

MIŠLJENJE RODITELJA O PRISUTNOSTI MEDIJA U SLOBODNOM VREMENU DJECE PREDŠKOLSKE DOBI

*Izv. prof. dr. sc. Violeta Valjan Vukić, Sveučilište u Zadru,
Odjel za izobrazbu učitelja i odgojitelja⁴⁸⁵*

Mag.preasc.edu. Marion Carević, Dječji vrtić Župa dubrovačka²

Prof. Karmen Travirka Marčina, Sveučilište u Zadru, Odjel za izobrazbu učitelja i odgojitelja³

Sažetak: Život u suvremenom svijetu podrazumijeva svakodnevnu okruženost medijima. U javnom i stručnom diskursu često se problematizira njihova (sve)prisutnost u obiteljskom okruženju. Djeca su tako izložena različitim medijima od rane dobi, a oni imaju veliki utjecaj na njihov cjelokupan rast, razvoj, odgoj i obrazovanje. Svakodnevno u svom slobodnom vremenu susreću se s različitim medijima i njihovim sadržajima. Mediji mogu pozitivno, ali i negativno utjecati na dijete. Medijske kompetencije potrebne su djeci, stoga se podrazumijeva kako važnu ulogu u medijskom obrazovanju imaju roditelji. U radu se prikazuju rezultati istraživanja koje je za cilj imalo utvrditi koliko su djeca predškolske dobi izložena utjecaju medija u slobodnom vremenu, kojim medijima su najviše izloženi te koje sadržaje „konzumiraju“. Istraživanje je provedeno u dječjem vrtiću Župa dubrovačka postupkom anketiranja, a uzorak su činili roditelji (N=81). U radu se polazi od pretpostavke kako masovni mediji zauzimaju istaknuto mjesto u slobodnom vremenu djece predškolske dobi. Ispitano je kako roditelji gledaju na masovne medije, koliko ih smatraju korisnim ili štetnim za njihovu djecu te imaju li ograničenja vezana za korištenje masovnih medija. U radu se naglašava potreba razvijanja medijske pismenosti kod djece već od prvih susreta s medijima.

Ključne riječi: mediji, predškolska djeca, slobodno vrijeme, medijska pismenost, roditelji

UVOD

Živimo u vremenu vizualnih medija (Mikić, 1990), kojeg je teško zamisliti bez korištenja masovnih medija. Oni su sastavni dio života svakog čovjeka, bez obzira na rasu, obrazovanje, imovno stanje, društvenost i sl. U medijima djeca pronalaze sebi sadržaje kojim omogućuju odlazak u svijet zabava i mašte, gdje se mogu poistovjetiti s likovima kojim su im zanimljivi i bliski u rješavanju problema na drugačiji način (Sindik, 2011). Mediji bez dvojbe imaju utjecaj na pojedinca, tako i na društvo, te koliko mi dopustimo utjecaj medija na nas, odnosno koliko odrasle osobe (obitelj) dopuste utjecaj medija na djecu (Malović, 2007).

„Sposobnost analiziranja i kritičkog vrednovanja medijskih sadržaja temeljni je preduvjet za stvaranje informiranog i odgovornog društva“ (Labaš, Ciboci, Kanižaj, 2019:6). Roditelji imaju najveću ulogu

⁴⁸⁵ vvukic@unizd.hr

² marion.carevic@gmail.com

³ kmarcina@unizd.hr

koliko će djeca biti izložena i koje će sve efekte imati određeni medijski sadržaji (Sindik, 2011). Dijete može medijski opismeniti odrasla osoba koja je medijski opismnjena. (Zgrabljic Rotar, 2005). Korisnici masovnih medija svakodnevno primaju ogromnu količinu informacija. Ovisno o sadržaju, masovni mediji imaju dobre i loše učinke. Neizbježni su i treba biti na oprezu zbog njihovog utjecaja moramo se braniti od njihovog utjecaja na naše osobne interese, ponašanja i razmišljanja. Mediji su ključni u procesu socijalizacije. Djeci treba pružiti potporu i mogućnost korištenja medija. Nemoguće je izolirati ih od medija i medijskih sadržaja, već potonje treba pametno i kontrolirano koristiti te pričati s djecom kako bi mogli stvoriti kritički odnos prema njima. Medijsko opismenjavanje ne treba zanemarivati, već svi oni koji sudjeluju u odgoju djece trebaju stvoriti određene kompetencije. Medijska pismenost je važan oblik pismenosti u današnje vrijeme. Medijske kompetencije poželjne su svima su, odraslima a i djeci, po mogućnosti od rane dobi.

Od najranije dobi masovni mediji⁴⁸⁶ djeluju kao glavno komunikacijsko sredstvo između odašiljača poruke i njezina primatelja, pa je suvremenom je svijetu život bez masovnih medija nezamisliv, „bez obzira na rasu, obrazovanje ili imovno stanje pojedinca“ (Labaš, Marinčić, 2018:3). Masovni su mediji neizbježan dio svakodnevice i značajan čimbenik procesa socijalizacije (Ilišin i sur., 2001). Djeca se nalaze u svijetu medija od samoga rođenja i već u ranoj dobi pokazuju interes i želju „upoznati se“ i koristiti se nekim medijem koji im je dostupan njihovom okruženju. Iz tog razloga postavljaju se pitanja i provode istraživanja vezana uz utjecaj masovnih medija na djecu, koja su po svojoj prirodi izrazito znatiželjna, a opet nedovoljno kritički osviještena. Medijski odgoj je nužan jer su masovni mediji dio života, htjeli mi to ili ne. Većina istraživanja o utjecaju masovnih medija na djecu, ključni faktor u medijskom odgoju ističe ulogu roditelja koji je „glavni medijski socijalizator“ (Ilišin i sur., 2001:27). Istraživanja pokazuju da 10 do 15% djece razgovora s roditeljima o sadržajima koji su koristili putem masovnih medija (Košir i sur., 1999, prema Ilišin i sur., 2001). Naglasak je dakle važno staviti na važnost obiteljske intervencije, osobito s djecom rane i predškolske dobi.

