

Fenomenologija digitalnog djetinjstva: utjecaj društvenih medija na psihološki razvoj djeteta

Peranović, Gabriela

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:877504>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMET
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURE MEDIJA I
MENADŽMENTA

GABRIELA PERANOVIĆ

**FENOMENOLOGIJA DIGITALNOG
DJETINJSTVA:
UTJECAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA
PSIHOLOŠKI RAZVOJ DJETEA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR/I: doc. dr. sc. Luka Alebić
dr. sc. Snježana Barić-Šelmić

Osijek, 2024. god.

SAŽETAK

Današnji svijet postao je dio kruga koji čine masovni mediji i digitalizacija čija je funkcija prešla iz sredstava komunikacije i privremenog informiranja u aspekte iz kojih proizlazi edukacija, kreativnost, stvaralaštvo i obrazovanje. Tehnologija je svojim napretkom ušla u sve sfere života pojedinca, od začeca do njegove smrti, kreirajući ga prema svojim mogućnostima i sposobnostima koje na samim počecima izaziva osjećaj divljenja, želje za konzumacijom i posjedovanjem te iskušavanjem. Uz mnoge prednosti koje proizlaze iz tehnološkog razvoja kao što su mogućnosti učenja, liječenja, olakšavanja svakodnevnog života ono također nosi i veliku odgovornost kada je u pitanju količina i vrsta sadržaja koji se konzumira tim putem, posebice kod djece koja ponekad nemaju dovoljan nadzor nad stvarima koje čine. Manjak svijesti o utjecaju na razvoj djece dovodi do nemogućnosti izgradnje njihova identiteta, tako postaju ovisni o onome što vide na ekranu zanemarujući stvarni život koji ih okružuje. U ovome se radu naglašava koliko zapravo medijski svijet utječe baš na tu dobnu skupinu te kako ono razvija ili nazaduje njihovu odrastanju, stavljajući naglasak na psihološke, pedagoške te komunikacijske vještine uz prisutnost nove tehnologije. Posebno se ističe psihičko zdravlje djece te ukratko njihova stanja, ali isto tako i način poučavanja u tom segmentu koji je namijenjen roditeljima, učiteljima, nastavnicima i svima onima koji rade s djecom.

KLJUČNE RIJEČI

Djeca, digitalizacija, društveni mediji, medijska pismenost, psihološki razvoj, utjecaj, obrazovanje

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja GABRIELA PERANOVIĆ potvrđujem da je moj ZAVRŠNI diplomski/završni rad
pod naslovom FENOMENOLOGIJA DIGITALNOG DJETINSTVA:
UTJECAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA PSIHOLŠKI RAZVOJ DIJETETA
te mentorstvom DOC.DR.SC. LUKE ALEBIĆA I DR.SC. SUKELJANE BARIĆ-ŠELIĆ

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku, 29.08.2024.

Potpis

Gabriela Peranović

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. MEDIJI	2
2.1. Masovni mediji i digitalizacija	3
2.2. Psihološke odrednice digitalizacije	5
2.3. Medijska pismenost.....	7
2.3.1. Medijska kompetencija i pedagogija	9
3. MEDIJSKI SADRŽAJ I DJECA.....	14
3.1. Pedagoški učinak.....	16
3.2. Psihološki učinak.....	18
3.3. Socijalizacija	20
3.4. Kognitivni razvoj.....	22
4. POZITIVNAN I NEGATIVAN UTJECAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA DJEČJU PSIHU.....	24
4.1. Pozitivan utjecaj društvenih medija na djecu	26
4.2. Negativan utjecaj društvenih medija na djecu	28
5. SAVJETI ZA ZAŠTITU I SIGURNO KORIŠTENJE MEDIJA KOD DJECE	30
6. ZAKLJUČAK.....	32
7. LITERAUTURA	33
8. PRILOZI	37
8.1. Popis tablica	37
8.2. Popis slika	37

1. UVOD

Čovjekova civilizacija počinje od otkrića ruke (Homo Erectus) te se dalje snažnije razvija nakon otkrića vatre. Evolucija je kretanje i razvoj. Od daleke prapovijesti do otkrića pisma i početaka povijesti te industrijskih revolucija čovjek se neprestano razvija i mijenja. Neke od ključnih medijskih revolucija utjecale su na važne društvene promjene. Od Gutenbergovog otkrića pokretnog tiskarskog stroja i začetaka masovnog društva, početkom 20. stoljeća i izumom radija, kreće elektronička revolucija koja će se zaokružiti izumom i razvojem televizije i potpunog omasovljenja medijskog društva. Promjena paradigme u komunikacijskom smislu pojavljuje se krajem 20. stoljeća i omasovljenjem interneta (Berners-Lee) koji će po prvi put publici omogućiti interaktivnost i udaljiti je od njenog ranijeg pasivnog položaja. U 21. stoljeću svjedočimo multimedijalnosti i to prije svega u kontekstu tehnologije, uz koju preživljavaju i tradicionalni te konvergirani mediji, ali nastaju i novi. Upravo tehnologija, odnosno veliki broj pametnih uređaja koji isporučuju sadržaje između ostalog i djeci, otvara pitanja o utjecaju na djecu te njihov psihološki razvoj. (Baraban, B., Barić-Šelmić, S., 2024: 1098)

Psihološki razvoj djece uključuje široki spektar njihova napredovanja u koji spadaju kognitivni rast, socijalne vještine, emocionalna regulacija i moralno razumijevanje i sazrijevanje. Svi čimbenici mogu biti oblikovani različitim žanrovima i sadržajima koji mogu utjecati na navedena razvojna područja pozitivno i negativno. Usmjerenost obrazovnog sustava prema digitalnom okruženju može imati iznimno pozitivne strane prilikom stjecanja znanja, razvijanja kreativnosti, učenja samostalnog rješavanja problema te usvajanja raznih vještina potrebnih u svakodnevici. Jednako tako, djeca mogu biti izložena nasilnom i neprikladnom sadržaju koji može dovesti do problema u ponašanju te iskrivljenim pogledima na stvarni svijet. Upravo je zbog toga potrebno biti informiran i obrazovan još u ranoj dobi kako bi se razvoj depresije, anksioznosti te drugih negativnih posljedica, mogao spriječiti i pomoći kako se kretati u bunilu, rasulu i vrtlogu sadržaja koji dolazi od nerelevantnih autora. (Brčić, I., 2018: 2021-2026)

U ovome se radu iznose podaci koji su iznimno važni za cjelokupni razvoj djeteta pod utjecajem medijskog sadržaja koji iza sebe ima mnoga lica. Ističe se kako ono potiče ili nazaduje razvoj

djeteta te što bi sve roditelj trebao znati i normirati u svom odgoju kako bi dijete zaštitio od nepoznatih prijetnji koje se u medijskom svijetu nalaze. Također, definirat će se široki pojam medija, medijskog sadržaja, njegovih odrednica te utjecaja svrstavajući se u podskupine pozitivnih i negativnih strana. Bit će predstavljena i određena stručna mišljenja o konzumiranju medija u ranoj djetetovoj dobi te oblikovanju njegova karaktera i osobnosti.

2. MEDIJI

Riječ medij proizlazi od lat. riječi *medium*, što znači sredina ili sredstvo kojim se prenosi, dostavlja, upućuje neki sadržaj, značenje, riječi ili poruke. Međutim, „sadržaj svakog medija jest neki drugi medij“ kako navodi autorica Nada Zgrabljic Rotar u svojoj knjizi „Uvod u medije i medijsku pismenost“. (Zgrabljic Rotar, 2023: 17) Autorica u svom radu objašnjava promišljanje zagovornika tehnološkog determinizma Marshalla McLuhana koji je uvrдио kako svaki novi medij ima korijenje u starom mediju – svom prethodniku (McLuhan, 2008). McLuhan već je od samih početaka bio oduševljen razvojem električne energije koju je smatrao pokretačem promjena u komunikaciji diljem svijeta što je usporedio s novim medijima koji su jednako tako utjecali na promjene privatnih, društvenih, ekonomskih i kulturnih odnosa. Ovaj oblik društvenog ophođenja i upotrebljavanja smatra se kompleksnim pojmom koji nema točno određeno značenje, međutim, hrvatski književni teoretičar Vladimir Biti kaže: „iz teorijske perspektive, apstraktnost mu pridaje stalno variranje između perceptivnog, materijalnog, tehnologijskog i institucijskog registra.“ (1997: 213) što mu pruža mogućnost definiranja kroz četiri teorijska značenja. Ta značenja su: fiziologijski, koji uključuje vid, sluh, njuh; zatim fizički kao odraz raznih umjetnosti koje uključuju boju, kist, kamen; tehnologijski kao posrednik između stvaranja znaka i potrošnje u smislu pisma, radija, usmenog izražavanja te sociologijski oblik koji se izražava kroz politiku, gospodarstvo, obrazovanje. (Biti, V., 1997: 213)

