



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
KOMUNIKOLOGIJA

UZROČNO-POS LJEDIČNA VEZA MEDIJSKE
KULTURE I PSIHOLOŠKOG RAZVOJA DJECE
-magistarski rad-

Kandidatkinja:
Zlatana Šarkinović
Broj indeksa: 67128/II

Mentorica:
Doc. dr. Irena Praskač-Salčin

Sarajevo, Maj 2022.



**FAKULTET
POLITIČKIH
NAUKA**
UNIVERZITET U SARAJEVU
MCMXLIX

KOMUNIKOLOGIJA

**UZROČNO-POS LJEDIČNA VEZA MEDIJSKE
KULTURE I PSIHOLOŠKOG RAZVOJA DJECE**
-magistarski rad-

Kandidatkinja:
Zlatana Šarkinović
Broj indeksa: 67128/II

Mentorica:
Doc. dr. Irena Praskač-Salčin

Sarajevo. septembar 2022.

SADRŽAJ

UVOD	1
Definicije osnovnih pojmova.....	3
1. METODOLOGIJA RADA	5
1.1. Predmet i problem istraživanja	5
1.2. Teorijska osnova istraživanja	6
1.3. Ciljevi istraživanja.....	6
1.4. Metode istraživanja	7
1.5. Hipoteze i indikatori	8
1.6. Struktura rada.....	8
2. MEDIJI.....	9
2.1. Funkcije medija	9
2.2. Podjela medija.....	12
3. MEDIJSKA PEDAGOGIJA.....	14
3.1. Medijska pismenost.....	16
3.1.1. Medijski odgoj.....	18
3.1.2. Medijska kultura	20
3.1.3. Didaktika medija.....	21
3.1.4. Medijsko-naučno istraživanje	22
3.1.5. Medijska socijalizacija.....	23
3.1.6. Medijska etika.....	24
4. DJECA I MEDIJI	25
4.1. Djeca i mladi kao primatelji medijskih sadržaja	25
4.2. Utjecaj medija na dječji razvoj.....	28
4.2.1. Emocionalni razvoj.....	29
4.2.2. Socijalni razvoj	30
4.2.3. Misaoni razvoj	30
4.2.4. Moralni razvoj i percepcija svijeta	31
4.2.5. Tjelesni i spolni razvoj	32
4.3. Utjecaj medija na psihološki razvoj djece	32
5. DRUŠTVENE MREŽE	34
5.1. Digitalizacija medija, društveni mediji i pojava društvenih mreža	34
5.1.1. Facebook.....	36
5.1.2. YouTube	37
5.1.3. Instagram	37
5.1.4. Snapchat	38

5.1.5. TikTok	39
6. DJETINSTVO NEKAD I SAD	40
7. NEGATIVNI UTJECAJI DIGITALNIH MEDIJA U ODGOJU I OBRAZOVANJU	42
7.1. Mediji kao manipulatori	42
7.2. Ovisnost o Internetu.....	42
7.3. Nasilje u medijima	43
7.4. Video igre	44
8. POZITIVNI UČINCI DIGITALNIH MEDIJA	45
8.1. Integracija digitalnih medija	45
8.2. Video igre simulacije i poticanja	45
8.3. Interkulturalno obrazovanje	46
9. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	46
9.1. Rezultati istraživanja	46
9.2. Preporuke	53
Zaključak.....	54
Popis slika i tabela	56
Literatura	56
Ostalo.....	58

SAŽETAK

Mediji i medijska kultura utječu na svakodnevni život oblikujući pojedinca, njegov karakter i norme ponašanja. Na taj način mediji određuju definiciju ljepote, uspješnosti i moći. Njihovom utjecaju najpodložnija su djeca. S obzirom na činjenicu da se od najranijeg uzrasta koriste savremenom informaciono-komunikacionom tehnologijom, može se reći da je odrastanje djeteta ustvari medijsko odrastanje. Svakodnevna upotreba digitalnih medija donijela je brojne promjene u životima djece, a najviše je utjecala na slobodno vrijeme kojim djeca raspolažu. Nekadašnju interakciju sa vršnjacima zamijenila je nova, virtuelna zabava i komunikacija posredovana internetom.

Mediji se mogu gledati kao sredstva informisanja, obrazovanja i zabave. Također, oni su nezaobilazan dio života u 21. vijeku. Današnja djeca su najviše izložena utjecaju medija i njihovi se životi ne mogu posmatrati bez prisutnosti istih. Sredstvo su oblikovanja stavova, a djeca su njima izložena od najranijeg doba, te imaju važnu ulogu u odgoju djece. Istraživanja pokazuju da elektronski mediji utječu na mnoge aspekte dječijeg razvoja i funkcionisanja i da taj utjecaj može biti poticajan, ali i štetan. Snaga djelovanja medija na djecu i mlade ovisi o medijskim sadržajima koje dijete koristi, o području psihofizičkog razvoja djeteta kao i o stupnju toga razvoja, ali i o brojnim drugim faktorima koji mogu ublažiti ili pojačati negativno ili pozitivno djelovanje medijskih sadržaja.

UVOD

Savremeni način života sa sobom je donio brojne promjene, posebno u području ljudskog načina komuniciranja, obrazovanja i provođenja slobodnog vremena. Tehnološki napredak i razvoj medija doveo je do toga da smo svakodnevno okruženi s nekoliko ekrana, odnosno medijskih platformi, preko kojih pratimo medijske sadržaje, informišemo se i komuniciramo. Televizija više nije jedini ili najzastupljeniji elektronski medij, već se masovno koriste i druge medijske platforme poput računara, tableta, pametnih telefona i igračih konzola.

Danas djeca od najranijeg uzrasta svakodnevno koriste nove tehnologije i to otvara niz pitanja na koja roditelji, pedagozi i na kraju društvena zajednica pokušavaju dati odgovore. Problem je što se nove tehnologije razvijaju mnogo bržim tempom nego što stručnjaci zainteresirani za ovu oblast uspijevaju da ispituju sve njihove pozitivne i negativne utjecaje na djecu. Rezultati mnogobrojnih istraživanja u svijetu u vezi sa utjecajem televizije na djecu još uvijek nisu bili usaglašeni, a internet je već dodatno okupirao mladu populaciju. Kao poseban segment novih tehnologija pojavili su se društveni mediji ili društvene mreže koje su za djecu postale "biti ili ne biti".

Mediji su se razvijali postepeno i u različita vremena su imali različite uloge u društvu i utjecaj na isto. Društvo ih je u različitim vremenskim razdobljima različito i prihvaćalo, a konstantni razvoj doveo je do pojave masovnih medija, odnosno medija koji imaju velik broj korisnika koji ih koriste svakodnevno. Ograničenja usvojena u svrhu suzbijanja pandemije izazvane virusom COVID-19 više su nego ikad ranije ukazala na važnost digitalnih medija u širenju informacija, školovanju, obavljanju poslova od kuće, održavanju socijalnih kontakata i slično. Digitalni mediji su sve više usmjereni na djecu i tako utječu na mnoge aspekte dječijeg razvoja i funkcionisanja. Djeca i mladi imaju pravo na pristup digitalnim medijima i informacijama koje će im prikazati svijet, ali na prikladan i edukativan način.

Roditelji kao primarni i najvažniji odgajatelji svoje djece imaju veliki utjecaj na oblikovanje zdravih dječjih navika korištenja digitalnih medija. Utjecaj medija može biti koristan ukoliko se uzmu u obzir razvojne karakteristike djeteta, karakteristike medijskih sadržaja kojima je dijete izloženo i djetetovo društveno i porodično okruženje.

Mediji se razvijaju veoma brzo tako da djeca bivaju izložena njima već u prvim godinama svog života i njihov utjecaj na djecu postaje sve veći. Mediji se nalaze svuda oko njih, a navikavanje na medije dešava se brzo i neprimjetno. Mobilni telefoni su vremenom postali multimedijalni uređaji dostupni svim generacijama, a njima se može, ne samo telefonirati, već i koristiti internetom, pratiti televizijski program, slušati radio, koristiti se raznim aplikacijama kao i mnoge druge stvari. Utjecaj medija na živote djece se s godinama povećava jer se povećava i broj i vrsta medija. Pretežno sva djeca školske dobi danas koriste različite društvene mreže i mobilne aplikacije. Društvene mreže nalaze se na internetu, što znači da ih se može koristiti na različitim uređajima kao što su računari, laptopi, tableti i pametni telefoni. Na društvenim mrežama mogu se dijeliti poruke, slike, zvučni zapisi ili videozapisi. Naročito su popularne aplikacije koje omogućuju slanje poruka osobama koje već poznajete i video platforme koje omogućuju dijeljenje i gledanje video klipova na internetu te njihovo komentarisanje.

Definicije osnovnih pojmova

Osnovne kategorijalne odredbe, odnosno pojmovi koji se izvode iz ovog predmeta istraživanja su: mediji, televizija, medijska pismenost, manipulacija, informiranje i drugo.

Mediji su kompleksni pojam koji označava sustave javnog informiranja, koji služe za raspršivanje (diseminaciju) vijesti i audio-vizualnih sadržaja u svrhu informiranja, obrazovanja i zabave najširih slojeva stanovništva.

Socijalizacija znači integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumijeva proces učenja stavova, vrijednosti i poželjnih oblika ponašanja.

Internet jest sistem međusobno povezanih računarskih mreža koji pomoću paketa internetskih protokola (TCP/IP) ostvaruju komunikaciju između raznih vrsta uređaja i mreža. Ta skupina mreža sastoji se od privatnih, javnih, akademskih, poslovnih i vladinih mreža lokalnog do globalnog opsega, povezanih raznim vrstama elektronskih, bežičnih i optičkih tehnologija umrežavanja. Internet sadrži veliki raspon informativnih resursa i usluga, poput međusobno povezanih dokumenata hiperteksta i aplikacija "svjetske mreže" (WWW), elektronske pošte, telefonije i razmjene datoteka.

Manipulacija je postupak potčinjavanja pojedinca, društvenih skupina, javnosti, komunikacijske procedure, komunikacijskih kanala, medija i subjekata određenoj vrsti interesa. To je model ponašanja obilježen pokušajima da se iskoriste međuljudski kontakti radi zaustavljanja ili skrivanja relevantnih informacija.

Medijska pismenost je sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.

Televizija je audiovizualni medij vrlo složene tehnologije i vrlo složene organizacije rada, globalne prirode, kojemu je teško postaviti nacionalnu granicu, jer kao kôd ne koristi samo jezik (govor) nego i sliku, a ona je univerzalna.

Informiranje je proces kojim se pojedinim skupinama korisnika pružaju informacije značajne za donošenje odluka o odabiru zvanja, zanimanja i područja rada. Sprovodi se u vidu različitih vrsta informativnih letaka, publikacija, tekstova na web stranicama, i direktnim kontaktom sa korisnikom usluga.

Anketa je organizirano ispitivanje ili prikupljanje podataka o nekom političkom, socijalnom, ekonomskom ili drugom pitanju, raspoloženju javnoga mišljenja i sl. ¹

¹ anketa. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 9. 5. 2022. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2842>>

1. METODOLOGIJA RADA

1.1. Predmet i problem istraživanja

Mediji i njihov utjecaj uvijek su bili zanimljiva tema za proučavanje i istraživanje. Današnja djeca su najviše izložena utjecaju medija i njihovi se životi ne mogu posmatrati bez prisutnosti istih. Danas je prisutnost medija toliko rasprostranjena da nije čudno što djeca koja nisu ni krenula u školukoriste naprednu tehnologiju. S jedne strane, to se može posmatrati kao napredak novih generacija i povećanje sposobnosti pojedinaca, međutim, potrebno je sagledati i štetne posljedice na psihofizički razvoj djeteta. Uvažavajući vrijeme u kojem živimo i životne potrebe, važno je izbalansirati upotrebu savremenih tehnologija u svakodnevnom životu djeteta.

Predmet ovog istraživanja jeste utvrditi utjecaj koji mediji kao masovno sredstvo prenosa informacija, komunikacije i zabave mogu ostaviti na psihološki razvoj djeteta. Mediji su nakon porodice i društva, treći odgajatelj s obzirom na utjecaj koji imaju na djecu i mlade. Zbog tog razloga oni imaju veliku odgojno-obrazovnu moć. Interes pedagogije kao znanosti jeste da istraži koje vrijednosti mediji promovisu. Upravo je ovo jedan od razloga zbog kojih želimo detaljno obraditi ovu temu i doći do novih saznanja koja će unaprijediti odgojno-obrazovnu praksu.

Problem rada jeste činjenica da u današnjem svijetu punom promjena i izazova, mediji kao sredstva informiranja igraju veliku ulogu. Činjenica jeste da su upravo djeca najviše izložena utjecaju medija i njihovi se životi ne mogu posmatrati bez njihovog prisustva. Sredstvo su oblikovanja stavova, a djeca su njima izložena od najranijeg doba i imaju važnu ulogu u odgoju i obrazovanju. Istraživanja pokazuju da elektronski mediji utječu na mnoge aspekte dječijeg razvoja i da taj utjecaj može biti poticajan, ali i štetan. Svjedoci smo da današnji mediji nude više zabavnog i manipulativnog nego informativnog i obrazovnog sadržaja. Uspjeh, slava, bogatstvo i popularnost su iluzije koje putem medija zamjenjuju osnovne ljudske vrijednosti, te djeca žive pod pritiskom ostvarenja nemogućeg.

1.2. Teorijska osnova istraživanja

Značajna uloga medija u društvu izaziva pažnju brojnih teoretičara različitih profila kao što su sociolozi, psiholozi, pedagozi, koji nastoje s različitih aspekata sagledati efekte masovnih medija. Međutim, i pored brojnih proučavanja i istraživanja, kao i različitih teorijskih pristupa, utjecaj i posljedice naglog i intenzivnog razvoja medija teško je sagledati. Poznato je da su djeca strastveni gledaoci televizije, da se njihova slika svijeta uglavnom formira pod utjecajem malih ekrana, prije nego pod utjecajem roditelja ili odgojno-obrazovnih institucija. Kod djece u periodu adolescencije dominaciju preuzimaju drugi mediji, prije svega internet kao moćno sredstvo komunikacije, ali i socijalizacije i odgoja.

Razvoj djeteta jeste ona komponenta koja najviše interesuje društvene nauke. Svako društvo nastoji osigurati što bolje uslove za adekvatan razvoj djece. Takav razvoj podrazumijeva realizaciju svih individualnih potencijala u cilju ostvarivanja kvalitetnog života i psihičke dobrobiti pojedinca, s ciljem davanja punog doprinosa funkcioniranju i razvoju društva. Mediji imaju veliku moć da utječu na mase, posebno djecu, te da kreiraju njihovo mišljenje. Iz tog razloga, informacije koje mediji prezentiraju, treba da budu tačne i vjerodostojne. Upravo iz tog razloga, utjecaj medija na razvoj djeteta kao pojedinca, koji će odrastanjem i učenjem, biti sastavni dio jednog društva, jeste teorijska osnova ovog rada.

1.3. Ciljevi istraživanja

Prethodne teorijske osnove istraživanja doprinose postavljanju naučnog cilja koji se temelji na utvrđivanju posljedica korištenja elektronskih medija kod djece. Ovo se prvenstveno odnosi na psihološki razvoj i sazrijevanje djeteta koje je pod utjecajem korištenja društvenih mreža i mobilnih aplikacija formirao nerealnu sliku sebe kao odrasle osobe kakvom želi biti. Htjeli priznati ili ne, upravo ti mediji, zbog svog ličnog karaktera, odnosno korištenja istih tako što kreiraju lične profile putem kojih se koriste ovim medijima, stvaraju i formiraju sliku osobe kakvom žele biti. Zaneseni popularnim likovima iz svijeta, žele da stvore i svoju ličnost u skladu sa onim što im je stalno pred očima i odražava popularnost, ljepotu, moć i slično.

