

# Uloga medija u svakodnevnom životu djece

---

**Mandir, Margareta**

**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:142:214548>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-12**



**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 mađarskog jezika i književnosti i pedagogije

Margareta Mandir

Utjecaj medija na svakodnevni život djece

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Marija Sablić

Osijek, 2022.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za pedagogiju

Studij mađarskog jezika i književnosti i pedagogije

Margareta Mandir

Utjecaj medija na svakodnevni život djece

Diplomski rad

Društvene znanosti, Pedagogija, Posebne pedagogije

**Mentor:** izv. prof. dr. sc. Marija Sablić

Osijek, 2022.

**Prilog: Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje**

Obveza je studenta da donju Izjavu vlastoručno potpiše i umetne kao treću stranicu završnoga, odnosno diplomskog rada.

**IZJAVA**

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisao/napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan/suglasna da Filozofski fakultet u Osijeku trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, 12.10.2022

Margareta Kondić OI22226382

Ime i prezime studenta, JMBAG

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. MEDIJI</b> .....	3
2.1. DEFINIRANJE MEDIJA .....	3
2.2. FUNKCIJE MEDIJA .....	4
2.3. UTJECAJ MEDIJA .....	5
<b>3. VRSTE MEDIJA</b> .....	5
3.1. NOVINE I ČASOPISI.....	6
3.2. RADIO .....	8
3.3. TELEVIZIJA .....	10
3.4. INTERNET .....	11
<b>4. UTJECAJ MEDIJA NA SVAKODNEVNI ŽIVOT DJECE</b> .....	13
4.1. IZLOŽENOST MEDIJIMA.....	13
4.2. ULOGA RODITELJA.....	15
4.3. POZITIVNI UTJECAJI MEDIJA.....	17
4.4. NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA.....	19
<b>5. METODOLOGIJA</b> .....	21
5.1. CILJ ISTRAŽIVANJA.....	21
5.2. HIPOTEZE .....	21
5.3. SUDIONICI.....	22
5.4. INSTRUMENT .....	22
5.5. POSTUPAK.....	23
<b>5.6. REZULTATI</b> .....	23
5.6.1. DESKRIPTIVNA ANALIZA PODATAKA .....	23
5.6.2. ANALIZA KORIŠTENJA MEDIJA .....	23
5.6.3. ANALIZA GLEDANJA TV-A.....	24
5.6.4. ANALIZA VREMENA PROVEDENOG NA RAČUNALU ILI MOBITELU .....	26
5.6.5. ANALIZA PROVEDENOG VREMENA NA RAČUNALU ILI MOBITELU S OBZIROM NA SPOL ISPITANIKA .....	27
5.6.6. ANALIZA SVRHE KORIŠTENJA RAČUNALA .....	29
5.6.7. ANALIZA SVRHE MOBITELA.....	30
5.6.8. ANALIZA PROVJERAVANJA MOBITELA OD STRANE RODITELJA .....	31
5.6.9. ANALIZA PROVOĐENJA VREMENA NA TABLETU/PAMETNOM TELEFONU.....	32
5.6.10. ANALIZA IGRICA NA TABLETU/RAČUNALU .....	33
5.6.11. ANALIZA VREMENA NA INTERNETU .....	35
5.6.12. ANALIZA PROVEDENOG VREMENA NA INTERNETU S OBZIROM NA SPOL.....	35
5.6.13. ANALIZA OPASNOSTI NA INTERNETU .....	38
5.6.14. ANALIZA NADZORA DJECE NA INTERNETU .....	39

5.6.15. ANALIZA PROVJERAVANJA AKTIVNOSTI NA INTERNETU OD STRANE RODITELJA S OBZIROM NA SPOL ISPITANIKA.....	39
5.6.16. ANALIZA DRUŠTVENIH MREŽA .....	42
<b>6.RASPRAVA .....</b>	<b>43</b>
<b>7.ZAKLJUČAK .....</b>	<b>46</b>
<b>8. LITERATURA .....</b>	<b>47</b>
<b>9. PRILOZI .....</b>	<b>51</b>

## SAŽETAK

Živimo u svijetu gdje je utjecaj medija neizbježan. Bez njih je postalo nemoguće funkcionirati i snalaziti se u društvu. Djeca su od najranije dobi izložena medijima, što znatno utječe na njihov rast, razvoj i psihu. Djeca su laka meta medija jer nemaju izgrađen kritički stav i ne mogu kritički promišljati te zbog toga roditelji imaju važnu ulogu u suzbijanju negativnog utjecaja medija na djecu.

Cilj ovog diplomskog rada istražiti je na koji način mediji utječu na svakodnevni život djece te koje sve medije djeca koriste. U istraživanju je sudjelovalo 64 učenika, 22 djevojčice i 42 dječaka. Dob učenika koja je sudjelovala u istraživanju bila je u rasponu 15-17 godina. Primijenjeni instrument u istraživanju je bio anketni upitnik, koji je konstruiran samo za potrebe ovog istraživanja. Rezultati istraživanja pokazali su kako mediji igraju glavnu ulogu u životima učenika. Najviše učenika provodi svoje slobodno vrijeme na internetu i to dnevno po nekoliko sati, ali ne zbog učenja nego dopisivanja s prijateljima. Također, istraživanje je pokazalo kako učenici od najranije dobi otvaraju profile na društvenim mrežama i redovito ih koriste. Djeca su izložena opasnostima virtualnog svijeta, a da toga nisu ni svjesna. Zbog raznih zamki i opasnosti u virtualnom svijetu, roditelji bi trebali imati nadzor nad svojom djecom. Ovo istraživanje je dovelo do rezultata da roditelji zaista prate što im djece rade na internetu odnosno prate njihovu aktivnost na internetu te provjeravaju svojoj djeci mobitele kako bi znali s kim su u kontaktu. Vrlo je važno da roditelji vode brigu o tome što im djeca rade na internetu jer svjedoci smo kako se u današnje vrijeme događaju stvari koje su vrlo opasne i zabrinjavajuće za cijelo društvo. Kako bi se spriječio loš utjecaj medija na djecu, potrebno je medijski opismeniti roditelje kako bi mogli pružiti dobar primjer svojoj djeci, ali i kako bi mogli prepoznati što je to kvalitetan ili loš medijski sadržaj.

**Ključne pojmovi:** mediji, roditelji, djeca, medijski utjecaj

## 1. UVOD

Mediji se šire nezamislivom brzinom i svuda su oko nas. Današnji život je nepotpun bez medija odnosno čak i nemoguć. Sve informacije saznajemo preko medija, a pomoću njih održavamo kontakte s ljudima, učimo nove stvari i zabavljamo se. Možemo reći da živimo u medijskoj kulturi u koje se informacije brzo šire, ali i nestaju. Sve se događa puno brže, nego što je nekada bilo. Iz minute u minutu se događaju promjene i život u 21. stoljeću je sve brži i brži. Mediji utječu na sve aspekte života pojedinca. Možemo ih smatrati sredstvom oblikovanja stavova i funkcioniranja u svakodnevnom životu. Prema Mandarić (2012) suvremeni mediji utječu na radne navike čovjeka, kreativnost, socijalizaciju i komunikaciju. Također, navodi kako bi bez medija danas ljudi teže funkcionirali odnosno izgubili bi se u svakodnevnom životu jer bez medija ne bi znali komunicirati, planirati, raditi pa čak ni provoditi slobodno vrijeme.

Za medije je karakteristično da stvaraju neki novi virtualni svijet koji nije ni blizu kao stvarni život. Zbog toga možemo reći da su mediji izvrsni manipulatori ljudima jer stvaraju neku drugačiju odnosno nerealnu sliku od života. Sve se više događa manipulacija osjećajima ljudi jer znaju da su ljudi lakovjerni i naivni. Marketinški stručnjaci šalju poruke koje su zanimljive i koje će imati velik utjecaj na ljude. Znaju kojim su stvarima ljudi najpodložniji i to koriste na sve moguće načine. Dovoljno je samo staviti reklamu i većina ljudi će pasti pod utjecaj. Nemoguće je se ne susresti s reklamama ili oglasima jer se život u suvremenom svijetu sveo na upotrebu medija. Razne reklame i oglasi imaju za cilj prodrijeti i djelovati na ponašanje i osjećaje ljudi. Dvadeset prvo stoljeće je nezamislivo bez medija jer su se ukorijenili u živote ljudi. Također, jedan veliki problem u 21. stoljeću su društvene mreže na kojima svaka osoba može napraviti svoj profil i iz tog razloga marketinškim stručnjacima je još lakše doprijeti do ljudi. Društvene mreže svakodnevno stavljaju ljude u razna iskušenja. Djeci je dostupno sve i zato je potrebno obratiti pozornost na sam utjecaj medija na djetetovu psihu, ali i život. Od najranije dobi djeca su upoznata s medijima i vrlo su aktivna na njima. Roditelji sve više gube kontrolu nad djecom i javljaju se negativni utjecaji medija na djecu. Djeca kroz igrice i razne druge sadržaje od malih nogu stvaraju iskrivljenu sliku o životu, a da toga nisu ni svjesni. Osim što se stvara iskrivljena slika o životu kod djece, mediji sve više utječu na njihov odgoj i obrazovanje. Učitelji sve više imaju problema s učenicima baš zbog prevelike upotrebe medija jer ne mogu motivirati učenike za rad. Nastavno gradivo im je nezanimljivo i nisu motivirani.



Mediji koliko su dobri toliko su i opasni. Nemoguće je u potpunosti suzbiti negativan utjecaj jer svi smo izloženi raznim informacijama koje mediji prenose, a nemoguće ih je izbjeći. Osim negativnog utjecaja medija tu su i pozitivni utjecaji koji pružaju razne mogućnosti djeci i mladima za napredak. Često mladi i djeca ne znaju što mediji pružaju i kako sve mogu napredovati na medijima. Zbog toga bitno je educirati djecu, mlade i roditelje o svim mogućnostima što mediji danas pružaju jer jedino na taj način će znati koristiti medije u prave svrhe.

Ne može se sa sigurnošću reći da su mediji ili dobri ili loši jer sve ovisi o korisniku i na koji način koristi pojedini medij. Bitno je kod učenika stvarati kritički stav kako bi znali što je dobro za njih, a što ne. Sve se više treba pričati i podučavati učenike o načinu korištenja medija te im dati do znanja da mediji u velikoj mjeri mogu utjecati na njihove osjećaje, ali i ponašanje. Nužno je medijski opismeniti i djecu i roditelje jer je to način na koji će smanjiti štetan utjecaj medija odnosno znat će se kritički prosuditi što je kvalitetan medijski sadržaj, a što ne. Medijska pismenost igra vrlo važnu ulogu u suvremenom društvu. Na nju trebamo gledati kao na abecedu 21. stoljeća jer je neophodna kako bi se djeca i mladi mogli što bolje snalaziti u medijskom svijetu. Medijska pismenost se smatra kao skup vještina, znanja i razumijevanja koje omogućuju ljudima da što bolje i kvalitetnije koriste medije. Đuran, Koprivnjak i Maček (2019) definiraju medijsku pismenost kao mogućnost pristupa, analize i ocjene novinarskih priloga u različitim oblicima, a što se tiče djece, medijska pismenost im omogućuje kritičnost prema različitim proizvodima i uslugama koje se nude. Medijska pismenost nam omogućuje i pomaže da razumijemo kako mediji utječu na stvaranje predodžbe o svijetu i o nama samima. Ona bi trebala pomoći pojedincu da shvati i razumije medijske poruke, a ne da ih samo pasivno prati. Svjesni smo koliko djeca i mladi koriste medije i koliko zaboravljaju da postoji život i bez mobitela i bez računala. Zbog toga se uočava potreba kako je nužno djecu i mlade osvijestiti o manama i prednostima masovnih medija.

## **2.MEDIJI**

### **2.1.Definiranje medija**

Svakodnevni život čovjeka postao je nemoguć bez medija. Sve veći porast znanstveno - tehnoloških znanja, digitalizacije u području medija dovela je do promjene u načinu življenja, ponašanja i sustavu vrijednosti. Maksimović i Stanisavljević Petrović (2014) navode kako mediji svojim utjecajem djeluju na oblikovanje naših estetskih, ali i etičkih i političkih stavova, bude čovjekovu maštu, grade sustav vrijednosti, postavljaju norme ponašanja. Mediji su u potpunosti preuzeli svakodnevicu suvremenog čovjeka. Utjecaj i uloga medija izaziva pažnju mnogih istraživača iz područja pedagogije, sociologije i psihologije, no teško je sagledati buran razvoj i utjecaj medija. Medije tumačimo kao sredstva preko kojih komuniciramo ili prenosimo razne vijesti. Biti (1997) prema Jurčić (2017) smatra da se naziv medija može definirati na nekoliko načina. U fizičkom smislu, medij se može definirati kao tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka, u tehnologijskom smislu medij je sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje, te u sociološkom smislu je medij shvaćen kao institucijsko - komunikacijski okvir komunikacije pa se govori o politici, gospodarstvu, znanosti i odgoju. Za precizniju i konkretniju definiciju medija potrebno je sagledati sve funkcije i uloge medija, te treba obratiti pozornost tko i na koji način definira medije jer nemaju svi isti pogled na njih. Znanost će na svoj način definirati medije, a naprimjer politika će dodati nekakvu političku crtu pri definiranju medija.

Jurčić (2017) medije vidi kao vrlo važno sredstvo komunikacije i prenošenja važnih vijesti. Nedvojbeno se može reći da mediji zauzimaju glavnu ulogu u prenošenju različitih informacija široj javnosti, a u tom kontekstu su vrlo ukorijenjene u svakom društvenom aspektu. Mediji se šire nezamislivom brzinom, a njihov utjecaj zahvaća sve društvene strukture. Mediji su posrednici između javnosti i vlasti, prenose informacije koje su važne za javnost kako bi ispravno formirali javno mišljenje građana. Nažalost, sve je više manipulacije mišljenjima građana. „Glavne odlike medija jesu da utječu na formiranje masovnoga konzumentskog društva koje je uglavnom u rascjepu sa samostalnim odlučivanjem pa ih u tome smislu i razlikujemo prema snazi ekspresije, ali i utjecaja na publiku.“ (Jurčić, 2017, 132). Građani su postali sredstvo koje je potrebno da se dođe do nekakvog cilja. Taj cilj je često vezan samo za dobrobit politike, a ne i za dobrobit građana. Labaš i Marinčić (2016) navode kako su mediji

istodobno i industrija, javna usluga i politička institucija. Smatraju kako je tradicija dala povlastice medijima i svrstala ih u javne usluge te da oni djeluju u ime građana. Žitinski (2009) navodi kako svijet vidimo kroz oči medija te da nas sve više oblikuju vijesti koje čujemo i ono što pročitamo u novinama. Napominje da mediji često u tijeku dana izmjene na tisuće nevažnih vijesti, a one koje su možda važnije ni ne spomenu. S medijima treba oprezno jer sve što je prikazano na njima ne mora biti istina ili je čak i laž.

## **2.2. Funkcije medija**

Prema Grugurev (1994) postoji nekoliko funkcija medija. Informacijska funkcija se smatra najbitnijom jer mediji prenose važne informacije koje igraju važnu ulogu u životu pojedinca. Seleksijska i interpretacijska funkcija ima za ulogu stjecanje svijesti o zajedničkim problemima te doprinosi koheziji zajednice. Eksplikacijska funkcija služi za uspostavljanje i održavanje zajedničke svijesti. Obrazovna funkcija ima za ulogu prenošenja sadržaja s jedne na drugu generaciju te se povećava društvena kohezija. Zabavljачka funkcija je bitna u opuštanju i stvaranju zanimljivih sadržaja koje će se svidjeti građanima. Mediji imaju mnoštvo uloga, ali pametnom upotrebom se može postići mnogo toga.

Jurčić (2017) navodi nekoliko važnih funkcija medija, a one su promatranje sredine kroz analizu, filtriranje i plasman informacija od važnosti za građane, osiguravanje socijalne komunikacije kroz stvaranje okruţja za javnu diskusiju ili raspravu, predstavljanje slike o svijetu odnosno prikaz pojava koje su udaljenije od nas i koje ne možemo sagledati svojim čulima, prenošenje kulture gdje se podrazumijeva očuvanje tradicije i upoznavanje drugih kultura. I zadnja funkcija je prodaja. Ova funkcija je veoma bitna jer mediji povećavaju prodaju i još dodatno unapređuju razvoj potrošačkog društva. Medije možemo smatrati kao glavnim akterima u lancu prodaje. Bitno je naglasiti da mediji posjeduju mnogo funkcija, ali jedna je najizraţenija, a ona je manipulacija. Zabavni sadržaj koji mediji prenose su često na granici senzacionalizma i imaju za ulogu manipulirati stavovima i mišljenjima mladih. Mladi nisu svjesni koliko mediji mogu stvoriti pogrešnu sliku o životu. Prikazuju sve idealnim i savršenim, a život nimalo nije takav. Djeca i mladi su najranjivija skupina i jako su lakovjerni pa tako najlakše padnu pod utjecaj reklama ili oglasa. Teško je zabraniti djeci korištenje medija jer je život u suvremenom svijetu nemoguć bez medija. Malović (2007) smatra da je korištenje medija neophodno za opstanak u suvremenom svijetu jer njihov utjecaj je prevelik.

