

Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima

Mirela Tolić

Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu

Odsjek za pedagogiju

Sažetak

Problem istraživanja u ovom radu upućuje na nedostatnost istraživanja učestalosti komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima. Praktični doprinos rada je implementacija rezultata istraživanja u odgojnoj praksi: ponuditi projekt kritičke analize medijskih sadržaja s primjenjivim modelom stjecanja kompetencija za djecu i roditelje. Radom će se utvrditi nedostatnost komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima te će se uputiti na moguća poboljšanja pedagoške prakse, kako bi svako dijete dobilo priliku osvijestiti i razviti medijske kompetencije pravilnim korištenjem istih. Ovaj rad predlaže različita polazišta za veću senzibilizaciju stručnjaka i roditelja u cilju integriranja nastavnoga predmeta i sadržaja Medijskoga odgoja u suvremeni školski kurikulum. Gubitak komunikacije u obitelji dovodi do smanjenja uloge roditeljstva. U radu se polazi od pitanja: *Kako se selektivno, svrsishodno i odgojno koristiti medijima?* Ovo se pitanje odnosi na ciljeve kritičkog učenja. Donose se argumenti o potrebi razvoja refleksivno-kritičkog stava i razvoja kvalitetne komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima.

Gljučne riječi: odgoj za medije, medijski sadržaji, komunikacijska kompetencija, obitelj.

Uvod

Mladi se sve teže nose s izazovima masovnih komunikacija, a sve je zamjetnija socijalna potištenost i izoliranost, uz naglašeni izostanak empatičnosti (Hurrelmann, 2007., Schäffer, 2007). Luhmann (1991) smatra da nepravilno korištenje masovnih medija utječe na promjenu u ponašanju i mentalnom zdravlju. Studije realizirane u Njemačkoj pokazuju da su problemi u nedostatku komunikacije u obitelji povezani s učestalošću korištenja određenih medijskih sadržaja (Hurrelmann, 1996; 1998; 2007; Schrob, 2011). Baacke polazi od glavne hipoteze da su „mediji nositelji komunikacijskih procesa“ (Baacke, 2007,4). Pedagoški problem predstavlja činjenica što se suvremeni akteri u odgoju i obrazovanju sve teže nose s kompliciranim zadacima savladavanju vještina u korištenju medija i preventivnih programa kojim roditelji, nastavnici i djeca moraju znati ovladati. Uz korištenje suvremenih tehnologija djeca i mladi žele se prilagoditi društvenim skupinama (socijalizacijska uloga) te ih koristiti kao za samoizražavanje i priznanje među vršnjacima. Česta

pojava je da djeca ne vladaju medijima, nego mediji vladaju njima. Društvena stvarnost djece i mladih simbolički je konstruirana (ne)realnost, a koja se realizira smislenom komunikacijom djelovanja okoline. Zato je važno „razvijanje kritičkoga stava pri sprječavanju manipulativne forme od strane medija“ (Schorb; Hüther, 2005, 27).

Mediji su granice ili mostovi u pedagoškoj komunikaciji te neizostavni čimbenik u suvremenim analizama odgojnoga procesa. Pedagogijski izazov predstavlja raščlamba funkcionalne (odgojne, informativne, obrazovne) od disfunkcionalne (manipulativne) uloge novih medija. Baacke smatra da se „komunikacija se ne sastoji samo od jezične interakcije“ (Baacke, 2007,45. Njemački medijski pedagozi analiziraju šest funkcija medija: komunikacijsku, kognitivnu, socijalno-političku, kulturalnu, obrazovnu (odnosi se na transfer komunikacije među sudionicima odgojno-obrazovnog procesa) i socijalno-humanističku (Bergmann, 2005; Neuss, 2006). Sve te funkcije u odgojnome procesu mogu se analizirati

pri razmjeni komunikacija (kodova i znakova) pomoću kojih se svi sudionici u odgoju uključuju u preuzimanju ili očuvanju (određenih) uloga u društvu. Iz medija se stvaraju komunikacijski *kodovi* te se na taj način rekonstruiraju u procesu odgojne interakcije djece. Temeljno pitanje je: Kako medije, kao nositelje komunikacijskih poruka, implementirati u funkciju poboljšanja odgojnoga procesa, komunikacije u obitelji i okolini te sprječavanja manipulacije? Mnoge studije u inozemstvu analizirale su u kojoj je mjeri prisutna komunikacija u obitelji, ali ne i kolika je njena učestalost u obitelji o medijskim sadržajima. U Hrvatskoj je to zanemareno istraživačko područje.

Opasnosti i izazovi masovnih komunikacija

Kada se posredstvom medija stvara komunikacija, tada korištenje medija postaje dio odgojnog procesa. Pod komunikacijskim vještinama podrazumijeva se sposobnost razumijevanja, davanja i primanja informacija u različitim situacijama, koristeći medije na odgovarajući način (Baacke, 1973). Razvoj komunikacijskih vještina ide ka razvoju emancipacijskih vještina (Baacke, 1973). Taj proces je usmjeren i na školski kurikulum koji mora voditi „nastavi usmjerenoj učeniku, gdje treba jasno istaknuti što učenici moraju činiti i koja će znanja i osposobljenosti stjecati tijekom traženja informacija“ putem medija (Matijević, 2008, 91). Za selektirati odgojnu informaciju od manipulativne u medijskoj komunikaciji Baacke smatra da su nužne tri faze: 1. Omogućiti razumijevanje masovnih medija. Potrebno je razumjeti strukturu znakova koda i stjecanje osobnog iskustava kod upotrebe medijskih sadržaja. Mnoge studije su pokazale da roditelji nemaju to iskustvo. 2. Procijeniti istinitost medijskih informacija kako bi primatelj bio u mogućnosti razlučiti fiktivni sadržaj od stvarnog. Informacije u medijima često se ne preklapaju s činjenicama. 3. Osigurati simetrične komunikacijske veze (Baacke, 1973). Sve navedene faze nedostaju u suvremenoj obitelji, a djeca i mladi informatički su pismenija od roditelja. Za prevenciju medijskoga manipuliranja, važno je stjecanje medijskih kompetencija. Baacke (2007) prvi uvodi pojam *komunikativne kompetencije* u odgojnim znanostima još 1978. godine. Pod pojmom komu-

nikativne kompetencije podrazumijeva se sposobnost razumijevanja, sporazumijevanja i izmjenjivanja jezičnih simbola (Schorb, 1995; prema Baacke, 2007). Autor je navedene elemente operacionalizirao u sljedeće dimenzije: medijska kritika (sposobnost analize medijskih sadržaja), medijsko znanje (znanje o medijima i sustavima te sposobnost produkcije), medijsko korištenje (receptivna komponenta korištenja medija, npr. interaktivno korištenje – na koji način i s kojim posljedicama) i medijske forme djelovanja (inovativni medijski sustavi, kreativnost i estetske forme). Povezao je medijsku kompetenciju s komunikacijskom kompetentnošću, ovisno o primarnoj socijalnoj situaciji unutar obitelji i raznovrsnim oblicima obrazovanja. Tomu treba pridodati svakodnevna iskustva te socijalne procese učenja. Iz toga slijede odgojni aspekti i ključna pitanja za stjecanje medijskih kompetencija, kako u školi tako i u obitelji, a koje se sastoje od: 1. Individualnih karakteristika primatelja: Koje iskustvo imaju roditelji u korištenju medija? 2. Sposobnosti dekodiranja medijskih simbola aktivnoga korištenja medija: Koje su vještine roditelja, a koje djece u korištenju određene tehnologije? 3. Sposobnost kritičke refleksije u raspoznavanju manipulativnih sadržaja u medijima i 4. Motiviranosti medijskoga korisnika: Je li dovoljno prisutan intrinzični motiv za analizu sadržaja kod roditelja i djece? Sva navedena pitanja ključna su za razvoj komunikacije i kritičkog stava prema medijskim sadržajima. Takve komunikacijske vještine pretpostavka su razvoja medijskih kompetencija, ne kao statički, nego kao dinamički proces u tzv. *cyber-society-u*.