Istraživanje upravo daje odgovore kako i u kojoj mjeri ti moderni trendovi zvani elektronski mediji, utiču na formiranje djece, a kasnije, odrasle ličnosti. Osim toga, ovo istraživanje ima i svoju društvenu opravdanost. Društveni cilj se ogleda u tome da će odgojno-obrazovne ustanove dobiti određena saznanja o tome kolika je važnost medijskog odgoja, kako u porodici, tako i u obrazovanju.

1.4. Metode istraživanja

Za potrebe ovoga rada koristile su se opće naučne metode. Teorijski dio se prikupljao iz sekundarnih izvora kao što su razni naučni članci i knjige. Kao metoda ispitivanja korištena je anketa kao jedan od najčešće korištenih postupaka za ispitivanje javnog mnijenja. Provedeno je kvantitativno istraživanje u kojem je korištena anketa o upotrebi elektronskih medija u slobodno vrijeme kod djece školske dobi.

Istraživanje je provedeno online putem Google obrasca (ankete) koju su ispunjavali učenici viših razreda osnovnih škola, odnosno učenici od 5. do 9. razreda. Anketna pitanja sastojala su se od pitanja višestrukog odabira i kratkih odgovora. Istraživanje je provedeno na uzorku od 496 ispitanika.

Anketa je naziv za skup postupaka pomoću kojih se prikupljaju i analiziraju izjave ispitanika kako bi se saznali podaci o njihovom ponašanju ili o njihovim stavovima, mišljenjima, preferencijama, interesima i slično, radi statistike, ispitivanja javnog mnijenja, tržišta ili kao temelj za potrebe nekog drugog istraživanja. Anketa je bila kratka i ispitanici su bili u mogućnosti da je ispune u roku od 5 minuta.

1.5. Hipoteze i indikatori

Na osnovu zadane teme i prikupljenih informacija formirali smo glavnu hipotezu i tri pomoćne hipoteze.

Glavna hipoteza: Mediji imaju negativan utjecaj na odgoj djece, posebno predškolskog i školskog uzrasta.

Pomoćne hipoteze:

Hipoteza 1: Mediji nude sve više zabavne sadržaje ne vodeći pritom računa o njihovoj etičnosti. Sve je manje odgojnih, a sve više sadržaja koji su na granici senzacionalizma ili propagande.

Hipoteza 2: Televizijske emisije i filmovi sadrže elemente ružnog i agresivnog ponašanja.

Hipoteza 3: Zabrane pretjeranog korištenja medija u porodici su, zbog pandemije COVID-19, u velikoj mjeri popustile.

Indikatori: Internet, društvene mreže i aplikacije koje su u vezi sa predmetom istraživanja.

1.6. Struktura rada

Rad se sastoji od deset poglavlja. U prvom se govori o uvodnim razmatranjima, a od drugog do devetog poglavlja izlaže se teoretski dio usko vezan za temu rada. U posljednjem poglavlju je analizirana istraživačka komponenta rada, date su preporuke zasnovane na rezultatima istraživanja, te se na kraju rada nalaze zaključna razmatranja.

2. MEDIJI

Mediji označavaju sistem informiranja, koji služi za širenje poruka i raznih sadržaja. U medije ubrajamo: knjige, novine, časopise, radio, televiziju i internet. Mediji su sredstva komunikacije koja se prilagođavaju društvenim promjenama. Mediji, kao što su knjiga, radio, televizija i drugi, prožimaju sva područja ljudskog života, ali mobiteli, internet i novi mediji su na poseban način postali sastavnim dijelom života djece i mladih. Mediji na djecu mogu imati istovremeno pozitivne i negativne posljedice. Posljedice ovise o tome kojoj vrsti sadržaja su djeca najviše izložena i načinu na koji ga doživljavaju i upotrebljavaju. Određeni mediji u velikojmjeri doprinose poboljšanju kvaliteta života djece svojim sadržajima obogaćujući i proširujući njihove vidike, utječući na promjenu loših navika, potičući kreativnost i maštu, kao i doprinoseći razvoju i osjećaju pripadnosti. S druge strane, javlja se velika zabrinutost da mediji mogu sputatimaštu, proizvesti neosjetljivost i smanjenje empatije na bol i nedaće drugih, dovesti do propadanja moralnih vrijednosti, te doprinijeti otuđenju od društva i vlastite kulture.

2.1. Funkcije medija

Pri raspravljanju o medijskim funkcijama treba uzeti u obzir i činjenicu društvenog i političkog okruženja u kojem se mediji nalaze jer poprimaju oblik i kolorit okruženja u kojem egzistiraju. Pod društvenim funkcijama Kunczik i Zipfel navode: “funkciju informiranja, stvaranja javnosti, artikulacije, posredovanja, kompenzacije, redukcije kompleksnosti, funkciju tematiziranja/selekcije/strukturiranja, funkciju kritike i kontrole, socijalizacije, obrazovanja/odgoja, integracije, rekreacije/zabave, podsticaja ekonomiji reklamama”¹

¹ Kunczik, M., Zipfel A.: Uvod u publicističku znanost i komunikologiju, F. Ebert Stiftung, Zagreb 1998., str. 56.

O funkcijama medija pisalo je dosta autora. Tako Rus-Mol i Zagorac-Keršer izdvajaju sljedeće najvažnije funkcije medija:²

1. Informacija (povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice);
2. Artikulacija (oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati);
3. Agenda Setting (uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema te stavljanje istih na mjesta gdje se oni trebaju riješiti; stavljanje problema i tema pred javnost, ali i onih koji ih moraju rješavati bez odgađanja);
4. Kritika i kontrola (omogućiti da se ništa ne skriva od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti);
5. Zabava;
6. Obrazovanje (mediji su sve više u službi educiranja zbog raznih edukativnih i specijaliziranih sadržaja, fokusiranjem na medijske programe koji se bave znanosti, istraživanjem i popularizacijom – National Geographic, History Channel, Discovery);
7. Socijalizacija i vodstvo;
8. Integracija (mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.).

Pored svake funkcije postoji i njezina disfunkcija, pa tako Paul Lazarsfeld i Robert K. Merton navode tzv. medijsku disfunkciju tj. narkotizirajuću disfunkciju. U okviru ove disfunkcije mediji proizvode sadržaje koji rezultiraju krajnjom pasivnošću recipijenata umjesto aktivizmom koji bi trebao biti rezultat djelotvorne informiranosti.

Na primjer, disfunkcija informacijske funkcije je sljedeća: informiranje javnosti o drugim zajednicama može vrlo jednostavno stvoriti pretpostavku o boljim društvima, što dalje može dovesti do destabilizacije društva, koja može biti potencijalno opasna za vlast, a na osobnom planu može dovesti do apatije. U tome slučaju, disfunkcija estetske funkcije bila bi proizvodnja potrošne kulture i slično.

² Jurčić, D., Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj, Sveučilište u Mostaru i Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2017, str.130.

Disfunkcija, zapravo, ukazuje na činjenicu da primatelj nije pasivan, te da je manipulacija ipak ograničena. Analizirajući stavove brojnih teoretičara, vidljivo je da gotovo svi imaju različite stavove o tome koje su funkcije medija. Svaki medij, po svojoj prirodi, predodređen je za neke funkcije.³

Medijske funkcije su mnogobrojne, ali u ovome radu smo se opredijelili za analizu tri funkcije koje smatramo da su najrelevantnije za rad.

Prva od njih je funkcija informiranja. Mediji nas u kratkom vremenskom razdoblju mogu informirati o najnovijim događajima koji su aktuelni ne samo u našoj okolini već u cijelom svijetu. Osim vijesti, mediji mogu svoju informativnu funkciju obavljati tako što će ukazivati na aktuelne probleme u društvu, pozivati na sudjelovanje u humanitarnim akcijama i poticanje korisnika na pozitivno djelovanje u svojoj okolini. Medijsko izvještavanje može utjecati i na samo dječje samopoimanje, ali i na sliku koju odrasli imaju o djeci. Kada je riječ o informativnoj funkciji, mediji prije svega moraju biti istiniti, objektivni i vjerodostojni, te u potpunosti izbjegavati senzacionalistički pristup informacijama. Te tri odlike su ujedno i putokazi za odabir i praćenje kvalitetnih informativnih medijskih sadržaja u porodici.

Druga funkcija medija je funkcija obrazovanja. Osim što nas informišu, mediji sudjeluju i u našem obrazovanju. Kroz različite teme koje obrađuju, mediji promiču različite kulturne, obrazovne i odgojne sadržaje. Pri korištenju medija u porodici, najkvalitetniji medijski sadržaji su svakako edukativni, koji nas uz podučavanje mogu upoznati i s novim kulturama, mjestima, ljudima i pojavama. Vrijeme se u porodici može kvalitetno provoditi i igranjem edukativnih računarskih igara. Također, sve više odgojno-obrazovnih institucija, a posebno osnovnih škola, koristi obrazovne medijske sadržaje u svakodnevnoj nastavi. Takvi sadržaji svakako su poželjni i u porodičnom okruženju.

Funkcija zabave je *treća*, djeci ujedno i najzanimljivija funkcija medija. Zabavni medijski sadržaji mogu biti dio dječije, ali i porodične svakodnevnice. Velika je mogućnost da će dijete pri prvom susretu s medijima gledati upravo zabavne sadržaje. U takve sadržaje ubrajamo crtane filmove, humorističke serije i filmove, te sve emisije kojima je primarni cilj razonoditi publiku. Ovakvi sadržaji u svom središtu ne smiju imati elemente nasilja zato što oni prije svega služe opuštanju i razonodi.

³ Jurčić, D., Teorijske postavke o medijima—definicije, funkcije i utjecaj, Sveučilište u Mostaru i Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2017., str.131.

2.2. Podjela medija

Kada govorimo o podjeli medija bitno je navesti da je moguće izvršiti klasifikaciju medija na osnovu različitih indikatora, uključujući geografske, te shodno tome mediji mogu da budu nacionalni, regionalni, lokalni, prema načinu posredovanja, prema tehnikama distribucije na štampane, elektronske i nove medije.

U štampane medije ubrajamo: knjige, novine, magazine i časopise. U elektronske medije radio i televiziju, a noviji medij je Internet. Medije razlikujemo prema vrsti ili sektoru (knjiga, štampa, novine, časopisi), prema geografskom nivou i pripadnosti (lokalni, nacionalni, međunarodni), prema obliku vlasništva ili upravljačke kontrole (privatni, javni, državni, community, tj. asocijativni ili medij trećeg sektora) i prema bliskosti javnog i političkog mišljenja (matični i alternativni mediji).

Za potrebe istraživanja, medije možemo podijeliti u dvije velike skupine:

1. Tradicionalni mediji
2. Digitalni mediji

U tradicionalne medije ubrajamo novine, časopise, radio i televiziju, dok su digitalni mediji svi mediji koji svoj medijski sadržaj objavljuju ili nude putem interneta na Webu ili putem digitalnih mreža i uređaja. Sadrže tekst, slike, zvučne i video zapise, grafiku i animaciju i druge digitalne oblike. Može im se pristupiti putem računara, mobilnih telefona, tableta, televizora, igračih konzola, digitalnih kućnih aparata i slično.

Mediji poput televizije, radija, dnevnih novina, časopis ili knjiga danas su nezamislivi bez svoje digitalne verzije i prisutnosti u obliku Web stranica, aplikacija za mobitele, blogova, foto galerija, zvučnih zapisa, filmova i video klipova, emitiranja programa u realnom vremenu (live) ili stranica na društvenim mrežama.

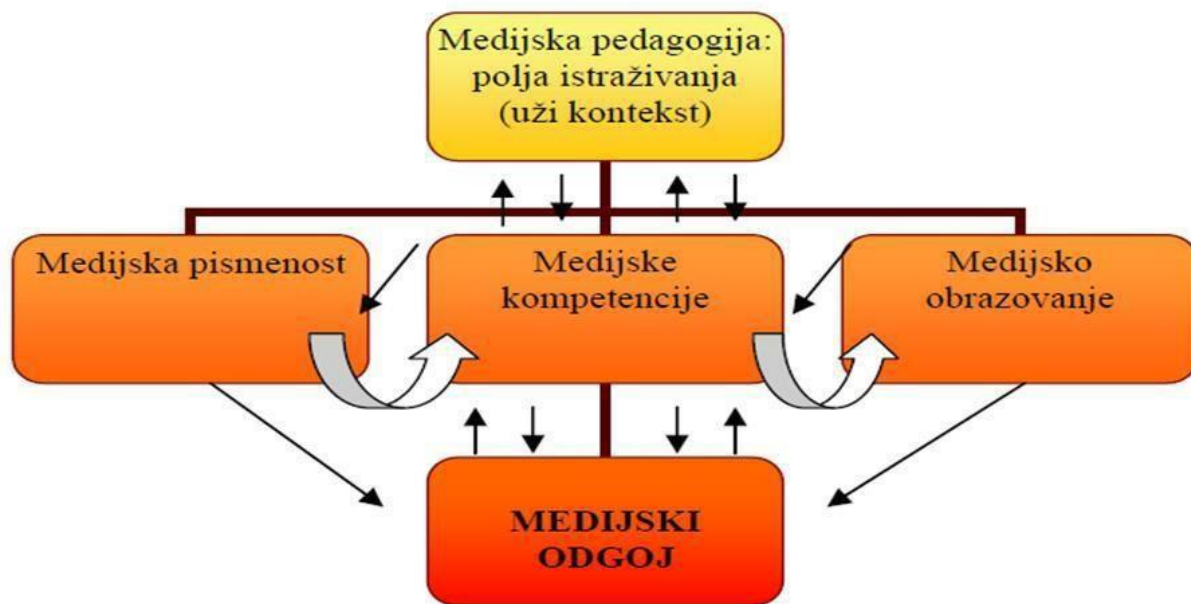
Djeci okruženje medija nije potrebno kako bi se ona razvijala, ipak su medijima izložena svakodnevno, od gledanja televizije i crtanih filmova, pa do igranja videoigara. Također, mnogi roditelji će za dobro vladanje i poslušnost nagraditi svoje dijete tako što će im dati pametni telefon u ruke ili u nekom drugom slučaju, dat će im mobilni telefon kako bi se dijete smirilo. Pozitivna stvar današnjih medija je što je raznolikost sadržaja za djecu veća nego ikada, poput crtanih filmova edukativnih emisija na televiziji, te interaktivnih slikovnica i e-knjiga koje su dostupne za „skidanje“ na mobilne uređaje ili tablete. Roditelji male djece bi trebali medije držati po strani, a samim time okrenuti se čitanju i razgovoru s djecom putem kojih će se razvijati dječija mašta, govori razumijevanje.

3. MEDIJSKA PEDAGOGIJA

Medijska pedagogija je sredinom dvadesetog vijeka ustanovljena kao posebna naučna disciplina. Nastala je kao rezultat razvoja odgojne nauke i naglog razvoja medija na pragu novog vijeka. Teorijski aspekt medijske pedagogije nije se još u potpunosti razvio kao ni njezina temeljna pitanja, glavno područje problematike te stajališta prakse. Jedna od uloga medijske pedagogije je bavljenje (inovativnim) medijima, kako bi se u pojedincu razvile odgovarajuće kompetencije zahvaljujući kojima bi se oni osposobili za život s medijima. Medijska pedagogija također treba interpretirati i različite pojmove i sadržaje medijskih poruka kako bi se spriječila manipulacija jer poruke bitno određuju svijest i ponašanja mladih.