Društveni fenomen bez kojega je današnji svijet postao nezamisliv stvara pomutnju prilikom razlučivanja medijskih pojmova, podskupina ili odrednica kojima se vode određeni stručnjaci, profesori, studenti te mnogi drugi. Sam pojam „medij“ zaključno predstavlja „poruku“ jer on

okuplja „zajednicu“ u ovom slučaju „globalno selo“ koje se hrani, nastaje i gradi na mediju kao ritualu određenog doba koji započinje bubnjem, odnosno pozivanjem na određeni „obred“ koji se temelji na zabavi, informiranju, poučavanju i uživanju - slanje poruka. „Zaključimo da su masovni mediji uži pojam od pojma medij, pa iako je uobičajeno i nije pogrešno govoriti za radio, televiziju, novine ili časopise da su mediji, ipak je točnije ako kažemo da su to mediji masovne komunikacije ili masovni mediji.“ (Zgrabljic Rotar, N., 2023: 19)

2.1. Masovni mediji i digitalizacija

Prema definiciji Zrinjke Peruško¹ koju navodi u svojoj knjizi „Uvod u medije“, masovni mediji su: „institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva.“ (2011) Knjiga, film, radio, televizija, novine su te institucije koje proizvode i distribuiraju sadržaj pružajući uvid u njihov sadržaj beskonačno. Oni stvaraju medijski sustav koji se razvija prema određenim političkim, socijalnim te ekonomskim uvjetima svake zemlje pridržavajući se zakonskih okvira kojima je reguliran cjelokupni, kako medijski tako i državnopravni sustav. Razvojem digitalizacije, odnosno napredovanjem interneta svi ovi tradicionalni oblici doživjeli su svoju revoluciju i tako postali neizbježna svakodnevnica suvremenog čovjeka.

Nova digitalna tehnologija omogućuje interaktivnu publiku odnosno nastanak *prosumera* – kreatora i konzumenata sadržaja istovremeno. Razdoblje jednostrane komunikacije između medija i publike otišlo je u zaborav. Jednakim kreiranjem i konzumiranjem tog sadržaja dogodila se agenda koja je sve svoje zahtjeve i ciljeve ostvarila na društvenim mrežama koje pružaju svakodnevnu interakciju i dijeljenje sadržaja. Masovni mediji kao dio kulturnog potencijala nadovezuju i digitalnu kulturu koja je dovela do portala, streaming platformi, blogova i sl. (Barić-Šelmić, S. et al., 2023: 115-117)

¹ Zrinjka Peruško, redovita je profesorica medijske i komunikacijske teorije i medijskih sustava te predstojnica Centra za istraživanje medija i komunikacije Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, u ovoj knjizi se dotiče tema koje se odnose na medije i njihovu podjelu te detaljno opisuje svaki oblik medijske komunikacije

Pojam masovnih medija za sobom povlači i pojam masovne komunikacije koja predstavlja oblik komunikacije gdje su masovni mediji izvor dok je masovna publika primatelj poruke. Uporabom tehnologije poruka postaje javna te postaje dostupna heterogenoj i mnogobrojnoj publici. Gerhard Maletzke ovakvu masovnu komunikaciju definira kao „onaj oblik komunikacije koji se posreduje disperzivnoj publici putem javnih izjava (dakle primatelji nisu ograničeni brojem niti su personalno definirani), tehničkim sredstvima (mediji), indirektno (dakle među komunikacijskim partnerima postoji prostorna, vremenska ili prostorno-vremenska distanca) i jednostrano (dakle, bez zamjene uloga između onoga tko odašilje i onoga tko prima poruku).“ (Maletzke 1963. prema: Kunczik i Zipfel 2006.) Budući da je takav pristup dostupan svima, tu se pronalaze i djeca kao najosjetljivija i najranjivija skupina koja je također podložna medijskom i digitalnom sadržaju.

Kao maleni sakupljači i pozorni promatrači svojih roditelja, baka, djedova te ostalih odraslih autoriteta primjećuju da su svi okrenuti i privrženi „džepnim kutijicama“, velikim ekranima te mnogim drugim oblicima tehnološke proizvodnje gdje pronalaze ponešto i za sebe. Vjerno počinju pratiti televizijski sadržaj, istraživati mobilni uređaj te prstićima prebacivati ono što im se ne čini dovoljno smiješnim niti šarenim. Već u ranoj dobi upravljaju tako velikim društvenim, znanstvenim, tehnološkim i globalnim sustavom kao da su ga sami stvorili ili s njime boravili u majčinoj utrobi. U svakoj dobi postaju sve veći „poznavatelji“ medijskog sadržaja koji počinju neprestano konzumirati i svrstavati u svoj svakodnevni život postavljajući određene ciljeve - izgled, način života, stavove te identitete, koji nisu uvijek nužno pozitivni niti negativni. Razvoj tehnologije nije doveo samo do naprednijeg i jednostavnijeg života svakog pojedinca, nego je doveo i do generacijskog jaza koji nikad prije nije bio toliko velik kao sada. Ono je dovelo do toga da su sada mlađe generacije na neki način „obrazovanje“ kada je riječ o digitalizaciji sadržaja, što je prije općenito u obrazovanju bilo nezamislivo i nedopustivo. (Valković, J., 2016: 107-108)

Tu se stvorio problem nemogućnosti kontinuiranog educiranja i postavljanja profesorskih autoriteta koji će poučavati medijskoj pismenosti koja je svakim danom sve potrebija i poželjnija. Djeca i mladi ponekad na predavanjima i kolegijima na fakultetu slušaju o mogućnostima i sposobnostima tehnologije s kojom su već samostalno vrlo dobro upoznati. Hrvatsko školstvo i kurikulum već se duži period bori s tim problemom pokušavajući pronaći dovoljno dobro rješenje koje je teško donijeti budući da se medijski i tehnološki svijet mijenja iz minute u minutu. Digitalizacija svakako doprinosi obrazovanju prilikom učenja i educiranja jer ona pruža različite

oblike kreativnog i zanimljivog sadržaja što je postalo iznimno važno kada je u pitanju rad s djecom i mladima. Sve podliježe prilagođavanju njihovim interesima, koncentraciji i spremnosti na suradnju jer ukoliko ne dobiju ono što očekuju od učitelja, profesora, lako će to pronaći na svojim mobilnim uređajima koji su im svakodnevno pri ruci, misleći da im ne treba nikakvo predavanje te da će sve puno brže pronaći na internetu zanemarujući činjenicu da zapravo u komunikaciji sa svojim profesorima, nastavnicima i kolegama razvijaju kritičku misao, stav, interese te šire obzore vlastitih, ali i tuđih znanja. Zaboravljaju da interakcijom s ljudima i svojim vršnjacima zapravo smanjuju osjećaj neprihvaćenosti, anksioznosti i nerazumijevanja jer konstantnom uporabom uređaja bez živo izgovorene riječi i dijaloga dolazi do povlačenja u svoju „sigurnu zonu“ gdje ne moraju nikome ništa objašnjavati, pričati niti se izjašnjavati zbog čega gube i mogućnost razvijanja vlastitog stava i mišljenja o nečemu. (Tobbi, D., 2018)

2.2. Psihološke odrednice digitalizacije

Konzumiranje određenog sadržaja postaje dio kulture, identiteta i osobnosti pojedinca koji odlučuje što će biti njegov oblik zabave, edukacije i informiranja. Međutim, takav princip nije isti i kod djece koja u najranijoj dobi često znaju biti izložena scenama iznimno nasilnog ponašanja što može dovesti do pretpostavke da je jednako tako i stvarni svijet nasilan pa čak i više.² Toj pretpostavci također doprinose i videoigre koje kreiraju nerealne svjetove čije funkcije mogu dovesti do povezivanja te apstrakcije s realnošću u ljudskom umu gdje dolazi do nemogućnosti prave spoznaje između jave i fantazije. Prema određenim stručnjacima ona stvara mogućnost razvijanja poremećaja osobnosti i otuđenja što je iznimno osjetljivo za djecu predškolske dobi koja mogu razviti krivu sliku realnosti na temelju fikcije te tako zanemariti vlastiti razvoj osobnosti te moralnih i socijalnih vještina. (Allington, R. i sur., 2010)

Prema mnogim istraživanjima nasilni su sadržaji uvijek bili jako dobar temelj za prodaju filmova, sportova pa čak i glazbe. Nada Zgrabljčić Rotar ističe par ključnih čimbenika o utjecaju nasilja koje

² Gerbner, Morgan i Signorielli su u radu „Violence in Television: The Cultural Indicators Project“ (1995) napravili istraživanje koliko ima nasilnih scena na televiziji koje putem glazbe, vikanja, krikova, strašnih efekata utječu na dječju psihu u vremenu kada djeca najviše provode pred ekranom.

djeca vide u medijima. Prvo je opisala hipotezu o imitaciji govoreći o tome kako djeca imitiraju ono što vide, a to je u ovom slučaju nasilni sadržaj. Druga se hipoteza pak odnosi na uznemiravanje kojim naglašava da se djecu ne smije uznemiravati prekomjernim nasiljem i pornografijom jer ona to ne mogu razumjeti. Katarza je treća hipoteza koja govori da gledanjem nasilnog sadržaja dijete može dovesti do nasilnih poriva dok hipoteza o desenzitizaciji ili habituaciji govori kako nasilne scene postaju sve tolerantniji odraz takvog življenja u stvarnom svijetu dovodeći do smanjenja empatije prema žrtvi. (Zgrabljic Rotar, N., 2023: 51-52)

Sve te činjenice dovode do istog zaključka koji je jasniji svakodnevnim razvojem tehnologije i digitalnog sadržaja koji je postao dio kulture i načina života suvremenog čovjeka. Međutim, razvoj dječje psihe uveliko proizlazi iz njihove kreativnosti i mogućnosti samostalnog rješavanja problema s kojima se susreću. Prilikom kreativnog rješavanja problema oni se mogu voditi heuristikom ili *brute-force* metodom te jednako tako i različitim kombinacijama ovih dviju metoda. Heuristika je: „postupak koji vodi prema otkriću ili ga potiče...“ (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2013.-2014.), dok *brute-force* metoda predstavlja sva moguća rješenja ponuđena pojedincu (Rutherford, 2009). Primjer toga može biti bojenje u kojem je djeci dana paleta s već određenim bojama koje mogu koristiti, ali im se pruža i mogućnost da kreiraju i svoju boju na temelju već ponuđenih. Na taj način uče osnovne boje kao i njihovu usklađenost.