Medijska kultura u Hrvatskoj u osnovnim školama uglavnom se svodi na analizu filma, scenske umjetnosti i književnosti, a ona je znatno više od toga. Sa šireg, društvenog aspekta, kultura se transformira u medijsku kulturu. Tako preoblikovana postaje proizvod potrošačkoga društva. U tom procesu izostaje odgojna komponenta i analiza razine kvalitetne komunikacije, kao posljedice ubrzanog razvoja novih medija i nametnutog konzumerizma. Komunikacija u obitelji ne može se razvijati ukoliko nije osviješteno da se *sve kulturno prenosi komunikacijom*. Iz toga proizlazi jedno od temeljnih pitanja: *Kako aspekt medijske kulture (u sklopu medijskoga odgoja u školskome kurikulumu) integrirati kao*

neizostavni aspekt razvoja kulture suvremene škole? Samo takva školska kultura može razvijati kulturu komunikacije.

Suvremeni mediji bi trebali imati izraženiju odgoju, obrazovnu i informativnu funkciju, kako bi funkcionalno utjecali na odgojno-obrazovni proces u školskom kurikulumu, obitelji i društvenoj zajednici. Sljedeće relacije navode povezanost između pojedine funkcije medija, obiteljskog odgoja i školskog kurikuluma: organizacija razmjene komunikacije (roditelj-vršnjaci-učenici-stručni suradnici), razumljivost informacija (imati već razvijene sposobnosti kritičke analize), organizacija društva (socijalno djelovanje i kooperacija), kulturna reprodukcija, transfer znanja i komunikacija, e-učenje, dostupnost informacija, transformacija odgojnih vrijednosti od eksplicitnih prema implicitnim) te demokratizacija obrazovanja i procesa inkulturacije. Razvijaju se tri pitanja nužna za odgojni proces *putem i pomoću* medija: 1. Kako se komunikacija mijenja u obitelji, školi, socijalnoj okolini i među mladima (pri korištenju inovativnih medija)? 2. Koje su posljedice trivijalnih medijskih ponuda (digitalnih medija) na ponašanje mladih te koje su vrste forme prikazane u mrežnim komunikacijama? 3. Na koje bi se važne aspekte medijski pedagozi trebali bazirati u razvoju medijskih kompetencija?

U inozemstvu, primjerice u Njemačkoj, postoji istraživanje o mišljenju učenika koliko oni smatraju da roditelji komuniciraju s njima o medijskim sadržajima, ali nedostatak istih istraživanja upućuje na to da nisu ispitani roditelji po istoj varijabli, nego samo učenici. Zabrinjavajući je podatak da je tek svaki četvrti roditelj zadovoljan s komunikacijom djeteta, a svaki peti je nezadovoljan. Krajnje zabrinjavajući podatak jest da se komunikacija s djecom odvija putem medija: 64% putem mobilnih poziva i 34% putem slanje SMS-a (FIM- studije 2011¹). Što je manja komunikacija u odnosu roditelja i djeteta, to je veća učestalost korištenja medijskih sadržaja. Izostankom izravne komunikacije i odgoja, nastupaju razni vidovi manipulacije, a zaostaje razvoj neposredne komunikacije.

Istraživanje koje je proveo GFK - Centar za istraživanje tržišta (Centre for Market Research)² iz Zagreba (2005) pokazalo je da u Hrvatskoj 48% kućanstava posjeduje računalo, 7% prijenosno računalo, a 35% je priključeno na internet. Istraživanja pokazuju da mladi o internetu znaju znatno više nego njihovi roditelji. (Subrahmanyam; Greenfield, 2008). Istraživanje koje je proveo Nathanson (1999) pokazuje da djeca, čiji roditelji s njima diskutiraju o neprimjerenim nasilnim televizijskim sadržajima i ograničavaju djeci pristup takvim sadržajima, pokazuju manje tendencija agresivnosti od djece s kojima roditelji ne razgovaraju. Istraživanja provedena u RH (Ilišin, 2003; Trstenjak, 2006; Miliša, 2007; 2008) sugeriraju da je s djecom potrebno razgovarati o onome što su vidjela i čula, kako bi im se pomoglo vrednovati značenje te shvatiti moralnu pouku i narav sadržaja koji se nudi jer samo 10-15% djece razgovara s roditeljima o tome što su gledala, slušala ili pročitala (Košir; Zgrabljčić; Ranfl, 1999). Na taj način bi se postepeno razvijala ne samo kultura komunikacije, nego istovremeno i refleksivno-kritički stav o pojedinim medijskim sadržajima.

Nekoliko istraživanja koja su ispitivala ponašanje roditelja kao mogućih moderatora dječjega ponašanja, nisu imala čista uporišta koja bi govorila da roditeljska agresivnost, hladnoća, osobnost ili navika gledanja TV-a pojačavaju ili smanjuju efekte izloženosti nasilju (Huesmann i suradnici, 2003). Kakve će učinke nasilje u medijima ostaviti na mlade ovisi o tome na koji način će ti mediji biti upotrijebljeni. Mediji koji manipuliraju nude prijevaru da svi živimo isti život, dijelimo iste vrijednosti, a naše pojedinačne kvalitete netragom nestaju. Zbog toga je vrlo važno ojačati svijest o medijskome djelovanju kod mladih jer se time smanjuju mogućnosti za negativno djelovanje. Ključnu ulogu u tome ima odgoj u obitelji. Roditelji su dobili moćnoga suparnika u odgoju svoje djece, a to su mediji koji su u djeci pronašli lukavoga saveznika u bijegu od svijeta svojih roditelja (Buchanan, 2003).

Jelačić i Jerković u svome priručniku za učitelje i roditelje smatraju kako je za bolju komunikaciju

¹ Peter Behrens (LMK): Thomas Rathgeb (LFKFIM 2011 Familie, Interaktion & Medien Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

² Tržišni navigator - "Digital Still Camera" Slovenija, Hrvatska, Srbija (Adriatik regija). 2011/2. (vidjeti u popisu literature).

roditelja sa školom dobro u svakoj školi imati „pano za roditelje“ na kojem bi svatko mogao uobličiti svoj način rješavanja problema i nedoumica (Jelačić; Jerković, 2000, 9). Longo u svome priručniku *O čemu razgovarati u obitelji* navodi pitanja koja mladi, odnosno roditelji, postavljaju, a koja se, na žalost, ne prihvaćaju u školskome ozračju. Razgovor o brojnim pitanjima koja tište mlade dovodi roditelje do spoznaje da roditelj mora naučiti slušati (Longo, 2004).

