
MEDIJI

Izvorni znanstveni članak

UDK 316.77:379.82

Priljeno: 12. 10. 2016.

*Danijel Labaš i Petra Marinčić**

Mediji kao sredstvo zabave u očima djece

Sažetak

Masovni mediji informiraju, odgajaju, obrazuju i zabavljaju, ali i manipuliraju, oblikuju mišljenja, nameću određene dnevne teme te su jednostavno sastavni dio života. Što je s djecom i kako se ona snalaze u svijetu tradicionalnih i novih medija u kojem su izložena različitim medijskim sadržajima i ponudama ispitano je anketom na uzorku od 184 učenika sedmog razreda dviju zaprešićkih osnovnih škola. Autori su anketom željeli ispitati koriste li djeca medije najviše u zabavne svrhe. Rezultati su pokazali da mediji zauzimaju značajno mjesto u njihovom životu te da djeca najviše koriste medije u zabavne, a potom u informativne i na samom kraju u odgojno-obrazovne svrhe.

Ključne riječi: masovni mediji, djeca, tradicionalni i novi mediji, medijski sadržaji i ponude, anketa, zabavne, informativne, odgojno-obrazovne svrhe

* Autor Danijel Labaš izvanredni je profesor na Odjelu za komunikologiju Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu (dlabas@hrstud.hr). Petra Marinčić diplomirala je povijest i komunikologiju na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu i glavna je urednica Televizije Zapad (petra.marincic@zapad.tv).

MEDIA

Original scientific paper

UDK 316.77:379.82

Received: 12. 6. 2016.

*Danijel Labaš i Petra Marinčić**

Media as a source of entertainment in the eyes of children

Summary

Mass media informs, educates and entertains, but also manipulates, forms opinions and imposes certain daily topics; it is simply a part of life. A survey was conducted on a sample of 184 students of two elementary schools in Zaprešić, Croatia in order to find out how children cope in today's world of traditional and new media which exposes them to a wide range of content and offerings. The authors wanted to test the hypothesis that children use media primarily for entertainment purposes. The results concluded that media is an important part of children's lives, and the hypothesis was confirmed: it was found that entertainment was the main use of media among children, followed by information, with educational purposes coming on third place.

Key words: mass media, children, traditional and new media, media content and offers, survey, entertainment, information, educational purposes

* Author Danijel Labaš has PhD and he is associate professor at Department of Communication Studies, Centre for Croatian Studies, University of Zagreb, e-mail:dlabas@hrstud.hr. Petra Marinčić holds MA degree in Communication Studies and History, Centre for Croatian Studies, University of Zagreb, e-mail: pmarincic@hrstud.hr

Informativna, odgojno-obrazovna i zabavna uloga medija

Suvremeni svijet nezamisliv bez masovnih medija bez obzira na rasu, obrazovanje ili imovno stanje pojedinca. Upravo u tom svijetu postoji bezbroj informacija koje se stvaraju, mijenjaju, prenose, kupuju i prodaju (Malović, 2007). Zvali ih četvrtom vlašću, našom svakodnevnom pojavom ili „čovjekovim produžecima“ kako ih naziva Marshall McLuhan (Labaš, Vizler, 2011), masovni mediji neosporno utječu na pojedinca i njegova razmišljanja, ideje i stavove.

Čitatelji novina, slušatelji radijskih postaja, gledatelji televizije ili korisnici interneta svakodnevno primaju ogromnu količinu informacija. Sva zbivanja putem medija publici prenose novinari koji su „oči i uši milijuna primatelja masovnih medija“ (Malović, 2005). Novinar ostvaruje informativnu ulogu medija, jer ubrzava protok informacija, selektira ih i utječe na njihovo širenje, no mora voditi računa o kulturi dijaloga koji se uspostavlja u medijima i društvu u cjelini. Na prvome mjestu, mediji moraju promatrati okolinu jer nam jedino oni mogu pružiti potpuno izvješće o onom što se oko nas događa. Njihova je uloga „dobiti informaciju, pročitati je i protumačiti pa pustiti u optjecaj“ (Bertrand, 2007: 17). Mediji moraju osigurati društvenu komunikaciju jer su forum na kojem se odvijaju rasprave, povezati pojedince s grupom koje dalje ujedinjuju u naciju i tako pridonose međunarodnoj suradnji.

„Mediji su, naime, istodobno i industrija, i javna usluga i politička institucija. Tradicija im priznaje povlastice koje ih stavljaju u rang javnih usluga. Tim se zakonskim ili običajnim pravom mediji služe u ime građana“ (Bertrand, 2007: 28). Upravo zato što služe građanima, mediji imaju određeni utjecaj na njih. Ovisno o sadržajima, mediji imaju dobre i loše učinke. Maja Žitinski tvrdi da je upravo pogled na svijet i vlastiti način života uvelike određen medijima, odnosno onime što vidimo na vijestima ili pročitate u novinama. Unatoč tomu, svakodnevno se izmijeni „tisuću potencijalno vrijednih događaja o kojima na vijestima ne čujemo ništa“ (Žitinski, 2009: 234). O tome što će utjecati na određenu temu da postane dio medija, pisali su Johan Galtung i Marie Holmboe Ruge u studiji „The Structure of Foreign News“ (1965), kao i Sherry Ricchiardi koja je navela da su relevantnost, korisnost i zanimljivost osnovni kriteriji za određivanje vijesti, a unutar toga postoje važni elementi koje treba sadržavati svaki

dogadjaj: utjecaj, sukob, neobičnost, važnost, blizina, pravovremenost i publika (Malović, Ricchiardi, 1996: 4-5).

Mediji su sredstvo prenošenja informacija i komuniciranja, a kada se upotrebljavaju kroz neku didaktičku funkciju, tada postaju nositelji i posrednici informacija u nastavi. Odabir odgovarajućeg medija može djelovati na učenike izrazito poticajno, probuditi interes i emocije, a upotreba medija u odgojno-obrazovnom procesu pridonosi boljoj obradi i pamćenju sadržaja. Prilikom primjene određenog medija, nastavnik mora biti svjestan „zlatnog pravila“ Jana Amosa Komenskog, koji je još u 16. stoljeću govorio da „u nastavi valja težiti tomu da se maksimalno angažira što veći broj učenikovih osjetila“ (Rodek, 2007: 169).

Tena Martinić izdvaja šest funkcija masovnih medija: informacijsku, selekcijsku, eksplikacijsku, pedagošku, zabavnu i estetsku (Miliša, Vertovšek, prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 14). Upravo ova zabavna podrazumijeva korištenje medija za odmor, opuštanje, razonodu. Djeca u dokoličarenju bježe od stvarnosti i organiziranog rada, pasivno se prepuštaju ponuđenim medijskim sadržajima te traže sadržaje koji će ih opustiti, zabaviti, rasteretiti od svakodnevnih problema i briga. Djeca su izložena sadržajima i emisijama stranog podrijetla, a pregledom sadržaja na internetu, radiju, televiziji i tisku, uočavamo da smo okruženi vijestima o skandalima u svijetu glazbene, modne i filmske industrije. Često se serviraju senzacionalne vijesti kojima je cilj privući korisnike kako bi mediji ostvarili profit i ojačali konzumerizam kod potrošača, odnosno korisnika medijskih sadržaja.

Masovni mediji danas su također sredstvo prenošenja izričaja popularne kulture. Masovni mediji „omogućuju višestruko konzumiranje istih oblika popularne kulture – novine i časopisi mogu se čitati uvijek iznova, isti glazbeni spotovi na glazbenim se programima emitiraju više puta dnevno, televizijske kuće repriziraju popularne serije i filmove, odnosno upotrebom masovnih medija širi se i popularna kultura“ (Labaš, Mihovilović, 2011: 107). Upravo su glazbeni programi, serije, filmovi, novine, časopisi samo neki od dijelova popularne kulture koji zabavljaju mnogu djecu tijekom njihovog slobodnog vremena.

Mediji koji plasiraju zabavne i manipulativne sadržaje pridobivaju mlađu publiku, ali opuštanje nude i odraslima. Mladi i odrasli prepušteni su medijima te ne traže kritičke tekstove, a urednici govore da je sve više lakših i opuštajućih sadržaja jer su to tako tražili njihovi čitatelji, slušatelji, gledatelji. Zlatko Miliša, Mirela Tolić i Nenad Vertovšek ističu

najznačajnije medijske manipulacije: „Površnost je lakša od dubine sadržaja, kraće teme je lakše prenijeti nego dublje i složene informacije, bizarno privlači više pozornosti od običnog, posredstvom medija šalju se poruke o potrošnji kao primarnoj ljudskoj potrebi“ (Miliša, Vertovšek, prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2010: 40).

Stvarajući zabavne i manipulativne sadržaje mediji negativno utječu na djecu u njihovom svakodnevnom životu, primjerice putem oglašavanja i širenja konzumerizma, tabloidizacije, senzacionalizma te ostalih trendova, izloženosti nasilju te dječje pornografije.

Istraživanja o ulozi medija, svrhama korištenja te utjecaju medija u svakodnevnom životu djece

Razna hrvatska i inozemna istraživanja bavila su se ulogom medija, svrhama te učincima njihova korištenja. U Hrvatskoj su veliko istraživanje o ulozi medija u svakodnevnom životu djece još 2001. proveli Vlasta Ilišin, Ankica Marinović Bobinac i Furio Radin. Ispitali su koliko djeca koriste tisak, radio, televiziju i kompjutor, koje sadržaje preferiraju te koliko to ovisi o karakteristikama medija. Ovo veliko istraživanje na uzorku od 1.000 učenika od 5. do 8. razreda pokazalo je da djeca najviše koriste televiziju, radio, tisak za mlade te na kraju kompjutor. Informiranje, zabava, edukacija, savjeti, razvijanje socijalnih odnosa, bijeg iz stvarnosti samo su neki od privlačnih razloga čitanja časopisa. Djeca medije najčešće koriste za zabavu jer čitaju teme iz svijeta poznatih i slavni (glazba i film), te savjete o prijateljstvu, što je potvrdilo i istraživanje Vlaste Ilišin i suradnika iz 2013.