Pozitivni i negativni aspekti utjecaja medija na dječji razvoj

Mediji imaju tri glavne funkcije, a to su: informiranje, obrazovanje i zabava. U svoje slobodno vrijeme zahvaljujući medijima opušteno možemo uživati gledajući medijske sadržaje (dokumentarne filmove, crtane filmove, emisije zabavnog karaktera). Mediji mogu poticati odrasle, a i djecu na pomaganje drugima; da njih nema ne bi bilo mnogobrojnih humanitarnih akcija koje su spasile mnoge ljudske živote. Putem medija otvaraju se veće mogućnosti za obrazovanje kroz razne aktivnosti „od nastavnih programa za učenje i vježbe, od baza podataka i alata preko igara za učenje, pokusa i simulacija do kompleksnih komunikacijskih i kooperacijskih okruženja“ (Nadrljanski i sur. 2007, prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019:276). Masovni mediji su postali dijelom obrazovanja, nude više mogućnosti, odnosno različita sredstva podučavanja te sredstva koja mogu poslužiti u obrazovanju. Djeca postaju sudionici učenja koristeći masovne medije (računala), koji omogućuju razvoj okulomotorne koordinacije (Anetta, 2008, prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Dokazano je kako emisije za predškolce potiču spremnost za školu, ranu pismenost te poučavanje elemenata određenog dijela nastavnoga programa. Osim novih medija, prvi medij je knjiga, danas naravno ima drugačiju ulogu, nema više takvu „moć“ na širenje znanja kao prije, ali je mnogi medijski teoretičari smatraju kao preduvjet za medijsko opismenjavanje.

HRT-ova besplatna aplikacija „Juhuhu“ napravljena je za dob djeteta od 3 do 8 godina s kvalitetnim izborom primjerenog sadržaja. Aplikaciju „Juhuhu“ može se koristiti u Google Play ili App Store, a također sve sadržaje može se naći u već spomenutom portalu. Dostupne su animirane, dokumentarne serije i razne edukativne emisije, koje se nalaze u rubrici „Gledaj“, a u „Slušaj“ rubrici mogu se poslušati radijske emisije koje su napravljene za djecu. Dio sadržaja prilagođen je slijepim i slabovidnim osobama te je program preveden na jezik nacionalnih manjina (Medijska pismenost,

⁴⁸⁶ Pojam masovni mediji (*engl.* mass media) podrazumijeva „sredstva masovnog priopćivanja, što je skupni naziv za 'komunikacijska sredstva, sredstva javnoga priopćivanja i ustanove koje djeluju na velik broj čitatelja, slušatelja i gledatelja'“ (Ravlić, prema Knezović, Maksimović, 2016)

2020). Pozitivna strana medija je da pomoću računala i interneta omogućavaju učenje na daljinu, što je važno za djecu sa zdravstvenim problemima, stoga je korištenje elektroničkih medija nužan element svake suvremene škole., (Hoffmann, 2014).

Mediji olakšavaju komunikaciju, uspostavlja se „veza“ sa svijetom, ljudi lakše komuniciraju te mediji oblikuju čovjekov osobni identitet. Mediji su utjecali i na razvoj dječje igre, djeca su znatiželjna, voljna istražiti, spremna za nove stvari. S djecom bi trebalo istraživati medije koji nas okružuju, a ne ostati na predrasudama, neznanju i ograničenjima (Rogulj, 2014 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Treba prihvatiti medije, pratiti djecu i bodriti ih u korištenju medija, naravno s oprezom i kontrolom.

Mediji odašilju snažne simbole i poruke koje jako mogu jako na ponašanje i stavove pojedinca. Stoga prema medijima, već od rade dobi, treba razvijati kritički odnos kako bi se mogle shvatiti poruke i simboli koje mediji prenose jer oni itekako mogu manipulirati⁴⁸⁷. Ponekad odraslim osobama nije lako prepoznati manipulativne poruke, a osobito je teško djeci, koja su još ne mogu samostalno kritički prepoznati koju poruku mediji žele prenijeti, pa lako usvajaju ponašanja i navike koje medij želi ostvariti preko „skrivenih“ poruka. Mediji mogu stvoriti negativne utjecaje i zbog velike razlike između virtualne stvarnosti i stvarnoga svijeta, što uvelike može utjecati na psihički i fizički razvoj. Taj negativni utjecaj može dovesti do nesposobnosti odvajanja virtualnog od stvarnoga, smanjuje se potreba za socijalnom interakcijom, a veća je potreba za interakcijom putem medija. Gubitak komunikacijskih vještina, zbog pretjeranog korištenja medijskih sadržaja, može se dovesti osobu do asocijalnog ponašanja (Staničić i sur., 2007, prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019: 279).

Zbog užurbanog stila života roditelji nisu u potpunosti svjesni svih negativnih utjecaja masovnih medija. Podaci pokazuju kako mediji zaista postaju odgajatelji mlađih generacija, u čemu prednjači televizija⁴⁸⁸. Američka pedijatrijska akademija ne preporučuje gledanje televizija ispod dvije godine, zbog toga što se jezik razvija, a mozak utrostručuje (NewScinets, 2009, prema Labaš, 2011). Autorica Ilišin (1999) kroz svoja istraživanja ukazuje kako televizija djeci služi kao zabava, a tek povremeno ima odgojno-obrazovne i informativne funkcije. I rezultati najnovijih istraživanja u zemljama Europske unije ukazuju da se vrijeme korištenja masovnih medija u mladima izjednačilo, a negdje i prekoračilo u usporedbi s vremenom boravka u školi, što može upućivati na ovisnost o masovnim medijima.

Jedan od najistaknutijih problema vezan uz medije je nasilje kojim veliki dio medijskih sadržaja obiluje. Promatranje nasilnih sadržaja može potaknuti na imitaciju prema teoriji o socijalnom učenju (Valković, 2010 prema Kanižaj, Ciboci, 2011). Autor Bandura istražio je i dokazao kako se može naučiti agresivno ponašati iz tuđeg primjera, bilo u crtanom film, videoigrici, reklami i dr. Gledajući svog medijskog junaka, koji je nagrađen za nasilno i agresivno ponašanje te ne trpi nikakve posljedice, dijete će vjerojatnije upotrijebiti takvu vrstu ponašanja u svakodnevnim situacijama, za razliku od situacija kada bi junak trpio određene posljedice za svoje ponašanje (Medijska pismenost, 2017). Istraživanja su pokazala kako se agresivno ponašanje povećava kada dijete pogleda crtani film u kojem se prikazuje nasilje, ali ne kroz humorističan pristup (Kanižaj, Ciboci, 2011). Stoga je bitno da roditelji gledaju sa djecom sadržaj koji crtani film prikazuje, kako bi bili sigurni što djeca gledaju. Djeca od rane dobi počinju razvijati veliki interes za medijske sadržaje putem interneta, na primjer preko YouTube kanala mogu gledati medijske sadržaje koji im nisu prilagođeni, a prekomjerno gledanje može dovesti i do problema s govorom te nedostatkom pažnje. Negativni utjecaj medija je i veća izloženost hakerima, kao i nasilju, a djeca su medijski nekompetentni kritičari u prepoznavanju

⁴⁸⁷ Pojam manipulacije (*lat.* manus ‘ruka’ i polare ‘podešavati, uglatiti’) u svom se izvornom značenju odnosio na vještu obradu materijala rukama, a potom mu se značenje prenosi na svako spretno rukovanje, rukovođenje, upravljanje postupcima i ljudima (Knezović, Maksimović, 2016).