U knjizi *Mediji i mladi* ustanovljeno je da, na uzorku ispitanika osnovnih škola u Zadru, 12% učenika izjavljuje kako su dnevno više od pet sati ispred televizora, 11% više od pet sati ispred računala, a njih 25% više od sat i pol se koristi mobitelom i računalom za igrice (Miliša; Tolić; Vertovšek, 2009). Ovisnost o internetu je poremećaj u kojem korisnici nemaju osjećaj za vrijeme i zanemaruju svoje osnovne potrebe i obveze. Takve osobe imaju stalnu potrebu za novom i boljom računalnom opremom, suvremenijim softverom, čije su posljedice ovisnost o računalu i/ili internetu. Nekoliko je vrsta ovisnosti o računalu: komunikacije *online* (*Skype*, *web-cam* itd.), kockanje *online* i seks *online*. Više od dvije trećine mladih u dobi od 15. do 18. godine u njemačkoj pokrajini Rheinland-Pfalz ima računalo u sobi (69,8%). Najčešći programi kojima se koriste su: *Sony Playstation*, *Microsoft X-Box* i slično. Prijenosnim se igricama, videokonzolama (npr. *Nintendo DS* i *Sony Playstation Portable*) koristi 58,1% dječaka i 43,9% djevojčica. Ukupno 74,6% dječaka i 72,2% djevojčica u dobi od 13. do 16. godine ima internetski priključak u svojoj sobi“ (Huther; Bergmann, 2009). „Top-lista“ najučestalijih videoigara koje mladi u Njemačkoj, u dobi od 15. do 18. godine, najviše igraju su: *Counterstrike Shooterspiel*, *FIFA (Fußball)*, *Sportspiel*, *Need for Speed Rennspiel*, *Grand Theft Auto Genremix* (ove se igrice odnose na automobilske utrke), a sadržaj igre *World of Warcraft* korespondira s nasiljem. Psihijatri i pedijatri u SAD-u ukazuju na to da dugotrajno gledanje televizije kod trogodišnje djece stvara napetost. Obilježja internetske ovisnosti su: zanemarivanje neposrednih socijalnih kontakata, mentalno iskrivljene percepcije i osjećanja. Korisnik osjeća uzbuđenje ili opuštanje kad se služi računalom. Dodatne su posljedice netolerancija, *Withdrawal symptoms*, gubi-

tak kontrole, zanemarivanje obveza, ranijih hobija, problemi u prehrani (pad tjelesne težine, gubitak volje za hranom). Farke (2006) navodi razne rezultate istraživanja koji pokazuju tendenciju rasta ovog fenomena: na uzorku od 8 266 ispitanika, u dobi od 15. do 29. godine, u istraživanju provedenom 2006. godine, u organizaciji Sveučilišta Humboldt u Berlinu pokazalo se da se 34% ispitanika može nazvati ovisnicima jer provode više od 48 sati tjedno uz internet, a najugroženije je 6,6% onih koji provode više od deset sati dnevno na internetu. Istraživanje Sveučilišta Humboldt u Berlinu, već spomenutih autora, na uzorku od 565 ispitanika, u dobi od 15. do 29. godine pokazalo je da je gotovo 6% onih koji provedu više od deset sati dnevno uz internet, a najnoviji podatci pokazuju da je oko 3% surfera - 50 000 ljudi - u Švicarskoj ovisno o internetu. „Ovisnici o internetu ‘troše’ oko 35 sati tjedno u svojim internetskim preokupacijama“ (Farke, 2006, 161). Istraživanje Sveučilišta u Beču na uzorku od 519 ispitanika, u dobi od 15. do 29. godine, pokazalo je da je 30,8% ovisnika jer provode više od 48 sati tjedno uz internet. Adolescenti koji su previše vezani uz internet izlažu se dva puta većem riziku da naštetu sebi samima. Studija je objavljena u časopisu *Injury Prevention*. Istraživanje provedeno na uzorku od 1500 mladih otkriva da je jedan od deset mladih umjereno ovisan o internetu, dok je nešto više od 5% „teških ovisnika“ koji trebaju bolnički tretman (Farke, 2006, 211). Farke navodi kako patološka ovisnost nije proporcionalna vremenu koje se provede na internetu, već je povezana s činjenicom da se slobodno vrijeme opsesivno troši *online* uz odbojnost prema stvarnom svijetu i životu. Također ističe kako ovisnik istodobno pokazuje veliku nezainteresiranost za ostale aktivnosti, nezainteresiranost za razvoj komunikacije u obitelji i narušavanje odgojnog procesa.

Istraživanja impliciraju zaključak elementarnih saznanja o opasnostima od interneta i o posljedicama internetske ovisnosti. Rezultati istraživanja medicinskoga fakulteta kalifornijskoga sveučilišta Stanford pokazali su kako gotovo 14% američkih korisnika računala ima barem jedan simptom internetske ovisnosti. Epidemiološko istraživanje nad 2 513 osoba iz 50 američkih saveznih država, provedeno telefonskom anketom, prvo je takve vrste kojim se

istraživalo pretjerano korištenje interneta i problema koji iz toga proizlaze. Među ispitanicima, od kojih se 70% redovito služi internetom, 6% smatra kako im pretjerano korištenje interneta šteti odnosima s okolinom, 9% pokušava zatajiti višak vremena proveden na internetu, 14% se vrlo teško uspijeva suzdržati od interneta nekoliko dana uzastopno, 8% ih internet smatra utočištem od problema ili nelagode, a samo 12% ih je pokušalo smanjiti korištenje interneta (Farke, 2006). Posljednjih godina u Kini je prava epidemija internetskih ovisnika. Kina je zabranila otvaranje novih internetskih klubova a ovisnost o internetu povezuju s maloljetničkom delikvencijom (Miliša; Tolić, 2010). U sve većoj mjeri je zamjetna socijalna potištenost i izoliranost pojedinca gdje je vidljiv izostanak vrednota empatičnosti i altruizma, ali sve to postaje pedagoški izazov u teoriji i praksi odgoja (Previšić; 2000).

Poticajni primjeri iz inozemstva

Neus (2006), u knjizi *Einführung in die Medienpädagogik*, navodi medijsko-didaktičke koncepte u sklopu medijskog odgoja, upućuje na praktične smjernice kako u obitelji razvijati kritički stav prema medijima. Na primjer, tijekom prikazivanja određenog medijskog sadržaja (filma i sl.) razvija se komunikacija o doživljavanju sadržaja, a spoznaje do kojih se došlo mogu se smatrati korisnima za uporabu u pedagoškoj praksi. Tzv. Keilhackerova škola želi mladima približiti medijski materijal (u ovom slučaju filmski) koji ima odgojne elemente. Ova škola je razvila metodu razgovora o medijskom sadržaju (filma). Iz navedene metode razgovora slijedi temeljni cilj koji se može primijeniti na razvoj komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima. Medijski sadržaj treba analizirati s obzirom na vrstu i radnju filma (akcijski, nasilni i dr.) te analizirati ulogu junaka u filmu: je li pozitivac ili negativac. U školskom kurikulumu treba polaziti od analize pitanja *kako selektivno i svrsishodno koristiti medije?* Ovo se odnosi na uvid u organizaciju, strukturu, načine rada masovnih medija, sposobnost za kritičku uporabu ponuda masovnih medija, tumačenje interesa proizvođača reklama i ogašivača i onih koji se bave promidžbom, detektiranje interesa za medije od strane političkih struktura i krupnog kapitala te postizanje komunikacijskih sposobnosti i vje-

ština na relaciji učenik- učitelj- roditelji. Korisnici medijskih uređaja imaju mogućnost proizvodnje, umjesto puke konzumacije medijskih sadržaja. Tako primatelji medijskih sadržaja i ponuda postaju aktivni u novim izazovima komuniciranja putem suvremenih medija. Na primatelja se ne gleda kao na osobu koja je pod utjecajem masovnih medija, nego prvenstveno kao na subjekt koji u svom životnom prostoru, stvara(ju) nova iskustva i razvija kritički otklon od medijskih manipulacija. Uviđaju kada i zašto masovni mediji postaju glavni čimbenik socijalizacije i s kojim posljedicama gubitka komunikacije u obitelji i odgoju. Također uviđaju koji su interesi i potrebe recipijentata presudni za uporabu medija. Iz navedenog mogu se izdvojiti tri čimbenika važna za razvoj medijskog odgoja u obitelji: autentično iskustvo, komunikacijska kompetencija i djelotvorno učenje. *Odgojni pristup u analizi medija* ima analitičku, kreativnu komunikacijsku komponentu, koja sadrži kompetenciju primjerenoga i reflektiranoga savladavanja te demonstracije iskustva. U svakodnevnoj praksi to znači da se spomenute komponente moraju razvijati aktivnim odnosom s medijima. Mediji se ne mogu izbjeći, ali treba naučiti kako živjeti s njima i kako se snalaziti s razvojem digitalnog društva.

