

Medijska pismenost i utjecaj medija na djecu

Gal, Stefani

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:370262>

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

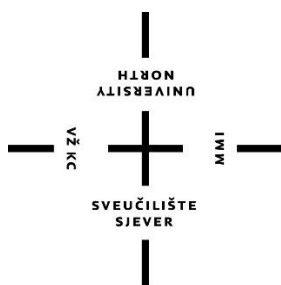
Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

ZAVRŠNI RAD BROJ 401/PIM/2024.

Medijska pismenost i utjecaj medija na djecu

Stefani Gal, 3482/336

Koprivnica, svibanj 2024.



Sveučilište Sjever

Odjel za ekonomiju

ZAVRŠNI RAD

Medijska pismenost i utjecaj medija na djecu

Student

Stefani Gal, 3482/336

Mentor

doc. dr. sc. Katerina Fotova Čiković

Koprivnica, svibanj 2024.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

| | | | |
|-----------------------------|---|---------|------------------------|
| ODJEL | Odjel za ekonomiju | | |
| STUDIJ | preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment | | |
| PRISTUPNIK | Stefani Gal | JMBAG | 3482/336 |
| DATUM | 26.08.2024. | KOLEGIJ | Medijske industrije EU |
| NASLOV RADA | Medijska pismenost i utjecaj medija na djecu | | |
| NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU | Media literacy and the media influence on children | | |
| MENTOR | Katerina Fotova Čiković | ZVANJE | Docent |
| ČLANOVI POVJERENSTVA | 1. doc.dr.sc. Ivona Čulo, predsjed. 2. doc.dr.sc. Katerina Fotova Čiković, mentorica 3. dr.sc. Antonija Mandić, komentorica 4. doc.dr.sc. Joško Lozić, član 5. dr.sc. Ana Mulović, Trgovac, članica | | |

Zadatak završnog rada

BROJ 401/PIM/2024

OPIS

U razumijevanju medija vrlo je važna medijska pismenost koja se tradicionalno shvaća kao proces ili skup vještina temeljen na kritičkom mišljenju. Sve više djece, čak i u kućanstvima s ekonomskim poteškoćama, svakodnevno koristi novije digitalne tehnologije, poput interaktivnih i mobilnih medija te su i dalje meta intenzivnog marketinga. Društveni mediji mogu pružiti koristi nekim mladima pružajući pozitivnu zajednicu i vezu s drugima koji dijele identitete, sposobnosti i interese. S druge strane, mediji u dječjoj dobi mogu negativno djelovati na obrazovanje te smanjene sposobnosti učenja i istraživanja. Crtani programi pokazali su različite pozitivne i negativne učinke na ponašanje i razvoj djece. Uloga društvenih medija i njihov potencijalni utjecaj na ponašanje djece relativno je nov fenomen koji se razvija i društvo ga tek počinje procjenjivati i razumijevati.

Zadatak završnog rada je slijedeći:

- definirati i objasniti pojam medijska pismenost
- prezentirati primjer utjecaja na djece kroz crtane filmove te ulogu roditelja u prevenciji lošeg utjecaja medija na dijete
- donjeti zaključke na temelju provedenog istraživanja te predložiti smjernice za daljnji rad i daljnja istraživanja.

ZADATAK URUČEN

29. 8. 2024

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER



Predgovor

Ovaj rad posvećujem svojoj obitelji, prijateljima i svima koji su bili uz mene za vrijeme mog studiranja te im se zahvaljujem na svakom obliku podrške i pomoći.

Mentorici, doc. dr. sc. Katerini Fotova Čiković, zahvaljujem se od srca na svim savjetima i pomoći oko pisanja završnog rada, a ostalim profesorima Sveučilišta Sjever na nesebičnom prenošenju znanja i iskustava.

Sažetak

Mediji se mogu definirati kao kanali ili alati koji se koriste za pohranu, prijenos ili isporuku informacija i podataka. Klasificiraju se u različite vrste na temelju različitih kriterija, kao što su svrha, publika, format, sadržaj, vlasništvo i tehnologija medija. Različite vrste vlasništva nad masovnim medijima mogu utjecati na sadržaj, kvalitetu i raznolikost medija te njihov utjecaj na društvo i svijet. U razumijevanju medija vrlo je važna medijska pismenost koja se tradicionalno shvaća kao proces ili skup vještina temeljen na kritičkom mišljenju. Sve više djece, čak i u kućanstvima s ekonomskim poteškoćama, svakodnevno koristi novije digitalne tehnologije, poput interaktivnih i mobilnih medija te su i dalje meta intenzivnog marketinga. Društveni mediji mogu pružiti koristi nekim mladima pružajući pozitivnu zajednicu i vezu s drugima koji dijele identitete, sposobnosti i interese. S druge strane, mediji u dječjoj dobi mogu negativno djelovati na obrazovanje te smanjene sposobnosti učenja i istraživanja. Crtani programi pokazali su različite pozitivne i negativne učinke na ponašanje i razvoj djece. Uloga društvenih medija i njihov potencijalni utjecaj na ponašanje povezano sa samoubojstvom relativno je nov fenomen koji se razvija i društvo ga tek počinje procjenjivati i razumijevati.

Ključne riječi: mediji, klasifikacija, medijska pismenost, društveni mediji, crtani programi

Abstract

Media can be defined as channels or tools used to store, transmit or deliver information and data. They are classified into different types based on different criteria, such as purpose, audience, format, content, ownership and media technology. Different types of mass media ownership can affect the content, quality and diversity of the media and their impact on society and the world. Discovering media, media literacy is very important and is traditionally understood as a process or set of skills based on critical thinking. More and more children, even in households with economic difficulties, use new digital technologies every day, such as interactive and mobile media, and are still the target of intensive marketing. Social media can benefit some youth by providing positive community and connection with others who share identities, abilities, and interests. On the other hand, the media in children's age can have a negative effect on education and reduce learning and research abilities. Cartoon programs have shown different positive and negative effects on children's behavior and development. The role of social media and its potential impact on suicidal behavior is a relatively new and evolving phenomenon that society is only beginning to assess and understand.

Keywords: media, classification, media literacy, social media, cartoon programs

Popis korištenih kratica

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

AAP- American Academy of Pediatrics

PEGI- Pan-European Game Information

ESRB- Entertainment Software Rating Board

NCIPC- National Center for Injury Prevention and Control

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Mediji..... | 2 |
| 2.1. Vrste medija..... | 3 |
| 2.2. Vrste vlasništva nad medijima..... | 5 |
| 3. Medijska pismenost | 6 |
| 4. Utjecaj medija na djecu | 8 |
| 4.1. Pozitivan utjecaj medija na djecu | 9 |
| 4.2. Negativan utjecaj medija na djecu | 11 |
| 5. Animirani filmovi u dječjoj dobi | 15 |
| 5.1. Primjer utjecaja na dijete kroz crtani film Tom and Jerry | 18 |
| 6. Povezanost suicida sa korištenjem društvenih medija kod djece | 20 |
| 7. Uloga roditelja u prevenciji lošeg utjecaja medija na dijete..... | 23 |
| 8. Zaključak | 25 |
| 9. Literatura | 26 |

1. Uvod

Mediji su pojam koji se odnosi na sredstva komunikacije koja dopiru do ljudi ili utječu na njih. Mogu se klasificirati u različite vrste na temelju različitih kriterija, kao što su svrha, publika, format, sadržaj, vlasništvo i tehnologija medija. Iako ljudi često nisu toga svjesni, vrlo je važno da osoba koja izdaje vijest, kao i osoba koja čita vijest, bude „medijski pismena“. Takva osoba daje mnogo jasniju perspektivu da se vidi granica između stvarnog svijeta i svijeta koji su proizveli mediji. Isto tako, pruža jasne karte koje pomažu da se ljudi bolje snalaze u svijetu medija. Na taj način može se doći do onih iskustava i informacija koji su zaista potrebni, a da se usput zanemare one informacije koje su štetne [1]. Djeca provode dosta vremena gledajući medije, a ovaj obrazac ponašanja počinje u ranoj dobi. Studije su pokazale da je dječja uporaba medija povezana s razvojem uključujući fizičku spremnost, psihološku dobrobit, društveno ponašanje i poteškoće u ponašanju. Iako je televizija još uvijek dominantan medij za djecu i mlade, nove tehnologije su sve popularnije. Unatoč nedostatku osnovnog perceptivnog i simboličkog razumijevanja i finih motoričkih vještina, čak su i dojenčad već pozorna na medijske sadržaje koji odgovaraju njihovim društvenim idejama, očekivanjima i sposobnostima tumačenja tih medija. Roditelji igraju ključnu ulogu u određivanju korištenja medija od strane djece budući da oni provode značajan dio vremena sa svojom djecom i uspostavljaju klimu unutar kućanstva povezanu s medijskom izloženošću djece. Konkretno, roditeljsko korištenje medija, stavovi o medijima i stilovi roditeljstva predloženi su kao odrednice dječjeg korištenja medija. Roditeljsko korištenje televizije u pozadini odvlači pozornost od interakcije roditelj-dijete i dječje igre. Često korištenje mobilnih uređaja povezano je s manje verbalnih i neverbalnih interakcija između roditelja i djece te može biti povezano s većim sukobom u odnosu roditelj-dijete. Budući da je roditeljsko korištenje medija snažan prediktor medijskih navika djeteta, smanjenje roditeljske upotrebe medija i poboljšanje interakcije roditelj-dijete može biti važno područje promjene ponašanja [2].

