

Stavovi roditelja o utjecaju medija na adolescente

Smažil, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:172054>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Studij pedagogije i mađarskog jezika i književnosti

Iva Smažil

Stavovi roditelja o utjecaju medija na adolescente

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2022.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za pedagogiju

Studij pedagogije i mađarskog jezika i književnosti

Iva Smažil

Stavovi roditelja o utjecaju medija na adolescente

Diplomski rad

Društvene znanosti, Pedagogija, Socijalna pedagogija

Mentor: izv. prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2022.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 20.6.2022

Smazil Iva, 0122226356

ime i prezime studenta, JMBAG

Sažetak

Cilj istraživanja je ispitati stavove roditelja o utjecaju medija na adolescente te povezanost tih utjecaja sa sociodemografskim karakteristikama roditelja te medijskim uređajima u sobi njihovog djeteta. Problem istraživanja odnosi se na utvrđivanje povezanosti stavova o medijskom utjecaju na adolescente s obzirom na obilježja ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 155 roditelja učenika koji pohađaju 3 škole u Osijeku; I. gimnazija Osijek, Ekonomska i upravna škola Osijek te Medicinska škola Osijek od kojih je bilo 108 majki (69,7%) te 47 očeva (30,3%). Rezultati istraživanja pokazali su da adolescenti imaju prosječno 2 uređaja u sobi. Potvrđena je hipoteza da roditelji i djeca više gledaju zabavne i obrazovne emisije u odnosu na nasilne su jer roditelji koji su sudjelovali u istraživanju izjavili da zajednički s djecom gledaju emisije obrazovnog sadržaja (51%) i emisije zabavnog sadržaja (46,4%) dok emisije nasilnog sadržaja s djecom gleda 15,5% roditelja. Potvrđena je hipoteza da će roditelji s pozitivnijim stavovima o medijima imati više medijskih uređaja u dječjoj sobi jer je prema rezultatima istraživanja postojala vrlo slaba pozitivna povezanost između stavova o pozitivnom utjecaju medija na djecu ispitanika i medijskih uređaja u sobi djece ispitanika ($r(153)=0,16$, $p<0,05$). Nije postojala značajna razlika u stavovima ispitanika o medijskom utjecaju s obzirom na njihova sociodemografska obilježja niti je postojala razlika u raspravljanju o medijskom sadržaju roditelja s djecom s obzirom na njihov radni status te su hipoteze 2 i 3 odbačene.

Ključne riječi: medijski utjecaj, stavovi roditelja, adolescenti, medijski sadržaj

SADRŽAJ	
I. UVOD	1
II. TEORIJSKA POLAZIŠTA	3
2.1. Mediji u odgoju i socijalizaciji	3
2.2. Funkcije obitelji i stilovi roditeljskog odgoja	6
2.3. Stavovi roditelja o utjecaju medija na adolescente	9
III. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	15
3.1. Cilj i problem istraživanja	16
3.2. Hipoteze istraživanja	16
3.3. Uzorak	16
3.4. Instrument	17
3.5. Postupak	19
IV. REZULTATI	19
4.1. Deskriptivna statistika	20
4.2. Rezultati t-testa za nezavisne uzorke	24
4.3. Rezultati jednosmjerne analize varijance	27
4.4. Rezultati korelacijske analize	28
V. RASPRAVA	32
VI. ZAKLJUČAK	37
VII. LITERATURA	39
VIII. PRILOZI	43

I. UVOD

U današnjem svijetu obiteljski odgoj je u krizi, pri čemu se uočava sve veći utjecaj medijskih sadržaja na djecu i mlade te su mediji uvelike preuzeli odgojnu funkciju. Stopa razvoda prema podacima Eurostata iz 2019. godine na 1000 stanovnika iznosila je 1,8 (Jurasić, 2021). U obiteljskim domovima mediji preuzimaju ulogu zabavljača, dadilje, odgojitelja te zaokupljaju pažnju djece i mladih. Medijima treba pristupati s oprezom jer sadrže veliku količinu neispravnih informacija i neprimjerenih sadržaja na koje su mladi korisnici osjetljivi. Korisnike medija, pogotovo roditelje, treba naučiti kako se služiti medijima te im osvijestiti važnost odgoja za medije kako bi ga oni mogli primjenjivati u odgoju i medijskom odgoju svoje djece. Adolescenti, koji se nalaze u vrlo osjetljivom razdoblju svog života, u nedostatku komunikacije s roditeljima odgovore na svoja pitanja pronalaze na internetu. Ti odgovori nisu uvijek ispravni i primjereni za njihovu dob te su upravo zadaci roditelja pomoć u otklanjanju dvojbi i davanju odgovora na sva eventualna pitanja.

Adolescencija je razdoblje u čovjekovu životu kada je iznimno osjetljiv te se formira u svakom smislu te riječi. Osjetljivost ovog razdoblja potvrđuje podatak Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo iz 2008. godine koji kaže da je u porastu stopa samoubojstava u dobnoj skupini od 15. do 24. godine (Kuzman, 2009). U zadnje vrijeme adolescencija sve ranije započinje i sve kasnije završava. Tomu može biti uzrok produženje trajanja školovanja jer adolescenti ovise o roditeljskom financiranju. Razdoblje koje obuhvaća adolescenciju počinje od 9. pa sve do 24. godine. Te granice u godinama nisu fiksne već ovise o brojnim čimbenicima. (Nikolić, 1988; Graovac, 2010). Mediji su socijalizacijski činitelji te Baacke (1997; Livazović, 2010) stavlja naglasak na postizanje medijske kompetentnosti, odnosno posjedovanje vještina analize, komuniciranja i djelovanja u medijskom svijetu. Mediji prikazivanjem nedoličnog ponašanja razvijaju negativni razvojni obrazac te kreiraju izobličenu sliku o svijetu, na taj način izazivaju sukob odgojnih vrijednosti unutar obitelji, škole, okoline. U obiteljima u kojima nedostaje emotivne podrške veća je vjerojatnost utjecaja medija koji promoviraju nasilje. Mladima mediji plasiraju poželjne i nepoželjne stilove ponašanja. Mediji pod poželjno nameću nasilje, ovisnost, stereotipe i predrasude, potrošački mentalitet, uranjenu seksualnu aktivnost (Livazović, 2011). “Prije no što osudimo ili potvrdimo nedvojbenu moć medija, radije prihvatimo njihov očigledan utjecaj i prodor u cijelome svijetu kao nepobitnu činjenicu. Prihvatimo značenje medija kao dio kulture današnjeg svijeta. Ne podcjenjujmo ulogu koju imaju komunikacije i mediji u razvojnim

procesima, jednako kao ni funkciju medija kao instrumenta aktivnog sudjelovanja građana u djelovanju društva” (Košir, 1999, 11).

Odabrala sam ovu temu jer često kroz studij pedagogije imam priliku slušati i čitati o medijskom utjecaju na djecu i mlade, ali mi je nedostajalo pogled na medijski utjecaj iz perspektive roditelja. Pregledom literature imala sam priliku dobiti uvid u roditeljsku perspektivu kada je u pitanju medijski utjecaj, ali još bolji uvid u stavove roditelja dobila sam provođenjem istraživanja. Vrlo je važno medijski odgajati djecu od njihovih prvih susreta s medijima te pomno birati medijski sadržaj unutar obitelji. Pedagozi i roditelji čije stavove ispitujem na temu utjecaja medija na adolescente, trebaju učiniti potrebne korake u zaštiti i osposobljavanju djece i mladih za suživot s medijima, ali prije toga i sami moraju biti kompetentni za suživot s medijima. Utjecaj medija na adolescente važno je istraživati kako bi se izbjegle neželjene posljedice kada adolescent stupi u odraslu dob, dok je stavove roditelja potrebno istraživati kako bismo s dobivenim rezultatima mogli oblikovati programe podrške i edukacije za roditelje koji se slabo služe s medijima te su iz tog razloga važni rezultati ovog istraživanja za pedagošku praksu.

II. TEORIJSKA POLAZIŠTA

2.1. Mediji u odgoju i socijalizaciji

John Dewey definira odgoj kao cjeloživotni proces iznad kojeg nema višeg cilja, za njega odgoj nije samo završni rezultat. Čovjek ostvaruje samog sebe tako što ispunji cilj odgojnog procesa, odnosno završetkom odgoja. Time čovjek postaje odgojena osoba koja je ispunila sav svoj potencijal (Golubović, 2010). Neki pogledi na proces odgoja opisuju ga kao proces u kojem se čovjek razvija (Mušanović i Lukaš, 2011). Rosić (2005) definira odgoj kao osnovnu potrebu čovjeka i društva te kao uvjet života pri čemu čovjek postaje čovjekom. Odgojni proces predstavlja sjecište individualnih, društvenih i kulturnih procesa. Odgoj je put čovjeka od stanja heteronomije do autonomije. Obitelji danas u suvremenom svijetu suočavaju se s mnoštvom problema koji članovima obitelji izazivaju osjećaje samoće, nemoćnosti i nespремnosti u odgoju (Miliša i Zloković, 2008). S obzirom na to da se takozvani digitalni urođenici od malih nogu koriste modernom informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, može se reći da je njihovo odrastanje zapravo medijsko odrastanje. Mediji su polako od sporednog čimbenika socijalizacije, postali nadmoćna sila u odgoju i socijalizaciji današnjih generacija, dok dosadašnji primarni odgojitelji (obitelj, škola, Crkva) gube na važnosti (Rančić, 2020). Mediji su nezamjenjiv faktor pri analizi odgojnog procesa odnosno oni su mostovi u pedagoškoj komunikaciji. Moramo si postaviti pitanje kako medije integrirati u funkciju unapređenja odgoja, obiteljske komunikacije te sprječavanje manipulacije: "Suvremeni mediji bi trebali imati izraženiju odgojnu, obrazovnu i informativnu funkciju, kako bi funkcionalno utjecali na odgojno-obrazovni proces u školskom kurikulumu, obitelji i društvenoj zajednici" (Tolić, 2013, 105). Sukob odgojnih vrijednosti obitelji, škole, vršnjaka i medija potenciran je od strane medija. Moguća rješenja ovog sukoba su promoviranje prosocijalnog ponašanja, podrška mladima, kvalitetni društveni te preventivni programi (Livazović, 2009). Mediji doprinose obrazovanju neiscrpnim izvorom znanja, olakšavaju proces učenja i ubrzavaju širenje informacija.

Mediji imaju svoju ulogu u prevenciji nasilja te bi to trebali činiti na sljedeći način: uklanjanjem izvora narušavanja ljudskih prava u medijima, obogaćivanjem informativnih, edukacijskih i savjetodavnih sadržaja, poticanjem pozitivnih stilova života u medijima te samom promidžbom prevencije nasilja (Zloković i Dobrnjić, 2008). Tržište uvjetuje medijima i medijskim stvarateljima

tempo te se naglasak stavlja na robu, odnosno materijalno nosi najveću vrijednost. Time mediji postaju moćan mehanizam koji zloupotrebljava i iskušava potrebe djece i mladih (Burić, 2010). Manipulativni mediji nameću vrednote, životni stil te primatelji gube svoje individualne karakteristike. Jačanjem svijesti o medijskom učinku kod djece i mladih smanjujemo njihov negativan utjecaj. Presudnu ulogu u tome ima obiteljski odgoj. Mediji su moćan suparnik roditelja u odgoju jer oni djeci nude bijeg od realnosti (Buchanan, 2003; Tolić, 2013). Pri razdvajanju odgojnih od manipulativnih informacija u medijskoj komunikaciji bitne su 3 faze:

1. omogućiti razumijevanje masovnih medija
2. procijeniti istinitost medijskih informacija - ova faza je važna jer omogućuje da primatelj sadržaja prepozna što je fiktivno, a što stvarno
3. osigurati simetrične komunikacijske veze

Ove tri faze izostaju u suvremenim obiteljima, a roditelji su manje informatički pismeni od svoje djece (Baacke, 1973; Tolić, 2013). Jedinstven način primanja i analize informacije događa se gledanjem televizije gdje su mogućnosti shvaćanja višeslojne, a sadržaja ima nebrojeno. Televizija je općeprihvaćen masovni medij te se ne bi trebao kategorizirati bezazlenim. Djeca su najsenzibilnija društvena skupina te su gledanjem televizije izloženi povoljnim (prosocijalni sadržaji) i nepovoljnim (isprazni sadržaji) utjecajima na njihov razvoj (Blažević, 2012).