Polja istraživanja medijske pedagogije su:

- 3.1. medijski odgoj (pospješuje medijsko obrazovanje, oslanja se na medijsku pismenost i medijske kompetencije)
- 3.2. medijska kultura,
- 3.3. medijska didaktika
- 3.4. medijsko-naučno istraživanje
- 3.5. medijska socijalizacija i
- 3.6. medijska etika.



Slika 1. Prikaz odnosa pojmova medijske pedagogije, medijske pismenosti, medijske kompetencije, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja⁴

⁴ <https://www.unicef.org/bih/sites/unicef.org.bih/files/2018-10/mediji-u-najboljem-interesu-djeteta.pdf>

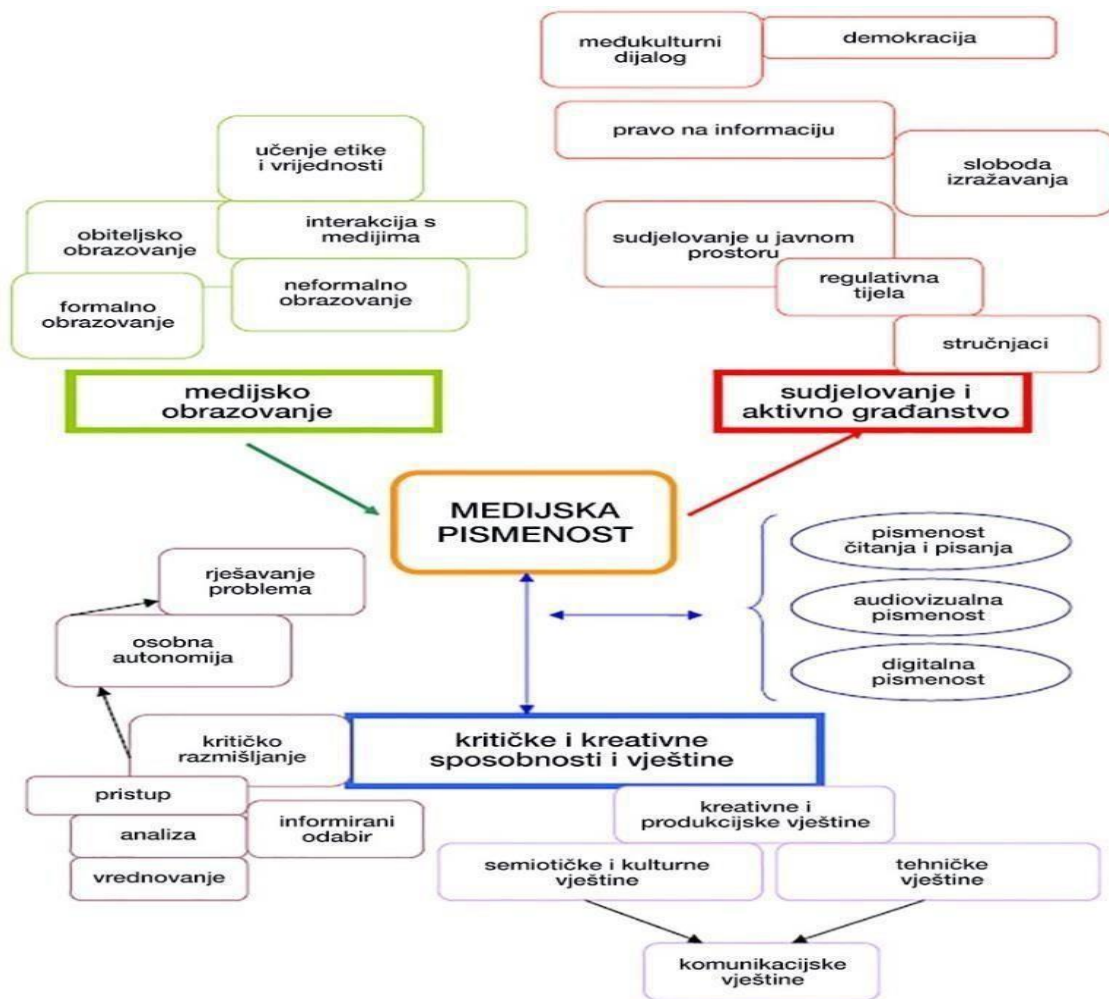
3.1. Medijska pismenost

Sve brži razvoj medija i informacionih i komunikacionih tehnologija i njihova sve veća prisutnost i značaj u svakodnevnom životu djece i odraslih sa sobom donose i potrebu za razvojem posebne vrste pismenosti, a to je medijska pismenost. Medijska pismenost definisana je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao “sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija”.⁵ Pristup modernim medijima zahtijeva znanje i vještine o tehnologiji. Načela medijske pismenosti nalažu da ona znači učenje o svim vrstama medija, a ne samo o novim medijima. Ona podrazumijeva niz vještina koje osoba ima, a koje joj omogućavaju da pristupi, analizira, evaluira, ali i producira medijske sadržaje, uključujući pri tome sve vrste medija, od knjige, filma, muzike, printanih i elektronskih medija, do informacijsko-komunikacijskih tehnologija i interneta. Prema definiciji: kompetencije medijske pismenosti neophodne su građanima i građankama današnjice za aktivnu građansku participaciju u digitalnom društvu.

Medijska pismenost će omogućiti djeci i mladima da postanu kritički mislioci i kreativni dio društva. Društvo bi trebalo promovirati medijsku pismenost kao jedan od svojih osnovnih interesa, odnosno da djeci i mladima pomogne da razviju vještinu potrebnu za opstanak u svijetu eksplozivnog razvoja medija. Medijska pismenost podrazumijeva:

- preuzimanje aktivne uloge u izboru i recipiranju medijskih sadržaja
- razvijanje medijskih kompetencija već kod djece
- prikazivanje crtića koji unapređuju njihove intelektualne sposobnosti

⁵ Aufderheide, P., A Report of the National leadership conference on media literacy, The Aspen Institute, Maryland, 1992., p. 6.



Slika 2. Šematski prikaz medijske pismenosti⁶

U Bosni i Hercegovini medijska pismenosti je tema koja tek polako pronalazi svoje mjesto u javnom diskutovanju. Medijski odgoj u smislu odgoja za medije nedovoljno je prisutan u obrazovnom sistemu kako u kvalitativnom tako i u kvantitativnom smislu. Edukacija nastavnika za medijski odgoj nije na odgovarajućem nivou i ne prati savremeni razvoj medija. Didaktički materijal za medijski odgoj gotovo da i ne postoji. Ni strategije u oblasti obrazovanja ne pridaju odgovarajući značaj ovoj temi.

⁶ <https://www.unicef.org/bih/sites/unicef.org.bih/files/2018-10/mediji-u-najboljem-interesu-djeteta.pdf>

Medijska pismenosti u Bosni i Hercegovini, urađena je na osnovu sljedećih indikatora kojik ukazuju na stepen razvoja medijskog odgoja kao faktora za unapređenje medijske pismenosti:

- prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u obaveznim nastavnim planovima i programima,
- način tretiranja medijskog odgoja u obaveznim nastavnim planovima i programima,
- edukacija nastavnika za medijski odgoj,
- didaktički materijal za medijski odgoj,
- prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u strategijama u oblasti obrazovanja

3.1.1. Medijski odgoj

Medijski odgoj je poddisciplina medijske pedagogije. Njegova funkcija je interpretirati sve nivoe i aspekte medijskog društva i pojedinačnog medija koji su neophodni za razvoj djece imladih.

Zbog izloženosti medijskim sadržajima neprimjerenim njihovom kognitivnom i emotivnom razvoju, djeca su podložna imitiranju negativnih modela ponašanja. Djeca predškolskog uzrasta i po nekoliko sati dnevno provode uz medijske sadržaje. Cilj medijskog odgoja je usmjeriti djecu na kvalitetne sadržaje koji podstiču prosocijalno ponašanje, te kognitivni i emotivni razvoj. Medijski odgoj podrazumijeva:

- Preuzimanje aktivne uloge u izboru i selekciji medijskih sadržaja;
- Razvijanje medijskih kompetencija već kod male djece;
- Prikazivanje onih sadržaja koji unapređuju njihove intelektualne sposobnosti.

Sintagmom medijskog odgoja u prvom je redu označen način borbe protiv negativnih utjecaja medija koji postaju snažniji svakoga dana. On bi se trebao provoditi već u roditeljskom domu gdje bi roditelji selektirali sadržaje koje njihova djeca svakodnevno gledaju, ali također za

to trebaju biti osposobljeni i stručnjaci koje nazivamo medijskim pedagozima, a koji bi djeci ukazivali na dobre i loše strane medija. Jedna od njih su i manipulatori. Manipulator je onaj koji svim silama želi uništiti kritičnost, kreativnost, privatnost i dostojanstvo osobe. Svaki medijski pedagog ima potrebnu medijsku kompetenciju, a imati medijsku kompetenciju značilo bi imati svevrste pismenosti: vještinu, znanje i upućenost kao sredstva koja će poslužiti u borbi protiv medijske manipulacije.⁷ Osim opće kompetencije oni moraju posjedovati vještinu, odnosno način upotrebe, primjene informacijske tehnologije u nastavi. Tu kompetenciju medijskog pedagoga nazivamo medijsko-didaktička kompetencija. Zadnja kompetencija jest kompetencija u području medijskog odgoja koja mora otkrivati simbole i njihova skrivena značenja. Drugim riječima medijska bi kompetencija značila imati svojevrstan kritički stav na ono što mediji nude.⁸

Od zemalja bivše Jugoslavije, najveći napredak u ovoj oblasti postigla je Slovenija. Već 1999. godine Slovenija je i formalno uvela medijski odgoj u nastavne planove i programe na svim nivoima, od predškolskog do univerzitetskog obrazovanja.

⁷ Miliša, Z. Mladi - odgoj za medije: priručnik za stjecanje medijskih kompetencija. Zagreb: M.E.P. Zadar: Udruga CINAZ, 2010.

⁸ Tolić, M. Medijska kompetencija kao prevencija pri sprečavanju medijske manipulacije u osnovnim školama, u: Medianali, str: 195 – 213. 2009.

3.1.2. Medijska kultura

Glavni cilj današnjih školskih ustanova jeste kvalitetno povezati medije različitih porijekla i sadržaja, te na taj način osavremeniti komunikaciju djece i mladih u školi, ali i u ostalim edukativnim okruženjima unutar kojih komuniciraju. Kako povezati različita sredstva i izražavanja različitih medija ključ je uspješne edukacije. Pojedine obrazovne teme mogu biti predstavljene kroz prijedlog aktivnosti u medijskoj kulturi. Neki od oblika su:

- Raznovrsni oblici dramatizacije teksta
- Upućivanje na raznovrsne izvore znanja praćeno heurističkim i samostalnim otkrivanjem
- Prezentacija plakata, njegove poruke predstavljene kroz tekstualnu poruku i likovni izražaj
- Prezentacija časopisa kao jednog od važnih izvora informacija
- Prezentacija internetske stranice kao primjer aktivnoga odnosa pojedinca i sadržaja prema pojedinim sadržajima u životu djece i šire zajednice
- Istraživanje radi otkrivanja srodnih sadržaja, informacija radi osamostaljenja učenika
- Izrada projekata koji traže cjelovito rješenje u pristupu pojedinoj temi i sl.

Osnovna namjena medijske komunikacije u procesu učenja jeste kreirati sadržaj koji uvodi učenike u raznovrsne aktivnosti (slušanje, pričanje, čitanje, pisanje, slikanje, crtanje...) Medijska kultura se prema tome, ne odnosi samo na unapređenje komunikacije elektronskim medijima, već ona obuhvaća različita područja i pripremu za savremeno doba u kojem živimo.

3.1.3. Didaktika medija

Didaktika medija je grana didaktike kojom se proučava uloga i upotreba medija u nastavi. Bavi se pitanjima definisanja i klasifikacije nastavnih medija, didaktičkog oblikovanja nastavnih medija, te kriterijima za odabir nastavnih medija. Didaktika znači:⁹

- umijeće, odnosno tehniku proučavanja,
- teoriju obrazovanja i obrazovnih sadržaja,
- teoriju nastave i proučavanja općenito,
- teoriju razvoja kurikuluma,
- teoriju društvenog /komunikacijskog djelovanja.

Didaktički kriteriji izbora medija koji su usmjereni na ostale faktore su podijeljeni na:¹⁰

- organizacijske,
- geografske i
- ekonomske.

Organizacijski kriteriji odnose se na organizaciju rada i na upotrebu medija. Otvaraju se pitanja imaju li učenici jedno ili više računara u svom razredu, nemaju nijedno ili je predviđena upotreba računara u učionici informatike u školi. Geografski kriterij zavisi od položaja škole u nekom mjestu, a ekonomski kriterij izbora medija uslovljava njegova cijena i način nabavke.

⁹ Matijević, M. Hipermedijska obrazovna tehnologija u osnovnoj školi: Nastavnik i suvremena obrazovnatehnologija: Filozofski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2000., str. 114.

¹⁰ Rončević, A., Multimedija u nastavi: Redak, Split, 2011., str. 146.

3.1.4. Medijsko-naučno istraživanje

Pojavom štampe, a poslije radija, televizije i na kraju interneta, širile su se potrebe i interesi slobodnog izražavanja. Sa pojavom nezavisnih i transparentnih medija, sloboda govora dobija veliko i jako značenje. Mediji su pomogli i dali podstrek svim medijskim pojedincima da slobodno i javno izraze svoje mišljenje, čime se širio dijapazon slobode govora i na osnovu čega je sloboda govora postala univerzalno ljudsko pravo. Sadržaj poruke koju šalju mediji utiče prvenstveno na ponašanje primaoca tih poruka, na mase ljudi koji su postali zavisni od masovnih medijskih sadržaja. Mediji imaju veliku moć da utječu na mase, posebno djecu, te da kreiraju njihovo mišljenje. Iz tog razloga, informacije koje mediji prezentiraju, treba da budu tačne i vjerodostojne. Vjerodostojnost informacija podrazumijeva:¹¹

- nepristrasnost (da je medij/novinar kreirao informaciju tako da ona zaista reflektira ono što se dogodilo, koristeći više različitih izvora koji osvjetljavaju događaj iz različitih uglova, ne preferirajući nijedan izvor ili stav u informaciji);
- vođenje brige o ljudskim interesima (da je medij/novinar kreirao informaciju tako da je ona od javnog interesa za publiku, ali i da ne ugrožava one koji su predmet priče (njihovu privatnost, povjerljive informacije itd.);
- vođenje brige o javnom interesu (to praktično znači da medij mora imati osjećaj za ono što je publici značajno, za ono što utiče na njihov život i za ono što im omogućava da razumiju okruženje u kojem žive);
- poštovanje privatnosti (mediji imaju jasno definirane standarde izvještavanja, a zaštita privatnosti spada u jedno od temeljnih standarda, posebno kad je riječ o maloljetnicima).

¹¹ Turčilo, L.; Osmić, A.; Žiga, J., Mladi, politika i mediji, Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo, 2017., str. 57.

