POPIS LITERATURE.....	40
8. PRILOZI	43
8.1. Prilog 1. Natuknice za fokus grupu.....	43
8.2. Prilog 2. Anketa za roditelje.....	44
SAŽETAK.....	51
SUMMARY.....	52

Tablica ilustracija

Tablica 1. Razlike između pojmova medijska pismenost i medijski odgoj	6
Tablica 2. Pedagogija u užem i u širem smislu	10
Grafikon 1. S koliko je godina Vaše dijete počelo gledati televiziju? (n=10)	24
Grafikon 2. Koliko vikendom Vaše dijete gleda televiziju? (n=10)	24
Grafikon 3. Može li Vaše dijete vikendom više koristiti internet i gledati televiziju? (n=10).	25
Grafikon 4. Oponaša li Vaš dijete omiljenog junaka? (n=10).....	26
Grafikon 5. S koliko godina je dijete prvi put koristilo pametni telefon/tablet na bilo koji način? (n=10).....	26
Grafikon 6. S koliko godina se Vaše dijete naučilo samostalno služiti pametnim telefonom/tabletom (n=10).....	27
Grafikon 7. Ima li Vaše dijete vlastiti pametni telefon/tablet? (n=10).....	27
Grafikon 8. Jeste li postavili ograničenja na pametni telefon/tablet s kojim se dijete koristi? (n=10).....	28
Grafikon 9. Kada krene u školu, hoće li Vaše dijete ići s vlastitim mobitelom i SIM karticom? (n=10).....	28

1. UVOD

Današnje informacijsko društvo s jedne strane ima značajne doprinose u znanju i obrazovanju, ali s druge strane donosi određene probleme u odgojno-obrazovnom razvoju. Medijska pismenost postala je vrlo važna za sva razdoblja života djece. Djeca su, kao najosjetljivija skupina društva, pod pozitivnim utjecajem medija, ali i onim negativnim koji može biti štetan za njihov razvoj. Stoga veliku važnost ima medijski odgoj.

Predmet istraživanja ovog rada je prikazati ulogu medija u životu djece predškolske dobi. Cilj je bio ustanoviti kako djeca provode svoje slobodno vrijeme i koja je uloga roditelja u medijskom odgoju. Istraživanjem je ispitano mišljenje i stav predškolske djece i njihovih roditelja o suživotu s medijima. Posebno je ispitano kako roditelji gledaju na masovne medije – smatraju li ih korisnima, opasnima, dobrima za učenje i zabavu i kako i da li djeci daju ograničenja vezana uz korištenje medija. Prikazano je koja je uloga medija u slobodnom vremenu djece predškolske dobi kao i kako djeca reagiraju kad ne mogu konzumirati masovne medije u onoj mjeri u kojoj oni to žele.

Istraživanje Lane Ciboci, Igora Kanižaja i Danijela Labaša o medijskom odgoju iz perspektive roditelja iz 2013. godine poslužilo je kao motivacija za ovaj rad. Cilj istraživanja autora bio je „dobiti uvid u mišljenje roditelja o medijskom obrazovanju, ali i istražiti navike djece i roditelja u pogledu potrošnje medijskog sadržaja“ (Ciboci, Kanižaj i Labaš, 2014: 57).

Na našem području provedena su brojna istraživanja na temu uloge medija u životu djece. Ilišin, Marinović Bobinac i Radin (2001: 32) proveli su 2000. godine istraživanje na uzorku tisuću učenika u deset osnovnih škola od 5. do 8. razreda. Ono pokazuje da se u dokolici djece prožimaju sadržaji masovne kulture jer djeca najveći dio svog slobodnog vremena provode pred televizijom. Rezultati ovog istraživanja koje je provedeno prije osamnaest godina i tadašnja „komunikacija djece i roditeljima o medijskim sadržajima“ nije bila zadovoljavajuća (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001: 153). Autori su naglašavali važnost i nužnost medijskog odgoja u školama. Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014: 63) su u svom istraživanju na uzorku od 837 roditelja predškolske djece na području Grada Zagreba, 2013. godine došli do sličnih zaključaka. Konzumacija medija od strane roditelja i djece predškolske dobi je ogromna, ali i dalje ne postoje obrazovnim programi za medijski odgoj. Većina djece predškolske dobi provodi sat do dva dnevno gledajući televiziju (Ciboci, Kanižaj i Labaš, 2014: 59). I u drugim

državama provedena su istraživanja o korištenju medija kod djece predškolske dobi. Tako u Njemačkoj djeca u prosjeku provedu pola sata dnevno pred televizijom (Poulain i suradnici, 2018: 4), dok je u Turskoj (Dinleyici i suradnici, 2016) i San Diegu Adamiak (2015: 7) taj prosjek iznosi sat vremena.

Strukturno, rad se sastoji od četiri cjeline. Prvi dio rada je teorijski i dijeli se na četiri potpoglavlja. Prvo potpoglavlje definira masovne medije. Medijska pismenost analizirana je u drugom potpoglavlju i objašnjava da je medijski pismena osoba ona koja je kvalitetno informirana o informacijama iz medija i koja shvaća njihov utjecaj. Treće potpoglavlje objašnjava pojam medijske pedagogije i prikazuje primjeren sadržaj medija. Posljednje potpoglavlje teorijskog dijela posvećeno je ulozi medija u slobodnom vremenu djece. Drugi dio rada objašnjava metodologiju koja je korištena u radu te cilj istraživanja, hipoteze i metode istraživanja. Istraživanje je provedeno metodom fokus grupe kojom su ispitana djeca predškolske dobi i anketom za roditelje. Analiza dobivenih rezultata prikazana je u trećem dijelu rada gdje se posebno obrađuju rezultati metode fokus grupa, a posebno rezultati ankete za roditelje. U posljednjoj cjelini raspravlja se o dobivenim rezultatima istraživanja.

2. MEDIJI I DJECA

Informacijsko društvo danas doprinosi znanju i obrazovanju, ali s druge strane donosi i probleme u odgojno-obrazovnom razvoju. Mediji nude sve manje obrazovnog i informativnog, a sve više zabavnog sadržaja (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 13). Medijska pismenost u današnje vrijeme ima veliku ulogu u društvu i komunikologiji. Na djecu, kao najosjetljiviju skupinu društva, mediji utječu pozitivno, ali i donose i brojne negativne sadržaje koji mogu biti štetni za njihov razvoj (Blažević, 2012: 480). Stoga veliku važnost ima medijski odgoj – od roditelja do odgajatelja, učitelja i profesora.

Svijet u kojem živimo nemoguće je zamisliti bez masovnih medija koji su svakodnevica roditelja i njihove djece. Od prvog tiska do pojave interneta masovni mediji se nezaustavljivo šire (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001: 7). Peruško (2011: 15) u svom radu masovne medije definira kao „institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne formacije“. Zgrabljčić Rotar (2005: 16) masovne medije definira kao „društvene institucije koje nepristrano, trenutačno i javno posreduju informacije velikom, heterogenom i raznovrsnom općinstvu“. Masovni mediji se promatraju kao sredstva proizvodnje i distribucije medijskih sadržaja te kao sredstva razmjene među ljudima (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001: 16).

Masovni mediji imaju šest funkcija: informacijsku (stvaranje i skupljanje obavijesti), selekcijsku (objašnjenje informacija koje su primljene), eksplikacijsku (korištenje sadržaja informacija), pedagošku (prenošenje znanja), zabavnu (korištenje medija za opuštanje i razonodu) i estetsku (stvaranje posebnih medijskih estetskih oblika) (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 14).

Masovni mediji se također koriste kao sredstvo prenošenja popularne kulture. Omogućuju korištenje svih oblika popularne kulture. Televizijske serije i filmovi se emitiraju više puta, novine i časopisi se mogu uvijek iznova čitati, glazbeni spotovi se emitiraju nekoliko puta na dan. Djecu i mlade najviše zanimaju mediji koji plasiraju zabavni program što može negativno utjecati na njihov svakodnevni život (Labaš, Marinčić, 2018: 4).

Djeca i mladi danas sve lakše upravljaju novim tehnologijama. Internet je omogućio sve veću prisutnost mladih u kreiranju novih medija (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 15). Razvoj je interneta doveo do slobodnog kretanja unutar mrežnog prostora, nudeći tako dvostruku poziciju – smanjenu kontrolu, te povećanu mogućnost aktivnosti u vidu interakcije. On je po strukturi drugačiji od klasičnih masovnih medija poput televizije, radija i novina, no predstavlja se kao medij koji nudi neograničene pristupe koji djecu stavlja u poziciju aktivnih sudionika u *cyber* prostoru. Prema podacima Hrvatskog zavoda za statistiku (2017) pojedinci u Republici Hrvatskoj u 2017. godini najviše su koristili internet za čitanje novina i časopisa (91%), prikupljanje informacija o proizvodima i uslugama (88%), informiranje o zdravlju (79%), elektroničku poštu (72%) i za sudjelovanje na društvenim mrežama (70%). U svijetu je u 2016. godini *Facebook* je bio najviše korištena aplikacija na pametnim telefonima. Tako je *Facebook* svakog mjeseca imao više od 146 milijuna korisnika, što je 14% više nego prošle 2015. godine, ističu iz Nielsena (2016). *Facebook Messenger* je na drugom mjestu s više od 129 milijuna korisnika svaki, nakon čega slijedi *YouTube* s više od 113 milijuna korisnika. Među prvih 10 aplikacija za pametne telefone su i *Google aplikacije*, *Instagram*, *Apple glazba* i *Amazon app*. Prema istraživanju statističkog portala Statista (2017) u rujnu 2017. godine *Facebook* je bio prva društvena mreža koja nadmašuje dvije milijarde aktivnih registriranih računa, točnije društvena mreža koja ima 2.061 milijardi aktivnih korisnika. Slijede *Youtube* s 1.500 milijardi, *Facebook Messenger* i *Whatsapp* s po 1.300 milijardi aktivnih korisnika. Poznata aplikacija za dijeljenje fotografija *Instagram* je na sedmom mjestu s preko 700 milijuna aktivnih korisnika. Iz Statiste (2017) procjenjuju da oko dvije milijarde korisnika interneta koristi društvene mreže, a očekuje se da će te brojke i dalje rasti kako tehnologija napreduje. Uz takvu sveprisutnost medija u svakom segmentu života neminovno je da masovni mediji utječu na djecu i mlade. Mediji tako sve više utječu na oblikovanje stilova ponašanja i vrijednosti djece i mladih te imaju snažnu odgojnu moć (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 15).

2.1. Medijska pismenost

Medijska pismenost je definirana na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Zgrabljić Rotar, 2005: 10). Medijska pismenost prema Miliša, Tolić, Vertovšek (2009: 169) sadržava funkcionalnu pismenost (razumijevanje onog što je napisano), računalnu pismenost (korištenje informacijskih tehnologija) i vizualnu pismenost (razumijevanje vizualnih detalja). Prema tome, „medijska pismenost je najniža razina svladavanja osnovnih vještina kod prepoznavanja

vizualnih simbola i rada na računalima te drugim medijskim sredstvima. Sveukupnost odnosa medijske pismenosti i medijskog obrazovanja nalazi se u pojmu medijske kompetencije“ (Tolić, 2009: 99).

Od Deklaracije o medijskom odgoju iz 1982. godine do danas, koncept medijske pismenosti se mijenjao, ali se temelji na osnovnoj ideji, odnosno komunikacijskim pravima koja potječu iz osnovnih ljudskih prava. Medijska pismenost je zapravo multimedijalna jer uvjetuje razvoj etičkih, kognitivnih, filozofskih i estetskih znanja i vještina, kojima bi korisnici medija imali veći nadzor nad medijima, bolje znanje i kritičko mišljenje (Zgrabljić Rotar, 2005: 10). Osoba koja je dobro informirana o temama u medijima, koja je upoznata s utjecajem medija na vrijednosti života te koja razjašnjava poruke iz medija jest medijski obrazovana osoba (Tolić, 2009: 100). Medijsko obrazovanje u tome smislu znači imati znanja o različitim vrstama medija i poznavati kritičko mišljenje prema medijima i temama koje oni donose. Tolić (2009: 100) ističe da je „medijska pismenost je tek dio medijskog odgoja i medijskog obrazovanja“.

Osnovna načela medijske pismenosti prema Zgrabljić Rotar (2005: 12-14) su:

1. *Mediji nisu ni štetni ni korisni*, ali mogu biti oboje. Medijski sadržaj može imati pozitivne učinke na korisnike (znanje, zabava, iskustvo), ali i one negativne (nasilje, pornografija).
2. *Nije dovoljno u procese učenja uključiti samo najnovije medije*. Dio medijske pismenosti su informatizacija i kompjutorizacija. Medijska pismenost služi za lakše razumijevanje o svim medijima i njihovim simboličkim jezicima.
3. *Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi pravilno odgojili djecu*. Roditelji bi trebali osvijestiti svoje medijske navike jer mediji imaju važnu ulogu u životu njih i njihove djece. Vrlo je važno razgovarati s djecom i upoznati ih s posljedicama medijskog sadržaja.
4. *Medijska pismenost potiče produktivnu razinu*. Djeci je potrebno omogućiti rad s medijima kako bi bolje shvatili mogućnosti i potencijalne opasnosti medija.
5. *Države su dužne u svojim obrazovnim politikama poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece*. Godine 1989. donesena je Konvencija UN-a o pravima djeteta koja zahtijeva da se u medijskim i obrazovni politikama posveti pozornost komunikacijskim pravima djece. Država treba imati kvalitetnu obrazovnu politiku koja će dovesti do boljeg medijskog opismenjavanja.

Miliša, Tolić, Vertovšek (2009: 168) navode da je važno razlikovati pojmove medijske pismenosti i medijskog odgoja. „Medijski odgoj omogućuje medijsku pismenost i ovladavanje

medijskim kompetencijama (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 168). Razlike između ova dva pojma autori navode u Tablici 1.

Tablica 1. Razlike između pojmova medijska pismenost i medijski odgoj

Medijska pismenost	Medijski odgoj
<p>Medijska pismenost je normativnog značenja što označava pravo na izbor korištenje i procjene sadržaja.</p> <p>Ciljevi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - usvajanje medijske pismenosti: interpretacija medija - bitne značajke su znati koristiti medije, medijsku kritiku i medijske proizvode - sposobnost korištenja sadržaja pri učenju - usvajanje komunikacijskih vještina - razumijevanje napisanog - razumijevanje vizualnih detalja 	<p>Medijski odgoj je odgoj za procjenu vrijednosti.</p> <p>Ciljevi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - usvajanje medijskih kompetencija - prepoznavanje medijskog sadržaja i funkcija medija - usvajanje komunikacijskih i socijalnih kompetencija - samostalno djelovanje učenika - interaktivno djelovanje i upotreba medijskih sredstava - prepoznavanje koliko je pojedini medij bitan za društvo - multifunkcionalno znanje

Miliša, Zlatko, Tolić, Mirela, Vertovšek, Nenad (2009) *Mediji i mladi*. Zagreb: Sveučilišna knjižara, str. 169.

Medijski odgoj ima za cilj prepoznati medijsko djelovanje: manipulacijsko djelovanje, odgojno djelovanje, analizu i procjenu medijskih proizvoda, razlikovati stvarno od nestvarnog i prepoznati funkciju medijskog sadržaja (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 79). Medijski odgoj podrazumijeva mišljenje i djelovanje na kritički način. Cilj medijskog odgoja je:

1. usvajanje medijskih kompetencija većeg broja nastavnih predmeta,
2. prepoznavanje medijskog djelovanja.
3. manipulacijsko i/ili odgojno djelovanje,
4. analiza i procjena medijskih proizvoda,
5. razlikovanje stvarnog od nestvarnog sadržaja medija,
6. prepoznavanje funkcije medijskog sadržaja,
7. usvajanja komunikacijskih kompetencija
8. interaktivno djelovanje i interaktivna upotreba medijskih sredstava,
9. autonomno i samokritično djelovanje učenika ili studenta,
10. prepoznavanje i procjena koliko i na koji način je pojedini medij bitan za društvo (znanja),

11. razvoj socijalnih kompetencija, osobno samoostvarenje i razvoj tijekom cijelog života putem medija,
12. multifunkcionalno znanje i interdisciplinarnost (Tolić, 2009: 101).