Istraživanjem „Utjecaj medija na hrvatsku obitelj“ od listopada 2003. do prosinca 2006. provedena je analiza sadržaja hrvatskog tiska i programa hrvatskih televizijskih postaja o objavama vezanim uz obiteljsku tematiku, a provedenom anketom nastojalo se ispitati medijske navike hrvatskih građana. Rezultati istraživanja pokazali su da hrvatski građani gledaju televizijski program najviše od 2 do 3 sata dnevno, od toga najviše informativne emisije, filmski program i serije. Pred televizijskim ekranima najčešće su stariji od 60 godina i mladi do 29 godina. Žene prate serije jer prikazuju drugačiji život od njihovog, pronalaze nove načine rješavanja problema, obrasce ponašanja i reakcije u kriznim situacijama. Čak 78,20 %

ispitanika od 18 do 59 godina reklo je da o muško-ženskim odnosima, bračnom i obiteljskom životu saznaju s televizije (Peran, 2010: 451).

Važna istraživanja provela je i Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba u suradnji s Hrabrim telefonom. Bavili su se nasiljem među djecom 2003., a rezultati istraživanja pokazali su da 27 % djece svakodnevno ili gotovo svakodnevno doživljava verbalno ili tjelesno nasilje u školi, dok se 16 % djece svakodnevno nasilno ponaša prema drugoj djeci. Ostala istraživanja nastojala su utvrditi koliko su djeca izložena zlostavljanju putem interneta (2004.) te koliko je raširena upotreba interneta, mobitela i drugih tehnologija među djecom (2008.).

Rezultati istraživanja Zaklade *Kaiser Family* provedenog u listopadu 2006. na uzorku od 1.008 roditelja djece između 2 i 17 godina putem šest fokus grupa unutar šest različitih pokrajina Sjedinjenih Američki Država: Irvine, California, Dallas, Texas, Chicago, Illinois su pokazali da je većina roditelja veoma zabrinuta zbog količine seksualnih (55 %) i nasilnih sadržaja (43 %) koji se pojavljuju u medijima. Mnogi vjeruju da takav sadržaj ima konkretan utjecaj na ponašanje mladih. Kada je u pitanju oglašavanje, 36 % roditelja zabrinuto je zbog prevelike količine reklama koje se prikazuju na televizijskim programima i povezane su sa seksualnim ili nasilnim sadržajima, dok 11 % roditelja nije uopće zabrinuto zbog reklama. Oni koji su zabrinuti zbog oglašavanja proizvoda, smatraju da se najviše oglašavaju igračke (18 %), videoigre (17 %), odjeća (13 %), alkohol/pivo (11 %), hrana (10 %), filmovi (7 %), glazba (7 %). Jedna od ispitanih majki rekla je: „Moja petogodišnja kći odlazi u svoju sobu i izlazi odjevena u kratku suknju i čizme. Kada ju upitam zašto je tako odjevena, odgovara mi da je to vidjela na televiziji“ (Rideout, 2007: 8).

U istraživanju „Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima“ koje je u Hrvatskoj proveo UNICEF 2010. u sklopu programa prevencije elektroničkog nasilja „Prekini lanac“, sudjelovalo je 5.215 učenika od 5. do 8. razreda, 2.484 roditelja i 759 učitelja. Istraživanje je pokazalo da 96 % djece ima vlastiti mobilni telefon, 95 % djece ima računalo kod kuće, od čega njih 85 % ima pristup internetu od kuće. Zanimljiv je podatak da djeca svakodnevno pristupaju internetu, a koriste ga češće od svojih roditelja. Dječaci (50,45 %) značajno češće od djevojčica (45,91 %) pristupaju internetu svaki dan. Svrha korištenja interneta uglavnom je traženje zabavnih sadržaja te pristup društvenim mrežama za komunikaciju s prijateljima. Da korištenje interneta ima i negativne posljedice, poput elektroničkog zlostavljanja, pokazuje 5 %

učenika koji su doživjeli zlostavljanje, njih 29 % povremeno, a 66 % djece nikada nije iskusilo elektroničko zlostavljanje. Djeca su uglavnom bila zlostavljana putem *Facebooka* ili neke druge društvene mreže (40 %) ili putem SMS poruka (30 %). Posljedice zlostavljanja uglavnom su problemi sa spavanjem, prehranom, glavoboljom, trboboľjom te djeca na kraju izbjegavaju internet. Slijede zabrinutost, ljutnja i smanjena koncentracija. Djevojčice jače reagriraju na stres i imaju izraženije simptome zbog zlostavljanja, no one se i češće povjeravaju nekome, ne posjećuju stranicu na kojoj su bile izložene zlostavljanju ili službeno prijavljuju nasilje.¹

Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba proveli su ove 2013. godine istraživanje o iskustvima i ponašanju djece na internetu i na društvenoj mreži Facebook, na uzorku od 1489 djece u Hrvatskoj, u dobi od 11 do 18 godina, u školama u ruralnim i u urbanim sredinama. Među djecom iz navedenoga uzorka, njih 12,1 % je doživjelo nasilje na Facebooku, a 9,6 % njih ponašalo se nasilno. Analizom skupine djece koja su na bilo koji način uključena u nasilje na Facebooku dobiven je postotak od 44,4 % njih koji doživljavaju nasilje, 29,7 % koji se ponašaju nasilno te 25,9 % djece koji i doživljavaju i čine nasilje na Facebooku.

Bivši polaznici Komunikološke škole u suradnji s Odjelom za medije Matice hrvatske i Uredom pravobraniteljice za djecu na čelu s Milom Jelavić, proveli su 2010. prvo istraživanje u Hrvatskoj pod nazivom „Djeca u dnevnim novinama“. Uzorak su činila 3.454 novinska priloga iz sedam hrvatskih dnevnih novina², a rezultati su potvrdili da mediji o djeci najčešće izvještavaju u negativnom kontekstu. Teme koje dominiraju su nasilje i zlostavljanje među djecom i nad djecom, seksualna zlostavljanja, kriminalne i prekršajne aktivnosti koje su počinila djeca. Uz izvještaj o samoubojstvu djece, mediji često donose oprostajna pisma, informacije o mjestu i načinu izvršavanja samoubojstva te otkrivaju identitet djece. Mediji nedovoljno promiču dječja prava, o čemu svjedoči 5,5 % priloga. Dnevne novine često su otkrivala identitet djece, ona su rijetko izvori informacija u člancima, a prilogi o djeci najčešće nisu objavljeni na naslovnoj stranici. Kada izvještavaju o djeci s teškoćama u razvoju, mediji posvećuju pozornost njihovim zdravstvenim problemima, a manje njihovim postignućima i uključivanju u svakodnevni život. Ovi rezultati ukazuju da novinari nužno moraju promijeniti pristup u izvještavanju o

¹http://www.unicef.hr/upload/file/353/176706/FILENAME/Izvjestaj_Iskustva_i_stavovi_djec_e_roditelja_i_ucitelja_prema_elektronickim_medijima.pdf, 25. srpnja 2013.

² U istraživanju su korištene sljedeće dnevne novine: *Vječernji list* (1.020), *Slobodna Dalmacija* (526), *Novi list* (504), *Jutarnji list* (390), *24 sata* (352), *Glas Slavonije* (345) te *Vjesnik* (316).

djeci te posvetiti pozornost pozitivnim događajima u kojima se spominju djeca. To nužno uključuje „česće promovirati dječja prava, smanjiti broj slučajeva u kojima se otkriva identitet djece u kojima bi trebao biti zaštićen te smanjiti senzacionalistički pristup izvještavanju o djeci“ (Ciboci, Jakopović, Opačak, Raguž, Skelin, prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2011: 165). Kako ističe Lana Ciboci to je „do današnjih dana ostalo najopsežnije istraživanje o djeci u hrvatskim medijima“ (Ciboci, 2014: 95), a prvo istraživanje o mišljenju javnosti o medijskom odgoju u Hrvatskoj u lipnju 2013. proveli su agencija Ipsos Puls i Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Ono je pokazalo da 62 % ispitanih građana smatra kako medijski odgoj treba uvesti u hrvatski odgojno-obrazovni sustav (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2015: 173).

Zlatko Miliša sa svojim je suradnicima prvi puta proveo stručni projekt „Deset dana bez ekrana“ u hrvatskim školama u listopadu 2008. godine. Cilj je bio da učenici osmih razreda na deset dana ugase tri ekrana: mobitel, računalo i televizor. Zadaci ovoga projekta usmjereni su na smanjenje vremena uz ekrane kako bi se poboljšala komunikacija između djece i roditelja, kako bi se putem osmišljenih radionica stekle kompetencije za razvijanje kritičkog stava prema pojedinim medijskim sadržajima, te kako bi se kvalitetnije osmislilo slobodno vrijeme. Miliša tvrdi da su porazni podaci prema kojima šest posto predškolaca u Brodsko-posavskoj županiji ima svoj *Facebook* profil, a smatra da „kupovina *tablet* računala djeci za bolje praćenje nastave nema smisla jer šest posto škola u Hrvatskoj još uvijek radi u tri smjene, a na učenike padaju stropovi ili nemaju dvorane za tjelesni odgoj. Zato, djeci treba odgoj za medije pa je tako i sam projekt ponovljen svake godine, pri čemu se proširio na desetak škola u Hrvatskoj.“³ Rezultati su pokazali da desetodnevna apstinencija od svih medijskih sadržaja, osobito onih koji nisu obrazovnog karaktera, omogućuje povratak komunikacije u obitelj i u školu (Miliša, prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 205-206).