Medijski sadržaji za djecu treba da budu:

- Prilagođeni i razumljivi djeci. To znači da je važno da se vodi briga oko jezika, likova i muzike koja se koristi u tim sadržajima. Treba da budu interaktivni, kako bi dijete bilo aktivan učesnik u toku praćenja svega što mu medij nudi.
- Kada je razvoj u pitanju, medijski sadržaji treba da se usmjeravaju na njegov cjelovit razvoj, da nude više različitih tema, da prikazuju pozitivne primjere međuljudskih odnosa, kako bi djeca na njima učila o adekvatnim relacijama.
- U medijskim sadržajima je potrebno da se naglašava kvalitet, da se pomoću njih izgrađuje djetetovo samopouzdanje, te promoviše pravda.
- Medijski sadržaji treba da se bave svom djecom, a ne samo djecom koja u nekoj zajednici pripadaju većini, kako bi utjecali na izgradnju tolerancije na različitosti.¹²

3.1.5. Medijska socijalizacija

Socijalizacija u najširem smislu znači integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumijeva proces učenja stavova, vrijednosti i normi ponašanja. Socijalizacija se, dakle, događa posredstvom mehanizma učenja, koje se definiše kao promjena u ponašanju ili u potencijalu ponašanja neke osobe u određenoj situaciji.

Proces socijalizacije najintenzivniji je u doba djetinjstva i rane mladosti, kada se pojedinac oblikuje kao osoba. Primarni faktori socijalizacije su roditelji, odnosno porodica i vršnjaci (prijatelji), dok su sekundarni faktori socijalizacije škola, razni edukacijski kursevi i mediji. Utjecaj navedenih faktora uslovljen je nizom okolnosti, od kojih treba istaći da se važnost pojedinih socijalizacijskih faktora, između ostalog, mijenja i ovisno o dobi djeteta. Potencijalni utjecaj medija u savremenom društvu u najvećem broju slučajeva počinje od najranije životne dobi pojedinca.

¹² Koluchi, B.; Lemish, D.; „Kako komunicirati sa djecom/Medijsko komuniciranje sa djecom”, UNICEF, Sarajevo, 2014. str. 49.

Djeca se rađaju u roditeljski dom koji je u većoj ili manjoj mjeri napučen medijima i koje članovi obitelji u većoj ili manjoj mjeri koriste, pa im se u tome priključuju i djeca.

Utjecaj medija, naravno, nije ograničen samo na dječju dob, a njihov potencijalni utjecaj na široku publiku različitih karakteristika, dobro je poznata i često diskutirana tema. Utjecaj, pak, različitih organizacija i udruga započinje u skladu s njihovim djelokrugom rada – političke stranke i sindikati, na primjer, izravniji utjecaj mogu početi ostvarivati tek u doba mladosti, i to prije svega na one individue koje su u dotične organizacije uključene. Međutim, razna udruženja, posebno ona koja okupljaju djecu i mlade (humanitarne i sportske organizacije, izviđači, klubovi, sekcije i sl.) svoj utjecaj počinju ostvarivati i ranije. Utjecaj radne sredine pojavljuje se kao hronološki posljedniju nizu socijalizacijskih faktora i faktički ima sužene mogućnosti da u socijalizacijskom procesu tek dopuni neke dimenzije, ponajprije one vezane uz profesionalno ponašanje i etiku. Prepoznavanje socijalizacijskih faktora i identifikacija životne dobi pojedinca kada on postaje dostupan i prijemljiv za određene socijalizacijske utjecaje još ništa pouzdano ne govori o snazi pojedinih socijalizacijskih faktora. No, rezultati niza istraživanja utjecaj roditelja (obitelji) i škole (obrazovanja) smještaju na vrh ljestvice, dok oko utjecajnosti ostalih socijalizacijskih faktora nema konsenzusa stručnjaka niti jednoznačnih nalaza istraživanja. Koji će faktor biti istaknut kao vrlo važan, ponajviše ovisi o temama, pristupima i metodama istraživanja, a kako ona tendiraju raznolikosti, u skladu s time dolaze i do različitih rezultata.

3.1.6. Medijska etika

Medijska etika istražuje i sprječava probleme koji se mogu pojaviti u slučaju kada je tematika medijskoga sadržaja osjetljiva, neprovjerena ili se suočava s moralnim vrijednostima. Novinari kao zaposleni u medijima imaju svoja prava i dužnosti koja moraju poštovati kako bi se zaštitilo temeljno ljudsko pravo i sloboda, a posebno zbog toga jer mediji imaju ogroman utjecaj na javnost i javno mišljenje. Čak i u slučajevima kada se novinarski rad smatra legalnim, on i dalje može kršiti etički kodeks novinara.¹³

¹³ Wahl-Jorgensen, K., *Emotions, Media and Politics*: Polity Press, Cambridge, 2019., p. 296.

Medijska etika jedna je od najvažnijih stvari koju svaki novinar treba poštovati, budući da etički kodeks propisuje koji je informativni sadržaj namijenjen za javnost, a koji ne treba javno širiti kako bi se zaštitile određene osobe, organizacije ili drugi entiteti. Prije svega, tu se misli na djecu i mlade.

Ekspanzija elektronskih medija, a posljedično i hiperprodukcija medijskih objava dovode u pitanje odgovornost i objektivnost prilikom novinarskog izvještavanja i kreiranja medijskog sadržaja. Odgovornost novinara bi trebala da bude usmjerena prema pravu građana da budu objektivno i pravovremeno informisani. Tako bi novinar svaku informaciju trebao provjeriti iz dva neovisna izvora, prilikom prikupljanja informacija i pisanja vijesti isključiti sva lična uvjerenja i predrasude, u izvještavanju biti nepristran i distanciran od vlastitih i tuđih interesa, te izbjegavati klevetu, laž, napad na ugled i ostale moralne prekršaje koji ugrožavaju čovjekovo dostojanstvo. Međutim, elektronski mediji zbog senzacionalnosti pružaju lažne informacije, lažne intervju i slično.

4. DJECA I MEDIJI

Elektronski mediji danas su sastavni dio našeg života i imaju važnu ulogu u emocionalnom razvoju, ponašanju i intelektualnom funkcioniranju djece i mladih. Kao i većina stvari, suvremena tehnologija i internet kao njen najrašireniji produkt, imaju svoje dobre i loše strane.

4.1. Djeca i mladi kao primatelji medijskih sadržaja

Medijski utjecaj na čovjeka počinje od najranije životne dobi. Navikavanje na medije događa se brzo i neprimjetno, a vrlo rano djeca iskazuju želju da koriste neki medij i nauče se služiti njime bez obzira na to što su često zbog svojih dobnih psihofizičkih ograničenja nesposobna razumjeti sadržaj koji gledaju.

Dok su prijašnje generacije koristile tehnologije za vrijeme slobodnog vremena ili u praktične svrhe, nova ih generacija upotrebljava kontinuirano, kao način života, jer se tehnologijom ne koriste, nego ju žive.

Od malih nogu posjeduju odličnu informatičku pismenosti mnogo se bolje razumiju u savremenu tehnologiju od roditelja, što dovodi do toga da djeca mogu lako manipulirati roditeljima u korištenju medijima.¹⁴

Današnja djeca odrastaju u društvu različitih ekrana (televizije, mobitela, računara, tableta i sl.) te provode više vremena pred navedenim ekranima nego u školi. Mediji, osobito televizija, internet i mobitel, postali su jedan od najvažnijih faktora u socijalizaciji. Oni snažno utječu na društvena ponašanja, nezaobilazno su sredstvo u informisanju, oblikovanju, prenošenju, stvaranju vizije svijeta i života, kao i oblikovanju životnih stilova i identiteta. Mediji na poseban način privlače djecu i mlade, ali, nažalost, nisu uvijek svjesni odgovornosti u oblikovanju životnih stavova i vrijednosnih usmjerenja djece i mladih.¹⁵

Kada govorimo o djeci i mladima u kontekstu primatelja medijskih sadržaja, važno je istaknuti dob kao specifičan faktor koji djecu čini najranjivijim segmentom populacije. Što su djeca mlađa, to su i manje sposobna zaštititi se od različitih utjecaja. U tom kontekstu, potencijalni utjecaj medija znatno je veći nego utjecaj roditelja, škole i vršnjaka. Većina naučnika će se složiti daje utjecaj medija jači, što je dijete mlađe: Što su djeca mlađa, manje su sposobna zaštititi se od različitih utjecaja, posebno zato što utjecaji medijskih sadržaja nisu uvijek jasno vidljivi, već mogu imati odgođeno djelovanje. Prema tome, na djecu ne utječe samo ono što se prima putem medija, nego i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju kao što je porodica, dječji vrtić i škola.

Također, važno je istaknuti i spolnu pripadnost kao onaj faktor koji u najvećoj mjeri diferencira djecu u pogledu korištenja medija. Razlike se uočavaju u izboru vrste medija, u vremenu posvećenom medijima, ali i kod sadržajnih programa. Naročito su izražene razlike u afinitetima spram tema u novinama, vrsti televizijskih programa, te filmskih i muzičkih žanrova. Djeca dosta vremena provode pred televizorom. Uvažavajući sve pozitivne strane televizijskih ekrana, ipak treba upozoriti na loše utjecaje kako televizije tako i drugih medija.

¹⁴ Robotić P., Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. JAHS. 2015., str.

82

¹⁵ Mandarić V., Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih; Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Zagrebu 2012., str. 132

Televizijski sadržaji ne samo da obiluju nasilnim scenama, nego mijenjaju način percepcije stvarnosti i posebno su ozbiljna prepreka u razlučivanju mašte od stvarnosti.

Naučnici tvrde da djeca, koja od najranije dobi gledaju scene nasilja, postupno na nasilje postaju imuna. Gotovo da više nema žanra bez nasilja: filmova, reklama, sportskih događaja, videospotova, crtanih filmova, pa tako ne čude rezultati istraživanja koji su pokazali da dvanaestogodišnje dijete, koje redovno gleda programe na komercijalnim televizijama, vidi više od hiljadu ubistava i toliko drugih oblika nasilja.

Djeca koriste medije iz brojnih razloga, a uglavnom iz navike i dosade, radi potrebe za bijegom od realnosti, zbog uzbuđenja i potrebe za relaksacijom i zabavom, da nauče nešto o svijetu, sebi i drugima. Isto tako, istraživanja su pokazala da su mlađa djeca manje fokusirana na program i češće su paralelno zaokupljena još nekom aktivnošću, ali s dobi (osobito nakon 10. godine) raste koncentracija, strategija odabira programa (selekcija) i razumijevanje sadržaja. Posljedice medija nisu jednake na sve mlade gledatelje. Tako gledanje nekih sadržajamože negativno djelovati na dijete mlađe dobi, dok na drugu djecu ti isti sadržaji ne moraju imati negativan utjecaj. Pri razmatranju utjecaja medija na djecu treba se uzeti u obzir razvojna osobina djeteta, svrha i oznaka medijskih sadržaja kojem je dijete izloženo i djetetovo društveno i porodično okruženje.¹⁶

¹⁶ <https://www.aem.hr/>; preuzeto 02.12.2020.

4.2. Utjecaj medija na dječji razvoj

Današnja djeca su mnogo više izložena medijima u usporedbi sa svojim roditeljima u istoj dobi. Osim pojave Interneta koji je omogućio sjedinjavanje medija i dostupnost medija na novim uređajima, razlog tome leži i u pojavi dječjeg marketinga. Godine 1983. u dječji marketing uloženo je 100 milijuna \$USD, dok je 2007. godine u njega uloženo 17 milijardi \$USD. Kupovna moć djece prije 40 godina iznosila je 5 milijardi \$USD, prije 20 godina iznosila je 50 milijardi \$USD, a danas iznosi oko 1.000 milijardi \$USD godišnje. Uz pomoć sve naprednijih tehnologija razvijalo se znalačko iskorištavanje emotivne ranjivosti djece i adolescenata, a istodobno se sistemski radilo na zaobilaženju roditelja, oslabljujući sve više njihovu roditeljsku ulogu i naučno unapređivalo direktno obraćanje djeci.¹⁷

Istraživanja pokazuju da elektronski mediji utiču na mnoge aspekte dječjeg razvoja i funkcionisanja i da taj utjecaj može biti poticajan, ali i štetan.¹⁸

Direktan utjecaj medija na djecu je davanje samostalnog korištenja elektronskih medija i njihovo samostalno percipiranje viđenog.

Nedirektan utjecaj je, na primjer, gdje roditelj i sve bitne osoba koje utječu na razvoj djeteta, a kojekorištenjem ove vrste medija stvaraju sliku o nekome ili nečemu i na taj način odgajaju dijete. Taj način ili uvjerenje može biti pozitivno ili negativno za dijete.

Internet kao medij daje neograničen pristup raznim sadržajima. To je mjesto gdje svaki pojedinac može vlastoručno odabrati željeni sadržaj. Dijete koje je na youtube kanalu pronašlo neki video s prizorima nasilja, može neograničen broj puta ponavljati neki prizor koji mu je iz nekog razloga interesantan. Na taj način uzastopnim ponavljanjem te scene, djetetu se taj prizor duboko urezao u pamćenje i zasigurno će imati jak utjecaj na razvoj njegovog karaktera i mišljenja. Iako ima mogućnost zatvaranja tog kanala ili videa, dijete će dalje ostati na tom video zbog prirode znatiželje. U procesu učenja, znatiželja je jedan od važnih elemenata učenja.

¹⁷ Mužić J., Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu: Katolički bogoslovni fakultet sveučilišta u Splitu, Split, 2014., str. 397.

¹⁸ Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M.; Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje

Također, Internet je prepun internetskih igara koje omogućavaju baš sve: od simulatora života gdje dijete može glumiti višu silu koja odlučuje o životima drugih ljudi, kao i upražnjavanje nasilja i drugih neprimjerenih radnji. Pristup takvim sadržajima navodi dijete o pogrešnim percepcijama i životnim vrijednostima. Internetske igre koje se temelje na nasilju, potiču agresivnost kod djeteta u stvarnom svijetu. Kao avatar u nekoj od internetskih igara, dijete može raditi sve što se kosi s moralnim i etičkim zakonima. Rezultat dugotrajnog igranja takvih igara je postupno otupljivanje na realan svijet i stvaranje tolerancije naspram nasilju. Internetske igre također su glavni uzrok povećane razdražljivosti i agresivnosti, nesanice, distance od vršnjaka, te padom koncentracije.

4.2.1. Emocionalni razvoj

Neka istraživanja pokazuju kako djeca, posebno djevojčice, iz audio-vizualnog sadržaja mogu učiti o emocijama (imenovati ih, prepoznavati emocionalne izraze lica, nositi se s njima), te o pokazivanju emocija u međuljudskim odnosima. Medijski sadržaji mogu izazvati povoljne učinke na dijete, ali isto tako mogu izazvati neugodne emocije. Djeca na neke sadržaje dožive kratkoročnu reakciju straha, a za neke se boje da bi se mogle dogoditi i njima pa im može biti krivo što su to uopće gledali. Gledanjem prikladnih medijskih sadržaja za djecu neki prizori na njih pozitivno djeluju te se kod gledanja takvih sadržaja može pojaviti empatija, sreća, tuga, zabrinutost itd. U dobi od 8 do 12 godina djeca su posebno osjetljiva na zastrašujuće prizore iz informativnog programa jer se boje scena koje prikazuju ranjavanje, nasilje i osobno stradanje, ali posebno onih za koje misle da bi se mogle dogoditi njima.¹⁹

Gledanjem neprikladnog medijskog sadržaja kod djece se pojavljuju negativne emocije kao što je mržnja. Na primjer, ako je dijete gledalo animirani film u kojem se "očuh" prikazuje kao negativan lik, dijete u stvarnom životu očuha percipira kao po njega zlu osobu.

¹⁹ Kuterovac-Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M.; Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija; Agencija za elektroničke medije, Zagreb, 2016., str. 18.