⁴⁸⁸ Prema rezultatima istraživanja provedenog u Sloveniji 1999. godine djeca provode više vremena pred televizijom nego s vršnjacima, a najviše gledaju televizijske programe i slušaju radio (Košir i sur., prema Miliša i sur., 2010).

opasnosti. Nasilje preko interneta je u porastu, pojedinac je izložen napadu druge osobe. Djeca koja su doživjela ovakvu vrstu nasilja mogu izgubiti pozitivnu sliku o sebi i postati depresivan (Kowalski, 2008, prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019). Istraživanja Poliklinike za zaštitu djece od medijskog nasilja ukazuje na to da se 73% djece od 10 do 14 godina u Hrvatskoj koristi internetom, njih 58% svaki dan se koristi internetom, a 26% jedanput tjedno, te 18% su bili žrtve medijskog nasilja, dok njih 11% sebe je navelo kao 'internetski nasilnici' (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2010:62). Ovisnost u Hrvatskoj zasad ne predstavlja veliki problem, ali bismo trebali djelovati preventivno, kako ne bismo imali dugoročnih problema. Naravno, najvažniju ulogu imaju roditelji, koji će pogledati sa svojim djetetom medijski sadržaj, te će moći spriječiti negativan utjecaj. Sve se više javlja potreba za proučavanjem medija, odnosno za utvrđivanjem pozitivnih i negativnih utjecaja na djecu.

Medijska pismenost, medijska kompetencija i medijski odgoj

Koliko je važno stjecati medijsku kompetenciju od najranije dobi govori i činjenica kako je UNESCO sedamdesetih godina prošlog stoljeća potaknuo pitanje odgoja i obrazovanja za medije, te se 1982. potpisala Deklaracija o medijskom odgoju (Košir i sur., 1999, prema Krpan, Sindik, Bartaković, 2017). Medijska pedagogija nastala je kao rezultat odgojnih znanosti i razvoja medija s ciljem proučavanja medija i razvoja kompetencija, koje bi sprječavale medijsku manipulaciju (Tolić, 2009). Autor Potter tvrdi kako medijska pismenost i medijski odgoj promatraju u odnosu dječjih prava na sudjelovanje u medijima i razumijevanje medijskim sadržaja, te su s time povezani s medijskom kompetencijom, koje prenose medijski odgojem (Potter, 2011 prema Krpan, Sindik, Bartaković, 2017). Nerijetko se termini medijska pismenost i medijska kompetencija koriste kao sinonimi. „Medijska pismenost se ponekad odnosi na stjecanje vještina, kao što je kompjuterska pismenost ili za grupe medija (tehnološka ili digitalna pismenost), dok medijska kompetencija uključuje i znanje i upućenost o ambivalentnoj ulozi medija“ (Baacke, 2007, prema Tolić, 2008:5). Vještine koje se odnose na medijsku pismenost „podrazumijevaju ekstenzivno znanje, o tome kako primiti, obuhvatiti, analizirati i vrednovati medijske poruke“ (Žitinski, 2009:245). Medijska kompetencija danas je zapravo „kulturalna tehnika i ključna vještina“, razumijevanje medija na kritičan, refleksivan i nezavisan način (Labaš, 2011). Medijska pismenost je dakle podloga za razvoj medijskih kompetencija, te snalaženje u „svijetu medija“ (Ljubić Nežić, 2018).

Nastavno na navedeno, važno je dotaknuti se pojma medijskog odgoja. Radi se o širem pojmu koji obuhvaća „medijsku pismenost kao segment medijskog obrazovanja i medijske kompetencije kao krajnji cilj razvoja medijske pedagogije“ (Zgrabljic Rotar, 1999, prema Krpan, Sindik, Bartaković, 2017:272). On bi trebao „učiti tumačenju i proizvodnji poruka te odabiru najpogodnijih medija za komunikaciju“ (Malović i sur., 2014, prema Ljubić Nežić, 2019:289). Putem medijskog odgoja stječe se i razvija se kritičko razmišljanje, odnosno kako čitati poruku na temelju informacija koje mediji pružaju, te djelovati u skladu s odgojnim vrijednostima.

Uloga roditelja u odnosu medija i djece

Djeca se s medijima susreću prvo u svojoj obitelji, njihovi su domovi opremljeni uređajima „poput televizije, kamera, računala, multimedijalne opreme, internetskih konekcija, mobitela, iPAD-ova i slično, što upućuje na pozamašnu integriranost tehnologije u obitelji“ (Chou, Fen, 2014 prema Đuran, Koprivnjak, Maček, 2019:280). Glasovac (2010, prema Sindik, 2012) ističe dvije bitne činjenice u vezi s medijima, a to je da suvremena djeca odrastaju s medijima i da djeca uče s obiteljima o životu s medijima. Djeca su „najranjivija populacija“, koja medije ne shvaća isto s „pet, deset ili petnaest godina“ (Sindik, 2012:6). Djeca predškolske dobi pokušavat će u svojoj svakodnevici iskušati situacije koje su vidjeli u medijima (Sindik, Veselinović, 2010).

Mediji mogu imati kratkoročne i dugoročne posljedice, a roditelji su ti koji reguliraju izloženost svoje djece medijima (Krpan, Sindik, Bartaković, 2017). Djeci treba pomoći u odabiru sadržaja (primjerenog dobi), postaviti granice koliko će se mediji upotrebljavati, i pogledati s djetetom medijske sadržaje te diskutirati sam sadržaj. Takav će način jačati kritičko razmišljanje, pravilan način korištenja te razumijevanje poruka u masovnim medijima. Roditelji djeci otkrivaju skrivene poruke medija, odnosno opasnosti koji mediji mogu donijeti (Mikić, 2004 prema Sindik, 2012). Roditelji bi

trebali paziti na medijske poruke u slikovnicama, crtanim filmovima, televiziji, videoigricama, mobitelima, razmotriti donosi određeni sadržaj, pozitivne ili negativne učinke. Dakle, umjesto ekstremnog odnosa prema medijima (za ili protiv medija) „roditelji bi trebali djecu promatrati i diskretno pratiti, kritički i odgovorno“ (Sindik, 2012:8). Iz tog je razloga nužno dati na važnosti medijskom opismenjavanju odrasle osobe (odgajatelj, učitelj), a prvenstveno roditelja, koji su primarni odgajatelji, kako bi svoje znanje mogli prenositi djeci.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj, zadaće istraživanja i hipoteze

Rad ima za cilj ispitati izloženost djece rane i predškolske dobi različitim medijima i zajedničkim aktivnostima roditelja i djece vezanim uz medije. Uz navedeno cilj je ispitati mišljenje roditelja pozitivnom utjecaju medija i važnosti medijske pismenosti. U radu se polazi od pretpostavke da masovni mediji zauzimaju istaknuto mjesto u slobodnom vremenu djece predškolske dobi.