Košir, Zgrabljčić i Ranfl (1999) navode kako mediji služe da našu zbilju ili razore ili obogate. To sve zavisi koliko čovjek dopusti da mediji utječu na njegovo ponašanje i osjećaje. Kako bi izbjegli prevelik utjecaj medija na ponašanje i osjećaje pojedinca, potrebna je medijska pismenost. Ona bi trebala stvoriti kod čovjeka kritički stav kako bi znao prosuditi koje su dobre, a koje loše informacije. Medijska pismenost pomaže da se u potpunosti shvate poruke koje šalju mediji, a ne da se samo slijepo prati sve ono što mediji prenose.

### **2.3.Utjecaj medija**

Za utjecaj medija ne možemo reći ni da je previše pozitivan, a ni da je previše negativan. O tome hoće li neki medij imati negativan ili pozitivan utjecaj ovisi o čovjeku i njegovom načinu korištenja. Jurčić (2017) smatra je glavna uloga medija da zadovolji potrebe pojedinca da bude obavješten o novim stvarima i pojavama kako bi mogao pratiti sve što se zbiva u svijetu. Preko medija se prenose razni informativni, zabavni i edukativni sadržaji koji imaju znatan utjecaj na ljude. Taj utjecaj je diskutabilan i ovisi o pojedincu i o njegovim potrebama i shvaćanjima. Zbog toga ne možemo sa sigurnošću reći da su mediji dobri ili loši jer su zapravo oboje.

Svakako, trebamo izdvojiti neke pozitivne strane medija kao što su stjecanje znanja i vještina. Danas se lako dođe do različitih edukativnih sadržaja i zbog toga se može puno toga naučiti i saznati. Osim stjecanja znanja i vještina tu su i informativnost i zabava kao pozitivni aspekti medija. Također, preko medija se razvijaju stvaralačke sposobnosti. Taj aspekt je vrlo bitan jer mediji pružaju mnoštvo sadržaja, edukacija i vježbi koje mogu usavršiti talent čovjeka i koje ga mogu još više motivirati da napreduje. Osim pozitivnih aspekata medija tu su i negativni koje ponekad svojim utjecajem nadmašuju pozitivne. Jurčić (2017) navodi kako mediji preko sadržaja koji prezentiraju promoviraju nasilje, rizična ponašanja, pretjerani konzumerizam i kriminal. Veliki mislilac Noam Chomsky navodi kako mediji imaju glavnu ulogu u nadzoru većih masa i u sustavu kontrole. Također, smatra da medijima upravlja kapital i javni interes. Kritizira škole jer ih ne vidi kao ustanove koje će spriječiti negativan utjecaj medija, nego smatra da su one sve više dio manipulacije medija. Znanstveno proučavanje medija je počelo tijekom 20.stoljeća i još se znanstvenici nisu složili jesu li mediji negativni ili pozitivni. Nadalje, Jurčić (2017) navodi kako mediji utječu na naše emocije pa dok naprimjer gledamo nekakav film osjećamo strah, veselje, tugu itd. Također, navodi da potiču fiziološke reakcije te u potpunosti utječu na ponašanje ljude posebno mlađe populacije. Postoji mnogo dobrih i loših

utjecaja medija, ali opet ne smijemo zaboraviti da živimo u suvremenom svijetu gdje su nam potrebni. Koliko god da ima negativnih stvari u medijima ipak su tu i pozitivne stvari koje otvaraju mnoga vrata mladima u budućnosti.

### **3.VRSTE MEDIJA**

#### **3.1.Novine i časopisi**

Mokriš (2011) navodi da novine održavaju duh vremena u kojem su nastale, otkrivaju sve aktivnosti koje se u zajednici dešavaju, ali i nagovještavaju i sve promjene koje će se dogoditi u društvu. Prve novine su bile izdane 1666. godine u Londonu i imale su ciljanu publiku. Ta ciljana publika su bili samo muškarci. Teme tih novina su bile uglavnom financije i politika. S razvojem društva postepeno su se razvijale i novine. Eric W. (1930) prema Mokriš (2011) smatra da prave novine trebaju izlaziti periodički, moraju biti mehanički reproducirane i dostupne svima koji su ih voljni platiti. Također, navodi da moraju imati različite članke, moraju biti općenite i moraju biti dobro organizirane. S vremenom novine uistinu su postale kvalitetnije i složenije te su počele pisati o događajima iz cijelog svijeta. Počele su sadržavati mnoge rubrike i publika im je postala šira. Možemo reći da su se novine ukorijenile kao masovni medij bez obzira na brzi razvoj tehnologije. Tehnologija ih nije u potpunosti zamijenila, još uvijek imaju svoje posebno mjesto među masovnim medijima.

Novine su tiskani medij koji u pravilu izlazi dnevno ili tjedno uz označeni datum i redni broj. One donose razne vijesti iz područja kulture, politike i sporta te izvještavaju o dnevnim događajima, donose priče, romane, stripove, ali i objavljuju reklame i oglase. Neka od glavnih obilježja novina su: namijenjene su široj javnosti, objavljuju vijesti o najnovijim događajima, informiraju o trenutnim stanjima u državi, izlaze redovito i sadržaj im je univerzalan. O funkciji novina bi se dalo pričati, ali valjalo bi spomenuti neke. Prvotna funkcija je bila pasivno prenošenje novosti o događajima. Služile su ljudima da saznaju najaktualnije informacije. Nakon što je društvo postalo razvijenije time su i novine postale složenije. Primarna funkcija im je bila informirati čitatelje, a kasnije su se pojavile još neke funkcije poput dokumentarne koja je imala za ulogu prikazati rezultate u znanosti pa onda edukativna funkcija koja je odgajala čitatelje odnosno pružala sadržaje koji dopunjivala njihova znanja o odgoju. Također, važna je i psihoterapeutska funkcija novina koja je pomagala ljudima. Čitatelji su imali priliku pročitati

nešto o tuđim životima, saznati njihove probleme te su se mogli poistovjetiti s njima ili pronaći nekakav savjet. Mogli su čitati o zdravlju, lijekovima, zdravoj prehrani itd. Nadalje, postoji nekoliko vrsta novina. Dijelimo ih prema vremenu izlaženja, području rasprostranjenosti i sadržaju. Prema vremenu izlaženja su dnevnici i tjednici. Dnevnici izlaze svakodnevno, a dijele se na jutarnje i večernje. Jutarnji listovi se smatraju nekako ozbiljnijim i kvalitetnijim jer se njihov sadržaj sastoji od obavještavanja, analize i komentara, a večernji donose kratke sadržaje, s puno ilustracija i malo komentara. Prema području prostranjenosti dijelimo ih na nacionalne, regionalne i lokalne, a po sadržaju su informativne ili specijalizirane. Pod pojmom informativne se smatra da se novine izrađuju od svakog područja po malo, a specijalizirane se vežu samo za neko određeno područje kao naprimjer zdravlje.

Hrvatska enciklopedija definira časopis kao vrsta publikacije koja izlazi u redovitim razmacima, kraćim od godine, a dužim od 15 dana. Namjera njezinog pokretanja je da izlazi trajno. Pojedine sveščice ili brojeve časopisa karakterizira različitost sadržaja i suradnika, a istovjetnost naslova i formata. Više sveščica čini svezak ili volumen, ali neki časopisi izlaze i u više svezaka tijekom jedne godine. Mokriš (2011) navodi neke karakteristike časopisa koje se razlikuju od novina. Prva razlika je što časopisi skupljaju građu trajnije vrijednosti, onda izgledaju kao knjige ili brošure te izlaze u većim vremenski razmacima. Časopis je vrlo čvrsto ukorijenjen masovni medij kao i novine i ima jako veliku publiku, ali samim tim i utjecaj. On utječe izravno i neizravno na djecu. Izravno što dijete samo čita časopis i kreira svoje stavove i mišljenja, a neizravno kada roditelji pod utjecajem časopisa mijenjaju svoje odgojne metode i postupke. Možemo zaključiti da kao što časopisi imaju velik utjecaj, imaju i novine jer šalju određene poruke i tako formiraju mišljenje čitatelja.

### 3.2. Radio

Hrvatska enciklopedija definira radio kao masovni medij zasnovan na tehnološkom postupku prijenosa govora i zvuka putem radiovalova. Za radio se može reći da je specifičan medij. Njegova specifičnost se ogleda u tome da njegovim korištenjem ne moramo prekidati sve aktivnosti koje radimo. Radio se može slušati u pozadini, dok radimo nešto jer tako djeluje smirujuće i opuštajuće na čovjeka, a pri tome nas ne ometa u obavljanju određenih aktivnosti. Također, radio se sluša preko jednog uređaja koji kupimo jednom i imamo ga dugotrajno, a dok novine, časopise ili knjige redovito kupujemo.

Mučalo (2010) navodi kako je radio najstariji medij za elektroničko oglašavanje. Njegova popularnost je bila vrlo zamjetna početkom 1920-ih godina u Americi. Do 1920 godine u Sjedinjenim Američkim Državama se može zabilježiti rad 500 licenciranih stanica, a manje od dva milijuna kućanstava je bilo opremljeno radio uređajima. Tad je skoro svaka obitelj posjedovala radio i vjerno pratila sva događanja koja su se dešavala u svijetu. Radio je jako moćan medij jer je ostao prisutan u društvu dugi niz godina usprkos svim drugim medijima. I danas je kao i nekad svaki automobil opremljen radio uređajima, radijski sadržaj se može čuti na skoro svim javnim mjestima kao što su restorani, kafići pa čak i u shopping centrima. Mučalo (2010) navodi kako se radio smatra pozadinskim medijem, ali ima sve kvalitete koje ga čine vrlo posebnim i zanimljivim da nadmaši sve medijske, ali i društvene pozicije. Radio je izgubio jedan dio slušatelja jer pojavom novih medija pao je u drugi plan, ali bez obzira na to i dalje ima vjerne slušatelje koji će radije poslušati vijesti na radiju, nego ih pročitati na internetu.

Kroz povijest se može primjetiti kako je bilo dosta značajnih promjena koje su utjecale na razvoj radija. Od Velike depresije gdje radio gubi niz slušatelja pa do ponovnog uzdizanja i mijenjanja funkcije radija. Radio nije više bio kao na početku gdje je služio za obavještavanja, nego su se preko njega prenosile i radio emisije. Također, smatrao je se medijem za jednosmjernu komunikaciju, ali je ubrzo postao dvosmjerni medij. Sapunar (2000) opisuje radio kao javnu tribinu na kojoj se stječu pitanja i odgovori, mišljenja i osporavanja. S obzirom na razne promjene i nove tehnologije koje je doživio radio, on je ipak zadržao titulu najbržeg medija. Danas se misli da je Internet najbrži medij jer se u jednom trenutku razmjeni bezbroj informacija, ali radio je ipak brži u prijenosu pojedinih informacija. Što znači da ako se neka informacija treba proširiti internetom za nju treba napisati nekakav tekst, a preko radija je važno samo da voditelj izgovori određenu poruku.

Radio ima brojne prednosti, ali su vrlo zanemarene u društvu. Ne nudi vizualnu sliku kao naprimjer televizija, ali nudi ostale mogućnosti kao što je prihvatljivija cijena ili naprimjer ciljanje određene publike kojoj će se predstaviti određeni proizvod. Katz (2003) pod pojmom ciljanja određene publike smatra da radio ima određene stanice na kojima se nude različiti profili ciljanih grupa kojima se marketinška poruka može prenijeti ovisno o proizvodu o kojem je riječ. Znači svaka radijska stanica ima svoju publiku koja se razlikuje po svojim interesima i demografskim podacima te po uzoru na to marketinški stručnjak ide ciljano na određenu publiku jer zna da će tu ostvariti profit ili će zaintrigirati publiku. Radio se također smatra dosta jeftinim medijem. Cijene na njemu su dosta povoljnije jer ne zahtijeva toliko pripremanja i vizualizacije kao naprimjer spot. Katz (2003) navodi kako radio ima lokalni karakter i da je to jako važno. Tu osobinu vidi kao prednost jer to pravi povezanost s lokalnim događajima, novostima, poduzećima...

Osim brojnih prednosti tu su i neki nedostaci radija. Prvi nedostatak je taj što radio samo pruža zvuk, a ne sliku i kretnju te to mnogo otežava prodaju i u stvaranje interesa za kupovinu kod građana. Također, nedostatak je i taj što su poruke na radiju kratkog životnog vijeka. To znači da kad se jednom nekakav oglas emitira, mogućnost izlaganja je nestala. Nadalje, tu je i fragmentacija medija odnosno na radiju imamo razne stanice koje privlače različite vrste ljudi. Postoje stanice koje puštaju hard rock, pop rock, narodnu, duhovnu glazbu i svaka stanica ima svoju publiku te kad bi oglašivač htio doprijeti do svih njih morao bi kupiti prostor na svim stanicama.

Danas mladi rijetko slušaju radio jer sve što ih zanima je na internetu. Internet je preuzeo sferu interesa kod mladih tako da će rijetko tko od mladih kod kuće slušati radio osim ako im ga roditelji slušaju redovito. U 21. stoljeću više nema toliko tih starih radija koji su se nekada slušali, sada je na mobitelu sve. Čak ga se može i na mobitelu slušati, samim tim više onaj stari radio nije potreban. Tako da se da zaključiti da radio najviše sluša starija populacija jer su mladi zaokupirani novim medijima.



### 3.3. Televizija

Televizija se smatra najutjecajnijim medijom jer oblikuje svijet u kojem živimo. Televizija se također može smatrati i moćnim medijom jer stvara osjećaj istovremenosti i prisutnosti što je jedna od pozitivnih osobina televizije. Pod pojmom moćnog medija se ne smatra samo da taj medij šalje poruke koje su velike jačine za narod, nego se moćnost ovog medija ogleda u tome da televizija gradi neke nove društvene vrijednosti, norme... S druge strane tu je i manipulacija ljudima koja se sve češće događa preko televizije. Preko nje razne firme i tvrtke te razne osobe pokušavaju privući što veći broj ljudi samo kako bi oni imali profita od toga, a ne da bi ljudi bili zadovoljni s tim što dobiju. Torlak (2013) navodi kako je suvremeni čovjek jako vezan za televiziju. Navodi kako se vrijeme provedeno pokraj televizije odvija kroz znatan dio slobodnog vremena čovjeka. U to vrijeme čovjek često pada pod manipulaciju televizije, a da nije ni svjestan. Također, autor je zaključio da su starije osobe u odnosu na mlađe više vezane za ovaj medij.

Utjecaj televizije se događa preko televizijskog sadržaja koji se plasira u eter. Taj sadržaj bi trebao biti kvalitetan, poučan, zanimljiv i zabavan, ali često je nekvalitetan i zatupljujući jer ne sadrži nikakav obrazovni ni informirajući karakter. To sve dovodi do nekritičkog konzumiranja ponuđenog jer ljudi su postali previše lakovjerni i s njima je postalo lako manipulirati. Vertovski (2013) navodi kako se mediji iz profitnih i marketinških razloga sve manje bave istraživanjem stvarnosti i događaja. Smatra da se od stvarnosti rade mitološke i nejasne koncepcije jer se mitovi bolje prodavaju, čak i u budućim tehnologijama. Time dolazi do dehumanizacije nekih društvenih aspekata te racionalizacija biva zapostavljena.

Osim raznih nedostataka, postoje i prednosti televizije. Kesić (2003) navodi prednosti televizija kao što su mogućnost demonstracije, korištenje svih komunikacijskih elemenata, široka mogućnost dosega, selektivnost i fleksibilnost, ugodno okruženje primanja poruka, unutarnja vrijednost, utjecaj na više razine svijesti, korištenje autoriteta, stvaranje najšire upoznatosti i informacijski dulje poruke. Televizija ima brojne prednosti, ali potrebno je razlučivati koje sadržaje treba gledati, a koje ne. Kod mladih se treba stvarati kritički stav kako ne bi pali pod utjecaj televizije, a i drugih medija. Djeca su najranjivija skupina jer su još mali da neke stvari znaju. Roditelji često puštaju djeci razne filmove i crtiće u kojima ima nasilje i scena koje nisu primjerene za djecu te je zbog toga potreban veliki oprez jer djeca dok su mala „upijaju“ svaki detalj iz filmova i crtića. Naravno, ponekad je nemoguće popratiti sve programe koje vaše dijete gleda, ali je nužno da filmovi i crtići nemaju scene nasilja ili nekakve erotske scene. Sve te

scene ubijaju djetinjstvo u djeci te prerano dolaze u susret sa stvarima koje nisu prikladne za njih.