2. Mediji

Riječ medij izvedenica je iz latinske riječi "medius", što znači "srednji". Mediji se mogu definirati kao kanali ili alati koji se koriste za pohranu, prijenos ili isporuku informacija i podataka. Također, mogu se definirati kao institucije ili organizacije koje proizvode i distribuiraju informacije ili zabavu javnosti. Neki primjeri medija su novine, časopisi, knjige, radio, televizija, kino, internet, društveni mediji, mobilni telefoni itd. Mogu se koristiti u različite svrhe, kao što su obrazovanje, zabava, informiranje, uvjeravanje, oglašavanje, marketing, odnosi s javnošću itd. Razvijali su se tijekom vremena usporedno s razvojem ljudske civilizacije i tehnologije. Najraniji oblici medija bili su usmena i pisana komunikacija, kao što su pripovijedanje, poezija, pisma itd. Ovi oblici medija bili su ograničeni vremenom, prostorom i publikom. Izum tiskarskog stroja u 15. stoljeću omogućio je masovnu proizvodnju i distribuciju tiskanih medija, kao što su knjige, novine, pamfleti itd. Proširili su domet i utjecaj medija te olakšali širenje znanja, kulture i ideje. Kroz povijest je pristup vijestima i informacijama bio privilegija moćnika, a institucije s autoritetom ili bogatstvom dominirale su distribucijom. U 19. i 20. stoljeću pojavili su se elektronički mediji poput telegrafa, telefona, radija, televizije, kina i dr. Omogućili su prijenos i prijam audio i vizualnih signala na velikim udaljenostima i u stvarnom vremenu. Povećali su brzinu, raznolikost i interaktivnost medija i stvorili globalnu medijsku kulturu. U 21. stoljeću došlo je do porasta digitalnih medija, kao što su internet, društveni mediji, mobilni telefoni itd. Oni pak omogućuju stvaranje, pohranu, pristup i dijeljenje digitalnih informacija i sadržaja u različitim formatima, kao što su tekst, slike, audio, video, itd. Isto tako, povećavaju povezanost, personalizaciju i sudjelovanje medija te osnažuju korisnike kao proizvođače i potrošače medija. Kada se sumira pojam medija, može se zaključiti da su dinamični i stalno se mijenjaju s napretkom tehnologije i društva. Raznoliki su i nude različite izbore i opcije za korisnike i publiku. Samim time što su interaktivni omogućuju korisnicima i publici komunikaciju i razmjenu povratnih informacija s medijima i međusobno. Utjecajni su što se tiče mišljenja, stavova, ponašanja i vrijednosti korisnika i publike. Mogu oblikovati javnu agendu, postavljati norme i standarde te kreirati stvarnost i percepciju svijeta [3]. Analizirajući informacije koje dobiju, ljudi mogu razviti vlastita mišljenja o različitim konceptima i temama, pritom (u najboljem slučaju) poštujući mišljenja ljudi koji se s njima ne slažu. Mediji su također izuzetno važni u smislu obrazovanja, jer pomažu djeci i tinejdžerima da razviju kritičko mišljenje učeći ih da razmatraju više od jednog gledišta.

Važno je napomenuti kako mediji uvelike utječu na današnje norme. Norme su standardi ponašanja koji se temelje na široko zajedničkim uvjerenjima o tome kako bi se pojedini članovi grupe trebali ponašati u određenoj situaciji. Kao takva, ova uobičajena pravila ponašanja koordiniraju interakcije pojedinaca s drugima i zbog toga su vrlo utjecajna u oblikovanju ponašanja pojedinca, uključujući diskriminaciju i nasilje nad određenom skupinom. Norme mogu štititi od nasilja, ali također mogu podržavati i poticati njegovu upotrebu stoga je vrlo bitno kako određene informacije iz medija utječu na razmišljanje i ponašanje pojedinca [4]. Prema autorici Jurčić mediji nisu ni štetni ni korisni, ali mogu biti i jedno i drugo. Smatra da ujedno jačaju, ali i ruše naša stajališta[5].

2.1. Vrste medija

Postoje mnoge vrste medija koji koriste različite formate i tehnologije za komunikaciju s publikom. Vrste vlasništva nad medijima mogu utjecati na vrste medija te njihov sadržaj i kvalitetu. Vrste medijskog vlasništva također mogu utjecati na vrste masovnih medijskih komunikacija te opseg i važnost medija u društvu i svijetu. Mediji se mogu općenito kategorizirati u tri glavne vrste na temelju formata i tehnologije medija [6].

Mediji za ispis (slika 2.1.1.) odnose se na medije koji koriste papir ili druge materijale za prikazivanje informacija ili sadržaja. Neki primjeri tiskanih medija su novine, časopisi, knjige, letci, brošure itd. Tiskani mediji jedan su od najstarijih i najtradicionalnijih oblika medija i imaju prednosti trajnosti, vjerodostojnosti i pristupačnosti. Tiskani mediji važni su za informiranje, obrazovanje i zabavu čitateljima te za utjecaj na njihova mišljenja i ponašanja [3].



Slika 2.1.1. Primjer medija za ispis

Elektronički mediji (slika 2.1.2.) odnose se na medije koji koriste elektroničke uređaje i signale za prijenos i primanje informacija ili sadržaja. Neki primjeri elektroničkih medija su radio, televizija, kino, itd. Jedan su od najpopularnijih i najraširenijih oblika medija i imaju prednosti brzine, raznolikosti i interaktivnosti. Važni su za informiranje, obrazovanje i zabavu slušatelja i gledatelja te za stvaranje globalne medijske kulture [3].



Slika 2.1.2. Primjer elektroničkih medija

Digitalni mediji (slika 2.1.3.) odnose se na medije koji koriste digitalnu tehnologiju i mreže za stvaranje, pohranu, pristup i dijeljenje informacija ili sadržaja. Neki primjeri digitalnih medija su internet, društveni mediji, mobilni telefoni itd. Jedan su od najnovijih i naprednih oblika medija i imaju prednosti povezivanja, personalizacije i sudjelovanja. Važni su za pružanje informacija, obrazovanja i zabave korisnicima te za njihovo osnaživanje kao proizvođača i potrošača medija [3].



Slika 2.1.3. Primjer digitalnih medija

2.2. Vrste vlasništva nad medijima

Vlasništvo nad medijima odnosi se na kontrolu i vlasništvo nad medijskim kućama, kao što su novine, časopisi, radio, televizija, internet itd. Različite vrste vlasništva nad masovnim medijima mogu utjecati na sadržaj, kvalitetu i raznolikost medija i njihov utjecaj na društvo i svijet. Vlasništvo se može klasificirati u različite vrste na temelju broja i prirode vlasnika medija [1].

Javni mediji odnose se na medije koji su u vlasništvu i pod upravom vlade ili javnih tijela. Javne medije financira javnost kroz poreze, naknade ili donacije. Javni mediji trebaju služiti javnom interesu te građanima pružati informacije, obrazovanje i zabavu. Mogu biti pod utjecajem političkih i ideoloških programa vlade i mogu im nedostajati neovisnosti i raznolikosti [6].

Privatni mediji odnose se na medije koji su u vlasništvu i kojima upravljaju privatne osobe ili korporacije. Financiraju ih vlasnici oglašavanjem, pretplatom ili prodajom. Privatni mediji trebaju služiti tržištu i pružati informacije, obrazovanje i zabavu potrošačima. Neki primjeri privatnih medija su Fox News, Disney, itd. Mogu biti pod utjecajem ekonomskih i komercijalnih interesa vlasnika i može im nedostajati objektivnosti i kvalitete [6].

Mediji zajednice odnose se na medije koji su u vlasništvu i kojima upravljaju članovi određene zajednice, kao što su etničke, vjerske, kulturne ili geografske skupine. Financiraju se od strane zajednice ili darovnicama, donacijama i sponzorstvima. Oni trebaju služiti zajednici i pružati informacije, obrazovanje i zabavu za članove. Neki primjeri medija zajednice su etničke novine, radio stanice, web stranice itd. Mogu biti pod utjecajem društvenih i kulturnih vrijednosti zajednice te im može nedostajati profesionalizma i dosega [6].

3. Medijska pismenost

Medijska pismenost postala je središte za suzbijanje "lažnih vijesti", a različiti niz sudionika (od edukatora do zakonodavaca, filantropa do tehnologa) usmjerili su značajna sredstva u programe medijske pismenosti. Medijska pismenost tradicionalno se shvaća kao proces ili skup vještina temeljen na kritičkom mišljenju. Ima dugu povijest razvoja prema različitim vrijednostima, ljujajući se između zaštite i sudjelovanja. Suvremena medijska pismenost nastoji se organizirati oko pet glavnih tema: sudjelovanje mladih, obuka nastavnika i nastavni planovi i programi, podrška roditeljima, političke inicijative i izgradnja baze dokaza. Programi poput ovih pokazali su pozitivne rezultate, osobito u slučaju brzih odgovora na udarne vijesti, povezivanja kritičkog razmišljanja s promjenom ponašanja i evaluacije stranačkog sadržaja. Međutim, programi medijskog opismenjavanja također imaju svoje izazove [7]. Djeca i mladi ljudi ne suočavaju se samo s komunikacijskim medijima kao što su televizija i film u svom svijetu, već i nizom zaslonskih tehnologija, najviše potaknutih digitalnom revolucijom. Unatoč svim pričama o "digitalnim urođenicima", mladi još uvijek trebaju neke smjernice u ovom svijetu komunikacije, a to je opismenjavanje u novim medijima. U udžbeniku koji se često koristi u nastavi na koledžu, Potter piše: „Preuzimanje kontrole je ono što je medijska pismenost. Medijski pismeniji daje vam mnogo jasniju perspektivu da vidite granicu između vašeg stvarnog svijeta i svijeta koji su proizveli mediji. Kada ste medijski pismeni, imate jasne karte koje vam pomažu da se bolje snalazite u svijetu medija, tako da možete doći do onih iskustava i informacija koje želite, a da vas ne ometaju one stvari koje su vam štetne” [8]. Monografija koju je objavio UNESCO definira medijsku pismenost kao „Proces asimilacije i korištenja kodova uključenih u suvremeni medijski sustav kao i operativne vještine potrebne za pravilno korištenje tehnoloških sustava na kojima se ti kodovi temelje“. Uključuje sposobnost pojedinca da kompetentno komunicira koristeći medije[9]. Stalno uključene veze, mobilni uređaji i novi alati za objavljivanje proširili su medije koji se koriste kako bi uključili sadržaje kolega. Nadalje, nove mreže i platforme za sudjelovanje niču i postaju „super nove“ preko noći, a kraja im se ne nazire. Problem je u tome što ljudska pažnja, za razliku od tehnologije, ima granice. Unatoč svakodnevnoj potrebi da ljudi rade, spavaju i jedu, korištenje medija dominira načinom na koji provode dane. Tri glavne kategorije današnje upotrebe medija su televizija, računala i mobilni uređaji [10]. U proteklih deset godina nekoliko je inicijativa za medijsku pismenost uključilo mlade u proizvodnju medija da pruže dinamično iskustvo o tome kako se sadržaj razvija i širi.