Različita svijest o specifičnosti medijskih iskustava posebno se se posebno stječe onda kada učenik samostalno fotografira, producira radio emisije, učeničke listove ili filmove (vidjeti tablicu 1. primjer planiranja komunikacije u obitelji o filmskim sadržajima). Jedan o praktičnih primjera koji nudi preporuke za poboljšanje komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima razvio je Bernard Schrob (2005,23), a koji je mišljenja da bi svaka obitelj trebala imati svaki dan „obiteljskog kutka“. Primjer preventivnog djelovanja za poboljšanje komunikacije u obitelji treba objediniti ove elemente u stjecanju kompetencija roditelja: Roditelji uče o željama svoje djece, strahova od pojedinih medijskih sadržaja, pa s djecom razgovaraju o utjecaju medijskih sadržaja i funkcijama pojedinih medija. Zidni plakati mogu biti od koristi: Na primjer, plakat koji sadržava interese djece (zabava, razgovor, zadovoljstvo, akcija, emocije, imati svoj stav) i plakat s popisom sadržaja koji se nude putem medija (zabavni programi: filmovi, jake figure npr. *Power Rangers*, *Knight-Rider*,

emocionalni doživljaji: plač, smijeh, strah, konflikti i nasilni medijski sadržaji)³

TABLICA 1. PRIMJER PLANIRANJA KOMUNIKACIJE U OBITELJI O MEDIJSKIM SADRŽAJIMA

Vrijeme	Sadržaj
10 min	Raspored: zastupljenost roditelja – obiteljska druženja
15 min	Impuls 1: „Koji medijski sadržaji vas plaše? Sakupljanje važnih informacija kao priprema za obiteljsku komunikaciju
15 min	Impuls 2: Medijske sadržaje s djecom zajedno komentirati. Pitanje: Što im se svidjelo? U kojoj mjeri postoje zajednički doživljaji medijskih sadržaja? Koji od strane djece i roditelja?
10 min	Uspostavljanje zajedničkih interesa o medijskim sadržajima djeteta i roditelja
15 min	Pitanje: Kako se djeca nose sa strahom u pojedinim medijskim sadržajima?

(Höhns, 2011, 45).

Medijski odgoj treba sadržavati doživljajnu i razinu komunikacije. Treba se voditi računa o aktualnim životnim situacijama, potrebama i preferencijama mladih, a s druge strane, potrebno je pratiti kognitivni razvoj te proširiti spoznaje djece i mladih u korištenju i analizi medija. *Odgojna načela* služe kao smjernice za razvoj odgoja za medije: 1. *Orijentacija na situaciju*: polazne točke za medijsko-odgojne procese trebaju biti situacije iz životnoga i medijskog prostora djece i mladih (ne nametati, već predlagati). 2. *Orijentacija komunikacije*: medijski odgoj treba voditi proširenju međusobne i medijske

komunikacije. 3. *Orijentacija potreba djece i mladih koje su povezane s uporabom medija*; ne braniti dječije korištenje medija, već ponuditi drugu aktivnost). 4. *Orijentacija iskustva*: djeca i mladi trebaju imati priliku da svoja dotadašnja iskustva uvedu u odgojni proces. 5. *Orijentacija razvoja*: medijski odgoj treba pratiti kognitivni i razvijati emocionalni razvoj djece i mladih. Iz spomenutih načela cilj je *spoznati i vrednovati medijske sadržaje*, gdje roditelji moraju imati ključnu ulogu. Roditelji trebaju njegovati i razvijati kulturu komunikacije, a nastavnici u sukonstrukcijskom modelu iste implementirati u školskom kurikulumu. Primjerice, mogu poticati i pomagati učenicima kod izrade novinarskog članka, eseja, filmova, radio-drama, izradu računalnih programa. Oni pritom preuzimaju ulogu stvaratelja medijskih sadržaja umjesto uloge konzumenata.

Metodologija istraživanja

Cilj istraživanja je bio utvrditi razliku mišljenja djece s obzirom na roditelje u pogledu glede njihove uključenosti u sprječavanju medijskih manipulacija. Postavljene su hipoteze:

H1: Roditelji s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju ih na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece refleksivno-kritički stav prema medijskim informacijama.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenu učenika o učestalosti razgovora o medijima s nastavnicima i roditeljima.

H₀: Ne postoji statistički značajna razlika u mišljenu učenika i roditelja o učestalosti u kojoj ih roditelji upozoravaju o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora.

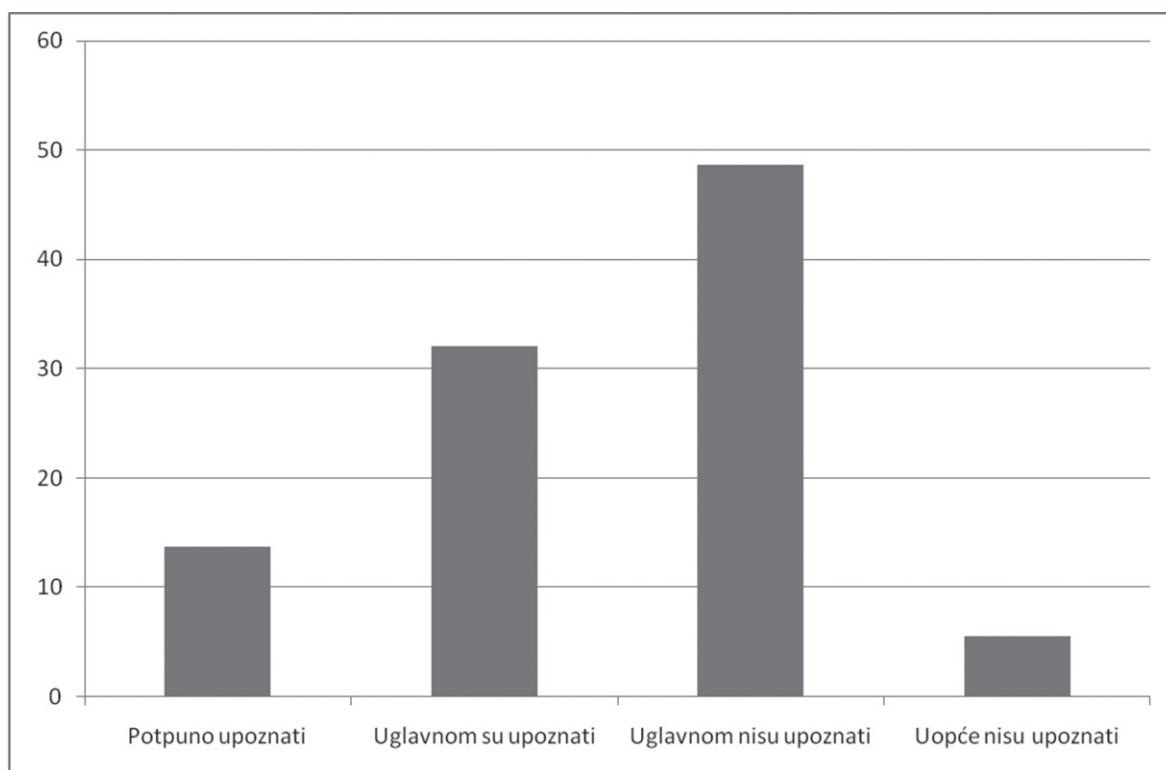
Uzorak na kojem se vršilo istraživanje su polaznici sedmih i osmih razreda osnovnih škola u Splitu i Zadru te njihovi roditelji. Sudjelovale su dvije škole u Splitu: Osnovna škola „Lučac“ i osnovna škola „Meje“; te u Zadru: Osnovna škola „Petar Prerad-