Medijska manipulacija je „osmišljeni postupak temeljem kojeg manipulatori u različitim medijima odašilju simboličke pouke, a koji utječu na svijest i ponašanje“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 80). Najčešći znakovi koji upućuju na medijsku manipulaciju su: površnost sadržaja je lakša od dubine sadržaja, neobičan i bizaran sadržaj je privlačniji od onog uobičajenog i normalnog, oglašavanje i reklame šalji poruku o potrošnji kao primarnoj ljudskoj potrebi, kraće informacije je lakše prenijeti od dužih (Miliša, Ćurko, 2010: 65).

U medijima se najčešće manipulira reklamama, *reality-show* emisijama, oglasima i slično. Prema tome su mediji najeksplicitniji nositelji simboličkih poruka. Zbog toga medijski odgoj mora razviti medijsku kulturu. Mediji sve češće manipuliraju informacijama stoga je potrebna medijska pedagogija i oblik učenja u odgojno-obrazovnim ustanovama koji će naučiti mlade kritičkom mišljenju. Kritičko mišljenje je zbog sve većeg utjecaja medija na mlade postalo nužno u sustavima odgoja i obrazovanja. Miliša i Ćurko (2010: 70) u svom radu daje definiciju kritičkog mišljenja:

„Misliti kritički ne znači misliti negativno s namjerom da se pronadu pogreške i mane. To je nepristran i objektivan proces koji evaluira tvrdnje i mišljenja, tuđa ili vlastita. Kritičko mišljenje nema namjeru 'učiti' ljude misliti na isti način. Kritičko mišljenje nema određene vrijednosti ili načela, što se može vidjeti kod dvoje ljudi koji su podjednaki stručnjaci u kritičkom mišljenju, a imaju različite vrijednosti i načela. Uvijek će bit i razlike u percepciji i emocionalnim potrebama što nas sprečava da svi mislimo isto. Kritičko mišljenje ne bavi se pojedinim osobama... Kritičko mišljenje slijepo ne podupire sve što se temelji na znanosti. Na primjer, naša kultura puna je lažnih znanstvenih tvrdnji koje pokušavaju propagirati sve, od žitarica za doručak do tableta za povećanje grudi. Jednako tako važno je razumjeti da argumenti koji se temelje na kritičkom mišljenju nisu nužno najuvjerljiviji“ (Miliša i Ćurko, 2010: 70).

2.2. Mediji i odgoj djece

Od najranije dobi, djeca odrastaju u okruženju uključenog televizora, upaljenog radija, kompjutera i pametnog telefona te se upravo tako navikavaju na medije i sve ranije se žele naučiti služiti njima. U Republici Hrvatskoj je u 2017. godini 74% kućanstava imalo osobno računalo, a 76% pristup internetu. Od ukupno 5.493 anketiranih kućanstava, njih 24% nema

internetski priključak, a najčešći razlog za to je nepostojanje potrebe za korištenje interneta (DZS, 2017). U kućanstvima je u odnosu na 2016. godinu poraslo korištenje mobilnog pristupa internetu s 50% na 57%, a razlog je veća dostupnost mobilnih uređaja poput pametnih telefona i tableta. Prema dobnoj strukturi prednjači najmlađa populacija pa tako 93% populacije u dobi od 16 do 24 godine koristi računalo, a njih 98% internet (DZS, 2017).

Blažević (2012: 480) ističe da cjelokupno društvo ne ulaže dovoljno u odgojno-obrazovne razine po pitanju medija. Razvoj medijskog obrazovanja u Republici Hrvatskoj se od stjecanja nezavisnosti 1991. godine je gotovo nikakav. Djeca i mladi u postojećem obrazovnom sustavu imaju ograničen pristup medijima te praćenju i stvaranju medijskog sadržaja (Kanižaj i Car, 2015: 23). Medijska pismenost bila je više-manje prisutna unutar nastavnog predmeta Hrvatski jezik (Kanižaj i Car, 2015: 20).

Odgojno-obrazovne razine u Republici Hrvatskoj su predškolski odgoj i obrazovanje, osnovnoškolsko opće obvezno obrazovanje i srednjoškolsko obrazovanje (NOK, 2011: 34). Predškolski odgoj i obrazovanje nije obavezan za svu djecu i dijeli se na tri odgojno-obrazovna ciklusa:

1. od šest mjeseci do navršene prve godine djetetova života,
2. od navršene prve do navršene treće godine djetetova života,
3. od navršene treće godine djetetova života do polaska u osnovnu školu (NOK, 2011: 34).

Opći odgoj i obrazovanje odnose se na osnovnoškolsku razinu i srednjoškolsku razinu ovisno u vrsti srednje škole. Odgojno-obrazovni ciklusi su odgojno-obrazovna razdoblja učenika koja čine jednu cjelinu, a obuhvaćaju nekoliko godina školovanja tijekom određene odgojno-obrazovne razine te se temelje na razvojnim fazama učenika. Prema tome postoje četiri odgojno-obrazovna ciklusa za stjecanje temeljnih kompetencija:

1. prvi ciklus čine I.-IV. razred osnovne škole,
2. drugi ciklus čine V. i VI. razred osnovne škole,
3. treći ciklus čine VII. i VIII. razred osnovne škole,
4. četvrti ciklus čine I. i II. razred srednjih strukovnih i umjetničkih škola, dok u gimnazijama obuhvaća sva četiri razreda (NOK, 2011: 35).

2.2.1. Medijska pedagogija

Medijska pedagogija je zasebna znanstvena disciplina nastala kao reakcija na nagli razvitak medija u prošlom stoljeću i kao razvoj odgojne znanosti. Njena glavna uloga je „bavljenje medijima kako bi se u pojedincu razvile odgovarajuće kompetencije i kako bi se spriječila manipulacija“ (Tolić, 2009: 97). Njena glavna uloga je u dešifriranju poruka koje šalju mediji, ističu Miliša, Tolić, Vertovšek (2009: 14).

Razvoj medijske pedagogije Schrob je analizirao kroz šest faza (prema Tolić, 2008: 3):

1. Medijska pedagogija prve polovice 20. stoljeća, kada dolazi do razvoja filmske industrije i tiskanih medija,
2. Indoktrinirana medijska pedagogija u razdoblju socijalizma,
3. Normativna medijska pedagogija koja je označila početak medijske pedagogije kao zasebne znanstvene discipline. Ova je faza jedna od bitnih točaka u povijesti razvoja medijske pedagogije jer u njoj dolazi do uočavanja dvostruke uloge medija: odgoj ili komunikacija,
4. Kritičko-receptivna i emancipatorsko-medijska pedagogija – u ovoj fazi dolazi „razvijanja kritičkog stava u sprječavanju manipulativne forme od strane medija“,
5. Obrazovno-tehnološka i funkcionalna medijska pedagogija – u ovoj fazi dolazi do uvođenja novih medija u odgojno-obrazovni sustav i počinje razvoj ostalih poddisciplina medijske pedagogije:
medijske didaktike, obrazovne tehnologija i medijske pismenosti,
6. Refleksivno-praktična medijska pedagogija je posljednja faza u kojoj se pozornost daje akcijskoj metodi u stjecanju medijske kompetencije.

Mediji se mogu analizirati kroz tri razine: strukturalnu, simboličku i kroz sadržaj komunikacije. Postoji šest funkcija medija: organizacija razmjene komunikacije, socijalna organizacija društva, kulturalna reprodukcija, transfer komunikacije, razumljivost informacija i demokratizacija obrazovanja (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 115). Sve navedene analize moraju se istraživati u medijskog pedagogiji koja se, prema Tolić (2009: 98), promatra u užem i širem smislu (Tablica 2).

Tablica 2. Pedagogija u užem i u širem smislu

Medijska pedagogija u užem smislu	Medijska pedagogija u širem smislu
<ul style="list-style-type: none"> - primarni pristup - koncentracija na pedagoške odnose u interkulturalnim i nastavničkim dimenzijama - fokus na djecu i mlade - individualizacija pojedinca - pedagogija kao „dadilja“ kroz život - transfer informacija 	<ul style="list-style-type: none"> - teorijsko-znanstveni pristup - masovna komunikacija - interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup - antropološki sociokulturni koncepti - globalne i interkulture perspektive

Izvor: Tolić, Mirela (2009) Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, 22 (2): 98

Len Masterman je 1985. godine predložio četiri osnovna pedagoška pristupa odgoju za medije (Erjavec, 2005: 87):

1. *Nehijerarhijsko podučavanje* očituje se u tome da učenici trebaju znanja i vještine koje ima ne mogu dati samo učitelji, već sami traže izvor informacija. Ono je poželjno jer nudi bolji spektar znanja i izvora.
2. *Dijalog* je bitna odrednica medijskog odgoja koja se očituje u interakciji između odgajatelja i djece.
3. *Refleksija* kao vrijeme za razmišljanje nakon primljenih informacija od medija.
4. *Medijska aktivnost*, odnosno aktivno korištenje masovnih medija u cilju zadovoljenja specifičnih potreba (informiranje, zabava, društveni odnosi i slično).

Osnovne značajke medijske pedagogije su komunikacija i komunikacijski medij. Pri tome se pod komunikacijom smatra uzajamno izmjenjivanje informacija, dok su komunikacijski mediji „nositelji informacija i cjelokupnog procesa“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 116). Zbog navedenog medijska pedagogija razlikuje pojmove *encoding* i *decoding*, odnosno šifriranje i dešifriranje simbola i znakova u komunikaciji. Znakovi i simboli su nositelji značenja i uvijek sadrže određeni sadržaj. Simbol koji je proizašao iz znaka ima svoje značenje i funkciju (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 117). Semiotika je znanstvena disciplina koja se bavi proučavanjem znakova i simbola. Razliku između znakova i simbola Miliša, Tolić i Vertovšek (2009: 118) prikazuju na primjeru mobitela. Znak u komunikaciji predstavlja objekt – mobitel i nema simboličko značenje. Poprima ga tek kada se mobitelu pridoda marka, npr. Nokia. Tako znak postaje simbol. Postoje tri dimenzije semiotike kroz koje znak postaje simbol:

1. sintaktička – odnos između znakova;
2. semantička – znaku se pridodaje simboličko značenje;
3. pragmatička – upotreba simbola u društvu (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 118).

Znakovi i simboli stvaraju se iz medija i postaju nositelji sadržaja u komunikaciji. Dakle, mediji su nositelji poruka, a medijska pedagogija ima zadatak dešifrirati te poruke. Mediji imaju veću moć u komunikaciji i manipulaciji služeći se simboličkim sredstvima. Masovna komunikacija distribuira simbolički sadržaj poput pisama, fotografija i znakova neverbalne komunikacije (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 119).

Encoding predstavlja manipulativnu ulogu medija u komunikacijskom procesu, a *decoding* odgojno-informativnu ulogu. Dešifriranje (*decoding*) simboličkih poruka ovisi o pojedincu – da li zna imaju li mediji odgojno-obrazovnu ili manipulativnu ulogu. Pri tome je značajna uloga medijske pedagogije koja razotkriva simboličke poruke putem medija (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 122).

Aktivno korištenje medija vodi do izgradnje samosvijesti kod djece u odnosu prema medijima. Vlastito iskustvo u medijima dovodi do lakšeg razumijevanja medijskog svijeta. Stötz prema Erjavec (2005: 89) navodi četiri usmjerenja odgoja za medije:

1. *Didaktički oblik* koji objašnjava da je samostalnom upotrebom medija moguće nešto naučiti o njima.
2. *Terapeutski oblik* – stvaratelj medijskog sadržaja spoznaje sam sebe kroz medij.
3. *Estetsko-umjetnički oblik*.
4. *Oblik alternativne javnosti* – mogućnost uspostave kritičke javnosti i alternativnih komunikacijskih oblika.

Medijska pedagogija tumači medijsko obrazovanje kao krucijalan pojam jer sadrži razvitan medijske kompetencije. Medijska pedagogija sadrži poddiscipline: medijski odgoj, medijsko obrazovanje, medijsku didaktiku, medijsku civilizaciju i medijsko znanstveno istraživanje. Miliša, Tolić, Vertovšek (2009: 123) u svom radu navode da je medijska kompetencija vrlo važan pojam u medijskoj pedagogiji, odnosno u razlikovanju odgojnog i manipulativnog sadržaja, simbola, znakova i slično. Medijska kompetencija uključuje sposobnost izgradnje kritičke refleksije pojedinca nasuprot prilagođavanja u društvu. Ona sadrži sljedeće faktore (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 123):

1. dekodiranje medijskih simbola;
2. aktivno korištenje medija;
3. individualna orijentacija primatelja;
4. kritička refleksija;
5. razvoj kritičkog medijskog okruženja;
6. svjesnost pojedinca;
7. motiviranost medijskog korisnika.

Temeljne dimenzije medijske kompetencije u medijskoj pedagogiji su (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 124):

1. *Kognitivna dimenzija* koja se odnosi na znanje i razumijevanje medijskog sadržaja.
2. *Moralna dimenzija* koja objašnjava da se mediji trebaju promatrati s etičkog aspekta.
3. *Socijalna dimenzija* koja se odnosi na medijsku politiku, socijalna djelovanja i prava.
4. *Estetska dimenzija* prema kojoj su mediji nositelji informacija i čiji sadržaji bude emocionalne reakcije kod korisnika.
5. *Dimenzija djelovanja* prema kojoj se uz pomoć medija korisnici informiraju i izražavaju.

Pri stjecanju medijskih kompetencija potrebno je obratiti pozornost na važnost medija među drugim sredstvima socijalizacije, a s druge strane treba utjecati na medije koji negativno utječu na djecu i mlade (Tolić, 2008: 4). Medijsko obrazovanje i medijska kompetencija imaju ključnu ulogu u odgojnoj ulozi medija (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 125).

2.2.2. Zaštita prava djece u medijima

S jedne strane, mediji trebaju pružiti djeci informacije koje su važne za njihovu dobrobit, a s druge strane, omogućiti im slobodu izražavanja i dati pravo na mišljenje. Pri tome je važno imati na umu pravo na privatnost (Pažur, 2017). Godine 1989. donesena je Konvencija UN-a o pravima djeteta koja zahtijeva da se u medijima obrati pozornost pravima djece i Republika Hrvatska je jedna od zemalja potpisnica ove Konvencije. Za zaštitu prava djece i mladih u medijima u Republici Hrvatskoj značajni su Zakon o elektroničkim medijima i Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti.