U istraživanju su postavljene sljedeći zadaci:

1. Utvrditi kojim su medijima djeca predškolske dobi izložena,
2. Ispitati participiraju li roditelji u aktivnostima prilikom „konzumacije“ medijskih sadržaja od strane djece
3. Ispitati mišljenje roditelja o pozitivnim aspektima korištenja medija za djecu,
4. Ispitati mišljenje roditelja o važnosti medijske pismenosti.

U istraživanju su polazi od sljedećih hipoteza; (h1) djeca predškolske dobi izložena su utjecaju svih vrsta medija, (h2) roditelji zajedno s djecom participiraju u aktivnostima „konzumacije“ medijskih sadržaja, (h3) roditelji imaju afirmativno mišljenje o pozitivnim aspektima korištenja medija za djecu, (h4) roditelji su svjesni važnosti medijske pismenosti.

Mjerni instrument

Za potrebe istraživanja konstruiran je anketni upitnik koji se sastojao od nekoliko dijelova. Prvi dio odnosio se na podatke vezane uz sociodemografska obilježja ispitanika. U drugom dijelu kroz Likertovu skalu od pet stupnjeva, pri je 1 označavalo odgovor nikada, a 5 uvijek, ispitanici su procjenjivali „izloženost“ njihovog djeteta različitim vrstama medija. Slijedila su pitanja vezana uz situacije u kojima je djeci dopušteno gledanje televizije i korištenje mobitela i u čemu vide prednost korištenja medija, na koje su bili ponuđeni odgovori od kojih su mogli odabrati više njih. A u posljednjem dijelu je ispitivano mišljenje o zajedničkim aktivnostima roditelja i djece u slobodnom vremenu vezanim uz medije putem Likertove peterostupanjске skale (1-nikada, 5-uvijek) koja je sadržavala osam tvrdnji, te mišljenje roditelja o pozitivnom utjecaju medija i važnosti medijske pismenosti koja je sadržavala deset tvrdnji (1-uopće se ne slažem, 5-u potpunosti se slažem).

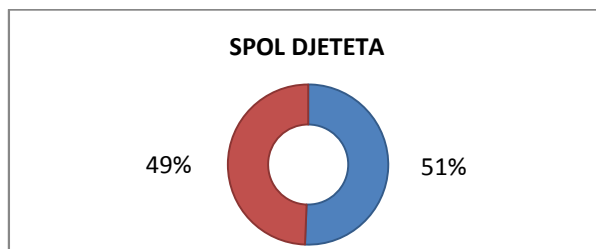
Uzorak

Istraživanje je provedeno u dječjem vrtiću Župa na uzorku od 81 roditelja/skrbnika djece koja su uključena u cjelodnevni boravak. Uzorak je sačinjavalo 22 % osoba muškoga (N=18) i 78% (N=63) osoba ženskoga spola. S obzirom na dob u uzorku dominiraju ispitanici u dobi između 31 i 40 godina (65%), zatim oni u dobi od 41 do 50 godina (26%), a najmanji je udio ispitanika u dobi od 21 do 30 godina (9%). S obzirom na stručnu spremu struktura uzorka je sljedeća; 59% ispitanika ima završenu srednju školu (SSS), 19% završilo je dvogodišnji studij (VŠS), također 19% ispitanika je s visokom stručnom spremom (VSS), a 4% ih ima magisterij ili doktorat znanosti. Od ukupnog broja ispitanika 89% njih stalno je zaposleno, 7% zaposleno je na određeno vrijeme, dok ih je 4% nezaposleno. O bračnom statusu ispitanici su izvjestili kako je braku njih 95% , u bračnoj zajednici 4%, a samohranih roditelja 1%. Najviše ispitanika ima dvoje djece (59%), zatim troje djece (27%), njih 9% ima jedno dijete, dok četvero ili više djece u obitelji ima 5% ispitanika.

Postupak prikupljanja i obrada podataka

Sudjelovanje u ovom istraživanju bilo je dobrovoljno i u potpunosti anonimno. Nakon provedenog postupka anketiranja uslijedila je statistička obrada, analiza i interpretacija dobivenih podataka. Prikupljeni podaci obrađeni su u Microsoft Excel programu te prezentirani kroz grafičke i tablične prikaze.

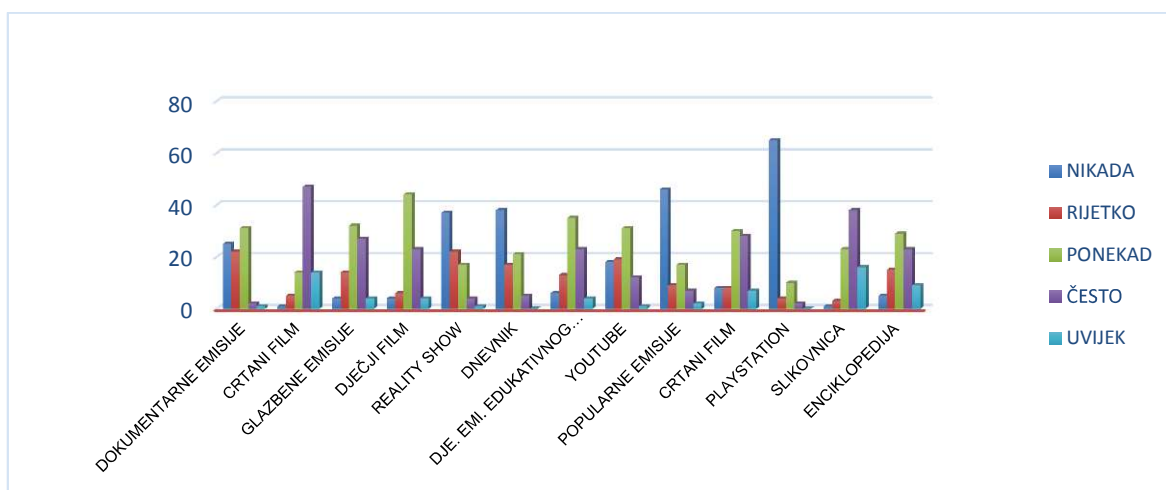
Rezultati istraživanja



Grafikon 1. Spol djeteta o kojemu su roditelji izvještavali

U Grafikonu 1. prikazana je struktura uzorka s obzirom na spol djeteta o kojemu su roditelji izvještavali. Radi se o 41 dječaku (5%) i 40 djevojčica (49%), među kojima je najviše 62% (N=50) šestogodišnjaka, 31% (N=25) petogodišnjaka, 6% (N=5) sedmogodišnjaka i jedan (1%) četverogodišnjak.