4.2.2. Socijalni razvoj

Kod predškolske djece dugotrajno i često gledanje nasilnih sadržaja može povećati rizik agresivnog ponašanja i razmišljanja. Iz audio-vizuelnih sadržaja djeca usvajaju i pozitivna socijalna ponašanja kao što su pomaganja drugima, pokazivanja suosjećanja, uviđanje razlika među ljudima, te se uče toleranciji. Audio-vizuelni sadržaji znatno utječu i na razvoj rodni uloga kod djece i to često na stereotipan način jer žene i muškarce prikazuju na način koji podržava tradicionalne rodne stereotipe u ponašanju, stavovima i doživljavanju. Takvo prikazivanje djevojčica i dječaka često može izazvati negativan utjecaj za daljnji razvoj, jer može ostaviti posljedice na učenje, planove o školovanju i ostalim odlukama koje su od životne važnosti.

4.2.3. Misaoni razvoj

Djeca do treće godine vjeruju kako je audio-vizuelni sadržaj zapravo prozor u svijet i sve ono što je prikazano u njemu, drže stvarnim.

Oko pete godine, razvojem logičkog mišljenja, djeca mogu razlikovati programe poput vijesti od sadržaja koji prikazuju fikciju. Međutim, to razlikovanje nije potpuno i ono se postepeno usavršava s djetetovim misaonim razvojnim iskustvom u korištenju medija sve do 12. ili 13. godine života. Istraživanje male djece i dojenčadi je pokazalo da već samo uključen televizor u prostoriju kojoj se dijete nalazi ili se igra može imati negativan utjecaj na njegovo učenje i odnose s roditeljima. Također, veća izloženost djeteta audio-vizuelnim sadržajima može biti povezana sa slabijim govorom i lošijim rezultatima u školi. U nekim istraživanjima došlo se do rezultata da pojačano korištenje audio-vizuelnih sadržaja može imati utjecaj, pogotovo kod male djece, na slabije razvijene misaone procese koji mu omogućuju da planira svoje ponašanje, kontroliše i reguliše. Za predškolsku djecu obrazovni programi su se pokazali korisni za učenje pojmova, pogotovo za djecu slabijeg ekonomskog i socijalnog položaja, pa čak i samo gledanje dokumentarnog programa može biti povezano s boljim školskim uspjehom.²⁰

²⁰ Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M.; Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenjeelektroničkih medija; Agencija za elektroničke medije, Zagreb, 2016., str. 19.

4.2.4. Moralni razvoj i percepcija svijeta

Promjene u djetetovu načinu razmišljanja, osjećajima, ponašanju i razlikovanju dobrog i lošeg odnosa prema drugim ljudima odnose se na moralni razvoj. Završni cilj moralnog razvoja je da dijete razvije sposobnost da prepozna moralna načela i pravila društva u kojem živi te da se ponaša u skladu s njima bez obzira hoće li za to dobiti nagradu ili biti kažnjen. Moralnost se sastoji od moralnog rasuđivanja, moralnih osjećaja i moralnog ponašanja koji se razvijaju zajedno s misaonim razvojem djeteta.

Moralni razvoj djece ovisi o angažovanosti roditelja koji djetetu trebaju pokazati što je prikladno za njih i njihovu dob, naročito kada je riječ o korištenju novih medija. Gledanje agresivnih medijskih sadržaja može utjecati na djetetovu percepciju sigurnosti svijeta i naravi ljudi. Iz tih razloga potrebno je razgovarati s djecom o sadržajima koje su vidjeli i imati pod kontrolom koliko, u kojoj mjeri i kojeg žanra su im dostupni medijski sadržaji.

Virtuelni svijet djecu sve više udaljava od roditelja, braće i sestara, prijatelja, nudeći im zanimljiviji prostor za zabavu, komunikaciju i iskorištavanje slobodnog vremena. Unutar tog svijeta djeca se lako gube i zaboravljaju što su naučili u porodici. Djeca odrastaju uz nove medije, društvene mreže, aplikacije i slično.

4.2.5. Tjelesni i spolni razvoj

Medijski sadržaji mogu utjecati na prekomjernu težinu djece i mladih zbog pretjeranog sjedenja za televizijom ili računarom zbog kojih se sve manje kreću i skraćuje se vrijeme spavanja. Osim što samo sjedenje može utjecati na težinu djece, samo provođenje vremena ispred medijskih sadržaja stvara naviku jedenja i grickanja hrane.

Mediji su mladima sve pristupačniji te su ujedno i način učenja o seksualnom ponašanju. U posljednjih nekoliko godina, na internetu se znatno povećala dostupnost seksualno eksplicitnih sadržaja kojima mogu pristupiti upravo djeca i mladi. Medijski sadržaji mogu stvoriti nerealistična očekivanja o vlastitom seksualnom ponašanju i ponašanju budućih partnera, te mogu potaknuti mlade na prerano stupanje u seksualne odnose. Neki medijski sadržaji ne promoviraju korištenje zaštite tokom spolnog odnosa i ne upozoravaju mlade o mogućim posljedicama i spolnim bolestima. U filmovima i serijama često su cigarete i alkohol prikazani kao nešto simpatično i mogu potaknuti mlade da ih počnu konzumirati, jer ne vide štetne posljedice. Putem medija se još prikazuju i nerealni ideali ljepote, posebno kod žena, pa iz tog razloga djevojke mogu stvoriti krivu sliku o vlastitom tijelu, te upražnjavati nerealne dijete i korištenje preparata za mršanje.

4.3. Utjecaj medija na psihološki razvoj djece

Kada govorimo o utjecaju medija na psihološki razvoj djece, moramo da počnemo sa pričom o tome da li stvarati programe namijenjene djeci, a ako je odgovor potvrđan, onda na koji način to raditi? Danas sve manje novca i vremena, kada su TV i radio stanice, te pisani mediji u pitanju, izdvajamo na programske sadržaje za djecu. Da li ih je potrebno stvarati? Odgovor je naravno potvrđan, jer danas su djeca konzumenti medija više nego ikada. Na šta je sve potrebno da se obrati pažnja prilikom stvaranja ovih medijskih sadržaja? Ovi sadržaji treba da budu prilagođeni i razumljivi djeci. To znači, da je važno da se vodi briga oko jezika, likova i muzike koja se koristi u tim sadržajima. Danas ti sadržaji treba da budu interaktivni, kako bi dijete bilo aktivan učesnik u toku praćenja svega što mu medij nudi. Kada je razvoj u pitanju, medijski sadržaji treba da se usmjeravaju na njegov cjelovit razvoj, da nude više različitih tema, da prikazuju pozitivne primjere međuljudskih odnosa, kako bi djeca na njima učila o adekvatnim relacijama.

U medijskim sadržajima je potrebno da se naglašava kvalitet, da se pomoću njih izgrađuje djetetovo samopouzdanje, te promoviraju pravdu. Medijski sadržaji treba da se bave svom djecom, a ne samo djecom koja u nekoj zajednici pripadaju većini, kako bi utjecali na izgradnju tolerancije na različitosti. U ovakvim sadržajima je potrebno posebnu pažnju obratiti na izbjegavanje stereotipa bilo koje vrste.

Mediji imaju itekako važnu ulogu u životu djece i njihovih porodica, pa bi roditelji trebali da osvijeste svoje lične medijske navike, ali isto tako i medijske navike svoje porodice. Na taj način postižu da bolje razumiju medijske navike svoje djece i razgovaraju sa njima o medijskim sadržajima koji se emituje. Trebalo bi da znaju kako se njihova djeca i koliko koriste datim medijima, šta žele od tih medija i šta dobijaju. U prosjeku, dijete provede oko tri do četiri sata dnevno uz televiziju, odnosno najveći dio svog slobodnog vremena, te bez oblikovanog kritičkog odnosa prema datim sadržajima, podložniji su njihovim štetnim utjecajima. Pored televizije, danas djeca sve više vremena provode i na internetu, pa su konzumenti Youtube i drugih kanala. Ne utječe samo ono što se prima putem medija, već i pasivnost okoline u kojoj dijete odrasta, pasivnost vršnjaka, porodice i škole.²¹

Dijete izloženo velikim količinama nasilja prikazanog na televiziji i internetu postaje, tako, malo-pomalo, sve ravnodušniji pojedinac, koga se stvarno nasilje u svakodnevnom životu sve manje tiče. Takav pojedinac će sve lakše dopuštati da ljudi oko njega budu žrtve nasilja, a i sam će lakše postati njegova žrtva. Ovako naučena ravnodušnost prema nasilju, dakle, širom otvara vrata novom nasilju. Jedan od najpoznatijih istraživača u ovom području, George Gerbner (1988) našao je da se u televizijskim programima zapravo pojavljuje mnogo više nasilja nego što ga u stvarnom svijetu zaista ima. U vezi s ovim, on je istakao jednu zanimljivu i u isto vrijeme veoma zabrinjavajuću hipotezu: „gledajući sve više nasilja na televiziji, dijete se postepeno navikava na to da je svijet opasno mjesto u kome su ljudi bespomoćni i gdje im je potrebna zaštita nekog jačeg.

Djeca u Bosni i Hercegovini žive u vrlo specifičnom društvenom kontekstu, okružena diskriminacijom i netolerancijom. Za adekvatan razvoj djeteta, ovo nije nikako dobar kontekst. Taj kontekst se još dodatno začinjava većom količinom negativnih utjecaja iz medija, koji su važan segment socijalizacije danas.

²¹ Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer, A., Lebedina Manzoni, M.; Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija; Agencija za elektroničke medije, Zagreb, 2016., str. 33.

5. DRUŠTVENE MREŽE

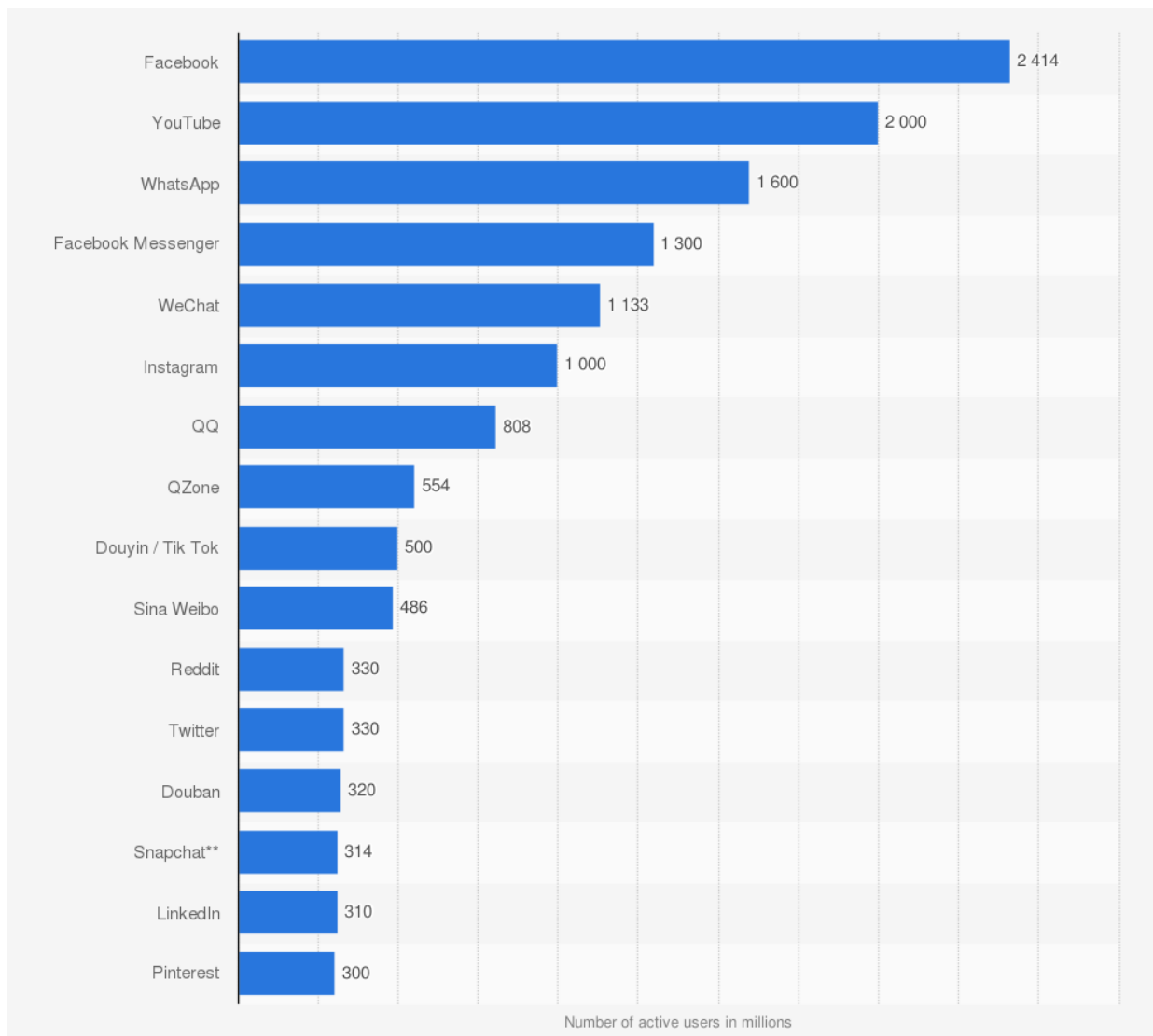
Društvene mreže su najpopularniji globalni komunikacijski fenomen, jer je čovjek društveno biće i jer ga društvena komunikacija zanima i privlači. Na društvene mreže dolazimo kako bi se zblížili, povezali i sprijateljili s novim ljudima, kako bi podijelili, odnosno primili ili razmijenili razne informacije, jednostavno kako bi komunicirali s ljudima na svaki mogući način

5.1. Digitalizacija medija, društveni mediji i pojava društvenih mreža

Već je ranih 1990-ih bilo jasno da budućnost leži u Internetu, ali teško da je ko znao koliko će brzo Internet postati naša svakodnevnica bez koje više ne možemo zamisliti život. Širenjem komercijalnih Internet dobavljača i dostupnošću jeftinijih kućnih osobnih računala povećava se broj domaćinstava s pristupom Internetu.

Zadnjih godina svjedoci smo velikih promjena unutar medijske industrije. Digitalna revolucija i Internet su doveli do integracije različitih medijskih oblika i ubrzanog razvoja globalnog tržišta, a mediji kakve smo nekada znali morali su se brzo prilagoditi kako bi zadovoljili zahtjeve tržišta i ostali relevantni svojim korisnicima.

Offline mediji stvaraju svoje online verzije, aplikacije i profile na društvenim medijima, a oglašivači se zajedno s medijima prebacuju na Internet kako bi bili stalno prisutni na mjestima gdje se kreću njihovi potrošači.

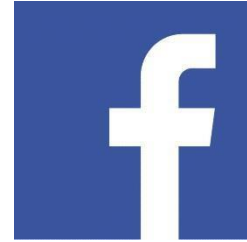


Slika 3. Najpopularnije društvene mreže i chat aplikacije na svijetu²²

²² Izvor: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

5.1.1. Facebook

Facebook je društvena mreža za razmjenu kontakata, dijeljenje fotografija, reklamiranje usluga, i slično. Nastao je 2004. godine od strane Marc Zuckerberga, i prvobitna njegova namjena bila je povezivanje studenata Harvarda. Ubrzo je stekao veliku popularnost i među svim američkim univerzitetima, srednjim školama, a danas djeluje kao globalna



društvena mreža sa oko 800 miliona aktivnih korisnika. Facebook je, prema riječima osnivača Marka Zuckerberga, zamišljen tako da se putem interneta povežu oni ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu, za razliku od sličnih web servisa.