Za zaštitu prava djece i mladih u medijima u Zakonu o elektroničkim medijima (Narodne novine, 2009) u članku 26. točka 3. stoji sljedeće:

„Audiovizualne ili radijske programe za koje je vjerojatno da bi mogli narušiti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika nije dopušteno objavljivati, osim kada je od nakladnika televizije ili radija osigurano, odabirom vremena emitiranja ili bilo kojom tehničkom mjerom, da maloljetnici u području prijenosa neće, obično, čuti ili gledati takve programe. Ako se takvi programi emitiraju u nekodiranom obliku, nakladnik je obvezan osigurati da im prethodi zvučno upozorenje ili da ih je moguće prepoznati s pomoću vizualnih simbola za cijelo vrijeme njihova trajanja.“

U članku 8. Pravilnika o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti (Narodne novine, 2008) stoji da su „nakladnici dužni prilikom objavljivanja najave programa (...) uz naziv programskog sadržaja navesti i brojčanu oznaku dobne prikladnosti sadržaja“. Prema tome televizijske kuće grafičkim simbolima 12, 15 ili 18 u gornjem kutu ekrana moraju označiti programe koji mogu imati potencijalno negativne posljedice na djecu. Tomljenović, Ilej i Banda (2018: 8) objašnjavaju značenje pojedinog simbola:

Oznaka 12 znači da sadržaji nisu primjereni za mlađe od 12 godina i moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 12 zelene boje u prozirnou krugu. Prije takvih programa slijedi i zvučno upozorenje: „Program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12 godina.“

Oznaka 15 znači da sadržaji nisu primjereni za mlađe od 15 godina i ne smiju se prikazivati od 7 do 20 sati te moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 15 narančaste boje u prozirnou krugu.

Oznaka 18 podrazumijeva programe koji su namijenjeni za gledatelje starije od 18 godina, koji se ne smiju prikazivati od 7 sati do 23 sata te moraju biti označeni grafičkom oznakom s brojem 18 crvene boje u prozirnou krugu (Tomljenović, Ilej i Banda, 2018: 8-9).

Djeca različito percipiraju medijski sadržaj. Mlađa djeca će izmišljeni lik na televiziji doživjeti kao stvarnu osobu, dok će starija djeca razumjeti razliku. Dobne kategorije su dobar vodič pri odabiru sadržaja za djecu. Sadržaj s oznakom 12 mogu gledati i mlađa djeca, ali obavezno uz prisutnost roditelja, dok se za dobne oznake 15 i 18 preporučuje poštivanje. Za internetski sadržaj propisuje se označavanje samo dobne oznake 18, ali za mobilne aplikacije ne postoje nikakva ograničenja. Stoga je bitno da roditelji znaju koje medijske sadržaje koriste djeca kako bi što bolje procijenili je li neki medijski sadržaj prikladan ili nije (Tomljenović, Ilej, Banda, 2018: 9).

2.3. Uloga medija u slobodnom vremenu djece

Slobodno vrijeme u ovom kontekstu je „vremenski okvir svakodnevnog života djece u kojem se koriste i masovni mediji“. Slobodno vrijeme je fenomen koji je nastao zbog ubrzanog tehnološkog razvoja i masovnog zapošljavanja koje je dovelo do kraćeg radnog vremena (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001: 91). Uloga slobodnog vremena ima posebno veliku ulogu kada su u pitanju djeca jer se ona socijaliziraju, između ostalog, i kroz aktivnosti u svom slobodnom vremenu. Izbor aktivnosti u slobodnom vremenu djece ovisi o objektivnim i subjektivnim činiteljima. Pri tome su objektivni činitelji primjerice kulturno naslijeđe okoline, dostupnost određenih sadržaja i slično, a subjektivni životne navike, društveni i obrazovni status roditelja i slično (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001: 92).

Ovdje je bitan pojam socijalizacija koju Ilišin (2003: 10) definira kao „integriranje pojedinca u društveni život kroz procese prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumijeva učenje stavova, vrednota i poželjnih oblika ponašanja“. Taj proces socijalizacije je najintenzivniji u doba djetinjstva kada se djeca oblikuju kao osobe. Utjecaji iz socijalne okoline su bitni u socijalizaciji djece i mladih koja je usmjerena na socijalizacijske faktore. Oni mogu biti primarni i sekundarni. Primarni socijalizacijski faktori su obitelj i vršnjaci, a sekundarni škola, crkva, mediji, radna sredina i slično. Utjecaj navedenih faktora uvjetovan je nizom okolnosti i ovisi o dobi pojedinca. Utjecaj masovnih medija kao socijalizacijskog faktora počinje od prvog dana djetetova života. Djeca odrastaju okružena masovnim medijima, brzo se na njih navikavaju i sve ranije imaju želju da ih koriste (Ilišin, 2003: 11).

Karakteristika slobodnog vremena je samostalni odabir sudjelovanja u njemu. Najvažnija funkcija aktivnosti u slobodnom vremenu, uz slobodnu volju i zadovoljstvo, jest razvoj osobnosti. U tom segmentu odgoja u slobodnom vremenu može razvijati osobnost djeteta u moralnom, intelektualnom, tjelesnom, radnom i estetskom aspektu. Na takav način se razvija kultura provođenja slobodnog vremena (Kovačević, 2007: 50).

Slobodno vrijeme u današnjem društvu ima socijalizacijsku i životnu važnost. Socijalizacijska važnost očituje se u odmoru, razvoju osobnosti i rasonodi, a životna u pogledu cjeloživotnog učenja. Prema tome, slobodno vrijeme predstavlja priliku za učenje dodatnih znanja i vještina kako bi se lakše savladali zahtjevi i trendovi razvoja svjetskog tržišta. Iz perspektive medija, slobodno vrijeme je „složen kontekst međuljudskih odnosa i razvoja obiteljske dinamike i

kvalitete, izostankom koje može doći do narušavanja razvojne cjelovitosti djece i mladih“ (Livazović, 2009: 111).

Slobodno vrijeme se može organizirati na društveno i kulturno prihvatljiv ili neprihvatljiv način. Ako dijete ne zna kako provesti slobodno vrijeme, to mu može predložiti okolina. Zbog toga je važna uloga pedagogije slobodnog vremena jer može utjecati na provođenje slobodnog vremena kroz učenje, stvaranje i usavršavanje u skladu s društvom. Međutim, sloboda sudjelovanja ne znači da dijete ima potpunu slobodu u odluci kako će provesti svoje slobodno vrijeme (Kovačević, 2007: 50). Zato obitelj predstavlja „socijalni prostor u kojem djeca stječu prva socijalna iskustva te formiraju vrijednosni okvir i obrasce ponašanja koji im služe kao model ponašanja u životu“ (Ilišin, Bobinac, Radin, 2001: 45). Stoga je u djetetovu životu važan utjecaj obitelji kao primarnog nositelja procesa socijalizacije. Pretpostavka je da slobodno vrijeme djeteta predstavlja ono vrijeme koje je kada dijete nije u vrtiću ili školi. No razne izvannastavne aktivnosti su zapravo slobodne aktivnosti, usmjerene na intelektualni razvoj djeteta, odnosno učenje. Ipak često se događa da djeca ne odabiru dobrovoljno kako će provoditi slobodno vrijeme, već im to nameću roditelji, braća, sestre ili prijatelji (Kovačević, 2007: 50). Uz obitelj bitan faktor ima i škola kao najznačajniji institucijski nositelj sekundarne socijalizacije.

Mediji sve više istiskuju mjesto obitelji i školi te utječu na oblikovanje stila života djece i mladih. Također, mediji sadrže sve više manipulativnih sadržaja u odnosu na odgojne (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 177). Današnja informacijska tehnologija pruža bezbroj mogućnosti u pogledu obrazovanja, dostupnosti informacija i sadržaja. No ipak, masovni mediji danas nude više zabavnog nego informativnog ili znanstvenog sadržaja. Štoviše, situacija se pogoršava jer mediji sve više utječu na ponašanje mladih. Poulain i suradnici (2018: 2) proveli su istraživanje u Njemačkoj na uzorku od 527 roditelja predškolske djece u dobi od dvije do šest godina. Rezultati autora upućuju na to da je korištenje elektroničkih medija kod predškolske djece međusobno povezano s poteškoćama u njihovu ponašanju. Kod 20% djece ispitanika primijećene su poteškoće u ponašanju (emocionalni problemi i hiperaktivnost). Zabavni sadržaj je na granici senzacionalizma. Stoga medijska komercijalizacija dokolice uzrokuje sve lošije odgojne posljedice za mlade (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 178).

Djeca provode sve više slobodnog vremena na internetu koristeći društvene mreže i igrajući *online* igre. Navedeno je dovelo do sve češće pojave ovisnosti o internetu, društvenim mrežama

i igricama, čemu su najviše podložna djeca. Neočekivani razvoj interneta i njegova javna dostupnost doveli su do toga da je taj medij od prvog dana nepodložan kontroli. Djeca od malih nogu posjeduju odličnu informatičku pismenost i prije savladavaju tehnologiju od svojih roditelja. To često dovodi do toga da lako manipuliraju roditeljima kada koriste internet kao medij (Robotić, 2015: 82).

Dokoličarenje postaje sve više potrošački stil ponašanja mladih i podrazumijeva pasivan odnos prema sadržaju koji se nudi. Višak slobodnog vremena stvara probleme posljedica neograničenog dokoličarenja mladih. U svakodnevnicu mladih dokoličarenje postaje proizvod industrije zabave i sve više poprima negativne aspekte iskorištavanja slobodnog vremena (Miliša, Zloković, 2008: 123). Djeca i mladi lako prihvaćaju promjene u tehnologiji. Mediji postaju sve više glavni faktor socijalizacije te tako utječu na cjelokupno formiranje stilova ponašanja djece i mladih (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 179).

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

3.1. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je istražiti ulogu medija u životu djece predškolske dobi i roditelja. Istraživanje je provedeno metodom fokus grupe kojom su ispitana djeca predškolske dobi i anketom za roditelje. Također, cilj je bio ustanoviti kako djeca provode svoje slobodno vrijeme i koja je uloga roditelja u medijskom odgoju.

3.2. Istraživačka pitanja i hipoteze

Hipoteze u ovom istraživanju zasnovane su na prethodnim iskustvima, rezultatima prethodnih istraživanja, ali i na pretpostavkama koje istraživač želi istražiti.

H1. Djeca predškolske dobi imaju omiljenog izmišljenog lika.

H2. Djeca predškolske dobi najviše vole gledati crtane filmove ujutro i navečer.

H3. Djeca predškolske dobi većinu vremena televiziju gledaju sami.

H4. Dječaci više igraju igrice nego djevojčice.

H5. Roditelji su upoznati s medijskim sadržajem koji prate njihova djeca.

3.3. Metode istraživanja i uzorak

Kao metode istraživanja, u ovu je svrhu odabrane su metoda fokus grupa i anketa. Metoda fokus grupa je „kvalitativni oblik istraživanja koji uključuje grupnu diskusiju o nekoj zadanoj temi“ (Skoko, Benković, 2009: 217). To je metoda grupnog intervjuiranja u kojem se interakcija odvija između ispitivača i članova grupe. Cilj fokus grupe jest pokrenuti raspravu o temi koja se istražuje (Skoko, Benković, 2009: 218). Fokus grupa kao kombinacija promatranja sa sudjelovanjem i intervjuiranja u smislu bilježenja odgovora na postavljena pitanja, metoda je kojom su djeca opuštena i razgovor ni u kojem smislu nije strog niti njima neugodan. Metodom fokus grupe bolje se razumjelo dječje viđenje medija, njihovo mišljenje i stav o medijima, nego što bih bilo kojom drugom metodom jer osim razgovora, njihova neverbalna komunikacija, ushićenost i sreća pri spominjanju omiljenih im junaka, a i kad su najdraži crtani filmovi u pitanju, pomogla je razumjeti koliko je njima to važno i koliko su cijeli u tome. Anketa je kvantitativni oblik istraživanja pomoću kojeg pitanjima na upitniku dobivamo dogovore od ispitanika. Anketa je mjerni instrument kojim se dobivaju ulazni podaci za različite analize, od

kojih su najčešće statističke analize (Brajdić, 2002: 65). Prema definiciji „anketiranje je takav način prikupljanja podataka u kojem pomoću unaprijed sastavljenog upitnika dobivamo obavještenja o obilježjima statističkog skupa u obliku odgovora na postavljena pitanja u upitniku“ (Brajdić, 2002: 66). Anketna pitanja se mogu podijeliti na otvorena, kod kojih ispitanik odgovara na pitanja svojim riječima, i zatvorena, kod kojih ispitanik odgovara na već ponuđene odgovore (Brajdić, 2002: 67).

Istraživanje metodom fokus grupa provedeno je na uzorku od desetero djece predškolske dobi (od 6 do 6,5 godina starosti) u dječjem vrtiću Grigor Vitez u Zagrebu. U istraživanju je sudjelovalo pet djevojčica i pet dječaka. Anketa od 33 pitanja za roditelje provedena je na uzorku od deset ljudi od 35 do 54 godine starosti. Planiranje terenskog rada trajalo je neko vrijeme korigiranjem pitanja uz mentora te uz pedagoga i odgajatelja iz vrtića. Po dolasku u vrtić, s odgajateljicama i pedagogom nasumičnim odabirom kreirana je grupa od desetero djece i provedeno istraživanje. S djecom se, uz prisustvo pedagoga i odgajatelja, razgovaralo i vodilo detaljne bilješke. Tijekom razgovora s djecom uloženi su trud kako maksimalno biti nepristran i ne navoditi ih ni na koji odgovor. Roditeljima čija su djeca predškolske dobi, podijeljene su ankete, koje se sastoje od trideset i tri pitanja koja obuhvaćaju socio-demografske karakteristike i pitanja koja se smatraju važnim faktorom ovog istraživanja. Većina pitanja bila je fokusirana na medijske navike njihove djece, zabrane i ograničenja korištenja medija, način korištenja medija, mišljenje roditelja o masovnim medijima i njihovom utjecaju. Svaki medij koji se smatra važnim u životu djece, obrađen je kroz dodatna pitanja. Anketa je anonimna, a roditelji koji su iskazali interes za rezultate istraživanja, primit će e-mailom dobivene rezultate.

Pitanja za istraživanje fokus grupa nalazi se u Prilogu 1., a pitanja za anketu u Prilogu 2. ovog rada.

4. ANALIZA REZULTATA

4.1. Analiza rezultata metode fokus grupa

Na pitanje vole li gledati televiziju odnosno crtane filmove svi su odgovori bili potvrdni. Krenula je rasprava o crtanim filmovima i omiljenim junacima. Dvjesto djevojčicama je najdraži lik Kim iz crtanoa filma *Svemoguća Kim*.¹ O Kim su govorile kako im je ona omiljeni lik jer „spasava cijeli svijet“, pričale su kako je ona lijepa i kako obožavaju gledati taj crtani film. Jedna djevojčica voli Mašu iz crtanoa filma *Mašine priče*.² Preostale dvije djevojčice najviše vole gledati seriju *Violetta*.³ Violetta je „cura koja glumi u seriji“ koja ima „dugu smeđu kosu i jako je lijepa“. Jedna djevojčica je objasnila: „Violetta ide u školu *Studio* i ima probleme s dečkima“ i nastavila „ona je pjevačica koja ima super prijatelje“. Najzanimljiviji dio dvjesto djevojčicama je kad se Violetta „svađa s Ludmilom“, djevojkom koja je ljubomorna na Violettin pjevački talent. Djevojčice su nadalje pričale kako njihovi roditelji također vole Violettu i kupuju im odjeću i šminku s Violettinim likom jer znaju da će se to djevojčicama svidjeti. „Volim se igrati Violettom, ali samo kad sam ja Violetta jer ne želim biti Francesca, Violettina najbolja prijateljica“, objasnila je jedna od djevojčica. Na pitanje zašto ona voli biti u liku Violette, odgovorila je: „Zato jer je Violetta glavna.“ Djevojčica koja najradije gleda *Mašine priče* također ima odjeću s Violettinim likom jer joj je „Violetta jako lijepa i dobra“. Djevojčice čiji je omiljeni lik Svemoguća Kim nemaju odjeću sa svojim najdražim likom niti se igraju uloga iz crtanoa filma, ali ipak kažu da bi htjele biti kao Kim: „Htjela bih biti dobra kao Kim jer je jako lijepa“.