³ Martina Höhns (Hrsg.) (2011), Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Ein Lese- und Medienbuch, Bernward bei Don Bosco, München.

vić“ i „Smiljevac“. Konstruiran je anketni upitnik za učenike VII. i VIII. razreda te prilagođeni upitnik za nastavnike i roditelje sastavljen od instrumenata korištenim u dvije švicarske studije⁴. U radu je izvršen računalni unos i obrada podataka, uz primjenu statističkog programa *SPSS (20.0)*. Korištene su deskriptivna metoda analize podataka te inferencijska metoda. Za testiranje hipoteze o jednakosti aritmetičkih sredina više osnovnih skupova korištena je analiza varijance (ANOVA: Scheffeov post-hoc, Bonferroni post-hoc i Fischerov post-hoc analiza), t-test.

Rezultati i rasprava

U istraživanju je sudjelovalo 306 učenika (142 muški spol: 46,41%; 164 ženski spol: 53,59%), od toga 195 učenika (63,73%) iz sedmog razreda, 111 (32,27%) iz osmog razreda. Iz Splitsko-dalmatinske županije je sudjelovalo je 161 učenik (52,61%), a iz Zadarske županije 145 (47,39%). Prema mjestu stanovanja sudjelovalo je 161 ispitanik iz sela (52,61%), te 145 ispitanika iz grada (47,39%). U istraživanju je ukupno sudjelovalo 92 roditelja (34 očeva: 39,96%, 58 majki: 63,04%), od toga 46 iz Splitsko-dalmatinske



SLIKA 1 PRIKAZ PODATAKA MIŠLJENJA UČENIKA O UPOZNATOSTI NJIHOVIH RODITELJA S MEDIJSKIM SADRŽAJEM KOJE UČENICI KORISTE

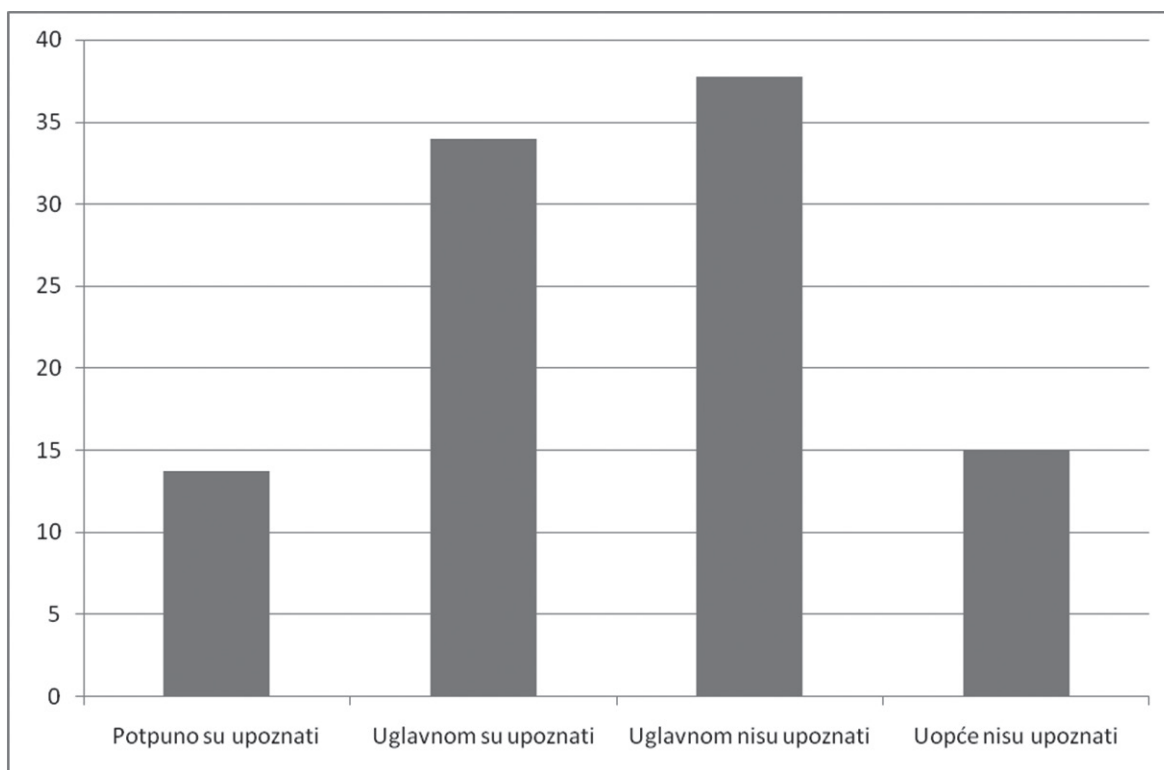
⁴ Za potrebe istraživanja konstruiran je originalni anketni upitnik sastavljen od dvaju upitnika, korištena u dvije švicarske studije, autorskog tima Daniela Süssa, Armin Schliengera, Doris Kunz Heima, Markus Baslera, Stefan Böhia, Daniel Frischknechta (2003), „Jugendlichen und Medien“, Merkmale des Medienalltags, unter besonderer Berücksichtigung der Mobilkommunikation (Forschungsbericht); (Mladi i mediji - Značajke medijske svakodnevnice mladih s naglaskom mobilne komunikacije, utjecaju medija na socijalizaciju mladog naraštaja), Hochschule für angewandete Psychologie HAP, Fachhochschule (Abteilung Pädagogik; Zürich i od anketnog upitnika autorskog tima: HAP Zürich: Prof. Dr. Daniel Süss, Dr. Verena Rutschmann, Markus Basler, Stefan Böhi, Corinna Merz, Franziska Mosele (2003), Befragung 2003, „Kinder und Jugendliche und ihre Medien“ (u slob. prijevodu, Mladi i njihovi mediji - anketni upitnik), Hochschule für angewandete Psychologie, Schweizerisches Institut für Kinder und Jugendlichen; Zürich. Anketni upitnici bili su namijenjeni završnim razredima osnovne škole i početnim razredima srednje škole, a korišteni su na reprezentativnom uzorku (N= 2. 667 ispitanika).

(50,00%) i 46 Zadarske županije (50,00%). Ukupan broj svih ispitanika je $N=440$. Anketiranje je provedeno u periodu od listopada 2011. do veljače 2012. godine. Na temelju analize pitanja *koliko su roditelji upoznati sa sadržajima s kojima se susreću kroz različite elektroničke (npr. TV, Internet...) i tiskovne izvore informacija (npr. časopise za mlade...)* dobiveni podatci su prikazani na Slici 1.

Podatci prikazani na Slici 1. pokazuju zabrinjavajući podatak da samo 48,69% ($M=2.91$, $SD=1.71$) roditelja nije upoznato sa sadržajem, a dodatnih 5,55% ($M=2.78$, $SD=1.77$) uopće nije upoznato medijskim sadržajima s kojima se dijete susreće koristeći različite elektroničke i tiskovne izvore informacija. Dobiveni podatci ukazuju na nedostatak komunikacije u obitelji, a što vodi nerazvoju kulture komunikacije. Na temelju analize pitanja *koliko su roditelji upoznati sa situacijom što radi dijete kad je samo svojoj sobi*. Slika 2. prikazuje dobivene podatke.