### **3.4.Internet**

Jeriček (2002) navodi kako je internet postao danas svakodnevnica svakog čovjeka bez obzira na dob, naobrazbu ili zanimanje. Preko interneta se odvija rad, škola, komuniciranje odnosno sve je obuhvatio u jedno. Velika je prednost interneta što na jednom mjestu možemo naći spektar informacija, ali mladi postaju od svega toga dosta „zatupljeni“. Imaju pristup mnogim stvarima, a nemaju nadzor i kontrolu nad sobom. Internet je postao abeceda 21. stoljeća jer bez njega ljudi ne bi mogli ni funkcionirati.

Internet je medij koji je u kratkom roku objedinio dosta vrsta medija. Časopisi i novine imaju svoju internetsku inačicu, također na internetu postoje brojne radio stanice koje se mogu slušati. Nadalje, televizija se može gledati na internetu odnosno postoje mnoge televizijske kuće koje nude mogućnosti pregledavanja sadržaja na svojim stranicama na internetu. Mogu se unaprijed gledati serije, omiljeni filmovi ili emisije. Objedinio je sve i zato ljudi nemaju potrebu da imaju druge medije jer se na internetu nalazi sve.

Jeriček (2002) uspoređuje internet s jednom velikom knjižnicom u koju mogu doći svi ljudi bez obzira na rasu, boje kože, vjerskog opredjeljenja i političkih stajališta. Nadalje, navodi kako je glavno svojstvo interneta što ga nitko ne nadzire, a vlasništvo je svih nas. Autorica spominje kako se često samo naglašavaju pozitivne strane interneta kao što su moć, brzina i univerzalnost, a negativne strane nisu toliko istaknute. Također, naglašava da se sadržajem na Internetu nitko ne bavi. Sadržajna strana interneta je potpuno zanemarena jer danas svatko može bilo šta na internetu napisati i to će se tretirati kao nešto dobro. Moramo biti svjesni da je internet mjesto gdje ima puno opasnosti i zamki te još k tome ima velik utjecaj na odgoj i život djece. Internet pruža razne mogućnosti što naprimjer drugi mediji ne mogu te zbog toga je još zanimljiviji. Na internetu se nalazi sve što vas i zanima i ne zanima i još k tome nema ograničenja nit vremenskog nit tematskog. To je dobra osobina, ali ako se internet krene koristiti u neke druge svrhe dolazi do negativnih posljedica po čovjeka. Na internetu od zanimljivog i poucnog sadržaja lako se može naći i sadržaj koji nije primjeren i koji je veoma opasan. On je omogućio lako trgovanje ljudima, drogom, zaštićenije krađe, pljačke.... Sve to zvuči jako strašno, ali to su činjenice od kojih se ne može pobjeći.

Svjedoci smo koliko djeca koriste internet i koliko je to loše za njihovo zdravlje. Svakodnevno dopisivanje, igranje igrice, dovoljna nepažnja roditelja može dovesti do lošeg odgoja ili do toga da dijete dođe u susret sa stvarima ili osobama koje nisu dobre za njih. Danas se događaju razna upoznavanja preko interneta, a da se osobe nikada uživo nisu vidjele. Danas je sve to postalo moderno, a nismo svjesni koliko je to sve opasno. Young (1996) se bavila tematikom ovisnosti interneta. Navodi kako je sve više mladih ovisno o pojedinim aktivnostima na Internetu. Ta ovisnost utječe na njihov život. Gubi se zdrav ritam spavanja, povećava se nezainteresiranost za svakodnevne aktivnosti, pojavljuje se prevelik umor...Brojne su negativne posljedice interneta, ali u današnje vrijeme je neophodan. Roditelji gube nadzor nad djecom jer su djeca često pod utjecajem vršnjaka i ako nemaju internet postaju predmet izrugivanja među svojim prijateljima. Ovdje nije riječ o zabrani interneta, nego o tome da se treba pratiti od malih nogu djece što se radi i na koji se način koristi internet.

## **4. UTJECAJ MEDIJA NA SVAKODNEVNI ŽIVOT DJECE**

U ovom poglavlju predstavljena je sama tema rada odnosno opisana je uloga i utjecaj medija na svakodnevni život i odgoj djece. Prvo je opisana i analizirana izloženost djece medijima, a nakon toga je predstavljena uloga roditelja prilikom same izloženosti djece medijima. Na samom kraju su opisani pozitivni i negativni utjecaji medija

### **4.1. Izloženost medijima**

Mediji imaju izrazito snažan utjecaj na život i odgoj djece. U svakom kućanstvu svakodnevica je postala uporaba medija. Razgovori i druženje s djecom su zamijenjeni igricama na mobitelima, uporabom interneta, gledanjem televizije... Mužić (2014) navodi kako uz razvitak sve naprednije tehnologije dolazi do iskorištavanja emotivne ranjivosti kod djece i adolescenata. Djeca su jako naivna i što god da vide na televiziji mislit će da je to istina. Nemaju još toliko razvijeno kritičko mišljenje pa ih je zbog toga lako izmanipulirati. Također, navodi kako se istovremeno uz iskorištavanje emotivne ranjivosti kod djece, zaobilazilo roditelje i njihovu ulogu u odgoju. Nove tehnologije su počele sve više ulaziti u život djece jer se sve preko nje dešava. Roditelji često posežu za njom jer nemaju vremena za igru ili druženje s djecom.

Miliša i Miličić (2010) smatraju da je današnje društvo okruženo informacijskom tehnologijom i komunikacijom koja pruža razne ili nesagledive mogućnosti u području dostupnosti informacija, cjeloživotnog obrazovanja itd. Uz malo truda svaka osoba može doći do informacije koja ju zanima, a da pritom nije potrebno previše truda. S druge strane, autori su se pozabavili argumentima da TV, Internet, tisak i radio nude sve više zabavnog, a manje obrazovnog ili informativnog sadržaja. Ne može se u potpunosti reći da mediji nude samo zabavan sadržaj, ali da se ljudi više baziraju na taj sadržaj to je istina. Svaka osoba na svijetu sama odlučuje što želi raditi i koji sadržaj želi pratiti, ali potrebno je uputiti djecu koji su sadržaji primjereni njihovim godinama, a koji ne. Naravno, potreban je zabavni sadržaj jer ipak u današnje vrijeme gdje se ljudi izvještavaju samo o lošim događajima u svijetu, o poskupljenjima i drugim raznim lošim stvarima, zabavni sadržaj dođe kao opuštanje od svega.

Djeca predškolske dobi teško razlučuju stvarno od nestvarnog i tu nastaje problem gdje počinju vjerovati u sve što vide. Osim što ne mogu razlikovati stvarno i nestvarno, također ne razlikuju

ni Photoshop. Od malih nogu su im nametnuti određeni ideali ljepote, obitelji, veza itd...Izloženi su emotivnom stresu jer ne mogu kritički promišljati. Također, poistovjećuju se sa svojim omiljenim likom iz crtića. U njemu vide tu neku dobru stranu i misle da svi trebaju biti kao on. Žive još u mašti i zato je lako s njima manipulirati. Brojne firme i razni poduzetnici prave razne igračke i kostime likova iz crtića kako bi zaradili na djeci. Tu najviše ispaštaju roditelji jer moraju ispuniti želju svog djeteta, a firme zarađuju na tome.

Djeca školskog uzrasta znaju razlikovati stvarno od nestvarnog te oni već razumiju što se sve događa na televiziji i da nije sve realno. Raising Children Network (2013) opisuje kako djeca školskog uzrasta već dosta toga razumiju i da se mogu vrlo lako uzrujati jer naprimjer ono što vide u vijestima znaju da se zapravo događa. Ne žive u mašti kao djeca u predškolskoj dobi. Bitno je naglasiti da njihova razina razumijevanja sadržaja je daleko ispod razine medija. Djeca su dosta ranjiva pred konstrukcijama realnosti. Oni svoje likove koje najviše vole gledaju kao uzore pa čak i ako ti likovi pokazuju znakove nasilja ili hiperseksualizacije, oni će to prihvatiti kao nešto dobro.

Mnogi mladi i djeca ne znaju koje sve mogućnosti im pružaju mediji. Trebaju iskoristiti sav potencijal jer putem medija mogu napredovati, naučiti nove jezike i nove stvari, ali često ih nitko ne upućuje na takve stvari. Nove tehnologije pružaju bezbroj mogućnosti, samo ih treba znati prepoznati i iskoristiti. Starije generacije nisu imale mogućnosti za takve stvari, ali danas mladi imaju sve predispozicije da budu napredni i da svoj potencijal ili talent izbruse do savršenstva.

Osim bezbroj mogućnosti koje mediji nude, tu se naravno nalazi i ta negativna strana medija. Najveća negativna strana medija je upravo manipulacija ljudima. Sve je više sadržaja u medijima koji pokušavaju izmanipulirati ljudima kako bi neke veće tvrtke ili firme imali profit od toga. Sve je se svelo na to kako zaraditi od nečega. Zabavni sadržaj je na granici senzacionalizma i ima za funkciju manipulacije jer kroz taj sadržaj se najlakše dopire do ljudi. Ljudi inače najviše prate zabavni sadržaj u slobodno vrijeme, a tad su najranjiviji. Nažalost, dokoličarenje postaje sve više trend opuštanja mladih. Također, potrebno je da čovječanstvo postane što više medijski pismeno i kompetentno jer medijska pismenost dovodi do stvaranja znanja i vještina koje sprečavaju medijsku manipulaciju.

## 4.2. Uloga roditelja

U današnje vrijeme je gotovo nemoguće izbjeći medije jer su se duboko ukorijenili u čovječanstvo. Ilišin i sur. (2001) navode kako su se mediji previše brzo proširili. Masovni mediji su postali nezaustavljivi. Iz dana u dan se događaju promjene i nastaje nešto novo. Djeca su najizloženija medijima jer nemaju svoj kritički stav te je s njima je lako manipulirati. Svakodnevno su pod utjecajem raznih oglasa i to često dovodi do preranog sazrijevanja djece. Danas se na televiziji sve prikazuje, pa čak i stvari koje nisu za djecu. Televizija je počela prenositi sve i to bez cenzure, što je jako loše. Nekada se televizija gledala samo radi zabave jer su se takvi programi prenosili, a sad je na televiziji sve. Kako bi djeca što manje imala doticaj s takvim programima, tu je potreban utjecaj roditelja. Oni trebaju ograničiti vrijeme korištenja medija i sakriti pojedine programe koji nisu prikladni za djecu. Djeca nisu svjesna koliko im mediji mogu iskriviti sliku o životu i stvoriti im nekakve ideale životne koji uopće ne postoje. Roditelji bi trebali biti na velikom oprezu jer putem medija se može raditi sve i svašta. Neki roditelji nisu ni svjesni što sve ima na medijima i na koje se sve načine mogu koristiti. I upravo zbog toga roditelje bi prije svega trebalo upoznati sa sadržajem i svim mogućnostima koje nude mediji jer jedino na takav način bi mogli znati što im djeca rade. Matyas (2015) navodi kako je baš obitelj prvo mjesto gdje se djeca susreću s medijima. Zato je potrebno educirati roditelje o medijima jer tek bi tada znali na koji način spriječiti toliki negativan utjecaj medija.

Robotić (2015) navodi kako su djeca od malih nogu jako dobro informatički pismena i bolje se razumiju u suvremenu tehnologiju te mogu vrlo lako manipulirati roditeljima. Nekada su djeca tehnologiju koristila samo kako bi izvršavala nekakve zadatke ili za zabavu, a danas ih upotrebljavaju kontinuirano kao način života. Također, neki roditelji od malih nogu svoje djece prakticiraju korištenje medija, a da nisu ni svjesni kako mala djeca upijaju sve. Od pokreta glumaca, njihovog ponašanja, načina govora pa čak stvaraju svoje ideale koji nemaju veze sa stvarnošću. Tu nastaje problem jer djeca kad stvore određene ideale, smatraju da sve što napravi ta osoba, glumac ili lik iz crtića je dobro, pa čak i ako je to loše ponašanje. Zbog takvih stvari roditelji ne bi trebali rano djecu stavljati pred ekran jer djeci prije svega treba objasniti što smiju gledati i da događaji na televiziji nisu stvarni.

Ciboci, Kanižaj i Labaš (2011) navode kako se roditelji često osjećaju bespomoćno kad su u pitanju mediji. Osjećaju se bespomoćno jer znaju da su mediji potrebni za sve, ali boje se negativnog utjecaja. Ne znaju na koji način ograničiti dijete niti kako pratiti što radi na pojedinim medijima. I upravo zbog toga roditelje treba educirati o medijima i o svemu što nude.

Sindik (2012) navodi kako roditelji imaju glavnu ulogu u medijskom opismenjavanju djece, a prije svega oni bi trebali biti jako dobro medijski pismeni. Također, osim roditelja smatra da odgajatelji u vrtićima imaju znatnu ulogu u suzbijanju lošeg utjecaja medija. Oni i roditelji bi trebali međusobno surađivati kako bi imali više efekta na djecu. Nadalje, Sindik i Veselinović (2010) smatraju da su uvid u izloženost djece medijima i njihovo mišljenje o efektima koje određeni medijski sadržaj ima na djecu, važna polazišta upravljanja utjecajima medija na djecu predškolske dobi. Smatraju da to pomaže pri suzbijanju negativnih utjecaja medija jer su im tada djeca pod kontrolom.

Medije ne možemo same po sebi okarakterizirati ni lošima ni dobrima. To sve ovisi o korisniku medija i na koji način ih on koristi. Također, ovisi i o tome koliko korisnik razumije medije i shodno tome je podložan određenoj manipulaciji medija. Blažević (2012) smatra kako ljudi djeci dopuštaju upotrebu medija kako ne bi bila izolirana od svijeta. Ona je u svom istraživanju pisala o djevojčici Klari koja se s medijima prvi put susrela tek kad je imala godinu dana i to na inzistiranje bake i djeda. Baka i djeda su smatrali da ako se dijete ne upozna s televizijom, bit će izvan društva odnosno bit će izolirano od svijeta, a nisu to shvatili kao provođenje više vremena djeteta s roditeljima ili bakom i djedom. Problem leži u tome što ljudi slijepo prate trendove ne znajući kakve sve štetne utjecaje imaju. Nije problem što smo mi ljudi okruženi tehnologijom, nego to što uistinu ne razumijemo negativne utjecaje medija i to što želimo pripadati društvu bez obzira kakvo je to društvo.

Dalo bi se zaključiti da djeca previše koriste medije bez odobrenja roditelja. Mnogim roditeljima nije strano da ne porazgovaraju s djecom o tome što su vidjeli na televizoru, da im ispričaju nekakve događaje ili da im opišu likove koje prate. Problem nesvjesnosti roditelja ostavlja duboke posljedice na djecu jer djeca gledaju neke sadržaje kojih se čak i plaše, a da su njima namijenjeni. Potrebno je dosta opreza jer mediji znaju gdje ljudi imaju najslabiju točku da ih se izmanipulira zato je potrebno prvo raditi s roditeljima, pa tek onda s djecom.

### 4.3. Pozitivni utjecaji medija

Sve se više govori o negativnim stranama medija i njihovim rizičnim utjecajima, pa se često zapostavljaju one dobre i pozitivne strane. Mediji nude razne mogućnosti od obrazovanja do stjecanja raznih vještina i to za sve ljude bez obzira na dob, vjeru, boju kože... Mediji stvaraju povoljne uvjete za razvoj djece te omogućuju da razumiju stvari kao što su ratovi, nuklearne prijetnje, bolesti, gladi, siromaštvo i slično. Nadalje, Hoffman (2014) navodi kako mediji pružaju djeci čak mogućnost sudjelovanja na kulturnim događajima, kako nacionalnim tako i međunarodnim. Također, smatra da su mediji postali jedno od važnih obrazovnih okruženja zajedno s obitelji i školom. Mediji stvaraju bolje obrazovanje za djecu odnosno ima različitih načina kako učiti preko medija. Od nastavnih programa za učenje i vježbe do raznih igara koje pomažu u savladavanju gradiva.