Ovi programi bave se nizom pitanja uključujući dezinformacije, autorska prava, plagijat, vjerodostojnost informacija i maltretiranje. Na primjer, PBS News Hour Student Reporting Lab upario je srednjoškolce s lokalnim PBS postajama kako bi ih naučio tehničkim i istraživačkim vještinama za izvještavanje o aktualnim temama. Istraživanje medijske pismenosti obično se usredotočuje na individualnu odgovornost za razaznavanje istinitosti ili točnosti poruka. Kako platforme poput Facebooka, Googlea i Twittera sve više personaliziraju pristup informacijama, individualna odgovornost postaje sve izazovnije, posebice kada metode posluživanja informacija nisu transparentne. Jedan od izazova za daljnje istraživanje je određivanje očekivanja o tome kako pojedinac može procijeniti pouzdanost informacija kada širina sadržaja nije vidljiva, niti pristupačna. Potrebno je preispitati medijsku pismenost u doba platformi. Trenutačno političko i medijsko okruženje predstavlja veliki ulog i napore u području medijske pismenosti. U mnogim slučajevima postoji poticaj za nove inicijative medijskog opismenjavanja. Podizanje svijesti o medijskim porukama- kako ih kreirati ili kritički angažirati čini se kao dobra stvar, ali iz perspektive dokaza, ostaje nejasno može li medijska pismenost biti uspješna u pripremi građana da se odupru „lažnim vijestima” i dezinformacijama.

Pet preporuka od strane UNESCO-a za one koji su zainteresirani za razvoj budućnosti medijske pismenosti su:

- a) razviti koherentno razumijevanje medijskog okruženja
- b) poboljšati multidisciplinarnu suradnju
- c) iskoristiti trenutnu medijsku krizu za konsolidaciju dionika
- d) odrediti prioritete stvaranje nacionalne baze dokaza o medijskoj pismenosti
- e) razviti nastavne planove i programe za rješavanje aktivnosti uz tumačenje [7]

4. Utjecaj medija na djecu

Tehnološke inovacije transformirale su medije i njihovu ulogu u životima dojenčadi i male djece. Sve više djece, čak i u kućanstvima s ekonomskim poteškoćama, svakodnevno koristi novije digitalne tehnologije, poput interaktivnih i mobilnih medija te su i dalje meta intenzivnog marketinga [1].

Nekoliko pregleda literature (npr. Singer i Singer 2011.) opisalo je postupni razvoj malog djeteta kao potrošača medija, tj. kako dijete obrađuje medijski sadržaj i rukuje uređajima. Unatoč nedostatku osnovnog perceptivnog i simboličkog razumijevanja i finih motoričkih vještina, čak je i dojenčad već pozorna na medijske sadržaje koji odgovaraju njihovim društvenim idejama, očekivanjima i sposobnostima tumačenja tih medija. Iako mlađa djeca često imaju poteškoća u korištenju aplikacija na pametnim mobilnim uređajima, što uključuje nekontrolirano klizanje prstima, netočno dodirivanje ikona, slučajno izlaženje iz aplikacije i/ili nemogućnost razumijevanja zvučnih uputa za igranje, mnoga od njih su još uvijek motivirana nastaviti koristiti uređaj. Štoviše, u dobi od 7 godina djeca također usavršavaju svoje fine motoričke vještine, što im postupno olakšava rukovanje ekranima osjetljivim na dodir, malim tipkama, gadgetima i kontrolerima. Mala djeca također postaju sve vještija u korištenju simbola, igranju igara pretvaranja, tumačenju relevantnih znakova u svom društvenom okruženju i stječu znanja o gramatici, što je bitno za formiranje interpretativne sheme za obradu zahtjevnijih medijskih sadržaja. Pomoću svojih poboljšanih vještina, djeca u dobi od 5 do 8 godina razvila su jasnu sklonost obrazovnim igrama ili igrama koje potiču natjecanje jer te vrste sadržaja odgovaraju njihovom razvojnem statusu. Također, ta se starija djeca fluidno kreću između virtualnog i stvarnog svijeta kada su svjesno uključena u kreativne prakse. Iako se mnoga djeca već u ranoj dobi pretvaraju u relativno kompetentne korisnike tehnologija, roditelji ili drugi skrbnici još uvijek su pomagači, učitelji i vratari u korištenju medija kod male djece[11].

Mediji mogu utjecati na dječje preuzimanje rizika. Rana istraživanja sugeriraju da izloženosti televizijskim medijima mogu pomoći djeci da prepoznaju opasnosti i sigurnosno ponašanje, ali nije jasno kako i kratkoročni i dugoročni utjecaji medija mogu utjecati na dječje modeliranje i sudjelovanje u rizičnim ponašanjima[12].

4.1. Pozitivan utjecaj medija na djecu

Razina razvoja pojedinog djeteta ključni je čimbenik u određivanju hoće li medij imati pozitivne ili negativne učinke. Televizija može biti moćan učitelj. Ulica Sezam primjer je kako mala djeca mogu naučiti vrijedne ideje o rasnoj harmoniji, suradnji, ljubaznosti, jednostavnoj aritmetici, zdravoj prehrani i abecedi putem obrazovnog televizijskog formata (slika 4.1.1). Neki programi javne televizije stimuliraju posjete zoološkom vrtu, knjižnici, knjižarama, muzejima i drugim okruženjima za aktivnu rekreaciju, a obrazovni vide-i svakako mogu poslužiti kao moćna sredstva za prosocijalno podučavanje. U nekim nepovoljnim okruženjima, zdrave televizijske navike zapravo mogu biti koristan alat za podučavanje. Susjedstvo gospodina Rogersa još je jedan primjer obrazovne televizije koja uči o razlici između lažnog i stvarnog svijeta, kao i dobrim vrijednostima kao što su poštenje, briga, ljubav i strpljenje.



Slika 4.1.1. Promocija zdrave prehrane kroz emisiju „Ulica Sezam“

Oglašavanje može pozitivno utjecati na ponašanje djece. Neki proizvođači alkohola troše 10% svog proračuna na reklame koje upozoravaju na opasnosti vožnje u alkoholiziranom stanju. Srednjoškolski programi za promicanje medijske svijesti pokazali su se korisnima jer učenicima daju više razumijevanja o tome kako mediji mogu društveno utjecati na njih. Reklame, osobito one koje su usmjerene na adolescente, snažno utječu posebice na konzumaciju cigareta. Relativno nova tehnologija, kao što je V-chip, može biti korisna u filtriranju nepoželjnog sadržaja. Međutim, to možda neće uvijek biti uspješno i može roditeljima čak dati lažan osjećaj sigurnosti [13]. Društveni mediji mogu pružiti koristi nekim mladima pružajući pozitivnu zajednicu i vezu s drugima koji dijele identitete, sposobnosti i interese.

Mogu također omogućiti pristup važnim informacijama i stvoriti prostor za samoizražavanje. Sposobnost stvaranja i održavanja prijateljstava na internetu i razvijanja društvenih veza među pozitivnim su učincima korištenja društvenih medija za mlade. Ti odnosi mogu pružiti prilike za pozitivne interakcije s više različitih vršnjačkih skupina nego što su im dostupne izvan mreže i mogu pružiti važnu društvenu podršku mladima. Mediji mogu poticati djecu na tjelesne aktivnosti. Gledajući sportske događaje potaknuti su na sudjelovanje u raznim sportovima i aktivnostima. Masovni mediji putem promocija i programa informiraju o višestrukim tjelesnim aktivnostima, potičući tako djecu da se uključe.[14]

Korištenje tehnologija videochat-a (npr. Skype, Facetime) koje omogućuju interaktivnu, dvosmjernu razmjenu između djece i odraslih može olakšati učenje. Osim toga, korištenje tehnologija videochat-a može potaknuti društvene koristi pomažući u održavanju obiteljskih veza s roditeljima koji su fizički odsutni. Nedavno istraživanje provedeno tijekom pandemije otkrilo je da je videochat omogućio osjetljivu interakciju između djece i baka i djedova te pogodovao dječjem angažmanu i pozitivnom učinku (Roche et al., 2022). Također, korištenje elektroničkih knjiga (e-knjiga) za dojenčad i malu djecu čini se obećavajućom strategijom za pružanje pristupa širokom rasponu dječje literature na više jezika putem široko dostupnih tableta i elektroničkih čitača (slika 4.1.2) [15].