Kriteriji procjene medijskog sadržaja s obzirom na njihove odgojne vrednote i primjerenost (Livazović, 2013):

1. ciljana publika
2. sadržaj - razvojna, intelektualna, emocionalna primjerenost i zanimljivost
3. vrijednost (odgojna, kulturološka)
4. zabavni učinak
5. informativnost i poučnost
6. poštivanje prava djece
7. prava, razvoj i položaj svih društvenih skupina

Ono čemu mediji ne pridaju pažnju je potreba za imitacijom. Objavljuju nasilno ponašanje s puno pojedinosti da bude svima dostupno na velikim platformama te ne razmišljaju kako će pojedinci poželjeti to ponašanje utjeloviti (Mandarić, 2012). Mladi imitiraju svoje idole u potrazi za vlastitim identitetom. Mediji takve prilike iskorištavaju te ohrabruju mlade da postanu pasivni imitatori tuđeg izgleda, vrijednosti, životnog stila i interesa. Na taj način se ruši svaka individualnost te

mladi izgledaju kao kopije svojih uzora (Miliša i Zloković, 2008). Giles (2010) navodi kako djevojke često podliježu ekstremnim dijetama zbog opčinjenosti vitkim tijelom poznatih žena koje se plasiraju u medije te se time dovode do razvijanja poremećaja u prehrani. Kad su u pitanju medijski uzori djeca vrtićke dobi za uzore uzimaju likove iz animiranih filmova i serija. Uzimajući uzore iz medija razvija im se osjećaj privrženosti te je utjecaj medija na njih intenzivniji (Blažević, 2012). Kada su u pitanju roditeljski stilovi, djeca češće uzimaju roditelje za uzore ako im roditelji prakticiraju demokratski roditeljski stil nego autokratske ili permisivne roditelje (Elder, 1963).

Durkheim je proces socijalizacije definirao kao podruštvljavanje čovjeka, naglašavajući dominaciju društvenih uvjeta u formiranju pojedinca (Hrvatska enciklopedija, 2021). Autori Mušanović i Lukaš (2011) analizirajući proces socijalizacije opisuju društveno ophođenje, za njih je socijalizacija proces usvajanja društvenog ophođenja gdje pojedinac uči pravila i norme društva. Socijalizacija označava integraciju pojedinca u socijalni život kroz proces prilagodbe zahtjevima i normama društva, a to uključuje proces usvajanja stavova, vrijednosti i poželjnih ponašanja. Proces socijalizacije u najvećoj mjeri se događa tijekom djetinjstva i rane mladosti, kada se pojedinac oblikuje kao osoba, no nastavlja se i kasnije. Masovni mediji socijalizacijski su čimbenik te njihov učinak za većinu djece praktički počinje od prvoga dana života. Djeca rastu i razvijaju se u okruženju televizora, mobitela, novina, tableta, računala. Privikavanje na medije odvija se brzo i neopazice, a iznimno rano djeca izražavaju poriv za korištenjem i ovladavanjem s nekim medijem (Ilišin, 2001). Temeljni je cilj socijalizacije osposobljavanje pojedinca za ponašanje i međuljudske odnose tipične određenom vremenu i prostoru uz sposobnost prilagođavanja životnim promjenama. U tom procesu neizostavnu ulogu imaju mediji. Cilj je društvenih mreža interakcija korisnika te učinkovitija komunikacija. Pretpostavka je da društvene mreže označavaju dominantnu silu procesa socijalizacije. Društvene mreže personalizirane su medijski prostor koji većinski služi za promoviranje korisnika, ne samo poslovnih profila već i privatnih (Vuković, 2012). Socijalizacija je proces koji se odvija tijekom cijelog životnog vijeka kroz koji pojedinci stječu vrijednosti i standarde određenog društva i kulture. Mediji se smatraju moćnim čimbenikom socijalizacije, odgovornim za oblikovanje procesa socijalizacije pojedinca. Istraživanje medijske socijalizacije odnosi se na procjenu utjecaja korištenja i izloženosti medijima na proces socijalizacije. Glavne dimenzije medijske socijalizacije su dostupnost medijskih sadržaja putem različitih uređaja, trajanje medijske izloženosti, preferencije za određene medijske žanrove i programiranje, medijske sposobnosti i pismenost, uporabne podjele, rizici i resursi korištenja medija (Genner i Süß, 2017). U procesu socijalizacije utjecaj medija očituje se na 3 područja: formacija identiteta, različito shvaćanje i oblikovanje znanja, nove uloge nastavnika u

odgojno-obrazovnom procesu (nastavnik - posrednik). Elektronički mediji postali su bitan čimbenik socijalizacije. To se događa zbog zaposlenosti roditelja te djeca društvo nalaze u medijima (Mandarić, 2012). Tri faze socijalizacije su primarna, sekundarna i tercijarna. Primarna se faza događa u obitelji, sekundarna u odgojnim institucijama, a tercijarna na radnom mjestu, u obitelji i u slobodnom vremenu (Janković, 2008). Prilika za socijalizaciju postaje korištenje medija, no nažalost ono nije prilika za nezavisno produbljenje identiteta i potpunije razumijevanje stvarnosti; “Ako se nekad socijalizacija shvaćala kao prenošenje vrijednosti i normi koje su u najvećoj mjeri bile prihvaćene od društva, danas – gotovo kontradiktorno – trebamo govoriti o socijalizaciji koja svoj oslonac nalazi u samom pojedincu” (Valković, 2016, 103).

2.2. Funkcije obitelji i stilovi roditeljskog odgoja

Obitelj je temeljna društvena i biološka skupina u kojoj se realizira odgojni proces te socijalizacija. Njene temeljne zadaće su biološka, odgojna i ekonomska; “Obitelj u kojoj postoji suradnja, podrška razvoju i razumijevanje između roditelja i djece, sredina u kojoj su ostvareni dobri i humani obiteljski odnosi, gdje postoji volja da se zadovolje potrebe djeteta, stvara sigurnost da ono bude prilagođena i pozitivna ličnost” (Rosić, 2005, 296). Golubović (1981; Janković, 2008) definira obitelj kao funkcionalnu, bio-socijalnu skupinu koje stavlja u odnos društvo i pojedinca, koja ne djeluje samo u skladu s pravilima i normama društva. Obitelj je višegeneracijska skupina koja relativno stabilno živi u zajednici u kojoj odrasli članovi imaju za primarnu obavezu brigu i skrb o djeci (Archard, 2010; Ljubetić, Mandarić Vukšić i Amižić, 2020). Obitelj s obzirom na strukturu (Janković, 2008) dijelimo na

1. potpunu (strukturno intaktna) obitelj
2. nepotpunu (strukturno insuficijentna) obitelj - nedostaje netko od članova najčešće zbog razvoda, smrti, migracije ili kada su jedan ili oba roditelja nepoznati

Tradicionalna obiteljska struktura sačinjena je od roditelja i djece, ali danas možemo primijetiti da se takva struktura mijenja te imamo binuklearne obitelji, izvanbračno partnerstvo ili samohrane majke i očeve (Lukaš, 2010). Promjene u konceptu definicije strukture obitelji utječu na funkcije koje obitelj obavlja, uloge koje imaju članovi te odnose između članova obitelji što u konačnici utječe na socijalizaciju djece. Obitelji su strukturirane na različite načine diljem svijeta. Obitelj koju čine muž i žena i njihova djeca naziva se nuklearna obitelj (eng. nuclear family). Za dijete je

to obitelj orijentacije (eng. family of orientation), što znači obitelj u kojoj se rodi. Za roditelje je nuklearna obitelj - obitelj stvaranja (eng. family of procreation), odnosno obitelj koja se razvija kada se vjenčaju i imaju djecu. U nuklearnoj obitelji, žena i muž ovise jedno o drugom u smislu druženja, odnosno provođenja vremena, a djeca ovise o svojim roditeljima u naklonosti i socijalizaciji. Obitelj iz generacije u generaciju obavlja određene osnovne funkcije omogućujući joj opstanak i prilagodbu. Te funkcije variraju s obzirom na kulturu i ekonomski, zdravstveni i stresorski utjecaj. Osnovne funkcije obitelji (Berns, 2016) su:

1. reprodukcija - obitelj osigurava natalitet
2. socijalizacija i obrazovanje - obitelj osigurava prijenos vrijednosti, normi, znanja, sposobnosti društva na nove generacije
3. podjela uloga u društvu - obitelj osigurava identitet svojim potomcima poput rasnog, etničkog, vjerskog, rodnog i socioekonomskog identiteta
4. ekonomska podrška - obitelj osigurava smještaj, hranu i zaštitu
5. emocionalna podrška - obitelj osigurava emocionalnu sigurnost

Obiteljske funkcije podložne su unutaršnjim i vanjskim utjecajima društva te su podjednako bitne za članove društva kao i društvo u cijelosti. Funkcije obitelji (Janković, 2008) su:

1. emocionalna funkcija
2. biološko - seksualna funkcija
3. reproduktivna funkcija
4. socijalizacijska funkcija

Dimenzije obiteljskog funkcioniranja su prilagodljivost i kohezivnost. Kohezivnost označava stupanj emocionalne povezanosti članova dok prilagodljivost označava sposobnost održavanja obiteljske stabilnosti s obzirom na promjene (Olsen i sur., 1979; Brajša-Žganec, 2003). Kad govorimo o učinku masovnih medija na djecu i mlade, važno je znati koja je uloga roditelja. Roditelji bi trebali biti medijski socijalizatori dok su učitelji i škola zaduženi za medijsko osposobljavanje (Ilišin, 2005). Svaki roditelj ima drugačiji pristup u odgoju svoje djece, a iz toga proizlaze moralne vrijednosti, stavovi i ponašanje djeteta (Sanvictores i Mendez, 2022). Četiri su odgojna stila suvremene obitelji: autoritarni, demokratski, popustljivi i indiferentni odgojni stil, a dijele se s obzirom na stupanj autoriteta roditelja u odnosu s djecom te na uporabu odgojnih postupaka.

Autoritarni odgojni stil karakterizira hladna atmosfera u kojoj je kazna temeljni odgojni postupak. Roditelji vode glavnu riječ, a djeca su mirna i povučena (Rosić, 2005). “Autoritet je potreban, ali ne i autoritarno pokoravanje. Autoritarni odgoj traži pokoravanje bez kritike ili otpora. Autoritativan odgoj je odlučan, mjerodavan i služben, dok autoritarnost podrazumijeva slijepo podčinjavanje vlasti i sili” (Lukaš, 2010, 46). Roditelj ne dopušta adolescentu da izražava svoje stavove, niti mu dopušta da na bilo koji način regulira vlastito ponašanje (Elder, 1963). Roditelji ovog stila obično imaju jednosmjerni način komunikacije gdje roditelj uspostavlja stroga pravila koja dijete mora poštivati. Djetetu je ostavljeno malo ili nimalo prostora za dogovore, a pravila se obično ne objašnjavaju. Očekuju da njihova djeca poštuju ta pravila, a da pritom ne prave greške. Ako do greške ipak dođe, slijedi kazna. Ovakvi roditelji su obično manje njegujući i imaju visoka očekivanja. Stroga pravila i kazne često utječu na dijete da se pobuni protiv autoriteta kako odrasta (Sanvictores i Mendez, 2022).

Demokratski odgojni stil karakterizira komunikacija i poštivanje. Roditelji su odgovorne osobe koji usmjeravaju svoje dijete da postane zrela i odgovorna osoba puna poštovanja prema sebi i drugima (Rosić, 2005). Roditelj potiče adolescenta da sudjeluje u raspravi o pitanjima važnim za njegovo ponašanje iako konačnu odluku uvijek donosi ili odobrava roditelj (Elder, 1963). Ovaj tip roditelja obično razvija blizak, njegujući odnos sa svojom djecom. Imaju jasne smjernice za svoja očekivanja i objašnjavaju svoje razloge povezane s disciplinskim mjerama. Disciplinske metode se koriste kao potpora umjesto kazne. Djeca mogu sudjelovati u postavljanju ciljeva i očekivanja. Ovaj stil roditeljstva dovodi do najzdravijih ishoda za djecu, ali zahtijeva puno strpljenja i truda s obje strane (Sanvictores i Mendez, 2022). Demokratski stil odgoja gradi povjerenje između roditelja i djece, osnažuje intrinzičnu motivaciju kod djece te potiče dijete da preuzima odgovornost za svoje ponašanje. Ovakav odgoj uklanja mogućnost negativnog utjecaja medija koji u djeci i adolescentima izazivaju osjećaj manje vrijednosti (Miliša, Tolić i Vertovšek, 2010).

Popustljivi ili pedocentristički odgojni stil daje djeci svu slobodu. Roditelji su podređeni svim zahtjevima i hirovima djeteta, a djeca su sebična, dominantna i bezobzirna (Rosić, 2005). Roditelj ima manje utjecaja u donošenju odluka koje se tiču djeteta (Elder, 1963). Ovakvi roditelji su topli, njegujući i imaju minimalna ili nikakva očekivanja te postavljaju vrlo malo pravila. Komunikacija je otvorena, ali roditelji dopuštaju djeci da sami shvate stvari. Ove niske razine očekivanja obično rezultiraju rijetkim primjenama discipline. Permisivni roditelji ponašaju se više kao prijatelji nego kao roditelji (Sanvictores i Mendez, 2022).

Sanvictores i Mendez (2022) spominju i četvrti odgojni stil, a to je **indiferentno roditeljstvo**. Djeci se daje maksimalna sloboda jer ova vrsta roditelja ne stoji na putu. Oni ispunjavaju osnovne potrebe djeteta, dok ostaju odvojeni od života svog djeteta. Indiferentni roditelj ne koristi poseban stil discipliniranja i ima ograničenu količinu komunikacije sa svojim djetetom. Oni imaju tendenciju ponuditi nisku količinu njege, a imaju malo ili nimalo očekivanja od svoje djece. Indiferentni stil odgoja uzrokuje dosadu i jača potrebu za što više provedenog vremena pred ekranima (Miliša, Tolić i Vertovšek, 2010). Istraživanje sa ciljem provjere utjecaja odgojnih stilova roditelja na samopoštovanje kod adolescenata provedeno je na uzorku od 2091 adolescenta. Rezultati istraživanja pokazali su da najviše doprinosi samopoštovanju adolescenata popustljivi odgojni stil kojeg karakterizira toplina, dok je iza njega autoritativan (demokratski) odgojni stil, a adolescenti iz autoritarnih i indiferentnih domova pokazali su najniže rezultate (Martinez i sur., 2020).