Trojici od petorice dječaka je omiljeni crtani film *Lego Ninjago*.⁴ Jedan od dječaka je objasnio: „Tamo se bore dobre ninje protiv zločestih ninja i duhova“. Dječak kojemu je najdraži crtani film *Malci* tijekom razgovora imao je majicu s printom omiljenih likova. Na pitanje ima li

¹ *Svemoguća Kim* je američka animirana serija. Glavni lik Kim je srednjoškolka koja živi s roditeljima Middletonu. Njen najbolji školski prijatelj Ron i ona se zajedno bore protiv zločinaca. (<https://mojtv.net/kanal/tv-program/370/rtl-kockica/2017-08-17/emisija/83988118/svemoguca-kim>)

² Animirana serija *Mašine priče* je spinoff jedne od najpopularnijih animiranih serija za djecu – *Maša i medvjed*. Djevojčica Maša u crtanoa filmu *Mašine priče* svojim omiljenim igračkama priča najljepše klasične bajke dodajući im vlastite detalje i pouke. (<https://mojtv.hr/film/38538/masine-price.aspx>)

³ *Violetta* je argentinska telenovela koja prikazuje život tinejdžerke Violette koja nije svjesna svoga pjevačkog talenta, naslijeđenog od pokojne majke. U seriji je prikazana važnost prijateljstva, ljubavi i borbe za snove. (<https://www.rtl.hr/programi/serije/11473/violetta/>)

⁴ *Lego Ninjago* je američko-danska akcijska animirana komedija koja prikazuje avanture šestorice ninja. Serija je osmišljena Lego kockicama, a radnja se odvija u Ninjagu, gradu inspiriranom japanskim mitovima i kulturom. (<https://www.rtl.hr/programi/djecji/11414/lego-ninjago/>)

možda neke igračke s temom Malaca, odgovorio je kako se samo voli igrati s robotima. Među omiljenim crtanim filmovima kod dječaka još su se našli crtani film *Lego Star Wars*, animirana serija o dvojici braće koja vole životinje *Pustolovine braće Kratt* i crtana serija o četvorici braće *Ninja kornjače*.

Na pitanje „Volite li gledati televiziju?“ jedan dječak je odgovorio: „Ne, ali volim gledati RTL Kockicu!“. Slijedila je priča o televizijskom programu RTL Kockica i crtanim filmovima. Dječak je nastavio: „Gledam *Lego Ninjago* svaki dan na RTL Kockici ako nađem, to ti bude oko četiri sata. Pa gledam, ako sam doma.“ Provjerom programa na službenoj internet stranici RTL televizije utvrđeno je da *Lego Ninjago* 16.05 sati Taj podatak pokazuje da iako djeca predškolske dobi još nemaju razvijen osjećaj za vrijeme, ako je nešto njima važno, istražiti će i upamtiti. Činjenica da dječak zna u koliko je sati crtani film pokazuje da mu je taj crtani film važan te da pokušava ne propustiti epizodu. Na pitanje „Kako znaš u koliko je sati crtić?“ odgovorio je da mu je „mama rekla“. Pretpostavka je dječak ispituje majku kad će četiri sata ili za koliko će početi crtani film, kako bi se mogao orijentirati i pogledati ga.

Na pitanje znaju li roditelji za omiljenog lika, svi su odgovori bili potvrdni. „S mamom najviše volim gledati *Malce* zato jer ih i ona voli gledati“, rekao je jedan dječak, a ostali su potvrdili kako i njihovi roditelji znaju s njima pogledati omiljeni crtani film. Jedan dječak je izjavio: „Tata ne voli gledati crtiće jer na njima znaju vikati, a onda moramo prebaciti na emisiju *Borba za skladišta*“. Djevojčica kojoj je najdraži lik Svemoguća Kim na pitanje: „Što smiju gledati veliki, a što mali?“, odgovorila je: „Ja mogu gledati sve što hoću jer znam da to sve nije istina!“. Kasnije u razgovoru bilo je jasno da su joj roditelji objasnili na primjeru crtanih filmova što je stvarnost, a što nije. Djeci treba objasniti da je nasilje na televizijskom programu tek dio ukupne stvarnosti i da svijet nije toliko opasno mjesto koliko ga mediji znaju prikazivati.

Od desetero ispitane djece predškolske dobi, čak njih sedam je samoinicijativno tijekom razgovora o razlici sadržaja za odrasle i djecu spomenulo oznaku dobne prikladnosti sadržaja u obliku broja 12 na ekranu te su pojasnili kako to znači da određeni televizijski sadržaj nije namijenjen za djecu mlađu od dvanaest godina. Samo jedno od ispitane djece nije znalo što znače oznake na ekranu. S obzirom na mali uzorak ispitane djece u ovom istraživanju i nemogućnošću generalizacija, ipak je vrlo pohvalno da devet od deset djece predškolske dobi zna značenje grafičke oznake broja 12 u desnom kutku televizijskog ekrana. Djeca vrlo dobro poznaju termin ograničenja, razumiju zašto ona postoje i zašto im ponekad roditelji ne daju

gledati određeni sadržaj. Čak i sami znaju što smiju gledati djeca njihovog uzrasta, a što ne. Jedna djevojčica je izjavila: „*Andrija i Anđelka* je serija za velike, ali to smijem gledati s mamom i tatom. Još smijem s njima gledati i emisiju *Super ljudi*“. Jasno joj je i da ne bi smjela gledati tu seriju bez nadzora roditelja, već isključivo u njihovom društvu.

Vrijeme kada djeca gledaju televiziju je uglavnom navečer i vikendom. „Kada legnem spavati, tata mi upali crtić na tabletu jer onda bolje zaspim“, rekla je jedna djevojčica. „Gledam televiziju dok mama ne kaže da će početi serija, onda ja moram ići spavati“, kazala je druga djevojčica. Sva ispitana djeca najčešće gledaju crtane filmove (njima najdraže na televizijskom programu) navečer i vikendom ujutro. Vikendom najčešće, u sedam od deset slučajeva, mogu gledati televiziju dulje. „Crtiće mogu gledati u subotu popodne dosta, jer je tad praznik“, objasnio je dječak što pokazuje da vikendom, kada nema vrtića ni obaveza, mogu provoditi dulje vremena gledajući televiziju.

Na pitanje gledaju li televiziju tijekom jela, čak njih sedam od deset, odgovorilo je potvrdno. „Mama mi kad jedem navečer stavi jelo na stol koji je ispred televizije“, rekla je djevojčica. Većina djece koji su potvrdno odgovorili, također su rekli da ispred televizora doručkuju i/ili večeraju preko tjedna, dok vikendom obavezno doručkuju ispred televizora i to svih sedam. Njih još dvoje, gleda crtane filmove na tabletu tijekom jela. Zaključak je da većina djece gleda crtane filmove tijekom jela – većinom na televiziji, a potom na tabletu.

Ispitanici su na pitanje gledaju li televiziju radije u društvu roditelja ili sami, uglavnom odgovorili da preferiraju biti sami. „Najbolje mi je kad gledam televiziju sama jer je onda cijeli krevet moj“, kazala je jedna djevojčica. „Dok s bratom gledam crtiće prije spavanja je super jer onda možemo duže ostati. Mami stalno kažemo još pet minuta i onda nam ona da“, objasnio je dječak. Pod terminom „sami“ misli se na to da djeca nisu pod kontrolom odrasle osobe ili kada televiziju gledaju s vršnjacima. Djeca predškolske dobi vole gledati televiziju i s roditeljima, iako im je ipak draže kad gledaju sami. „Tata mi snimi *Malu šapu* pa gledamo skupa“, rekao je jedan dječak. Dakle, nije da ne vole gledati televiziju u društvu, ali ipak mi je draže dok su sami. Na pitanje koliko često gledaju televiziju s roditeljima, odgovorili su da znaju gledati zajedno s roditeljima i to najčešće prije spavanja, ali da ne gledaju televiziju svaki dan s roditeljima. Većinom su komentirali kako roditelji najčešće gledaju televiziju kad oni odu spavati.

Djeca koja su sudjelovala u istraživanju najviše gledaju televizijski program s crtanim filmovima. Svih pet anketiranih dječaka reklo je da, uz gledanje crtanih filmova, vole i igrati igrice. „Na iPadu igram *Angry Birds*“, odgovorio je dječak na postavljeno pitanje o tome što radi kad ne gleda televiziju. Čak troje od petero, spomenulo je *Minecraft* kao najdražu igricu. Jedan od dječaka ima i igraču konzolu koju je dobio za rođendan. Sve to pokazuje da su igrice jako važan dio svakodnevice dječaka. Osim gledanja crtanih filmova i igranja igrice, dječaci se još vole igrati vani, kod kuće s igračkama, slušati pjesme i igrati se s braćom. Djevojčice slobodno vrijeme provode s drugim djevojčicama, crtaju, rolaju se i voze bicikl.

Na postavljeno pitanje: „Što je bolje: gledati televiziju, igrati igrice ili čitati slikovnicu?“ sva su djeca odgovorila su da im je najdraže čitati slikovnicu. Iako je prvo pitanje u ovoj fokus grupi bilo što najviše vole raditi u slobodno vrijeme gdje ni jedno od ispitanice djece nije ni spomenulo čitanje slikovnica, na ovo postavljeno pitanje ipak je slikovnica najdraža razonoda. Daljnjim razgovorom s djecom, ustanovljeno je da im slikovnice roditelji rijetko čitaju, u zadnje vrijeme, zbog toga što i sami uče čitati zbog pripreme za školu. „Mama mi čita Disney slikovnice nekad prije spavanja, a kad sam u kazni čitam ih sama“, komentirala je jedna od djevojčica. Na pitanje da li joj je kazna čitanje slikovnice, odgovorila je: „Ma ne, nego moram učiti za školu i onda mi mama kaže da odem u sobu i čitam slikovnice“.

Od desetero ispitanice djece nijedno nema svoj vlastiti mobitel. Većinom imaju igračku mobitel, a neki od njih se koriste starim mobitelom od roditelja bez SIM kartice. „Naučio sam se sam na mobitel i imam mamin stari, a karticu ću dobit kad krenem u školu“, rekao nam je jedan dječak. Drugi je nastavio: „Kad sam išao na sportski kamp, imao sam svoj mobitel, a svoj ću mobitel za stalno dobiti u trećem razredu“. „Kad baka zove onda je mobitel moj“, rekla je jedna djevojčica. Kasnije tijekom razgovora spomenula je da fotografije izmjenjuje, posredstvom mobitela, s bakom i sestričnom. Svi ispitanici rekli su kako se znaju služiti pametnim uređajima (tabletom ili mobitelom). Najčešće aktivnosti su gledanje fotografija, upotreba fotoaparata na uređaju, gledanje crtanih filmova i telefoniranje s rodbinom. Tri od pet dječaka ima svoj tablet koji najčešće dijele s bratom ili sestrom, dok dvije od pet djevojčica imaju vlastiti tablet. Dakle petero od desetero djece u ovom istraživanju ima svoj tablet. Ostali koriste zajednički obiteljski tablet kad požele ili kad im to dopuste roditelji. Vlasnici tableta najčešće su ga dobili za rođendan.

Posljednja tema u fokus grupi bile su roditeljske kazne. Sva ispitana djeca su bila u kazni. „Kad sam u kazni onda ne smijem gledati crtiće niti biti na tabletu nego moram ići u sobu“, objasnio je dječak. Većina ispitane djece ima sličnu ili gotovo istu kaznu s naglaskom na zabrani korištenja medija ili tehnologije. Na pitanje jesu li tužni što ne smiju onda gledati crtane filmove ili igrati igrice njih šest reklo je kako jesu, često i jako tužni, dok je njih četvero reklo da i nisu baš jer onda crtaju ili čitaju. Roditelji kaznom pokušavaju djetetu objasniti da su postupili neispravno, stoga im oduzimanjem onoga što im najviše oduzima pažnju žele ukazati na njihovu pogrešku.

4.2. Analiza rezultata ankete

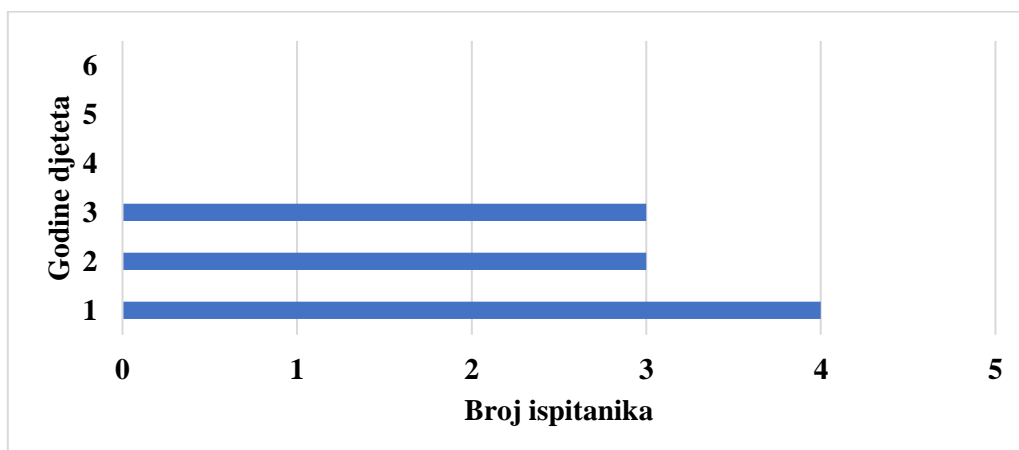
Nakon provođenja ankete među roditeljima, uslijedila je obrada ankete kako bi se dobili rezultati istraživanja. Analiza opisno i grafički pojašnjava pitanja koja su postavljena u anketi istim redoslijedom kojim su postavljena.

Godine rođenja ispitanika (n=10) bile su od 1964. do 1983. godine. Po obrazovanju je najviše roditelja sa završenom srednjom školom, slijede viša škola i završeni fakultet. Zaposleno je 8 do 10 ispitanih roditelja, jedan roditelj radi povremene poslove, a jedan roditelj je nezaposlen. Broj osoba koje žive u istom kućanstvu je u četiri slučaja troje, opet u četiri slučaja četvero te u dva slučaja petero.

Četvero ispitanih roditelja ima jedno dijete, četvero ih ima dvoje djece, a dva ispitana roditelja po troje djece. Na pitanje koliko smatraju da su informatički pismeni na skali od 1 do 5, sedam ispitanika je odgovorilo 5 na skali, dvoje 4, a jedan ispitani roditelj je ocijenio svoju informatičku pismenost s trojkom.

Godine starosti kada su djeca ispitanika počela gledati televiziju prikazana su na Grafikonu 1. Četvero ispitanika je odgovorilo da je njihovo dijete počelo gledati televiziju u prvoj godini starosti, troje djece je počelo s dvije godine i troje s tri godine.