Slika 4.1.2. Čitanje slikovnice na elektroničkom čitaču

Novine i knjige možda nisu tako glamurozne kao tableti ili drugi uređaji, ali su još uvijek neprocjenjiv izvor za nastavnike i učenike. Svaki dan novine su pune svježih priča koje djecu mogu upoznati s novim riječima, pomažući im da ojačaju svoj vokabular i čine ih učinkovitijim komunikatorima. Svakodnevno čitanje može pomoći djeci da razviju svoje vještine čitanja i razumijevanja. Nastavnici mogu odabrati priče iz novina i knjiga koje će poslužiti kao katalizatori za rasprave koje se ne fokusiraju samo na činjenice navedene u priči, već i na ono što bi moglo biti iza njih. Takve rasprave mogu pomoći mladima da razviju svoje vještine kritičkog mišljenja. Novine oživljavaju ideje i aktualne događaje. Mnoga su djeca svjesna velikih svjetskih događaja, čak i ako ne znaju ili ne razumiju detalje. Novinski članci o svjetskim događajima mogu se koristiti kao putevi za rasprave o tome što se događa u svijetu. Prilagođeni izvori vijesti koji se usmjeravaju putem društvenih medija mogu mladim ljudima otežati prepoznavanje i razumijevanje svijeta izvan vlastitih zajednica i interesa. Svaki dan novine uključuju lokalne, nacionalne i međunarodne priče koje mogu ilustrirati djeci da postoji svijet izvan njihovog vlastitog. Prema izvješću Common Sense Media iz 2017., djeca mlađa od 8 godina provode u prosjeku 2 sata i 19 minuta dnevno gledajući u ekrane. Printani tisak pruža dobrodošao odmor od tableta, pametnih telefona i računala, a djeca se mogu zabaviti listajući stranice. Općenito, angažman i aktivnost mozga koji dolaze s čitanjem mogu pomoći da djeca utonu u san [16].

4.2. Negativan utjecaj medija na djecu

Već gotovo 3 desetljeća AAP (American Academy of Pediatrics) izražava zabrinutost zbog količine vremena koju djeca i tinejdžeri provode uz medije i zbog nekih sadržaja koje gledaju. U nizu političkih izjava, AAP je iznio svoju zabrinutost u vezi s medijskim nasiljem, seksualnim odnosima u medijima, korištenjem supstanci, glazbom i glazbenim video zapisima, pretilošću te uporabom medija za dojenčad [17]. Količina nasilja na televiziji je u porastu. Prosječno dijete godišnje vidi 12 000 nasilnih činova na televiziji, uključujući mnoge prikaze ubojstava i silovanja. Više od 1000 studija potvrđuje da izloženost velikim dozama televizijskog nasilja povećava agresivno ponašanje, osobito kod muške djece. Druge studije povezuju televizijski ili novinski publicitet o samoubojstvu s povećanim rizikom od samoubojstva.

Djeca koja mogu biti osjetljivija na nasilje na televiziji su djeca iz manjinskih i imigrantskih skupina, djeca s emocionalnim poremećajima, djeca s teškoćama u učenju, djeca koju roditelji zlostavljaju i djeca u obiteljima koje su u nevolji. Liječnici koji vide dijete s poviješću agresivnog ponašanja trebaju se raspitati o djetetovoj izloženosti nasilju prikazanom na televiziji. Budući da televizija oduzima vrijeme od igre i aktivnosti tjelovježbe, djeca koja puno gledaju televiziju slabije su fizički spremna i imaju tendenciju redovitije grickati. Gledanje televizije značajno doprinosi pretilosti jer reklame u udarnom terminu promiču nezdravu praksu. Sadržaj masnoće u oglašenim proizvodima premašuje trenutni prosjek zdrave prehrane i nutricionističkih preporuka, a većina oglašavanja hrane odnosi se na visokokalorične namirnice poput brze hrane, slatkiša i prethodno zaslađenih žitarica. Televizija također može pridonijeti poremećajima prehrane kod tinejdžerica, koje mogu oponašati mršave uzore viđene na televiziji [13]. Epidemiološke studije otkrivaju da djeca koja koriste više medije na ekranu također konzumiraju manje voća i povrća, a više energetske bogatih grickalica, energetski bogatih pića i brze hrane, dobivaju veći postotak energije iz masti i imaju veći ukupni kalorijski unos. Neadekvatan san još je jedan vjerojatni mehanizam koji povezuje izloženost medijima na ekranu, premalu potrošnju energije i pretilost. Nedostatak sna uzrokuje promjene u hormonima koji reguliraju apetit: grelinu i leptinu. Kako bi se povećala glad i smanjila sitost, kratko trajanje sna može utjecati na dječji odabir hrane s više kalorija i manje nutritivno bogate hrane, a kraće trajanje sna može dovesti do povećanog grickanja i jedenja izvan uobičajenih vremena obroka, uključujući i noću [18]. Iako djeca nisu primarna ciljna publika, kuharske emisije emitiraju se u udarnom terminu kada većina djece gleda TV. Sve češće viđaju se i dječje verzije ovih kuharskih emisija kao što je npr. Masterchef Junior. Prethodne studije pokazale su da određene vrste hrane privlače pozornost i potiču misli o hrani (Nijs, Muris, Euser, Franken, 2010.) te pokreću fiziološke reakcije kao što su ubrzani otkucaji srca, izlučivanje slina, rast krvnog tlaka, znojenje kože i aktivnost želuca. Porcije hrane koje se prikazuju u TV kuharskim emisijama mogu utjecati na količinu hrane koju djeca odabiru [19]. Pretilost u dječjoj dobi ima dugoročni rizik da djeca s prekomjernom tjelesnom težinom ili pretela postanu odrasli s prekomjernom tjelesnom težinom i razviju npr. kardiovaskularne bolesti, dijabetes ili ortopedske probleme [20].

Mediji u dječjoj dobi mogu negativno djelovati na obrazovanje te smanjene sposobnosti učenja i istraživanja. Učenici postaju ovisni o dostupnim informacijama na društvenim mrežama i webu. Provođenjem vremena online smanjuje se stvarni ljudski kontakt. Ovo smanjuje njihovu društvenu i socijalnu sposobnost.

Digitalni mediji smanjuju kontrolu nad korištenjem jezika i vokabulara te umanjuju dječju kreativnost. Učenici uglavnom koriste žargonske riječi ili skraćenice [14]. Češće korištenje interneta povezano je s negativnim psihološkim blagostanjem. U usporedbi s ne depresivnim vršnjacima, depresivni adolescenti češće koriste internet. Adolescenti koji su doživjeli visoku razinu psihološkog distresa, nezadovoljenih potreba mentalnog zdravlja i suicidalnih ideja bili su češći korisnici društvenih mreža, kao što je npr. Facebook [21]. Mediji o seksualnosti postali su danas vodeći seksualni edukatori u svijetu. Prosječan tinejdžer pogleda više od 14 000 seksualnih referenci godišnje. Televizija izlaže djecu seksualnom ponašanju odraslih na načine koji te radnje prikazuju kao normalne i bez rizika, šaljući poruku da, budući da su ta ponašanja česta, „svi to rade“. Spolno prenosive bolesti i neželjena trudnoća spominju se rijetko. Na godišnjoj razini tinejdžeri vide između 1000 i 2000 reklama za pivo koje nose poruku da pivo piju „pravi“ muškarci. U zemljama kao što je Švedska, zabrana reklamiranja alkohola dovela je do pada stope konzumacije alkohola. Televizija nije jedini način na koji tinejdžer uči o upotrebi duhana i alkohola; zabrinutost je da posljedice tih ponašanja nisu točno prikazane na televiziji. Nasilne videoigre treba obeshrabriti jer imaju štetne učinke na mentalni razvoj djeteta. Sustav ocjenjivanja videoigara bio bi svakako od pomoći roditeljima. Primjer takvog pregleda video igara su PEGI i ESRB. PEGI (slika 4.2.1.) predstavlja paneuropski sustav ocjenjivanja video igara koji je uspostavljen kako bi roditelji u Europi mogli donositi informiranu odluku o kupovanju neke računalne video igre za svoje dijete. Ocjene ESRB-a (Entertainment Software Rating Bord) (slika 4.2.2.) pružaju informacije o tome što se nalazi u igri ili aplikaciji kako bi roditelji i potrošači mogli donijeti informirane odluke o tome koje su igre prave za njihovu obitelj. Ocjene se sastoje od 3 dijela: kategorije ocjenjivanja, deskriptori sadržaja i interaktivni elementi [13].



Slika 4.2.1. Oznake kojima se koristi sustav PEGI



Slika 4.2.2. Oznake kojima se koristi sustav ESRB

5. Animirani filmovi u dječjoj dobi

Crtani filmovi dio su povijesti kinematografije od vremena kada su prvi filmovi snimljeni. Nastali su korištenjem animacije umjesto živih glumaca. Mogu se također opisati kao stvaranje filmova snimanjem slijeda malo varirajućih crteža ili modela tako da se čini kao da se likovi kreću i mijenjaju. Osamdesetih i devedesetih godina Walt Disney produkcije i nekoliko drugih istaknutih crtanih emisija kao što su Tom & Jerry, Popeye, Bugs Bunny itd. imali su izvanredan utjecaj na tržište. Prvim animiranim filmom smatra se Fantasmagorie Émilea Cohla (slika 5.1.). Kratki film od 1 minute i 45 sekundi koji počinje s parom ljudskih ruku koje crtaju figuru čovjeka. Crtež štapića tada oživljava i odlazi u kino, susreće klauna i slona. Elvis Cohl bio je inspiriran tehnikama stop-motiona koje su bile prikazane u filmu britansko-američkog redatelja J. Stuarta Blacktona iz 1900. The Enchanted Drawing i filmu iz 1906. Humorous Phases of Funny Faces. Obojica su koristili rani oblik animacije, koristeći stop-motion tehniku za postavljanje uzastopnih rukom crtanih slika zajedno kako bi stvorili kratke filmove [22].