Facebook je donio novi trend komunikacije među mladima. Iz razloga što jako puno djece koristi društvene mreže kao što je Facebook, postavlja se pitanje kakav je utjecaj takvih društvenih mreža na njih. S jedne strane, takve stranice pozitivno utječu na djecu, tako što na njima mogu upoznati nove prijatelje, povezati se sa već postojećim prijateljima i učiti o drugim običajima i kulturama. Djeca putem takvog medija stvaraju osjećaj pripadnosti zajednici.

5.1.2. YouTube

YouTube je druga najpopularnija društvena mreža koja se bazira na video sadržaju. Osnovani su ju 2005. godine Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim, a odmah iduće godine ju je kupio Google. Na toj video platformi uslov koji se mora prihvatiti jeste “korisnici mogu postavljati, pregledavati i ocjenjivati video zapise. Za postavljanje sadržaja potrebna je registracija, dok za pregledavanje nije, osim sadržaja koji nije primjeren za osobe mlađe od 18 godina. YouTube omogućava stvaranje i distribuciju video sadržaja uz vrlo niske troškove. Tajje sadržaj vrlo raznolik i obuhvaća sve od vijesti, akademskih edukacijskih sadržaja, muzike, smiješnih klipova, video igrica i mnogih drugih. Ova društvena mreža je ujedno postala i odlična platforma za jeftin način samo promocije prvenstveno muzičara, video blogera ali i mnogih drugih umjetnika. Iako su YouTube video zapisi proširili svijest o društvenim problemima (nasilje, samoubojstvo, LGBT i dr.) oni su također uključili i potencijalno štetan sadržaj (npr. opisujući samoozljeđivanje, ubijanje, poziv na terorizam i slično).



5.1.3. Instagram

Instagram je besplatna društvena mreža koja omogućava obradu i objavljivanje fotografija i video zapisa. Instagram postaje javno dostupan listopada 2010. godine, te su ga njegovi osnivači Kevin Systrom i Mike Krieger prvenstveno zamislili kao aplikaciju koja se mogla koristiti isključivo na mobilnim uređajima s iOS operativnim sistemom (iPhone). U aprilu 2012. godine, kada je Facebook kupio Instagram za jednu milijardu dolara, započeo je i procvat te društvene mreže.

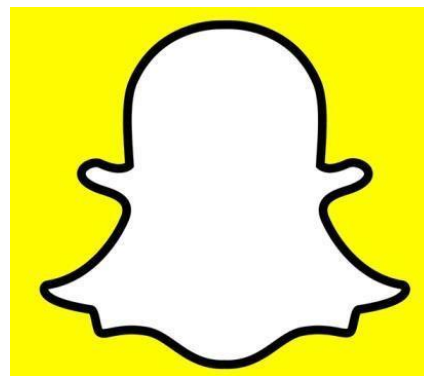


Korisnici Instagrama su prvenstveno orijentisani na objavljivanje fotografija. Fotografije se mogu uređivati uz pomoć Instagram filtera kako bi izgledale privlačnije i objavljivati tagirajući ih pomoću #hashtaga. Na taj način se olakšava ostalim korisnicima da pronađu fotografije na određenu temu. Kao i na Facebooku, omogućena je opcija “sviđa mi se” i komentarisanje fotografija. Instagram je očito prepoznao što korisnici žele, jer je po snazi treća društvena mreža na svijetu.

Instagram Story omogućava dijeljenje videozapisa (do dužine od 15 sekundi), fotografija i objava u trajanju od 24 sata. Fotografije i videozapisi za Instagram Story se mogu uređivati, nudi se različit spektar filtera za uređivanje, mogućnost pisanja teksta na njima i anketa namijenjenih preglednicima Story-a. Također, određeni Story-i se mogu naglasiti kako bi ostali duže (dok ih korisnik sam ne obriše) na profilu korisnika umjesto da se automatski obrišu nakon 24 sata. Ne postoji limit koliko se Instagram Story-a može objaviti tokom dana, iako postoji limit da ih se može objaviti 100 istovremeno. Dijeljenje Story-a može se obaviti na više načina, prvi način odnosi se na trenutno snimanje fotografije ili videozapisa koji se žele podijeliti, drugi se odnosina odabir prethodno spremljenih fotografija ili videozapisa iz galerije pametnog telefona prilikom korištenja aplikacije, treći se odnosi na dijeljenje tuđih ili vlastitih objava na vlastiti Story, te četvrtise odnosi na direktno dijeljenje sadržaja iz galerije pametnog telefona (ta opcija je najrecentnije uvedena kako bi se korisnicima omogućilo dijeljenje Story-a bez otvaranja Instagram aplikacije).

5.1.4. Snapchat

Snapchat je jedna od novijih društvenih mreža, ali ne i manje popularna. Broji milijune objava dnevno što upućujena velik broj korisnika. Na Snapchatu je, također, uzdopisivanje moguće i objavljivanje slika i video zapisa, aliina određeno vrijeme, što ga ujedno čini privatnijim od ostalih društvenih mreža. Kreiran je 2011. godine, a kreirali su ga stanfordski studenti Evan Spiegel, Bobby Murphy i Reggie Brown.



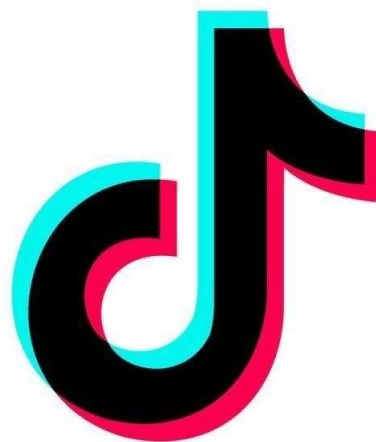
Prvenstveno, Snapchat je imao jednu razliku od ostalih društvenih mreža, a to je tzv. „story“, odnosno priča koje su zapravo kolekcije videozapisa i fotografija koje se mogu uređivati,

a na profilu ostaju 24 sata i nakon toga nestaje. Snapchat priče su postale popularne, pa je i Facebook preuzeo i kreirao isti način komunikacije. Danas su priče ili „story“ dostupne na Facebooku, Facebook Messengeru, Instagramu i Whatsapppu. Snapchat uglavnom koristi mlađa populacija.

5.1.5. TikTok

Tik-Tok aplikacija je u vlasništvu kineske tvrtke ByteDance nastala 2016. godine pod imenom Douyin. Glavna svrha Tik-Toka je stvaranje i dijeljenje kratkih videozapisa sa zanimljivim efektima i popularnom muzikom u pozadini. Dvije godine nakon nastanka aplikacije, prevedena je na 75 jezika te je već u zimu 2019. godine bila najpreuzimanija aplikacija prestignuvši tako poznati Facebook i Twitter. Sličnost Tik-Toka sa društvenim mrežama je u tzv. lajkovima, videima koji se pojavljuju na naslovnici, javnom ili privatnom računu i slanju poruka. Tik-Tok sadrži razne video sadržaje poput plesa, sporta, kuhanja, smiješnih skečeva i mnogih drugih.

Kao i kod većine društvenih mreža, u pravilima privatnosti navedeno je da nije namijenjena mlađim od 13 godina, ali unatoč tome koriste ju i mlađi uzrasti. Iako korištenje ove društvene mreže djecu može potaknuti na kreativno izražavanje, ipak postoje rizici od gledanja neprimjerenih sadržaja. Osim neprimjerenih sadržaja, u septembru 2020. godine korisnici Tik-Toka su pozvani da obrišu aplikaciju, jer je otkriveno kako ona krade lične podatke korisnicima. Međutim, neki stručnjaci tvrde da su sigurnosni propusti jednaki kao i propusti u drugim aplikacijama, te da je netačno to što navode da se događa sa ličnim podacima.



6. DJETINSTVO NEKAD I SAD

Djetinstvo 20. vijeka je bilo sasvim drugačije nego današnje. Karakteristika djetinstva iz tog doba bila je uglavnom neimaština i težak život njihovih roditelja i njih samih. Poljoprivreda je tada činila 70% ukupne ekonomije, pa su djeca imala svakodnevne obaveze u ispomoći roditeljima. Djeca od pete godine su imala obavezu pomagati u kućanskim poslovima, a od sedme godine pa na dalje čuvala su stoku, pomagala izvan kuće i nadgledala mlađu braću i sestre. Za ono malo slobodnog vremena kojeg su imali, za igračke bi koristila sve oko sebe. Prilikom igre nije bilo podjele na djevojčice i dječake, mlađe i starije, već su djeca bila međusobno ravnopravna i složna. Igračke su uglavnom pravili sami. Vjerojatno najpoznatija od njih je tzv. krpenjača, lopta napravljena od krpa s kojom su dječaci igrali nogomet. Osim nogometa, česte su bile igre lovice, a djeca su znala izraditi zviždaljke, pračke, puške. U tome su spretniji bili dječaci, a korišteni materijali su bili sve što ih okružuje: stare krpe, drva, gume i slične odbačene stvari.²³

U prošlom vijeku prosječne porodice su imale više članova. Djeca su imala braće i sestre, a pored njih, tada se uglavnom živjelo s nanama i dedam pod istim krovom. Kako je djece bilo više, u porodici su vladala jasna pravila. Velike radne obaveze nisu ostavljale roditeljima puno vremena za brižnije bavljenje djecom, a ukoliko su roditelji bili odsutni, njihovu ulogu ulogu su preuzimala starija braća i/ili sestre. Odlazak djece u osnovnu školu bio je neredovit, a najčešći razlog bilo je siromaštvo. Poneki roditelji čak i šezdesetih godina djecu nisu htjeli slati u školu, jer su smatrali kako je korisnije da se djeca brinu o životinjama. Neprohodni i daleki putevi do škole također su sprječavali djecu da je redovno pohađaju. Roditelji su prije djeci davali kućanske poslove radije nego da ih šalju u školu. Dječacima je češće bio omogućen nastavak školovanja dok su djevojčice ostajale raditi u kućanstvu.

Nove generacije zahvaćene su urbanizacijom i novim tehnologijama. Urbanizacija je donijela sa sobom sve više gradova i sve manje obradivog tla. Ljudi su masovno napuštali sela i naseljavali gradove.

²³ Miljak, A., Mjesto i uloga roditelja u (suvremenoj) humanističkoj koncepciji predškolskog odgoja: Filozofski fakultet u Zagrebu, Zagreb, 1995., str. 66

Manja uloga i važnost sela, nestaje i značaj proširene porodice, koja je obično bila proizvodno-potrošna zajednica, a dolazi do pojave tzv. nuklearne gradske obitelji, koja je potrošnoga tipa i najčešće ju čine dvije odrasle osobe, obično obje zaposlene, te jedno ili dvoje djece. U zadnjih nekoliko godina djetinjstvo postaje znatno drugačije u usporedbi s djetinjstvom 20. stoljeća. Dolazak ljudi da žive u gradu, mijenja način života. Veliki stambeni objekti bez dvorišta ograničavaju djeci prostor za provođenje vremena u igri. Broj ukućana u porodici znatno se smanjuje, roditelji tada imaju više novaca za jedno dijete. Kuće/stanovi u kojima obitelji borave prostrane su i uglavnom svaki član može pronaći svoj kutak.²⁴

Danas mladi ljudi, bračni parovi, a kasnije i roditelji teže ka tome da se odmah osamostale, pa tako u ranoj dobi napuštaju roditeljske domove. U novim porodicama veliki broj djece ima svoju sobu, tako da livade i ulice nisu više jedini prostor za igru. Današnje slobodno vrijeme malog djeteta ispalnirano je već od prvih koraka te sve više prati dnevne, sedmične i mjesečne obaveze zaposlenih odraslih osoba. Igra tada postaje ovisna o obavezama odnosno slobodnom vremenu roditelja.

Prikaz nasilnog sadržaja, manipuliranje reklamnim sadržajima te općenito raznolik sadržaj, čine samo neke od faktora koji dovode do imitiranja istog, usađivanje negativnih odgojnih vrijednosti, kao i povećane pojave agresivnosti i osjećaja straha. Pored negativnih utjecaja, činjenica je i da mediji imaju pozitivan utjecaj na razvoj djeteta, koji je potrebno poznavati da bi se na učinkovit način ti utjecaji mogli koristiti. Provođenje više vremena pred televizijom smanjuje djetetove tjelesne aktivnosti i povećava se rizik za gojaznost. Masovno dominiranje medija, previše naglašen liberalizam, sve lakša dostupnost štetnog sadržaja i sve manja mogućnost kontrole, u velikoj mjeri je pridonijela smanjenju samog trajanja djetinjstva koje nažalost polako nestaje.

²⁴ Car, S., Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi:

Filozofski fakultet u Zagrebu, Zagreb, 2013., str. 89-90.

7. NEGATIVNI UTJECAJI DIGITALNIH MEDIJA U ODGOJU I OBRAZOVANJU

Osim utjecaja okruženja i djetetova genetskog potencijala, na razvoj djeteta i formiranje njegove ličnosti, veoma je važan i roditeljski odgoj. Nedostatkom roditeljske pažnje, odnosno odgoja velike su šanse da će dijete pasti pod utjecaj negativnim sadržajima koje pružaju digitalni mediji.

7.1. Mediji kao manipulatori

Mladi vjeruju medijima koji se obraćaju direktno njima, dok ostale medije u potpunosti odbijaju. Ubacivanje manipulativnih i zabavnih sadržaja u medije ima dvije posljedice - jedna je ta što se time pridobiva mlađa publika, dok je druga ta što se i odrasli opuštaju, te sve manje traže kritičnije sadržaje i teme. U savremenom dobu, mediji ubacuju zabavne i spontane sadržaje, a ono što je normalno, djeca i mladi doživljavaju kao dosadno. Djeca prilikom gledanja raznih video klipova na mobilnim telefonima, tabletima i računarima, poistovjećuju se sa likovima i pričama u medijima. U tim trenucima mogu doživjeti razne osjećaje, uloge, kao i razmišljati na dobar i loš način. Omiljeni medijski sadržaji važne su teme djeci u igri i razgovoru sa ostalim vršnjacima. Uspostavljanje rutine i jasnih pravila između djece i odraslih pružit će se sigurnost od manipulisanja medija nad djecom i mladima.

Djeca su lakovjerna i nemaju iskustva, pa su vrlo laki plijen digitalnim manipulatorima. Oni lako uvjere djecu da igračke hodaju, trče i lete. Kako ne razlikuju stvarnost od vizuelnih efekata i trikova, djeca su često razočarana kada igračke nisu onakve kakve ih mediji, u ovom slučaju reklame, predstave. U tom slučaju se javljaju nezadovoljstvo i ljutnja.

7.2. Ovisnost o Internetu

Ovisnost o Internetu je poremećaj u kojemu korisnici gube osjećaj za vrijeme i zanemaruju svoje osnovne potrebe.²⁵

²⁵ Miliša Z., Tolić M., Vertovšek N.; Mladi - odgoj za medije: priručnik za stjecanje medijskih kompetencija: MEP, Zagreb, 2010., str. 23.

Kada korisnici ne mogu kontrolisati vrijeme provedeno na mreži i online, tada nastaje problem. Javlja se izostanak socijalnih veza u stvarnosti, a sve se više druže u virtuelnom svijetu, te na taj način postaju depresivni i nezadovoljni svojim životom.