Mrežna informacijska kompanija *Alexa* objavila je u travnju 2008. listu najposjećenijih mrežnih stranica u svijetu (Gavranović, 2009: 97). Na prvom mjestu nalazi se *Yahoo*, a slijede *YouTube*, *Windows Live*, *Google*, *MySpace*, *Facebook*, *MSN /Microsoft Network/*, *Hi5*, *Wikipedia* te *Orkut* (društvena mreža *Googlea*). Kada se provjere podaci koji su nam bili dostupni na mrežnoj stranici *Alexe* 18. srpnja 2013., *Facebook* je u odnosu

³ <http://www.novilist.hr/Sci-Tech/Tehnologija/E-skola-moze-biti-opasna-boli-glava-od-tableta>, 13. kolovoza 2013.

na svoje šesto mjesto iz 2008. preuzeo vodeće mjesto.⁴ Slijede *Google*, *YouTube*, *Yahoo*, *Amazon.com*, *Baidu.com*, *Wikipedia*, *Windows Live*, *QQ.COM* te *Taobao.com*, a nakon toga *Twitter* (na 12. mjestu), *LinkedIn* (na 14. mjestu) i *eBay* (na 21. mjestu). Što se tiče popularnosti društvenih mreža u Hrvatskoj, podaci iz 2011. govore da je broj *Facebook* korisnika iznosio 1.431.120⁵, što je smjestilo Hrvatsku na 66. mjesto u svijetu i 27. mjesto u Europi po broju registriranih korisnika. Na prvom mjestu po broju korisnika nalaze se Sjedinjene Američke Države, a slijede Indija, Indonezija i Velika Britanija.⁶

Agencija Gfk provela je istraživanje „Youth on line 2011“ na dobnoj skupini od 15 do 30 godina u proljeće 2011. godine. Rezultati su pokazali da najviše ispitanika vjeruje internetu (48 %), odnosno televiziji (29 %), dnevnim novinama (12 %), radiju (6 %) te ostalim masovnim medijima (5 %). Mlađa skupina od 15 do 24 godine nešto više vjeruje internetu (49%) od starije od 25 do 30 godina koja mu u 46 % slučajeva vjeruje. Kada su u pitanju uobičajene dnevne aktivnosti, mladi najviše vremena (između 5 i 8 sati) provode u školi ili na poslu, s obitelji oko 3 sata, odnosno 5 sati vikendom, slušajući glazbu (gotovo 3 sata), surfajući internetom (preko 2,5 sati), gledajući televiziju (gotovo 1,5 sati, vikendom oko 2 sata). Gotovo 70 % ima *laptop/notebook* u vlastitom kućanstvu, odnosno 60 % klasičan *desktop* ili manje od 10 % ima *pocket PC/netbook*. Svi koriste internet kod kuće (96 %), a čak 50 % njih putem mobilnog interneta. Više od polovice ispitanih mladih na internetu provode između 1 i 4 sata dnevno, a oko četvrtine preko 4 sata dnevno. Mladi vrijeme na internetu najčešće provode komunicirajući (preko 70 % putem društvenih mreža), prikupljajući informacije ili prateći novosti (preko 80 %), gledajući *video klipove* ili baveći se nekim oblicima učenja (preko 50 %). Što se tiče društvenih mreža, tek 20 % ne koristi nijednu društvenu mrežu. Najviše ispitanika koristi *Facebook* (80 %), a manjinu još i *Twitter* i *LinkedIn*. Kada je riječ o učestalosti korištenja društvenih mreža, više od 90 % korisnika to čini barem jednom ili čak nekoliko puta dnevno, dok je više od 70% u srpnju 2013. posjetilo neku društvenu mrežu. Uz korištenje društvenih

⁴ <http://www.alex.com/topsites/global>, 18. srpnja 2013.

⁵ Muškarci čine 51 %, a žene 49 % od ukupnog broja registriranih *Facebook* korisnika u Hrvatskoj. Što se tiče populacije, mladi od 18 do 24 čine 31 % *Facebook* korisnika. Oni od 18 do 34 godine čine čak dvije trećine *Facebook* korisnika u Hrvatskoj. (<http://manjgura.hr/vijesti/broj-facebook-korisnika-u-hrvatskoj-i-regiji-statistike/>, 9. kolovoza 2013.)

⁶ <http://manjgura.hr/vijesti/broj-facebook-korisnika-u-hrvatskoj-i-regiji-statistike/>, 9. kolovoza 2013.

mreža, rezultati su pokazali da se svi ispitanici služe mobitelima, a mijenjaju ga nakon dvije godine.⁷

Još od osamdesetih godina 20. stoljeća kada je uslijedila masovna upotreba videoigara, istraživači pokušavaju utvrditi koji su pozitivni, a koji negativni učinci igranja. Nessia Laniado i Gianfilippo Pietra (2005) istaknuli su da računalne i videoigre poboljšavaju brzinu, koncentraciju, usredotočenost, potiču misaone procese, pospješuju koordinaciju pokreta. Ostali istraživači (Gibb, Bailey, Lambirth, Wilson, 1983.; Green, Bavelier, 2003.; Reisenhuber, 2004.; Satyen, 2005.) dodali su da igre pospješuju usklađivanje osjetila i motorike, oštrinu vida, prostornu orijentaciju pa čak i inteligenciju. Unatoč pozitivnim učincima igranja videoigri, važno je uočiti i one negativne. Na prvom je mjestu velika količina agresije koja je prisutna u igrama, jer čak 89 % igara ima nasilni sadržaj. Istraživanja (Gentile, Lynch, Walsh, 2002.) su pokazala da djeca mogu imitirati akcije i postupke likova iz igara u kretanjama, izrazima i karakteru. Prikupljanje bodova u igri može privući igrače te takve igre poručuju igračima da moraju ubijati protivnike kako bi skupili bodove, odnosno pobijedili i napredovali. Takve poruke utječu na stavove igrača, pa nasilna ponašanja i rješenja opravdavaju i primjenjuju u svakodnevnom životu, jer vide da su takvi obrasci ponašanja efikasni i postižu rezultate. Naravno, ako dijete igra računalne ili videoigre, to nužno ne znači da će biti agresivno prema svojim vršnjacima, ono može osjetiti adrenalin za vrijeme igranja koji obično prestaje završetkom igranja. Nema dokaza da igranje dovodi do agresivnog ponašanja, no ono ga može poticati.⁸ Igranje karakterizira i nefizička aktivnost i osamljenost, a oni koji neumjereno igraju socijalno se izoliraju te stvarne prijatelje zamjenjuju virtualnima. Treći negativni učinak igranja video igara odnosi se na produživanje vremena igranja, povećane vezanosti uz igre, a može dovesti sve do patološke uporabe. Ako su igrači zaokupljeni igrama, možemo zaključiti da igre koriste prekomjerno te zanemaruju školske i druge obveze zbog želje i potrebe za igranjem. Patološki igrači povećavaju količinu igranja, a ako ne igraju osjećaju nemir,

⁷ http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/008744/index.hr.html, 9. kolovoza 2013.

⁸ Srednjoškolac Eric Harris jedan je od počinitelja masakra u školi Columbine 1999. godine. Ubijeno je 15-ero, a ranjeno 23oje ljudi. Harris je bio ovisnik o videoigri DOOM, a prije masakra na svojoj mrežnoj stranici objavio je da će „učiniti DOOM stvarnom“. Uz Harrisu, četrnaestogodišnji Michael Carneal iz Kentuckyja ubio je troje i ranio petero učenika. Bio je ovisan o videoigricama. Zanimljivo je kako ni Harris ni Carneal prije masakra nikada nisu držali pištolj u ruci (Bilić, Gjučić, Kirinić, 2010: 202).

razdražljivost ili jednostavno ne mogu prestati igrati (Bilić, Gjukić, Kirinić, 2010: 204).

S obzirom na to da su djeca sve više i više okružena medijima, ne možemo zanemariti njihov utjecaj na ponašanje i djelovanje te djece. Važno je uočiti da su djeca svjesno izložena medijima, slušaju radijske postaje, čitaju novine ili časopise, slušaju glazbu, gledaju televizijske serije, odnosno djeca su aktivni korisnici masovnih medija te ih konzumiraju kako bi zadovoljili svoje potrebe za zabavom, informiranjem, razvijanjem socijalnih odnosa), no oni medijske sadržaje interpretiraju i vrednuju, pripisuju im značenja (Labaš, Vizler, 2005). To nam sve govori da su djeca aktivni primatelji sadržaja, stoga trebaju biti medijski pismena kako bi znala pravilno koristiti medije, informirati se o temama iz medija, shvatiti važnost medija u njihovom svakodnevnom životu pa samim time i u obrazovnom sustavu.