Slika 5.1. Naslovnica prvog crtanimog filma „Fantasmagorie“

Dječji um prilično je primjetljiv i brže prilagođava stvari. U tako nevinoj dobi dječji um nije u stanju razlikovati pozitivne i negativne perspektive stvari. Uočeno je da su djeca koja gledaju prosocijalne i nenasilne crtiće društvenija. Crtani filmovi imaju veliki utjecaj na djecu i brzo zaokupe dječju pažnju. Djeca ne samo da promatraju, nego i oponašaju što god vide u crtićima te su njima visoko impresionirana [23].

Crtani programi pokazali su različite pozitivne i negativne učinke na ponašanje i razvoj djece. Rasprava o dobroj ili lošoj karikaturi nije ništa novo. Ipak, u ovo moderno doba djeca najviše vremena provode za animiranim filmovima. Ne mogu jesti, a da ne gledaju crtiće. Djeca vole crtiće iz mnogo razloga. Budući da pronalaze ljude u crtanim oblicima sa slatkim ili čudnim oblicima i šarenim kostimima, to im se jako sviđa. Obično djeca od 3 do 9 godina vole gledati crtiće. Međutim, kako djeca odrastaju sve je veća znatiželja i brzo zapažanje. I zato crtići imaju izravan utjecaj i na njihov um i prirodu. Različiti likovi iz crtića imaju dobre fizičke osobine i „ludi su“ za fitnessom. Popaj mornar je poznati lik iz crtića koji jede špinat kao izvor energije. Bilo bi lijepo znati da su djeca koja ne jedu špinat promijenila ukus i sada radije jedu zelenje. Neki likovi iz crtića uče kako biti čist i kako se brinuti o sebi, što je nedvojbeno dobro. Gledajući ovu vrstu crtića djeca se ohrabruju i uče brinuti o svom zdravlju. Naravno, likovi iz crtića su izmišljeni i ne postoje točno u svojim životima i postupcima, ali osim toga, skrivena poruka i svrha iza svakog lika iz crtića temelji se na stvarnosti i događajima iz života. Nitko ne može poreći da djeca mogu puno naučiti iz crtića. Likovi i epizode crtića omogućuju djetetu da istražuje nove stvari i okolinu. Ovako djeca mogu istraživati stvarni svijet kroz svijet mašte. Djeca imaju pozitivno reagiraju na obrazovne crtiće koji uče veličinu, broj i boju. Ove vrste crtića mogu naučiti djecu osnovama na zabavan i interaktivan način, čineći tako učenje ugodnom aktivnošću. Pokretne slike, slike koje govore i živopisni vizualni elementi čine učenje zabavnim. Trenutak u kojem se pleše i pjeva djetetu posebno postaje zabavniji i zanimljiviji. Na kraju, djeca pokušavaju plesati i pjevati na isti način kao što pjevaju ili plešu uz omiljeni crtić. Crtani film može pomoći kod vještina prosuđivanja i rasuđivanja, vizualne i slušne obrade te razviti djetetovu trajnu i selektivnu pažnju. Dječja kreativnost se otkriva kroz gledanje crtića. Ponekad sanjaju da će biti znanstvenik, liječnik i inženjer ili postati odvjetnik. Oni stvaraju natjecateljski mentalitet kako bi postali briljantan učenik. Jedan od najboljih uspješnih i konstruktivnih učinaka je da djeca otkrivaju ne samo materinji jezik, već i strane jezike. Mnoge crtane serije su na različitim jezicima, ovisno o zemlji koju emisija promovira. Dopuštanje djeci da gledaju crtiće na njihovom materinjem jeziku, na primjer, može im pomoći da bolje savladaju svoj jezik. Poboljšavaju razinu učenja jezika djeteta i uče ga govoriti na pravi način. Gledajući različite crtiće, djeca mogu poboljšati svoj izgovor i stil govora. Crtani filmovi mogu pomoći djeci da nauče pravila, propise, običaje, zdravstvene dobrobiti, povijest, tradiciju i mitologiju. Ako se njihov junak ili omiljeni lik prema svojoj obitelji odnosi s poštovanjem dijete je sklono učiniti to na isti način. Štoviše, dijete počinje poštovati stariju braću i sestre u obitelji. Sa svojim roditeljima razgovaraju s poštovanjem i uče voljeti svoje bake i djedove[24].

Nedavna istraživanja otkrivaju veliku prisutnost nasilja u modernim crtićima. Nadalje, mnoga djeca i mladi provode neumjerenu količinu vremena gledajući nasilne medije [25]. Nenamjerne ozljede vodeći su uzrok smrti američke djece u dobi od 1 do 5 godina (Nacionalni centar za prevenciju i kontrolu ozljeda [NCIPC], 2020.). Svake godine oko 1400 djece u ovoj dobnoj skupini umre od nenamjerne ozljede, dok dodatnih 1,7 milijuna pati od ozbiljne ozljede koja nije fatalna (NCIPC, 2020.). Usred značajne medijske izloženosti kojoj djeca svjedoče u suvremenoj kulturi, veliki dio spada u žanr superheroja. To motivira trenutni fokus na dječje preuzimanje rizika i ozljeda s obzirom na nadljudsko preuzimanje rizika koje pokazuju superjunački medijski likovi. Medijski sadržaj s temom superheroja razvija se i prodaje posebno za djecu od 3 godine kroz prosocijalne obrazovne televizijske emisije. Mnogi roditelji navode da svoju malu djecu redovito vode na filmove o superherojima namijenjene odrasloj publici (Common Sense Media, 2020.)[12].

Crtani programi, nažalost, mogu stvoriti djeci probleme sa sluhom. Ponekad uživaju u crtanim filmovima s pojačanom glasnoćom, a ta pojačana glasnoća oštećuje njihov slušni sustav. Mogu također postati emocionalno frustrirani kada ne mogu pronaći nikakve rezultate u ostvarenju mašte. To će povećati povjerenje u nerealne stvari i povećati vjerojatnost da će djeca biti u opasnosti. Pretjerano gledanje crtića može dovesti do psihičkih i fizičkih zdravstvenih problema djeteta, kao što su problemi s očima, glavobolje, nemir, neadekvatni, imaginativni problemi. Utvrđeno je da su djeca ovisna o crtićima asocijalna i nepopularna u svom obrazovanju. Mnoge su bajke pune praznovjerja. Uobičajena praznovjerja svakodnevno se šire na djecu. Djeca se navikavaju na neka lažna i čudesna vjerovanja koja su nadnaravno sposobna: mogu letjeti, pucati paukove mreže sa zapešća i skakati s vrha nebodera u obližnje zgrade, bacajući munje. Laž u zabavi ne umanjuje laži. Ali iz toga djeca također počinju učiti mnogo laži. Doživljavaju to kao zabavu, no postupno su i oni počeli lagati starijima, a to postaje vrlo štetno za budućnost djece. Kao rezultat laganja počinju prikrivati istinu. Likovi mogu pokazivati nepristojno ili neposlušno ponašanje prema svojim učiteljima i starijima u nekoliko crtića. Djeca mogu oponašati ovo ponašanje i izazivati svoje roditelje ili učitelje kada ih se disciplinira zbog lošeg ponašanja. Postoji niz crtanih filmova koji potiču na asocijalne aktivnosti i upućuju djeci nemoralne poruke. Tu su i neki crtići koji uključuju seksualne implikacije, inspiriranu uvredljivost i potiču nepristojno ponašanje. To može utjecati na ponašanje djeteta i učiniti da se agresivno, destruktivno ili nasilno čini normalnim [24].

5.1. Primjer utjecaja na dijete kroz crtani film Tom i Jerry

Tom i Jerry prvi puta je proizveden 1940. godine i malo po malo dominira ljubiteljima crtića iz cijelog svijeta zadržavši se kao jedan od najpopularnijih crtića. Nije samo beskrajno rivalstvo između mačke i miša povezano s komedijom ono što pomaže crtiću da bude jedna od tema o kojoj se priča u industriji zabave i medija, već se stvorilo i neke kontroverze u pogledu njegovog sadržaja. Tom pokušava uhvati Jerryja, ali je Jerry doista pametan. Obično se na kraju svake epizode Jerry pojavljuje kao pobjednik, a Tom je prikazan kao gubitnik. Unatoč njihovom komičnom rivalstvu, oni ponekad pokazuju iskreno prijateljstvo i osjećaj za dobrobit jedni drugih. Jerry je bio vrlo malo stvorenje pred Tomom, ali je također bio neporaženi prvak i uvijek je igrao protiv Toma svojom inteligencijom, odlučnošću i potencijalom. Nikada se ne smije podejnjivati protivnika ili bilo koga gledajući njihovu veličinu ili pretpostavljajući da su mali ili nemoćni. Jerry na kraju pobjeđuje i puni samopouzdanja. Vrlo dobro zna kako se otrgnuti svim preprekama bez obzira na to koliko se puta na njih spotakne. Na taj način Jerry uči da je samopouzdanje najprivlačnija kvaliteta koju osoba može imati. Ako se pažljivo pogleda, Tom nikada ne koristi iste tehnike da uhvati Jerryja. I prije je bio neuspješan, ali je tek saznao da ti trikovi neće uspjeti. Time uči djecu da nastave učiti, truditi se i rasti[26].