2.3. Stavovi roditelja o utjecaju medija na adolescente

Djeca i mladi danas rastu i razvijaju se okruženi ekranima. Na njih ti ekrani imaju utjecaj; uzrokuju promjene u ponašanju, međusobnim odnosima, komunikaciji, vrijednostima, svjetonazoru, životnim stilovima. Rideout i Robb (2020) proveli su istraživanje u kojem su uključena djeca od rođenja do osme godine te navode da im je prosječno vrijeme provedeno pred ekranom dva i pol sata, dok je za djecu mlađu od dvije godine prosjek 49 minuta. Djeca u dobi od 8. do 12. godine pred ekranima provedu u prosjeku skoro 5 sati prema istraživanju Rideout i Robb (2019), a mladi u dobi od 13. do 18. godine u tome prednjače sa u prosjeku više od 7 sati pred ekranima. Vrlo je važna uloga medija kod adolescenata jer se nalaze u razdoblju nesigurnosti te se u njima formiraju osjetljiva pitanja na koje trebaju odgovor te ga pronalaze u medijima. Kako bi se to izbjeglo važni su stabilni odnosi unutar obitelji da bi adolescenti za sve nejasnoće odgovor potražili kod svojih roditelja (Mandarić, 2012). Roditelji su glavni akteri u opismenjavanju djece za korištenje medija, ali preduvjet je da su i oni sami kompetentni. Roditelji su ti koji djecu izlažu medijskim sadržajima te je važno da to čine na način koji je pogodan za djecu (Sindik, 2012). Roditelje i pedagoge više nego nasilje u dnevnicima i dokumentarnim emisijama smeta velika količina nasilja u fiktivnim filmovima i serijama, koji su pod krinkom zabavnog medijskog sadržaja (Košir, 1999). Obitelj ima najveći utjecaj na proces socijalizacije. Sveprisutnost mobilnih uređaja postala je roditeljski problem, na primjer kada je u pitanju sprječavanje njihove upotrebe u društvenim okruženjima kao

što su zajednički obroci ili kao digitalna ometanja tijekom domaće zadaće i odlaska na spavanje. Adolescenti korištenjem medija otkrivaju individualne medijske interese, identificiraju se s medijskim ličnostima te testiraju granice prezentiranja sebe na internetu. Unatoč učincima medija na seksualno ponašanje, Genner i Süss kažu da su adolescenti uglavnom pod utjecajem implicitnih i eksplicitnih stavova njihovih roditelja o seksualnosti. Nesigurnost i snažan medijski učinak seksualnih sadržaja u medijima na adolescente posljedica je nedostatka komunikacije o seksualnosti unutar obitelji (Genner i Süss, 2017). Prekomjerna upotreba medija može utjecati na kvalitetu i količinu sna, noćna buđenja i smanjenje duljine sna. Zdrav san važan je za cjelokupno zdravlje i razvoj, a poremećeni san tijekom ranog djetinjstva i adolescencije može rezultirati negativnim utjecajima na neurorazvoj te emocionalnim i bihevioralnim posljedicama, uključujući slabljenje školskog uspjeha, probleme s pažnjom i veći rizik za ADHD i pretilost. Roditelji trebaju poznavati navike upotrebe medija svoje djece. Dječja i adolescentska spavaća soba nije mjesto za televizor ili računalo (Dworak i Wiater, 2013). Mogući negativni utjecaji medija (Buckingham, Whiteman, Willett i Burn, 2007):

1. nasilni sadržaj - desenzibilizacija i strah
2. seksualni sadržaj - promiskuitetne ili nesigurne radnje
3. oglašavanje – konzumeristički ili materijalistički stavovi
4. neprikladan ili neželjen kontakt s drugima – opasnost od nepoznatih osoba ili zlostavljanje
5. zdravlje – pušenje, alkohol i droge
6. prehrana – pretilost i poremećaji prehrane
7. opći poremećaji osobnosti - nisko samopoštovanje ili otuđenje
8. fizički učinci prekomjerne uporabe – stanja poput učestalog traumatskog istegnuća zgloba (RSI) i problemi s vidom
9. potkopavanje dječje mašte i slobodne igre
10. tjelesni razvoj mozga i poremećaji – nedostatak pažnje i hiperaktivnost
11. problemi sa spavanjem
12. smanjeno vrijeme za obiteljsku interakciju ili odnose s vršnjacima
13. smanjene razine obrazovnih postignuća
14. pogrešne vrijednosti, stavovi ili uvjerenja – rodni ili etnički stereotipi

Mogući pozitivni utjecaji medija (Buckingham, Whiteman, Willett i Burn, 2007):

1. učenje – obrazovni sadržaji ili zdravstvene poruke i opća znanja
2. jezik – usvajanje jezika, te razvoj vještina čitanja i pisanja

3. razvoj kognitivnih vještina – vještina snalaženja u prostoru ili strateškog razmišljanja
4. razvoj prosocijalnog ponašanja i moralnih vrijednosti – tolerancija i suradnja
5. svijest o društvenim pitanjima – poznavanje aktualnosti, društvenih problema i drugih kultura
6. socijalna interakcija – uloga medija kao osnove za raspravu unutar grupe vršnjaka ili obitelji
7. građansko sudjelovanje – promicanje društvene svijesti, volonterskih aktivnosti i političkog djelovanja
8. kreativnost i samoizražavanje – stvaranje i distribucija vlastitih medijskih proizvoda
9. kulturna vrijednost – smisleni prikazi stvarnog svijeta
10. razvoj identiteta – razvijanje mašte, empatije i osobnih vrijednosti
11. zabava i opuštanje
12. razvijanje sposobnosti održavanja pažnje
13. poticanje kreativnih aktivnosti

Prekomjerno korištenje medija može izazvati ovisnost te imati posljedice na psihofizički razvoj djece i mladih. Veliki utjecaj medija očituje se u formiranju identiteta djece i mladih, a očituje se i u njihovoj izgradnji sustava vrijednosti i percepcije okoline (Rančić, 2020). Kada govorimo o ovisnosti o medijima postoji značajna razlika s obzirom na spol, pri čemu su djevojke podložnije razvijanju ovisnosti nego mladići. To se može povezati s nezadovoljstvom sa svojim izgledom pri čemu izbjegavaju izlazak iz sigurnosti svoga doma te to vrijeme većinski provode koristeći medije (Livazović, 2011). Kontinuirano zlonamjerno korištenje tehnologije u svrhu ocrnjivanja ugleda osobe naziva se elektroničko nasilje, a čini ga svaka komunikacija u kojoj je osoba podvrgnuta nasilju putem Interneta (Livazović, 2015). Adolescenti znaju medijski prostor koristiti za izražavanje nasilja te im je to idealan prostor zato što im omogućuje anonimnost. Pod lažnim imenima skrivaju svoj identitet te na taj način dobivaju privid hrabrosti i smanjuje se mogućnost otkrivanja toga tko se zapravo krije iza ekrana; “Puno je jednostavnije ranjavati drugoga sakriven 'iza ekrana' nego se s njime suočiti s vlastitim licem i glasom. Upravo zbog toga što nasilnik djeluje iz 'ekranske zasjede', nije u potpunosti svjestan štete koju nanosi drugoj osobi” (Mandarić, 2012, 137). Elektroničko nasilje (poznatije kao cyber nasilje ili cyber bullying) novi je oblik nasilničkog ponašanja koji stručnjaci intenzivnije počinju proučavati početkom 21. stoljeća (Mandarić, 2012). Posljedice elektroničkog nasilja (Patchin i Hinduja, 2012; Bjelobrk, 2020) su

1. smanjeno samopouzdanje
2. povećane samoubilačke misli

3. emocionalne poteškoće
4. frustracija
5. bijes, depresija

Livazović (2015) je proveo istraživanje na uzorku od 120 učenika s ciljem utvrđivanja interesa i vremena provedenog u korištenju medija s obzirom na sociodemografske osobine ispitanika te njihovo iskustvo s elektroničkim zlostavljanjem, uključenosti roditelja te načinom provođenja slobodnog vremena. Rezultati su pokazali da roditelji češće prate što djevojke rade na internetu nego mladići. Mladići u dobi od 14-15 godina su češće žrtve elektroničkog nasilja i elektronički zlostavljači nego djevojke. Tolić (2013) je provela istraživanje na uzorku od 440 ispitanika (učenici i roditelji) s ciljem provjere razlike u mišljenjima djece i roditelja u vezi njihove uključenosti u prevenciji medijske manipulacije. Roditelji smatraju da dovoljno komuniciraju s djecom o sadržajima iz medija iako djeca misle suprotno. Rezultati istraživanja ukazuju na nedostatak komunikacije roditelja s djecom o uporabi medija, nedostatak usmjeravanja na validiranje informacija dobivenih iz medija te nedovoljno razvijen kritički stav prema informacijama dobivenim iz medija. Velik postotak roditelja (67,63%) uglavnom ne zna što rade njihova djeca dok su sama u svojoj sobi kada koriste računalo. Livazović (2011) je proveo istraživanje na uzorku od 736 učenika s ciljem ispitivanja funkcije medija u kontekstu rizičnih ponašanja mladih te procjene povezanosti eksternaliziranih i internaliziranih rizičnih ponašanja sa sadržajem medija i vremenom provedenim u korištenju medija. Rezultati istraživanja donose podatak da adolescenti primarno koriste mobilne uređaje kad se koriste medijima (91%), a odmah zatim i računalima (86%). Što se tiče medijskog sadržaja mladiće više privlači negativni (nasilje, akcija, horor, pornografija) i edukativni medijski sadržaj dok su djevojke naklonjene zabavnom medijskom sadržaju poput serija za mlade. Negativni medijski sadržaji pozitivan su pokazatelj agresivnosti, rizičnog seksualnog ponašanja, izostajanja s nastave, ovisnosti o opijatima. Obrazovni medijski sadržaji ne razvijaju ovisnost o medijima, dok zabavni medijski sadržaji to čine te su pozitivan pokazatelj rizičnog seksualnog ponašanja. Ilišin (2005) je provela istraživanje na uzorku od 1000 učenika s ciljem istraživanja funkcije roditelja kao medijskih odgajatelja. Rezultati istraživanja pokazali su da su najčešća tema u komunikaciji djece s vršnjacima medijski sadržaji, no ista je tema srednje prisutna u razgovorima s roditeljima. Također, frekventnost te teme u komunikaciji djece i roditelja opada s obzirom na porast dobi ispitanika dok ona ostaje ista u komunikaciji s vršnjacima. Blažević (2012) je provela istraživanje na fokus grupi s ciljem istraživanja trenda gledanja televizije kod djece vrtićke dobi. Od sadržaja na televiziji prate obrazovne sadržaje, ali i one sadržaje koji veličaju materijalno i rabe neprikladan rječnik. Kada je

autorica djecu upitala razgovaraju li s roditeljima o sadržaju koji gledaju, dobila je negativan odgovor. Roditelji bi s djecom i mladima trebali aktivno gledati medijski sadržaj što podrazumijeva pojašnjavanje i razgovor o medijskom sadržaju. Sindik (2012) je provela istraživanje na uzorku od 371 roditelja s ciljevima utvrđivanja povezanosti demografskih osobina i medijskog ponašanja roditelja djece predškolske dobi s predodžbom načina i trajanja podložnosti djece medijskom utjecaju kod kuće. Dobila je podatak da djeca u prosjeku televiziju gledaju 1 sat te koriste računalo 1 sat u danu, dok navike roditelja pokazuju da gledaju televiziju u prosjeku dva i pol sata dnevno. U obiteljima s većim brojem djece različiti se mediji koriste duže nego u obiteljima s manjim brojem djece. Utvrđena je pozitivna korelacija kod roditelja i djece u vremenu korištenja televizije, interneta i radija odnosno ako roditelji duže vremena provode koristeći te medije, to će činiti i njihova djeca. Situacija izazvana pandemijom koronavirusa izazvala je paniku u cijelom svijetu i rezultirala je osjećajem anksioznosti. Naše traženje informacija bilo je usmjereno na medije. Livazović i Bojčić (2021) proveli su istraživanje na uzorku od 246 studenata s ciljem provjere postoji li korelacija između straha koji je uzrokovala pandemija koronavirusa i rizičnih ponašanja, depresije i anksioznosti kod adolescenata uzimajući u obzir sociodemografske osobine ispitanika i navike korištenja medija. Rezultati su pokazali da izloženost koronavirusom u medijima pozitivno korelira s anksioznošću i *Sindromom opasnog svijeta ili okoline*¹.