Prva pozitivna strana što mediji pružaju učenje novih vještina. Lakše se i brže usvajaju preko Interneta jer ima više sadržaja i mogućnosti za savladavanje gradiva. Djeca povezuju ono što vide i čuju te zato lakše usvajaju gradiva i savladavaju nove jezike. To znači da djeca imaju iznimno dobre predispozicije za učenje putem medija. Fusion (2016) prema Đuran, Koprivnjak i Maček (2019) navodi kako djevojčica od 14 godina po imenu Adilyn Malcom naučila nove plesne korake putem videa na Youtubeu. Kad je krenula plesati nije razumjela korake odnosno nije shvaćala zašto se baš tako pleše i onda je samo ponavljala korake identično kao izvođači sve dok nije usvojila sve korake. Iz ovog možemo vidjeti kako djeca djeluju prema onome što vide jer tako lakše nauče nove stvari. Lakše im je učiti uz predočavanje stvari, nego da nešto pročitaju jer tako gube koncentraciju i često im bude dosadno i nezanimljivo. Čak i ne mora im biti sve jasno što vide, ali ako im je zanimljivo vrlo brzo će naučiti bilo to nekakve plesne korake, sadržaj ili možda neki novi jezik. Nadalje, Ghorbani (2011) prema Đuran, Koprivnjak i Maček (2019) govori o dječaku Morteza od 12 godina koji je porijeklom iz Irana kako je gledao crtane filmove s prijevodom. Prvo ih je gledao na engleskom jeziku, a zatim na perzijskom. Najprije dječak nije htio gledati crtane filmove s prijevodom, ali na kraju je pristao. Putem perzijskog prijevoda je provjeravao svoje poznavanje riječi na engleskom jeziku. I nakon dvije godine dječak je toliko napredovao da sada zvuči kao 12-godišnji izvorni govornik engleskog jezika. Ovo je isto jedan lijep primjer u kojem vidimo da se putem medija može naučiti kompletan novi jezik. Dovoljno je pratiti omiljeni film, seriju ili crtani na nekom drugom jeziku i na takav način savladati taj jezik odnosno postati izvorni govornik tog jezika.



Osim crtanih filmova tu su također i dokumentarni filmovi koje djeca obožavaju gledati. Iz njih uče o drugim narodima, religijama, njihovim običajima, njihovu povijest odnosno dokumentarni filmovi obuhvaćaju sve ono što bi djeca trebala znati iz geografije, kartografije i povijesti. Također, tu su i razni kvizovi koji pomažu djeci u stjecanju novog znanja.

Djeca mogu preko Interneta čitati razne knjige. Više ne moraju odlaziti u knjižnicu po svoju omiljenu knjigu, nego sada je dovoljno samo napisati naslov knjige na Internet i ona je već tu. Ima jako puno elektroničkih knjiga koje su besplatne i pružaju mnogobrojne sadržaje. Tom sadržaju mogu pristupiti svi samo je potreban uređaj koji ima pristup Internetu. U današnje vrijeme korisnik s pojavom Interneta nema nikakvog ni vremenskog ni prostornog ograničenja kako bi mogao pristupiti nekakvim informacijama koje ga zanimaju i da nauči nešto novo. Internet pruža toliko puno sadržaja, a svaka osoba može uz malo truda doći do svega što ga zanima.

Osim što se na Internetu može naučiti puno toga i pronaći bezbroj informacija, također mogu se pronaći i kvalitetni sadržaji koji djecu upućuju na to kako se trebaju ponašati prema roditeljima, starijima, prijateljima i na kraju sami prema sebi. Ima dosta emisija i serija koje su edukativnog sadržaja i pružaju mnoštvo novog saznanja koje čak ne bi mogli naći ni u knjigama. Ima dosta humorističnih serija koje ruše predrasude i stereotipe o ljudima i životu općenito te analiziraju uloge pojedinaca u društvu, pa tako i djece. Naprimjer, imamo seriju Moderna obitelj gdje su prikazana djeca koja su različitog karaktera i stava prema svijetu te dolaze iz različitih obitelji. Imamo djecu Luke, Alex i Hayley koja dolaze iz tipične američke obitelji koja posjeduje veliku kuću, predivno dvorište, a roditelji su uvijek zauzeti s poslom da nemaju previše vremena za djecu. Onda imamo djevojčicu Lily koja je dijete dvojice homoseksualaca, a Manny i Joe su polubraća. Manny je Glorijin sin iz prvog braka, a Joe je dijete 60-godišnjaka i mnogo mlađe djevojke Glorije koja je Kolumbijka. Serija prikazuje svakodnevni život i izazove koje su stavljena pred djecu. Prikazuje sve uspone i padove koje čovjek doživi tijekom života. Djeca su u svakoj epizodi izložena raznim životnim situacijama koje nisu nimalo lake, ali ipak se sve riješi na kraju. Svaka epizoda bez obzira koliko bila humorističnog karaktera, nosi ispravnu poruku u kojoj su sva djeca dobra bez obzira iz koje su obitelji i tko su im roditelji.

#### 4.4. Negativni utjecaji medija

Suvajdžić (2016) navodi kako su mediji i medijski uređaji, internet i mobitel postali vrlo važni u socijalizaciji odnosno postali su važni čimbenici socijalizacije. U potpunosti su preuzeli svakodnevicu čovjeka te su postali nezaobilazna sredstva informiranja, utječu na vrijednosti i stavove, oblikuju društvena ponašanja...Burić (2011) naziva medije kao novom društvenom institucijom koja se nametnula u socijalizacijskom procesu. Mediji su počeli upravljati životom ljudi jer bez medija ljudi ne znaju ponašati, sve im je vezano uz njih.

Mnoge su pozitivne stvari što se tiče medija, ali ima i ta negativna strana koja dovodi do velikih posljedica kod djece. Mediji često prikazuju jedan nerealan svijet u kojem je sve bajno odnosno ništa nije realno, ali djeca to teško razumiju. Ta virtualna stvarnost koja se razlikuje od realnog života može stvoriti opasne rizike za psihološki i fizički razvoj kod djece. Bradea i Blandul (2015) navode neke negativne strane kao što su slaba sposobnost slušanja, nesposobnost razlikovanja virtualnog od realnog svijeta, smanjenje socijalne interakcije jer sva potrebna komunikacija s ljudima se događa preko raznih aplikacija i mreža. Stančić i sur. (2007) navodi kako smanjenje socijalne interakcije dovodi do otuđenja jer nema više interakcije „licem u lice“. Također, to dovodi i do gubitka komunikacijskih vještina i teškog snalaženja u društvu. Osim što se smanjuje socijalna interakcija, dolazi i do manjka samopouzdanja i pozitivne slike o sebi. Previše je savršenstva prikazanog na društvenim mrežama, a da to uopće u stvarnosti nije tako. Mediji sve više nude savjete kako izgledati ljepše, mlađe, vitkije, mišićavije...Prikazuju da je jedino bitno u životu izgledati lijepo. Ljepota je stavljena na prvo mjesto, a uspjeh, pamet i talent je ostao u potpunosti zanemaren. Stvaraju se pogrešni ideali, a da se ne razumije da ti ideali ne izgledaju tako, nego da je to sve marketing. Nadalje, Sigman (2010) navodi također jednu negativnu stranu uporabe medija, a ona je ta da djeca sve više tijekom gledanja televizije gube volju za fizičkom aktivnošću. Često se prejedaju s nezdravim namirnicama koje dovode do prekomjerne tjelesne težine i do pogoršanja zdravlja.

Prema Stančić i sur. (2007) najveća negativna strana medija je ta izloženost djece raznim hakerima. Hakeri mogu vrlo lako do raznih podataka i mogu napraviti jako velik problem i djetetu i njegovoj obitelji. Djeca su vrlo lakovjerna i naivna, a hakeri sposobni da izvuku svaku informaciju koju žele od djece kako bi postigli svoj cilj. Nažalost, poznate su scene gdje hakeri samo s jednim podatkom mogu ući u bilo koji račun i napraviti velike štete. Jako je bitno upozoravati djecu da se ne javljaju na svakakve pozive i da ne odgovaraju na poruke nepoznatih ljudi jer iza naočigled pristojnih i dobronamjernih ljudi se kriju osobe koje su izuzetno sposobne

napraviti velike probleme. Nadalje, jedan veliki problem je i nasilje preko Interneta. Matyas (2015) navodi kako ovakav način nasilja utječe na dječje opće funkcioniranje i pojam o sebi te ga može dovesti do teške depresije. Postoje mnogi ljudi koji imaju razne lažne profile, a također djeca u pubertetu su podložena tome da izruguju djecu koja se po bilo čemu razlikuju od njih. Sposobni su napraviti lažni profil i napakostiti određenoj osobi koja im se ne sviđa. Tu je potrebna intervencija roditelja jer jedino oni mogu pratiti što im djeca rade odnosno mogu ih imati pod kontrolom. Razni su primjeri djece žrtava nasilja preko interneta koja imaju traume za cijeli život. Djeca ne shvaćaju da šala nekada zna biti uvredljiva i da može dovesti osobu do toga da nudi sama sebi. Problem je što internet može svatko koristiti i što se profili na društvenim mrežama prave s nevjerovatnom lakoćom.

Manipulacija medijskog sadržaja je također jedna jako negativna strana medija jer mediji često preuveličavaju i iskrivljuju činjenice. Ne prenose uvijek istinite stvari, a ljudi vjeruju u sve što čuju. Miliša, Tolić i Vertovšek (2009) smatraju kako su mediji vrsni manipulatori jer im je cilj rušenje svake razumnosti te umjesto kreativnog i maštovitog provođenja slobodnog vremena nameću dokoličarenje, prosječnost i banalnost. Mediji su jako opasni pogotovo danas jer je sve postalo marketing, a djeca tu najviše ispaštaju jer zbog svog psihofizičkog razvoja nisu sposobni razumjeti sav manipulativan sadržaj koji mediji plasiraju u javnost.

## **5. METODOLOGIJA**

### **5.1. Cilj istraživanja**

Cilj istraživanja je ispitati kako mediji utječu na svakodnevni život učenika odnosno koje sve medije učenici koriste. Istražilo se koliko vremena učenici provode na internetu i koje medije najčešće koriste. Također se ispitalo na koji način roditelji provjeravaju kako djeca koriste medije.

### **5.2. Hipoteze**

Za potrebe ovog istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze:

Hipoteza 1.

Očekuje se da učenici najčešće koriste internet od svih navedenih medija.

Hipoteza 2.

Očekuje se da su učenici upoznati s opasnostima na Internetu.

Hipoteza 3.

Očekuje se da dječaci provode više na računalu/mobitelu.

Hipoteza 4.

Očekuje se da roditelji više prate aktivnost djevojčica na internetu.

Hipoteza 5.

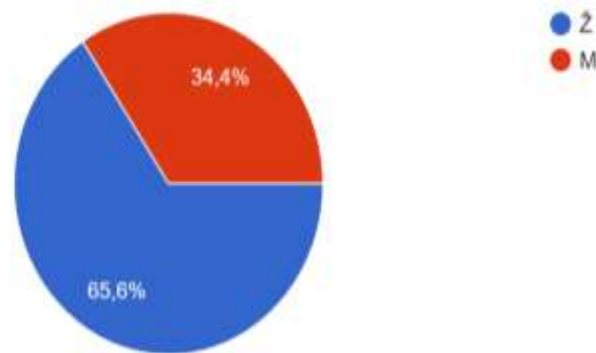
Očekuje se da dječaci provode više vremena na internetu.

Hipoteza 6.

Očekuje se da roditelji postavljaju djeci određena ograničenja u korištenju medija.

### 5.3. Sudionici

U istraživanju je sudjelovalo 64 učenika u starosti od 15 do 17 godina. Od ukupnog broja ispitanika, 22 je muških i 42 ženskih ispitanika. Svi su ispitanici učenici Osječke III. gimnazije.



*Grafikon 1. Spol ispitanika*

### 5.4. Instrument

Kao mjerni instrument, korišten je anketni upitnik koji je osmišljen i napravljen za potrebe ovog istraživanja (prilog 1). Anketni upitnik je modificiran i napravljen je po uzoru na anketni upitnik Jurjević Marije (2018). Anketni upitnik pokriva područja: sociodemografska obilježja učenika, vrste medija koje učenici koriste, vrijeme provedeno na pojedinim medijima, svrha korištenja medija, roditeljska ograničenja i kontrola te komunikacija povezana s medijima. Upitnik se sastoji od 24 pitanja.

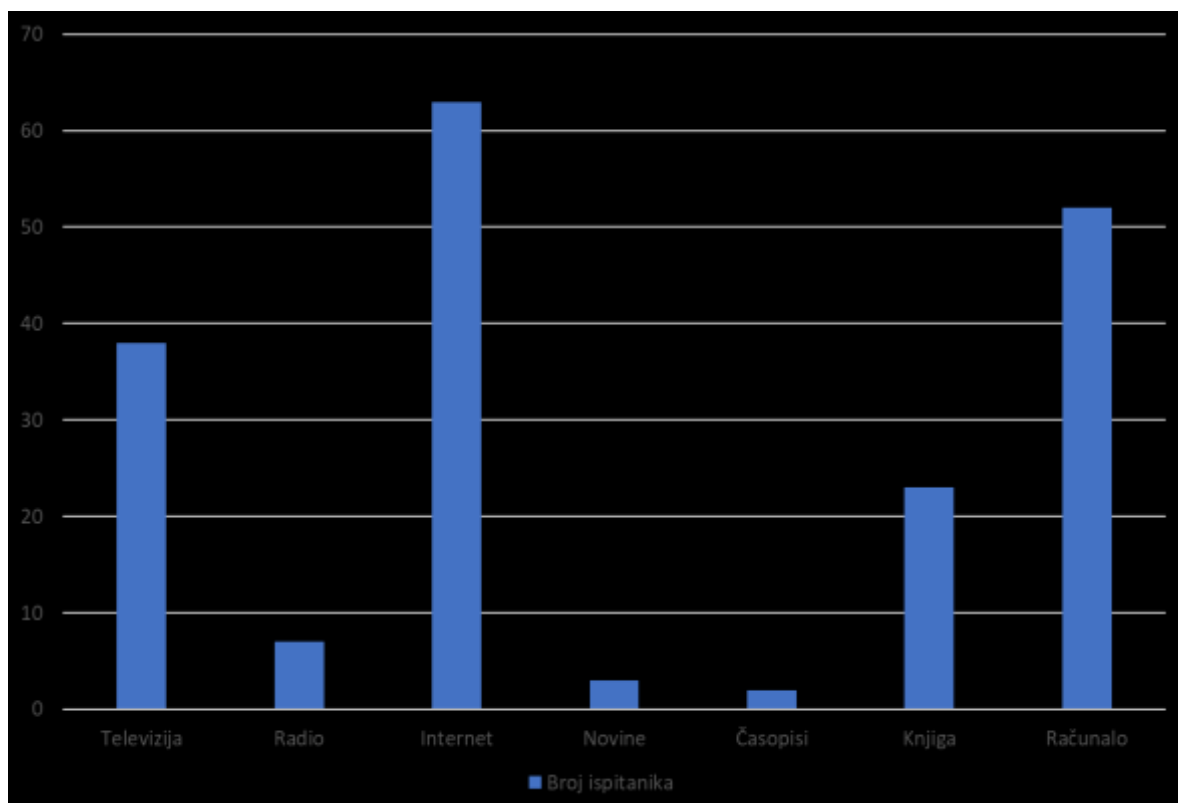
## 5.5. Postupak

Istraživanje se provelo u lipnju 2022-e. Provedeno je u III. gimnaziji u Osijeku s učenicima prvih razreda. Anketni upitnik stavljen je u grupu prvih razreda kako bi mu mogli pristupiti svi učenici. Anketni upitnik je bio u obliku Google Forms te su učenici online ispunjavali upitnik. Za samu obradu podataka od prikupljenih anketnih upitnika učenika se koristio IBM SPSS softver za analizu i statistiku, a podaci su prikazani deskriptivnom statističkom analizom.