Dječji razvoj jednim je dijelom uokviren prethodnim činjenicama što digitalizacija pokušava donekle osloboditi. Tada je riječ o samopoštovanju koje djeca mogu osjetiti prilikom korištenja njegova sadržaja. Rješavanje problema na taj način dovodi do osjećaja samostalnosti i superiornosti. Nažalost, u realnosti, djeca vrlo često znaju odustati prilikom njima prvih pravih prepreka, dok u virtualnom svijetu, odnosno u igricama, adrenalinski i napeto nastavljaju prelaziti razune makar gubili mnogo više puta nego u pravom životu. Ova vrsta samopouzdanja nestaje prilikom komunikacije licem u lice s drugim osobama jer ona najčešće nije korištena u računalnim igricama. Veću zainteresiranost iziskuju prema digitalizaciji zbog neobičnih efekata, boja te tehnika korištenja koje im se nude pružajući uvid u „druge galaksije“. (Arriaga P., Monteiro, M.,B., 2011)

Međutim, kada se radi o društvenim mrežama samopoštovanje također može biti narušeno maltretiranjem na temelju izgleda, seksualne orijentacije, stila života, odijevanja i sl. Postupcima

vrijeđanja, širenja mržnje, klevete i sl. dolazi jednako tako do narušavanja psihičkog zdravlja pojedinca koji počinje smatrati sebe manje vrijednim, dostojnim ovoga svijeta. Takav pristup dovodi do mnogih situacija kada se najčešće adolescenti samoozljeđuju ili svoje zdravlje dovode do još težih životnih opasnosti. Pokušavajući dosegnuti ideal ljepote, uočavaju „nepravilnosti“ na temelju čega postaju biti nezadovoljni sobom naglašavajući tjelesnost i vanjski izgled što je uzrok gubitka vlastitog identiteta i osobnosti djece koja izložena takvim sadržajima ne smatraju ništa više relevantnim osim onoga što vide na Tiktoku ili Instagramu. (Kušić, S., 2010: 103-125)



Slika 1.-Emocije koje izaziva digitalni sadržaj

Izvor: <https://www.shutterstock.com/image-vector/girls-boys-holding-phone-spend-much-1355148455> (pristupljeno: 18.6.2024.)

2.3.Medijska pismenost

Pojam predstavlja: „koncept obrazovanja o medijima i medijskom okruženju u kontekstu ljudskih prava i cjeloživotnog obrazovanja.“ (Zgrabljic Rotar, 2023) Budući da se medijska pismenost kao globalni fenomen još uvijek ne nalazi u školskom kurikulumu u našoj zemlji, od iznimne je važnosti da njegov sustav informiranja, obrazovanja i primjene osvijeste mnogi medijski stručnjaci koji su upoznati s težinom njegova okruženja koje postaje sve više zbunjujuće tržište koje pruža mnoge nerelevantne podatke i smjernice koje mlađa populacija enormno upija i primjenjuje u svom životu. Konstantna konzumacija medija stvara dojam potpunog poznavanja onoga na čemu se ono temelji smatrajući da se nije potrebno dalje informirati, međutim, medijska pismenost navodi drugačije. Ona ne pruža uvid samo u smisao medija, nego i u ono što oni nude prilikom poboljšanja privatnog i poslovnog života. Kada dođe do kontroliranja medija i njihovih kompetencija, tada dolazi do izdvajanja pojedinca od korisnika koji su svoj život prepustili upravo tom sustavu bez prevelike svijesti.

Korisnici su oni koji održavaju medijsku industriju dok ju istovremeno razvija oglašivačka industrija čije reklame konstantno utječu na razmišljanja, stavove, želje i potrebe koje čine najveći dio medijskog prostora. Skup tehničkih, društvenih, kognitivnih i kreativnih odrednica koje pružaju pristup medijima, ali isto tako i daju mogućnost kritičkog pristupa, dovode do toga da medijska pismenost otvara put građanima da aktivno sudjeluju u demokratskim procesima. Zabavni sadržaj samo je jedan od pristupa kojim se vode medijski korisnici dok im u privatni život medijska industrija ulazi putem mnogih oglašivača uz pomoć same psihologije koja djeluje iznimno plodno u demokratskom društvu. (Tolić, M., 2008: 9-11)

Postoje tri paradigme medijske pismenosti koje se mogu pratiti kroz: „UNESCO-ov koncept za promicanje medijske i informacijske pismenosti djece, koncept promicanja medijske pismenosti kao temeljnog alata za obrazovanje građana izloženih poremećajima u javnoj komunikaciji, raznim oblicima neprihvatljivog govora, govora mržnje, lažnih vijesti, dezinformacija, malinformacija ili misinformacija, zakonsku regulativu i aktivnosti u suzbijanju svih oblika dezinformacija.“ (Zgrabljić Rotar, N., 2023: 128-131) Svaki se koncept sastoji od mnoštva principa i sustava medijskog opismenjavanja u područjima u kojima je to iznimno potrebno te čiji se temelj treba zasnivati na zdravom obliku konzumerizma i razvoja identiteta popraćenog državnim propisima koji štite i čuvaju dostojanstvo svojih građana stavljajući naglasak na suzbijanje širenja dezinformacija.

UNESCO-ov koncept promicanja medijske pismenosti počeo se razvijati još 1970-ih godina zbog sve većeg utjecaja medijske industrije i njezinih opasnosti. Organizacija je uložila mnogo napora, provela istraživanja, projekte te angažirala znanstvenike kako bi stvorila oblik medijskog odgoja prije svega za djecu i njihov život s medijima. Konvencija UN-a o pravima djeteta nalaže da djetetu više nije dovoljno znati samo čitati i pisati, nego mu se mora omogućiti da usvaja i znanja o medijima. „Koncept medijske pismenosti zasnovan je na sljedećem:

- a) nacionalni obrazovni sustavi trebaju uključiti medijsku pismenost u sve razine odgojno-obrazovnog sustava, od ustanova za predškolski odgoj do visokih škola
- b) medijska pismenost treba se temeljiti na razmjeni različitih međunarodnih iskustava i empirijskih istraživanja

- c) medijska pismenost treba obuhvatiti sve simboličke jezike medija i sve medije i Internet
- d) medijska pismenost treba razvijati sposobnost razumijevanja medijskih sadržaja i medijskih navika korisnika
- e) medijska pismenost bavi se štetnim medijskim sadržajima kako što su nasilje, reklame, stereotipi i pornografija.“ (Zgrabljić Rotar, N. 2023: 128-129)

Svim ovim etapama potrebno je zaštititi najranjiviju ljudsku zajednicu koju se mora na različite načine podučiti što je govor mržnje i kako mediji pomažu u njegovu širenju. Apeliranje na svijest o opismenjavanju djece širi se još od devedesetih godina, a organizacija koja se odlučila ozbiljno baviti time jest International Clearinghouse on Child, Youth and Media³, čiji je cilj potaknuti važnost medijske pismenosti, odnosno potaknuti javnu diskusiju o ulozi medija u životu djece i mladih te stvoriti temelje za razvoj nacionalnog obrazovanja i institucionalizacije medijske pismenosti dok takvu ulogu u Hrvatskoj ima portal medijskapismenost.hr.⁴ „Portal je platforma za promociju medijske pismenosti i pružanje podrške svima koji sudjeluju u medijskom obrazovanju, ponajprije djece i mladih, ali i odraslih.“ (medije A. z.) Izvor mnogih projekata, aktivnosti i događaja koji se trude da ovaj fenomen postane dio školskog obrazovanja u čiji se sustav uvukao odavno. Zbog prednosti i nedostataka važno je djeci obznaniti što je ispravno, a što ne, iako je Internet postao mjesto van sigurnosti, ograničenja i zdravog pristupanja. (Zgrabljić Rotar, N., 2023: 131-136)