Ostrov i sur. (2006; Bjelobrk, 2020) daju rezultate istraživanja u kojima roditelji navode da je medijska izloženost bila povezana s fizičkom agresijom kod dječaka dok je kod djevojčica imala utjecaj na relacijsku agresiju; izoliranje iz društva, širenje tračeva, laganje, ignoriranje. Djeca i mladi koji su medijski kompetentni nakon gledanja neprimjerenog medijskog sadržaja u manjoj mjeri demonstriraju neprimjerenost ponašanje. Preporuča se zajedničko gledanje medijskih sadržaja djece i roditelja kako bi roditelji mogli simultano objašnjavati kontekst situacija djeci te ih samim time poticati da promišljaju o sadržaju koji im se plasira. Kako bi roditelji mogli odlučiti koji je sadržaj primjeren za njihovu djecu potrebno je saznati koji to sadržaji uopće privlače djecu te su im interesantni. Što se tiče vremena provedenog pred ekranima, savjetuje se da ono bude određeno pravilima unaprijed dogovorenim s djecom. Ta pravila se trebaju ticati vremena provedenog pred ekranima (preporuča se maksimalno 2 sata), preporuča se rješavanje obaveza prije korištenja

¹ Mean world sindrom ili Sindrom opasnog svijeta ili okoline - dugotrajna izloženost televiziji, uz mnoge druge čimbenike, doprinosi osjećaju življenja u zlobnom i sumornom svijetu. Takav osjećaj dovodi gledatelje da rade više u korist svoje zaštite. To čine postavljanjem novih brava ili kamera, posjedovanjem oružja ili pasa čuvara (Gerbner, 1997).

medija (učenje, domaće zadaće, kućanski poslovi), zabrana korištenja medija tijekom obiteljskog objeda te je poželjno televizore i računala ukloniti iz dječjih soba. S obzirom da djeca uče po modelu, roditelji bi im trebali pokazati dobrim primjerom poželjne načine i trenutke kada se koriste mediji, odnosno ako roditelji traže od djece da ne koriste medije tijekom ručka istog bi se pravila i roditelji trebali pridržavati (Livazović, 2013). Kako bi se djeca i mladi naučili kritičkom promišljanju UNESCO je izradio model za masovno-medijski odgoj koji je izdan 1976. godine. Naglasak medijskog odgoja stavlja se i na pronalasku svoga identiteta koji se ne svodi na imitaciju već viđenog u medijima. Nije pogrešno ako inspiraciju dobijemo od svojih medijskih uzora, ono gdje griješimo je kada ih slijepo pratimo (Košir, 1999). Škola prema Tolić (2013) nije jedino dolično mjesto za medijski odgoj već bi to poglavito trebala biti obitelj i društvena okolina. Roditeljeva uloga se smanjuje pri nedostatku komunikacije u obitelji. Roditelji moraju osvijestiti da sve ono što je kulturno se prenosi komunikacijom. Smanjenjem komunikacije između roditelja i djece, povećava se frekventnost korištenja medijskih sadržaja. Roditelji moraju ojačati kulturu komunikacije, a učitelji istu integrirati u školski kurikulum. Suvremeni školski kurikulum mora sadržavati 3 glavne stavke za adekvatno korištenje medija:

1. opća medijska kompetencija
2. metodičko didaktička kompetencija
3. kompetencija u području medijskog odgoja

Važno je razlikovanje pojma medijskog odgoja od medijske pismenosti, jer medijska pismenost označava upotrebu medija, ali nedostaje joj razvoj kritičke svijesti. Autentično iskustvo, komunikacijska kompetencija i djelotvorno učenje 3 su faktora koja su ključna u razvoju medijskog odgoja u obitelji. Odgojni elementi za stjecanje medijskih kompetencija u školi i obitelji (Tolić, 2013) su: individualne karakteristike primatelja (iskustvo roditelja u korištenju medija), sposobnost dekodiranja medijskih simbola (sposobnosti roditelja i djece u korištenju tehnologije), sposobnost kritičke refleksije, motiviranost medijskoga korisnika (intrinzična motivacija za analizu sadržaja).

Ključno je integrirati medijski odgoj u školski kurikulum. Medijski odgoj označava poučavanje, istraživanje i kritički stav prilikom usvajanja medijskih kompetencija. Razvojem kritičko-refleksivnog mišljenja djece i mladih smanjuje se manipulativni utjecaj medija. Manipulativna moć leži u odnosu činjenica i informacija pri čemu je svaka činjenica informacija, ali ne i obrnuto. Medijski odgoj bavi se medijskim opismenjavanjem i ostvarivanjem medijske kompetentnosti.

Medijska kompetencija označava razvijen kritički stav pri rješavanju izazova novih medija. Dimenzije medijske kompetencije prema Miliša, Tolić i Vertovšek (2010) su:

1. kognitivna dimenzija (poznavanje i evaluacija medijskog sadržaja)
2. etička dimenzija (procjena etičnosti medijskog sadržaja)
3. društvena dimenzija (odnos politike medija i društvenih segmenata)
4. estetska dimenzija (izražavanje i dojam ljepote)
5. dimenzija djelovanja (interaktivno učenje)

Medijska pedagogija proučava riječima i slikama tehnike uvjeravanja i indoktrinacije. Ona nama te djeci i mladima mora biti vodilja kroz život s medijima. Medijski odgoj označava kritičko mišljenje i djelovanje. Kada govorimo o učenicima u osnovnoj školi bavimo se medijskim opismenjavanjem te ih učimo da razlikuju dobre i loše sadržaje dok učenike u srednjoj školi učimo da prepoznaju medijske manipulacije i njihove tvorce. Medijska pedagogija ima 6 polja istraživanja (Tolić, 2009):

1. medijski odgoj
2. medijska kultura
3. medijska didaktika
4. medijsko-znanstveno istraživanje
5. medijska socijalizacija
6. medijska etika

Sudionici odgoja i obrazovanja u suvremenom svijetu moraju znati služiti se medijima i preventivnim programima u protivnom dolazimo do pedagoškog problema. Djeca i mladi koristeći suvremenu tehnologiju izražavaju sebe te traže priznanje svojih vršnjaka. Nerijetko mediji vladaju djecom i mladima umjesto da se medije drži pod kontrolom (Tolić, 2013). Roditelji i škola stavljaju naglasak na zaštitu od negativnih implikacija medija kada se bave odgojem za medije, manje pozornosti pridaju izgradnji kritičke svijesti i prepoznavanju dobrih i loših sadržaja (Mandarić, 2012). Iz tog razloga, provedeno je istraživanje koje je ispitalo stavove roditelja o utjecaju medija na njihovu djecu.

III. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

3.1. Cilj i problem istraživanja

Cilj je ovog istraživanja ispitati stavove roditelja o utjecaju medija na adolescente te povezanost tih utjecaja sa sociodemografskim karakteristikama roditelja te medijskim uređajima u sobi njihovog djeteta. Pri tome su nezavisne varijable sociodemografska obilježja ispitanika koje su operacionalizirane kroz spol, dob, mjesto stanovanja, broj djece, obiteljska struktura, stručna sprema, radni status te mjesečna primanja. Zavisne varijable su medijski uređaji posjedovani u dječjoj sobi, navike gledanja televizijskog sadržaja te varijable vezane za pozitivan i negativan medijski utjecaj. Problem istraživanja odnosi se na utvrđivanje povezanosti stavova o medijskom utjecaju na adolescente s obzirom na obilježja ispitanika. S obzirom na taj problem potrebno je istražiti razlike i povezanost svih zavisnih varijabli u odnosu na sociodemografska obilježja.

3.2. Hipoteze istraživanja

Prema cilju i problemu istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze istraživanja:

H1 Očekuje se da roditelji i djeca više gledaju zabavne i obrazovne emisije u odnosu na nasilne

H2 Očekuje se značajna povezanost u stavovima ispitanika o medijskom utjecaju s obzirom na njihova sociodemografska obilježja

H3 Očekuje se da će zaposleni roditelji rjeđe zajednički s djecom raspravljati o medijskom sadržaju

H4 Očekuje se da će roditelji s pozitivnijim stavovima o medijima imati više medijskih uređaja u dječjoj sobi

3.3. Uzorak

U istraživanju su sudjelovali 155 roditelja učenika koji pohađaju 3 škole u Osijeku (tablica 1); I. gimnazija Osijek, Ekonomska i upravna škola Osijek te Medicinska škola Osijek od kojih je bilo 108 majki (69,7%) te 47 očeva (30,3%). Dob ispitanika bila je podijeljena u grupe tako da je bilo 18 roditelja u dobi između 30 i 40 godina (11,6%), 101 između 40 i 50 godina (65,2%), 31 između 50 i 60 godina (20%) i 4 koji imaju 60 godina i više (2,6%). Ukupno 94 ispitanika žive u gradu (60,6%) dok je selo mjesto stanovanja 60 ispitanika (38,7%). Svega 26 ispitanika ima jedno dijete (16,8%), njih 77 ima dvoje djece (49,7%), a 52 ih ima troje ili više djece (33,5%). Obiteljska je struktura kod 124 ispitanika potpuna (80%), kod njih 28 nepotpuna (18,1%), a 3 roditelja označila su ostalo (1,9%) pri čemu su u obrazloženje stavili da su razvedeni. Jedan ispitanik ima nezavršenu osnovnu školu (0,6%), osam ih ima završenu osnovnu školu (5,2%), 96 ispitanika ima završenu srednju školu (61,9%), višu školu ih je završilo njih 10 (6,5%) i 39 ispitanika ima završen fakultet/magisterij/doktorat (25,2%). Ukupno je 130 ispitanika zaposleno (83,9%), 15 nezaposleno (9,7%) i 10 umirovljeno (6,5%). Mjesečna primanja ispitanika u 37 slučajeva su do 5000 HRK (23,9%), njih 105 su u rangu od 5000 do 15000 HRK, a 10 ih ima mjesečna primanja koja prelaze 15000 HRK (6,5%).

Tablica 1 Broj ispitanika prema vrsti škole koju njihova djeca pohađaju

Vrsta škole	N	%
Ekonomska i upravna škola Osijek	48	31,0
Medicinska škola Osijek	44	28,4
I. gimnazija Osijek	63	40,6
Σ	155	100

3.4. Instrument

Instrument ovog istraživanja bio je anketni upitnik koji je bio podijeljen je na 4 dijela.

Prvi dio sačinjen je od pitanja vezanih za sociodemografskih obilježja ispitanika, a to su spol, dob, mjesto stanovanja, broj djece, obiteljska struktura, stručna sprema, radni status i mjesečna primanja. Za potrebe t-testa za nezavisne uzorke rekodirane su sljedeće varijable: dob, stručna sprema, obiteljska struktura, broj djece. Ispitanici mlađi od 50 godina stavljeni u varijablu pod novim nazivom *Mlađi roditelji*, a ispitanici stariji od 50 godina su grupirani u novu varijablu pod nazivom *Stariji roditelji*. Ispitanici koji imaju nezavršenu osnovnu školu (NKV), završenu osnovnu školu (KV) i završenu srednju školu (SSS) grupirani su pod nazivom *Niža naobrazba*, a oni sa završenom višom školom (VŠS) i završenim fakultetom, magisterijem i doktoratom (VSS) grupirani su po nazivom *Viša naobrazba*. Ispitanici koji su za obiteljsku strukturu zaokružili *nešto drugo* u obrazloženje su stavili da su razvedeni te su grupirani pod nepotpunu obiteljsku strukturu. Varijabla *Broj djece* rekodirana je na način da su grupirani ispitanici s jednim djetetom ili dvoje djece te ispitanici s troje ili više djece

Drugi dio je ispitivao postojanje medijskih uređaja u sobi adolescenata. Roditelji su trebali s DA ili NE označiti nalaze li se navedeni uređaji u sobi njihovog djeteta, a to su televizor, tablet, stolno računalo, laptop i igraća konzola. Stvorena je nova varijabla koja je zbrojila sve medijske uređaje u sobi djece ispitanika (televizor, tablet, stolno računalo, laptop, igraća konzola).

Treći dio sadržavao je pitanja vezana uz navike zajedničkog gledanja televizijskog sadržaja (zabavnog, obrazovnog, nasilnog) roditelja i djece te njihovo komentiranje pogledanog sadržaja. Roditelji su odgovarali zaokruživanjem brojeva od 1 do 4 pri čemu je 1 označavalo nikad, 2 rijetko, 3 ponekad i 4 često. Izračunata je pouzdanost skale pomoću Cronbach alpha koeficijenta koji iznosi $\alpha = 0,52$.