## 5.6. REZULTATI

### 5.6.1. Deskriptivna analiza podataka

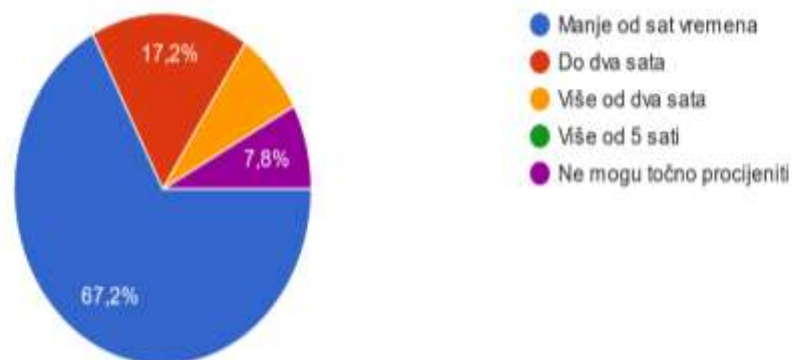
### 5.6.2. Analiza korištenja medija



Graf 2. Korištenje medija

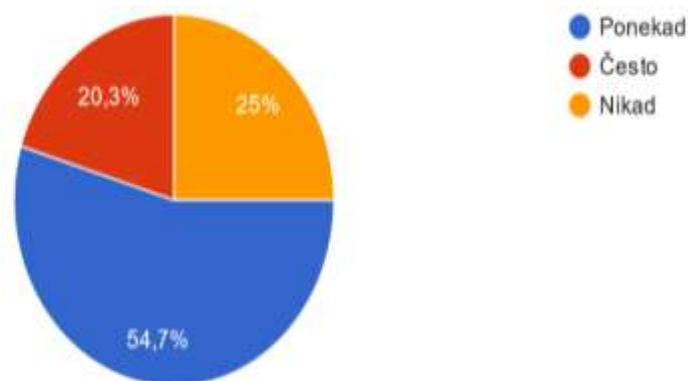
Analiza odgovora učenika pokazala je kako od ukupno 64 učenika, njih 98,4% najviše koristi Internet. Očekivalo se da će učenici izabrati Internet kao medij koji najviše koriste i ovo je samo potvrda je koliko on popularan kod mladih. Drugi najzastupljeniji medij je računalo, a njega koristi 81,3% učenika. Ovaj rezultat je pokazao da računalo ne zaostaje puno za internetom te da ga učenici uobičajaju koristiti. Nakon računala, uslijedila je televizija koja je također brojkom zastupljen mediji među učenicima, a koristi ju 59,4% učenika. Odmah nakon televizije, uslijedio je medij knjiga koju koristi 35,9% učenika. Zbog pojave e-knjiga ovaj medij je slabije zastupljen među učenicima te rijetko tko želi više ići u knjižnicu i tražiti svoju omiljenu knjigu. Sve knjige se mogu čitati na Internetu tako da je mladima sve dostupno u par klikova. Samo 10,9% učenika se izjasnilo da koristi medij radio. To je bilo za očekivati jer danas je radio jako malo zastupljen među mladima. Radio se eventualno sluša tijekom vožnje ili u kafiću. Za medije novine i časopis se jako malo učenika izjasnilo da ih koristi, od kojih je za novine 4,7%, a za časopis 3,1% učenika. Ovim rezultatom je potvrđena H1: *Očekuje se da učenici najčešće koriste Internet od svih navedenih medija.*

### 5.6.3. Analiza gledanja TV-a



Grafikon 3. Učestalost gledanja TV-a

Duch i sur. (2013) navode kako je vrijeme ispred ekrana svakodnevna pojava u životu djece. Analizom odgovora učenika o korištenju televizije se došlo do rezultata da njih (67,2%) manje od sat vremena dnevno gleda televiziju. Iznenadujuće mali postotak učenika (17,2%) gleda televiziju do dva sata, a njih (7,8%) televiziju gleda više od dva sata i također (7,8%) ne može točno procijeniti koliko dnevno gleda televiziju. Dobiveni su jako zanimljivi rezultati jer se i očekivao takav postotak da najviše učenika provede samo sat vremena za televizijom. Televizija je postala sve manje zastupljenija među mladima jer je Internet omogućio gledanje raznih filmova i serija preko mobitela i računala. Danas je televizija postala kao „ukras“ kućanstva koji samo služi da bude upaljen bez obzira gledali ga netko ili ne. Nema se više vremena za praćenje serija ili filmova putem televizije jer na internetu imaju dostupne sve epizode, tako da više nitko s nestrpljenjem ne očekuje nove epizode.



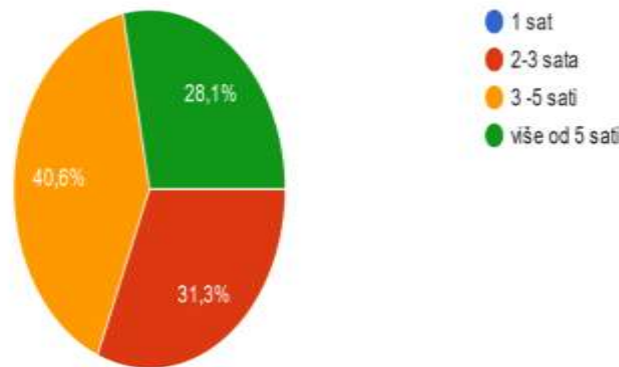
*Grafikon 4. U našem domu -TV je upaljen i kad ga nitko ne gleda*

Ispitujući rezultate je li televizija upaljena i kad ju nitko ne gleda, došlo se do rezultata da 54,7% učenika ponekad drži televiziju upaljenom i kad ju ne gleda, a 25% učenika nikad ne drži televiziju upaljenom te njih 20,3 % televiziju često drže upaljenom iako ju ne gledaju. Brojka od 54,7% se očekivala jer u svakom kućanstvu je TV ponekad upaljen bez da ga itko gleda. Danas mnogi ljudi upale televiziju kako se ne bi osjećali usamljeno ili su navikli da je



upaljena u pozadini. Jako tužno da nam neki medij služi samo kako bi bio upaljen bez ikakve koristi, ali ovakvi rezultati su se mogli očekivati s obzirom na razvoj ostalih medija i na užurbani način života.

#### 5.6.4. Analiza vremena provedenog na računalu ili mobitelu

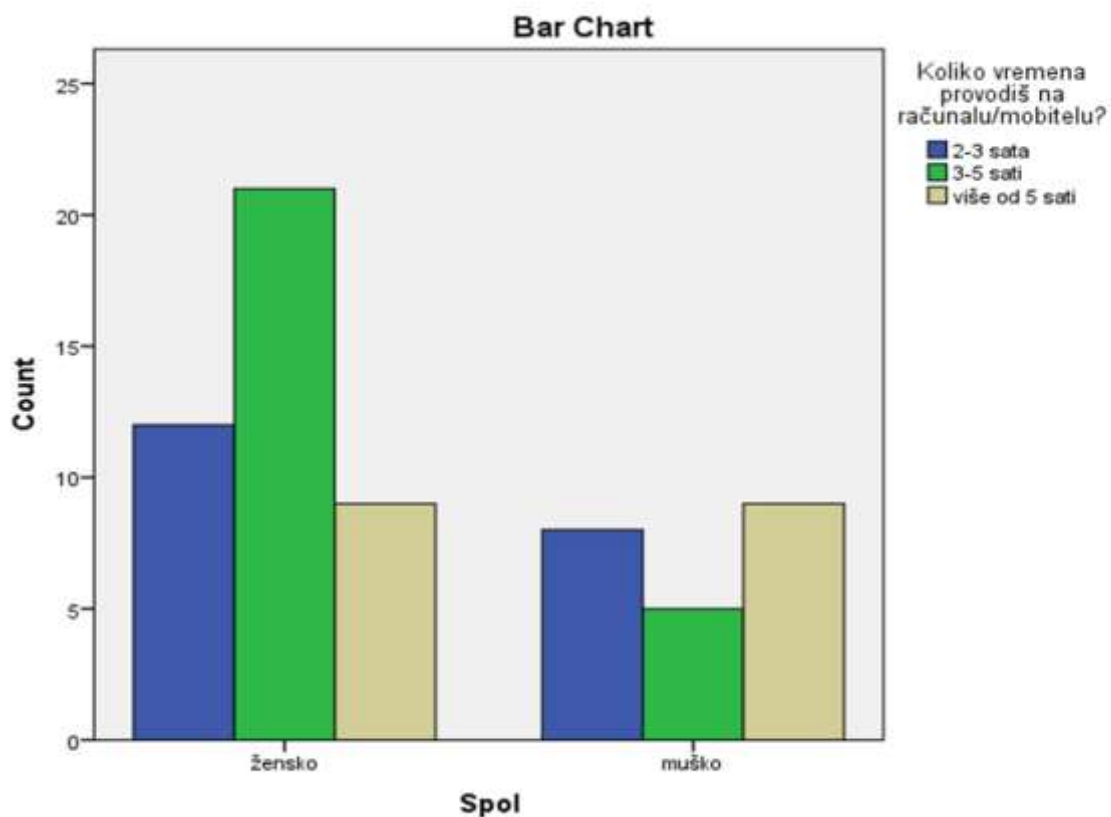


*Grafikon 5. Provedeno vrijeme na računalu ili mobitelu*

Analizom odgovora učenika na tematiku provedenog vremena na računalu ili mobitelu došlo se do rezultata da njih 40,6% provodi tri do pet sati na računalu ili mobitelu. Samo njih 31,3% provodi dva do tri sata na računalu ili mobitelu, a njih 28,1% provodi čak i više od pet sati. Nezamislivo je pomisliti da učenici provedu toliki vremenski period pred ekranom, ali ovakvi su se rezultati mogli očekivati jer su računala i mobiteli postali dio svakodnevice mladog čovjeka. Rezultati su samo dokaz kako su djeca spremna većinu svog dana provesti koristeći medije. Može se zaključiti da je život u 21. stoljeću nemoguć bez upotrebe računala ili mobitela.

### 5.6.5 Analiza provedenog vremena na računalu ili mobitelu s obzirom na spol ispitanika

Uspoređujući ispitanike koji provode dva do tri, tri do pet i više od pet sati na računalu ili mobitelu proučavana je povezanost s obzirom na spol ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika ženskog spola njih 28,6% se izjasnilo da dnevno provede na računalu dva do tri sata. Njih 50% se izjasnilo da provede dnevno tri do pet sati na računalu ili mobitelu dok samo 21,4% ispitanica provede dnevno više od pet sati. Nadalje, od ukupnog broja ispitanika muškog spola njih 36,4% provede dnevno dva do tri sata na računalu ili mobitelu. 22,7% ispitanika se izjasnilo da provede tri do pet sati dnevno na računalu ili mobitelu te njih 40,9% dnevno provede više od pet sati na računalu/mobitelu. (Tablica 1). Koristeći hi kvadrat test utvrđeno je da ne postoji povezanost između spola ispitanika i vremena koje provode na računalu/mobitelu. Vrijednost p iznosi 0,08 i time je veća od 0,05 te se može zaključiti da povezanost nije statistički značajna i ne može se utvrditi. (Tablica 2). Hipoteza 3 je odbačena.



Graf 6. Analiza provedenog vremena na računalu ili mobitelu s obzirom na spol ispitanika.

Tablica 1: Opaženi i očekivani postotak ispitanika s obzirom na spol i vrijeme koje provode na računalu/mobitelu.

**Spol \* Koliko vremena provodiš na računalu/mobitelu? Crosstabulation**

		Koliko vremena provodiš na računalu/mobitelu?			Total	
		2-3 sata	3-5 sati	više od 5 sati		
Spol	žensko	Count	12	21	9	42
		Expected Count	13,1	17,1	11,8	42,0
		% within Spol	28,6%	50,0%	21,4%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na računalu/mobitelu?	60,0%	80,8%	50,0%	65,6%
		% of Total	18,8%	32,8%	14,1%	65,6%
muško		Count	8	5	9	22
		Expected Count	6,9	8,9	6,2	22,0
		% within Spol	36,4%	22,7%	40,9%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na računalu/mobitelu?	40,0%	19,2%	50,0%	34,4%
		% of Total	12,5%	7,8%	14,1%	34,4%
Total		Count	20	26	18	64
		Expected Count	20,0	26,0	18,0	64,0
		% within Spol	31,2%	40,6%	28,1%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na računalu/mobitelu?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	31,2%	40,6%	28,1%	100,0%

Tablica 2: Prikaz p vrijednosti dobivene hi kvadrat testom.

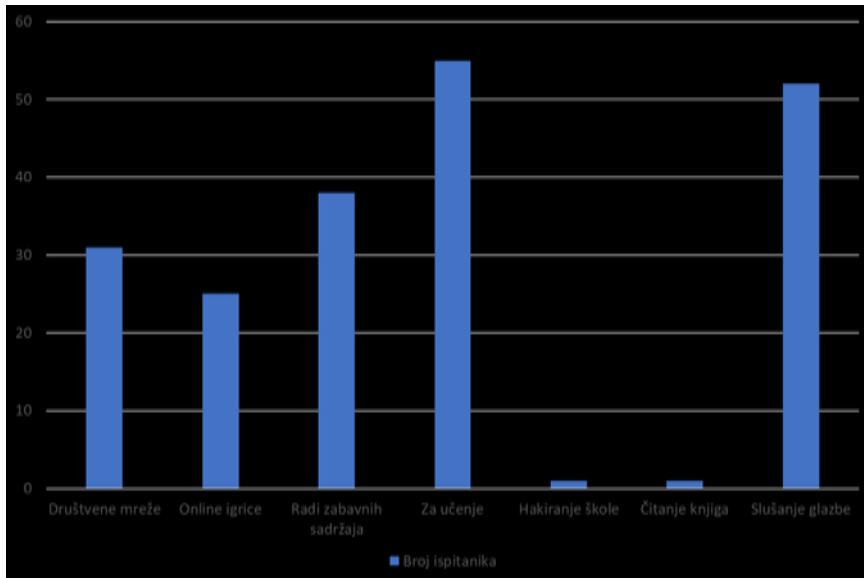
**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,872 <sup>a</sup>	2	,088
Likelihood Ratio	5,036	2	,081
Linear-by-Linear Association	,328	1	,567
N of Valid Cases	64		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,19.

$p=0,088$ ,  $p>0,05$

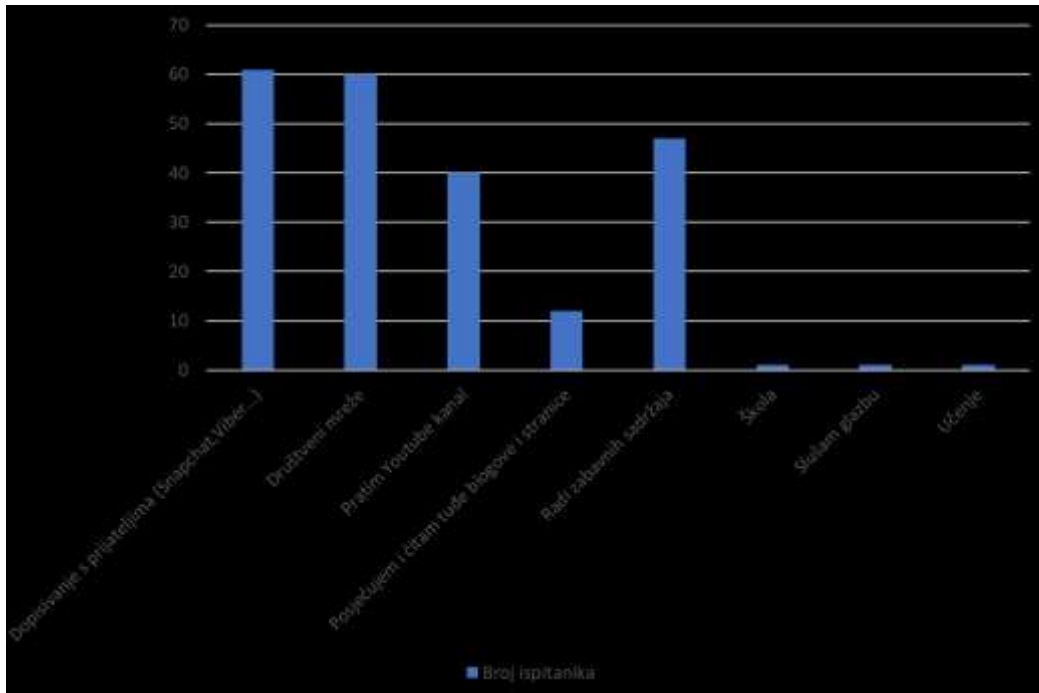
### 5.6.6. Analiza svrhe korištenja računala



Graf 7. Svrhe korištenja računala.

Jako velik postotak učenika (85,9%) koristi računalo za učenje. Vrlo zanimljiva brojka koja dokazuje da se na računalu može i učiti i zabavljati. Računalo pruža razne programe preko koji se lakše i brže uči. Danas svako kućanstvo posjeduje barem jedno računalo jer se život počeo odvijati online. Njih 59,4% koristi računalo radi zabavnih sadržaja. Vidljivo je da više od polovice učenika koristi računalo radi zabave i iz razonode jer se opuštaju uz njega. Računalo samo zbog društvenih mreža koristi njih 48,4%, a zbog online igrica ga koriste 39,1% učenika. Žalostno je da danas mladi upotrebljavaju pojedine medije kako bi se dobro uslikali i igrali igrice. Svoje slobodno vrijeme odlučuju trošiti na društvene mreže umjesto da ga kvalitetnije troše odnosno u svrhe unapređenja svog znanja. Vrlo je mala brojka što se tiče korištenja računala za hakiranje škole, slušanje glazbe i čitanje knjiga od kojih je za hakiranje škole 1,6%, također je i 1,6% za slušanje glazbe na računalu i čitanje knjiga.