Važnost medijske pismenosti očituje se u tome da je korisnik sposoban vrednovati, analizirati, procijeniti i razmijeniti informacije u svim svojim oblicima (Žitinski, 2009, prema Hybels i Weaver, 2000). Vrednovanje je važno za medijsku pismenost zbog uloge medija koju imaju u našem svakodnevnom životu. Korisnici su izloženi medijskim sadržajima te moraju biti medijski pismeni kako bi prosudili i vrednovali ulogu medija koju imaju u njihovom životu, medijski pismena osoba može svjesno koristiti medije te procijeniti kakve poruke mediji nose te kako su one prikazane (Žitinski, 2009). Kada govorimo o medijskoj kompetenciji, mislimo na sve one sposobnosti koje pojedincu pomažu u kritičkoj refleksiji u današnjem društvu. Dieter Baacke je prvi objasnio pojam medijska kompetencija te je rekao kako za komunikaciju nije dovoljno imati samo jezičnu kompetenciju, nego pojedinac mora biti sposoban da ono što vidi i čuje sam producira i stvori novu sadržajnu formu. Stjecanje medijskih kompetencija preko medijskoga odgoja koji dovodi do medijske pismenosti u Hrvatskoj snažno promiče projekt „Djeca medija“ Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu u čijem su središtu djeca i mladi, roditelji, nastavnici i stručni suradnici u školama „kojima se želi pomoći da postanu ne samo svjesni i kritični u odabiru i korištenju medija, nego im se – posebno na području novih digitalnih medija – želi pomoći kako bi postali sigurni i odgovorni korisnici, ali i stvaratelji medijskih sadržaja“ (Labaš, 2015: 105).

Nazočnost medija u nastavi ili podučavanje učenika o medijima i odgoju za medije, nužno pretpostavlja da bi učitelji ili medijski pedagozi u

svom medijskom obrazovanju trebali proći tri područja, a prema Pöttingeru, Schillu i Thieleu riječ je o područjima opće medijske kompetencije, medijsko didaktičke kompetencije i kompetencije u području medijskog odgoja (Tolić, prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2010: 170-172).

Uloga medija u svakodnevnom životu djece

Metoda istraživanja i odabir uzorka

Kako bismo ispitali koliko djeca koriste medije u informativne, odgojno-obrazovne i zabavne svrhe, odabrali smo kvantitativnu metodu anketu, jednu od najomiljenijih i najrasprostranjenijih metoda u socijalnoj psihologiji i srodnim znanostima (Zvonarević, 1985). Istražili smo i koje medije najčešće koriste, zašto koriste medije, kako provode slobodno vrijeme, koliko vremena općenito provode koristeći masovne medije, jesu li svjesna učinaka korištenja medija, koliko o medijskim sadržajima razgovaraju s odraslim osobama te na kojoj je razini njihovo poznavanje pojmova medijski odgoj, medijska kompetencija i medijska pismenost.

Prije ispitivanja postavili smo glavnu hipotezu:

Djeca medije najviše koriste u zabavne svrhe u svakodnevnom životu.

Ostale specifične hipoteze bile su:

1. Mobilni telefoni najkorišteniji su medij u svakodnevnom životu djece. Slijedi računalo i televizija.
2. Tisak ne čita više od polovice ispitane djece.
3. Djeca najčešće koriste medije zbog informacija.
4. Djeca svakodnevno provedu više vremena koristeći masovne medije nego tijekom jedne jutarnje ili popodneve smjene u školi.
5. Najučestalija aktivnost kod djece u slobodno vrijeme je upotreba medija.
6. Djeca su svjesna potencijalnih negativnih učinaka korištenja medija, poput oglašavanja, izloženosti nasilju i pornografije.
7. Djeca rijetko razgovaraju o medijskim sadržajima koje gledaju sa svojim roditeljima i nastavnicima.

8. Djeca ne poznaju pojmove: medijski odgoj, medijska kompetencija i medijska pismenost.

Anketa je provedena tijekom svibnja i lipnja 2013. u dvije osnovne škole: Osnovnoj školi Ljudevita Gaja i Osnovnoj školi Antuna Augustinčića u Zaprešiću. Uzorak ankete činilo je 184 učenika i učenica. Anketu je činilo 44 uglavnom zatvorenih pitanja, ali i otvorenih te pitanja s mogućnošću više odgovora. Provedena je pismenim putem u školama tijekom svibnja i lipnja 2013. godine.

Rezultati ispitivanja

Metodom ankete ispitivali smo 184 učenika i učenica dviju zaprešićkih osnovnih škola, a sudjelovalo je 76 učenika Osnovne škole Ljudevita Gaja i 108 učenika Osnovne škole Antuna Augustinčića. Anketu je ispunilo 50 % učenika i 50 % učenica u dobi od 13 (72,6 %) i 14 (27,4 %) godina.

Tabela 1: Koliko djeca koriste medije u informativne, odgojno-obrazovne i zabavne svrhe?

	Informativna	Odgojno-obrazovna (škola)	Odgojno-obrazovna (kod kuće)	Zabavna
vrlo često	19,60 %	2,20 %	2,70 %	63,40 %
često	35,90 %	13,80 %	24,60 %	27,30 %
ponekad	35,90 %	33,10 %	41,50 %	4,90 %
rijetko	8,70 %	14,90 %	22,40 %	4,40 %
nikada	0,00 %	0 %	8,70 %	0,00 %

Izvor: samostalna izrada

Djeca koriste medije u zabavne svrhe vrlo često (63,40 %), u informativne svrhe često (35,90 %), dok u odgojno-obrazovne svrhe (kod kuće) nikada ne koriste medije. Kada je u pitanju korištenje medija u informativne svrhe, djeca često, odnosno ponekad koriste medije (35,9 %).

Djeca vrlo često koriste medije, dok 8,7 % djece rijetko koristi medije u informativne svrhe.

Tabela 2: Koji medij najčešće koristiš u informativne svrhe?

računalo	66,70 %
televizija	24 %
radio	1,60 %
tisak	2,20 %
mobilni telefon	19,10 %
tablet računala	9,80 %

Čak 66,7 % djece informira se putem računala. Slijede televizija i mobilni telefoni s daleko nižim postotcima. U porastu je informiranje putem *tablet* računala koja koristi 9,8 % djece, dok se manjina služi radijem i tiskom. Djeca su davala višestruke odgovore što govori o tome da djeca kombiniraju različite medije kako bi se informirala.

Mediji odgajaju i obrazuju, ali 35,9 % rijetko, odnosno 33,1 % djece ponekad koristi medije u tu svrhu u školi tijekom nastave. Slijede ona djeca koja nikada (14,9 %), često (13,8 %) ili vrlo često (2,2 %) koriste medije. S druge strane, rezultati su pokazali da se djeca puno više služe medijima u odgojno-obrazovnu svrhu kada su kod kuće. Iz rezultata je vidljivo da 41,50 % djece koristi medije ponekad, 24,60 % često, a rijetko 22,40 %. Manjina je rekla da vrlo često (2,70 %) ili nikada (8,70 %) ne koristi medije u odgojno-obrazovnu svrhu.

Tabela 3: Koji medij najčešće koristiš prilikom pisanja domaćih zadaća, seminara i ostalih zadataka za školu?

računalo	19,70 %
Wikipedia	43,70 %
udžbenik, radna bilježnica	47,50 %
nešto drugo	2,20 %

Za pisanje domaćih zadaća, seminara i ostalih zadataka za školu djeca najčešće koriste udžbenik i radnu bilježnicu (47,5 %). S obzirom na

to da su djeca davala višestruke odgovore, pretpostavljamo da kombiniraju udžbenik i radnu bilježnicu s Wikipedijom, računalom (19,7 %) ili nečim drugom, no djeca nisu navodila što još koriste za pisanje domaćih zadaća i ostalih zadataka za školu.

Tabela 4: Koji medij najčešće koristiš u odgojno-obrazovne svrhe?

računalo	64,30 %
televizija	21,40 %
radio	0,50 %
tisak	2,70 %
mobilni telefon	12,10 %
tablet računala	6,00 %

Djeca najčešće koriste računalo kada je u pitanju odgoj i obrazovanje. Slijede televizija, mobilni telefoni i *tablet* računala. Gotovo zanemariv je podatak da u spomenutu svrhu samo 2,70 % djece koristi tisak ili 0,50 % radio.

Djeca vrlo često (63,40 %) koriste medije u zabavne svrhe, dok 27,3 % to čini često.

Tabela 5: Koji medij najčešće koristiš u zabavne svrhe?

računalo	60 %
televizija	22,20 %
radio	2,20 %
mobilni telefon	33,30 %
tablet računala	8,30 %

Računalo je najkorišteniji medij u zabavne svrhe (60 %). Djeca često pronalaze zabavne sadržaje na mobilnom telefonu⁹ ili televiziji. Manjina u zabavne svrhe koristi *tablet* računala i radio. Za razliku od

⁹ Podatke da 19,10 % djece koristi mobilni telefon u informativne, odnosno 12,10 % u odgojno-obrazovne ili 33,30 % u zabavne svrhe, možemo protumačiti kao pretpostavku da djeca koriste mogućnosti tzv. pametnih telefona (smartphone). Čak 20,2 % ispitanе djece koristi 500 MB, 1GB ili više za korištenje interneta.

prethodnih rezultata gdje je manjina za informiranje, odnosno odgoj i obrazovanje koristila i tisak, on je medij za koji djeca smatraju da ih ne može zabaviti. Djeca su u ovom pitanju davala višestruke odgovore.

Kada smo ispitali djecu u koje svrhe najčešće koriste medije te koje medije koriste kada to čine, uslijedila su pitanja o razlozima korištenja određenih medija.

Kada je u pitanju računalo, čak 89,7 % djece koristi društvene mreže, naposjećenija je Facebook, a slijede i ostale: *Twitter* i *Skype*. Djeci su društvene mreže zanimljive zbog jeftine komunikacije jer ne moraju trošiti novac na poruke i pozive putem mobitela (69,5 %). Na drugom je mjestu razmjena informacija za školu i školske/izvanškolske aktivnosti (46,3 %), a slijedi gledanje fotografija svojih prijatelja (13,4 %). Društvene mreže koriste najmanje kako bi na njima bili „ono što stvarno jesu“ (6,1 %). U ovom pitanju djeca su davala višestruke odgovore. Zabrinjavajući je podatak da čak 63 % djece smatra da podaci koje objavljuju na društvenoj mreži nisu zaštićeni.