Zadnji dio anketnog upitnika čine izjave s kojima su roditelji trebali izraziti svoje slaganje ili neslaganje na Likertovoj skali od 1 do 5 pri čemu je 1 označavalo u potpunosti se ne slažem, 2 djelomično se ne slažem, 3 niti se slažem niti se ne slažem, 4 djelomično se slažem i 5 u potpunosti se slažem. Izjave sam konstruirala koristeći popis mogućih pozitivnih i negativnih utjecaja medija prema Buckingham, Whiteman, Willett i Burn (2007). Izjave koje se odnose na negativan utjecaj medija zbrojene su u novu varijablu *Negativan medijski utjecaj* ($\alpha = 0,83$), a to su sljedeće izjave (1. „Moje dijete više vremena provodi za ekranima nego u druženju s prijateljima i/ili obitelji“; 2. „Moje dijete koristi mobilni uređaj/tablet tijekom obroka“; 3. „Moje dijete često istovremeno koristi više medija“; 4. „Moje dijete često istovremeno koristi više medija“; 5. „Moje se dijete zbog utjecaja medija upušta u seksualne odnose“; 6. „Moje dijete cijeni samo materijalne stvari koje

promoviraju razni mediji“; 7. „Moje dijete je anksiozno u društvenim situacijama zbog prekomjernog boravka ispred ekrana“; 8. „Moje dijete konzumira duhan, alkohol i droge jer su u medijima prikazani kao društveno prihvatljivi“; 9. „Moje dijete podliježe rigoroznim dijetama zbog želje da tjelesno nalikuje modelima s Instagrama“; 10. „Moje dijete ima nisko samopouzdanje jer se osjeća drugačijim od ljudi koji se plasiraju u medijima“; 11. „Moje dijete si je oštetilo vid zbog prekomjernog sjedenja pred ekranima“; 12. „Moje dijete ne zna što bi sa sobom kada nije u mogućnosti koristiti medije“; 13. „Moje dijete ima slabu koncentraciju zbog korištenja medija“; 14. „Moje dijete kasno ide spavati jer dugo gleda televizor ili igra video igre“; 15. „Moje dijete ima lošije ocjene zbog prekomjernog korištenja medija“).

Izjave koje se odnose na pozitivan utjecaj medija zbrojene su u novu varijablu *Pozitivan medijski utjecaj* ($\alpha = 0,73$), a to su sljedeće izjave (1. „Moje dijete koristi medije kako bi proširilo svoje znanje“; 2. „Moje dijete uči jezike koristeći medije“; 3. „Zbog medijskog utjecaja moje dijete razvija prosocijalno ponašanje (tolerancija, suradnja, empatija)“; 4. „Moje dijete prati sva aktualna događanja zbog njihovog čestog pojavljivanja u medijima“; 5. „Moje dijete se zabavlja na prihvatljiv način koristeći medije“).

3.5. Postupak

Istraživanje je provedeno tijekom svibnja 2022. godine uporabom pismenog anketnog upitnika. Nakon dobivene suglasnosti škola učenici 2. i 4. razreda nosili su anketne upitnike kući roditeljima da ih ispune. Ispunjeni upitnici uneseni su u statistički program za računalnu obradu podataka SPSS. Postupcima deskriptivne i inferencijalne statistike (korelacijska analiza, t-test za nezavisne uzorke i jednosmjerna analiza varijance) obrađeni su dobiveni podaci.

IV. REZULTATI

S ciljem dobivanja uvida provedena je deskriptivna statistika na odabranim varijablama (*Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja, Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja, Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja, Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj* i na varijable vezane za broj medijskih uređaja u sobi djeteta).

4.1. Deskriptivna statistika

Sveukupno 77,4% roditelja izjavilo je da ponekad ili često zajedno gledaju i komentiraju televizijski sadržaj, dok ih 22,6% to radi nikad ili tek ponekad (tablica 9). Kada je u pitanju izbor medijskog sadržaja roditelji s djecom ponekad ili često gledaju emisije zabavnog (46,4%) i obrazovnog (51%) sadržaja, dok emisije nasilnog sadržaja zajednički gleda 15,5% roditelja i djece (tablica 2).

Tablica 2 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja

Varijabla		N	%
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	nikad	50	32,3
	rijetko	33	21,3
	ponekad	54	34,8
	često	18	11,6
	Σ	155	100
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	nikad	29	18,7
	rijetko	37	23,9
	ponekad	61	39,4
	često	28	18,1
	Σ	155	100
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	nikad	103	66,5
	rijetko	28	18,1
	ponekad	22	14,2
	često	2	1,3
	Σ	155	100

Provedena je analiza učestalosti zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (spol, dob, mjesto stanovanja, broj djece, obiteljsku strukturu, stručnu spremu). Rezultati su prikazani od tablice 3 do tablice 8. Očevi

i majke izjavljuju da ponekad i često gledaju emisije obrazovnog, a najmanje zajednički s djecom gledaju emisije nasilnog sadržaja (tablica 3).

Tablica 3 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na spol ispitanika

Varijabla	Spol		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	muški	N	18	13	11	5
		%	11,6	8,4	7,1	3,2
	ženski	N	32	20	43	13
		%	20,6	12,9	27,7	8,4
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	muški	N	7	13	16	11
		%	4,5	8,4	10,3	7,1
	ženski	N	22	24	45	17
		%	14,2	15,5	29	11
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	muški	N	29	7	10	1
		%	18,7	4,5	6,5	0,6
	ženski	N	74	21	12	1
		%	47,7	13,5	7,7	0,6

Mlađi i stariji roditelji ponekad i često zajedno s djecom gledaju emisije zabavnog i obrazovnog sadržaja, dok preko 70% starijih roditelja s djecom nikad ne gleda emisije nasilnog sadržaja (tablica 4).

Tablica 4 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na dob ispitanika

Varijabla	Dob		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	mlađi roditelji	N	39	22	41	17
		%	25,3	14,3	26,6	11
	stariji roditelji	N	10	11	13	1
		%	6,5	7,1	8,4	0,6
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	mlađi roditelji	N	23	29	48	19
		%	14,9	18,8	31,2	12,3
	stariji roditelji	N	6	8	13	8
		%	3,9	5,2	8,4	5,2
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	mlađi roditelji	N	76	23	18	2
		%	49,4	14,9	11,7	1,3
	stariji roditelji	N	26	5	4	0
		%	16,9	3,2	2,6	0

Ispitanici iz grada i iz sela najviše gledaju emisije zabavnog i obrazovnog sadržaja, a 69% ispitanika iz grada i 61% ispitanika iz sela nikad zajedno s djecom ne gledaju emisije nasilnog sadržaja (tablica 5).

Tablica 5 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika

Varijabla	Mjesto stanovanja		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	grad	N	35	15	32	12
		%	22,7	9,7	20,8	7,8
	selo	N	15	17	22	6
		%	9,7	11	14,3	3,9
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	grad	N	35	15	32	12
		%	9,7	14,9	26,0	10,4
	selo	N	14	13	21	12
		%	9,1	8,4	13,6	7,8
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	grad	N	65	16	12	1
		%	42,2	10,4	7,8	0,6
	selo	N	37	12	10	1
		%	24	7,8	6,5	0,6

Ispitanici neovisno o broju djece najviše gledaju obrazovni i zabavni sadržaj, dok 68% ispitanika s jedno ili dvoje djece i 62% ispitanika s troje ili više djece nikad ne gleda emisije nasilnog sadržaja (tablica 6).

Tablica 6 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na broj djece ispitanika

Varijabla	Broj djece		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	jedno ili dvoje djece	N	39	21	31	11
		%	25,2	13,5	20	7,1
	troje ili više djece	N	11	12	23	7
		%	7,1	7,7	14,8	4,5
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	jedno ili dvoje djece	N	22	23	38	19
		%	14,2	14,8	24,5	12,3
	troje ili više djece	N	7	14	23	9
		%	4,5	9	14,8	5,8
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	jedno ili dvoje djece	N	70	18	13	1
		%	45,2	11,6	8,4	0,6
	troje ili više djece	N	33	10	9	1
		%	21,3	6,5	5,8	0,6

Roditelji koji žive u potpunoj obiteljskoj strukturi izjavljuju da nikad ne gledaju emisije nasilnog sadržaja (68%) zajedno sa svojom djecom. Isto navodi 58% roditelja koji žive u nepotpunoj obiteljskoj strukturi (tablica 7).

Tablica 7 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na obiteljsku strukturu ispitanika

Varijabla	Obiteljska struktura		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	potpuna	N	40	25	44	15
		%	25,8	16,1	28,4	9,7
	nepotpuna	N	10	8	10	3
		%	6,5	5,2	6,5	1,9
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	potpuna	N	21	27	53	23
		%	13,5	17,4	34,2	14,8
	nepotpuna	N	8	10	8	5
		%	5,2	6,5	5,2	3,2
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	potpuna	N	85	22	16	1
		%	54,8	14,2	10,3	0,6
	nepotpuna	N	18	6	6	1
		%	11,6	3,9	3,9	0,6

Roditelji s višom naobrazbom najviše gledaju zajedno s djecom emisije obrazovnog sadržaja (56%), zatim emisije zabavnog sadržaja (32%) te njih 60% nikad s djecom ne gleda emisije nasilnog sadržaja. Roditelji s nižom naobrazbom podjednako često zajedno s djecom gledaju emisije zabavnog i obrazovnog sadržaja, dok njih 70% nikad s djecom ne gleda emisije nasilnog sadržaja (tablica 8).

Tablica 8 Učestalost zajedničkog gledanja emisija zabavnog, obrazovnog i nasilnog sadržaja s obzirom na stručnu spremu ispitanika

Varijabla	Stručna sprema		nikad	rijetko	ponekad	često
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	niža naobrazba	N	28	21	39	16
		%	18,2	13,6	25,3	10,4
	viša naobrazba	N	22	12	14	2
		%	14,3	7,8	9,1	1,3
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	niža naobrazba	N	22	21	46	15
		%	14,3	13,6	29,9	9,7
	viša naobrazba	N	7	15	15	13
		%	4,5	9,7	9,7	8,4
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	niža naobrazba	N	73	19	11	1
		%	47,4	12,3	7,1	0,6
	viša naobrazba	N	30	8	11	1
		%	19,5	5,2	7,1	0,6

Tablica 9 Učestalost zajedničkog gledanja televizora i komentiranja pogledanog sadržaja

Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj	N	%
nikad	5	3,2
rijetko	30	19,4
ponekad	77	49,7
često	43	27,7
Σ	155	100

Kada je u pitanju opremljenost dječje sobe medijskim uređajima prosjek uređaja u sobi adolescenata je 2,28. Najviše ih ima 3 uređaja (32,9%), zatim 2 uređaja (28,4%) i 1 uređaj (25,2%). Dok ih svega 2,6% nema niti jedan medijski uređaj u sobi, a njih 10,9% ima 4 ili više uređaja. Od najzastupljenijih uređaja tu su bili laptop (76,1%) i televizor (60%), zatim stolno računalo (34,2%) i igraća konzola (25,8%), a najmanje zastupljen medijski uređaj u sobi djeteta bio je tablet (31,6%). Podaci su prikazani u tablici 10.

Tablica 10 Broj medijskih uređaja u sobi djece ispitanika

Broj medijskih uređaja	N	%
0	4	2,6
1	39	25,2
2	44	28,4
3	51	32,9
4	12	7,7
5	5	3,2
Σ	155	100

4.2. Rezultati t-testa za nezavisne uzorke

Stavovi roditelja o medijskom utjecaju uspoređeni su prema spolu radi utvrđivanja razlika. Korišten je t-test za nezavisne uzorke na varijablama Pozitivan medijski utjecaj i Negativan medijski utjecaj pri čemu nije utvrđena statistički značajna razlika prema spolu ispitanika. Rezultati su vidljivi u tablici 11.

Tablica 11 T-test prema spolu s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Spol	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	muški	47	1,55	,83	-,04
	ženski	108	1,56	,93	
Pozitivan medijski utjecaj	muški	47	3,40	,82	-,47
	ženski	108	3,33	,97	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Provođenjem testa za nezavisne uzorke (tablica 12) nije utvrđena statistički značajna razlika u stavovima roditelja s obzirom na dob o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju.

Tablica 12 T-test prema dobi ispitanika s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Dob	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	mlađi roditelji	119	1,54	,92	-,61
	stariji roditelji	35	1,64	,84	
Pozitivan medijski utjecaj	mlađi roditelji	119	3,38	,95	,44
	stariji roditelji	35	3,30	,81	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Usporedbom stava o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika nije utvrđena značajna razlika (tablica 13).

Tablica 13 T-test prema mjestu stanovanja ispitanika s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Mjesto stanovanja	N	AS	SD	t
-----------	-------------------	---	----	----	---

Negativan medijski utjecaj	grad	94	1,56	,92	,06
	selo	60	1,55	,87	
Pozitivan medijski utjecaj	grad	94	3,38	,89	,51
	selo	60	3,30	,99	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{**}$

Provedenim t-testom nije utvrđena značajna razlika u stavovima ispitanika prema stručnoj spremi (tablica 14).

Tablica 14 T-test prema stručnoj spremi ispitanika s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Stručna sprema	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	niža naobrazba	104	1,50	,86	-1,32
	viša naobrazba	50	1,70	,97	
Pozitivan medijski utjecaj	niža naobrazba	104	3,32	,98	-,58
	viša naobrazba	50	3,41	,81	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{**}$

Provedenim t-testom nije utvrđena značajna razlika u stavovima ispitanika prema obiteljskoj strukturi (tablica 15).

Tablica 15 T-test prema obiteljskoj strukturi ispitanika s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Obiteljska struktura	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	potpuna	124	1,59	,88	,96
	nepotpuna	31	1,42	,96	
Pozitivan medijski utjecaj	potpuna	124	3,31	,9	-1,11
	nepotpuna	31	3,52	1,01	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{**}$

Provedenim t-testom nije utvrđena značajna razlika u stavovima ispitanika prema broju djece (tablica 16).