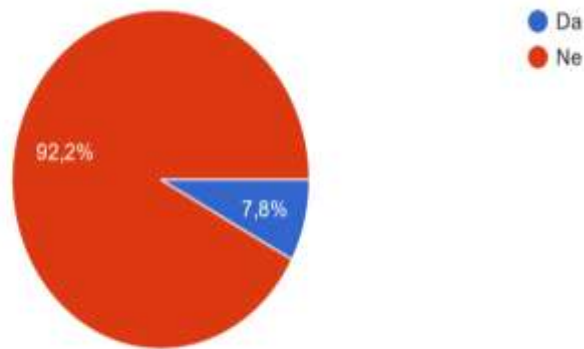
### 5.6.7. Analiza svrhe mobitela



Graf 8. Svrhe korištenja mobitela.

Miliša i Milačić (2010) navodi kako mladi ne mogu živjeti bez mobitela. Smatraju da im je mobitel postao ovisnost. Analizom odgovora učenika se utvrdilo da njih 95,3% mobitel koristi kako bi se dopisivali s prijateljima i to preko društvenih mreža kao što su Snapchat, Instagram, Facebook, Viber... Njih 93,8% se izjasnilo da mobitel koristi samo zbog Društvenih mreža te iz ovih podataka se može zaključiti kako se mobitel prioritetni koristi kako bi se bilo aktivno na društvenim mrežama i u svrhe dopisivanja s prijateljima. 73,4% učenika se izjasnilo da im mobitel služi radi zabavnih sadržaja, a njih 62,5% prati Youtube kanala preko mobitela. Može se zaključiti da učenici smatraju mobitel kao neku vrstu razonode, a ne nešto preko čega bi se učilo i čitalo nešto zanimljivo. Što se tiče posjećivanja i čitanja tuđih blogova preko mobitela tu je nešto manja brojka, a ona iznosi 18,8%. Te na kraju jako malo učenika koristi mobitel kako bi slušao glazbu, učio i radi škole. Za svaku navedenu stavku je 1,6%. Iz ovih rezultata se može vidjeti da mladi ne znaju koristiti mobitel u svrhe unapređenja svog znanja. Mobitel je postao zabava i stvar koju danas svatko mora imati bez obzira zna li se koristiti njime.

### 5.6.8. Analiza provjeravanja mobitela od strane roditelja



*Grafikon 9. Provjeravanje mobitela od strane roditelja*

Ispitujući učenike imaju li nadzor roditelja prilikom korištenja mobitela došlo se do zanimljivih podataka. Čak 92,2% učenika se izjasnilo da im roditelji provjeravaju mobitel, a njih 7,8% je napisalo da im roditelji ne pregledavaju mobitel. Ovakvi rezultati su očekivani jer roditelji moraju imati nadzor nad svojom djecom. Nemoguće je ne razgovarati s djecom o tome što rade na mobitelu jer danas je sve postalo previše dostupno. Često djeca nailaze na neprikladan sadržaj, a da ni ne znaju da je neprikladan. Roditelji trebaju staviti zabranu na određeni sadržaj kako bi se izbjegle neugodne posljedice kod djece. Nadalje, također se ispitalo iz kojeg razloga roditelji provjeravaju mobitel te se došlo do zanimljivih odgovora. Učenici su najviše pisali da roditelje zanima s kim se oni sve čuju i dopisuju, jer danas je previše lažnih profila koji se predstavljaju kao savršene osobe, a djeca su dosta lakovjerna. Nadalje, roditelji provjeravaju mobitele djecu jer žele biti sigurni da im djeca odgovorno koriste društvene mreže odnosno žele vidjeti što objavljuju i koga sve imaju na društvenim mrežama. Također, žele provjeriti prati li se primjeren sadržaj jer sve je danas bez cenzure i moguće je pratiti sve sadržaje bez obzira na dob. Naravno najviše prate što im djeca rade na mobitelu zbog njihove sigurnosti jer žele spriječiti rizične stvari na vrijeme.

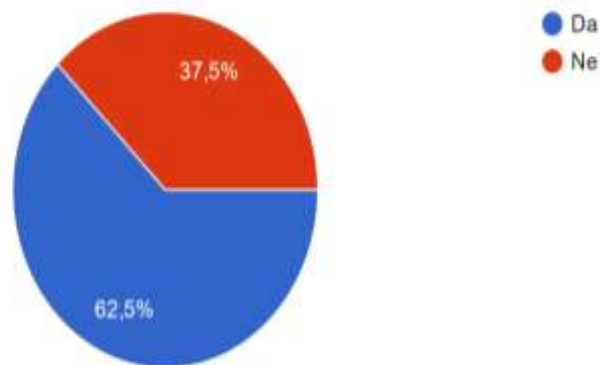
### 5.6.9. Analiza provođenja vremena na tabletu/pametnom telefonu



Grafikon 10. Ograničeno vrijeme na tabletu/pametnom telefonu.

Na pitanje o provođenju vremenu na tabletu/pametnom telefonu 79,7% učenika se izjasnilo da nema ograničenja u korištenju tableta/pametnog telefona, a njih 10,9% se izjasnilo da u dogovoru s roditeljima ne smiju dugo koristiti tablet/pametni telefon. Iznenadjujući je podatak da čak 79,7% djece nemaju ograničenje koliko smiju biti na tabletu/ pametnom telefonu. Roditelji nisu svjesni koliko svojim neograničavanjem stvaraju ogromne posljedice za svoje dijete. Previše se provodi vremena na tabletu/pametnom telefonu i zbog toga se djeca sve manje bave fizičkom aktivnošću i postaju troma. Slobodno vrijeme su zamijenili pametnim telefonom umjesto fizičkom aktivnošću. Samo njih 9,4% je napisalo da kada roditelji vide da djeca predugo koriste tablet/pametni telefon, onda im ga oduzmu. Roditelji trebaju brinuti što djeca gledaju na tabletama i pametnim telefonima jer previše je opasnih i neprimjerenih sadržaja koje im djeca mogu pratiti i poprimiti takve obrasce ponašanja.

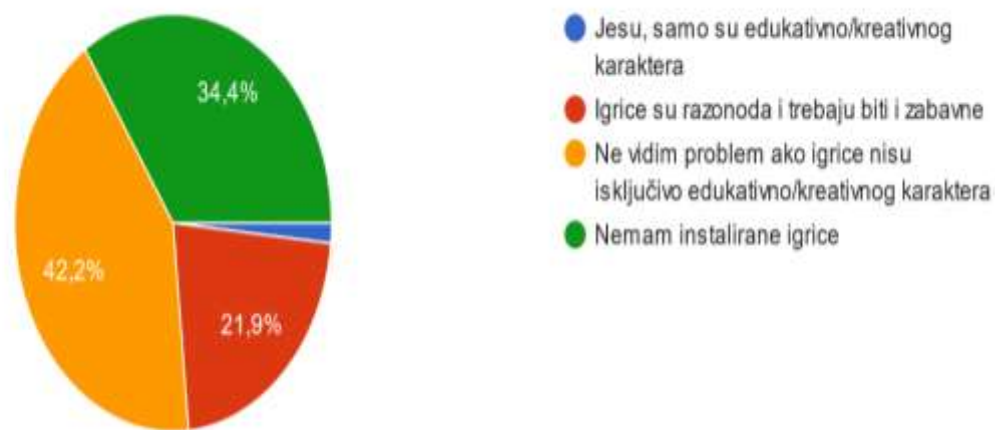
### 5.6.10. Analiza igrice na tabletu/računalu



*Grafikon 11. Igram igrice na tabletu/računalu*

62,5% učenika se izjasnilo da ima na tabletu/računalu instalirane igrice. Može se zaključiti da je ovo jako velik i zabrinjavajući postotak učenika koji ima instalirane igrice na tabletu/računalu. Učenici koji često igraju igrice postaju jako pasivni te imaju slabu komunikaciju s vršnjacima. Danas mnoga djeca zarađuju novac putem igrice i tu se stvara opsesija igricama. Djeca uzimaju obrasce ponašanja likova iz igrice te gledaju razne opasne i uznemirujuće scene na igricama. Potrebno je pregledavati kakve djeca igraju igrice jer ima raznih igrice koje imaju uznemirujuće sadržaj i stvaraju stres kod djece. Nadalje, samo 37,5% učenika je napisalo da nema nikakve igrice instalirane na računalu/tabletu. Nije nužno da djeca ne igraju nikakve igrice, ali je važno da je to u granicama.

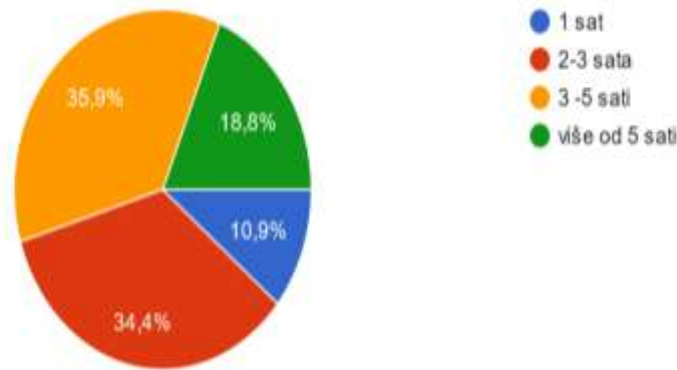




*Grafikon 12. Sadržaj igrica koje djeca koriste.*

Propitivajući sadržaj igrica koje učenici koriste došlo se do rezultata da njih 42,2% ne vidi problem ako igrice nisu isključivo edukativnog/kreativnog sadržaja. Učenici misle da igrice moraju služiti isključivo za zabavu, a ne za razvijanje logičnog razmišljanja i učenja. Postoje mnoge igrice koje potiču razvoj misaonih procesa, pospješuju usklađivanje osjetila i motorike te doprinose razvoju inteligencije. Kvalitetne igrice moraju biti dosta zagonetne odnosno moraju imati dosta zamki koje se moraju rješavati logikom i razmišljanjem. Njih 34,4% se izjasnilo da nemaju instalirane igrice te 21,9% učenika je napisalo da su im igrice razonoda i trebaju i biti zabavne. Igrice i jesu za zabavu, ali trebaju imati dozu kreativnosti i dozu edukativnog karaktera. A vrlo mali broj učenik odnosno samo 1,6% je napisao da ima igrice koje su edukativnog/kreativnog karaktera.

### 5.6.11. Analiza vremena na Internetu



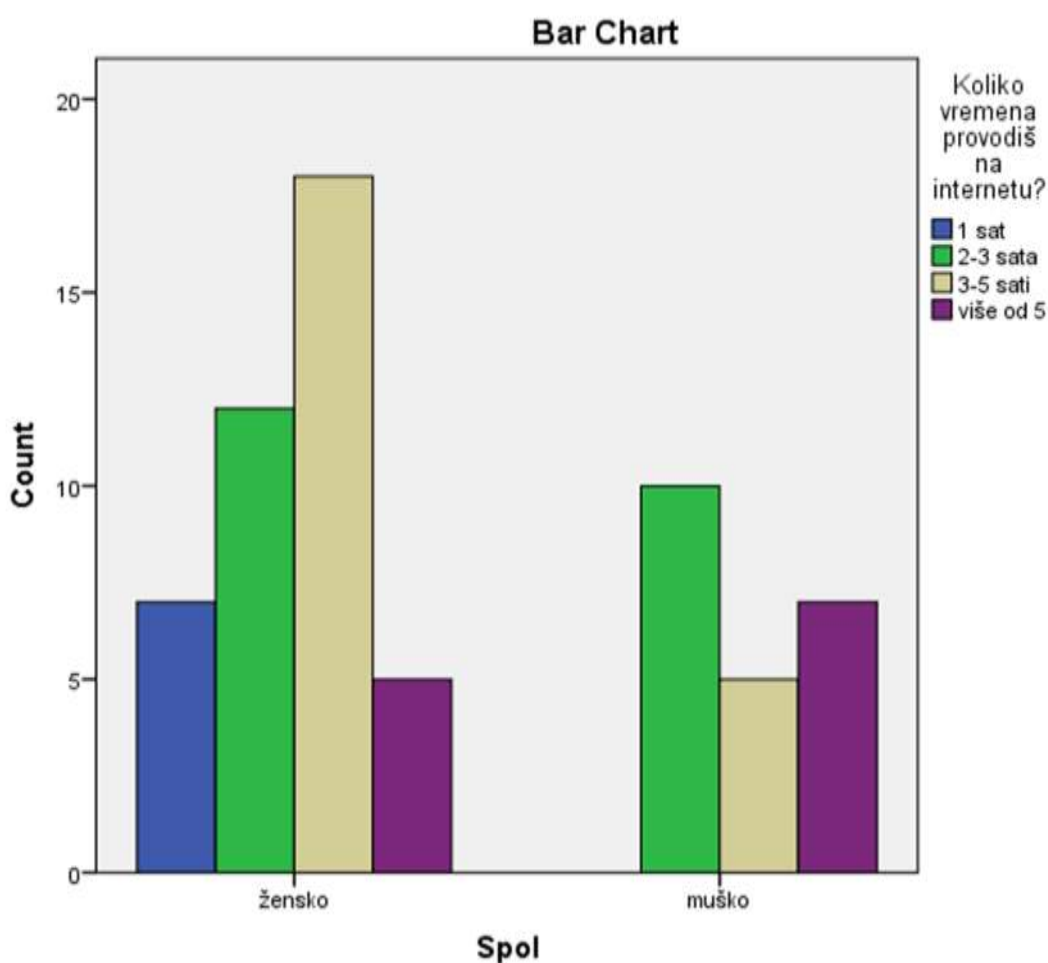
*Grafikon 13. Vrijeme provedeno na internetu*

Ispitivajući provedeno vrijeme na internetu kod učenika došlo se do rezultata da njih 35,9% je na internetu tri do pet sati, a njih 34,4% je dva do tri sata. Iz ovih brojki možemo zaključiti da učenici veliki dio dana provode na internetu što je vrlo zabrinjavajuće. Internet može postati jako opasno mjesto za učenike ako provodite previše vremena na njemu i nemate nikakva ograničenja. Također, Internet ima jako velik utjecaj na djecu i potrebno je ograničiti djecu na što manje sati kako bi mogla se baviti drugim stvarima koje doprinose njihovom mentalnom i fizičkom zdravlju. Nešto manji broj učenika 18,8% se izjasnilo da je više od pet sati na internetu te njih 10,9% je napisalo da samo jedan sat na internetu.

### 5.6.12. Analiza provedenog vremena na internetu s obzirom na spol

Uspoređujući ispitanike koji provode jedan sat, dva do tri sata, tri do pet sati i više od pet sati na internetu proučavana je povezanost s obzirom na spol. Od ukupnog broja ispitanika ženskog spola, njih 16,7% se izjasnilo da dnevno provedu jedan sat na internetu. 28,6% ispitanica se izjasnilo da dnevno provedu dva do tri sata na internetu. Jako velika brojka onih ispitanica koje provedu dnevno tri do pet sati na internetu, a iznosi 42,9%. Samo 11,9% ispitanica se izjašnjava

da dnevno provede više od pet sati na internetu. Od ukupnog broja ispitanika muškog spola, nijedan ispitanik se nije izjasnio da dnevno provede jedan sat na internetu, ali zato se velik broj ispitanika izjasnio da provede dva do tri sata na internetu te iznosi 45,5%. Nadalje, njih 22,7% se izjašnjava da dnevno provede tri do pet sati, a 31,8% ispitanika se odlučilo da provedu dnevno više od pet sati na internetu. (Tablica 3). Koristeći hi kvadrat test utvrđena je povezanost između vremena provedenog na internetu. Vrijednost p iznosi 0,023 i time je manja od 0,05 te se može zaključiti da je povezanost statistički značajna. (Tablica 4). Povezanost je utvrđena i Hipoteza 5 je potvrđena.



*Graf 14. Analiza provedenog vremena na internetu s obzirom na spol*

Tablica 3: Opaženi i očekivani postotak ispitanika s obzirom na spol i vrijeme koje provode na internetu.

**Spol \* Koliko vremena provodiš na internetu? Crosstabulation**

			Koliko vremena provodiš na internetu?				Total
			1 sat	2-3 sata	3-5 sati	više od 5	
Spol	žensko	Count	7	12	18	5	42
		Expected Count	4,6	14,4	15,1	7,9	42,0
		% within Spol	16,7%	28,6%	42,9%	11,9%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na internetu?	100,0%	54,5%	78,3%	41,7%	65,6%
		% of Total	10,9%	18,8%	28,1%	7,8%	65,6%
muško	muško	Count	0	10	5	7	22
		Expected Count	2,4	7,6	7,9	4,1	22,0
		% within Spol	0,0%	45,5%	22,7%	31,8%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na internetu?	0,0%	45,5%	21,7%	58,3%	34,4%
		% of Total	0,0%	15,6%	7,8%	10,9%	34,4%
Total	Total	Count	7	22	23	12	64
		Expected Count	7,0	22,0	23,0	12,0	64,0
		% within Spol	10,9%	34,4%	35,9%	18,8%	100,0%
		% within Koliko vremena provodiš na internetu?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	10,9%	34,4%	35,9%	18,8%	100,0%

Tablica 4: Prikaz p vrijednosti dobivene hi kvadrat testom.