U današnjem vremenu je najbolje govoriti o kompulzivnom korištenju elektronskih medija, s obzirom na to da ponašanje koje je nekad bilo povezano samo s internetom danas obuhvaća i druge interaktivne medije kao što su tableti, pametni telefoni, lični digitalni asistenti, konzole za videoigre, laptopi i slično. Postoje različiti oblici korištenja internetom: radi traženja informacija, igranja računaraskih igara, uključivanja u “chatove” i razmjenu poruka e-poštom, gledanje erotskih stranica, kockanje na internetu i trgovina putem interneta. Prema tome, ovisnost o internetu uključuje nekoliko skupina:²⁶

- informacijsko preopterećenje – kompulzivno “surfanje” internetom ili pretraživanje baze podataka, što dovodi do smanjene produktivnosti rada i manje socijalne interakcije s prijateljima i porodicom,
- mrežnu kompulzivnost – kompulzivno igranje internetskih igara, kockanje, trgovinu dionicama ili korištenje internetskim aukcijama, što često dovodi do finansijskih i poslovnih problema,
- ovisnost o virtualnim vezama – ovisnost o društvenim mrežama, chatovima i SMS porukama,
- ovisnost o “virtualnom seksu” – kompulzivno korištenje internetskom pornografijom, “pričaonicama” (chat rooms) za odrasle ili sličnim internetskim stranicama s negativnim utjecajima na intimne odnose u stvarnom životu,
- ovisnost o računaru – opsesivno igranje igara ili opsesivno računarsko programiranje.

7.3. Nasilje u medijima

Kad su u pitanju mediji, niti jedno dijete nije u potpunosti sigurno od rizika. Programi sa scenama nasilja najviše su zastupljeni na komercijalnim televizijama. Filmovi, reklame, sportska događanja, video spotovi, crtani filmovi, svi oni u današnje vrijeme sadrže neku vrstu nasilja. Gotovo da nema više žanra bez nasilja. Djeca i mladi svakodnevno su izloženi scenama nasilja, bilo fizičkog ili verbalnog.

²⁶ International Police Association (IPA), Hrvatska sekcija. Internet, ovisnost i mladi. Zagreb: IV Nakladništvo; 2015., str. 61.

Nemoguće je izbrojiti koliko se zapravo jedno dijete susretne sa scenama nasilja preko ekrana. Tu nam u velikoj mjeri mogu pomoći dobne oznake koje označuju primjereni i sigurni sadržaj. Televizijske dobne oznake označuju se vizualnim grafičkim simbolima 12, 15 te 18. Oznaka 12 označuje kako sadržaj koji se prikazuje nije primjeren za mlađe od 12 godina. Oznaka 15 označava da sadržaji nisu primjereni za mlađe od 15 godina te se oni ne smiju prikazivati od 7 do 20 sati, dok oznaka 18 naglašava kako sadržaj nije primjeren za mlađe od 18 godina te se ti sadržaji ne smiju prikazivati od 7 do 23 sata.

7.4. Video igre

Velik broj stručnjaka upozorava na rizike i opasnosti koje donose video igre. Upozorava se na već spomenuto nasilje i ovisnost te na socijalnu izolaciju. Važno je istaknuti kako se djeca uživljavaju u igru, te svojim ponašanjem kopiraju likove iz igara, njihova kretanja, izraze i karakter. Nasilno ponašanje razvija se ponavljanjem te iste situacije, odnosno ponovnim igranjem igre. Prvi problem nastaje, jer mlađa djeca ne razlikuju stvarnost od video igara. Druga opasnost je ta što se najčešće u video igrama nasilje nagrađuje ili boduje. Sve ovo utječe na razvijanje stavova kako su nasilna ponašanja prikladna, što potiče djecu na primjenu u njihovom okruženju. Važno je naglasiti kako nasilno ponašanje nije jedini rezultat igranja videoigara, ali ga svakako one mogu poticati. Uz nasilje, za video igre se često veže i nefizička aktivnost i osamljenost. Djeca često svoje odnose za stvarnim ljudima zamjenjuju s virtuelnim prijateljima i na taj način se socijalno izoliraju.

8. POZITIVNI UČINCI DIGITALNIH MEDIJA

Pored negativnih utjecaja, mediji imaju i pozitivan ishod na razvoj djeteta, koji je potrebno poznavati da bi se na učinkovit način ti utjecaj mogli koristiti.

8.1. Integracija digitalnih medija

Zbog ubrzanog razvoja tehnologije dolazi do nametanja novih načina učenja i proučavanja integracija informacijske, a samim tim i komunikacijske tehnologije, sigurno je jedan od njih, kako u procesu učenja tako i u procesu poslovanja škole i univerziteta. Današnja djeca odrastaju uz tehnologiju, uče uporedo s njom, te su navikli na brzinu izmjenjivanja, kontinuiranu dostupnost i direktnu izmjenu materijala i sadržaja.

8.2. Video igre simulacije i poticanja

Pozitivna strana videoigara jest to što one potiču misaone procese, pogotovo asocijativno mišljenje, pospješuju koordinaciju pokreta, intuiciju, oštrinu vida, prostornu orijentaciju i hipotetičko mišljenje. Veliki broj video igara možemo svrstati u tkz. skupinu Edutainment.²⁷

Video igre bi trebale biti na prvom mjestu namijenjene učenju, a tek onda zabavi. Pristalice ovakvih edukativnih videoigara ističu njihove pozitivne strane, naglašavaju bezbroj mogućnosti kao što su one da upravo te igre poboljšavaju brzinu, koncentraciju, potiču misaone procese, pospješuju koordinaciju pokreta, ubrzavaju reflekse i drugo.

²⁷ Edutainment, pojam koji je osmislila kompanija „Walt Disney“ za svoju seriju crtanih filmova o prirodi i nauci. Danas se koristi i za mnoge druge stvari, ali u principu, edutainment se odnosi na zabavu uz učenje.

8.3. Interkulturalno obrazovanje

Interkulturalno obrazovanje se temelji na općem cilju omogućavanja djetetu da se razvije kao društveno biće kroz život i suradnju s drugima, čime doprinosi dobrobiti društva. Za svu je djecu ono korisno, bez obzira na njihov identitet, jer svi trebaju naučiti kako živjeti unutar interkulturalnog društva. Potrebno je što više razvijati osjećaj pripadnosti svojoj zajednici, ali i čovječanstvu. Početkom novog vijeka komunikacija je dobila na važnosti u gotovo svim djelatnostima, poslovnoj, privrednoj, naučnoj i obrazovnoj.

9. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

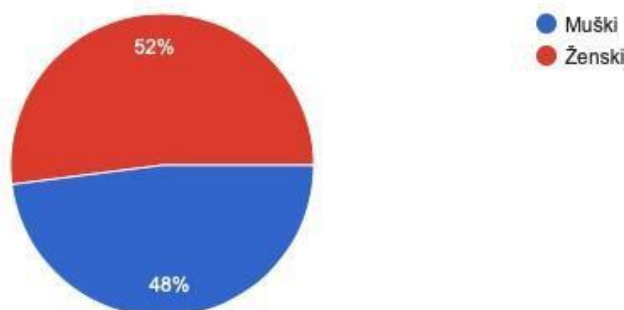
9.1. Rezultati istraživanja

Cilj provedenog istraživanja bio je utvrditi kakav je to zapravo utjecaj koje društvene mreže imaju na svakodnevne živote učenika osnovnih škola, te koje društvene mreže najčešće koriste i koliko često. Istraživanje je provedeno online putem Google obrasca (ankete) koji su ispunjavali učenici viših razreda osnovnih škola, odnosno učenici od 5. do 9. razreda. Opredijelili smo se upravo za ovaj uzrast zato što je to period kada su djeca najpodložnija raznoraznim utjecajima, te doba kada se razvija njihovo kritičko mišljenje. Pitanja su formulirana kako bismo mogli da dobijemo informacije o utjecaju medijske kulture savremenog doba na psihološki razvoj djece, te da na osnovu toga sagledamo moguće dugotrajne posljedice koje ti trendovi ostavljaju na djecu, kao i da ponudimo alate za prevenciju i kontrolu kako bi šteta bila minimalizovana. Rezultati istraživanja su ukazali da su društvene mreže implementirane u svakodnevne živote ispitanika, postajući sastavnim dijelom. Anketna pitanja sastojala su se od pitanja višestrukog odabira, te kratkih odgovora. Istraživanje je provedeno na uzorku od 496 ispitanika.

Anketa je sadržavala 10 ključnih pitanja vezanih za istraživanje, te u nastavku slijedi kratka analiza svakog od njih.

Spol

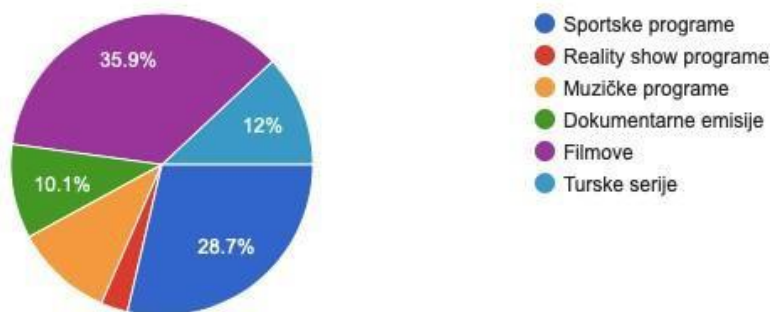
494 responses



Muški i ženski ispitanici su skoro podjednako bili zastupljeni u anketi.

Koje programske sadržaje najčešće gledate na televiziji?

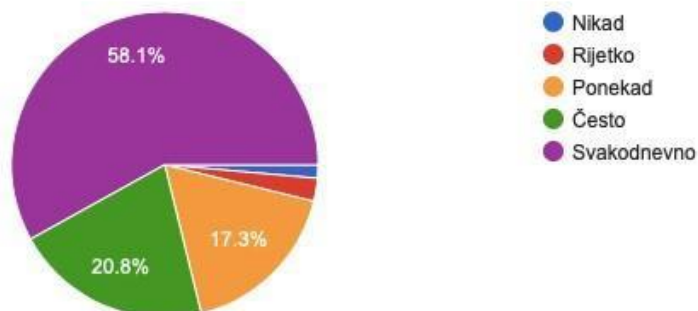
485 responses



Kada je u pitanju televizija i njen sadržaj, prethodnim izlaganjem je spomenuto da je ova vrsta medija poprilično zanemarena pojavom masovnih elektronskih medija kao što su pametni telefoni, društvene mreže, aplikacije i slično. Rezultat istraživanja nam govori o pasivnom stavu prema ovoj vrsti medija, gdje su sport i filmski program najzastupljeniji sadržaj istog, dok dokumentarne, zabavne, muzičke i druge sadržaje mogu pratiti i putem računara, odnosno putem Interneta.

Da li koristite neku od navedenih aplikacija: TikTok, SnapChat, Facebook, Instagram, YouTube?

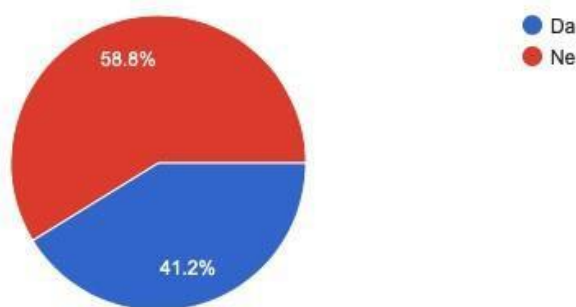
496 responses



Čak 58.1% ispitanika je odgovorilo da su društvene mreže sastavni dio njihovih života i da ih koriste svakodnevno. Kako u svijetu, tako i na našim prostorima, kompjuteri, tableti i pametni telefoni su postali inkorporirani u živote djece. Ove platforme predstavljaju nezaobilazan vid komunikacije i zabave postajući sastavni dio ličnog identiteta.

Počeo/la sam koristiti neku od navedenih aplikacija, jer ih moji prijatelji koriste

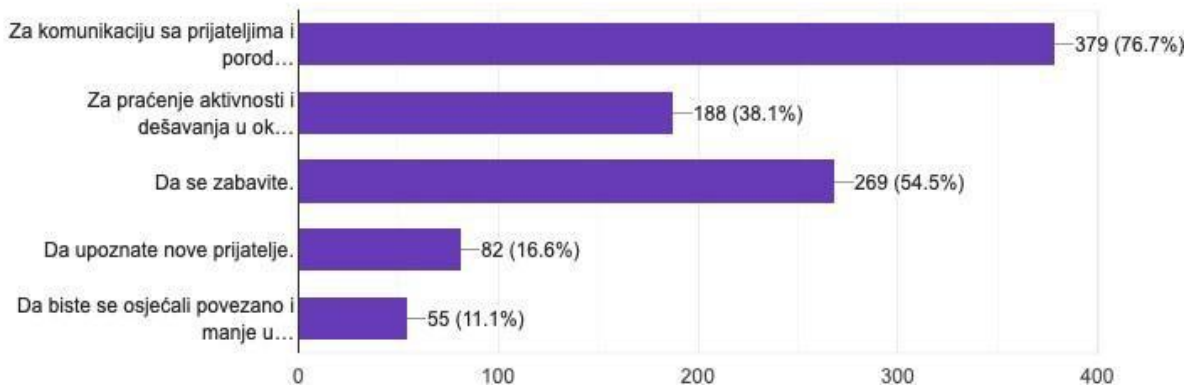
495 responses



Djeca su podložna imitiranju vršnjaka za koje smatraju da su poželjni i prihvaćeni u društvu. Nose i prate iste modne trendove, slušaju istu muziku, izlaze na ista mjesta, te se druže sa istim krugom vršnjaka. Rezultat ovog istraživanja nam putem odgovora, odnosno grafikona kaže da je podijeljen razlog pristupanja društvenim mrežama i aplikacijama, ali treba uzeti u obzir i vjerodostojnost ispitanika, jer kao što je poznato, djeca ne žele priznati svoju naklonost vršnjacima, jer to bi ujedno potvrdilo njihovu simpatiju prema njima, a ta emocija u svijetu djece nema težinu i vrlinu kao što ima kod odraslih osoba.

Zašto najčešće koristite društvene mreže?

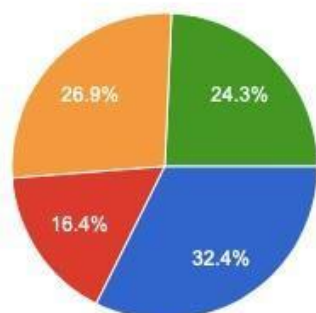
494 responses



Djeca prepoznaju mogućnosti koje nudi Internet, ali ga koriste neuporedivo više za zabavu i održavanje društvenih odnosa na društvenim mrežama. Društvenim mrežama mogu pristupiti svi uzrasti, bez obzira na dob, spol, nacionalnost i slično. U današnje vrijeme online razgovori najčešće se odvijaju preko društvenih mreža Facebooka, Messengera, Instagrama, WhatsAppa i sličnih aplikacija.

Kako biste se osjećali kada ne biste imali pristup internetu, niti jednoj od navedenih aplikacija mjesec dana?

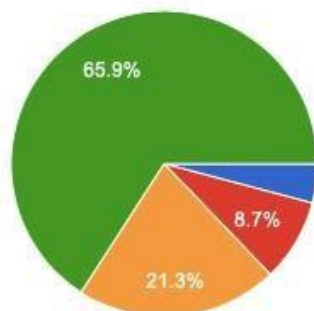
494 responses



- Isto, ništa se ne bi promijenilo.
- Usamljeno, nedostajali bi mi moji prijatelji.
- Nervozno i isključeno, ne bih znao šta da radim.
- Sretno, odmorio/la bih se.

Koliko često postavljate sadržaje na društvene mreže?