Tablica 16 T-test prema broju djece ispitanika s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Broj djece	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	1 ili 2 djece	102	1,59	,9	,67
	3 ili više djece	53	1,49	,9	
Pozitivan medijski utjecaj	1 ili 2 djece	102	3,34	,89	-,16
	3 ili više djece	53	3,37	1	

Bilješka: p<0,05*; p<0,01**; p<0,001**

Usporedbom stava o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju s obzirom na vrstu škole koje dijete ispitanika pohađa (tablica 17) nije utvrđena značajna razlika.

Tablica 17 T-test prema vrsti škole koju dijete pohađa s obzirom na stav o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju

Varijabla	Škola	N	AS	SD	t
Negativan medijski utjecaj	gimnazija	63	1,67	1,01	1,25
	strukovna škola	92	1,48	,81	
Pozitivan medijski utjecaj	gimnazija	63	3,35	,96	-,03
	strukovna škola	92	3,35	,91	

Bilješka: p<0,05*; p<0,01**; p<0,001**

4.3. Rezultati jednosmjerne analize varijance

Stavovi roditelja o medijskom utjecaju uspoređeni s obzirom na školu koju dijete ispitanika pohađa radi utvrđivanja razlika. Jednosmjernom analizom varijance za stavove roditelja o pozitivnom i negativnom utjecaju medija s obzirom na školu (tablica 18) nije utvrđena značajna razlika.

Tablica 18 Analiza varijance za stavove o pozitivnom i negativnom utjecaju medija s obzirom na školu koju dijete ispitanika pohađa

Varijabla	Škola	N	AS	SD	F
Negativan medijski utjecaj	I. gimnazija Osijek	63	1,67	1,01	,13
	Ekonomska i upravna škola Osijek	48	1,46	,77	,11
	Medicinska škola Osijek	44	1,51	,86	,13
	Σ	155	1,56	,9	,07
Pozitivan medijski utjecaj	I. gimnazija Osijek	63	3,35	,96	,12
	Ekonomska i upravna škola Osijek	48	3,34	,89	,13
	Medicinska škola Osijek	44	3,36	,93	,14
	Σ	155	3,35	,92	,08

Bilješka: p<0,05*; p<0,01**; p<0,001**

4.4. Rezultati korelacijske analize

Provedena je korelacijska analiza te nije utvrđena statistički značajna povezanost između stavova o pozitivom i negativnom utjecaju medija na djecu ispitanika i sociodemografskih varijabli ispitanika (tablica 19).

Tablica 19 Povezanost varijabli Pozitivan medijski utjecaj i Negativan medijski utjecaj i sociodemografskih varijabli

Varijabla		Mjesto stanovanja	Stručna sprema	Dob	Spol	Radni status	Mjesečna primanja	Obiteljska struktura	Broj djece
Pozitivan medijski utjecaj	<i>r</i>	-,04	,03	,05	-,05	-,02	,03	,09	,05
	N	154	154	154	155	155	152	155	155
Negativan medijski utjecaj	<i>r</i>	-,01	,02	,07	-,00	,11	-,13	-,08	-,02
	N	154	154	154	155	155	152	155	155

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Provedena je korelacijska analiza te je utvrđena statistički vrlo slaba pozitivna povezanost između stava o pozitivom utjecaju medija na djecu ispitanika i medijskih uređaja u sobi djece ispitanika (tablica 20).

Tablica 20 Povezanost varijabli Pozitivan medijski utjecaj i Negativan medijski utjecaj i medijskih uređaja u sobi djece ispitanika

Varijabla		Medijski uređaji
Pozitivan medijski utjecaj	<i>r</i>	,16*
	N	155
Negativan medijski utjecaj	<i>r</i>	-,04
	N	155

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Provedena je korelacijska analiza između varijabli *Pozitivan medijski utjecaj* i *Negativan medijski utjecaj* i navika zajedničkog gledanja televizijskog sadržaja ispitanika i njihove djece te komentiranja pogledanog. Utvrđena je statistički vrlo slaba pozitivna povezanost varijable *Pozitivan medijski utjecaj* sa zajedničkim gledanjem nasilnog sadržaja. Utvrđena je statistički vrlo slaba pozitivna povezanost varijable *Negativan medijski utjecaj* sa zajedničkim komentiranjem pogledanog televizijskog sadržaja. Navedeni rezultati vidljivi su u tablici 21.

Tablica 21 Povezanost varijabli Pozitivan medijski utjecaj i Negativan medijski utjecaj i navika gledanja televizijskog sadržaja i komentiranja istog

Varijabla		Pozitivan medijski utjecaj	Negativan medijski utjecaj
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	<i>r</i>	,14	,09
	N	155	155
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	<i>r</i>	,12	-,07
	N	155	155
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	<i>r</i>	,20*	-,04
	N	155	155
Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj	<i>r</i>	,15	-,18*
	N	155	155

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Provedena je korelacijska analiza između varijabli *Pozitivan medijski utjecaj* i *Negativan medijski utjecaj* i poznavanja navika korištenja medijskih uređaja (mobilni uređaj, televizor i računalo) djece ispitanika. Utvrđena je statistički vrlo slaba pozitivna povezanost između varijable *Pozitivan medijski utjecaj* i poznavanja navika korištenja računala/laptopa. Također, utvrđena je statistički vrlo slaba negativna povezanost varijable *Negativan medijski utjecaj* sa poznavanja navika gledanja televizora. Utvrđena je statistički slaba negativna povezanost varijable *Negativan medijski utjecaj* poznavanjem navika korištenja računala/laptopa. Spomenuti rezultati prikazani su u tablici 22.

Tablica 22 Povezanost stavova o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju i poznavanja navika korištenja medijskih uređaja

Varijabla		Pozitivan medijski utjecaj	Negativan medijski utjecaj
Znam što moje dijete radi kada se koristi mobilnim uređajem	r	,10	-,16
	N	155	155
Znam što moje dijete gleda na televizoru	r	,10	-,20*
	N	155	155
Znam što moje dijete radi na računalu/laptopu	r	,16*	-,32***
	N	149	149

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Roditelji su upitani koliko se slažu na skali s tvrdnjom da mediji imaju više negativan utjecaj na njihovo dijete nego pozitivan. Provedena je korelacijska analiza između varijabli *Pozitivan medijski utjecaj* i *Negativan medijski utjecaj* i varijable *Mediji imaju više negativan utjecaj na moje dijete nego pozitivan* (tablica 23). Postoji statistički vrlo slaba negativna povezanost varijabli *Pozitivan medijski utjecaj* i *Mediji imaju više negativan utjecaj na dijete ispitanika* nego pozitivan. Postoji statistički slaba pozitivna povezanost varijabli *Negativan medijski utjecaj* i *Mediji imaju više negativan utjecaj na dijete ispitanika* nego pozitivan.

Tablica 23 Povezanost stavova o pozitivnom i negativnom medijskom utjecaju i stava o medijskom utjecaju na djecu ispitanika

Varijabla		Mediji imaju više negativan utjecaj na moje dijete nego pozitivan
Pozitivan medijski utjecaj	r	-,24**
	N	150
Negativan medijski utjecaj	r	,32***
	N	150

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

Provedena je korelacijska analiza te nije utvrđena povezanost između radnog statusa ispitanika i zajedničkog gledanja i komentiranja medijskog sadržaja roditelja i djece (tablica 24).

Tablica 24 Povezanost radnog statusa ispitanika i zajedničkog gledanja medijskog sadržaja i komentiranja istog

Varijabla		Radni status
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja	<i>r</i>	-,01
	N	155
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja	<i>r</i>	-,08
	N	155
Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja	<i>r</i>	-,05
	N	155
Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj	<i>r</i>	,05
	N	155

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

V. RASPRAVA

Cilj rada bio je istraživanje stavova roditelja o utjecaju medija na adolescente te povezanosti tih utjecaja sa sociodemografskim karakteristikama roditelja te medijskim uređajima u sobi djeteta ispitanika.

H1 - očekuje se da roditelji i djeca više gledaju zabavne i obrazovne emisije u odnosu na nasilne

Rezultati ovog istraživanja potvrđuju hipotezu 1 jer roditelji koji su ispunjavali anketni upitnik izjavljuju da zajednički s djecom ponekad i često gledaju emisije obrazovnog sadržaja (51%) poput *Potjera*, *Idemo na put s Goranom Milićem*, *Tko želi biti milijunaš*. Također, emisije zabavnog sadržaja (46,4%) poput *Survivor-a*, *Večere za 5 na selu*, *Dođi, pogodi i osvoji*, *Gospodin Savršeni* zajednički gledaju ponekad i često. Dok ponekad i često emisije nasilnog sadržaja poput *Squid game-a*, *Igra prijestolja*, *Sluškinjine priče* i *Vikinga* zajedno s djecom gledaju svega 15,5% roditelja

U istraživanju koje je proveo Stanger u 1997. godini ispitani su roditelji što gledaju oni i njihova djeca na televizoru. Roditelji izvještavaju da gledaju nacionalne vijesti, dok njihova djeca preferiraju televizijske talk showove, crtiće, dječje emisije i glazbenu televiziju. No, istraživanje iz 1995 koje je proveo Children Now tvrdi da 44% djece i adolescenata glazbenu televiziju gleda kada su sami, a ne s roditeljima. Činjenica je da zabavna industrija ne vidi problem u kvaliteti svojih proizvoda unatoč tomu što američki mediji prednjače u stvaranju zabavnog medijskog sadržaja koji je grafički najnasilniji i najseksualnije sugestivniji na svijetu. Sve to rade pod izgovorom da daju ljudima upravo ono što ljudi žele vidjeti (Strasburger i Donnerstein, 1999). Abanto (2004) je provela istraživanje kojim je dokazala da način na koji roditelji percipiraju televizijski programa utječe na način roditeljskog posredovanja. Percepcija crtića od strane roditelja, informativnog programa, drame i komedije utječe na specifične vrste roditeljskog posredovanja koje roditelji koriste u medijskom odgoju svoje djece. Oni koji su animirane filmove i serije doživljavali kao vrlo negativne, ostvarili su najveću praksu zajedničkog gledanja; a oni s negativnom percepcijom vijesti više su prakticirali aktivno posredovanje. Ovo istraživanje je ukazalo na mogućnost desenzibilizacije među ispitanicima. Velika izloženost programima s nasilnim ili nepoželjnim sadržajem stvorila je zatupljujuće efekte, pa tako nisu primjećivali ništa loše u tučnjavi, vikanju, ismijavanju ili vrijeđanju. Lauricella i sur. (2016) potvrdili su da je manja vjerojatnost da će stariji roditelji i očevi imati pravila kada je u pitanju medijski sadržaj nego mlađi roditelji i majke. Među roditeljima koji imaju pravila o medijskim sadržajima 6% ispitanika navodi

da se njihova pravila o sadržaju ne razlikuju na temelju tehnologije koju koristi njihovo dijete, a samo 33% navodi da se njihova pravila sadržaja razlikuju ovisno o tehnologiji. Prema istraživanju koje je proveo Livazović (2011) medijski sadržaja koji privlači mladiće obiluje nasiljem, akcijom, horor scenama i pornografijom, ali privlači ih i obrazovni sadržaj dok su djevojke naklonjene zabavnom sadržaju poput serija za mlade.

H2- očekuje se značajna povezanost u stavovima ispitanika o medijskom utjecaju s obzirom na njihova sociodemografska obilježja

Hipoteza 2 nije potvrđena te nije utvrđena značajna razlika niti povezanost u stavovima ispitanika s obzirom na spol, dob, mjesto stanovanja, stručnu sprema, obiteljsku struktura, broj djece niti na vrstu i naziv škole koju djeca ispitanika pohađaju.