Mediji i medijski sadržaji kojima su djeca izložena u slobodnom vremenu



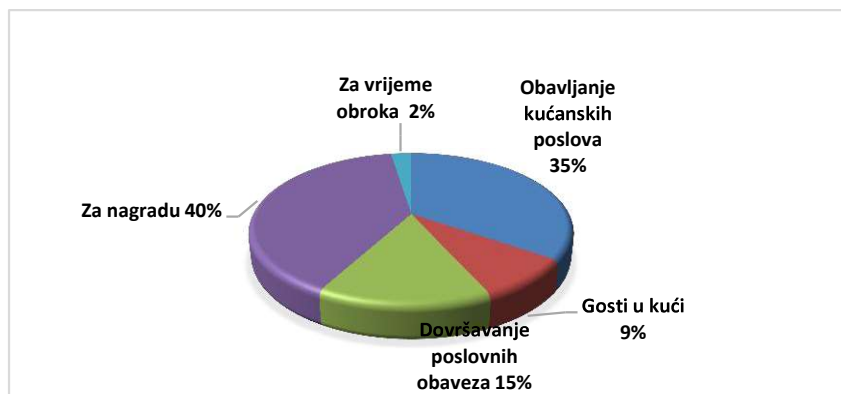
Grafikon 2. Medijski sadržaji kojima su djeca izložena tijekom tjedna

U slobodnom vremenu djeca su izložena raznim vrstama televizijskog sadržaja, što je vidljivo na grafikonu 2. Dokumentarne emisije djeca gledaju; ponekad u 3 % slučajeva, nikada u 31%, rijetko 27%, često tek u 2%, i uvijek samo u 1%. Za razliku od dokumentarnih emisija roditelji izvještavaju kako crtani film kao medijski sadržaj često gleda 58% djece, ponekad i uvijek po 1 % djece, rijetko 6%, a tek 1% djece nikada ne gleda crtani film. Glazbene emisije ponekad gleda 40% djece, često to čini 33%, rijetko 17%, a nikada i uvijek po 5% njih. Više od polovine ispitanika (54%) gleda dječji film ponekad, 28% često, a manji dio njih takve sadržaje prati rijetko (7%), nikada (5%) ili uvijek (5%). Za reality show, najveći postotak ispitanika, izvještava kako djeca takve sadržaje ne gledaju nikada (46%), dok je dio djece ipak rijetko (27%), ponekad (21%), često (5 %) i uvijek (1%) izložen takvim sadržajima. Informativne sadržaje poput Dnevnika 47% djece ne gleda nikada, ponekad to čini 26%, a tek manji dio njih rijetko (21%) ili često (6%). Dječje emisije edukativnog sadržaja više od polovine djece gleda ponekad (43%) ili često (28%), dok rijetko (1 %) ili nikada (7%) takvim emisijama nije izložen dio djece. No, ima i one djece koja uvijek (5%) prate takve medijske sadržaje.

Na grafikonu 2. prikazani su i rezultati vezani uz medijske sadržaje koji djeca gledaju na mobitelu, računalu ili tabletu. Tako, edukativne igre na YouTube kanalu 38% djece konzumira ponekad, rijetko u 23%, nikada 22%, često 15% i uvijek u 1%. Popularne igrice 57% djece iz uzorka ne igraju nikada, ponekad to čini 21% njih, rijetko 11%, često 9% i uvijek 2%. Crtane filmove na navedenim uređajima 37% djece gleda ponekad, 35% često, nikada i rijetko to radi po 10% djece, a uvijek 9% njih. PlayStation kao medijski sadržaj nije „popularan“ među djecom predškolske dobi. Rezultati pokazuju kako 80% djece, prema izvješću roditelja iz uzorka nikada ne igra PlayStation, 12% to čini ponekad, 5% rijetko, a tek 2%. Pisani medij djeca često koriste u slobodno vrijeme. Slikovnice često koristi/čita 47 % djece, ponekad 28%, uvijek 20%, rijetko 4% i nikada samo 1% djece. Enciklopedije i časopisi za djecu ponekad čita 36% djece, često 28% njih, rijetko 19%, uvijek 11%, dok takva vrsta tiskanog medija nikada nije prisutna kod 6% djece.

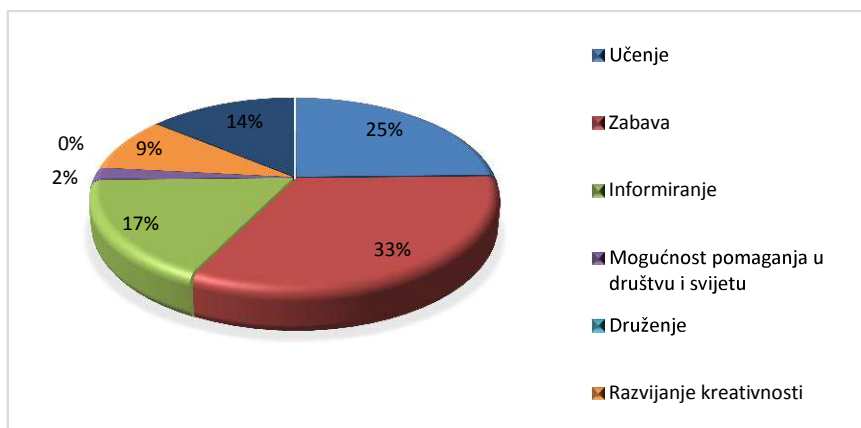
Iz prikazanih i analiziranih rezultata moguće je zaključiti da su djeca predškolske dobi iz uzorka izložena svim vrstama medija i medijskih sadržaja, pri čemu dominira televizija i različiti sadržaji koje djeca putem tog medija prate. No, putem mobitela izloženi su i medijskim sadržajima na YouTube kanalu, a u manjem broju igraju PlayStation. Tiskani mediji poput slikovnica i enciklopedija relativno često su zastupljeni kao medijski sadržaj. Navedenim se potvrđuje (h1) hipoteza.

U anketnom upitniku od ispitanika se kroz dva pitanja pokušalo doznati u kojim situacijama dopuštaju djeci gledanje televizije odnosno korištenje mobitela i u čemu vide najveću prednost korištenja medija. Rezultati su prikazani na grafikonima 3. i 4.



Grafikon 3. Situacijama u kojima roditelji dopuštaju djeci gledanje televizije i korištenje mobitela

Prema dobivenim podacima (grafikon 3) 40% roditelja najčešće dopuštaju djeci gledanje televizije ili korištenje mobitela kao nagradu, neki dopuštaju djeci korištenje medija u vrijeme dok obavljaju kućanske poslove (35%) ili dovršavaju poslovne obaveze (15%), dok 9% roditelja to omogućuje djeci u trenucima kada imaju goste u kući ili za vrijeme obroka (2%).