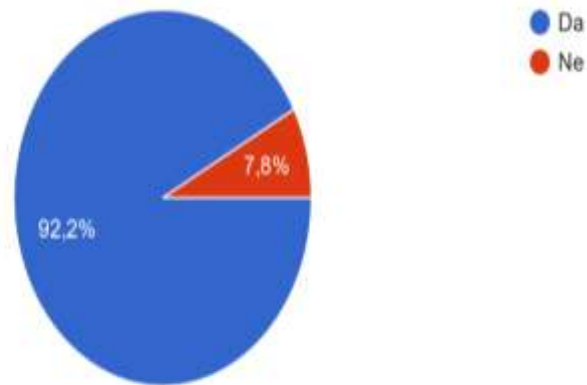
**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,545 <sup>a</sup>	3	,023
Likelihood Ratio	11,665	3	,009
Linear-by-Linear Association	2,269	1	,132
N of Valid Cases	64		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,41.

$p=0,023$ ,  $p<0,05$

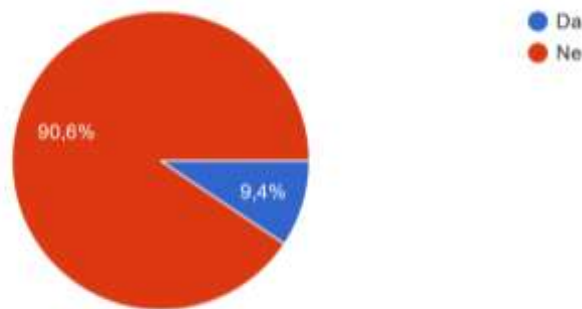
### 5.6.13. Analiza opasnosti na Internetu



*Grafikon 15. Prepoznavanje opasnosti na internetu*

O opasnostima koje se nalaze na internetu se izjasnilo 92,2% učenika da zna koje sve imaju opasnosti, a njih 7,8% je napisalo da ne zna. Dosta učenika zna samo sadržajno sve opasnosti, ali dosta njih radi stvari u koje nisu ni upućeni. Nadalje, djecu se ispitalo koje sve opasnosti znaju te su nabrojili neke kao što su nasilje koje se događa preko Interneta. Dosta njih je spomenulo kako ima dosta lažnih profila koji se lažno predstavljaju. Također, navode najveće opasnosti na Internetu kao što su hakiranje, prevare i krađe identiteta koje su sve učestalije. Tu su opasnosti kao i izloženost neprikladnim sadržajima koje je nemoguće izbjeći. Djeca razne dobi su izložena svakakvim stranicama i to stvara ubrzano sazrijevanje i suočavanje sa stvarima s kojima ne trebali biti još u doticaju.

#### 5.6.14. Analiza nadzora djece na Internetu



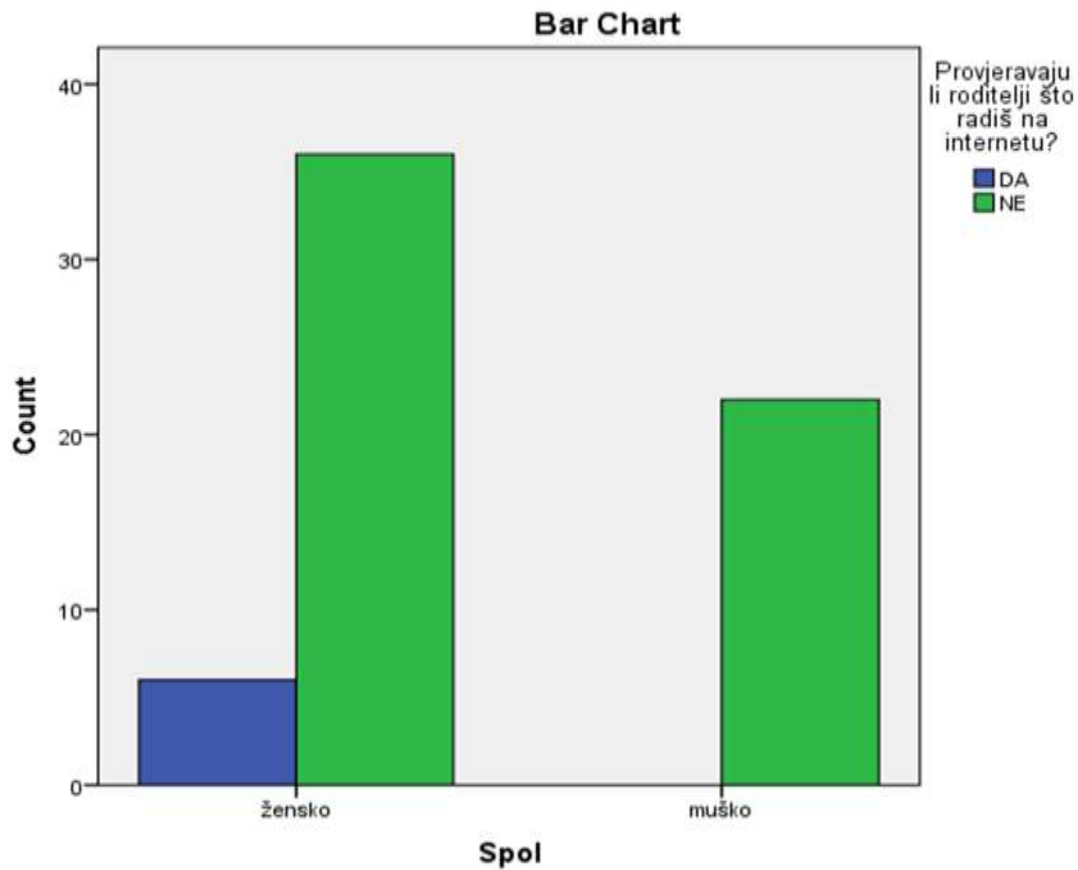
*Grafikon 16. Nadzor aktivnosti djece na internetu od strane roditelja*

Analizom odgovora učenika došlo se do jako zanimljivog sadržaja gdje 90,6% učenika ima roditelje koji prate što rade na internetu, a 9,4% učenika imaju roditelje koji uopće ne provjeravaju radnje na internetu. Jako velik broj roditelja prati što im djeca rade na Internetu što je odlično, ali djeca dosta znaju skrivati sadržaj od roditelja tako da oni nisu sto posto upoznati s tim što im djeca rade. Također, ispitivao se način na koji roditelji provjeravaju što im djeca rade na Internetu. Dosta se učenika izjasnilo da im roditelji pregledavaju tražilice na Internetu kako bi mogli vidjeti kakve sadržaje prate. Osim tražilice, učenici su napisali da im roditelji provjeravaju i povijest istraživanja što im daje dubinski pregled aktivnosti na Internetu. Također, mnogi učenici su se izjasnili da im roditelji vrlo često uzimaju mobitel kako bi vidjeli s kime komuniciraju preko društvenih mreža i koga sve imaju na njima.

#### 5.6.15. Analiza provjeravanja aktivnosti na internetu od strane roditelja s obzirom na spol ispitanika

Uspoređujući ispitanike kojima roditelji prate što rade na internetu i one kojima ne prate proučavana je povezanost s obzirom na spol ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika ženskog spola njih 14,3% se izjasnilo da im roditelji prate što rade na internetu, dok njih 85,7% je napisalo da im roditelji uopće ne prate što rade na internetu. Kod ispitanika muškog spola njih 100% se izjasnilo da im roditelji ne prate što rade na internetu. (Tablica 5). Koristeći hi kvadrat utvrđeno je da ne postoji povezanost između provjeravanja aktivnosti na internetu s obzirom

spola. Vrijednost p iznosi 0,063 i time je veći od 0,05 te se može utvrditi da povezanost nije statistički značajna. (Tablica 6). Povezanost nije utvrđena i time je Hipoteza 4 odbačena.



Graf 17 . Nadzor roditelja nad djecom na internetu s obzirom na spol

Tablica 5: Opaženi i očekivani postotak s obzirom na spol i nadzor aktivnosti na internetu od strane roditelja.

**Spol \* Provjeravaju li roditelji što radiš na internetu? Crosstabulation**

			Provjeravaju li roditelji što radiš na internetu?		Total
			DA	NE	
Spol	žensko	Count	6	36	42
		Expected Count	3,9	38,1	42,0
		% within Spol	14,3%	85,7%	100,0%
		% within Provjeravaju li roditelji što radiš na internetu?	100,0%	62,1%	65,6%
		% of Total	9,4%	56,2%	65,6%
muško		Count	0	22	22
		Expected Count	2,1	19,9	22,0
		% within Spol	0,0%	100,0%	100,0%
		% within Provjeravaju li roditelji što radiš na internetu?	0,0%	37,9%	34,4%
		% of Total	0,0%	34,4%	34,4%
Total		Count	6	58	64
		Expected Count	6,0	58,0	64,0
		% within Spol	9,4%	90,6%	100,0%
		% within Provjeravaju li roditelji što radiš na internetu?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	9,4%	90,6%	100,0%

Tablica 6: Prikaz p vrijednost dobivene hi kvadrat testom.

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,468 <sup>a</sup>	1	,063		
Continuity Correction <sup>b</sup>	1,990	1	,158		
Likelihood Ratio	5,375	1	,020		
Fisher's Exact Test				,086	,070
Linear-by-Linear Association	3,414	1	,065		
N of Valid Cases	64				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,06.

b. Computed only for a 2x2 table

p=0,063, p>0,05



### 5.6.16. Analiza društvenih mreža

Analizom odgovora učenika ustvrdilo se da 100% njih koristi društvene mreže. Ovakav se rezultat mogao i očekivati jer danas djeca vrlo rano počinju koristiti društvene mreže. Objavljuju učestalo svoje slike i to stvara dodatne opasnosti od slanja zahtjeva nepoznatih osoba i dopisivanja s njima. Društvene mreže su vrlo opasne i nužno je djecu što više upozoravati na eventualne opasnosti na njima. Također, analizom odgovora učenika došlo se do zaključka da 100% njih ima profil na društvenim mrežama. Učenici previše mladi i neiskusni ulaze u virtualan svijet koji nimalo nije bezopasan. Roditelji gube kontrolu nad djecom jer su djeca čak više medijski pismena od roditelja i lakše manipuliraju njima. Također, učenici su se izjašnjavali s koliko godina su otvorili profil na društvenim mrežama. Najviše učenika 24,2% se izjasnilo da je otvorilo profil na društvenim mrežama s 13 godina. Dok njih 16,1% se izjasnilo da je s 12 godina prvi put napravilo profil na društvenim mrežama. Njih 11,3% se izjasnilo da je napravilo profile s 14 godina. Samo 6,5% učenika je otvorilo profil s 11 godina. Također, njih 6,5% se izjasnilo da je napravilo profil s 9 godina. Nadalje, njih 9,7% se izjasnilo da je napravilo profil s 10 godina. Iz ovih podataka je vidljivo da djeca prerano ulaze u svijet odraslih, a da nisu svjesna u što se upuštaju. Učenici su često pod utjecajem vršnjaka i vrlo rano počinju koristiti društvene mreže jer će jedino tako biti u trendu sa svojim vršnjacima. To je vrlo pogrešno razmišljanje i nužno je djecu nadzirati kako ne bi došlo do katastrofalnih posljedica.



Grafikon 18. Učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama

Što se tiče učestalosti objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama, njih 31,3% se izjasnilo da ne objavljuje sadržaj na društvenim mrežama, a njih 17,2% je napisalo da objavi sadržaj par puta mjesečno. Nadalje, njih 15,6% je napisalo da jednom godišnje objavi sadržaj, a 14,1% učenika objavi sadržaj jedan put mjesečno. Što se tiče objavljivanja sadržaja na tjednoj bazi tu se izjasnilo 10,9% učenika koji par puta tjedno objave sadržaj. Samo njih 7,8% objavi jednom tjedno nekakav sadržaj na društvenim mrežama. Vrlo je mali postotak učenika koji nekoliko puta dnevno objavi sadržaj, a on iznosi 3,1%.

## 6.RASPRAVA

Provedeno istraživanje je imalo za cilj ispitati na koji način su mediji prisutni u svakodnevnom životu djece. Istraživanje se bavilo utjecajem pojedinih medija na živote djece odnosno u koju svrhu pojedine medije koriste, koliko vremena potroše na njima te jesu li svjesna opasnosti na pojedinim medijima. Također, istraživanje se bavilo i nadzorom od strane roditelja to jest na koji način roditelji provjeravaju aktivnost djece na Internetu i mobitelima te prate li s kim se sve djeca dopisuju i koga sve imaju na društvenim mrežama.

Rezultati istraživanja su pokazali da djeca od medija najviše koriste Internet. Čak 98,4% učenika se izjasnilo da dnevno najviše koriste Internet naspram ostalih medija.. Lenhart i sur. (2011) navode kako djeca najčešće koriste Internet za razonodu odnosno za dopisivanje s prijateljima, igranje igrice i slušanje glazbe. Ovaj rezultat se i očekivao jer se život u 21. stoljeću praktički odvija online odnosno putem mreža i Interneta. Sve se više gubi komunikacija oči u oči jer je Internet omogućio svaki vid komunikacije preko njega te se zapostavlja prirodan način komuniciranja. S ovim rezultatom se potvrđuje hipoteza: *H1 Očekuje se da učenici najviše koriste Internet od svih navedenih medija.* Što se tiče ispitivanja koliko se radnim danom gleda Tv, došlo se do zanimljivih rezultata gdje se dokazalo kako danas djeca sve manje gledaju televiziju. Samo njih 7,8 % gleda televiziju više od dva sata, što je jako iznenađujuće. U redu je da se ne provodi previše vremena gledajući u ekran televizije, ali televizija je zamijenjena Internetom, društvenim mrežama i mobitelima. Istraživanje je pokazalo da 35,9% učenika provodi dnevno tri do pet sati na Internetu, a njih 34,4% dva do tri sata. Jako realan prikaz stanja koliko su društvene mreže, mobiteli i dopisivanje s prijateljima postale neizostavan dio života svake mlade osobe. Sati se troše uzaludno jer djeca preko Interneta ne traže ništa kako

bi nešto novo naučili, nego kako bi pratili poznate osobe i objavljivali razne sadržaje. Nadovezujući se na rezultate o velikoj zastupljenosti Interneta naspram svih drugih medija, istraživanje je proučavala povezanost vremena provedenog na računalu/mobitelu s obzirom na spol. Došlo se do rezultata da nema povezanosti i time je H5: *Očekuje se da dječaci provode više vremena na Internetu* odbačena.. Gross (2004) je proveo istraživanje u kojem se navodi da dječaci provode zaista mnogo vremena na računalu/mobitelu. Došao je da spoznaje da su dječaci spremni provesti velik dio dana na računalu/mobitelu u odnosu na djevojčice. Danas svaka mlada osoba ima profil na društvenoj mreži i to u najranijoj dobi ga naprave. Istraživanje je pokazalo da učenici već u 11 godini imaju svoje profile na društvenim mrežama. Jako zabrinjavajući podatak jer tada su djeca još u razvitku i nisu svjesna što sve nosi javno eksponiranje na društvenim mrežama. Rano se upuste u stvari za koje još nisu spremna ni mentalno ni fizički. Puno je lažnih profila koji baš žele ući u kontakt s djecom koja su mlada, jer ih smatraju naivnima. Njih je najlakše izmanipulirati jer još nemaju izgrađene stavove, kritičko mišljenje i ne mogu realno prosuditi stvari. Baš na temu opasnosti na Internetu, istraživanje je dalo rezultate da njih 92,2% je upoznato s opasnostima na Internetu. Ovaj rezultat je potvrdio hipotezu: H2 *Očekuje se da su učenici upoznati s opasnostima na Internetu*. Soldatova i Rasskazova (2016) smatraju da djeca bolje percipiraju prijetnje na internetu ako im roditelj govore o problemima na internetu i potiču ih na razgovor, a kad ima stavljaju razna ograničavanja i kazne onda djeca slabije percipiraju opasnosti na internetu. Dosta učenika se izjasnilo da zna koje sve imaju opasnosti imaju na Internetu i nabrojili su neke kao što su hakeri, lažni profili, lažno predstavljanje, izloženost neprikladnim sadržajima... Također, naveli su kao jednu od većih opasnosti, a to je nasilje na Internetu. To je jedan jako velik problem mladeži jer preko Interneta je lako prijetiti i vrijeđati ljude. Potrebna je velika kontrola djece da se ne bi dešavale takve stvari odnosno kako ne bi ispaštala djeca koja nisu kriva. U istraživanju Bleakley i sur. (2016) se navodi kako je roditeljsko praćenje povezano s manje rizičnih ponašanja djece na internetu i neefikasnom uporabom medija. Lijepo je da su djeca svjesna opasnosti, ali i dalje su previše izložena svemu što javnost plasira. U javnost sve dolazi bez cenzure i tu najviše trpe djeca koja nisu još spremna prihvatiti ni čuti neke stvari.