Slika 2. pokazuje zabrinjavajuće podatke da jedna trećina roditelja uglavnom nije upoznata sa si-

tuacijom što dijete radi dok se nalazi u svojoj sobi ($M=2.36$, $SD=0.98$), a samo 13,34% je potpuno upoznato ($M=2.29$, $SD=0.75$). Dobiveni podatci ne samo da ukazuju na činjenicu da roditelji sa svojom djecom ne razgovaraju o medijskim sadržajima, nego i na nezainteresiranost što im dijete radi dok je u svojoj sobi. Ako se zbirno razmotre dobiveni podatci može se utvrditi da se razvija indiferentan stil roditeljstva. Indiferentan roditelj kao i dijete sve relativizira, od školskih obveza do drugih autoriteta. U ozračju indiferentnosti šutnja je samo logička posljedica takvog stila. Djeci se moraju postaviti jasne granice jer će bez njih biti nesigurno i izgubljeno. Također, među nedopustive postupke djetetu spadaju: gušenje samopuzdanja, plašenje, tjelesno kažnjavanje, vrijeđanje, ignoriranje i omalovažavanje. Posljedica svega toga može izazvati gubitak samopuzdanja, odlutanja u svijet *cyber space* i ovisnost o novim tehnologijama. Na temelju analize pitanja *koliko često ispitanici razgovaraju s roditeljima o sadržajima s kojima se susreću kroz različite elektroničke*



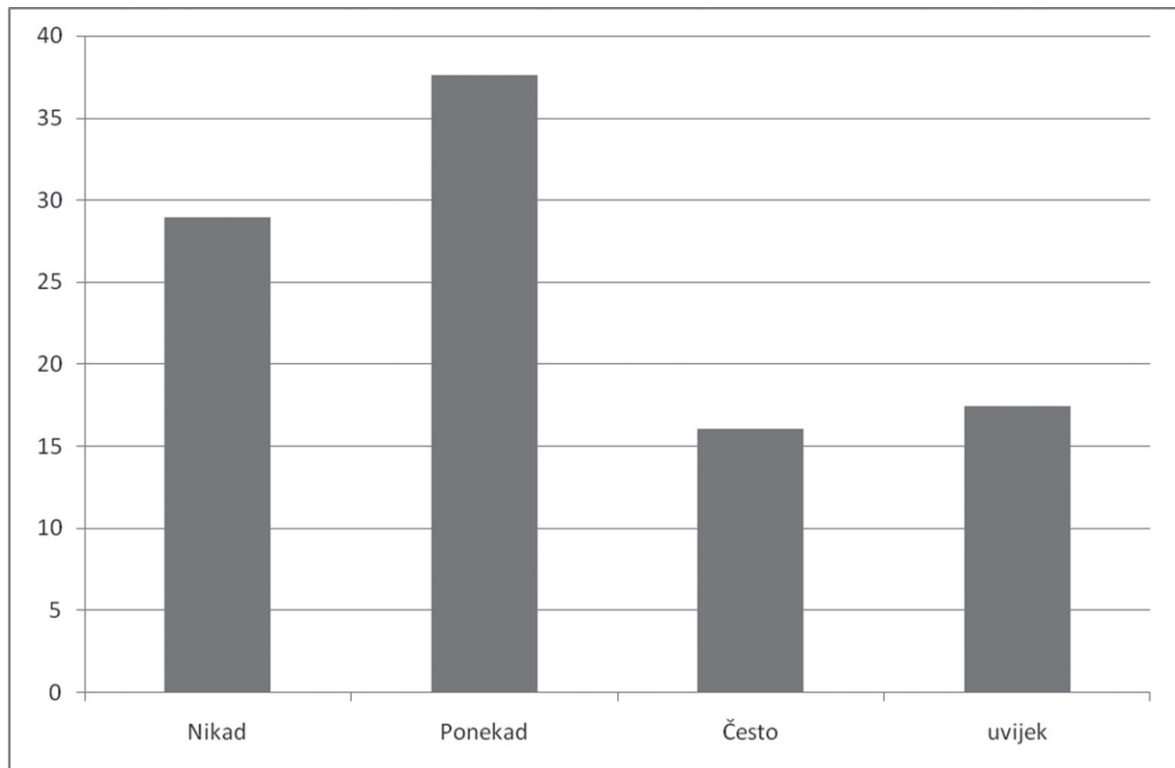
SLIKA 2 PRIKAZ PODATAKA MIŠLJENJA UČENIKA O SPOZNAJI RODITELJA KAKO NJIHOVA DJECA PROVODE SLOBODNO VRIJEME U SVOJOJ SOBI

medije (TV, Internet...) i tiskovne izvore informacija (časopisi za mlade...) dobiveni su sljedeći postotci: najviše u kategoriji *ponekad* 51,63% ($M=2.45$, $SD=2.12$), *često* 25,16% ($M=2.32$, $SD=1.23$), *nikad* 16,01% ($M=2.12$, $SD=1.21$) i *uvijek* 7,18% ($M=1.23$, $SD=2.11$). Zar to nije dodatni razlog narušenosti komunikacije u obitelji, s obzirom da velik postotak učenika s roditeljima ponekad ili nikada ne razgovara o medijskim ponudama.

Na temelju analize dobivenog postotka i pitanja *upućuju li roditelji, na pravilno korištenje različitih medija, kod izvršavanja zadataka vezanih uz obrazovanje (npr. domaće zadaće, učenje za ispit i slično)*, dobiveni podatci prikazani su na Slici 3.

Slika 3. pokazuje da samo 37,57% roditelja *ponekad* upućuje svoje dijete na pravilno korištenje medija ($M=0.46$, $SD=0.49$), a 25,94% ($M=0.45$, $SD=0.50$) i *nikad* ne upućuje svoje dijete na pravilno korištenje medija. Ako se zbirno razmotre dobiveni podatci kod učenika koji su mišljenja da samo 32,15% roditelja *često* upućuju na potrebu provjeravanja in-

formacija iz medija, dok roditelji smatraju da manje upućuju (16,27%). Na temelju analize pitanja koliko su roditelji upoznati sa sadržajem s kojima se susreću djeca kroz različite elektroničke (TV, Internet...) i tiskovne izvore informacija (časopisi za mlade...), samo 39,00% roditelja je odgovorilo da uglavnom nisu upoznati, a 25,56% da su potpuno upoznati. To potvrđuje da roditelji uglavnom nisu upoznati (39,00%) sa sadržajima s kojima se susreću kroz različite medije, te da to dovodi u pitanje formiranje adekvatnog roditeljskog odgojnog stila, a sve više se profilira indiferentni stil u kojem nedostaje komunikacija s vlastitim djetetom. Na temelju analize pitanja koliko su roditelji upoznati sa situacijom djeteta kad je samo kod kuće (u svojoj sobi) koristeći računalo? Veći udio ispitanika smatra da uglavnom nisu upoznati (67,63%, $M=1.45$, $SD=0.47$), a manji udio ispitanika smatra da su uglavnom upoznati (17,43%, $M=1.64$, $SD=1.84$). Podatak da 67,63% roditelja uglavnom nije upoznato sa situacijom što dijete radi u svojoj sobi prilikom korištenja računala,