Grafikon 4. Mišljenje roditelja o prednost korištenja medija

Iz podataka (grafikonu 4.) vidljivo je kako više od trećine (33%) roditelja smatra da je najveća prednost korištenja medija zabava, 25% navodi učenje kao prednost korištenja medija, a dio roditelja kao prednost vidi informiranje (17%) i lakši pristup informacijama (14%), te razvijanje kreativnosti (9%) i mogućnost pomaganja u društvu i svijetu (2%).

U tablici 1. prikazani su rezultati dobiveni na temelju procjene roditelja o zajedničkim aktivnostima s djecom koje su vezane za medije. Ispitanici trebali su odabrati jedan odgovor za svaku tvrdnju koja najviše odražava njihovo mišljenje ili se odnosi na njihove postupke.

Tablica 1. Mišljenje roditelja o aktivnostima djece vezanim uz medije

TVRDNJE	1		2		3		4		5		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Zajedno s djetetom gledam televiziju	0	0	8	10	35	43	32	40	6	7	81	100
S djetetom razgovaram o sadržaju na televiziji	0	0	8	10	31	38	33	41	9	11	81	100
Dijete koristi mobitel pod nadzorom neke odrasle osobe	2	3	5	6	18	22	30	37	26	31	81	100
Dijete koristi mobitel tijekom vožnje u automobilu	41	51	21	26	14	17	4	5	1	1	81	100
S djecom treba razgovarati o pravilnim navikama korištenja medija	1	1	3	4	12	15	18	22	47	58	81	100
Izloženost medijskim sadržajima nastojim ograničiti svakodnevno	2	3	1	1	10	12	28	35	40	49	81	100
Potičem dijete da koristi računalo kao medij za učenje	26	32	11	14	23	28	14	17	7	9	81	100
Zajedno s djetetom čitam slikovnice	2	3	1	1	12	15	35	43	31	38	81	100

Na tvrdnju o zajedničkom gledanju televizije s djetetom najviše ispitanika je odgovorilo kako to čini ponekad (43%) ili često (40%), rijetko to čini 10% njih, dok uvijek zajedno s djecom televiziju gleda 7% roditelja. O sadržaju na televiziji s djecom razgovara često 41% roditelja, ponekad 38% njih, uvijek 11%, a rijetko 10%. Kako njihovo dijete koristi mobitel pod nadzorom neke odrasle osobe često (37%) ili uvijek (32%) potvrđuje više od dvije trećine ispitanika, a ponekad (22%), rijetko (6%) i nikada (3%) pod nadzorom korištenje mobitela nema trećina ispitanika. Više od polovine roditelja ne dopušta djetetu korištenje mobitela u autu. Nikada to ne dopušta 51% ispitanika, rijetko 26%, ponekad 17%, dok često (5%) i uvijek (1%) manji broj roditelja dopušta djetetu korištenje mobitel tijekom vožnje. Rezultati pokazuju kako veliki udio roditelja iz uzorka razgovara uvijek (58%) ili često (22%) sa svojim djetetom o pravilnim navikama korištenja medija, 15% roditelja s djecom razgovara tek ponekad, a dio roditelja rijetko (4%) ili nikada (1%) o tome s djecom ne razgovara. Gotovo polovina ispitanika nastoji uvijek (49%) ili često (35%) ograničiti svakodnevnu izloženost medijskim sadržajima, dok ostatak ispitanika ograničenja korištenja medija primjenjuje ponekad (12%), rijetko (1%) ili nikada (3%). Djecu na korištenje računala kao medija za učenje 32% ispitanika ne potiče nikada, 28% ih to čini ponekad, a 14% rijetko. Ipak dio roditelja takve poticaje daje djeci (17%) često ili (9%) uvijek. Ohrabrujuće je da veliki broj roditelja čitaju slikovnicu sa svojim djetetom često (43%) ili uvijek (38%), ponekad zajedničko čitanje slikovnice s djecom prakticira 15% roditelja iz uzorka, rijetko (1%) ili nikada (3%) tek jedan manji broj roditelja.

Rezultati pokazuju kako 47% roditelja često ili uvijek zajednički prati medijske sadržaje na televiziji, 52% njih o tim sadržajima razgovara s djecom, a 80% sa svojim djetetom razgovara o pravilnim navikama korištenja medija. Zajedničko čitanje slikovnice s djecom prakticira više od 80% roditelja. Blizu 70% ispitanika potvrđuje kako njihovo dijete koristi mobitel pod nadzorom neke odrasle osobe,

a više od polovine ih ne dopušta da dijete koristi mobitela u autu za vrijeme vožnje dok nisu u mogućnosti nadzirati ih, dok 84% roditelja nastoji ograničiti svakodnevnu izloženost djece medijskim sadržajima. Navedeni rezultati potvrđuju kako veliki broj roditelja participira u zajedničkim aktivnostima s djecom prilikom konzumiranja medijskih sadržaja. No, podaci iz tablice 1. pokazuju kako neki od ispitanih roditelja to čine tek ponekad, rijetko ili nikada. Prethodno prikazani i interpretirani odgovori (graf 3.) govori nam kako dio roditelja, znatno više od polovine, ne sudjeluje u zajednički s djecom u trenucima dok oni, putem različitih medija konzumiraju medijske sadržaje, budući su u to vrijeme posvećeni obavljanju kućanskih i poslovnih obaveza, ili imaju goste u kući. Zbog navedenog se hipoteza (h2), kojom se pretpostavilo da roditelji zajedno s djecom participiraju u aktivnostima „konzumacije“ medijskih sadržaj, djelomično potvrđuje.

U tablici 2. prikazani su rezultati dobiveni na temelju mišljenja roditelja o utjecaju medija i važnosti medijske pismenosti kod djece. Na svaku od ponuđenih deset tvrdnji ispitanici su odabrali jedan odgovor za svaku tvrdnju koji odražava njihovo potpuno slaganje ili neslaganje s tvrdnjom.