Grafikon 1. S koliko je godina Vaše dijete počelo gledati televiziju? (n=10)

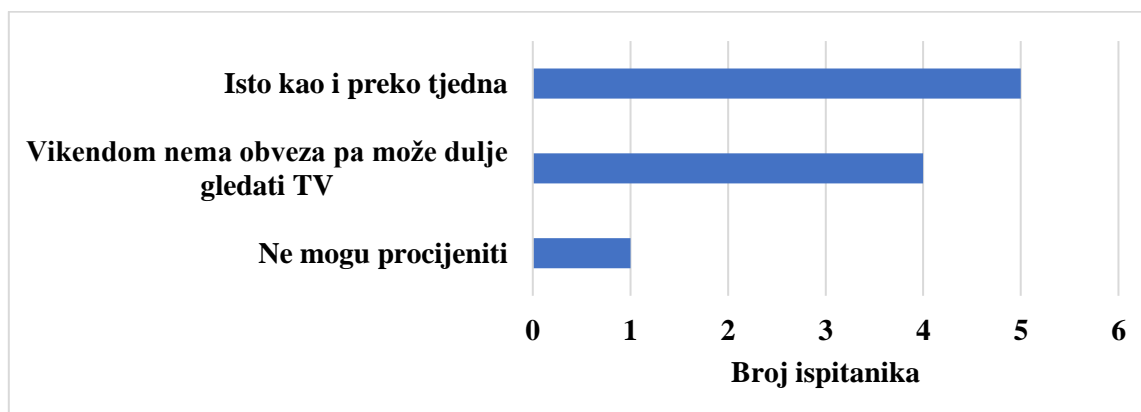


Izvor: autorica

Radnim danom djeca troje ispitanika televiziju gledaju manje od sat vremena, a od sedam ispitanika do dva sata. Ovo pitanje nudilo je još dva odgovora – „više od dva sata“ i „ne mogu točno procijeniti“, no nitko od ispitanika nije odgovorio na njih. Na pitanje da li je televizor upaljen i kad ga nitko ne gleda odgovorilo je svih deset ispitanika. Četvero je odgovorilo „ponekad“, jedan „često“, a kod pet ispitanika televizor nije nikad upaljen ukoliko ga nitko ne gleda.

Grafikon 2. prikazuje odgovore na pitanje koliko djeca vikendom gledaju televiziju. Većina gleda jednako često kao i preko tjedna, nešto manje vikendom više vremena provodi pred televizorom, a jedan roditelj nije mogao procijeniti vrijeme.

Grafikon 2. Koliko vikendom Vaše dijete gleda televiziju? (n=10)

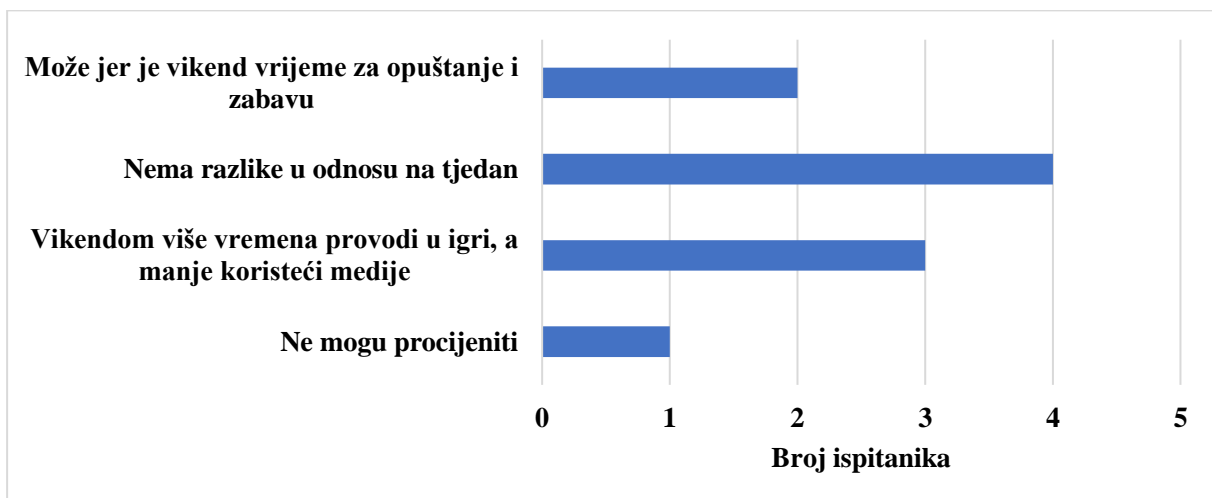


Izvor: autorica

Od programa koje djeca gledaju, uglavnom se radi od TV programima namijenjenima djeci (6 odgovora) ili kombinaciji dječjih i ostalih kanala (4 odgovora). Sedam od deset roditelja odgovorilo je da njihovo dijete samostalno bira programe koje će gledati na televiziji, dok njih troje bira programe za svoju djecu. Svih deset roditelja uvijek prati koje programe dijete gleda na televiziji, i to tako da je petero ispitanika objasnilo djetetu što smije gledati, a što ne, dvoje ispitanika uključi program za koji smatra da je prigodan za uzrast njihova djeteta, a od troje ispitanika dijete samo zna što gledati. Nitko od ispitanika nema uključenu roditeljsku zaštitu za televizijske programe.

Grafikon 3. prikazuje odgovore na pitanje koriste li djeca češće internet i televiziju vikendom. Dvoje ispitanika je odgovorilo potvrdno, a kod četvero ispitanika nema razlike između radnog tjedna i vikenda. Troje ispitanika je odgovorilo da se njihovo dijete više igra vikendom nego što provodi vrijeme uz medije, a jedan ispitanik nije mogao procijeniti.

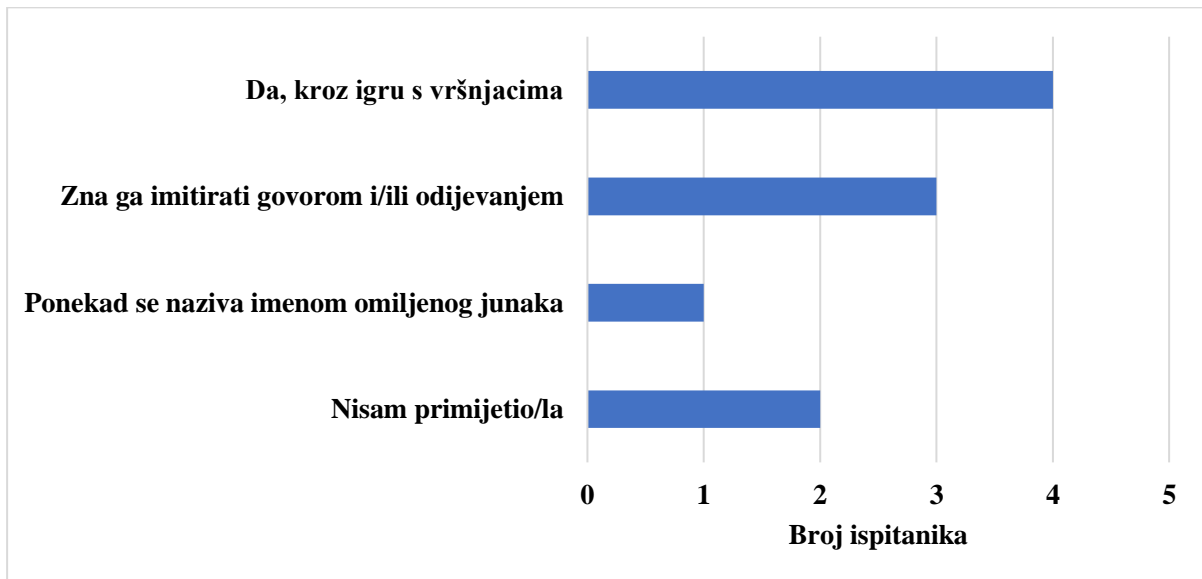
Grafikon 3. Može li Vaše dijete vikendom više koristiti internet i gledati televiziju? (n=10)



Izvor: autorica

Većina djece ispitanika (njih sedam) ima jedan omiljeni program ili crtani film koji najradije gleda. Ostali imaju više njih ili nijedan poseban. Oni koji gledaju crtane filmove najčešće ih gledaju s kanala koji su specijalizirani za iste. Djeca imaju svoje omiljene likove iz crtanih filmova koje gledaju, a svih deset ispitanih roditelja kupuje svojoj djeci igračke ili odjeću s omiljenim likom. Grafikon 4. prikazuje odgovore na pitanje oponašaju li djeca svoje omiljene likove.

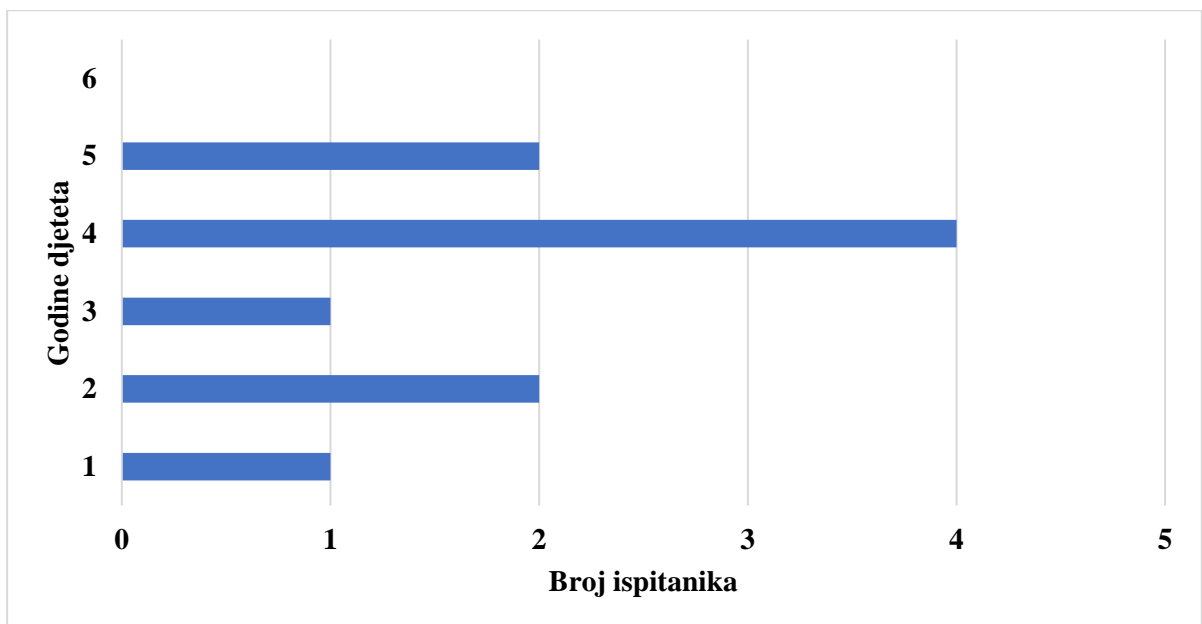
Grafikon 4. Oponaša li Vaš dijete omiljenog junaka? (n=10)



Izvor: autorica

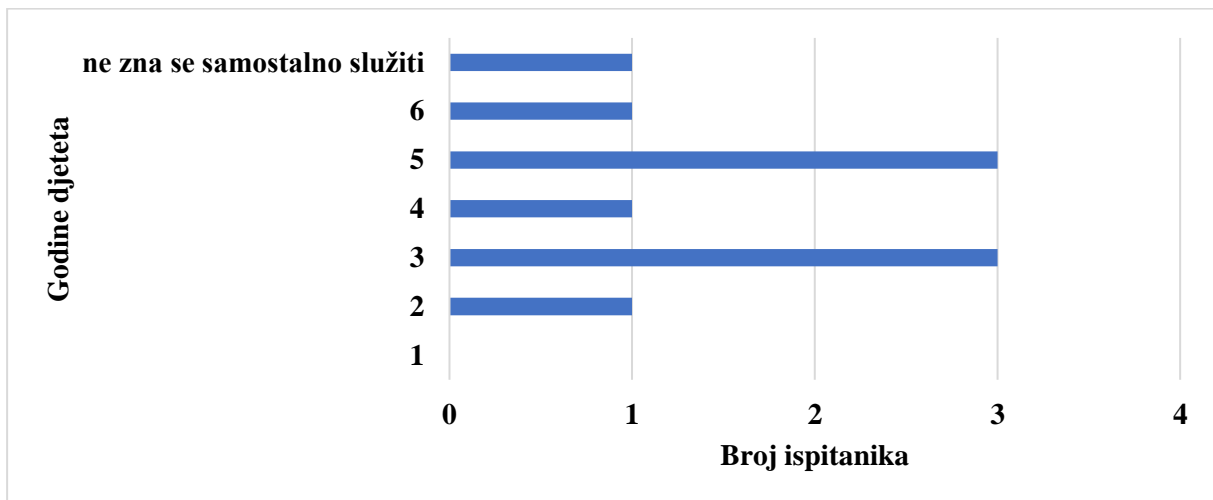
Djeca ispitanika su se prvi put susrela pametnim telefonom ili tabletom od prve do pete godine života (Grafikon 5.), a samostalno su se naučili služiti istim od druge do šeste godine života (Grafikon 6.).

Grafikon 5. S koliko godina je dijete prvi put koristilo pametni telefon/tablet na bilo koji način? (n=10)



Izvor: autorica

Grafikon 6. S koliko godina se Vaše dijete naučilo samostalno služiti pametnim telefonom/tabletom (n=10)

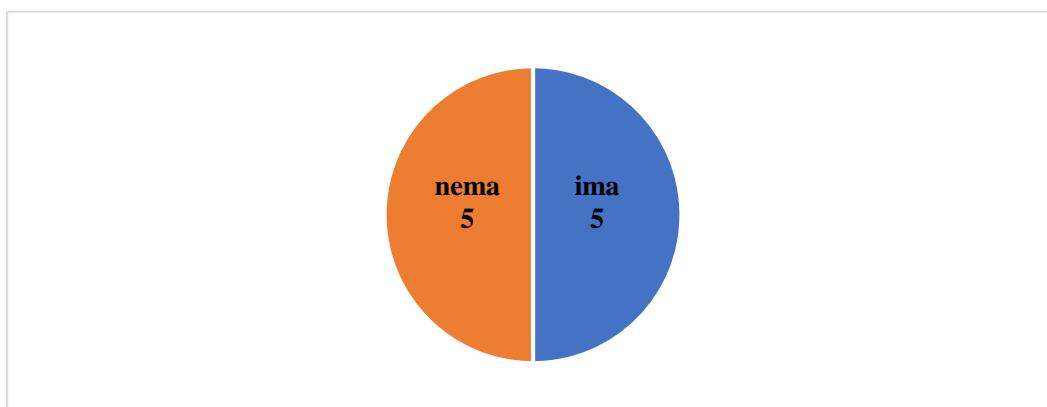


Izvor: autorica

Šestero ispitanika je na pitanje imaju li njihova djeca instalirane igrice na tabletu odgovorilo da ima, dok njih četvero nema. Troje roditelja od šest, čija djeca imaju instalirane igrice, tvrdi da su igrice isključivo edukativno-kreativnog karaktera. Dvoje njih je dogovorilo da igrice služe za razonodu i zabavu, a jedan roditelj ne vidi problem ako igrice nisu isključivo edukativno-kreativnog karaktera.

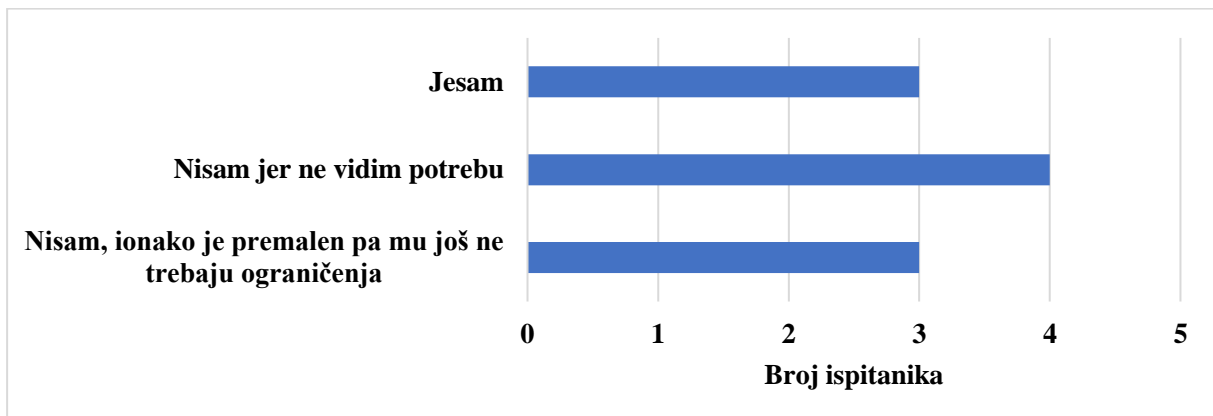
Polovica djece ispitanika ima vlastiti pametni telefon ili tablet (Grafikon 7.). Ograničenja na uređajima koje koriste djeca postavilo je troje roditelja, dok njih sedam smatra da nema potrebe za ograničenjima jer je njihovo dijete premalo (Grafikon 8.).