Rezultati ovog istraživanja nisu u skladu s istraživanjem koje je provela Abanto (2004) u kojem je utvrđena povezanost vrste škole koju dijete pohađa i očevo zanimanje na razinu i učestalost izloženosti djece televiziji. Također, prema istraživanju Nikken i Schols (2015) dokazano je da niže obrazovani roditelji značajno češće navode da njihova djeca imaju medijske ekrane u spavaćoj sobi te da im djeca više vremena provode gledajući televiziju i koristeći računalo. Roditelji s višim primanjima izvijestili su da njihova djeca manje koriste računala i više koriste zaslone osjetljive na dodir u usporedbi s roditeljima s nižim primanjima. Očevi su nešto češće nego majke izvještavali da njihova djeca imaju medijske uređaje u spavaćoj sobi. Rezultati pokazuju da su stavovi roditelja o učincima medija na djecu važni prediktori posredničkih strategija roditelja. Roditelji koji se slažu s pozitivnim utjecajem medija posebno češće primjenjuju superviziju, zajedničko korištenje i aktivno posredovanje, dok roditelji zabrinuti zbog negativnih učinaka češće nadziru, ograničavaju i koriste tehnička ograničenja medijskog ponašanja malog djeteta. Majke češće primjenjuju nadzor od očeva, a niže obrazovani roditelji češće koriste tehnička ograničenja u korištenju medija djeteta od roditelja s višim obrazovanjem. Young Kim (2022) navodi kako roditelji s većom razinom vremena ispred ekrana imaju djecu koji više vremena provode u korištenju medija. Medijsko vrijeme majke i oca pokazalo je značajne pozitivne učinke na upotrebu medija kod djece. Pozitivni stavovi roditelja prema korištenju medija povećali su djetetovo korištenje medija tijekom dana, ali ne i noćno korištenje medija. Negativni stavovi roditelja prema korištenju medija nisu utjecali ni na djetetovo korištenje medija tijekom dana niti na noćno korištenje medija. Istraživanje Pew Research Centra (2020) daje rezultate da se stavovi roditelja o potencijalnom utjecaju koji će pametni telefoni imati na malu djecu razlikuju ovisno o

stupnju obrazovanja; 76% fakultetski obrazovanih roditelja kaže da bi pametni telefoni mogli barem malo naštetiti dječjoj sposobnosti da razviju zdrava prijateljstva i društvene vještine, kreativnost te bavljenje hobijima i interesima. Dok Jago i sur. (2013) navode kako su djeca roditelja koji su proveli više od 2 sata dnevno gledajući televiziju imala preko 7,8 puta veću vjerojatnost da će prijeći prag od 2 sata pred televizorom. Jennings i Caplovitz (2021) proveli su istraživanje tijekom pandemije koronavirusa u kojem kažu da su roditelji koji su bili više zabrinuti zbog pandemije naveli su da su njihovi adolescenti općenito više koristili medije i provodili više vremena na prijenosnom ili stolnom računalu nego prije pandemije.

H3 - očekuje se da će zaposleni roditelji rjeđe zajednički s djecom raspravljati o medijskom sadržaju

Provedena je korelacijska analiza radnog statusa i varijabli *Gleda s djetetom emisije zabavnog sadržaja*, *Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja*, *Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja* te *Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj*. Nije utvrđena povezanost između zajedničkog gledanja i komentiranja medijskog sadržaja roditelja s djecom te radnog statusa roditelja.

Abanto (2004) navodi da polovica djece u istraživanju koje je provela izjavljuje da televiziju gleda zajedno s ostalim članovima obitelji, dok njih 37% televiziju gleda sama ili s drugom braćom i sestrama bez nadzora. Djeca su izjavila da zajedno s roditeljima televiziju gledaju jedan do dva sata radnim danom, a vikendom dulje od dva sata te da pod zajedničke obiteljske aktivnosti uključuju kupovinu, gledanje televizije i jedenje u restoranu. Na razini obiteljske komunikacije, ovo istraživanje pokazalo je da postoje različiti načini na koje roditelj može prenijeti svoju ljubav i brigu za razvoj djeteta. Osim zajedničkog gledanja, potrebno je djecu uključiti u aktivnosti koje potiču bliskost, dijeljenje misli i suradnju kao što su sportovi, izleti i rasprava o mišljenjima. Više od tri četvrtine roditelja (77%) iz istraživanja koje je provela Lauricella i sur. (2016) ima pravila o medijskom sadržaju koji njihova djeca mogu gledati. Vjerojatnije je da će roditelji mlađe djece (88%) imati pravila o sadržaju nego roditelji adolescenata (67%). Velika većina roditelja razgovara sa svojom djecom o medijskim sadržajima i to poglavito o televizijskom sadržaju. Majke i roditelji mlađe djece znatno su češće raspravljali o sadržaju koji njihova djeca vide ili čuju putem medija nego očevi i roditelji adolescenata. Vjerojatnije je da će roditelji s nižim prihodima i roditelji sa srednjim primanjima voditi razgovore o medijskom sadržaju sa svojom djecom nego

roditelji s višim primanjima, no to se odnosi za sve medije osim aplikacija na tabletu i pametnom telefonu.

H4 - očekuje se da će roditelji s pozitivnijim stavovima o medijima imati više medijskih uređaja u dječjoj sobi

Rezultati istraživanja pokazuju da postoji vrlo slaba pozitivna povezanost između stavova o pozitivnom utjecaju medija na djecu ispitanika i medijskih uređaja u sobi djece ispitanika. Dok nije utvrđena povezanost stavova o negativnom medijskom utjecaju i medijski uređaja koji su u sobi adolescenata te je hipoteza 4 potvrđena.

Kada su u pitanju medijski uređaji prema israživanju Annenberg Public Policy Centra iz 1997. godine jedna četvrtina predškolaca, više od jedne trećine učenika osnovnih škola i više od polovice srednjoškolaca imaju televizore u spavaćim sobama. (Strasburger i Donnerstein, 1999). Jago i sur. (2013) navode da je prosječan broj komada medijske opreme u domu 5,9 uređaja, a prosjek od 1,3 medijskog uređaja nalazi se u dječjoj sobi. Pristup roditelja prema medijskoj opremi, posebno medijskoj opremi u dječjoj sobi, bio je povezan s povećanom vjerojatnošću da će djeca više gledati televiziju, igrati se na igraćoj konzoli, koristiti pametni telefon i sudjelovati u gledanju više ekrana; svaki dodatni predmet medijske opreme u dječjoj sobi bio je povezan s 22% povećanjem vjerojatnosti dječjeg gledanja televizije više od 2 sata dnevno te s 14% povećanjem vjerojatnosti da će djeca provesti sat ili više koristeći računalo. Zanimljivi su podaci iz online ankete koju su proveli Nikken i Schols (2005) među 896 nizozemskih roditelja s malom djecom koji su pokazali da dječja upotreba i vlasništvo nad televizorom, igraćim konzolama, računalima i zaslonima osjetljivim na dodir prvenstveno ovisi o njihovim medijskim vještinama i dobi, a ne o stavovima roditelja o medijima za djeca. U prosjeku, mala djeca u dobi do 7 godina nemaju mnogo elektroničkih ekrana u svojim spavaćim sobama. Samo 16% roditelja izjavilo je da njihovo dijete ima 1 ili više uređaja u sobi, najčešće televizor ili uređaj za igru. Stavovi roditelja o pozitivnim i negativnim učincima medija prema njihovom istraživanju nisu povezani s vremenom provedenim na medijima ili prisutnošću uređaja u dječjoj sobi. Lauricella i sur. (2016) navode da 63% roditelja izjavljuje da njihova djeca imaju vlastite mobitele, 51% ima svoj tablet, 43% ima svoj televizor, 41% ima svoje računalo. Jennings i Caplovitz (2021) navode da su im u istraživanju 83,7% roditelja izjavila da su njihova djeca tijekom pandemije koronavirusa više koristila medije nego prije. Kao i kod veće upotrebe, roditelji su prijavili različite kupnje medijskih uređaja za kućanstvo, mobilnih uređaja za svoju djecu i kreiranja računa na platformama društvenih medija za svoju

djecu. Rodne razlike u korištenju medija prevladavale su jer su dječaci igrali puno videoigara i stvarali račune na Discordu kako bi bili povezani s prijateljima, dok su djevojke gledale videozapise i kreirale TikTok račune više od dječaka. Tijekom tog vremena u domu su bili prisutni pametni telefoni (98%), streaming servisi (97,7%), laptop ili stolno računalo (97,2%), televizor (94,1%), tableti (67,4%) i igraće konzole (33,7%).

VI. ZAKLJUČAK

Adolescenti se nalaze u osjetljivom razdoblju te se formiraju u svakom smislu te riječi. Mediji utječu na odgoj i socijalizaciju čovjeka te im samim time treba pristupati s razvijenom kritičkom svijesću kako ne bi naštetili djetetovom razvoju. O tome u obiteljskom domu moraju voditi brigu

njihovi roditelji, odnosno skrbnici. Cilj rada bio je istraživanje stavova roditelja o utjecaju medija na adolescente te povezanosti tih utjecaja sa sociodemografskim karakteristikama roditelja te medijskim uređajima u sobi djeteta ispitanika. Zanimljivo je bilo vidjeti koliko je medijskih uređaja nalazi u sobi adolescenata koji pohađaju 3 škole u Osijeku u kojima je provedeno istraživanje; soba adolescenata opremljena je u prosjeku s 2 medijska uređaja te to većinom budu prijenosno računalo i televizor. Savjetuju se roditelji da sobu svoje djece oslobode od medijskih uređaja te da to učine i u svojoj sobi kako bi djeci pokazali primjerom. Roditelji i djeca više gledaju zabavne i obrazovne emisije u odnosu na nasilne te je to primjer dobre obiteljske prakse. Stavovi roditelja o medijskom utjecaju se nisu razlikovali s obzirom na njihova sociodemografska obilježja te nije bilo razlike u zajedničkom gledanju i komentiranju medijskog sadržaja roditelja i djece s obzirom na radni status roditelja. Potvrđena je slaba pozitivna povezanost između stava o pozitivnom medijskom utjecaju na djecu ispitanika i medijskih uređaja u dobi djece ispitanika. Nedostatak komunikacije u obitelji velik je problem jer usmjerava djecu i mlade da sve nedoumice rješavaju kroz informacije dostupne u medijima. Potrebno je u obitelji jačati odnose i komunikaciju. Prema preporukama Američke akademije za pedijatriju (1995; Strasburger i Edward Donnerstein, 1999) roditelji bi trebali: ograničiti korištenje medija na najviše 1 do 2 sata dnevno, pratiti korištenje medija njihove djece i zajednički gledati televiziju sa svojom djecom. Imperativ se stavlja na aktivno gledanje medijskog sadržaja te na oslobađanje spavaće sobe djece od medijskih uređaja jer im tamo nije mjesto. Na taj način djeca i mladi mogu neometano spavati, učiti, pisati domaće zadaće te obavljati bilo koje obaveze za koje im je potrebna potpuna koncentracija te mir i tišina. Također, roditelji bi pri odabiru medijskog sadržaja koji će gledati zajedno s djecom, trebali istražiti primjerenost odabranog sadržaja. Common Sense Media je internetska stranica koja pruža kritički osvrt na medijski sadržaj te označavaju dobnu primjerenost medijskog sadržaja primjerice videoigara, aplikacija, filmova, serija, programa. Ovakva internetska stranica može roditeljima poslužiti kao vodič u medijskom odgoju djece.

Mladima i djeci treba usađivati pozitivne vrijednosti te ih učiti empatiji, solidarnosti, toleranciji i altruizmu kako ne bi pali pod utjecaje tamne strane medija. Kada je u pitanju ovisnost o medijima trebamo mi kao pedagozi, ali i roditelji zajedničkim snagama biti podrška mladima te tvorci preventivnih programa za pomoć djeci i adolescentima. Primjer dobre prakse preventivnih programa u borbi protiv ovisnosti o medijima projekt je po nazivom *Deset dana bez ekrana* koji za cilj ima smanjiti provedeno vrijeme pred ekranima, osmišljavanje kvalitetnog provođenja slobodnog vremena te razvoj kritičkog mišljenja (Franić, 2013). Osim preventivnih programa, uvođenje medijskog odgoja u školski kurikulum vrlo je važno kako bi djeca i mladi usvojili

medijske kompetencije te ne bi pali pod negativan, odnosno manipulativan utjecaj medija. Ograničenja ovog istraživanja su bila ta da nisam direktno anketne upitnike davala roditeljima na ispunjavanje već su im prosljeđeni putem njihove djece. U budućnosti bi bilo dobro istražiti medijsku pismenost roditelja i djece te načine medijskog posredovanja roditelja.