Slika 5.1.1 Tom pomaže Jerry-u jesti za istim stolom

Nasilje je ono zbog čega su znanstvenici i kritičari u zadnje vrijeme počeli govoriti o ovom crtanom filmu i njegovim mogućim utjecajima na publiku. U seriji u kojoj je pokušaj međusobnog ubijanja svakodnevna rutina glavnih likova, očekuje se da će osnova njezine priče i srž cjelokupnog humora sadržavati samo nasilje. Ovi ponavljajući činovi nasilja, unatoč njihovoj razini smrtnosti, nikada nikoga ne ubiju.

To govori djeci da je, bez obzira koliko jako nekoga udarili, sve zabava i igra. To rezultira nasilnim ponašanjem djece, udaranjem jedni drugih iz zabave i ozljeđivanjem. Unatoč tome što je serija usmjerena na djecu, sadrži niz scena u kojima se nezdrave navike poput pušenja (slika 5.1.2), pijenja, zlostavljanja, uhođenja itd. prikazuju kao prakticirane i često glorificirane od strane likova.



Slika 5.1.2. Scena u kojoj je Tom prikazan kako puši

U podlozi humora bili su određeni oštri aspekti života poput usamljenosti, tuge, depresije, nesigurnosti i očaja – pitanja koja su zrela i djeci često komplicirana za razumijevanje. Primjer nasilja vrlo se dobro može primijetiti kroz scene kao što su udaranja, šutiranja, hvatanja, gnječenja, ugrizi, šamaranja, bacanja, razbijanja bejzbol palicama itd. Likovi ponekad koriste oružje poput maljeva, motornih pila i sjekira (slika 5.1.3.). Scena u kojoj Tom i Jerry uništavaju hotelsku sobu, a kasnije pomažu uništiti hotelsko predvorje, uključujući kulturni stakleni strop, djeci daje dojam da je uredu uništavati imovinu i pritom proći nekažnjeno [26].



Slika 5.1.3. Korištenje oružja u animiranom filmu Tom i Jerry

6. Povezanost suicida sa korištenjem društvenih medija kod djece

Društveni mediji spajaju tehnologiju s društvenom interakcijom putem internetskih aplikacija koje omogućuju stvaranje i razmjenu sadržaja koji generiraju korisnici. Platforme društvenih medija, kao što su chat sobe, web stranice za bloganje (npr. Blogspot), video stranice (npr. YouTube), društvene mreže (npr. Facebook, MySpace, Twitter, Google+) i elektroničke oglasne ploče ili forumi, kao i e-pošta, tekstualne poruke i video chat, transformirali su tradicionalne metode komunikacije dopuštajući trenutačno i interaktivno dijeljenje informacija koje su kreirali i kontrolirali pojedinci, grupe, organizacije i vlade. Facebook je izvijestio da se u prosjeku 30 milijardi raznog sadržaja (npr. , web poveznice, vijesti, albumi s fotografijama, objave na blogu) dijeli svaki mjesec putem stranice društvenih medija. Društveni mediji postali su ključni za način na koji mnogi ljudi i organizacije komuniciraju i dijele mišljenja, ideje i informacije[27].

Samoubojstvo je značajan javnozdravstveni problem; više od 1 milijun samoubojstava u cijelom svijetu dogodi se svake godine. Uloga koju bi internet, posebice društveni mediji, mogli imati u ponašanju povezanom sa samoubojstvom, tema je sve većeg interesa i rasprava. Na internetu i društvenim mrežama dostupna je ogromna količina informacija o temi samoubojstva. Biddle i dr. proveli su sustavno web pretraživanje 12 pojmova povezanih sa samoubojstvom (npr. samoubojstvo, metode samoubojstva, kako se ubiti i najbolje metode samoubojstva) kako bi simulirali rezultate tipične pretrage koju provodi osoba koja traži informacije o samoubojstvu. Analizirali su prvih 10 stranica navedenih za svaku pretragu. Od ukupno 240 različitih stranica, otprilike polovica bile su web stranice za samoubojstvo i stranice koje su pružale činjenične informacije o samoubojstvu. Prosuicidalne stranice i chat sobe koje su raspravljale o općim problemima povezanim sa samoubojstvom najčešće su se pojavljivale unutar prvih nekoliko pogodaka pretraživanja [27]. Recupero et al. također su proveli studiju koja je ispitala stranice povezane sa samoubojstvom koje se mogu pronaći pomoću internetskih tražilica. Od 373 posjeta web stranici, 31% je bilo neutralno prema samoubojstvu, 29% je bilo protiv samoubojstva, a 11% je bilo prosuicidno. Preostale stranice se ili nisu učitavale ili su uključivale "samoubojstvo" u naslovu, ali nisu bile stranice o samoubojstvima (npr. stranice za filmove i romane sa "samoubojstvo" u naslovu ili glazbene grupe čija su imena uključivala "samoubojstvo"). Zajedno, ove su studije pokazale da je dobivanje informacija o prosuicidu na internetu, uključujući detaljne informacije o metodama samoubojstva, vrlo jednostavno[28].

Postoji nekoliko specifičnih načina na koje društveni mediji mogu povećati rizik od prosuicidnog ponašanja. Internetsko zlostavljanje i internetsko uznemiravanje, na primjer, ozbiljni su i rašireni problemi. Internetsko zlostavljanje obično se odnosi na slučajeve kada je dijete ili adolescent namjerno i opetovano meta drugog djeteta ili tinejdžera u obliku prijatnji, uznemiravanja ili poniženja putem mobilnih telefona ili internetskih tehnologija kao što su e-pošta, stranice za društveno umrežavanje ili razmjena izravnih poruka. Internetsko zlostavljanje, kada je izravno ili neizravno povezano sa samoubojstvom, upućivano je kao cyberbullicid. Iako se ne može identificirati kao jedini prediktor samoubojstva kod adolescenata i mladih odraslih osoba, ono može povećati rizik od samoubojstva pojačavanjem osjećaja izoliranosti, nestabilnosti i beznađa kod onih s već postojećim emocionalnim, psihološkim ili okolišnim stresorima. Samoubojstveni pakt je dogovor između 2 ili više ljudi da umru samoubojstvom u određeno vrijeme i često na isti smrtonosni način. Samoubojstveni pakt koji je formiran ili razvijen na neki način korištenjem interneta naziva se pakt o kibernetičkom samoubojstvu. Tradicionalni pakt o samoubojstvu obično se razvija među pojedincima koji se poznaju, poput para ili prijatelja. Primarna karakteristika koja razlikuje paktove o kibernetičkom samoubojstvu od tradicionalnih samoubilačkih paktova je da se ti paktovi obično sklapaju među potpunim strancima. Korištenje online chat soba i virtualnih oglasnih ploča i foruma može pružiti neposredan put za dijeljenje osjećaja s drugim istomišljenicima, što može biti lakše nego razgovarati o takvim mislima i osjećajima osobno. Problem kibernetičkih samoubojstvenih paktova privukao je međunarodnu pozornost i potrebno je više istraživanja kako bi se razumio utjecaj društvenih medija na formiranje internetskih samoubilačkih paktova. Internet je također omogućio ljudima da dobiju opise samoubojstva, kao i smrtonosna sredstva za samoubojstvo. Neregulirane mrežne ljekarne predstavljaju značajan rizik za javnost. Nažalost, usprkos razvoju pojačanih propisa i akreditacije internetskih ljekarni tijekom prošlog desetljeća putem organizacija kao što je National Association of Boards of Pharmacy, borba protiv nereguliranih mrežnih ljekarni koje distribuiraju neodobrene ili krivotvorene lijekove nastavlja se diljem svijeta. Oproštajne poruke koje pojedinci ostavljaju putem društvenih medija trenutačno se dijele s javnošću i mogu utjecati na odluke drugih ranjivih ljudi koji ih susretnu. Društveni mediji također mogu predstavljati opasnost za ranjive osobe stvaranjem i utjecajem "ekstremnih zajednica"- mrežnih grupa koje promiču i pružaju potporu uvjerenjima i ponašanjima koja su obično neprihvatljiva za društvenu uvriježenost, kao što su anoreksija, samoubojstvo, namjerna amputacija itd [27].

Mjesta za društveno umrežavanje za prevenciju samoubojstava mogu olakšati društvene veze među vršnjacima sa sličnim iskustvima i povećati svijest o programima prevencije, telefonskim linijama za pomoć u kriznim situacijama i drugim resursima za podršku i obrazovanje. Na primjer, facebook stranica National Suicide Prevention Lifeline imala je više od 29 300 obožavatelja od studenog 2011., a facebook stranica American Foundation of Suicide Prevention imala je više od 77 200 obožavatelja. Obje ove facebook stranice pružaju poveznice na web stranice i telefonske linije za prevenciju samoubojstva, kao i informacije o znakovima upozorenja na samoubojstvo. Googleova internetska tražilica ima značajku koja prikazuje vezu i poruku o National Suicide Prevention Lifeline na vrhu stranice za pretraživanje kada pretraživanja ključnih riječi sugeriraju suicidalnu ideju ili namjeru (npr., "Želim umrijeti"). Facebook stranica ClickCEOP61 uključuje informativne ankete, resurse i poveznice na resurse za povećanje svijesti o problemu internetskog zlostavljanja. Facebook se također udružio s dobrotvornom organizacijom Samaritans sa sjedištem u Ujedinjenom Kraljevstvu i Irskoj kako bi pokrenuli sustav za prijavu upozorenja o samoubojstvu kako bi korisnici facebooka mogli prijaviti pojedince za koje vjeruju da izražavaju suicidalne misli ili namjere. U Hrvatskoj se najviše mladih odluči prijaviti suicidalne misli putem Hrabrog telefona jer tamo imaju priliku ostati potpuno anonimni te komunicirati putem maila ili online chat-a [28].