2.3.1. Medijska kompetencija i pedagogija

Medijska se kompetencija može smatrati jednim od središnjih pojmova medijske pedagogije. „Ona uključuje sve sposobnosti koje pojedinac unutar medijskog-informacijskog društva mora usvojiti.“ (Tolić, 2009) Ključni je čimbenik u razvijanju i širenju medijske pismenosti, od konzumacije medijskih proizvoda, razmjene poruka do same medijske refleksije posebice u područjima istraživanja i analiziranja interkulturalnih i medijskih kritika. Usmjerava pojedinca ne samo prema poučavanju, nego i istraživanju i kreiranju kritičke misli i stava prilikom usvajanja postavljenih

³ UNESCO International Clearinghouse on Child, Youth and Media, bavi se prikupljanjem i objavljivanjem informacija koje su ključne za obrazovanje te uključuje metode i materijale iz svijeta

⁴ Portal osnovan 2016. god. pod vodstvom Agencije za elektroničke medije i UNICEF-om

etapa medijske kompetencije. Dolazi do kriznih promišljanja jer medijskim odgojem nije dovoljno razvijen kritički pristup u odnosu na brojne manipulacije koje se nude putem medija što ga dovodi samo do smjernica interpretacijskih mogućnosti. (Tolić, M., 2009: 97-101)

Međutim, kada su u pitanju djeca, kompetencija pruža odlične temelje u segmentima koji se uče u školi kao što je vježbanje i stjecanje znanja što uključuje izvore koji dovode do lakšeg prikupljanja podataka (online izvori), zatim tijekom igre u kojoj uče kako se snalaziti i reagirati u kriznim situacijama ili novim okruženjima, mogućnost kreiranja novih načina prezentiranja određenog sadržaja uz pomoć glazbe, videozapisa, teksta i sl. (Tolić, M., 2009: 100-101)

Postoje mnoge prednosti medijskog utjecaja čijim se odrednicama vidi snažna povezanost pedagoško-medijskog pristupa u kojem medijska kompetentnost obuhvaća kognitivnu dimenziju koja se odnosi na znanje te razumijevanje medijskog sadržaja, zatim etičku dimenziju koja naglašava svijest medijskog značenja i odgovornosti, socijalnu koja se odnosi na pravnu regulativu uređujući sigurnost ljudskih prava te društvenih djelatnosti, estetsku dimenziju čija je uloga paziti na distribuciju sadržaja kao i komunikacijsku jer je medij sredstvo kojim se razgovara, šalju poruke te stvara interakcija.⁵

„Cilj medijske kompetencije je zaštita privatne sfere, razvoj (samo)kritičnosti, interkulturalnog dijaloga, usvajanje analitičkih, refleksivnih i etičkih dimenzija, pravo na informiranost, instrumentalu i estetsku dimenziju, ali i razvoj za korištenje novih inovativnih medija.“ (Miliša i sur., 2010) Suvremeni čovjek mora u skladu s tehnologijom i globalizacijom razvijati svoj kompetencije ukoliko želi biti dio informacijskog društva. Sve su ljudske djelatnosti svoj princip rada okrenule digitalizaciji jer je ono postalo „svjetski kotač“ koji omogućuje da se voze kola prema postavljenim ciljevima. Zbog toga se naglašava ta važnost medijskog obrazovanja u najranijoj dobi jer za djecu je važno shvatiti kako taj „kotač“ funkcionira te ih je važno naučiti koristiti ispravno i oprezno kako se ne bi ozlijedili prilikom njegova okretanja. (Tolić, M., 2008)

⁵ Sutter i Charlton, razlaganjem medijske kompetencije naglašavaju: shvaćanje medija, njezinu upotrebu (u smislu poznavati medije za rješavanje određenih aktivnosti, znati stvarati medijski sadržaj, kritički razmišljati, razumijevanje medijske funkcije u raznim socio-političkim segmentima (npr. socijalni, etički). Usp. T. SUTTER – M. CHARLTON, Medienkompetenz – einige Anmerkungen zum Kompetenzbegriff, u: N. Groeben – B. Hurrelmann, (ur.) Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen, Juventa, Weinheim, 2002.

Selektivna podjela dimenzija, koje se odnose na medijske kompetencije, ima za cilj poučiti kako živjeti s medijima koji su dio virtualnog svijeta sa stvarnom, opipljivom, objektivnom stvarnošću. Ono pruža mogućnost educiranja prilikom kontroliranja pojedinca, posebice djece koja u ranoj dobi još uvijek nemaju sposobnost samostalnog ograđivanja od negativnih medijskih sadržaja. Kroz selekciju provodi svoj cilj i srž u kojem prilikom razumijevanja logike njezina djelovanja pruža čovjeku shvaćanje razlike između medijskog okruženja koje je postalo neizostavna funkcija današnjeg čovjeka te održava poveznicu između same sebe i pedagoških funkcija čiji se sustav, pojavom i razvojem digitalizacije, uvelike promijenio. (Tolić, M., 2008)

Međutim, medijska kompetencija neizostavna je iz medijske pedagogije zbog čega je Tolić (2009: 200) naglasila četiri važne točke koje daju odgovor na pitanje što znači zapravo prisutnost pedagogije unutar kompetencije, odnosno koja je njezina uloga. Autorica smatra da ona ima:

„1. etičko

2. interkulturalno: kulturalne perspektive, vrijednosna usmjerenja, kulturne povezanosti, suživot

3. teorijsko-znakovno: semiotičko, dekodiranje simbola i znakova u medijima

4. društveno-socijalno: odgovornost i sudjelovanje s različitim medijima...“ (Tolić, M., 2009: 200) značenja u suživotu s medijima ističući funkciju pedagogije kao okosnice medijske pismenosti koja usmjerava i ovu životnu etapu prema glavnim ljudskim sintezama koje čine stvarni svijet.

„Medijska je pedagogija zasebna pedagojska disciplina koja se bavi pitanjem medija u odgoju i obrazovanju.“ (Brakus, A., 2015) Njezin glavni cilj jest poučavati o medijima i načinima njegova korištenja tijekom raznih životnih situacija, od najranije dobi putem medijskih kompetencija koji dovode do sigurnosnih mjera prema potencijalnim prijetnjama, manipulacijama i lažima. Mediji su ostvarili ulogu odgojitelja koji ne može emocionalno, empatično i kritički pristupiti prilikom odgajanja djece. Postoji vrlo tanka granica između građenja kritičkog mišljenja, obrazovanja te preuzimanja manipulativnih karakteristika koje mediji nude provodeći postupak uvjeravanja pomoću slika, videozapisa, audiozapisa, raznih objava na društvenim mrežama i sl. gdje medijska pedagogija ima veliku odgovornost prilikom proučavanja tih simboličkih načina prikazivanja i distribuiranja sadržaja.

Ovaj se pojam bavi istraživanjem različitih polja, a to su: „medijski odgoj (pospješuje medijsko obrazovanje, oslanja se na medijsku pismenost i medijske kompetencije), medijska kultura, medijska didaktika (proučavanje medijske metodike), medijsko-znanstveno istraživanje, medijska socijalizacija i medijska etika. Konvergencija i distinkcija istih polja istraživanja podrazumijeva kooperativno djelovanje i ostvarenje cilja, tzv. refleksno-kritičkog djelovanja.“ (Tolić, M., 2009: 97) Razvijanjem same komunikacije među populacijom doći će do evoluiranja i ovog segmenta koji obuhvaća sociopolitičke, kulturne i društvene analize koje se odnose na djecu, mlade i osobe zrelije životne dobi te njihove interese, stavove, želje i način života. Međutim, pedagogija ima usku poveznicu i sa mediologijom uz pomoć koje osigurava kvalitetan odnos između prisutnosti medija u odgajanju pojedinca i socijalizacije u čijem se okruženju nalaze mediji.

„Medijska pedagogija manifestira se kao pregled pedagogijskih pitanja o teoriji i praksi koja se javljaju s obzirom na pojavu medija.“ (Qvortrup, L., 2007) Qvortrup (2007) navodi kako se sam pojam medijske pedagogije može tumačiti na više načina; kao teorija medijskog obrazovanja misleći na to kako naučiti učenike koristiti medije te objasniti njihovu funkciju kao pojavu u društvu; opći uvid promatranja masovnih medija kao posebne vrste socijalizacije u odnosu na učenike budući da su oni već iskusni korisnici medija pa se to može nazvati odgojem medijski socijalizirane djece, odnosno teorijom medijske socijalizacije; teorija obrazovanja uz pomoć medija promatrajući ulogu odgajanja putem e-učenja, e-lektira i sl. nazivajući to teorijom obrazovnih medija.

Tablica 1. - Značenjske odrednice medijske pedagogije

Medijska pedagogija u užem značenju	Medijska pedagogija u širem značenju
• metodički pristupi pedagogijskim zahtjevima • koncentracija odnosa u interpretacijama i stjecanju nastavničkih kompetencija • koncentracija na djecu i mlade • zapostavljena teorija	• teorijsko-praktični pristupi u svjetlu analize razvoja suvremenih medija • masovna komunikacija, političke i društvene dimenzije • medijska pedagogija kao aspekt u multikulturalnim analizama društva • favoriziranje interdisciplinarnih pristupa

• perspektive s pozicija školskog sustava, prvenstveno didaktike i metodike • medijska pismenost	• antropoliški koncepti i njihove (značajne) funkcije u sociokulturnom ambijentu • transfer informacija s globalne i interkulturalne perspektive
---	---

Izvor: (Schrob, 1995), pristupljeno: 19.6.2024.