Rezultati ispitivanja pokazali su da čak 74,5 % djece igra računalne ili videoigre. Prednjače dječaci, no primjetno je da ih igraju i djevojčice. Sklonost zaprešićke djece slična je sklonostima njemačke djece o kojoj smo govorili u dijelu o istraživanjima najučestalijih igrica muškog i ženskog spola. S obzirom na to da je većina ovih igrica usmjerena na brzinu, pucanje, nasilje, postizanje velikog broja bodova, zanimljivi su odgovori djece o karakteristikama računalnih igri.

Tabela 8: Računalne igre

zbog računalnih igrica zanemarujem obveze u školi	12,20 %
stvaraju nemir u meni ako igram	4,40 %
potiču ovisnost	25,40 %
potiču agresiju, nasilje i strah	7,20 %
korisne su	8,30 %
zabavljaju	84,50 %

Računalne igre zabavljaju više od polovice ispitane djece (84,5 %), dok najmanje djece primjećuje da računalne igre stvaraju nemir u njima ako ne igraju (4,4 %). Zanimljiv je podatak da su djeca prepoznala da računalne igre potiču ovisnost, a čak 12,20 % zbog njih zanemaruje svoje obveze u

školi. Manjina smatra da su računalne igre korisne, odnosno da potiču agresiju, nasilje i strah.

Tabela 7: Radio – tisak – tv

	Radio	Tisak	Tv
DA	54,30 %	56,50 %	82,60 %
NE	44,60 %	42,40 %	13 %

Kada su u pitanju tradicionalni mediji, radio, tisak i televizija, djeca najčešće gledaju televiziju (82,60 %). Zanimljiv je podatak da više od polovice ispitanih djece sluša radio i čita tisak.

Najslušanija radijska postaja je *Antena Zagreb*, a slijede *HIT FM*, *Narodni radio*, *Hrvatski radio – prvi program*. S obzirom na to da je riječ o zaprešićkim učenicima, djeca su izdvojila *Radio Zaprešić*.

Najčitaniji časopis je *OK!*, a odmah iza njega tabloid *24 sata*. *OK!* je bio najčitaniji časopis među djecom 2001. kada su istraživanje proveli Ilišin, Marinović Bobinac i Radin.

U pogledu televizije, prevladavaju humoristične serije¹⁰, a najgledanije su *Teorija velikog prasaka*, *Dva i pol muškarca*, *Svi vole Raymonda*, *Puna kuća*. Od informativnih emisija djeca su izdvojila *Dnevnik*, *Vijesti*, *RTL danas*. Najzastupljeniji su zabavni sadržaji, poput emisija *Galileo*, *Ninja ratnici*, *InMagazin*, *Exkluziv tabloid*, serija *Naša mala klinika*, *Lud, zbunjen, normalan*, *Larin izbor*, *Ruža vjetrova*, *Sila*, *Sulejman Veličanstveni*, *Pod istim krovom*, *Malcom u sredini*, *Princ iz Bel-Aira*, *Prijatelji*, *Kako sam upoznao vašu majku*. Manjina djece gleda *Školski sat*, te magazin *Lige prvaka*. Samo je jedan ispitanik istaknuo da gleda kviz *Tog se nitko nije sjetio* i emisiju *Dobro jutro, Hrvatska*.

Rezultati o sadržajima koje djeca gledaju, odnosno humoristične serije i serije domaće i inozemne produkcije, poklapaju se s rezultatima istraživanja „Utjecaj medija na hrvatsku obitelj“ koje je pokazalo da je televizija vrlo korišten medij među svim populacijama, te da većina

¹⁰ Američke serije samo su jedan od izričaja popularne kulture o kojoj je bilo riječi u teorijskom dijelu. Mladi su vjerojatno emocionalno povezani s određenom skupinom likova serije, serije su dostupne svima, omogućuje običnom čovjeku da uživa u seriji, nisu rezervirane i namijenjene društvenoj eliti, pružaju zadovoljstvo onima koje ih konzumiraju (Labaš, Mihovilović, 2011).

ispitanika gleda serije jer iz njih saznaje o muško-ženskim odnosima, bračnom i obiteljskom životu.

Tabela 9: Gledaš li najčešće?

CMC	10,50 %
SPORTSKA TV	12,20 %
DOMA TV	10,50 %
RTL 2	61,90 %
NOVA TV	36,50 %
RTL 2	53,60 %
HRT	3,30 %

U skladu s najzastupljenijim sadržajima koje djeca gledaju, a riječ je o humorističnim serijama, nije iznenadio podatak da djeca najčešće gledaju *RTL 2 televiziju*. Riječ je o specijaliziranom kanalu koji tijekom cijeloga dana prikazuje humoristične serije, poput *Teorija velikog praska*, *Dva i pol muškarca*, *Svi vole Raymonda*. Na ovom kanalu nema nijedne emisije koja izravno informira, odgaja ili obrazuje djecu. Slijedi *RTL televizija*, komercijalna televizija koja je prvenstveno usmjerena na zabavne sadržaje uz poneke informativne emisije, primjerice *RTL danas* koju su i sama djeca izdvojila ili zabavno-obrazovnu emisiju *Galileo* koja donosi različite znanstvene vijesti i priče. Na trećem je mjestu *Nova TV*, još jedna komercijalna televizija koja prikazuje većinu emisija i serija koju su djeca izdvojila, primjerice *Sila*, *Sulejman Veličanstveni*, *Ninja ratnici*, *InMagazjin*.

Razočaravajući, no ne i iznenađujući podatak je 3,30 % djece koja prate *HRT*, jedinu hrvatsku javnu televiziju koja pokriva trostruku ulogu medija, informativnu, odgojno-obrazovnu i zabavnu. Primjerice, *Školski sat* i *Dobro jutro, Hrvatska* dvije su emisije koje se prikazuju u jutarnjem terminu pa pretpostavljamo da ih djeca gledaju prije polaska u školu ili za vrijeme pisanja zadaća kada su u popodnevnoj smjeni u školi.

Da je televizija tradicionalan medij koji djeca najviše koriste govori i rezultat da 74,9 % djece gleda filmove na televiziji. S obzirom na dostupnost računala u kućanstvima i pristup internetu, ne čudi da 25,1 % djece gleda filmove na računalu ili putem interneta. Filmovi na DVD-u su zanimljivi 11 % djece, dok odlazak u kino preferira samo 8 % djece. Djeca

su na ovo pitanje davala višestruke odgovore, pa ukupan postotak prelazi 100 %.

Što se tiče korištenja medija u nastavi, djeca najviše koriste računalo (57 %). Zanimljivo je da nastavnici i dalje upotrebljavaju radio (23,2 %) putem kojega reproduciraju kazete ili puštaju cd s obrazovnim sadržajem. Film koristi tek 18,5 % nastavnika, a samo 4 % ih koristi novine, pri čemu možemo zaključiti da se novine uglavnom koriste na satovima hrvatskog jezika.

Tabela 10: Zašto najčešće koristiš medije?

zbog informacija	21,80 %
zbog zabave	68,70 %
zbog učenja	8,40 %
zbog komunikacije s prijateljima	35,20 %

Djeca najčešće koriste medije zbog zabave (68,70 %), a taj nas podatak nije nimalo iznenadio. Manje od polovice ispitane djece koristi medije zbog komunikacije s prijateljima, dok manjina koristi medije kao sredstvo informiranja ili učenja (8,40 %). Djeca su u ovom pitanju davala višestruke odgovore pa postotak prelazi 100 %.

Tabela 11: Koliko su mediji od 1 do 5 značajni u tvom životu?

ocjena 1	2,20 %
ocjena 2	6,70 %
ocjena 3	29,80 %
ocjena 4	40,40 %
ocjena 5	21,30 %

Čak 40,4 % djece ocijenilo je medije vrlo važnima u svom životu, što govori da mediji zauzimaju značajno mjesto u svakodnevnom životu djece. Slijede djeca kojima su mediji važni, dok je manjina rekla da im mediji uopće ili nisu važni. Čak 21,3 % djece smatra da su mediji jako važni u njihovom životu.

Tabela 12: Najvažnije karakteristike medija

smanjuju kreativnost	12 %
potiču agresiju i strah	5,50 %
nameću svoja stajališta	10,40 %
manipuliraju	13,10 %
zabavljaju	86,90 %
informiraju	72,10 %
obrazuju i odgajaju	27,90 %

Djeca smatraju da mediji najčešće zabavljaju (86,90 %), zatim informiraju te na samom kraju, obrazuju i odgajaju. Trostruka uloga medija poznata je i djeci. Manjina djece primjećuje da mediji ujedno i manipuliraju, smanjuju kreativnost, nameću svoja stajališta te potiču agresiju i strah (5,50 %). U ovom je pitanju dana mogućnost više odgovora pa ukupan postotak prelazi 100%.

Tabela 13: Koliko vremena svakodnevno provedeš koristeći medije?

između 1 do 2 sata	38,90 %
od 2 do 3 sata	40,60 %
od 4 do 6 sati	15 %
više od 6 sati	5,60 %

Djeca svakodnevno provedu od 2 do 3 sata (40,60 %), uz medije, a slijede djeca koja koriste medije između 1 do 2 sata. Najmanje djece koristi medije više od 6 sati svakodnevno.