Uloga društvenih medija i njihov potencijalni utjecaj na ponašanje povezano sa samoubojstvom relativno je nov fenomen koji se razvija i društvo ga tek počinje procjenjivati i razumijevati. Podaci koji se pojavljuju o utjecaju interneta i društvenih medija na samoubilačko ponašanje sugeriraju da ovi oblici tehnologije mogu predstavljati nove prijetnje javnosti, kao i nove prilike za pomoć i prevenciju. Budući da društvene medije većinom stvaraju i kontroliraju krajnji korisnici, mogućnost nadzora i prevencije može se proširiti na sve korisnike [14]. Najvažnije je znati prepoznati alarmantne znakove potencijalno suicidalne osobe (prilog 1).

7. Uloga roditelja u prevenciji lošeg utjecaja medija na dijete

U skladu s teorijom Vygotskog (1986.) o razvoju djeteta, roditeljsko posredovanje smatra se ključnom strategijom u razvoju vještina djece za korištenje i tumačenje medija, poticanje pozitivnih ishoda i sprječavanje negativnih učinaka medija na djecu. Fizička, emocionalna i društvena iskustva, kao što je korištenje medija i društvene interakcije povezane s tim aktivnostima s roditeljima i braćom i sestrama, pružaju temelj za djetetov razvoj, posebno kada se događaju unutar djetetove zone proksimalnog razvoja (Vygotsky 1978). Što se tiče korištenja medija kod male djece, to znači da kada je dijete uključeno u određene medijske aktivnosti, roditelj treba primijeniti oblik medijacije koji je razvojno prikladan [11]. Roditeljsko korištenje televizije u pozadini odvlači pozornost od interakcije roditelj-dijete i dječje igre. Često roditeljsko korištenje mobilnih uređaja povezano je s manje verbalnih i neverbalnih interakcija između roditelja i djece te može biti povezano s većim sukobom. Budući da je roditeljsko korištenje medija snažan prediktor medijskih navika djeteta, smanjenje roditeljske upotrebe medija i poboljšanje interakcije roditelj-dijete može biti važno područje promjene ponašanja [1]. Roditelji se jako razlikuju u svojoj medijacijskoj praksi, kako u vrstama strategija tako i u učestalosti primjene tih strategija. Kao što su Ito i sur. (2010.) primijetili, neki roditelji namjerno stvaraju određeni medijski prostor kod kuće, na primjer, ograničavajući količinu elektroničkih ekrana u kući u korist slobodne igre i kreativnih aktivnosti. U tom smislu, neki roditelji olakšavaju određene medijske platforme u odnosu na druge zbog njihove obrazovne vrijednosti, koriste posebne elektroničke zaslone kao nagradu za dobro ponašanje ili odabiru određene digitalne uređaje koji im nude priliku da se duboko uključe u zajedničku igru i učenje sa svojom djecom. Rad na odgoju djece u mnogim je obiteljima, na primjer, rodno stereotipno podijeljen, s majkama koje su više uključene u većinu postupaka posredovanja. Također, više obrazovane obitelji i obitelji s višim prihodima mogu si priuštiti kupnju najnovijih elektroničkih uređaja kao ulaganje u intelektualni razvoj svog djeteta i usmjeravati korištenje ovih ekrana lakše od roditelja s nižim obrazovanjem i nižim prihodima. Nadalje, roditeljima koji su manje vješti u korištenju medija može biti teže instalirati roditeljski nadzor na uređaje ili kritički razgovarati o medijskom sadržaju sa svojom djecom u usporedbi s medijski pismenim [11].

Najbolje što roditelji mogu učiniti kako bi potaknuli digitalnu pismenost kod svoje djece jest otvoreno i kritički razgovarati o medijima od malih nogu. Na primjer, gledajući televizijsku emisiju ili koristeći mobilnu tehnologiju, roditelji mogu izraziti svoj skepticizam ili pitati djecu za mišljenje. Alternativno, kada djeca traže da kupe određeni proizvod, roditelji mogu postavljati pitanja kako bi istražili kako je oglašavanje moglo pridonijeti toj želji. Roditelji mogu razgovarati s mlađom djecom o tome što oglasi pokušavaju prodati ili zašto njihova omiljena aplikacija ima značajke dizajna, kao što je automatska reprodukcija, zbog koje ih dulje gledaju. Za stariju djecu rasprave se mogu vrtjeti oko utjecajnih osoba, raspakiranja poruka o konzumerizmu ili o tome razumiju li sve svoje postavke privatnosti. U listopadu 2016. AAP je izdala preporuke roditeljima djece koja svakodnevno koriste medije

- Izgraditi digitalnu inteligenciju, privatnost i dizajn. Saznati što djeca preuzimaju i čemu pristupaju kako bi im pomogli da budu informirani potrošači
- Poboľjšati i nadzirati postavke privatnosti na osobnim uređajima, aplikacijama, društvenim medijima, virtualnim pomoćnicima i bežičnim mrežama. Shvatiti razlike između postavki privatnosti koje određuju što drugi korisnici mogu vidjeti o djeci i platforme koja prikuplja podatke o djeci
- Napraviti obiteljski plan korištenja medija koji namjerno koristi medijski sadržaj visoke kvalitete koji ima što manje reklama, ograničava prikupljanje podataka i potiče raspravu o privatnosti
- Naučiti djecu da analiziraju oglase koje vide, identificiraju algoritme koji utječu na njihov sadržaj za strujanje, razumiju koji se osobni podaci prikupljaju i budu upućeni u namjeru uvjeravanja koja stoji iza dizajna tehnologija koje koriste
- Razgovarati sa školskim administratorima i učiteljima o digitalnoj privatnosti tehnoloških alata koje koriste [29]

8. Zaključak

U današnje vrijeme nezamisliv je svijet bez medija. Djeca već u osnovnoj školi dobivaju mobilne telefone te se njima koriste i bolje od odraslih. Kroz ovaj rad utvrdila sam da je medijska pismenost ključna vještina koja omogućuje djeci da kritički promišljaju o medijskim sadržajima i svjesno upravljaju svojim medijskim iskustvima. S druge strane, razumijevanje utjecaja medija na djecu zahtijeva sveobuhvatan pristup koji uključuje psihološke, socijalne i kulturne čimbenike. Ključno je educirati djecu o medijskoj pismenosti kako bi razvili sposobnost prepoznavanja manipulativnih ili neprikladnih medijskih poruka te kako bi naučili konstruktivno i odgovorno koristiti medije. Nadalje, važno je da roditelji, nastavnici i medijski profesionalci preuzmu aktivnu ulogu u promicanju medijske pismenosti među djecom. Kroz edukaciju, podršku i uspostavljanje sigurnih medijskih okruženja, moguće je osnažiti djecu da postanu kritički osviješteni potrošači medijskih sadržaja. Smatram da je važno kontinuirano unaprjeđivati programe medijske pismenosti u obrazovnom sustavu i izvan njega. To bi moglo uključivati integraciju medijske pismenosti u nastavne planove i programe, kao i razvoj resursa i alata za roditelje i skrbnike kako bi podržali medijsku pismenost kod kuće. U konačnici, samo kroz zajedničke napore svih dionika društva možemo stvoriti okruženje u kojem djeca mogu maksimalno iskoristiti prednosti medijskih tehnologija, dok istovremeno razvijaju otpornost na potencijalne negativne utjecaje.

9. Literatura

1. COUNCIL ON COMMUNICATIONS AND MEDIA, Hill D, Ameenuddin N, Reid Chassiakos Y (Linda), Cross C, Hutchinson J, i ostali. *Media and Young Minds*. Pediatrics. 01. studeni 2016.;138(5):e20162591. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27940793/> (20.4.2024.)
2. Lee HE, Kim JY, Kim C. *The Influence of Parent Media Use, Parent Attitude on Media, and Parenting Style on Children's Media Use*. Children. 01. siječanj 2022.;9(1):37. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35053662/> (20.4.2024.)
3. blog. *What are The Different Types of Media? Its Extent and Importance Explained* [Internet]. The Blog. 2024 [citirano 10. travanj 2024.]. Dostupno na: <https://jgu.edu.in/blog/2024/02/22/what-are-the-different-types-of-media/> (22.4.2024.)
4. Arias E. *How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge*. Polit Sci Res Methods. srpanj 2019.;7(3):561–78. <https://as.nyu.edu/content/dam/nyu-as/politics/documents/AriasCommonKnowledge.pdf> (17.4.2024.)
5. Jurčić D. *TEORIJSKE POSTAVKE O MEDIJIMA – DEFINICIJE, FUNKCIJE I UTJECAJ*. Mostariensia. 2017.;21(1):127–36. <https://hrcak.srce.hr/190208> (17.4.2024.)
6. *Types of Media | Definition & Examples - Lesson | Study.com* [Internet]. [citirano 10. travanj 2024.]. Dostupno na: <https://study.com/academy/lesson/american-media-information-sources-definition-types.html> (20.4.2024.)
7. Bulger M, Davison P. *The promises, challenges, and futures of media literacy* [Internet]. Data & Society Research Institute; 2018 velj [citirano 10. travanj 2024.]. Dostupno na: <https://apo.org.au/node/134501> (17.4.2024.)
8. *Media Literacy - W. James Potter - Google Knjige* [Internet]. [citirano 10. travanj 2024.]. Dostupno na: https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=P6pzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT21&dq=media+literacy+&ots=QghTghq_iY&sig=-UsbF9KuA0ZMA7n8OKrGj0Gyw18&redir_esc=y#v=onepage&q=media%20literacy&f=false (20.4.2024.)
9. UNESCO Publications [Internet]. [citirano 01. svibanj 2024.]. Dostupno na: <https://unevoc.unesco.org/home/UNESCO+Publications/lang=en/akt=detail/qs=2869#http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001921/192134e.pdf#> (20.4.2024.)