Ljudi sve češće medijske alate koriste u kreiranju vlastitog svijeta i stvarnosti, budući da se „globalno selo“ pretvorilo u „globalni grad“ čije se sjedište nalazi diljem svijeta. Mnogi potencijali, sposobnosti, ali i opasnosti tehnologije postaju glavna prijetnja cijelom bioevolucijskom sustavu ukoliko se pojedinac ne nauči nositi s time te kontrolirati medijsku industriju unutar svog doma. Zbog toga je iznimno važno za medijsku pedagogiju postati dijelom odgojno-obrazovnog sustava što je prije moguće kako bi djeca razvijala medijske kompetencije, svijest o kritičkom pristupanju, komunikaciji, stvaranju pravih vrijednosti te izgraditi kvalitetne temelje za cjeloživotno učenje kako bi uspjeli te prilikom novih životnih situacija znali svoje okruženje prilagoditi bez velikog straha od nepoznatog, stvaranja anksioznosti ili čak povlačenja u sebe. (Brakus, A., 2015)

Kao zasebna disciplina, ovaj se pojam razvio još sredinom dvadesetog stoljeća, međutim, još uvijek se smatra multidisciplinarnom jer se unutar nje javljaju znanstveni pojmovi koji su vezani za komunikologiju, psihologiju, sociologiju te posebice pedagogiju. Izričit odraz važnosti medijske pedagogije izražava se u kompetencijama koje su prilagodljive za svaku životnu dob kako bi se putem zanimljivog i primamljivog sadržaja educiralo društvo medijskog okruženja. (Brakus, A., 2015: 88-92)

3. MEDIJSKI SADRŽAJ I DJECA

Prema prethodno navedenim činjenicama može se zaključiti kako se medijski svijet uvukao u svakodnevni život pojedinaca i da je nezamislivo živjeti bez bilo kojeg oblika medijskog izražavanja, komuniciranja i oglašavanja. Razvoj tehnologije doveo je do korištenja mogućnosti različitih vrsta medija koji omogućuju gledanje filmova, serija, igranje igrice, komuniciranje putem društvenih mreža, slušanje glazbe putem različitih aplikacija ili streaming platformi i sl. Svaki medij ima određeni princip rada kojim pristupa korisnicima skrivajući pozitivne i negativne strane koje čovjek mora sam naučiti spoznati. Međutim, djeca su ta koja u samim počecima svoga razvoja nisu sposobna sama spoznavati dobar i loš sadržaj, to je ono što stječu od svojih roditelja, skrbnika, baka i djedova, učitelja, nastavnika. U današnje vrijeme, ova najranjivija skupina, uz invalide i trudnice, vrijeme najviše provodi pred ekranima, bilo da su to mobiteli, tableti, laptopi ili televizori. (Spitzer, M., 2018: 119-121)

Dječji se mozak konstantno razvija te se zbog toga mora oprezno postupati kada je riječ o vremenu i sadržaju koji djeca konzumiraju na internetu. Njemački neuroznanstvenik, psihijatar i pisac Manfred Spitzer (2018: 113-114) ističe kako elektronički mediji (računala, tableti, pametni telefoni) pružaju mogućnost oslobođenja od intelektualnog napora razvijajući ovisnost o njima jer čine da se lako i jednostavno zabavljaju, informiraju samo uz par klikova. Zbog specijalnih efekata, boja, interaktivnih gumba, djeca odlučuju ostati vezana uz pametni telefon, ali konstantnim mijenjanjem i traganjem za novim sadržajem. Razvijaju sposobnost obavljanja više stvari u isto vrijeme, poznato pod nazivom multitasking, kojim klikanjem, skrolovanjem, čitanjem, gledanjem videa, djeca vrlo brzo gube pozornost i koncentraciju jer im ono pruža kratkoročno zadovoljstvo što može biti uzrok nemogućnosti razvitka socijalnih vještina u cijelosti, što prema Spitzeru (2018: 113-115) potencijalno dovodi do posljedica frustracije i asocijalnosti.

Zbog ubrzanog načina života, širenja poslova koji iziskuju konstanto educiranje, potpuno predanje i velike tržišne konkurentnosti, ponekad dječji svijet bude zakinut od strane roditelja što mališane osuđuje na provođenje slobodnog vremena s medijima. To je jedan od ključnih čimbenika koji oblikuje također obrazac ponašanja djece koja možda ponekad tu pažnju, potrebu za hormonom sreće i ushićenosti pronalaze u digitalizaciji.

Međutim, svaka životna faza djetetova razvoja ima psihološki segment kojem se treba prilagoditi kako bi se ostvario pozitivni cilj. Biološkim sazrijevanjem djece, dolazi i do emocionalnog te psihičkog sazrijevanja na čije oblikovanje utječe okruženje u kojem se kreće te kako se ono obraća prema njemu. Dolazi do promjene stavova, interesa, odstupanja od kontroverznih nametnutih normi i sl. Usporedno s tim, Kolucki i Lemish (2013: 16-23) navode važne faze razvoja djece kojima pripada:

- rana dob: ono se odnosi na djecu do 6. godine
 - to se razdoblje smatra najkritičnijom fazom čovjekova razvoja te se zbog toga postavlja pitanje trebaju li djeca uopće tada imati pristup medijima
- srednja dob: tu se odnosi na djecu od 7 do 10 godina
 - tada djeca upijaju mnoge informacije, vještine te postaju jednim dijelom „neovisni“, a sve što konzumiraju polagano primjenjuju u svoju svakodnevnicu
- rana mladenačka dob: uključuje djecu od 11 do 14 godine
 - razdoblje kada se djeca oslanjaju na mišljenja svojih prijatelja i medija mijenjajući svoje kognitivne, emocionalne, tjelesne karakteristike zbog čega bi iznimno medijski sadržaj trebao biti relevantan i realan

Činjenica kako se na društvenim mrežama komunicira ne znači da je ona ujedno i prava, stvarna, fizički prisutna zajednica koja omogućuje potpunu ljudsku interakciju. Kako navodi autorica Mandarić u znanstvenom časopisu Bogoslovska smotra⁶ pod naslovom „Novi mediji i rizično ponašanje mladih“: „Računalu nedostaje bitna dimenzija za cjelovitu komunikaciju – nedostaje mu tijelo. Tijelo je važno ne samo zbog činjenice da interiorizacija sa svijetom i drugima prolazi kroz svijet osjećaja, nego i jer je upravo tijelo temeljna os čovjekova identiteta.” (2012) Neverbalna komunikacija zakinuta je prilikom korištenja tehnologije što je iznimno zastrašujuće jer se upravo tom interakcijom mogu iščitati istiniti postupci, mišljenja i zbivanja ukoliko verbalna komunikacija ima drugi plan. Nažalost, djeca ne mogu naučiti što znače određeni neverbalni znakovi ako konstantno vrijeme provode ispred ekrana ne ostvarujući socijalizaciju i mogućnost razvijanja vlastitih neverbalnih tehnika koje uključuju pokrete ruku, glave, usmjerenost pogleda te nervoznog češkanja uha.

⁶ Znanstveni časopis Katoličkoga bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te se smatra jednim od najstarijih hrvatskih znanstvenih časopisa.

3.1. Pedagoški učinak

Tehnološki aspekti u dječjem okruženju imaju veću ulogu čimbenika razvoja nego što je to potrebnije u odrasloj dobi. Ono ima funkciju poticanja novih, inovativnih metoda učenja, sazrijevanja koje imaju svoje prednosti uključujući multimodalni pristup u odnosu na dosadašnje načine. Uporabom raznih tehničkih uređaja kao što su laptopi, računala, tableti, projektori, sustavi su koji pružaju novomedijske principe poučavanja uz pomoć interaktivnih igara, videa, predavanja te korištenja e-knjiga. Ovim posljednjim tehnološkim proizvodom dolazi do mnogih blagostanja prilikom razvoja djetetovih sposobnosti. Prije svega, razvijaju svoju kreativnost jer im e-knjiga pruža mogućnost stvaranja same knjige, stvara interes za razne aktivnosti, potiče na grupne i individualne oblike učenja, lako su dostupne djeci, ali i roditeljima, mogu samostalno pregledavati, podcrtavati, oblikovati i sl. (Sindik, J., Veselinović, Z., 2010)