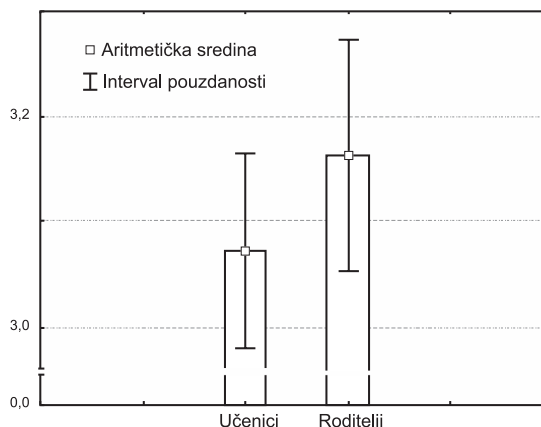
SLIKA 3 PRIKAZ PODATAKA MIŠLJENJA RODITELJA O UPUĆIVANJU DJECE NA PRAVILNO KORIŠTENJE MEDIJSKIH SADRŽAJA IZ OBLASTI OBRAZOVANJA

potvrđuje hipotezu o nedostatku komunikacije roditelja i djeteta. Nadalje, na temelju analize pitanja koliko često razgovaraju roditelji s djetetom o sadržajima s kojima se susreću kroz različite elektroničke medije (TV, Internet...) i tiskovne izvore informacija (časopisi za mlade...), roditelji su mišljenja da samo 15,71% ponekad razgovara, a 14,68% nikad. Postotak od 15,71% ponovno potvrđuje hipotezu da roditelji samo ponekad razgovaraju s djetetom o sadržajima s kojima se učenik susreće različitim elektroničkim medijima, a što nadalje potvrđuje hipotezu rada kako je narušena komunikacija u obitelji. Na temelju analize pitanja upozoravaju li roditelji dijete na potrebu provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija (TV, Internet...) i tiskovnih izvora (časopisi za mlade...), manji udio ispitanika je mišljenja da samo ponekad upozorava (11,62%, $M=1.97$, $SD=0.97$), često (19,64%, $M=1.97$, $SD=0.93$), a nikad (24,68%, $M=1.97$, $SD=0.83$). Svi podaci su komplementarni. Zabrinjava podatak da samo 11,62% roditelja upozorava djecu na provjeravanje informacija prikupljenih iz elektroničkih medija i tiskovnih izvora, kao i da samo 15,71% roditelja razgovara sa svojim djetetom o sadržajima s kojima se susreću kroz različite elektroničke i tiskovne medije. Dakle, možemo zaključiti da roditelji za 48% manje upozoravaju u čestici nikad, a da za 3% više roditelji su mišljenja da ponekad upozoravaju. Neuss (2011) je naveo šokantan podatak da 37% djece u dobi od pet do sedam godina ne razlikuje program od reklame. Iz navedenog je vidljiva nedostatnost komunikacije u obitelji. Zbog toga, Baacke (1973) je medijsku kompetenciju analizira kao komunikacijska kompetencija, gdje se razvija kritična refleksivnost i sposobnost djelovanja.

INFERENCIJSKA ANALIZA PODATAKA

H_0 : Ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja.

Prema statističkoj analizi pitanja *koliko često razgovaraš s roditeljima o sadržajima koje susrećeš različitim elektroničkim medijima (TV, Internet) i tiskovne izvore informacija (časopisi za mlade...)* te koliko roditelji razgovaraju u svezi navedenog, odbacuje se nul hipoteza da ne postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima



SLIKA 4 PRIKAZ RAZLIKE KOD MIŠLJENJA UČENIKA NA TEMELJU ANALIZE PITANJA O UČESTALOSTI KOMUNIKACIJE OD STRANE RODITELJA O MEDIJSKIM SADRŽAJIMA, S OBIROM NA MIŠLJENJE UČENIKA I SAMIH RODITELJA O NJIHOVOJ UČESTALOSTI RAZGOVORA O MEDIJSKIM SADRŽAJIMA

između učenika i roditelja što je vidljivo na Slici 4. Dakle, učenici su mišljenja da sa svojim roditeljima samo ponekad razgovaraju o sadržajima u medijima ($M=3,071$), dok su roditelji mišljenja da često o tome razgovaraju ($M=1.96$). Na razini značajnosti od $p<0,05$, utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u doživljaju učestalosti razgovora o medijima između učenika i roditelja ($t=0,99$, $p=0,31$). Suvremena istraživanja pokazuju da mladi o internetu znaju znatno više od njihovih roditelja, a kada roditelji preuzmu aktivnu ulogu posrednika između djece i medija (redovito razgovaranje s djecom o medijskim sadržajima) tada se smanjuje vjerojatnost lošeg utjecaja medija na dijete (Subrahmanyam; Greenfield, 2008). Singer (1986; prema: Anderson, 2003). Škola ne bi trebala biti jedino „prikladno“ mjesto za produktivni medijski rad, nego ponajprije obitelj i socijalna okolina što stvara novu kulturu (su)života, odnosno povratak djetetu, a ne tehnici ili stroju. Istraživanje je odbacilo nul hipotezu da ne postoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i roditelja o učestalosti u kojoj ih roditelji upozoravaju o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora. Na razini značajnosti od $p<0,05$, utvrđeno je da po-

stoji statistički značajna razlika u mišljenju učenika i roditelja o učestalosti u kojoj ih roditelji upozoravaju o potrebi provjeravanja informacija prikupljenih iz različitih elektroničkih medija i tiskovnih izvora ($t=-2,38$, $df=396$, $p=0,01$). Dobivena je veća statistički značajna razlika kod mišljenja učenika koji smatraju da roditelji ponekad upozoravaju na potrebu provjeravanja informacija, dok roditelji, misle da će šće upozoravaju.

U suvremenom školskom kurikulumu nužna su tri područja koja će obuhvatiti medije i informacijske tehnologije za pravilan rad s medijima: 1. *opća medijska kompetencija*: teorija medija i informacijske tehnologije, primjena medija i informacijsko-komunikacijskih sustava; 2. *metodičko - didaktička kompetencija*: praktična primjena medija i informacijskih tehnologija u nastavi i 3. *kompetencija u području medijskog odgoja*: odgojno-obrazovni ciljevi i zadaće u području medija i informacijskih tehnologija, razvoj refleksivno-kritičkog stava te razvoj pedagoških implikacija za pravilnu upotrebu određenog medija. Sve navedeno podrazumijeva distinkciju pojmova medijskog odgoja i medijske pismenosti, što nisu istoznačnice, jer medijska pismenost podrazumijeva pravilno (praktično) korištenje određenog medija, ali ne podrazumijeva razvoj refleksivno-kritičkog stava. Medijska pismenost je dio medijske kompetencije, a koja se odnosi na tehničke vještine. Istraživanja upućuju na to da su djeca informatički pismenija od odraslih, da im nedostaje komunikacija o medijskim sadržajima te izostanku odgoja za medije u čitankama za osnovne škole (Miliša, Šaravanja, 2012.). Šaravanja i Miliša dolaze do zaključka da su u čitankama za osnovne škole najzastupljeniji tekstovi koji su usmjereni na umjetnost, filmsku i kazališnu, dok su tekstovi koji kod djece razvijaju kritičko mišljenje i medijske kompetencije prisutni u rijetkim slučajevima. Zaključuju da medijskoj kulturi nije posvećeno više od 10% tekstova od ukupnoga sadržaja teksto-va u jedanaest analiziranih čitanki Hrvatske i BiH.