Tabela 14: Koliko prosječno vremena provodiš uz medije vikendom?

između 1 do 2 sata	13,40 %
od 2 do 3 sata	43,60 %
od 4 do 6 sati	29,10 %
više od 6 sati	14,50 %

Odgovori djece iznenadili su s obzirom na to da najveći broj ispitanе djece, njih 43,60 %, koristi medije od 2 do 3 sata vikendom, što znači da djeca jednako koriste medije svakodnevno i vikendom. Slijede djeca koja koriste medije od 4 do 6 sati. Vrlo je iznenađujući podatak da djeca češće koriste medije više od 6 sati od one djece koja to čine između 1 do 2 sata. Rezultati su pokazali da čak 8,90 % djece koristi medije više od 6 sati vikendom u odnosu na svakodnevno korištenje medija.

Tabela 15: Način korištenja slobodnog vremena

Druženje s obitelji	37,40 %
Druženje s vršnjacima	56,60 %
Korištenje medija	32,40 %
Kreativne grupe	3,30 %
Zbor u školi/izvan škole	4,40 %
sport	67 %

Sport je najuobičajenija aktivnost kojom se u slobodno vrijeme bavi čak 67 % djece.¹¹ Slijedi druženje s vršnjacima, korištenje medija pa druženje s obitelji. Djeca slobodno vrijeme najmanje provode pjevajući u školskom ili nekom drugom zboru ili u kreativnim grupama. Rezultat prema kojem mali broj djece sudjeluje u zbornim aktivnostima ili nekim kreativnim grupama unutar centra za mlade, veliki je izazov lokalnoj zajednici (u ovom slučaju Gradu Zaprešiću) koja bi trebala osigurati niz kvalitetnih sadržaja kojima će djeca ostvariti svoja prava i potrebe za odgojno-obrazovnim, kulturnim, socijalnim i razvojnim vrijednostima. Uz to, važno je sportske i kulturne sadržaje učiniti jednako dostupnima svima, te na taj način poticati djecu na kvalitetno ispunjavanje slobodnog vremena (Reić Kukoč, Pezo, prema Flego, 2010).

¹¹ Bavljenje sportom sigurno je dobar odabir korištenja slobodnog vremena. Dijete se sportom izražava, zadovoljava svoje potrebe, istražuje, komunicira, raspolaže vremenom, određuje prioritete, nosi se s neugodom, pogreškama, izazovima i posljedicama loših odluka. Iz tih pozitivnih razloga, „poticanje djeteta na tjelesnu aktivnost kao stil života i stvaranje uvjeta za bavljenje sportom i rekreacijom odgovornost je roditelja, škole, lokalne zajednice i države, pri čemu djetetove sposobnosti, afiniteti i potrebe trebaju biti polazište za odluku o tome kojom će se aktivnošću i koliko intenzivno dijete baviti u području sporta i rekreacije“ (Gabelica Šupljika, prema Flego, 2010: 54).

S obzirom na visok postotak djece koja se u slobodno vrijeme druže s vršnjacima, zanimao nas je način na koji djeca najčešće komuniciraju međusobno. Čak 49,2 % djece govori da podjednako komunicira sa svojim prijateljima u školi i putem društvenih mreža. Njih 6,1 % reklo je da češće razgovara sa svojim vršnjacima putem društvenih mreža. Ovi rezultati ne iznenađuju jer se upravo „na mnogim društvenim mrežama korisnici ne 'umrežavaju', nego komuniciraju s osobama koje su već dio njihove društvene mreže, tj. s njima se druže i u stvarnosti“ (Labaš, prema Labaš, Polegubić, 2012: 68). Djeca su u ovom pitanju davala višestruke odgovore.

Tabela 16: Negativni učinci medija

	Ima li korištenje medija negativne učinke?	Jesi li svjestan/svjesna negativnih učinaka korištenja medija?
DA	68,30 %	79,30 %
NE	31,70 %	19 %

Korištenje medija ima negativne učinke prema mišljenju 68,30 % djece. Više od polovice ispitanih (79,30 %) odgovorilo je da je svjesno negativnih učinaka, dok je manjina (19 %) rekla kako toga nije svjesna.

Tabela 17: Koji su najveći problemi upotrebe medija?

Izloženost nasilju	51,10 %
konzumerizam	20,70 %
pornografski sadržaji	36,80 %
oglašavanje	9,80 %

Izloženost nasilju (51,10 %) najveći je problem upotrebe medija. Slijede pornografski sadržaji, konzumerizam i oglašavanje (9,80 %). Djeca su u ovom pitanju davala više odgovora pa ukupni postotak prelazi 100%. Kada je u pitanju izloženost nasilju, vrijedni su podaci koje su djeca dala u

nastavku ankete. Čak 68,5 % gleda crtiće, a njih 46,40 % istaknulo je da su crtići i filmovi koje gledaju nasilni.¹²

Prevladavaju odgovori djece koja su rekla da sadržaji (filmovi, crtići) koje gledaju nisu nasilni (53,60 %). Već smo spomenuli da 74,5 % djece igra računalne ili videoigre, no samo 7,20 % primjećuje da računalne igre potiču agresiju, nasilje i strah. Ovakvi rezultati koji pokazuju da 53,60 % djece smatra da crtići koje gledaju nisu nasilni, podudaraju se s rezultatima brojnih istraživanja¹³. Iako djeca gledaju crtiće koji sadrže nasilje u sebi, primjerice *Tom & Jerry*, *Dragon Ball*, *Pokemoni*, publika nije toga svjesna pa ih ne doživljava kao nasilne. Takvo shvaćanje može dovesti do „desenzibiliziranja medijskih korisnika koji nasilje mogu početi doživljavati kao normalnu stvar, te posljedično ne shvaćaju bol koja se nasiljem uzrokuje kod drugih osoba, što može dovesti do povećanja agresivnog ponašanja tih korisnika. Ujedno je riječ o teoriji o navikavanju¹⁴, prema kojoj korisnici doživljavaju nasilje kao normalno, svakodnevno ponašanje, povećaju toleranciju prema nasilju i smanjuju prag sputanosti da sami budu nasilni“ (Ciboci, Kanižaj, prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2011: 16-17).

Tabela 18: Razgovaraš li sa svojim roditeljima ili nastavnicima o korištenju medija i medijskim sadržajima?

DA	49,50 %
NE	49,50 %

Ovo je pitanje pokazalo da djeca podjednako razgovaraju i ne razgovaraju s roditeljima ili nastavnicima o korištenju medija i medijskim sadržajima, dok 1 % ispitanika nije odgovorilo. Nerazumijevanje odraslih (47,5 %) najčešći je razlog nekomunikacije između roditelja ili nastavnika i

¹² Djeca su izdvojila da gledaju sljedeće crtiće: *Tom & Jerry*, *Štrumfovi*, *Teletubbiesi*, *Pokemoni*, *Ben 10*, *Medvjedići dobrog srca*, *Garfield*, *Madagaskar*, *Nemo*, *Power Rangers*, *Dragon Ball*, *Spuzura Bob*, *Ledeno doba*, *Digimoni*, *Oggy i ščobari*.

¹³ U popisu literature donosimo listu korištenih radova, a ovdje izdvajamo dva teksta iz 2015. i 2000. godine kako bi se uočio nastavak i napredak u istraživanjima: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2015), Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Kotilainen, S., Kupiainen, R. (ur.), *Reflections on Media Education Futures*, Göteborg: Nordicom – University of Gothenburg, 171-182; Erjavec, K., Zgrabljic Rotar, N. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu: hrvatski model medijskoga odgoja, *Medijska istraživanja*, 6(1): 89-107.

¹⁴ Uz teoriju o navikavanju, razvile su se različite teorije koje objašnjavaju nasilje u medijima – teorija o katarzi, kultivacijske teorije, teorija o socijalnom učenju, prijenos stanja uzbuđenosti, priming teorija, skript teorija (Ciboci, Kanižaj, prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2011: 17–19).

djece. Slijede nedostatak vremena (25,3 %), nešto drugo (21,2 %) te strah (8,1 %). Kada je u pitanju nešto drugo, djeca su najčešće navela sljedeće razloge: „nisam razmišljao o tome“, „nemam potrebu“, „nemam vremena“, „jer me gnjave“, „ne da mi se“, „imam pametnijeg posla“, „jer ih nije briga“, „osjećam se glupo“, „mislim da nije potrebno“, „zbog srama“.

Takve rezultate možemo potkrijepiti razmišljanjem Davida Buckinghama koji smatra da se smanjio broj tradicionalnih obitelji, da dolazi do sve više razvoda pa sve više djece često živi s jednim roditeljem, da je mnogo obitelji bez stalnih primanja što dovodi do razlika između siromašnih i obitelji. Takvo stanje mijenja odnose unutar obitelji, roditelji i djeca ne komuniciraju dovoljno niti dovoljno kvalitetno, roditelji sve duže rade, a djeca su prepuštena različitim ustanovama (Uldrijan, prema Labaš, 2011) i na kraju, svojim vršnjacima. Unatoč ovim razmišljanjima, vrijedi uzeti u obzir i druga stajališta. Mataušić smatra da su roditelji danas zbunjeni i ne znaju općenito kako odgajati djecu. Ta zbunjenost proteže se i na medije, roditelji nisu dovoljno pripremljeni, ne razumiju dovoljno zakonitosti medija da bi mogli kontrolirati djecu i objašnjavati im, a s druge strane, ne mogu kontrolirati djecu koja ostaju sama kod kuće dok roditelji rade (Rimić, 2007: 9).

Tabela 19: Razgovaraš li sa svojim vršnjacima o medijskim sadržajima?