Unatoč mnogim prijetnjama, ovo je jedan od dokaza da internetski „priručnici“ ipak imaju pozitivnu ulogu, ali i veliku važnost u odgoju i obrazovanju djece i mladih te da postaju primarni čimbenici odgajanja u budućnosti. Međutim, van informativne uloge, tehnološki aspekti dječjem okruženju pružaju i oblike zabave ne samo u obliku igrica, videa i raznih virtualnih svjetova, nego i u komuniciranju s prijateljima, roditeljima, rodbinom, istomišljenicima i sl. u stvarnom vremenu i to na globalnoj razini. To je jedna od glavnih razloga koji upućuju na korištenje raznih aplikacija koje su jednostavne prilikom korištenja, ali isto tako brze, efikasne i zabavne. Omogućeno im je da putem virtualne stvarnosti posjete bilo koji grad, mjesto, muzej te bilo koju drugu zanimljivu lokaciju unutar koje mogu koristiti razne interaktivne gumbe, igrice, aktivnosti, pojmove, sadržaj koji mogu dijeliti međusobno. (Valković, J., 2016: 107-110)

Zaštita djece iznimno je važna bez obzira koji medijski sadržaj konzumirali i na koji način, stoga se njihovo vrijeme provedeno za računalom, laptopom ili mobitelom mora kontrolirati, posebice u predškolskoj dobi kada stvaraju vlastiti identitet i upijaju sve što vide i čuju. Jednako tako, vremensko ograničenje je važno i zbog fizičkog zdravlja djece jer predugim nepravilnim položajem tijela, koji je uobičajen prilikom korištenja računala može doći do razvijanja raznih nepravilnosti koji ih može obilježiti za cijeli život kao i sadržaj koji upijaju. (medije A. z., 2017)

Uz roditeljsku odgovornost, odgojitelji su također oni koji stvaraju temelje za medijski odgoj i mogućnost spoznavanja kvalitetnog i dobrog sadržaja za djecu. Pedagoški način pristupanja djeci prema ulozi odgojitelja treba biti orijentiran na analiziranje medijskog sadržaja, na uočavanje prihvaćanja i doživljavanja određenog medija te jasno prikazanje razlike između stvarnosti i virtualnog što vide na ekranima. „Odgojitelji bi trebali biti „medijatori“ odgojno poželjnih utjecaja medija te bi cilj medijskog odgoja u vrtiću trebao biti usmjeren na razvoj medijske kompetentnosti i razvijanju aktivnog i kreativnog odnosa prema medijima.“ (Sindik, Veselinović, 2010) Svoj rad trebaju usmjeravati na osvještavanje o pozitivnim i negativnim internetskim pojavnostima.

Odgojitelji jednako tako trebaju educirati i same roditelje, koji ubrzanim tempom života ponekad zaborave na opseg internetskog sadržaja koji svojom neograničenošću može dovesti do negativnih posljedica. To uključuje razne radionice i predavanja za roditelje, organizacijom komunikacijskih i tematskih roditeljskih sastanaka te usmjeravanjem prema profesionalnim izvorima koji se odnose na medijski odgoj i utjecaj. Međutim, da bi se to moglo ostvariti, potrebna je podrška obrazovnog sustava koji nudi stručni oblik usavršavanja odgojiteljica i odgojitelja. Nažalost, ponekad se činjenica, o važnosti odgojiteljske uloge olako shvaća te joj se ne pruža onoliko koliko bi trebalo da bi se ta funkcija dostojno i potpuno ostvarila. Zato je jako važno osvijestiti to da je odgojitelj kao drugi roditelj koji svoj život posvećuje obrazovanju djece koja postaju temelj nekog naroda i nacije te da je njihov posao stvoriti mentalno i fizički stabilno društvo čije je opismenjavanje nužna odrednica. (Ciboci, L. i sur., 2015)



Slika 2.-Otac prati kakav sadržaj konzumira njegovo dijete

Izvor: <https://www.independentpediatrician.com/2020/04/finding-the-middle-way-with-kids-and-digital-media/>
(pristupljeno: 24.6.2024.)

3.2. Psihološki učinak

Zbog brzog razvoja tehnologije unazad dvadeset godina, prema mnogim studijima, dugoročni učinci korištenja medijskog sadržaja na razvoj mozga djece još nije u potpunosti pojašnjen. Razni podaci ističu kako prekomjerno korištenje medija dovodi do štetnog razvoja mozga u ranoj dječjoj i adolescentnoj dobi. Ono može ograničiti dječje mogućnosti da izraze empatiju, osjećajnost, komunikacijske vještine te druge sposobnosti koje posjeduju ili koje su stekli. Patricia Greenfield, profesorica psihologije sa Sveučilišta Kalifornija u Los Angelesu (UCLA), u sveučilišnom časopisu, ističe: „Smanjena osjetljivost na emocionalne znakove – gubitak sposobnosti razumijevanja emocija drugih ljudi – jedan je od troškova (upotrebe digitalnih medija). Čini se da zamjena društvene interakcije uživo interakcijom s ekranom smanjuje društvene vještine.” (2014)

Prema mnogim istraživanjima mediji nude i prednosti i rizike za zdravlje djece i mladih. Nešto više o tome pisali su profesori Američke pedijatrijske akademije naglašavajući sljedeće: „Dobrobiti utemeljene na dokazima utvrđene korištenjem digitalnih i društvenih medija uključuje rano učenje, izloženost novim idejama i znanju, povećane prilike za društveni kontakt i podršku te nove mogućnosti pristupa porukama i informacijama o promicanju zdravlja. Rizici takvih medija uključuju negativne zdravstvene učinke na spavanje, pozornost i učenje; veća učestalost pretilosti i depresije; izloženost netočnom, neprikladnom ili nesigurnom sadržaju i kontaktima; i ugroženu privatnost i povjerljivost.” (Chassiakos, Y., L., R. i sur., 2016)

Postaje nužno kreirati zdrav obiteljski plan prilikom korištenja medija koji individualno stvara odgovarajuću zdravu prehranu, tjelesnu aktivnost, plan spavanja i njegovanje društvenog okruženja svakog djeteta, adolescenta i obitelji što isto tako uključuje ravnotežu između vremena provedenog pred ekranom, odnosno na internetu i drugih aktivnosti tijekom dana. Također, pomoću toga se postavljaju i granice za pristup internetskom sadržaju, kako odgovorno prikazivati osobne podatke, poticati kritičko razmišljanje te kako kvalitetno i uspješno provoditi medijsku pismenost prilagođenu određenoj dobi korisnika i poticati slobodnu obiteljsku komunikaciju i uporabu određenih pravila o korištenju medija. (Ciboci, L. i sur., 2015)

Američka pedijatrijska akademija provela je istraživanje 2013. godine na Novom Zelandu prateći dječji razvoj od rođenja do 26. godine života. (Lindsay, A., Robertson i sur., 2013) Istraživanje je pokazalo da su osobe koje su provodile više vremena gledajući televiziju tijekom djetinjstva i adolescentske dobi imale veću vjerojatnost stjecanja kaznenih osuda te dijagnosticiranja antisocijalnog poremećaja osobnosti nadovezujući agresivnije crte ličnosti za razliku od onih koji su manje gledali televiziju. Međutim, istraživanje koje je provedeno par godina prije, istaknulo je da „mnoga mala djeca (jedna petina djece od 0 do 2 godine i više od jedne trećine djece od 3 do 6 godina) imaju televizor u spavaćoj sobi. Najčešći razlog koji se navodi je taj da oslobađa druge televizore u kući kako bi ostali članovi obitelji mogli gledati vlastite emisije (54%).“ (Elizabeth, A., Vandewater i sur., 2007)

Na temelju ovih činjenica, vidljivo je da roditelji jednako žele konzumirati medijski sadržaj te da dječja konzumacija u korelaciji s navikama roditelja mora biti svakako kontrolirana s naglaskom da uzorno usmjeravaju djecu prema zdravom korištenju medija. U istraživanju je također dodano kako je „većina djece u dobi od 3 do 6 godina bila obuhvaćena AAP-ovim smjernicama za korištenje medija⁷, ali 70% djece od 0 do 2 godine nije.“ (2007) Budući da je ovo istraživanje provedeno prije mnogo godina današnji su klijenti već mlade, odrasle osobe po čijem ponašanju provedeno istraživanje predstavlja svoju vjerodostojnost i utjecajnost u današnjem vremenu. Ono je postavilo temelje za daljnji rad i napredak ostalih profesora znanosti koji se bave ovom tematikom.