Grafikon 7. Ima li Vaše dijete vlastiti pametni telefon/tablet? (n=10)



Izvor: autorica

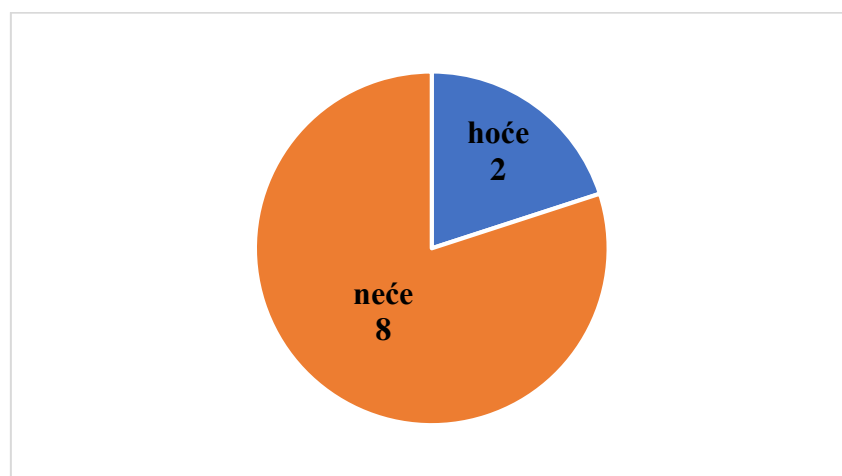
Grafikon 8. Jeste li postavili ograničenja na pametni telefon/tablet s kojim se dijete koristi?
(n=10)



Izvor: autorica

Troje ispitanika odgovorilo je da se njihovo dijete zna samostalno služiti internetom. Sva djeca ispitanika imaju neko ograničeno vrijeme koje smiju provoditi na pametnom telefonu ili tabletu. Od toga troje roditelja ima strogo određeno vrijeme, četvero dogovara sa svojom djecom vrijeme za pametne uređaje, a troje samo procijeni kada je dijete predugo na mobitelu ili tabletu pa mu da oduzme. Kao najčešći razlog za kupovinu pametnog telefona ili tableta djetetu jest činjenica da živimo u modernom dobu i roditelji žele da njihova djeca odrastaju sukladno tome. Samo jedan roditelj je odgovorio da je kupio svom djetetu tablet jer ga sva druga djeca imaju. Roditelji su kupili pametni telefon/tablet svojoj djeci kad su navršila četiri (jedan slučaj), pet (dva slučaja) i šest godina života (dva slučaja).

Grafikon 9. Kada krene u školu, hoće li Vaše dijete ići s vlastitim mobitelom i SIM karticom?
(n=10)



Izvor: autorica

Osam od deset ispitanika ne namjerava svojoj djeci dati mobitel sa SIM karticom za odlazak u školu (Grafikon 9.). Djeca koja će imati mobitel u školi koristit će ga isključivo za javljanje i na njemu će biti nekih ograničenja. Pola ispitanih roditelja je svome dijete upozorilo na opasnosti interneta, dok druga polovica to tek namjerava učiniti. Roditelji svojoj djeci omogućuju korištenje medija jer smatraju da su korisni za igru i učenje (4 odgovora) i kako bi djeca od rane dobi bila informatički pismena (6 odgovora).

5. RASPRAVA

Provedeno istraživanje imalo je za cilj prikazati ulogu medija u životu djece predškolske dobi te ustanoviti kako djeca provode svoje slobodno vrijeme i koja je uloga roditelja u medijskom odgoju. Sva ispitana djeca su na pitanje vole li gledati televiziju odgovorila potvrdno. Televizija je izuzetno djelotvoran medij jer privlači gledatelja u prividnu stvarnost. Televizija u slobodnom vremenu djece uglavnom služi za razonodu i zabavu, stoga nije čudno da deset ispitanika fokus grupe najviše vremena na televiziji gleda crtane filmove. Ispitana djeca imaju omiljene crtane filmove i likove, što potvrđuje hipotezu H1 da djeca predškolske dobi imaju omiljenog izmišljenog lika. Djeca, objašnjavaju Miliša i Zloković (2008: 86), oponašaju omiljene likove i tako traže svoj identitet. Roditelji svih ispitanika znaju da njihova djeca imaju omiljene likove.

Od desetero ispitanice djece predškolske dobi, njih sedam poznaje razlike sadržaja programa za odrasle i za djecu te je upoznato s oznakama dobne prikladnosti. Djeca poznaju termin ograničenja i razumiju zašto ona postoje. Neprimjereni sadržaji za djecu su prizori nasilja, scene smrti i ranjavanja, seksa, prostota, zlouporabe alkohola, droge i duhana, kockanja i slično. Takvi se sadržaji mogu prikazivati u određeno vrijeme ili pod određenim uvjetima te moraju biti označeni dobnom oznakom (Tomljenović, Ilej i Banda, 2018: 8).

Vrijeme kada djeca gledaju televiziju je uglavnom navečer i vikendom. Vikendom, u sedam od deset slučajeva, mogu duže gledati televiziju nego preko tjedna. Time je druga hipoteza djelomično potvrđena. Djeca uglavnom gledaju televiziju navečer, više nego ujutro. Također, sedam od deset djece gleda televiziju tijekom jela.

Djeca gledaju televiziju s roditeljima, ali je najčešće gledaju sami. Gledaju televiziju s roditeljima i to najčešće prije spavanja, ali većinu vremena su sami što potvrđuje hipotezu H3. Sindik (2012: 10) je u svom istraživanju⁵ također došao do rezultata da djeca televiziju najčešće gledaju sama ili s vršnjacima, nego s roditeljima.

Uz gledanje crtanih filmova, omiljena aktivnost svih ispitanih dječaka je igranje igrice. Igrice su jako važan dio svakodnevnog života dječaka. S druge strane, djevojčice radije vrijeme

⁵ Istraživanje je provedeno u četiri dječja vrtića Grada Zagreba i Zagrebačke županije na uzorku od 371 ispitanog roditelja u upitniku „Predškolska djeca i mediji – roditelji“

provode u društvu drugih djevojčica. Navedeno potvrđuje hipotezu H4 da dječaci više igraju igrice nego djevojčice. U istraživanju je pokazano kako čitanje slikovnica nadmašuje i gledanje televizije i svu ostalu konzumaciju masovnih medija. Kovačević (2007: 55-56) je u svom istraživanju provedenom 2006. godine na uzorku od 195 učenika u tri osnovne škole došao do rezultata da 53,8% ispitanika računalo koristi za igranje igrica. Također, autor je došao do zaključka da učenici viših razreda češće igraju računalne igre. Slobodno vrijeme koje djeca koriste za igranje igrica predstavlja djetetovu slobodnu volju. Neki roditelji podržavaju djecu u takvom načinu provođenja slobodnog vremena, dok drugi ne. Nema dvojbe da se računalne igre smatraju medijem koji stvara ovisnost i potiče agresivnost. S druge strane, takva aktivnost može pridonijeti razvoju vizualnih vještina i motorike kod djece (Kovačević, 2007: 51).

Na temelju svih dobivenih rezultata može se zaključiti da djeca u slobodnom vremenu uglavnom zadovoljavaju funkciju razonode i zabave primjenom masovnih medija. Utjecaj masovnih medija ovisi o vremenu i načinu konzumiranja istih. Jako bitnu ulogu u izlaganju djece medijskom sadržaju imaju roditelji (Sindik, 2012: 6).

Visok je broj roditelja koji su zaposleni, njih osam od deset. U većini ispitanih slučajeva, broj djece je jedno ili dvoje, dok u samo dva slučaja ispitani imaju troje djece, što je ujedno i najveći broj djece u ovom istraživanju. Na pitanje koliko su informatički pismeni na skali od jedan do pet, jedan roditelj je označio svoju informatičku pismenost brojem tri, dvoje brojem četiri, a ostali, njih sedam, smatraju da su izvrsno informatički pismeni.

Na pitanje s koliko godina je vaše dijete počelo gledati televiziju, roditelji su mogli odabrati odgovore od prve do šeste godine života. Odgovori su većinom, četiri od deset, bili s jednom godinom. U navedenom pitanju mislilo se striktno na podatak kad dijete počinje gledati i to u smislu prvog kontakta s televizijskim programom, ne u smislu kad je dijete samostalno počelo gledati televizijski sadržaj. Troje roditelja je odgovorilo da je njihovo dijete počelo gledati televiziju u drugoj godini života, a troje s tri godine. Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014: 58) su u svom istraživanju, provedenom na 837 roditelja djece predškolske dobi na području Grada Zagreba, došli do rezultata da je 35,9% djece, prema iskazima roditelja, počelo gledati televiziju u prvoj godini života, njih 39,9% u drugoj godini života, a 4,7% prije prve godine života.⁶

⁶ Navedeno istraživanje provedeno je na uzorku od 761 ispitanog roditelja

Zanimljivo je koliko, po procjeni roditelja, dnevno djeca provode vremena gledajući televiziju, preko tjedna i vikendom. Kad je u pitanju tjedan, ponuđeni odgovori su bili: manje od sat vremena, do dva sata, više od dva sata i ne mogu točno procijeniti. Sedmero roditelja odabralo je odgovor do dva sata dnevno, dok je njih troje odabralo manje od sat vremena. Kad je u pitanju vikend, u pet slučajeva, gledanje televizije je jednako kao i preko tjedna, dok je u četiri slučaja zaokružen odgovor kako vikendom nemaju obaveza pa dozvole djeci dulje gledanje televizije. Preostao odgovor je da majka nije mogla procijeniti razliku. Kada priložimo uz to i podatak da u četiri slučaja, u domovima ispitanih obitelji, televizija ponekad zna ostati upaljena i kada ju nitko ne gleda, dok u jednom odgovoru stoji da televizija ostaje često upaljena. Majka rođena 1983. godine zaokružila je da njezino dijete gleda televiziju manje od sat vremena dnevno kada je u pitanju tjedan, kao i da u njenom domu televizor često zna ostati upaljen iako ga nitko od ukućana ne gleda. Ista majka dopušta vikendom djetetu dulje gledanje televizije u odnosu na tjedan, a u daljnjim pitanjima objašnjava da je to zato što su vikendi vrijeme za zabavu i opuštanje. Ako se dijete, na primjer, igra i uz to pogleda prema televiziji kada ga neki zanimljivi kadar privuče, može nesvjesno prestati s igrom i početi gledati televiziju. Zaključak je da je televizija ipak broj jedan medij kojega ispitane obitelji konzumiraju. Dva sata dnevno, vikendom i više, svakako je značajan broj na tjednoj bazi. Poulain i suradnici (2018: 4-5) proveli su istraživanje u Njemačkoj na uzorku od 527 roditelja predškolske djece u dobi od dvije do šest godina. Većina djece ispitanika, njih 56%, provodi vrijeme pred televizijom u prosjeku pola sata dnevno, a 20% djece gleda televiziju dulje od jednog sata dnevno.

Dvoje roditelja dozvoljava djeci vikendom više koristiti internet i televiziju jer smatraju kako je vikend vrijeme za opuštanje i zabavu, četiri ispitanika tvrde kako razlike u odnosu na tjedan nema. Troje roditelja smatra kako njihova djeca vikendom više vremena provode u igri, a manje koristeći medije dok jedna roditelj ne može procijeniti razliku u odnosu na tjedan. Time je potvrđeno da i vikendom djeca provode vrijeme uz medije i to najčešće koliko i preko tjedna. Adamiak (2015: 7) je 2015. godine provela anketu na uzorku od 126 roditelja djece predškolske dobi u dva vrtića u San Diegu. Roditelji su dali podatke o korištenju medija za 66 djevojčica i 60 dječaka. Na pitanje koliko prosječno dnevno dijete provodi vremena koristeći medije, roditelji su odgovorili da troše 63,19 minuta na gledanje televizije, 10,05 minuta za korištenje računala i 25,90 minuta na pametnim telefonima ili tabletima (Adamik, 2015: 10).

Na pitanje prate li uvijek koje programe njihovo dijete gleda na televiziji, svi roditelji su odgovorili potvrdno, što potvrđuje hipotezu H5., odnosno da su roditelji upoznati s medijskim

sadržajem koji prate njihova djeca. Petero ispitanih roditelja smatra kako je dovoljno samo objasniti djetetu što je dozvoljeno, a što nije. Čak troje roditelja smatra kako dijete samo zna što je prilagođeno njegovom uzrastu, a što ne. Samo dva roditelja svome djetetu uključe kanal koji je namijenjen njegovom uzrastu. Kada je u pitanju roditeljski nadzor nad dječjim korištenjem medija, Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014: 59) su u svom istraživanju na 823 ispitana roditelja došli do odgovora da 522 roditelja uvijek nadziru koje medije njihovo dijete koristi. Njih 243 često nadzire svoje dijete, 49 ponekad, šestero rijetko, a troje ispitanih roditelja nikad ne nadzire svoje dijete kad su u pitanju mediji.

Roditelji su na pitanje bira li njihovo dijete samostalno programe koje gleda u sedam slučajeva odgovorili da bira samostalno, a tek u troje roditelja se izjasnilo kako dijete ne bira samo kanale. Ukoliko dijete samostalno bira kanale koje želi gledati, mogu li onda roditelji zbilja kontrolirati i pratiti točno i u svakom trenu što dijete gleda, na samim roditeljima je da procjene. Možda ih rezultati ovog istraživanja navedu da ipak malo više kontrole uvedu u to koji sadržaj dijete gleda i što se prikazuje na televiziji.

Djeca šestero ispitanih roditelja gledaju isključivo televizijske programe namijenjene djeci, dok preostalih četvero gleda kombinaciju dječjih i ostalih kanala. Sa svime navedenim na umu, prilično je teško kao roditelj sa sigurnošću reći da uvijek budno prati što dijete gleda na televizijskom programu, pogotovo ako su svjesni da djeca gledaju kombinaciju dječjih, ali i ostalih kanala.

Sedmero roditelja dogovorilo je da njihovo dijete ima omiljeni crtani film koji najradije gleda, njih dvoje ima više omiljenih crtanih filmova, dok samo jedno dijete, prema procjeni roditelja, nema omiljeni crtani film. Crtane filmove najčešće, njih čak osmero, gledaju s kanala koji su specijalizirani samo za crtane filmove. Većina roditelja djece predškolske dobi kupuju svojoj djeci majice ili igračke s omiljenim likom iz crtanoog filma, dok dvoje roditelja djeci to radi često. Povezanost omiljenog crtanoog filma i najdražeg lika, potvrdila su i djeca u fokus grupi gdje su pričali kako vole oponašati svoje idole i nositi odjeću s najdražim likom. Na pitanje da li njihovo dijete oponaša svog omiljenog junaka četvero roditelja odgovorilo je da oponašaju likove kroz igru s vršnjacima, troje je izjavilo kako dijete zna imitirati svoj omiljeni lik govorom i/ili odijevanjem, dok se jedno dijete naziva imenom omiljenog junaka. Dvije majke nisu primijetile da njihovo dijete oponaša omiljenog junaka kroz navedene primjere. Nije rijetkost da djeca u vrtiću žele odglumiti neku televizijsku situaciju, pa se tada ne ponašaju baš

najuzoritije (Mikić, 2002). Djeca imaju potrebu identificirati se s karakterima koje vide na televizijskom ekranu. Žele biti poput junaka koje smatraju atraktivnima, osjećaju da su likovi slični njima ili žele biti poput njih. Identificirajući se s junacima iz crtanih filmova ili stvarnim ljudima iz serija, postaju podložnija utjecaju medija. U vrtićkoj dobi počinju se razvijati povezanost i privrženost s omiljenim im junakom (Blažević, 2012). Istraživanjem je dokazano i prikazano da djeca pronalaze idole u junacima i likovima iz omiljenih crtanih filmova i serija prilagođenih njihovom uzrastu.