DA	82,60 %
NE	15,20 %

Djeca najčešće razgovaraju o medijima i medijskim sadržajima sa svojim vršnjacima, a 2,20 % ispitanika nije odgovorilo na pitanje. Ovakvi rezultati poklapaju se sa istraživanjima Ilišin, Marinović Bobinac i Radina koji su utvrdili da djeca imaju potrebu dijeliti s drugima svoje dojmove i razmišljanja o onome što su čitala, slušala ili gledala, a o tome najviše razgovaraju s vršnjacima.

S obzirom na to da 82,60 % djece razgovara s vršnjacima, a 49,50 % s roditeljima ili nastavnicima, zabrinjavajuće je da roditelji propuštaju razgovor sa svojom djecom te „dopuštaju da mimo njih prolaze iskustva njihove djece s paralelnim medijskim svijetom u koji su svakodnevno više ili manje uključena, kao što propuštaju i gotovo idealnu prigodu za nenametljivu dodatnu edukaciju i vrijednosno umjerenje djece“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001: 152). Takvi rezultati govore o *laissez faire*

odgoju u kojem roditelji ne razgovaraju sa svojom djecom te ih prepuštaju većem utjecaju vršnjaka i šire okoline (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001), a upravo na više razgovora zbog nedostatka medijskoga odgoja potiču Ciboci, Kanižaj i Labaš (2014).

Tabela 20: Skupina pitanja (41.-43.)

	pojam	predmet u školi	knjige, enciklopedije
DA	16,80 %	67,90 %	7,10 %
NE	78,90 %	29,40 %	91,30 %

Više od polovice ispitane djece nije čulo za medijski odgoj, medijsku kompetenciju i medijsku pismenost. Dok 4,3 % ispitanih nije odgovorilo na pitanje, njih je 16,8 % čulo za pojmove, najčešće su navodili pojam medijski odgoj, a zatim slijedi medijska pismenost. Samo je jedan ispitanik odgovorio da je čuo za sva tri pojma. Kada se djecu upitalo bi li htjela imati predmet u školi koji se bavi medijima i odgojem za medije, njih 67,90 % odgovorilo je potvrdno, dok 2,70 % djece nije odgovorilo na pitanje. Razočaravajući je podatak da djeca, koja su okružena medijima i izložena medijskim sadržajima, ne čitaju knjige ili enciklopedije o medijima koje koriste. Manjina je pročitala takve knjige, a najčešće se radilo o korištenju interneta, o korištenju *Facebooka* za *tinejdžere* ili o tehnologiji, dok 1,60 % djece nije odgovorilo na pitanje.

Zaključak

Masovni mediji danas igraju veliku ulogu u svakodnevnom životu. Oni osim što informiraju, odgajaju i obrazuju te zabavljaju, sve češće manipuliraju, nameću svoja stajališta, potiču agresiju, nasilje i strah. Mediji postaju toliko neizbježni da se moramo braniti od njih i njihovog utjecaja na naše ponašanje, ideje, stavove i razmišljanja. U tome nam može pomoći dodatna edukacija, stjecanje medijske kompetencije i pismenosti kako bismo postali samostalni korisnici koji mogu prepoznati kvalitetan medijski sadržaj, vrednovati ga, te kritički pristupati medijima i biti oprezan prilikom njihovog korištenja. Sve nas ovo navodi na zaključak da je

potrebno ispitati kako se djeca u svom svakodnevnom životu snalaze uz medije kojima su izloženi sve više i više.

Zbog toga smo i proveli anketno ispitivanje tijekom svibnja i lipnja 2013. godine u dvije zaprešićke osnovne škole, Osnovnoj školi Ljudevita Gaja i Osnovnoj školi Antuna Augustinčića. Uzorak je činilo 184 učenika i učenica u dobi od 13 i 14 godina.

Glavna je hipoteza koju smo postavili prilikom ovog ispitivanja, *Djeca najviše koriste medije u zabavne svrhe u svakodnevnom životu*, potvrđena. To su pokazali odgovori djece koja su rekla da vrlo često koriste medije u zabavne svrhe (63,40 %) u odnosu na informativne svrhe (19,60 %). Kada je u pitanju često korištenje medija, 27,3 % djece ih koristi u zabavne svrhe, a 35,9 % u informativne svrhe.

Prva specifična hipoteza, *Mobilni telefoni najkorišteniji su medij u svakodnevnom životu djece. Slijedi računalo i televizija*, djelomično je potvrđena. Zaista je riječ o tri najkorištenija medija među djecom, no računalo je najkorišteniji medij u svakodnevnom životu, o čemu nam govore podaci o korištenju tog medija u informativne (66,7 %), odgojno-obrazovne (64,3 %) te zabavne svrhe (60 %). Kada su u pitanju zabavne svrhe, čak 89,7 % koristi društvene mreže, a 74,5 % igra računalne igre. Na drugom je mjestu televizija koju djeca koriste 24 % za informiranje, 21,4 % za odgoj i obrazovanje te 22,3 % za zabavu. Korištenje mobilnih telefona je u porastu jer se koristi 19,1 % u informativne svrhe, 12,1 % u odgojno-obrazovne svrhe, no 33,3 % u zabavne svrhe.

Druga je specifična hipoteza, *Tisak ne čita više od polovice ispitanih djece*, opovrgnuta. Iznenađujući je podatak da 56,50 % djece čita tisak, a najčitaniji časopisi su *OK!*, tabloid *24 sata*, slijede dnevne novine *Večernji list*, *Jutarnji list* i časopis *Teen* te *Sportske novosti*. Manjina djece je izdvojila da čita sljedeće časopise: *Science*, *National Geographic*, *Reboot*, *Gloria*, *Košarka*, *Plavi oglasnik*, *Modru lastu*, dok više od ovih navedenih časopisa djeca čitaju *Playboy*.

Treća je specifična hipoteza, *Djeca najčešće koriste medije zbog informacija*, opovrgnuta. Djeca najčešće koriste medije zbog zabave, čak njih 68,70 %, u odnosu na 21,80 % djece koja koriste medije zbog informacija.

Rezultati su pokazali da djeca u prosjeku provedu 6 sati tijekom jutarnje ili popodnevne smjene u školi, dok s druge strane, djeca svakodnevno koriste medije od 2 do 3 sata, pri čemu je četvrta specifična hipoteza *Djeca svakodnevno provedu više vremena koristeći masovne medije nego tijekom jedne jutarnje ili popodnevne smjene* opovrgnuta.

Čak 67 % djece bavi se sportom, pri čemu je sport najučestalija aktivnost kod djece u slobodno vrijeme, te je opovrgnuta i peta specifična hipoteza *Najučestalija aktivnost kod djece u slobodno vrijeme je upotreba medija*. Upotreba medija je na trećem mjestu (32,40 %), a više od toga, djeca se družu s vršnjacima (56,60 %), a zatim s obitelji (37,40 %).

Da korištenje medija ima negativne učinke smatra 68,30 %, dok je 79,30 % djece svjesno potencijalnih negativnih učinaka korištenja medija poput oglašavanja, izloženosti nasilju i pornografije. Time je potvrđena šesta specifična hipoteza: *Djeca su svjesna potencijalnih negativnih učinaka korištenja medija, poput oglašavanja, izloženosti nasilju i pornografije*. Najveći problem upotrebe medija je izloženost nasilju prema mišljenju 51,10 % djece. Na drugom mjestu su pornografski sadržaji (36,80 %). Zanimljivo je kako samo 9,80 % djece uočava oglašavanje kao problem upotrebe medija.

Sedma specifična hipoteza *Djeca rijetko razgovaraju o medijskim sadržajima koje gledaju sa svojim roditeljima i nastavnicima* opovrgnuta je, jer rezultati pokazuju da 49,50 % djece razgovara s roditeljima ili nastavnicima, a isti je postotak za djecu koja ne razgovaraju. Djeca najčešće ne razgovaraju zbog nerazumijevanja odraslih, zatim zbog straha i nedostatka vremena. Znatno se ističu rezultati prema kojima 82,60 % djece razgovara o medijskim sadržajima s vršnjacima.

Prije posljednje hipoteze, važno je uočiti podatke koje su djeca dala u anketi. Čak 40,4 % djece ocijenilo je medije vrlo važnim u svom životu, što govori da mediji zauzimaju značajno mjesto u svakodnevnom životu djece. Slijede djeca kojima su mediji važni, dok je manjina rekla da im mediji uopće ili nisu važni. Čak 21,3 % djece smatra da su mediji jako važni u njihovom životu. Kada su trebala odabrati više karakteristika medija, djeca su najčešće rekla da mediji zabavljaju (86,90 %), informiraju (72,10 %) te na samom kraju, odgajaju i obrazuju (27,90 %). Primjetno je da su mediji sastavni dio života djece te su ona izložena različitim medijskim sadržajima. Postavlja se pitanje kako se štite od različitih neprimjerenih sadržaja jer smo potvrdili osmu specifičnu hipotezu: *Djeca ne poznaju pojmove medijski odgoj, medijska kompetencija, medijska pismenost*. Čak 78,90 % djece nikada nije čulo za te pojmove, no ohrabruje činjenica da bi 67,90 % djece htjelo imati predmet koji bi se bavio medijima i odgojem za medije.