460 responses

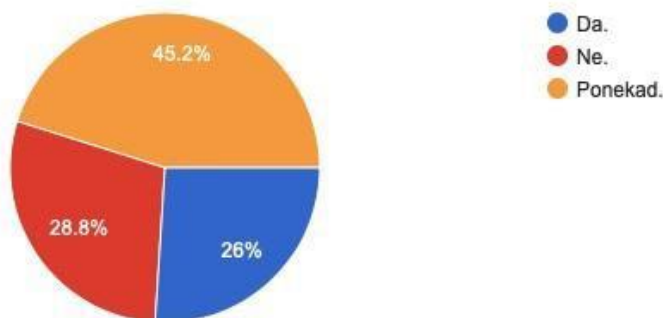


- Svaki nekoliko sati.
- Svaki dan.
- Svake sedmice.
- Jednom mjesečno.

Odgovj, radne navike, kao i slobodne aktivnosti djeteta očituju i različita mišljenja i odgovore na ova dva pitanja. Neka djeca u puno većoj mjeri se služe društvenim mrežama, dok djeca koja imaju popunjen dan sa redovnim obavezama, ali i vandrednim aktivnostima (sport, kursevi i druge rekreacije), imaju malo slobodnog vremena, te se i puno manje služe Internetom, a samim tim i njegovim sadržajem kao i društvenim mrežama.

Da li dok razgovarate sa prijateljima ili roditeljima provjeravate notifikacije i poruke?

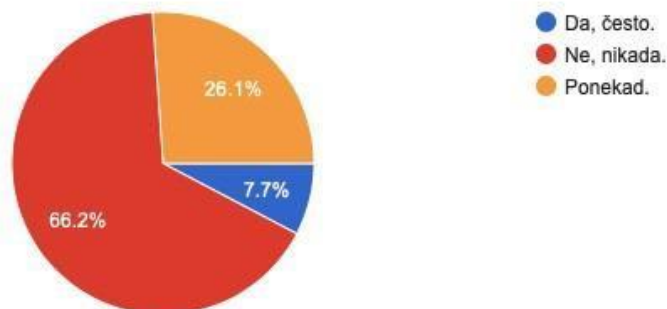
496 responses



Čak 45.2% ispitanika je odgovorilo da provjeravaju notifikacije čak i dok razgovaraju sa prijateljima ili roditeljima. Rezultati ukazuju da je prioritet koji se pridaje virtuelnom nad stvarnim životom i komunikacijom, uključenost i prisutnost u virtuelnom prostoru, te samim time i količina vremena uložena u praćenje društvenih mreža izuzetno velika.

Da li ste se nekada osjećali loše i nezadovoljno samim sobom gledajući slike i objave drugih na društvenim mrežama?

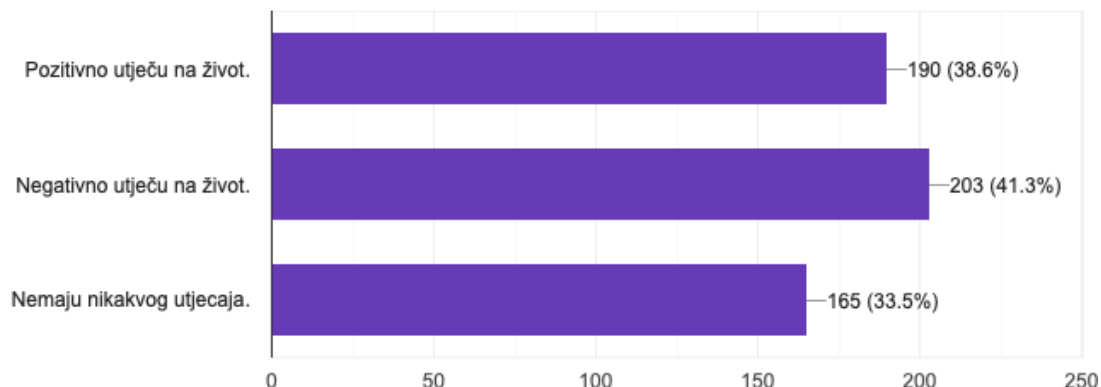
494 responses



Neka istraživanja pokazuju da gotovo i nema osobe koja koristi društvene mreže, a da se barem jednom nije radi nečega što je vidjela, pročitala ili čula osjetila loše ili nezadovoljno sobom i svojim životom. Kod djece je taj osjećaj još izraženiji, ali rezultati ne govore tome u prilog. Ovdje se opet može primjetiti doza neiskrenosti i tajnovitosti, karakteristična za djecu ovog uzrasta.

Kakav biste ocijenili utjecaj društvenih mreža?

492 responses



Dobijeni rezultati na ovo pitanje potvrđuju već pomenutu prethodnu tezu o ekonomskoj moći porodice iz koje je dijete, kao i aktivnostima koje pohađa ili ne u toku svog slobodnog vremena. Mnoga djeca i ne znaju ulogu i funkciju aplikacija i društvenih mreža, zaokupljena dnevnim obavezama i sadržajima, dok druga opet nemaju nikakve druge obaveze nakon škole, pa im je sve slobodno vrijeme dato na raspolaganje.

Istraživanje je provedeno tokom mjeseca novembra putem online obrasca preko aplikacije GoogleForms. Upitnik je sadržavao gore opisane instrumente, a na samom početku upitnika navedeni su cilj i svrha istraživanja, te je istaknuta anonimnost sudionika i povjerljivost prikupljenih podataka uz mogućnost odustajanja od sudjelovanja. Poveznica za online upitnik podijeljena je putem e-maila osnovnim školama na području Kantona Sarajevo. Na kraju upitnika sudionicima je ostavljena e-mail adresa na koju su se mogli javiti u slučaju nedoumica, pitanja ili dodatnih informacija koje bi željeli saznati pa tako i rezultata samog istraživanja.

Jednim od cilja istraživanja željelo se utvrditi postoji li nesrazmjerno korištenje društvenih mreža između ispitanika koji su niži razredi (5.6.7.) i ispitanika starijeg uzrasta (8. i 9.). Od sveukupnog broja anketiranih učenika, njih 496, 182 ispitanika su 5.,6., i 7. razred dok su ostali učenici 8., i 9. razreda. Ispitanici nižih razreda shodno rezultatima ankete društvene mreže koriste 2-3 sata dnevno, dok ispitanici viših razreda to čine čak 5-6 sati dnevno.

S ovim rezultatima možemo zaključiti da postoji nesrazmjero korištenje društvenih mreža između ispitanika ove dvije razredne skupine. Zabrinjavajući rezultati pokazuju kako 71,5 % ispitanika svakodnevno pristupa društvenim mrežama, dok samo 28,5 % ne pristupa svakodnevno.

Istraživanje je pokazalo da većina ispitanika ne osjeća negativne posljedice zbog česte upotrebe društvenih mreža niti ima većih posljedica po raspoloženju, kvalitet života i odnosa s osobama iz bliske okoline. Ovdje nam je jasno da učenici, odnosno mladi ljudi, ne osjete i ne priznaju negativne efekte modernih medija, te da bi adekvatno istraživanje imalo i adekvatne rezultate u njega moraju biti uključeni i sami roditelji.

9.2. Preporuke

U nastavku slijedi pet preporuka za unapređenje medijskog odgoja u Bosni i Hercegovini, te korištenje Interneta i društvenih mreža u granicama normalnog i tolerantnog vremenskog prostora djece:

1. Potrebno je uvesti predmet o medijskom odgoju. Taj predmet bi trebalo uvesti već od prvog razreda zato što su djeca u kontaktu sa elektronskim medijima i društvenim mrežama od malih nogu.
2. Medijsku pedagogiju učiniti obaveznim dijelom obrazovanja nastavnika i profesora.
3. Medijsku pismenost definisati kao ključnu kompetenciju i na odgovarajući način je integrirati u dokumente i udžbenike u oblasti obrazovanja.
4. Jedna od preporuka je i ta da se počne izdvajati više sredstava za stvaranje medijskih sadržaja za djecu, po kriterijima i preporukama stručnjaka, kako bi se vršio pozitivan utjecaj na dječiji razvoj.
5. Edukacije i radionice za roditelje. S obzirom na to da je porodica glavni faktor u odrastanju i odgoju djece, tako ima i važnu ulogu u formiranju načina provođenja slobodnog vremena djeteta. Roditelji treba da budu upoznati sa mogućim rizicima od elektronskih medija i njihov psiho-socijalni utjecaj na razvoj.

Zaključak

Istraživanja o utjecaju medija na odrastanje djece ukazuju da mediji mogu imati pozitivan i negativan utjecaj na njihov razvoj. Posebno kod djece predškolske dobi, čije se kritičko mišljenje i sposobnost logičkog zaključivanja još razvijaju, te su zbog toga više podložna negativnom utjecaju medija.

Elektronski mediji u današnje vrijeme igraju veliku ulogu u životima djece, kojima predstavljaju put do edukativnih, informativnih i zabavnih sadržaja, prenoseći poruke o životnim vrijednostima i aktualnim trendovima. Iako mediji predstavljaju neograničen izvor informacija i nude mnoge pozitivne faktore za poboljšanje društva i olakšavanje komunikacije, imaju i negativne posljedice. Ovisnost i zaokupljenost elektronskim medijima nameće potrebu za ozbiljnim razmišljanjem o njihovim utjecaju na odgoj i obrazovanje djece i mladih. Prema tome, potreban je pedagoški odnos prema medijima, odnosno medijsko obrazovanje, koje bi također trebalo naći svoje jasno mjesto u školskim udžbenicima. Tu se ističe važnost medijske kompetencije, koja uz medijsku pismenost vodi općem medijskom odgoju, a što znači da nije dovoljno samo znati kako se služiti računarom i internetom, već znati posmatrati medije na kritičan i odgovoran način. Učenjem djece o medijima znači učiti ih da kontrolišu korištenje istih i da shvate medijske poruke umjesto da ih pasivno prihvataju.

Nakon što je internet zamijenio TV, ljudi su se sklonili iz stvarnog života i pobjegli u virtuelni svijet, gdje fikcija postaje stvarnost. To je posebno dominantno upravo kod djece, koja umjesto da budu socijalna bića, postaju socijalno izolirane osobe. Roditelji danas imaju jednu od najvažnijih i direktnih ulogu u procesu odgoja i socijalizacije svoje djece.

Roditelji i vaspitači oblikuju dječje navike i sudjeluju u stvaranju stavova i identiteta djeteta. Mnoga djeca su od najranije dobi ovisna o medijima, a roditelji ponekad nisu svjesni potencijalnih opasnosti koje dolaze s njima. Bez obzira na mnoge edukativne i informativne programe, djeca radije biraju one zabavnih sadržaja koji često u sebi sadržavaju nasilje i neprimjereno ponašanje. Potrebno je da znaju kako se njihova djeca i koliko koriste datim medijima, šta žele od njih i šta dobijaju.

Osim kontrolisanja sadržaja koje dijete gleda i vrijeme koje na to koristi, uloga roditelja bi trebala da bude ista. Drugim riječima, ako želi da dijete smanji vrijeme koje provodi na internetu i društvenim mrežama, roditelj mora učiniti to isto. Manja upotreba interneta i medija ne samo da pozitivno utječe na djetetovo korištenje istih, već doprinosi međusobnom druženju unutar porodice i sretnijem djetinstvu djeteta.

Ukoliko roditelji i nastavnici komuniciraju i razmjenjuju iskustva, dijete će većinu vremena biti zaštićeno od negativnih posljedica medija.

Popis slika i tabela

1. Slika 1. Prikaz odnosa pojmova medijske pedagogije, medijske pismenosti, medijskekompetencije, medijskog obrazovanja i medijskog odgoja
2. Slika 2. Šematski prikaz medijske pismenosti
3. Slika 3. Najpopularnije društvene mreže i chat aplikacije na svijetu

Literatura

1. AUFDERHEIDE, P., A Report of the National leadership conference on media literacy, The Aspen Institute, Maryland, 1992.
2. BAJIĆ, J., Postmoderni pristup masovnom komuniciranju: uloga interneta u obrazovanju i suvremenim tržišnim kretanjima; Časopis za ekonomiju i suvremene tržišne komunikacije, 2014.
3. BURIC, J., Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija; Filozofska istraživanja, 2010.
4. CAR, S., Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi: Filozofski fakultet u Zagrebu, Zagreb, 2013.
5. FEJZIĆ, F., Medijska globalizacija svijeta, Proocult, GIK „Oko“, Sarajevo, 2004.
6. FEJZIĆ-ČENGIĆ, F., Medijska kultura u Bosni i Hercegovini, Connectum, Sarajevo, 2009.
7. ILIŠIN, V., MARINović BOBINAC, A., RADIN, F., Djeca i mediji, Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži; IDIZ, Zagreb, 2001.

8. ILIŠIN, V., Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima, *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, Vol. 9 No. 2, 2003.
9. JURČIĆ, D., *Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj*, Sveučilište u Mostaru i Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2017.
10. KEČO-ISAKOVIĆ, E., *Izazovi mas medija*, DES, Sarajevo, 2006.
11. KEEN, A., *Kult amatera: kako blogovi, MySpace, YouTube i ostali suvremeni mediji kojestvraju korisnici uništavaju našu ekonomiju, kulturu i vrijednosti*, Fraktura, Zaprešić, 2010.
12. KOLUCHI, B.; LEMISH, D., *Kako komunicirati sa djecom/Medijsko komuniciranje sadjecom*, UNICEF, Sarajevo, 2014.
13. MANDARIĆ V., *Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih*; Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2012.
14. MATIJEVIĆ, M., *Hipermedijska obrazovna tehnologija u osnovnoj školi*. U: *Nastavnik isuvremena obrazovna tehnologija: Filozofski fakultet u Rijeci*, Rijeka, 2000.
15. MCLUHAN, M., *Razumijevanje medija, golden marketing*, Tehnička knjiga, Zagreb,2008.
16. MILIŠA, Z., *Mladi - odgoj za medije: priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb: M.E.P. Zadar: Udruga CINAZ, 2010.
17. MILIŠA Z., TOLIĆ M., VERTOVŠEK N., *Mladi - odgoj za medije: priručnik za stjecanjemedijskih kompetencija: MEP*, Zagreb, 2010.
18. MILJAK, A., *Mjesto i uloga roditelja u (suvremenoj) humanističkoj koncepciji predškolskog odgoja: Filozofski fakultet u Zagrebu*, Zagreb, 1995.
19. MUŽIĆ J. *Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu: Katolički bogoslovni fakultet sveučilišta u Splitu*, Split, 2014.
20. ROBOTIĆ P., *Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencijaovisnosti*. JAHS. 2015.
21. RONČEVIĆ, A., *Multimedijia u nastavi: Redak*, Split, 2011.
22. SPITZER, M., *Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Zagreb: Ljevak,2018.
23. TOLIĆ, M., *Medijska kompetencija kao prevencija pri sprečavanju medijske manipulacijeu osnovnim školama*, u: *Medianali*, 2009.

24. TURČILO, L.; OSMIĆ, A.; ŽIGA, J., Mladi, politika i mediji, Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo, 2017.
25. WAHL-JORGENSEN, K., Emotions, Media and Politics: Polity Press, Cambridge, 2019.
26. WOOD, D., Kako djeca misle i uče, Educa, Zagreb, 1995.

Ostalo

- 9.2.1. Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene; Medijska istraživanja: zbornik radova III, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2011.
- 9.2.2. International Police Association (IPA), Hrvatska sekcija. Internet, ovisnost i mladi. Zagreb: IV Nakladništvo; 2015.
- 9.2.3. Medijska pismenost u digitalnom dobu, Internews, Sarajevo, 2015.