Četiri od deset ispitanih roditelja je odgovorilo da je njihovo dijete prvi put koristilo pametni telefon ili tablet s četiri godine. Devet od deset ispitanika odgovorilo je da se njihovo dijete zna samostalno služiti pametnim telefonom ili tabletom. Može se zaključiti da se djeca prvi put susreću s tabletom ili pametnim telefonom u četvrtoj godini života, dok se s istim nauče služiti u razdoblju od četvrte do šeste godine. Djeca koja se ranije upoznaju s tabletom ili pametnim telefonom, nauče se i ranije njima služiti i to u rasponu godina od dvije do četiri.

Četvero djece posjeduje vlastiti tablet ili pametni telefon. Tablet ili pametni telefon roditelji su im najčešće kupili sa šest godina. S obzirom na činjenicu da su u ispitivanju sudjelovala djeca predškolske dobi i njihovi roditelji, da se zaključiti da su tablet ili pametni telefon tek nedavno dobili, i to polovica ispitanih, dok su ostala polovica dobila tablet s pet godina. Šestero djece na tabletu (ne nužno u njihovom vlasništvu) ima instalirane igrice, dok njih četvero nema.

Na pitanje jesu li te igrice na pametnom telefonu ili tabletu isključivo edukativno-kreativnog karaktera, odgovori su bili podijeljeni. Troje roditelja djeci dozvoljavaju igranje igrice samo edukativno-kreativnog karaktera. Troje roditelja je postavilo ograničenja na pametne telefone i tablete, dok ostali smatraju da za to nema potrebe. Također, troje roditelja je postavilo strogo ograničeno vrijeme koje njihovo dijete smije provesti koristeći pametni telefon ili tablet. Razlog kupovine tableta ili pametnog telefona u čak sedam slučajeva je činjenica da živimo u modernom dobu i roditelji žele da njihovo dijete odrasta sukladno tome.

Prema procjeni roditelja, troje djece se zna samostalno služiti internetom dok ostatak ne zna. Po pitanju upozoravanja na opasnosti koje korištenje interneta nosi, roditelji su podijeljenog mišljenja. Tako je pola roditelja odgovorilo kako su objasnili djetetu koje opasnosti vrebaju internetom dok polovica nije, ali imaju namjeru objasniti svojoj djeci. Roditelji svojoj djeci omogućuju korištenje medija jer smatraju kako su korisni za učenje i igru te žele da njihova

djeca budu informatički pismena od rane dobi. Dinleyici i suradnici (2016) su proveli anketu o upotrebi medija u Turskoj na uzorku od 333 roditelja. Na pitanje o praćenju sadržaja koji djeca koriste na računalu odgovorilo je 178 roditelja. 35,4% ispitanih roditelja prati medijski sadržaj skupa s djetetom, 13,5% roditelja koristi obiteljski filter, a 33,1% roditelja više vole provjeriti internet povijest nakon što dijete završi s korištenjem računala.

Na temelju rezultata uglavnom se može doći do pozitivnih zaključaka, s obzirom da roditelji nadziru medijski sadržaj koji koriste njihova djeca. Iako je činjenica da djeca sve više vremena provode uz medije nego u igri. Prije istraživanja se dalo pretpostaviti kako će obrazovaniji roditelji imati drugačiji odnos prema korištenju medija. Veći stupanj obrazovanja omogućuje više znanja o utjecaju medija na djecu. Međutim, ovo istraživanje je pokazalo da stupanj obrazovanja ne utječe na stavove roditelja prema medijima. Može se zaključiti da djeca predškolske dobi koriste medije onoliko koliko i njihovi roditelji, ali ipak ograničeno i uz nadzor roditelja.

Elektronički mediji postaju sve važniji u životu djece i mladih, posebice računalne igre. Koliko će djeca tad vremena provodit uz računalo i računalne igre, nije poznato. Sve to stavlja pred medijske pedagoge zadatak kako već i u dobi djece predškolske dobi moraju voditi računa o suvremenoj uporabi medija (Mikić, 2002). Većina roditelja svojoj djeci omogućuje korištenje masovnih medija kako bi djeca živjela sukladno vremenu u kojem živimo i bila što prije informatički pismena.

Djeca odrastaju uz medije od najranije dobi. Roditelji trebaju toga biti svjesni jer se djeca neće susretati samo s njihovim utjecajem u svijetu medija. Tu je bitna uloga društvene okoline u kojoj se dijete nalazi: vršnjaci, dječji vrtić, škola, braća i sestre. Na djecu, osim medija, utječe i pasivnost okoline u kojoj odrastaju i nespремnost na život s medijima. Mediji prenose informacije, ali služe i za zabavu, čega roditelji moraju biti svjesni. Vrlo je važno da djeca spoznaju pozitivne i negativne strane medija. Stoga roditelji moraju biti upoznati s medijskim odgojem i znati kako koristiti pojedini medij te znati kako taj medij djeluje na njihovo dijete (Sindik, 2012: 7).

Sindik (2012: 27) navodi kako odgajatelji iz vrtića mogu potaknuti medijsku pismenost roditelja kroz pružanje informacija o medijima, usmene razgovore, upućivanje na stručne izvore o medijima, organizaciju tematskih sastanaka s roditeljima i slično.

Istraživanje je provedeno na prilično malom uzorku jer je bilo ograničeno na jedan dječji vrtić u Zagrebu. Nažalost, kako velika većina roditelja nije željela sudjelovati u istraživanju, vrijeme za skupljanje anketa se znatno produljilo. Navedeno je onemogućilo ozbiljnije generaliziranje dobivenih rezultata. Također, mora se uzeti u obzir eventualna pristranost roditelja u procjeni vlastitog djeteta i vlastitog utjecaja na dijete. Buduća istraživanja bi bilo dobro provesti na većem broju ispitanika i obuhvatiti više vrsta medija.

6. ZAKLJUČAK

Današnje informacijsko društvo doprinosi znanju i obrazovanju, ali s druge strane donosi i probleme u odgojno-obrazovnom razvoju. Masovni mediji nude sve manje obrazovnog i informativnog, a sve više sadržaja za razonodu i zabavu. Svijet u kojem živimo nemoguće je zamisliti bez masovnih medija koji su svakodnevice roditelja i njihove djece. Masovni mediji promatraju se kao sredstva distribucije medijskih sadržaja te kao sredstva razmjene među ljudima. Njihova glavna uloga je slanje poruka, a koriste se i kao sredstvo prenošenja popularne kulture.

Djecu i mlade najviše zanimaju mediji koji plasiraju zabavni program što može pozitivno, ali i negativno utjecati na njihov svakodnevni život. Oni danas sve lakše upravljaju novim tehnologijama. Internet je omogućio sve veću prisutnost djece i mladih u kreiranju novih medija. Mediji tako sve više utječu na oblikovanje stilova ponašanja i vrijednosti djece i mladih te imaju snažnu odgojnu moć. Stoga je bitna važnost medijskog obrazovanja djece još od predškolske dobi. Odgojno-obrazovni sustav, koji će naučiti djecu i mlade kritičkom mišljenju, potreban je u svakom modernom sustavu. Stvaranje kritičkog mišljenja počinje u obiteljskom odgoju, a trebalo bi se dalje poticati kroz odgojno-obrazovne ustanove.

Masovni mediji danas nude sve manje informativnog sadržaja, a sve više onog zabavnog te tako sve više utječu na ponašanje mladih. Mediji su sveobuhvatna sila koja postaje sve dominantnija u životu djece. Roditelji dozvoljavaju djeci korištenje medija koji imaju ulogu „dadilje“. Djeca su često fascinirana i uživaju u medijskim uređajima. Međutim, postoje sukobljeni rezultati istraživanja i dokazi o vrijednosti tehnologije u razvoju djece. U Njemačkoj su Poulain i suradnici (2018: 2) proveli su istraživanje u kojem su došli do zaključka da je korištenje elektroničkih medija kod predškolske djece međusobno povezano s poteškoćama u njihovu ponašanju. Zbog nemogućnosti potpune kontrole praćenja djece pri korištenju medija postoje brojni pravilnici i zakoni kako bi se djeca zaštitila. U Republici Hrvatskoj najznačajniji su Zakon o elektroničkim medijima i Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti, a Hrvatska je i zemlja potpisnica Konvencije o pravima djeteta.

Cilj istraživanja ovog rada bio je prikazati ulogu medija u životu djece predškolske dobi. Cilj je bio ustanoviti i kako djeca provode svoje slobodno vrijeme te koja je uloga roditelja u

medijskom odgoju. Četiri od pet postavljenih hipoteza su potvrđene, dok je jedna djelomično potvrđena.

Deset ispitanika fokus grupe najviše vremena na televiziji gleda crtane filmove. Ispitana djeca imaju omiljene crtane filmove i likove, što potvrđuje hipotezu H1 da djeca predškolske dobi imaju omiljenog izmišljenog lika. Od desetero ispitane djece predškolske dobi, njih sedam poznaje razlike sadržaja programa za odrasle i za djecu te je upoznato s oznakama dobne prikladnosti. Vrijeme kada djeca gledaju televiziju je uglavnom navečer i vikendom. Vikendom, u sedam od deset slučajeva, mogu duže gledati televiziju nego preko tjedna. Time je druga hipoteza djelomično potvrđena jer djeca više gledaju televiziju vikendom i navečer, nego ujutro. Djeca najčešće gledaju televiziju sami. Gledaju televiziju s roditeljima i to najčešće prije spavanja, ali većinu vremena su sami što potvrđuje hipotezu H3. Uz gledanje crtanih filmova, omiljena aktivnost svih ispitanih dječaka je igranje igrice. Djevojčice radije vrijeme provode u društvu drugih djevojčica. Navedeno potvrđuje hipotezu H4. Iz istraživanja metodom fokus grupa može se zaključiti da djeca u slobodnom vremenu uglavnom zadovoljavaju funkciju razonode i zabave primjenom masovnih medija.

Roditelji su u istraživanju potvrdili da svojoj djeci dopuštaju korištenje masovnih medija jer smatraju da živimo u modernom dobu i da njihovo dijete treba odrastati sukladno tome. Djeca u prosjeku provode do dva sata dnevno u gledanju televizijskog programa, većinom crtanih filmova. Mediji mogu imati ulogu „trećeg roditelja“ s kojim dijete provodi vrijeme, uz nadzor roditelja i na konstruktivan način. U istraživanju se nekolicina roditelja izjasnila kako nadgledaju svoju djecu prilikom gledanja televizije. Djeca i sama poznaju ograničenja televizijskog programa što pokazuje da su ih roditelji tome naučili i da su svjesni da se toga moraju pridržavati. Djeca predškolske dobi preferiraju gledati televizijski program ujutro i navečer te tijekom jela i sama. U crtanim filmovima ili serijama, djeca imaju najdraže junake u kojima pronalaze idole. Internetom se većinom ne znaju služiti, ako i znaju to je ograničeno. Pametni telefon ne posjeduje nijedno dijete dok tablet ima nekolicina ispitane djece. Ispitani roditelji neće slati svoju djecu u školu s mobitelom i pripadajućom SIM karticom, ako i hoće, to će biti samo da im se djeca u bilo kojem trenutku mogu javiti.

Upotreba medija od strane roditelja je bitan faktor dječje medijske potrošnje. Ukupno vrijeme provedeno na medijima od strane djece i roditelja kod kuće je podjednako. To ukazuje na to da

roditeljska upotreba određenih medija i uređaja u obiteljskom okruženju može lakše upoznati djecu s novim tehnologijama već u njihovim ranim godinama. Zaključak je da djeca vrlo rano počinju svoj suživot s masovnim medijima uz kontrolu i nadzor roditelja. Upoznata su s ograničenjima i znaju procijeniti koji je sadržaj prigodan njihovom uzrastu, a koji nije. Izazov je odgajati dijete u dobu masovnih medija, a napretkom tehnologije i roditelji i odgajatelji susrest će se s novim izazovima.

Na temelju dobivenih rezultata može se doći do uglavnom pozitivnih zaključaka. Roditelji nadziru medijski sadržaj koji koriste njihova djeca, međutim djeca sve više vremena provode uz medije nego u igri. Moglo se pretpostaviti da će obrazovaniji roditelji imati drugačiji odnos prema korištenju medija jer se pretpostavlja da znaju više o utjecaju medija na djecu. No, istraživanje je pokazalo da stupanj obrazovanja ne utječe na stavove roditelja prema medijima. Može se zaključiti da djeca predškolske dobi koriste medije ograničeno i uz nadzor roditelja, ali onoliko često koliko i njihovi roditelji. Važno je da se djecu upozna s pozitivnim i negativnim stranama medija, stoga roditelji moraju biti upoznati s medijskim odgojem i znati kako koristiti pojedini medij. Osim obiteljskog odgoja važnu ulogu ima obrazovni sustav. Djeca su upoznata s medijima puno prije nego što krenu u školu, što pokazuju rezultati ovog istraživanja. Stoga je važno da država prepozna važnost medijskog obrazovanja djece još u predškolskoj dobi. U Republici Hrvatskoj djecu se o medijima uči tek u prvom razredu osnovne škole u nastavnom predmetu Hrvatski jezik. Do tada su prepušteni roditeljima kojima često nedostaje kvalitetno znanje o medijskim sadržajima.

7. POPIS LITERATURE

1. Adamiak, Lara (2015) Exploratory Study of Parent's Perceptions of Their Preschooler's Screen Media Usage, *Undergraduate Honors Theses*, 8: 1-25.
2. Blažević, Nensi (2012) Djeca i mediji – odgoj na „televizijski“ način, *Nova prisutnost*, 10 (3): 479-493.
3. Brajdić, Igor (2002) Vrednovanje anketnih upitnika sa stajališta ispitanika-menadžera u turizmu, *Tourism and hospitality management*, 8 (1-2): 65-78.
4. Ciboci, Lana, Kanižaj, Igor, Labaš, Danijel (2014) Media Education from the Perspective of Parents of Preschool Children: Challenges and Trend in Free Time Media Use, *Medijska istraživanja*, 20 (2): 53-67.
5. Dinleyici, Meltem, Carman, Kursat Bora, Ozturk, Emel i Sahin-Dagli, Figen (2016) Media Use by Children, and Parents' Views on Children's Media Usage, *Interactive Journal of Medical Research*, 5 (2): 1-12.
6. Erjavec, Karmen (2005) Odgoj za medije: od koncepta do školske prakse. U: Nada Zgrabljic Rotar (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo*. (str. 77-106.). Sarajevo: Mediacentar
7. Ilišin, Vlasta (2003) Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima, *Medijska istraživanja*, 9 (2): 9-34.
8. Ilišin, Vlasta, Marinović Bobinac, Ankica, Radin, Furio (2001) *Djeca i mediji*. Zagreb: Državni institut za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži i Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
9. Kanižaj, Igor, Car, Viktorija (2015) Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti. U: Car, Viktorija, Turčilo, Lejla, Matović, Marijana (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije* (19-38). Sarajevo: Fakultet političkih nauka
10. Kovačević, Stjepan (2007) Slobodno vrijeme i računalne igre, *Školski vjesnik*, 56 (1-2): 49-63.
11. Labaš, Danijel, Marinčić, Petra (2018) Mediji kao sredstvo zabave u očima djece, *Medianali*, 12 (15): 1-5.
12. Livazović, Goran (2009) Teorijsko-metodološke značajke utjecaja medija na adolescente, *Život i škola*, 21 (57): 108-115.