Tablica 2. Mišljenje roditelja o utjecaju medija i važnosti medijske pismenosti

TVRDNJE	1		2		3		4		5		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Mediji i društvene mreže imaju pozitivne učinke na spoznajni razvoj djeteta	10	12	23	28	30	48	7	9	2	3	81	100
O medijima je potrebno učiti i u predškolskom obrazovanju	6	7	16	20	19	24	26	32	14	17	81	100
Predškolski kurikulum dovoljno je fleksibilan za lako uvođenje medijske pismenosti u obrazovanje	2	3	17	21	39	48	22	27	1	1	81	100
Mediji utječu na porast nasilnog ili nekog drugog sličnog neprimjerenog ponašanja	0	0	2	3	9	11	36	44	34	42	81	100
Aktivnim posredovanjem odrasle osobe smanjuje se negativan utjecaj medija	1	1	3	4	18	22	36	45	23	28	81	100
Odgajatelji bi trebali koristiti i tradicionalne i suvremene medije za učenje u ustanovama RPOO	3	4	8	10	21	26	32	39	17	21	81	100
Roditeljima je potreban medijski odgoj kako bi znali usmjeravati vlastitu djecu	10	12	19	23	15	19	24	30	13	16	81	100
Roditelje je potrebnije medijski educirati nego odgajatelje	6	7	15	19	25	31	18	22	17	21	81	100
Kao roditelj sam dovoljno medijski pismen	1	1	0	0	20	25	45	56	15	18	81	100
Mene tehnologija i društvene mreže uopće ne zanimaju	14	17	28	34	24	30	12	15	3	4	81	100

Odgovor na tvrdnju mediji i društvene mreže imaju pozitivne učinke na spoznajni razvoj djeteta 48% roditelja je odgovorilo kako se niti se slaže niti ne slaže, 28% ih se ne slaže, a 12% se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom. Ipak nešto više od 10% ispitanika se slažem (9%) i u potpunosti slažem (3%) s time. Kako je o medijima potrebno učiti i u predškolskom obrazovanju slaže se 32 % roditelja, u potpunosti se slaže 17%, dok se 24 % njih niti slaže niti ne slaže. Gotovo trećina ispitanika se ne slažem (20%) ili uopće ne slažem (7%) s navedenom tvrdnjom. S tvrdnjom da je predškolski kurikulum je dovoljno fleksibilan za lako uvođenje medijske pismenosti u obrazovanje skoro polovina ispitanika nema jasno mišljenje što potvrđuje odgovor niti se slažem niti se ne slažem (48%). Ipak s tom tvrdnjom slaže se (27%) i u potpunosti se slaže (1%) dio njih, dok se 21% roditelja ne slaže ili uopće ne slaže (3%) s tom mogućnosti. Velika većina roditelja (86%) suglasna je s tvrdnjom da mediji utječu na porast nasilnog ili nekog drugog sličnog neprimjerenog ponašanja, što potvrđuju odgovori u kategoriji slažem se (44%) i u potpunosti se slažem (42%), dok se dio ispitanika niti

slažem niti ne slažem (11%), a mali broj (3%) se ne slaže s time. Nitko od roditelja nije dao odgovor uopće se ne slažem (0 %). Više od 70% ispitanika svojim slaganjem (45%) i potpunim slaganjem (28%) potvrđuje da aktivno posredovanje odrasle osobe smanjuje negativan utjecaj medija. 22% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže s time, a 5% ih se ne slažem (4%) i uopće se ne slaže (1%) roditelj. S tvrdnjom da bi odgajatelji trebali koristiti i tradicionalne i suvremene medije za učenje u ustanovama ranog i predškolskog odgoja više od polovine ispitanika se slaže (39%) i u potpunosti se slaže (21%), dio se niti slaže niti ne slaže (26%), a neki od njih se ne slažu (10%) i uopće se ne slažu (4%).

S tvrdnjom roditeljima je potreban medijski odgoj kako bi znali usmjeravati vlastitu djecu slaže se 30%, u potpunosti se slaže 16% roditelja, dok se 19% njih niti se slaže niti ne slaže. S navedenom tvrdnjom ne slaže se (23%) ili se uopće se ne slaže (12%) više od trećine ispitanika. Osmo tvrdnja koja glasi roditelje je potrebnije medijski educirati nego odgajatelje, naišla je na dvojbu kod dijela ispitanika, a vidljiva je kroz odgovor niti se slažem niti se ne slažem (31%), dok je slaganjem (22%) i potpunim slaganjem (21%) potvrđuje 43% roditelja. Ipak s činjenicom da je medijski odgoj potrebniiji roditeljima nego odgajateljima ne slaže se (19%) i uopće se ne slaže (7%) ispitanika. Deveta je tvrdnja kojom su roditelji procjenjivali svoju medijsku pismenost kroz odgovore u kategoriji slažem se (56%) i u potpunosti se slažem (18%) potvrđuje kako se 74% roditelja percipira medijski pismenima. 25% ispitanika se niti se slaže niti ne slaže s time, dok se tek zanemariv postotak (1%) ne procjenjuje medijski pismenim. Da roditelje tehnologija i društvene mreže uopće ne zanimaju potvrđuje 19% njih svojim slaganjem (1%) i potpunim slaganjem (4%). No, najviše je roditelja odgovorilo da se ne slaže (35%) i uopće ne slaže (17%) s time, dok kroz odgovor niti se slažem niti se ne slažem 30% ispitanika pokazuje nejasan stav.

Odgovori većine roditelja kroz neke tvrdnje iz tablice 2. pokazuju kako ne vide pozitivan učinak medija i društvenih mreža na spoznajni razvoj djeteta (40% ispitanika se ne slaže, 48% se tek djelomično slaže), a 86% ih potvrđuje negativan utjecaj medija na porast nasilnog ili neprimjerenog ponašanja kod djece. No, predstavljeni rezultati (grafikon 4., tablica 2.) i ukazuju kako dio roditelja u medijima vidi i pozitivne aspekte korištenja medija kao što su učenje, informiranje i lakši pristup informacijama, te razvijanje kreativnosti. S obzirom na navedeno hipoteza (h3), kojom se tvrdilo da roditelji imaju afirmativno mišljenje o pozitivnim aspektima korištenja medija za djecu, se odbacuje. Kroz nekoliko tvrdnji u tablici ispitano je mišljenje roditelja o važnosti medijskoj pismenosti. Pri tomu odgovori roditelja potvrđuju da im je potreban medijski odgoj kako bi znali usmjeravati vlastitu djecu, polovina ih se slaže kako je o medijima potrebno učiti i u predškolskom obrazovanju, ali nisu potpuno sigurni da u predškolskom kurikulum ima dovoljno potencijala za lako uvođenje medijske pismenosti. Većina roditelja smatra se medijski dovoljno pismenima, iako ih 43% tvrdi da je potrebnije medijski educirati roditelje nego odgajatelje. Ovime se potvrđuje hipoteza (h4) kojom je pretpostavljeno da su roditelji svjesni važnosti medijske pismenosti.

ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja pokazuju kako su djeca iz uzorka izložena svim vrstama medija i medijskih sadržaja, pri čemu dominira televizija i različiti sadržaji koje djeca putem tog medija, poput crtanih i dječjih filmova, emisija edukativnog sadržaja, glazbenih emisija prate u svom slobodnom vremenu. Uz televiziju crtane filmove i druge sadržaje konzumiraju i putem tableta i mobitela. No, veliki broj njih zanima se i za pisane medije u slobodno vrijeme. Tako slikovnice često koristi/čita 47% djece, a enciklopedije i časopise za djecu ponekad čita 36% djece, često i uvijek 39% njih uvijek. Za nagradu roditelji najčešće dopuštaju gledanje televizije ili korištenje mobitela (40%), a kao prednost korištenja medija navode zabavu (33%), učenje (25%) i informiranje (17%). Često i uvijek 47% roditelja zajednički gleda televiziju s djetetom, a o sadržajima na televiziji s djecom često razgovara 41% njih. 84% roditelja nastoji ograničiti svakodnevnu izloženost djece medijskim sadržajima, dok 3% takva ograničenja nikada ne postavlja. Afirmativan stav o pozitivnim aspektima korištenja medija kod djece ima tek 12% roditelja, dok 40% roditelja svojim neslaganjem to negira. Pribrojimo li tomu 48% neodlučnih roditelja zaključujemo kako veliki ispitanika nema afirmativno mišljenje o pozitivnim aspektima korištenja medija, time više što je 86% roditelja suglasno je s tvrdnjom da mediji utječu na

porast nasilnog ili nekog drugog sličnog neprimjerenog ponašanja. Što se tiče procjene medijske pismenosti 74% roditelja smatra da je medijski pismena, njih 25% je nesigurnih vezano uz vlastitu medijsku pismenost, a tek 1% smatra da nije dovoljno medijski pismeno.

Zbog poslovnih obaveza i užurbanog života roditelja djeca sve više provode vrijeme s medijima, odnosno „konzumiraju“ ih u većoj mjeri. Istraživanja govore kako djeca provode u prosjeku 3 do 4 sata dnevno uz televiziju i druge medije, dakle najveći dio svog slobodnog vremena (Ilišin i sur., 2001). Upravo je iz tog razloga izrazito važno biti razvijati medijsku pismenost i medijsku kompetenciju kod djece, kako bi znali prepoznati medijski kvalitetan sadržaj te poruku koja se prenosi. Roditelji bi trebali razgovarati i osvješćivati svoju djecu kako bi bila spremna kritički pristupiti masovnim medijima, a to znači kako se roditelji trebaju educirati i informirati. Ukoliko su medijski kompetentni roditelji primjerice putem sustava PEGI (Pan European Game Information) mogu provjeriti je li sadržaj igrice primjeren dobi djeteta (Delete Cyberbullying prema Medijska pismenost, 2017).

Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje (MZOS, 2014:13) promovira cjeloživotno obrazovanje, kako odraslih tako i djece, kroz osam temeljnih kompetencija. Jedna od njih digitalna je kompetencija. „Ona je u vrtiću važan resurs učenja djeteta, alat dokumentiranja odgojno-obrazovnih aktivnosti i pomoć u osposobljavanju djeteta za samoevaluaciju vlastitih aktivnosti i procesa učenja. Ova kompetencija razvija se u takvoj organizaciji odgojno-obrazovnoga procesa vrtića u kojoj je i djeci, a ne samo odraslima, omogućeno korištenje računala u aktivnostima planiranja, realizacije i evaluacije odgojno-obrazovnoga procesa“. Obitelj, predškolska ustanova a potom škola su najznačajnije odgojne sredine. Stoga je u kontekstu razvoja medijske pismenosti, kompetentnosti konačno medijskog odgoja potrebno da roditelji, odgajateljima i učiteljima bitu medijski opismenjeni, kako bi mogli razumjeti i naučiti djecu pravilno koristiti medije.

Literatura:

- Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I. (2018), *Razvoj medijske pismenosti: Pozitivni i negativni medijski sadržaji*, str. 3-20. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wpcontent/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf>
- Ciboci, L., Labaš, D., Kanižaj, I. (2019), *Uvodnik*. Communication Management Review, Vol. 04, No. 1, 1-3. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=326490
- 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, Vol.04, No.1, 270 -283. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=326261
- 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 – Institut za državna istraživanja u Zagrebu.
- Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011), *Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove*. U: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (Ur.) *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije*, 11-35. Zagreb: Matica hrvatska.
- Knezović, K., Maksimović, I. (2016), *Manipulativna moć medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete*. Diacoversia, Vol. 24, No. 4, 645-666. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=252717
- Krpan, K., Sindik, J., Bartaković, S. (2017), *Knjižnica-podrška roditeljima u medijskom opismenjavanju i medijskom odgoju djece*. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 60, No. 2-3. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=288811
- Labaš, D., Marinčić, P. (2018), *Mediji kao sredstvo zabave u očima djece*. MediAnali, Vol.12, No. 15, 1-32. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=288270

- Ljubić Nežić, K. (2018), *Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju*. Communication Management Review, Vol. 04, No. 01, 284-301.
- Malović, S. (2007), *Mediji i društvo*. Zagreb: Jetic.
- Mikić, K. (1990), *Vizualni mediji : fotografija, film, video u školi danas sutra*. Umjetnost i dijete XXII, 5 – 6, 333 – 338.
- Miliša, Z., Tolić, M., Vertvovšek, N. (2010), *Mladi – Odgoj za mlade: Priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
- Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2014) Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje, Zagreb. Dostupno na: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_01_5_95.html
- Sindik, J. (2012), *Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?* Medijska istraživanja, Vol.18, No. 1, 5-33.
- Sindik, J., Veselinović, Z. (2010), *Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?* Medijska istraživanja, Vol.16, 107-133.
- Tolić, M. (2008), *Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji*. Acta ladertina, Vol. 5, No. 1, 1-13. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=280056
- Zgrabljic Rotar, N. (2005), *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Media Centar.
- Žitinski, Maja. (2009), *Što je medijska pismenost?* Obnovljeni život, Vol. 64, No. 2, 233-245. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=58603

Mrežni izvori:

URL 1: <https://www.medijskapismenost.hr/roditelji-obratite-paznju-na-dobne-oznake/>

URL 2: <https://www.medijskapismenost.hr/aplikacija-s-crticima-igrama-i-emisijama-primjerenima-iza-najmlade/>

Parents' opinion about the presence of media in preschool children's free time

Summary

Life in the modern world implies being surrounded by media on a daily basis. Their (omni)presence in the family environment is often questioned in public and professional discourse. Since the early age, children are exposed to a different media and the media have big impact on growth, development, raise and education. Media can impact both positive and negative on children. Children need to have media competencies therefore the big role in media education have parents. The paper presents the results of the research aimed to determine how much preschool children are exposed to media impact during their free time, which media are they most exposed to, and which content they consume. The research was conducted in the kindergarten Župa Dubrovačka by the survey procedure, and the sample consisted of parents (N=81). The paper starts from the assumption that the mass media occupy a significant place in the preschool children's free time. The research showed how parents relate to the mass media, how much they find it useful or harmful to their children, and whether they have restrictions towards the use of mass media. The paper emphasizes the need to develop media literacy in children from their first encounters with the media.

Key words: media, preschool children, freetime, media literacy, parents