10. Hobbs R. Media Literacy. U: *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents, and Media*. 2. izd. Routledge; 2022. Dostupno na: <https://www.routledge.com/The-Routledge-International-Handbook-of-Children-Adolescents-and-Media/Lemish/p/book/9780367633387> (20.4.2024.)
11. Nikken P, Schols M. *How and Why Parents Guide the Media Use of Young Children*. J Child Fam Stud. 01. studeni 2015.;24(11):3423–35. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26472932/> (20.4.2024.)
12. Morgan CH, Morrongiello BA, Schwebel DC. *Short- and Long-Term Effects of Superhero Media on Young Children's Risk-Taking Behaviors*. J Pediatr Psychol. 11. kolovoz 2021.;46(7):779–89. Dostupno na: <https://academic.oup.com/jpepsy/article/46/7/779/6274901>
13. *Children and the media*. Paediatr Child Health. 1999.;4(5):350–4. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2827729/> (17.4.2024.)
14. General (OSG) O of the S. *Social Media Has Both Positive and Negative Impacts on Children and Adolescents*. U: *Social Media and Youth Mental Health: The US Surgeon General's Advisory* [Internet] [Internet]. US Department of Health and Human Services; 2023 [citirano 01. svibanj 2024.]. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK594763/> (17.4.2024.)
15. Fitzpatrick C, Binet MA, Cristini E, Almeida ML, Bégin M, Frizzo GB. *Reducing harm and promoting positive media use strategies: new perspectives in understanding the impact of preschooler media use on health and development*. Psicol Reflex E Crítica Rev Semest Dep Psicol UFRGS. 09. kolovoz 2023.;36:19. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10409691/> (17.4.2024.)
16. Lundberg GA. *The Newspaper and Public Opinion*. Soc Forces. 1926.;4(4):709–15. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/3004449> (17.4.2024.)
17. COUNCIL ON COMMUNICATIONS AND MEDIA, Strasburger VC, Hogan MJ, Mulligan DA, Ameenuddin N, Christakis DA, i ostali. *Children, Adolescents, and the Media*. Pediatrics. 01. studeni 2013.;132(5):958–61. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/279550460_Children_Adolescents_and_the_Media (17.4.2024.)
18. Robinson TN, Banda JA, Hale L, Lu AS, Fleming-Milici F, Calvert SL, i ostali. *Screen Media Exposure and Obesity in Children and Adolescents*. Pediatrics. studeni 2017.;140(Suppl 2):S97–101. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5769928/> (17.4.2024.)

19. Neyens E, Smits T. *Seeing is doing. The implicit effect of TV cooking shows on children's use of ingredients.* *Appetite.* 01. rujan 2017.;116:559–67. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28572068/> (17.4.2024.)
20. Traub M, Lauer R, Kesztyüs T, Wartha O, Steinacker JM, Kesztyüs D, i ostali. *Skipping breakfast, overconsumption of soft drinks and screen media: longitudinal analysis of the combined influence on weight development in primary schoolchildren.* *BMC Public Health.* 16. ožujak 2018.;18(1):363. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29548323/> (17.4.2024.)
21. *Depressed adolescents' positive and negative use of social media - PMC* [Internet]. [citirano 01. svibanj 2024.]. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5485251/> (20.4.2024.)
22. Rai S, Waskel B, Sakalle S, Dixit S, Mahore R. *Effects of cartoon programs on behavioural, habitual and communicative changes in children.* *Int J Community Med Public Health.* 01. siječanj 2016.; Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/303356835_Effects_of_cartoon_programs_on_behavioural_habitual_and_communicative_changes_in_children (20.4.2024.)
23. Ghilzai S, Alam R, Ahmad Z, Shaukat A, Shahum S, Noor. *Impact of Cartoon Programs on Children's Language and Behavior.* *ILSC.* 01. siječanj 2017.;2:104–26. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/323523698_Impact_of_Cartoon_Programs_on_Children's_Language_and_Behavior (20.4.2024.)
24. Parvin F, Islam S. *THE IMPACT OF CARTOON PROGRAMS ON CHILDREN'S PHYSICAL HEALTH, INTELLIGENCE, BEHAVIOR AND ACTIVITIES.* *Eur J Physiother Rehabil Stud* [Internet]. 13. travanj 2020. [citirano 02. svibanj 2024.];1(1). Dostupno na: <https://oapub.org/hlt/index.php/EJPRS/article/view/48> (20.4.2024.)
25. Anderson CA, Berkowitz L, Donnerstein E, Huesmann LR, Johnson JD, Linz D, i ostali. *The Influence of Media Violence on Youth.* *Psychol Sci Public Interest.* 01. prosinac 2003.;4(3):81–110. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26151870/> (20.4.2024.)
26. *Bellwether-Spring-2020.pdf* [Internet]. [citirano 02. svibanj 2024.]. Dostupno na: <https://www.shorter.edu/wp-content/uploads/Bellwether-Spring-2020.pdf#page=15> (17.4.24')
27. Biddle L, Derges J, Mars B, Heron J, Donovan JL, Potokar J, i ostali. *Suicide and the Internet: Changes in the accessibility of suicide-related information between 2007 and*

2014. *J Affect Disord.* 15. siječanj 2016.;190:370–5. Dostupno na: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26546772/> (20.4.2024.)
28. Luxton DD, June JD, Fairall JM. Social Media and Suicide: A Public Health Perspective. *Am J Public Health.* svibanj 2012.;102(S2):S195–200. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3477910/> (20.4.2024.)
29. Gold LH, Frierson RL. The American Psychiatric Association Publishing *Textbook of Suicide Risk Assessment and Management*. American Psychiatric Pub; 2020. 480 str. Dostupno na: <https://www.appi.org/Products/Mood-Disorders/American-Psychiatric-Association-Publishing-Textbo> (20.4.2024.)

Popis slika

Slika 2.1.1. Primjer medija za ispis

Izvor: <https://www.medijskapismenost.hr/radionice-izlozba-i-kviz-o-medijima-u-skolskoj-knjiznici/>

Slika 2.1.2. Primjer elektroničkih medija

Izvor: <https://www.dreamstime.com/stock-photos-electronic-icons-vector-image5617803>

Slika 2.1.3. Primjer digitalnih medija

Izvor: <https://xjaypattersonx.wordpress.com/2017/09/04/characteristic-of-new-media/>

Slika 4.1.1. Promocija zdrave prehrane kroz emisiju „Ulica Sezam“

Izvor: autor

Slika 4.1.2. Čitanje slikovnice na elektroničkom čitaču

Izvor: https://superostmk.live/product_details/7125675.html

Slika 4.2.1. Oznake kojima se koristi sustav PEGI

Izvor: <https://www.internetmatters.org/resources/video-games-age-ratings-explained/>

Slika 4.2.2. Oznake kojima se koristi sustav ESRB

Izvor: <https://www.dsogaming.com/news/how-esrb-actually-rates-video-games/>

Slika 5.1. Naslovnica prvog crtanog filma „Fanstasmagorie“

Izvor: <https://www.imdb.com/title/tt0000682/>

Slika 5.1.1 Tom pomaže Jerry-u jesti za istim stolom

Izvor: <https://gizmodo.com/a-new-tom-and-jerry-live-action-movie-is-coming-next-wi-1839380415>

Slika 5.1.2. Scena u kojoj je Tom prikazan kako puši

Izvor: https://www.reddit.com/r/TomSmoking/comments/ln7i6f/tom_smoking/

Slika 5.1.3. Korištenje oružja u animiranom filmu Tom i Jerry

Izvor: [https://when-the-cold-breeze-blows-away.fandom.com/wiki/Shotgun_\(Tom_and_Jerry\)](https://when-the-cold-breeze-blows-away.fandom.com/wiki/Shotgun_(Tom_and_Jerry))


Prilozi

Prilog 1. Letak sa upozoravajućim ponašanjima kod osoba sa suicidalnim mislima

WARNING SIGNS OF SUICIDE:

The behaviors listed below may be some of the signs that someone is thinking about suicide.

TALKING ABOUT:



- ▷ Wanting to die
- ▷ Great guilt or shame
- ▷ Being a burden to others

FEELING:



- ▷ Empty, hopeless, trapped, or having no reason to live
- ▷ Extremely sad, more anxious, agitated, or full of rage
- ▷ Unbearable emotional or physical pain

CHANGING BEHAVIOR, SUCH AS:



- ▷ Making a plan or researching ways to die
- ▷ Withdrawing from friends, saying goodbye, giving away important items, or making a will
- ▷ Taking dangerous risks such as driving extremely fast
- ▷ Displaying extreme mood swings
- ▷ Eating or sleeping more or less
- ▷ Using drugs or alcohol more often

If these warning signs apply to you or someone you know, get help as soon as possible, particularly if the behavior is new or has increased recently.

988 Suicide & Crisis Lifeline
Call or text 988
Chat at 988lifeline.org

Crisis Text Line
Text "HELLO" to 741741

**nimh.nih.gov/suicideprevention**

Izvor: <https://www.nimh.nih.gov/health/publications/warning-signs-of-suicide>



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, STEFANI GAL (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom MEDIJSKA PISANOST I UTECAJ MEDIJA NA DJECU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Stefani Gal
(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.