13. Mikić, Krešimir (2002) Medijski odgoj u vrtiću, *Zapis – bilten Hrvatskog filmskog saveza*, 38.
14. Mikić, Krešimir (2002) Mediji u vrtiću, *Zapis – bilten Hrvatskog filmskog saveza*, 38.
15. Miliša, Zlatko, Ćurko, Bruno (2010) Odgoj za kritičko mišljenje i medijska manipulacija, *MediAnali*, 4 (7): 57-72.
16. Miliša, Zlatko, Tolić, Mirela, Vertovšek, Nenad (2009) *Mediji i mladi*. Zagreb: Sveučilišna knjižara
17. Miliša, Zlatko, Zlokvić, Jasminka (2008) *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima*. Zagreb: MarkoM
18. Peruško, Zrinjka (2011) *Uvod u medije*. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo.
19. Poulain, Tanja, Vogel, Mandy, Neef, Madlen, Abicht, Franziska, Hilbert, Anja, Genuneit, Jon, Körner, Antje i Kiess, Wieland (2018) Reciprocal Associations between Electronic Media Use and Behavioral Difficulties in Preschoolers, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15 (814): 1-13.
20. Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti radi zaštite maloljetnika (2008) *Narodne novine*, 47/2008
21. Robotić, Petra (2015) Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti, *Journal of Applied Health Sciences*, 1 (2): 81-96.
22. Sindik, Joško (2012) Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?, *Medijska istraživanja*, 18 (1): 5-33.
23. Skoko, Božo, Benković, Vanesa (2009) Znanstvena metoda fokus grupa – mogućnosti i načini primjene, *Politička misao*, 46 (3): 217-236.
24. Tolić, Mirela (2008) Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji, *Acta Iadertina*, 5: 1-13.
25. Tolić, Mirela (2009) Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, 22 (2): 97-103.
26. Tomljenović, Robert, Ilej, Marin, Banda, Gorana (2018) *Djeca i mediji – knjižica za roditelje i skrbnike djece*, Nacionalni audiovizualni institut Finske, Odjel za medijsko obrazovanje i audiovizualne medije (MEKU) Agencija za elektroničke medije, Hrvatska Ured UNICEF-a za Hrvatsku
27. Zakon o elektroničkim medijima (2009) *Narodne novine*, 153/2009
28. Zgrabljčić Rotar, Nada (2005) Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaj i medijski utjecaji. U: Nada Zgrabljčić Rotar (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo*. (str. 9-44.). Sarajevo: Mediacentar

Internetski izvori

1. DZS, Državni zavod za statistiku (2017) Primjena informacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2017., prvi rezultati, 5.12.2017., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/02-03-02_01_2017.htm, pristupljeno: 30. kolovoza 2018.
2. MojTv.hr (2018) Svemoguća Kim, <https://mojtv.net/kanal/tv-program/370/rtl-kockica/2017-08-17/emisija/83988118/svemoguca-kim>, pristupljeno: 30. kolovoza 2018.
3. MojTv.hr (2018) Mašine priče, <https://mojtv.hr/film/38538/masine-price.aspx>, pristupljeno: 14. lipnja 2018.
4. Nielsen, „Tops of 2016: Digital“ (2016), <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2016/tops-of-2016-digital.html> pristupljeno: 30. kolovoza 2018.
5. NOK, Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće, obvezno i srednjoškolsko obrazovanje (2011) Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf pristupljeno: 29. kolovoza 2018.
6. Pažur, Monika (2017) Djeca imaju pravo na informaciju, slobodu izražavanja mišljenja i na privatnost, *Prava djece i mladih u medijima*, 19.11.2017. <http://www.medijskapismenost.hr/djeca-imaju-pravo-na-informaciju-slobodu-izrazavanja-misljenja-ali-i-na-privatnost/> pristupljeno: 30. kolovoza 2018.
7. RTL (2018) Lego Ninjago, <https://www.rtl.hr/programi/djecji/11414/lego-ninjago/>, pristupljeno: 14. lipnja 2018.
8. RTL (2018) Violetta, <https://www.rtl.hr/programi/serije/11473/violetta/>, pristupljeno: 30. kolovoza 2018.
9. Statista, „Most famous social network sites 2017, by active users“ (2017), <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> pristupljeno: 30. kolovoza 2018.

8. PRILOZI

8.1. Prilog 1. Natuknice za fokus grupu

Draga djeco, htjela bih s vama pričati o tome kako volite provoditi slobodno vrijeme!

Gledate li televiziju?

Koji vam je najdraži crtić?

- Koliko ga često gledate
- Ako ga većina gleda, ispitivati o tom liku, što vole na njemu, koliko često gledaju baš taj crtić, u koje vrijeme, znaju li roditelji za tog lika, vole li i roditelji taj crtić
- Kažu li vam mama/tata da više ne smijete gledati tv ili taj crtić i zašto
- Volite li gledati tv? Zašto?
- Gledate li tv tijekom jela?
- Pričaš li mami i tati što si gledao na tv-u?
- Što radite kad ne gledate tv?
- Što je bolje: gledati tv, igrati igrice ili slikovnica?

Znate li se služiti mobitelom/tabletom?

- Što radite na njemu
- Imate li svoj, tko vam je kupio i koliko ste tada imali godina
- Je li to samo tvoj mobitel/tablet
- Smije li mama/tata na tvoj mobitel/tablet

Jeste pričali s mamom i tatom o tome što smiju gledati veliki a što mali na tv-u?

- Što? Što gledaju mama i tata, a što ti? Smiješ li gledati ono što samo veliki gledaju? Što je to?
- Tko više gleda tv ti ili mama i tata?
- Da li je bolje gledati tv s mamom i tatom ili sam/bratom i sestrom?
- Zašto?
- Koliko često gledaš tv s mamom i tatom?

Jeste li ikada bili u kazni?

Što vam roditelji zabrane? Jeste li onda tužni?

8.2. Prilog 2. Anketa za roditelje

Poštovani roditelji!

Provodim istraživanje za potrebe diplomskog rada na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu s ciljem istraživanja uloge medija u životu djeteta predškolske dobi.

Anketa je anonimna i trajat će nekoliko minuta.

Molim Vas da na pitanja odgovarate što iskrenije.

Ako Vas zanimaju rezultati koje ću dobiti ovim istraživanjem, molim Vas da ostavite svoju e-mail adresu na za to predviđenoj listi na oglasnoj ploči. Rezultate istraživanja očekujte krajem rujna.

Hvala Vam na odvojenom vremenu.

S poštovanjem, Matea Renić

8. Koliko radnim danom, dnevno, vaše dijete gleda TV?
 - a. Manje od sat vremena
 - b. Do dva sata
 - c. Više od dva sata
 - d. Ne mogu točno procijeniti

9. U našem domu - TV je upaljen i kad ga nitko ne gleda?
 - a. Ponekad
 - b. Često
 - c. Nikad

10. Koliko vikendom vaše dijete gleda TV?
 - a. Isto kao i preko tjedna
 - b. Vikendom nema obaveza pa može dulje gledati TV
 - c. Ne mogu procijeniti

11. Koje programe vaše dijete gleda?
 - a. Isključivo TV programe namijenjene djeci
 - b. Kombinaciju dječjih kanala i ostalih kanala
 - c. Nisam siguran

12. Bira li vaše dijete ikada samostalno programe koje gleda?
 - a. Da
 - b. Ne

13. Pratite li uvijek koje programe dijete gleda na TV-u?
 - a. Da
 - b. Ne

14. Ako je prošli odgovor bio „Da“, objasnite kako?
 - a. Djetetu sam objasnila što smije gledati a što ne
 - b. Uključim mu TV kanal koji je prigodan njegovom uzrastu
 - c. Dijete samo zna što gledati
 - d. Uključena je roditeljska zaštita

15. Može li vaše dijete vikendom više koristiti Internet i TV?
- Može jer je vikend vrijeme za opuštanje i zabavu
 - Nema razlike u odnosu na tjedan
 - Vikendom više vremena provodi u igri a manje koristeći medije
 - Ne mogu procijeniti
16. Ima i dijete svoj omiljeni program/crtić koji najradije gleda?
- Ima
 - Nema
 - Ima ih više
17. Gleda li crtiće s kanala koji su specijalizirani samo za crtiće, odnosno onih koji prikazuju samo crtiće? Npr. Cartoon Network
- Najčešće
 - Ne mogu procijeniti
 - Ne
18. Ako dijete ima najdraži crtić, kupujete li mu majice ili igračke s omiljenim likom?
- Kupila sam nekoliko puta
 - Kupujem često
 - Nisam nikada
19. Oponaša li dijete svog omiljenog junaka?
- Da, kroz igru s vršnjacima
 - Zna ga imitirati govorom i/ili odijevanjem
 - Ponekad se naziva imenom omiljenog junaka
 - Nisam primijetila
20. S koliko godina je dijete prvi put koristilo pametni telefon/tablet na bilo koji način?
Gledanje crtića, slušanje pjesmica i sl.?
- 1
 - 2
 - 3

- d. 4
- e. 5
- f. 6

21. S koliko godina se dijete naučilo samostalno služiti pametnim telefonom/ tabletom?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6
- g. Ne zna se samostalno služiti

22. Ima li dijete na tabletu instalirane igrice?

- a. Ima
- b. Nema

23. Ako ima, jesu li te igrice isključivo edukativno/kreativnog karaktera? (Npr. spajanje boja i oblika)

- a. Jesu, samo su edukativno/kreativnog karaktera
- b. Igrice su razonoda i trebaju biti i zabavne
- c. Ne vidim problem ako igrice nisu isključivo edukativno/kreativnog karaktera
- d. Ne vodim kontrolu oko igrica koje dijete igra dok god je to njemu zabavno i meni je u redu

24. Ima li dijete svoj tablet/ pametni telefon?

- a. Ima
- b. Nema

25. Jeste li postavili ograničenja na tablet/ pametni telefon koji dijete koristi?

- a. Nisam, ionako je premalen pa mu još ne trebaju ograničenja
- b. Nisam jer ne vidim potrebu
- c. Jesam

26. Zna li se dijete samostalno služiti internetom?
- Naravno da zna
 - Premalen je za to
 - Ne zna
27. Ima li dijete ograničeno vrijeme koje smije provesti na tabletu/ pametnom telefonu?
- Ima strogo ograničeno vrijeme kao i kada ga i kako smije koristiti
 - Dogovorili smo se da ne bi smio biti dugo
 - Kada vidim da je predugo na tabletu/pametnom telefonu, oduzmem mu ga
 - Nema ograničenja
28. Koji je razlog kupovine tableta/pametnog telefona djetetu? (odaberite jedan odgovor)
- Sva djeca ga imaju, ne može on biti jedini koji ga nema
 - Živimo u modernom dobu i dijete odrasta sukladno tome
 - Ne znam točno
29. Koliko je godina dijete imalo kada ste mu kupili tablet/pametni telefon?
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
30. Kada će krenuti u školu, hoće li vaše dijete ići sa svojim mobitelom i SIM karticom?
- Naravno, već ga ima
 - Hoće
 - Neće
31. Hoće li na mobitelu biti ograničenja?
- Neće
 - Mobitel će mu služiti isključivo da mi se može javiti
 - Bit će nekih ograničenja

32. Jeste li upozorili dijete na opasnosti interneta?
- a. Već je sve sam znao/znala
 - b. Objasnila sam mu/joj
 - c. Nisam, ali imam namjeru
 - d. Ne vidim potrebu za tim
33. Svom djetetu omogućujem korištenje medija (tv, internet) jer smatram:
- a. Da su korisni za učenje i igru
 - b. Kako bi od rane dobi bili informatički pismeni
 - c. Nastojim im na taj način zaokupiti pažnju
 - d. Iako znaju biti štetni, djeca ih koriste kako bi se uklopila među vršnjake

SAŽETAK

Istraživanje provedeno u vrtiću Grigor Vitez u Zagrebu, metodom fokus grupe nad djecom predškolske dobi i metodom ankete među njihovim roditeljima, pokazalo je da su mediji važan dio života i odrastanja djece. Potvrđene su hipoteze da djeca na televizijskom programu najčešće gledaju crtane filmove, u prosjeku dva sata na dan – vikendom i dulje te da su snažno vezani za omiljene junake u kojima vide idole koje često imitiraju oblačenjem i igrom. Djeca najčešće gledaju crtane filmove ujutro ili navečer, kanale mijenjaju sami, ali sve je to pod kontrolom roditelja. Televizija je, kao što je i pretpostavljeno, najzastupljeniji medij kod djece predškolske dobi. Pametne telefone nema nijedno dijete, tablet tek neki. Internetom se većina djece predškolske dobi još ne zna služiti jer su premaleni, kako smatraju roditelji. Djeca su prilično dobro upoznata sa ograničenjima televizijskog programa. U istraživanju je detaljno objašnjeno s koliko godina djeca počinju koristiti određeni medij i koliko im je on važan i dio svakodnevice. Čitanje slikovnice je i dalje jedna od omiljenih aktivnosti djece. Iako su na pitanje o tome što najviše vole raditi u slobodno vrijeme, u najviše odgovora bili nabrajani crtani filmovi, slikovnice nijednom, na pitanje što im je draže gledanje crtanih filmova, igranje igrice ili čitanje slikovnice. Roditelji svom djetetu omogućavaju korištenje medija jer smatraju kako su korisni za učenje i igru i kako bi utjecali na informatičku pismenost djece od najranije životne dobi. Roditelji su suglasni i u tome da živimo u modernom dobu te da bi dijete trebalo odrastati sukladno tome.

Ključne riječi: mediji, medijski odgoj, predškolsko dijete, roditelji

SUMMARY

The research conducted in the Grigor Vitez kindergarten in Zagreb, with a focus group approach for pre-school children and a questionnaire for their parents, showed that media is an important part of childrens' life and growing up. Confirmed hypothesis is that children on the television program usually watch cartoons, on average two hours a day - on weekends even longer, that they are strongly related to their favorite heroes in which they see idols that they often imitate by dressing and playing. Parents confirmed the existence of an idol as each of the examined parents bought a child's toy or clothes with their favorite cartoon or series character. Children usually watch cartoons in the morning or in the evening, change channels by themselves, but everything is under the control of their parents in a hundred percent of cases, at least they have expressed that way in the surveys. Television, as it is presumed, is the most prevalent media among preschoolers. Neither one child owns a smart phones but some of them have tablets. Most children of pre-school age are not yet able to use the Internet because they are too young, as their parents think. Children are pretty well acquainted with TV program restrictions. The research has explained in details in which age children are using a particular media and how important it is for them in everyday life. Interestingly, reading a picture book by their parents is still strong at the top of children's favourite activities and all the children who participated in the research confirmed it. Although when they were asked what they like doing mostly in leisure time, the answers were mostly cartoons, picture books not even once but when questioned if they prefer to watch cartoons, play games or read a picture book - reading a picture book won without competition. Parents allow their children to use the media because they feel they it is useful for learning and playing and that their children are from the early age educated how to use computer and Internet. Parents agree that we live in the modern age and that the child should grow up accordingly to that. So, with the media but with some limitations.

Key words: media, media education, pre-school children, parents