U odnosu na televiziju, igranje videoigara danas je nešto aktualnija konzumacija tehnologije posebice one koje nude krv, nasilje, ratna zbivanja i sl. Pretjerana izloženost takvim „slikama“ povećava osjećaj depresivnosti što je potaknulo mnoga aktualna istraživanja da se usredotoče na odnos igara i agresije, a ne igre i depresije. Emocija koja se ovdje naglašava jest agresivnost koja se kodira kao emocionalna desenzibilizacija odnoseći se na igračeve načine pristupanja osjećajima kao što je empatičnost. Istraživanje navedeno u časopisu Journal of Applied Social Psychology, a koje su proveli profesori s ICTE-a, Sveučilišnog instituta u Lisabonu i Portugalskog katoličkog sveučilišta, donijelo je zaključak da su osobe koje su igrale nasilne igrice u dobi pohađanja fakulteta zapravo izgubile osjećaj zadovoljstva i nezadovoljstva prema emocionalnim podražajima. (2011)

⁷ Smjernice za korištenje medija Američke pedijatrijske akademije, moguće pristupiti putem linka: <https://www.aap.org/en/patient-care/media-and-children/>

3.3. Socijalizacija

„Socijalizacija je dugotrajan i složen proces u kojem dijete u interakciji s društvenom okolinom razvija, oblikuje, uči i usvaja vrijednosti, uvjerenja, stavove, ponašanja, navike i običaje društva u kojem živi.“ (medije A. z., 2016) Masovni su mediji postali jedni od čimbenika socijalizacije pojedinca uz bok obitelji, školi i zajednici u kojoj se on kreće. Ovaj se pojam može provoditi na dva načina počevši od samih procesa poučavanja djetetova ponašanja prema drugima pri čemu roditelji, skrbnici i nastavnici pohvaljuju lijepo, a kritiziraju ružno ponašanje. Drugim se pristupom provode procesi socijalnog učenja ili učenja po modelu na temelju čega mališani upijaju tuđa ponašanja promatrajući i oponašajući ih. (2016)

Razvojem virtualne stvarnosti i njegovim polaganim ulaskom u domove ljudske populacije, dječji je mozak počeo usvajati i prihvaćati filmske i animirane likove iz medija kao modele stvarnih osoba te kao svoje idole. To se naziva teorijom socijalnog učenja⁸ po čijem se modelu obraća pažnja na ponašanje tog „idola“ i na ono što dolazi nakon njegova ponašanja. „Djeca su posebno sklona oponašati ona ponašanja za koja su modeli nagrađeni ili za koja nisu kažnjeni, dok će ponašanja za koje je model kažnjen vjerojatno zapamtiti, a li ih neće sama izvoditi bojeći se negativnih posljedica takvog ponašanja.“ (medije A. z.) Većina djece primjećuje i oponaša one osobe koji predstavljaju lijepe manire, dobrotu, moć, snagu ili jednostavno u njihovom identitetu pronalaze nekakve zajedničke poveznice.

Nekada te poveznice djeca vide u svojim školskim prijateljima i vršnjacima što im omogućava da se oslobode, osamostale i ohrabre. Tada teže prema prihvaćenosti koju žele zavrijediti od druge djece iz razreda uživajući u zajedničkim temama i osjećaju važnosti. Kada to ostvare, često međusobno stvaraju interne fore ili govorne šifre, ali isto tako jedni druge uče tomu što bi moglo biti dobro, a što ne primjenjujući odgoj iz svojih obitelji i prenoseći ga na ostale. Stvaranje grupa važna je stepenica za razvoj svakog djeteta jer ono polagano gradi dijete i daje mu osjećaj slobode i samostalnosti u umjerenoj dozi distancirajući se od svojih roditelja, skrbnika te drugih odraslih osoba u njihovu okruženju. (Chassiakos, Y., L., R. i sur., 2016)

⁸ Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. Media psychology,

Osjećaj pripadnosti također pružaju i videoigre koje stvaraju virtualnu socijalizaciju. „Igrači međusobno surađuju kako bi osmislili vlastite likove, ostvarili vlastite ciljeve igre, te izgradili digitalne svjetove koji su za neke igrače ugodniji od življenja u stvarnom svijetu.“ (Brčić, I., 2018) U tom svijetu nije važno spolno, dobno, vjersko ili neko drugo opredjeljenje, nego je samo važno osjećati se ugodno i prihvaćeno tražeći to od svojih kolega s druge strane ekrana zbog nemogućnosti ostvarivanja takvog osjećaja u stvarnosti. Ponekad, osobe sklone videoigramama znaju biti osuđene, neprihvaćene ili neshvaćene zbog velike povezanosti s virtualnim svijetom što je sve češći uzrok prekomjerne ovisnosti tih osoba za računalom jer se u doticaju s njim osjećaju sigurno i pronađeno. Osjećaj entuzijazma koji stvaraju igrice mogu se pretvoriti u ovisnost ili čak problematično obavljanje svakodnevnih aktivnosti u pravom životu.

Profesionalni proizvođači te vrste digitalnog proizvoda svoj rad temelje na učenju na posljedicama kako bi korisnika s namjerom pretvorili u ovisnika. Mnoga su psihološka istraživanja pokazala da neka osoba nauči reagirati na određeni podražaj kada ga se za njega nagrađuje. Zato postoje „nagrade“ u igricama kako bi potaknule igrače na neprestano igranje i ostvarenje osjećaja dominantnosti, pobjede i sreće. Tada dolazi do izlučivanja dopamina jer u cijelom procesu oni iziskuju veliki trud i napor kako bi ostvarili određeni cilj te tako osjetili ugodu. Ista teorija primjenjiva je i kod malene djece koja će prije spremati igračke ukoliko za to dobiju pohvalu roditelja, nego ako dobiju nekakav poklončić ili nagradu. Pohvalom ih se luči dopamin te će dijete onda činiti one radnje koje mu pružaju taj osjećaj ugođe isto kao što će to činiti strastveni ljubitelj videoigara. (Brčić, I., 2018)

Iako mnoga prijašnja istraživanja nalažu kako djeci slabi socijalizacija uporabom televizije, računala i mobilnih uređaja, današnje medijski i tehnološki okruženo vrijeme jednim je dijelom pokušao promijeniti i taj zaključak. Vidljivo je kako postoje i drugi načini socijalizacije pojedinca putem interneta gdje se stvaraju grupe jednakih ljubitelja određenog filma, serije, glumaca, bandova, igrice ili nogometnog kluba. Međutim, ta virtualna socijalizacija ne može pružiti znanja, vještine, razvoj kreativnosti i širenje obzora kao što je to moguće uz odlaske u knjižnice, šetnjom u prirodi, odlaskom na izlet gdje se uči spontano i samostalno. Dijete tada pokreće svoj istraživački i kritički duh gdje promatra svijet i upoznaje ga na svoj način. Tada će polako spoznavati način funkcioniranja životnog ciklusa s kojim će znati skladno živjeti. (Brčić, I., 2018: 2024-206)

3.4. Kognitivni razvoj

Pojam koji predstavlja sve mentalne aktivnosti kao što su pamćenje, simboliziranje, pažnja, rješavanje problema, stvaranje i maštanje. „Kognicija podrazumijeva sve unutarnje procese i mentalna iskustva koji dovode do spoznaje.“ (Berk, L., E., 2015) Ovim se pojmom nastoji razjasniti i objasniti kako intelektualna svijest pojedinca raste, razvija se i mijenja od rođenja do odrasle dobi uzimajući u obzir genetske prepozicije te drugih čimbenika u koji ulaze vršnjaci, društvo u kojem živi, ali isto tako i emocionalni i socijalni aspekti. Prema Lauri Berk, profesorici psihologije na Državnom sveučilištu Illinois: „Kognitivni razvoj djeteta od rođenja do polaska u školu obuhvaća senzomotorički razvoj, razvoj mišljenja, zaključivanja i način na koji dijete dođe do rješenja problema.“ (2015) Zbog toga je iznimno važno da se djecu usmjerava prema zdravom razmišljanju osiguravajući im razumnu, nježnu, zaštitničku zajednicu.

Prema teoriji kognitivnog razvoja švicarskog psihologa i filozofa Jeana Piageta, djeca prolaze kroz četiri različite faze učenja tijekom života, a to su:

- Senzomotorni stadij: odvija se od rođenja do 2 godine života
- Predoperacijska faza: odvija se u dobi od 2 do 7 godina
- Konkretna operativna faza: u dobi od 7 do 11 godina
- Formalna operativna faza: u dobi od 12 godina i više

Ovaj je znanstvenik postavio tezu da djeca prilikom učenja, provođenja pokusa te prilikom proučavanja svijeta, sebe nesvjesno stavljaju u ulogu znanstvenika koji na već postojeća znanja i vještine dodaju svoje novine. Dokazao je kako su djeca posebna bića koja razmišljaju drugačije od odraslih, koristeći se svojom maštom i autentičnošću primjenjujući ih na svoje kognitivne vještine. (Cherry, K., 2024)

Polaskom u školu te pohađanjem razredne nastave, dijete uveliko počinje raditi na svojim kognitivnim sposobnostima. Slušanjem nastave dolazi do povećanja kvalitete pamćenja i razmišljanja te se razredne kolege razlikuju po tome tko ima bolje pamćenje koje se može oslanjati na vid, sluh, dodir i sl., a nužno i ne mora. Jednako tako pamćenje nekog sadržaja ovisi o vlastitom interesu za taj sadržaj te porast pažnje oslikava se usporedno odrastanjem te stvaranjem mogućnosti istovremenog praćenja vlastitih i tuđih misli.