Ovi posljednji rezultati mogu poslužiti nastavnicima i roditeljima kao putokaz kako postupati s djecom kada su u pitanju mediji. Nastavnici i roditelji trebali bi odvojiti vrijeme za djecu te razgovarati s njima o

medijima, njihovom korištenju i mogućnostima, te ukazati na opasnosti kojima su djeca izložena. Kako bi spriječili da mediji postanu najvažniji socijalizacijski agens u životima djece, roditelji bi se trebali sami informirati o medijima koje koriste njihova djeca. Nakon informiranja, djecu bi trebalo podučiti kako se kritički odnositi prema medijima kojima su izloženi da bi se oslobodili različitih medijskih manipulacija. S obzirom na to da su rezultati ispitivanja pokazali da djeca najviše koriste medije zbog zabave, nastavnici i roditelji trebali bi osvijestiti djeci da mediji mogu biti jednako korisni kao sredstvo informiranja i stjecanja novih znanja. Dijete na taj način može razvijati vještine pisanja, čitanja, slušanja, govorenja, kritičkog mišljenja, odvajanja bitnih od nebitnih činjenica. Kao i djeca, roditelji i nastavnici bi također trebali biti sposobni razumjeti medijski sadržaj, vrednovati njegov vizualni izgled kao i uspješno poznavati računalo i sluzenje internetom. Roditelji i nastavnici su najodgovorniji kada je u pitanju osmišljavanje slobodnog vremena djece. Ako je dijete prepušteno samom sebi jer roditelji rade, roditelji bi mogli kvalitetnije osmisliti njegovo slobodno vrijeme, naravno, uz dogovor s djetetom jer je važno da roditelji ne postavljaju različite uvjete i zabrane koje neće pridonijeti dječjem razvoju. Primjerice dijete može sudjelovati u filmskim radionicama, novinarskoj grupi uređujući školski list, vodeći radijsku emisiju ako škola to omogućuje.

Ovo su samo neke od osnovnih smjernica koje bi djeci, roditeljima i nastavnicima mogle pomoći u daljnjem korištenju i razumijevanju medija. Također, preporuča se čitanje literature o navedenoj tematici te posjećivanje različitih mrežnih stranica koje mogu pomoći u informiranju djece, roditelja i nastavnika. U Hrvatskoj je više takvih stranica, a posebno želimo skrenuti pozornost na mediji.hr i ucitelji.hr, kao i na portalu www.djecamedija.org koji služi kao „sustavna edukacija o medijima, prvenstveno onima u Hrvatskoj“, te za „poticanje razvoja osviještenih korisnika koji s razumijevanjem i kritičkim odmakom konzumiraju medijske sadržaje koje sami odabiru“.¹⁵ Portal je koristan ne samo djeci, već i nastavnicima i roditeljima jer se na jednom mjestu mogu pronaći pozitivni i negativni primjeri iz medijske svakodnevice, pregled hrvatskih i inozemnih publikacija koje govore o medijima, korištenju medija, njihovoj ulozi i utjecaju medija na pojedince, pravni propisi, kodeksi i smjernice te ostali podaci o korisnim stranicama, igrama za djecu itd.

¹⁵ http://www.djecamedija.org/?page_id=8, 11. kolovoza 2013.

Literatura

Bilić, V., Gjukić, D., Kirinić, G. (2010). Mogući učinci igranja računalnih igrica i videoigara na djecu i adolescente. *Napredak* 151 (2), 195-213.

Bilić, V., Ljubin Golub, T. (2011). Patološko igranje videoigara: uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja* 47 (2), 1-13.

Bertrand, C-J. (2007). *Deontologija medija*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

Ciboci, L., Jakopović, H., Opačak, S., Raguž, A. (2011). Djeca u dnevnim novinama. Analiza izvještavanja o djeci u 2010., 103-167, u: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.) *Djeca medija: od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.

Ciboci, L., Kanižaj, I. (2011). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove. Utjecaji, učinci i posljedice nasilja na djecu i mlade, 11-34, u: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.) *Djeca medija: od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2014). Media education from the perspective of parents of preschool children: challenges and trends in free time media use, *Medijska istraživanja*, 20(2): 53-67.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2015). Public Opinion Research as a Prerequisite for Media Education Strategies and Policies, u: Kotilainen, S., Kupiainen, R. (ur.), *Reflections on Media Education Futures*, Göteborg: Nordicom – University of Gothenburg, 171-182.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2013). The Efficiency of Regulation and Self-regulation: Croatian Media's Protection of Children's Rights (2008 – 2012). *CM – Časopis za upravljanje komuniciranjem – Communication Management Quarterly*, 8(29):147-170.

Ciboci, L., Labaš, D. (2015). Utjecaj medija na igru djece predškolske dobi (s Lanom Ciboci), u: Smajić, D. i Majdenić, V., *Dijete i jezik danas. Dijete i mediji. Children and language today. Children and media*, Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku – Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti, 363-388.

Ciboci, L., Osmančević, L. (2015). Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama, u: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.), *Medijska pismenost – predvjet za*

odgovorne medije, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 121-138.

Erjavec, K., Zgrabljic Rotar, N. (2000). Odgoj za medije u školama u svijetu: hrvatski model medijskoga odgoja, *Medijska istraživanja*, 6(1): 89-107.

Frau-Meigs, D. (2012). Transliteracy as the New Research Horizon for Media and Information Literacy, *Medijske studije*, 3(6): 14-27.

Gabelica Šupljika, M. (2010). Sport i rekreacija u slobodno vrijeme djece – za sve ili samo za odabrane?, 47-54, u: Flego, M. (ur.) *Dječja prava i slobodno vrijeme*. Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Gavranović, A. (2009). *Mediji: mitovi i stvarnost*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

Ilišin, V., (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima, *Medijska istraživanja*, 9(2): 9-34.

Ilišin, V. (2012). Roditelji kao medijski odgajatelji: komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima, u: Zgrabljic Rotar, N. (ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: Media Centar, 131-152.

Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.

Kunczik, M. (2014). Masovni mediji i njihov utjecaj na društvo, u: Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., Kurtić, N. (ur.), *Masovno komuniciranje*, Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga – Sveučilište Sjever, 15-39.

Labaš, D. (2015). „Djeca medija“ – mladi obrazuju mlade, u: Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 109-121.

Labaš, D. (2015). Komunikacija odgaja – odgoj komunicira. Prijedlozi i smjernice za medijski odgoj, u: Brusić, R. i dr. (ur.) *Komunikacija odgaja – odgoj komunicira. Emocionalna i medijska pismenost*, Zagreb: Pragma, 61-68.

Labaš, D. (2012). Komunikacija (u) novim medijima. *Facebook – nova (župna) zajednica?*, 59-81, u: Labaš, D., Polegubić, A. (ur.) *Mediji i nova evangelizacija*. Frankfurt am Main: Hrvatski dušobrižnički ured.

Labaš, D., Mihovilović, M. (2011). Masovni mediji i semiotika popularne kulture. *Kroatologija* 2 (1), 95-122.

Labaš, D., Vizler, A. (2005). Odgovornost primatelja u svjetlu medijske etike. *Nova prisutnost* 3 (2), 277-296.

Maletić, F. (2014). Medijska pismenost, u: Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., Kurtić, N. (ur.), *Masovno komuniciranje*, Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga – Sveučilište Sjever, 135-213.

Malović, S. (2007). *Mediji i društvo*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

Masterman, L. (1985). *Teaching the media*, London – New York: Routledge.

Mikić, K., (2002). Uloga medija u životu djeteta do desete godine starosti, *Zbornik Učiteljske akademije u Zagrebu*, 4(1): 151-162.

Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009). *Mediji i mladi – prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Sveučilišna knjižara. Zagreb.

Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2010). *Mladi – odgoj za medije*. M.E.P. d.o.o. Zagreb.

Peran, S. (2010). Sapunice, telenovele i slika obitelji. *Nova prisutnost* 10 (3), 443-457.

Potter, W. J. (2014). Guidelines for Media Literacy Interventions in the Digital Age, *Medijska istraživanja*, (20)2: 5-29.

Reić Kukoč, B., Pezo, A. (2010). Uloga lokalne zajednice u ostvarivanju prava djece na kvalitetno slobodno vrijeme, 29-34, u: Flego, M. (ur.) *Dječja prava i slobodno vrijeme*. Zagreb: Pravobranitelj za djecu.

Ricchiardi, S., Malović, S. (1996). *Uvod u novinarstvo*. Zagreb: Izvori.

Rodek, S. (2007). Novi mediji i učinkovitost učenja i nastave. *Školski vjesnik* 56 (1-2), 165-170.

Rimić, R. (2007). Mediji ne smiju zaboraviti odgojnu ulogu. *Glas koncila* 46 (20), 8-9.

Rideout, V. (2007). *Parents, children & media: a Kaiser Family Foundation survey*. California: The Henry J. Kaiser Family Foundation.

Špiranec, S., Banek Zorica, M. (2008). *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*, Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, 55 (22): 97-103.

Uldrijan, I. (2011). Zašto odgajati za medije? Mediji kao „odgojitelji“ u doba odgojno krize, 173-

192, u: Labaš, D. (ur.) *Komunikacija i mediji u krizi*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

Zgrabljic Rotar, N. (2011). *Digitalno doba. Masovni mediji i digitalna kultura*, Zadar: Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja d.o.o.

Zvonarević, M. (1985). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Školska knjiga.

Žitinski, M. (2009). Što je medijska pismenost? *Obnovljeni život*, 64 (2), 233-246.

Mrežni izvori

<http://www.alexacom/topsites/global>, 18. srpnja 2013.

http://www.djecamedija.org/?page_id=8, 11. kolovoza 2013.

http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/008744/index.html, 9. kolovoza 2013.

<http://manjgura.hr/vijesti/broj-facebook-korisnika-u-hrvatskoj-i-regiji-statistike/>, 9. kolovoza 2013.

<http://www.novilist.hr/Sci-Tech/Tehnologija/E-skola-moze-biti-opasna-boli-glava-od-tableta>, 13. kolovoza 2013.

<http://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/>, 10. kolovoza 2013.

http://www.unicef.hr/upload/file/353/176706/FILENAME/Izvjestaj_Iskustva_i_stavovi_djece_roditelja_i_ucitelja_prema_elektronickim_medijima.pdf, 25. srpnja 2013.