VII. LITERATURA

1. Abanto, F. (2004). *Children's and Parents' Perception towards TV Programs and the Practice of Parental Mediation*. Dostupno na https://www.researchgate.net/publication/251286050_Children's_and_Parents'_Perception_towards_TV_Programs_and_the_Practice_of_Parental_Mediation
2. Berns, R. M. (2016). *Child, Family, School, Community: Socialization and Support*. Stamford: Cengage Learning

3. Bjelobrk, V. (2020). Uloga medija u procesu socijalizacije djece i adolescenata. *Magistra Iadertina*, 15 (1), 41-56. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/249854>
4. Blažević, N. (2012). Djeca i mediji – odgoj na „televizijski“ način. *Nova prisutnost*, 10(3): 479-493. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/93178>
5. Brajša-Žganec, A. (2003). *Dijete i obitelj : emocionalni i socijalni razvoj*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
6. Buckingham, D., Whiteman, N., Willett, R., i Burn, A. (2007). The impact of the media on children and young people with a particular focus on computer games and the internet. London: University of London. Dostupno na: <https://dera.ioe.ac.uk/7363/1/Buckingham%20Impact%20of%20Media%20Literature%20Review%20for%20the%20Byron%20Review.pdf>
7. Burić, J. (2010). Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija. *Filozofska istraživanja*, 30(4): 629-634. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/68567>
8. Dworak, M. i Wiater, A. (2013). Media, Sleep and Memory in Children and Adolescents. *Journal of Sleep Disorders & Therapy*, 2(7), 1-4. Dostupno na: <https://www.longdom.org/open-access/media-sleep-and-memory-in-children-and-adolescents-2167-0277-2-147.pdf>
9. Elder, G. (1963). Parental Power Legitimation and its Effect on the Adolescent. *Sociometry*, 26(1): 50–65.
10. Franić, D. (2013). *Deset dana bez ekrana*. Izvor s World Wide Web: zadnja posjeta 9.6.2022. Dostupno na: https://www.udrugacinaz.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=3:deset-dana-bez-ekrana&catid=2:uncategorised&Itemid=114
11. Genner, S. i Süß, D. (2017). *Socialization as Media Effect*. Dostupno na: https://sarah.genner.cc/uploads/5/1/4/1/51412037/socialization_as_media_effect.pdf
12. Gerbner, G., (1997). *Rethinking Media Violence*. Dostupno na: <https://www.mediaed.org/discussion-guides/Gerbner-Series-The-Electronic-Storyteller-Discussion-Guide.pdf>
13. Giles, D. (2010). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
14. Golubović, A. (2010). Filozofija odgoja. *Riječki teološki časopis*, 18 (22), 609-624.
15. Graovac, M. (2010). Adolescent u obitelji. *Medicina Fluminensis*, 46 (3), 261-266. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/59249>
16. Ilišin, V. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži. Dostupno na: https://www.idi.hr/wp-content/uploads/2014/04/Djeca_i_mediji.pdf
17. Ilišin, V., (2005.) Roditelji kao medijski odgajatelji: komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima. U: N. Zgrabljic Rotar (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo* (131-152). Sarajevo: Mediacentar

18. Jago, R., Sebire, S. J., Lucas, P. J., Turner, K., French G., Gooded, J. K., Stewart-Brown i S., Fox, K. R. (2013). Parental modelling, media equipment and screen-viewing among young children: Cross-sectional study. *BMJ Open* 3(4), 1-6. Dostupno na https://www.researchgate.net/publication/236338226_Parental_modelling_media_equipment_and_screen-viewing_among_young_children_Cross-sectional_study
19. Janković, J. (2008). *Obitelj u fokusu*. Zagreb: etcetera d.o.o.
20. Jennings, N. A. i Caplovitz, A. G. (2021). Parenting and tweens' media use during the COVID-19 pandemic. *Psychology of Popular Media*. Dostupno na https://www.researchgate.net/publication/356628109_Parenting_and_tweens%27_media_use_during_the_COVID-19_pandemic
21. Jurasić, D. (2021). *Izumire li brak kao zajednica u Hrvatskoj baš kao i u EU?* Dostupno na <https://www.vecernji.hr/vijesti/je-li-brak-kao-zajednica-izumire-u-hrvatskoj-bas-kao-i-u-eu-ovi-podaci-ce-vas-iznenaditi-1492302>
22. Košir, M. (1999). *Život s medijima: priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje*. Zagreb: Domn
23. Kuzman, M. (2009). Adolescencija, adolescenti i zaštita zdravlja. *Medicus*, 18 (2), 155-172. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/57135>
24. Lauricella, A. R., Cingel, D. P., Beaudoin-Ryan, L., Robb, M. B., Saphir, M. i Wartella, E. A. (2016). *The Common Sense census: Plugged-in parents of tweens and teens*. San Francisco: Common Sense Media.
25. Livazović, G. (2009). Teorijsko – metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život i škola*, LV (21.), 108-115. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/37094>
26. Livazović, G. (2010). Dimenzije odnosa medijske i socijalne kompetencije. *Pedagogijska istraživanja*, 7 (2), 255-265. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118088>
27. Livazović G. (2011). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija i socijalna integracija*, 20(1), 1-132. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/84999>
28. Livazović, G. (2013). *Sigurnost djece u virtualnom okruženju: priručnik za nastavnike*. Sarajevo: Udruženje Društvo ujedinjenih građanskih akcija. Dostupno na: https://issuu.com/mejdan/docs/prirucnik_za_nastavnike
29. Livazović, G. (2015). Odgojno-socijalizacijski potencijali suvremenih medija. U: M. Matijević, S. Opić (ur.), *Istraživanja paradigmi djetinjstva, odgoja i obrazovanja* (138-149). Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
30. Livazović, G. i Bojčić, K. (2021). The Relation Between Media Exposure, Risk Behaviour and Anxiety in Adolescents During the COVID-19 Pandemic. U: D. Linda (ur.), *Human, Technologies and Quality of Education - proceedings of scientific papers* (60-70). Riga: University of Latvia Press

31. Lukaš, M. (2010). *Obiteljski odgoj u Hrvatskoj - razvoj ideja od 1850. do 1918. godine*. Rijeka: Hrvatsko futurološko društvo
32. Ljubetić, M., Mandarić Vukšić A. i Amižić, E. (2020). Uloga bake i djeda u obitelji: mišljenja i stavovi majki. U: J. Petrović i G. Jovanić (ur.), *Porodica i savremeno društvo – izazovi i perspektive* (294-306). Banja Luka: Centar modernih znanja
33. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82(1), 131-149. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/79236>
34. Martinez, I., Garcia, F., Veiga, F., Garcia, O. F., Rodrigues, Y. i Serra, E. (2020). Parenting Styles, Internalization of Values and Self-Esteem: A Cross-Cultural Study in Spain, Portugal and Brazil. Parenting Styles, Internalization of Values and Self-Esteem: A Cross-Cultural Study in Spain, Portugal and Brazil. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7). Dostupno na: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/7/2370>
35. Miliša, Z., Tolić, M. i Vertovšek, N. (2010). *Mladi-odgoj za medije*. Zagreb: M.E.P
36. Miliša, Z. i Zloković, J. (2008). *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima: prepoznavanje i prevencija*. Zagreb: MarkoM usluge
37. Mušanović, M. i Lukaš, M. (2011). *Osnove pedagogije*. Rijeka: Hrvatsko futurološko društvo
38. Nikken, P. i Schols, M. (2015). How and Why Parents Guide the Media Use of Young Children. *Journal of Child and Family Studies* 24, 3423–3435. Dostupno na <https://link.springer.com/article/10.1007/s10826-015-0144-4>
39. Pew Research Center (2020). *Parenting Children in the Age of Screens*. Dostupno na <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parenting-children-in-the-age-of-screens/>
40. Rančić, J. (2020) *Uloga medija u socijalizaciji dece*. Beograd: Univerzitet u Beogradu. Dostupno na: <https://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/Jovana-Ran%C4%8Di%C4%87-Ulogamedija-u-socijalizaciji-dece-ODS.pdf>
41. Rideout, V., i Robb, M. B. (2019). *The Common Sense census: Media use by tweens and teens, 2019*. San Francisco, CA: Common Sense Media
42. Rideout, V., i Robb, M. B. (2020). *The Common Sense census: Media use by kids age zero to eight, 2020*. San Francisco, CA: Common Sense Media.
43. Rosić, V. (2005). *ODGOJ OBITELJ ŠKOLA*. Rijeka: Naklada ŽAGAR
44. Sanvictores, T. i Mendez, M. D. (2022). *Types of Parenting Styles and Effects On Children*. Treasure Island: StatPearls Publishing. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK568743/?report=reader>
45. Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja*, 18(1): 5-32. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/85379>
46. Strasburger, V. C. i Donnerstein, E. (1999). Children, Adolescents, and the Media: Issues and Solutions. *Pediatrics*, 103(1):129-39. Dostupno na

https://www.researchgate.net/publication/13372597_Children_Adolescents_and_the_Media_Issues_and_Solutions

47. Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 55(22), 97-103. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/47431>
48. Tolić, M. (2013). Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. *Pedagogijska istraživanja*, 10 (1), 103-115. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/126480>
49. Valković, J. (2016). Utjecaj medija na socijalizaciju. *Riječki teološki časopis*, 47 (1), 99-116. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170107>
50. Vuković V. (2012). Društveni mediji kao dominantna sila socijalizacije. *Medijski dijalozi*, 11(5), 313-324. Dostupno na: <https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2013/02/medijski-dijalozi-no-11.pdf>
51. Zloković, J. i Dobrnjič, O. D. (2008). *Djeca u opasnosti: odgovornost obitelji, škole i društva*. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor.
52. Young Kim, J. (2022). The Influence of Parent Media Use, Parent Attitude on Media, and Parenting Style on Children's Media Use. *Children* 9(37), 1-12. Dostupno na https://www.researchgate.net/publication/357535964_The_Influence_of_Parent_Media_Use_Parent_Attitude_on_Media_and_Parenting_Style_on_Children%27s_Media_Use

VIII. PRILOZI

Prilog 1 Anketni upitnik

ANKETNI UPITNIK

Dragi roditelji, pred Vama se nalazi anketni upitnik s ciljem istraživanja Vaših stavova o utjecajima medija na Vašu djecu. Molim Vas da samostalno označite odgovore bez preskakanja. Sudjelovanje je potpuno anonimno i rezultati će biti korišteni isključivo u svrhu ovog istraživanja. Hvala Vam na izdvojenom vremenu!

Spol	a) M b) Ž
Dob	a) 30-40 b) 40-50 c) 50-60 d) 60 i više e) ostalo _____
Mjesto stanovanja	a) grad b) selo
Broj djece	a) 1 b) 2 c) 3 ili više
Obiteljska struktura	a) potpuna b) nepotpuna (nedostaje jedan ili oba roditelja) c) nešto drugo _____
Stručna sprema	a) NKV (nezavršena osnovna škola) b) KV (završena osnovna škola) c) SSS (završena srednja škola) d) VŠS (završena viša škola) e) VSS (završen fakultet, magisterij, doktorat)
Radni status	a) zaposlen/a b) nezaposlen/a c) umirovljen/a d) nešto drugo _____
Mjesečna primanja	a) do 5000 HRK b) 5000-15000 HRK c) više od 15000 HRK

	Nalaze li se sljedeći uređaji u sobi Vašeg djeteta?	
Televizor	DA	NE
Tablet	DA	NE
Stolno računalo	DA	NE
Laptop	DA	NE
Igraća konzola (PS, XBOX, NINTENDO, VR)	DA	NE

	1 <i>nikad</i>	2 <i>rijetko</i>	3 <i>ponekad</i>	4 <i>često</i>
Gledam s djetetom emisije zabavnog sadržaja (Survivor, Večera za 5 na selu, Dođi, pogodi i osvoji, Gospodin Savršeni)	1	2	3	4
Gledam s djetetom emisije obrazovnog sadržaja (Potjera, Idemo na put s Goranom Milićem, Tko želi biti milijunaš?)	1	2	3	4

Gledam s djetetom emisije nasilnog sadržaja (Squid game, Igra prijestolja, Sluškinjina priča, Vikinzi)	1	2	3	4
Televizor gledam zajedno s djetetom te komentiramo pogledan sadržaj	1	2	3	4

	1 <i>u potpunosti se ne slažem</i>	2 <i>djelomično se ne slažem</i>	3 <i>niti se slažem niti se ne slažem</i>	4 <i>djelomično se slažem</i>	5 <i>u potpunosti se slažem</i>
Znam što moje dijete radi kada se koristi mobilnim uređajem	1	2	3	4	5
Znam što moje dijete gleda na televizoru	1	2	3	4	5
Znam što moje dijete radi na računalu/laptopu	1	2	3	4	5
Mediji imaju više negativan utjecaj na moje dijete nego pozitivan	1	2	3	4	5
Moje dijete više vremena provodi za ekranima nego u druženju s prijateljima i/ili obitelji	1	2	3	4	5
Moje dijete koristi mobilni uređaj/tablet tijekom obroka	1	2	3	4	5
Moje dijete često istovremeno koristi više medija	1	2	3	4	5
Moje dijete manifestira nasilno ponašanje nakon korištenja medija	1	2	3	4	5
Moje se dijete zbog utjecaja medija upušta u seksualne odnose	1	2	3	4	5
Moje dijete cijeni samo materijalne stvari koje promoviraju razni mediji	1	2	3	4	5
Moje dijete je anksiozno u društvenim situacijama zbog prekomjernog boravka ispred ekrana	1	2	3	4	5
Moje dijete konzumira duhan, alkohol i droge jer su u medijima prikazani kao društveno prihvatljivi	1	2	3	4	5
Moje dijete podliježe rigoroznim dijetama zbog želje da tjelesno nalikuje modelima s Instagrama	1	2	3	4	5

Moje dijete ima nisko samopouzdanje jer se osjeća drugačijim od ljudi koji se plasiraju u medijima	1	2	3	4	5
Moje dijete si je oštetilo vid zbog prekomjernog sjedenja pred ekranima	1	2	3	4	5
Moje dijete ne zna što bi sa sobom kada nije u mogućnosti koristiti medije	1	2	3	4	5
Moje dijete ima slabu koncentraciju zbog korištenja medija	1	2	3	4	5
Moje dijete kasno ide spavati jer dugo gleda televizor ili igra video igre	1	2	3	4	5
Moje dijete ima lošije ocjene zbog prekomjernog korištenja medija	1	2	3	4	5
Moje dijete koristi medije kako bi proširilo svoje znanje	1	2	3	4	5
Moje dijete uči jezike koristeći medije	1	2	3	4	5
Zbog medijskog utjecaja moje dijete razvija prosocijalno ponašanje (tolerancija, suradnja, empatija)	1	2	3	4	5
Moje dijete prati sva aktualna događanja zbog njihovog čestog pojavljivanja u medijima	1	2	3	4	5
Moje dijete se izražava kreativno kroz medije	1	2	3	4	5
Moje dijete se zabavlja na prihvatljiv način koristeći medije	1	2	3	4	5