Ybarra i Mitchell (2004) smatraju da roditeljski nadzor može smanjiti rizik od zlostavljanja njihove djece od strane vršnjaka. Roditeljski nadzor ima zaštitnički učinak jer smanjuje uznemiravanje djece na internetu i susretanje sa sadržajem koji nije prigodan za njihovu dob. H6: *Očekuje se da roditelji postavljaju djeci određena ograničenja u korištenju medija*. Ova hipoteza se potvrđuje jer je istraživanje dalo rezultat da 92,2 %učenika ima nadzor od roditelja

odnosno da im provjeravaju mobitel. Također, 90,6% učenika se izjašnjava da im roditelji provjeravaju i sve što rade na Internetu. Naveli su načine na koje im roditelji provjeravaju što rade na Internetu, a to su provjeravanje tražilice, gledanje povijesti pretraživanja i u krajnjem slučaju uzimanje mobitela kako bi se vidjelo s kim se komunicira i koga sve dijete ima na društvenim mrežama. Ovi rezultati pokazuju da roditelji u velikoj mjeri prate što im djeca rade na internetu te se ovi rezultati slažu sa istraživanjem Soldata i Rasskazova (2016) u kojem se navelo da čak 14% djece upravo želi da im roditelji prate aktivnost na internetu jer se tako osjećaju sigurnije. Jako zanimljiv podatak, ali i očekivalo se to. Hirschi (2001) smatra da ako dijete dijeli svoje brige s roditeljima ili traže savjete od njih, tim postupkom se sve više udaljavaju od devijantnih vršnjaka. Istraživanje je također dalo zanimljive rezultate što se tiče praćenja aktivnosti djevojčica i dječaka na internetu od strane roditelja. Proučavana je povezanost praćenja aktivnosti na Internetu s obzirom na spol. Došlo se do rezultata da nema povezanosti i time je H4: *Očekuje se da roditelji više prate aktivnost djevojčica na internetu* odbačena. Puharić i sur. (2014) u svom istraživanju su se pozabavili nadzorom roditelja nad djecom prilikom korištenja Interneta te su došli do zaključka da roditelji prate više aktivnost djevojčica, nego dječaka. Svaki roditelj danas mora imati potpun nadzor na djecom jer djeca lako krenu putem koji nije dobar, a loši sadržaj uvijek više privlače, nego oni dobri. Istina je da roditelji s prevelikim ograničenjima što se tiče i društvenih mreža, mobitela i Interneta ulaze previše u privatnost djeteta, ali je potrebno u najranijoj dobi steći prijateljski odnos s roditeljima kako bi se na vrijeme spriječili razni loši utjecaji, a i u krajnjem slučaju opasnosti koje vrebaju na Internetu i društvenim mrežama. Naravno, nije lako ni roditeljima jer ipak je nekad nemoguće baš sve pratiti što djeca rade jer su djeca od najranije dobi uvelike medijski pismenija nego njihovi roditelji. Zbog toga djeca znaju lako izmanipulirati s roditeljima, a roditelji pristaju na sve bez imalo preispitivanja. Zbog toga je potrebno educirati roditelji te im prikazati što se sve radi na medijima i kako se sve može djecu pratiti i kontrolirati.

Ovo istraživanje je prikupilo podatke i dalo rezultat, ali nije ponudilo nekakav alat kojim bi se dobiveni rezultati mogli primijeniti. U prilogu se donosi anketni upitnik koji je konstruiran za svrhe istraživanja. (Prilog 1).

## 7.ZAKLJUČAK

Mediji su toliko zastupljeni u društvu da ih je gotovo nemoguće izbjeći. Teško se oduprijeti raznim sadržajima koje mediji plasiraju u javnost jer sam cilj medija je privući što veću pažnju ljudi pa čak i neistinitim sadržajima. Možemo reći da su nam mediji postali kao utočište ili bijeg od stvarnosti. Pomažu nam da se ne osjećamo usamljeno i stvaraju iluziju blizine. Svi su ljudi svjesni štetnosti medija, ali svijet je postao takav da se ljudi bez medija ne znaju snalaziti u društvu, a ni funkcionirati u svakodnevnom životu. Može se zaključiti da su mediji postali jako dobri prijatelji djeci koja su podložna medijskim manipulacijama. Zamijenili su roditelje, najbolje prijatelje i one najbliže. Činjenica je da se ljudi više i ne trude kako bi poboljšali svoje međuljudske odnose jer se sve više odlučuju za medijsku blizinu. Danas mladež živi i odrasta s medijima te se postepeno gubi taj tradicionalni odgoj. Nema više okupljanja na igralištima i igranje do kasnih noćnih sati, sad je to sve zamijenio internet i mobitel.

Osim negativnih strana medija, postoje ipak i pozitivne koje pružaju ljudima bezbroj mogućnosti. Mediji nas uvijek obavještavaju o novim stvarima, pojavama ili događajima u svijetu. Uvijek smo informirani i imamo na raspolaganju bezbroj informacija. Također, tu je zabava koja je potrebna svima. Mediji nam osiguravaju zabavu kroz razne medijske sadržaj kako bi se ljudi opustili i zaboravili na probleme. Nadalje, imamo i obrazovanje putem medija koje je postalo bolje i efikasnije od tradicionalnijeg. Djeca imaju bezbroj mogućnosti na koji način savladati određeno gradivo, naučiti novi jezik...

I na samom kraju bitno je naglasiti da je medijska pismenost prijeko potrebna jer samo na taj način djeca, a i roditelji će razumjeti sve što mediji plasiraju. Naučit će razlikovati stvarno od nestvarnog, istinu od laži i neće samo pratiti pasivno ono što mediji objavljuju. Također, bitno je shvatiti da mediji nisu nikakva prijatnija ljudima. Važno je na razuman i dobar način koristiti medije i onda će utjecaj biti kvalitetniji. Teško je se izboriti sa svim informacijama koje nam mediji daju, ali bitno je znati da informacije nisu uvijek točne i da se ne treba u sve vjerovati.

## 8. LITERATURA

Blažević, N. (2012). Djeca i mediji–odgoj na» televizijski «način. *Nova prisutnost: časopis za intelektualna i duhovna pitanja*, 10(3), 479-493.

Bleakley, A., Ellithorpe, M., i Romer, D. (2016). The Role of Parents in Problematic Internet Use among US Adolescents. *Media and Communication*, 4(3), 24-34.

Burić, J. (2011). Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija. Etika i tržišne manipulacije potrebama mladih. *Filozofska istraživanja*, 30 (4), 629-634.

Bradea, A., Cosmin Blandul, V. (2015). The impact of Mass medio upon Personality Development of Pupils from primary school. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 296-301.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.) (2011). *Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.

Đuran, A., Koprivnjak, D., & Maček, N. (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4(01), 270-28.

Grgurev, V. (1994). Tena Martinić: Postmoderna-svakidašnjica-komunikacija. *Politička misao: časopis za politologiju*, 31(4), 178-180.

Gross, E.F. (2004). Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25, 633-649.

Hirschi, T. (2001). *Causes of delinquency*. Piscataway, NJ: Transaction Publishers.

Hoffman, B. (2014). Computer as a Threat of an Opportunity for development of children. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 146, 15-21.

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

Jeriček, H. (2002). Internet i ovisnost o internetu u Sloveniji. *Medijska istraživanja*, 8(2), 85-101.

- Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima—definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21(1), 127-136.
- Jurjević, M. (2018). *Procjena roditelja o ulozi medija na ponašanje djece* (Doctoral dissertation, University of Zadar. Department of Teachers and Preschool Teachers Education. Division of Elementary School Teacher Education.)
- Katz, H., (2003). *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.
- Kesić, T. (2003). *Integrirana marketinška komunikacija*. Zagreb.
- Košir, M.; Zgrabljic, N.; Ranfil, R. (1999): *Život s medijima*. Zagreb: Doron.
- Labaš, D., & Marinčić, P. (2016). Mediji kao sredstvo zabave kod djece.
- Lenhart, S., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., Zickuhr, K., i Rainie, L. (2011). *Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites*. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Washington, D.C.
- Maksimović, J., & Stanisavljević Petrović, Z. (2014). Teorijsko-metodološka zasnovanost istraživanja utjecaja medija na adolescente. *In medias res: časopis filozofije medija*, 3(4), 472-486.
- Malović, N. (2007). Ljudsko dostojanstvo između znanosti i svjetonazora. *Bogoslovska smotra*, 77(1), 43-57.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovna smotra*, 82(1), 131-149.
- Markulić, M. (2012). *Knjižnica kao čimbenik povećane sigurnosti dječjeg surfanja*, Zadar: Sveučilište u Zadru.
- Matyjas, B. (2015). Mass media and children. Globality in everyday life. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 174, 2898-2904
- Miliša, Z., Tolić, M., & Vertovšek, N. (2009). Mladi i mediji. *Prevenција ovisnosti o medijskoj manipulaciji*, Zagreb: Sveučilišna knjižara. *modern society, especially facing with the demands of the future, need to criticize media reality which mass media and interest groups construct and it is questionable what is actually going on.*

- Miliša, Z., & Milačić, V. (2010). Uloga medija u kreiranju slobodnog vremena mladih. *Riječki teološki časopis*, 36(2), 571-590.
- Mokriš, S. (2011). Novine i njihova uloga u društvenoj zajednici. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 54(4), 115-130.
- Mučalo, M. (2010). Radio: medij neiskorištenog povjerenja. *Media Studies*, 1(1-2).
- Mužić, J. (2014). Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu. *Obnovljeni život*, 69(3), 395-405.
- Network, R. C. (2013). How children see television. Dostupno na: [http://raisingchildren.net.au/articles/tv\\_how\\_kids\\_view.html](http://raisingchildren.net.au/articles/tv_how_kids_view.html).
- Puharić, Z., Stašević, I., Ropac, D., Petričević, N., i Jurišić, I. (2014). Istraživanje čimbenika nastanka ovisnosti o internetu. *Acta Med Croatica*, 68, 361-373.
- Robotić, P. (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti. *Journal of Applied Health Sciences= Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, 1(2), 81-96.
- Rotar, N. Z., & Rotar, N. Z. (2005). Mediji—medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. *Media Centar, Sarajevo*.
- Sapunar, M. (2000). Radio u 21. stoljeću. *Politička misao: časopis za politologiju*, 37(1), 205-210.
- Sigman, A. (2010). *Daljinski upravljani*. Velika Mlaka: Ostvarenje
- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 18(1), 5-33.
- Sindik, J., & Veselinović, Z. (2010). Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 16(2), 107-133.
- Soldatova, G.U., i Rasskazova, E.I. (2016). Adolescent Safety on the Internet. *Russian Education & Society*, 58(2), 133-62.
- Stančić, H., Crnec, D., Matelja, S., Salopek, A., Sanković, D. (2007). Usporedna analiza interaktivnih mrežnih servisa. *Medijska istraživanja*, 13 (2), 39-58.



Suvajdžić, M. (2016). *Novi mediji i učenje-utjecaj novih tehnologija na transformaciju visokog školstva* (doktorski rad). Beograd: Univerzitet umjetnosti.

Torlak, N. (2013). Novi mediji–nova pravila i nova recepcija kulture i umjetnosti. *In medias res: časopis filozofije medija*, 2(3), 366-371.

Vertovšek, N. (2013). Umjetnost medijske manipulacije–ljepota iluzije jest u umu promatrača. *In Medias Res*, 2(3), 296-308.

Žitinski, M. (2009). Što je medijska pismenost?. *Obnovljeni život*, 64(2), 233-245.

Živković, Ž. (2006). *Dijete, računalo i internet*, Đakovo: Tempo d. o. o

Ybarra, M.L., i Mitchell, K.J. (2004). Youth engaging in online harassment: associations with caregiver–child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of Adolescence*, 27, 319–336

Young, S. K. (1996) “Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case that Breaks the Stereotype” <http://www.netaddiction.com/articles/stereotype.htm>, 29.07.2022.

## 9. PRILOZI

### Prilog 1. Anketni upitnik

#### **Anketni upitnik**

Poštovani,

Ovaj anketni upitnik je dio istraživanja koje se provodi u okviru diplomskog rada „Uloga medija u svakodnevnom životu djece“. Cilj je ispitati kako i na koji način mediji utječu na svakodnevni život i odgoj djece. Svi podaci su u potpunosti anonimni i koristit će se isključivo za svrhu izrade diplomskog rada. Molim vas da odgovorite na postavljena pitanja što iskrenije.

Spol: a) Ž b) M

Koliko godina imaš? (upiši) \_\_\_\_\_

Koji razred pohađaš? (upiši) \_\_\_\_\_

Koju školu pohađaš? (upiši) \_\_\_\_\_

Upitnik 1. (za djecu)

Upute za rješavanje: Pažljivo pročitaj pitanja i ukratko odgovori ili zaokruži sve one odgovore koji se odnosi na tebe.

Koje medije najčešće koristiš? (Zaokruži sve medije koje koristiš)

- a) Televizija
- b) Radio
- c) Internet
- d) Novine
- e) Časopisi

- f) Knjiga
- g) Računalo

Koliko dnevno, radnim danom, gledaš TV?

- a) Manje od sat vremena
- b) Do dva sata
- c) Više od dva sata
- d) Više od 5 sati
- e) Ne mogu točno procijeniti

U našem domu - TV je upaljen i kad ga nitko ne gleda?

- a) Ponekad
- b) Često
- c) Nikad

Koliko provodite vremena na računalu ili mobitelu?

- a) 1 sat
- b) 2-3 sata
- c) 3 -5 sati
- d) više od 5 sati

U koje svrhe koristiš računalo? (Zaokruži sve odgovore koji se odnose na tebe)

- a) Društvene mreže
- b) Online igrice

- c) Radi zabavnih sadržaja
- d) Za učenje
- e) Ostalo

U koju svrhu koristiš mobitel? (Zaokruži sve odgovore koji se odnose na tebe)

- a) Dopisivanje s prijateljima (Snapchat, Viber....)
- b) Društvene mreže
- c) Pratim You tube kanale
- d) Posjećujem i čitam tuđe blogove i stranice
- e) Radi zabavnih sadržaja
- f) Ostalo

Provjeravaju li ti roditelji mobitel?

DA/NE

Ako je odgovor na prošlo pitanje bio DA, zašto ti roditelji provjeravaju mobitel?

---

Imaš li ograničeno vrijeme koje smiješ provesti na tabletu/ pametnom telefonu?

- a) Imam strogo ograničeno vrijeme kad ga i kako smijem koristiti
- b) Dogovorili smo se da ne smijem biti dugo
- c) Kada roditelji vide da sam predugo na tabletu/pametnom telefonu, oduzmu mi ga
- d) Nemam ograničenja

Imaš li na tabletu/ računalu instalirane igrice?

- a) Da
- b) Ne

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

- a) Jesu, samo su edukativno/kreativnog karaktera
- b) Igrice su razonoda i trebaju biti i zabavne
- c) Ne vidim problem ako igrice nisu isključivo edukativno/kreativnog karaktera
- d) Nemam instalirane igrice

Koliko vremena provodiš na internetu?

- a) 1 sat
- b) 2-3 sata
- c) 3 -5 sati
- d) više od 5 sati

Jesi li upoznat s opasnostima koje se nalaze na internetu?

DA/NE

Ako je prošli odgovor bio DA, s kojima?

Prate li roditelji što radiš na internetu?

DA/NE

Ako je odgovor na prošlo pitanje bio DA, kako?

Koristiš li društvene mreže?

DA/NE

Imaš li profil na društvenim mrežama?

DA/NE

S koliko godina si prvi put otvorio/la svoj profil na društvenim mrežama?

Koliko često objavljuješ sadržaj na društvenim mrežama?

- a) Jednom dnevno
- b) Nekoliko puta dnevno
- c) Jednom tjedno
- d) Par puta tjedno
- e) Jednom mjesečno
- f) Par puta mjesečno
- g) Jednom godišnje
- h) Ne objavljujem sadržaj na društvenim mrežama