Zaključak

Pod naletom globalizacije, osobito s pojavom novih medija, bitno se mijenjaju ponašanja i preferencije djece i mladih. Moćne korporacije, koristeći se medijima, sve više pretvaraju djecu u pasivne konzumente, ovisnike o stvarima - nesposobne razliko-

vati autentičnu od neautentične zbilje. Tehnološki napredak (računalo, internet, e-učenje) omogućuje izvanredan pristup informacijama iz medija, ali i manipulacije medijima. Odatke pedagojski izazov kod raščlambe funkcionalne (odgojne, informativne, obrazovne) od disfunkcionalne (manipulativne) uloge novih medija. Djeca se sve teže nose s izazovima masovnih komunikacija, a sve je zamjetnija socijalna potištenost i izoliranost pojedinca, uz očiti izostanak empatičnosti i komunikacije u obitelji o medijskim sadržajima.

U empiriskom dijelu ovog rada se ispitivao stupanj povezanosti roditelja i djece u informiranosti pri korištenju (inovativnih) medija; koliko su isti upućeni u pojedine sadržaje i načine korištenja medija, provjeravanja određenih medijskih informacija, upućuju li roditelji na opasnosti o medijskim manipulacijama. Istraživanje je pokazalo da roditelji s djecom nedovoljno komuniciraju o korištenju različitih medija, ne upućuju ih na provjeravanje vjerodostojnosti informacija koje saznaju putem medija i ne razvijaju kod djece refleksivno-kritički stav prema medijskim informacijama. Iako roditelji smatraju da su dovoljno upućeni i da komuniciraju s djecom o medijskim sadržajima, njihova djeca smatraju suprotno. Rad je potvrdio da u Hrvatskoj ne postoje istraživanja po pitanju komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima te upućuje na inozemne rezultate koji aktualiziraju tezu što je manja komunikacija u obitelji, to je veća učestalost korištenja određenih medija u slobodno vrijeme djece i mladih, a što dodatno upućuje do postojanja novih ovisnosti o medijskim sadržajima. Gubitak komunikacije u obitelji dodiruje smanjenja uloge roditeljstva. Odatle potreba implementacije projekata *Odgovorno roditeljstvo- odgovorna djece*, *Odgoj za medije*, *Odgoj za kritičko mišljenje i/ili Deset dana bez ekrana*. Empirijski dio teksta potvrđuje stavove njemačkih sturčnjaka: Baacke-a, Moser-a i Schrob-a koji se u teorijskom dijelu argumentirani: Što je veće odsustvo neposredne komunikacije u obitelji, veća je i neselektivnija konzumacija medija. Zabrinjavajuća činjenica što se u Hrvatskoj namjerava uvesti informatičko opismenjavanje djece i u nižim razredima osnovne škole, a istovremeno još uvijek u resornom Ministarstvu ne razmišljaju uvesti izborni predmet *Odgoj za medije*, gdje bi se razvijala ponuđena načela i dimenzije u procesu medijskih kompetencija.

Literatura

- Anderson, C. A. et. al. (2003), The Influence of Media Violence on Youth. *Psychological Science in the Public Interest*, Vol. 4, No. 3, 81-110.
- Anderson, C. A.; Bushman, B. J. (2001), Effect of Violent Video Games on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Asysiological Arousal, and Prosocial Behavior: A Meta-Analytic Review of the Scientific Literature, *Psychological Science*, Vol. 12, No. 5, 353-359.
- Baacke, D. (1973), *Kommunikation und kompetenz - Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien*. München: Juventa Verlag.
- Baacke D. (2007), *Medienpädagogik. Unveränderte Neuauflage*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Bergmann, S. (2005), *Mediale Gewalt – eine reale Bedrohung für Kinder*. Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur.
- Behrens, P; Rathgeb, T. (2011), *LFKFIM- Familie, Interaktion & Medien Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*, Baden W rrttemberg.
- Buchanan, J. P. (2003), *Smrt Zapada*. Zagreb: Kapitol.
- Farke, G. (2006): *OnlineSucht – Wenn Mailen und Chatten zum Zwang werde*. Stuttgart: Kreuz Verlag GmbH und Co. KG.
- Hug, T. (2001), *Aufwachsen im Medienzeitalter. Überlegungen zu den veränderten Aufgabenbereichen und Zuständigkeiten der Medienpädagogik*. In: Schmidt Siegfried, J. (Hrsg.), *Lernen in Zeiten des Internet: Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Bozen: Pädagogisches Institut für die deutsche Sprachgruppe, 139–155.
- Hurrelmann K., Andresen, S. (2007), *Kinder in Deutschland 2007.: 1. World Vision Kinderstudie*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Hurrelmann, B.; Hammer, M.; Stelberg, K. (1996), *Familienmitglied Fernsehen*. Opladen.
- Hurrelmann, K. (1998), *Einführung in die Sozialisationstheorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persönlichkeit*. 6. Auflage. Weinheim.
- Hurrelmann, K. (2002), *Einführung in die Sozialisationstheorie*. 8. vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim
- Hüther, J.; Schorb, B.; Brehm-Klotz, Ch. (Hrsg.) (2009): *Grundbegriffe der Medienpädagogik: Wörterbuch für Studium und Praxis*. Ehningen bei Böblingen: Expert Verlag.
- Jelić, J. (1999), *Identitet*. Zagreb: D.S.M.–Grafika.
- Jergović, B. (2002): *Znanosti i javnost*. Zagreb: Izvori Ilišin, V. (2003), *Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima*, *Medijska istraživanja*, 9(2), 9–34.
- Košir, M.; Zgrabljic, N.; Ranfl, R. (1999), *Život s medijima: priručnik o odgoju za medije*. Zagreb: Doron
- Longo, I. (2004), *O čemu razgovarati u obitelji?: mali priručnik za obitelj*. Split: Udruga MIRTA.
- Luhmann, N. (1991), *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.
- Martina, H. (Hrsg.) (2011), *Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Ein Lese- und Medienbuch*, Bernward bei Don Bosco, München.
- Matijević, M. (2008/09), *Projektno učenje i nastava. Znamen- nastavnički suputnik*, Zagreb, str. 188-255.
- Miliša, Z.(2007), *Manipuliranje potrebama mladih*. Zagreb. MarkoM.
- Miliša, Z. (2008), *Vom Skeptizismus zu den Studentendemonstrationen: damals und heute. Studenten Demonstrationen: Bundesbildungsministerin Prof. Dr. Annette Schavan (CDU) äussert Verständnis für einige Forderungen der demonstrierenden Studenten – Annerkenung, Situationen, Ursachen, Perpektiven, Konzepte und Vorschläge*. Stuttgart.
- Miliša, Z.; Tolić, M.; Vertovšek, N. (2010), *Mladi - odgoj za medije: priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb: M.E.P.
- Miliša, Z; Šaravanja, M. (2012), *Analiza medijskih sadržaja u čitankama za osnovne škole*, *MediAnali*, IX (2011); 179-196.
- Neuss, H. (2006), *Eine neue Sicht auf Selbstbildungsprozess bei Kindern*. In: *Bildung und Lerngeschichten im Kindergarten*. Beltz Verlag.

- Previšić, V. (2000): Slobodno vrijeme između pedagoške teorije i odgojne prakse. *Napredak* 4(141), Zagreb: HPKZ, str. 403-410.
- Retter, H. (2002), Studienbuch Pädagogische Kommunikation. Die deutsche Bibliothek, Klinhard. Bad Heibrunn, 78-156.
- Schorb, B. (2005), Medienalltag und Handeln: Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis. Opladen: Leske + Budrich Verlag.
- Schorb, H. (2011):, Medienpädagogik, Köln: Köln Stam
- Schäffer, J. (2007), Medien- Macht- Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag.
- Trstenjak, T. (2006), Masovni mediji: poticaj ili smetnja obiteljskom dijalogu. *Obnovljen život* (61) 4, 479–488.