Razvoj inteligencije odražava se isto tako i sposobnošću djeteta da se snađe i prilagodi novim zbivanjima i situacijama. Jedna od tih novih situacija jest i pojava medijskog sadržaja, uređaja i ekrana s kojima se djeca još od najranije dobi susreću. Prilikom njihova rasta s tehnologijom, kako navodi Mirela Tolić⁹ u časopisu Acta Iadertina, potrebno je osvijestiti važnost kognitivne dimenzije koja je dio medijske pedagogije. Usmjerena je na znanje, razumijevanje i analizu sadržaja u medijskom prostoru te omogućava sposobnost stjecanja potrebnih znanja medijske kompetencije kako bi se razne poruke iz medija mogle kvalitetno i relevantno dekodirati i shvatiti. (2008) Budući da je Internet pretrpan informacijama i podacima koji nisu razumljivi ni odraslim osobama, ovim će se procesom umanjiti također loš način kognitivnog razvoja.

Međutim, njihov razvoj može biti narušen enormnim konzumiranjem digitalne tehnologije koja također utječe i na jezične i izvršne funkcije. Postoje određeni čimbenici koji to oblikuju, a oni ovise o vrsti sadržaja koji se konzumira te o dobi pojedinca koji ga konzumira, o socijalnim odrednicama obitelji i društva te o obliku tehnologije koji se koristi. Na temelju projekta „Digitalna tehnologija u obitelji: obrasci ponašanja i učinci na razvoj djece“ koje je provela i sufinancirala Hrvatska zaklada za znanost, sveučilišne profesorice iz Zagreba zaključile su i naglasile da: „Istraživanje s djecom predškolske dobi pokazuje da djeca koja provode više vremena uz digitalne uređaje (npr. više od dva do tri sata dnevno) sporije usvajaju jezik i postižu niže rezultate na zadacima kognitivnih sposobnosti.“ (Perić i sur., 2020) Istraživanje naglasak stavlja na dobivanje poteškoća u razvoju određenih dijelova mozga koji su usmjereni na kognitivne funkcije.



Slika 3.-Dijete provodi vrijeme pred ekranom

Izvor: <https://www.shutterstock.com/image-photo/todler-watching-cartoons-problems-modern-parenthooding-1407524645> (pristupljeno: 25.6.2024.)

⁹ Profesorica na Sveučilištu u Zadru, Odjela za pedagogiju

4. POZITIVAN I NEGATIVAN UTJECAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA DJEČJU PSIHU

Masovni mediji oblikuju kulturni identitet individualca i skupine ljudi koja ih koristi, upijajući i koristeći sve pogodnosti koje oni nude. Ostvaruju se u ulozi „kreatora“ koji valorizacijom dovode do nemogućnosti funkcioniranja i zamišljanja životne svakodnevnice bez njih samih. „Tako je s vremenom utjecaj medija na formiranje mišljenja javnosti i općenito standarda prava djece i njihova života u globalu postalo više nego masivan, a učinak tog utjecaja ovisi o načinu na koji ga upravo sami mediji koriste.“ (Malović, S., 2007) Svoju su masovnost prvenstveno prenosili radijem i novinama te kasnije televizijom koja je postala i dalje vrlo visoko pozicioniran medij putem kojega se informira populacija. Svako kućanstvo ima televizor, što znači da i svako dijete ima mogućnost gledanja sadržaja putem toga medija jer mu je uvijek dostupan i uvijek radi pa makar on „samo priča“ u pozadini. To je postala i kultura današnjeg čovjeka, konstantnoj buci i brzini prilagođavati svoje živote te si ne dozvoliti osluškivati tišinu, nego uvijek držati nešto da svira, priča ili šuška kako se ne bismo osjećali usamljenima. Time dolazi do krive percepcije razumijevanja pojma samoće ili ostavljenosti što ljudi često znaju povezivati čak s odsutnošću svojih medija, to smatraju kao neodvojivi segment vlastita funkcioniranja. (2007)

U neuroznanstvenom časopisu „Neuron“, koji je iznimno utjecajan na području američkih sveučilišta, stručnjaci iz područja psihologije, kognitivnih znanosti i tehnologije, Bavelier, Green i Dye, u svom broju obrađuju temu odnosa tehnologije i čovjeka, njezina utjecaja na kognitivni razvoj, ali i na to što se događa u čovjeku pod utjecajem tehnologije. U časopisu govore: „S obzirom na to da „tehnologija“ uključuje velik izbor donekle neovisnih stavki, možda ne iznenađuje da trenutačno istraživanje ukazuje na razloge za optimizam i zabrinutost koji ovise o sadržaju tehnologije, kontekstu u koji tehnologija uranja korisnika i razvojnom stupnju korisnika.“ (Bavelier D. i sur., 2010)

Ona može dovesti do sadržaja koji je kreiran da bude razumno besmislen rezultira razvijanjem i poboljšanjem određenih sposobnosti kao sredstava za „učenje“. Na temelju toga mogu se usavršiti teorije koje se odnose na princip plastičnog mozga i učenja. Plastičnost mozga ili neuroplastičnost je „mogućnost mozga da se promijeni i adaptira kao rezultat nekog novog iskustva. Plastičnost je

važno svojstvo koje nam tijekom djetinjstva omogućava svladati niz važnih znanja i vještina...“ (Čizmić, I., Rogulj, J., 2018: 116) koje će se odražavati kroz cijeli život.

Međutim, ukoliko se određene radnje kontinuirano ne obavljaju, odnosno „ne vježbaju“, lako mogu biti zamjenjive drugim aktivnostima. Primjerice, ako osoba svakodnevno koristi mobitel za pisanje poruka, igranje igrica, za aktivno korištenje društvenih mreža, stvorit će si naviku koristiti ga i za druge stvari kao što je pravljenje popisa za kupovinu, plana organizacije, postavljanja podsjetnika, bilježenje natuknica s predavanja čime dolazi do potpunog gubitka doticaja s praktičnim korištenjem olovke i papira. Tada se mozak vrlo lako prilagodi svakodnevno korištenom uređaju te sve svoje životne okolnosti usmjerava prema njemu jer se on čini jednostavnijim, praktičnijim, pristupačnijim, ali dovodi do „zakržljanja“ prvotnih ljudskih mehaničkih odrednica. Čovjeku je od velike važnosti čitanje i pisanje jer je na temelju mnogih istraživanja to prirodna sintaksa koja gradi i razvija čovjeka kao biće koje se nalazi na vrhu biološkog ciklusa, odnosno hranidbenog lanca. Mora raditi na izgradnji svoje mudrosti, znanja i mentalnom sistemu kako bi ostvario zdravlje duše i tijela, osnovnih ljudskih percepcija te „preživio“. (Čizmić, I., Rogulj, J., 2018)

Djeca su svoj mozak jednako tako morala prilagoditi i današnjem digitalnom dobu u odnosu na osobe koje su živjele prije njegove pojave. Pretrpani informacijama tržišnog i marketinškog spektra ponekad ne mogu razlučiti što smatrati vjerodostojnim, a što trojanskim konjem. Uz negativne psihološke povrede djece moguće su i financijske prevare koje se ostvaruju ukoliko dijete nije pod nadzorom, ukoliko s njim nije provedeno vrijeme u kojem će se na njegovoj razini razgovarati o pitanjima privatnosti. Mnoge internetske stranice kao i društvene mreže, a posebice online igrice, traže osobne podatke s čijim podacima prevaranti mogu kreirati kreditni račun na ime djeteta stvarajući mnoge probleme cijeloj obitelji. (Tobbi, D., 2018) Ovaj se podatak ponekad zanemaruje i pada u drugi plan zbog naglaska o medijskoj pismenosti i negativnim psihološkim utjecajima koji su neosporivo jako važni, ali mogućnost provedbe ovog kaznenog djela svakako dovodi do narušavanja, ne samo mentalnog, nego i fizičkog zdravlja, gdje se također otvaraju i vrata provedbe krađe djece te njihova obeščašćivanja i ugrožavanja njihova bića. Internetski svijet odraz je začaranog kruga koji nema kontrole, nadzora niti sigurnosti unatoč određenim alatima koje nude velike internetske tvrtke. Trenutak neopreza može dovesti do velikih posljedica kao i sama pomisao da je Internet samo mjesto gdje se nalaze zabavni videozapisi, igrice, sadržaji te mnoge druge stvari. (Zgrabljic Rotar, N., 2023)

4.1. Pozitivan utjecaj društvenih medija na djecu

Medijska industrija proizvodi razne sadržaje u svrhu vlastite zarade, promocije te visoke pozicijske moći na tržištu. Kao što je navedeno u prijašnjim poglavljima, medijsko okruženje nije sigurno te može dovesti do mnogih loših, ali i pozitivnih posljedica. Prekomjerno provođenje vremena pred ekranima nije dobro za fizičko zdravlje djece, kao što to nije ni za mentalno, ali, opet se može pronaći poneka pozitivna stvar što se tiče medijskog sadržaja. On pruža mnoge zabavne sadržaje koji ujedno u sebi imaju i obrazovnu funkciju kao što su to primjerice dokumentarni kanali National Geographic ili čak Animal Planet uz niz mnogih drugih edukativnih programa. Pružaju uvid u znanost, povijest te postojanost različitih kultura u svijetu s kojima se djeca do tada nisu susretala. RTL Kockica svojim sadržajem također nudi zanimljive i poučne stvari kao što je obilazak zoološkog vrta u Zagrebu te kreiranju raznih pokusa u emisiji „Mali znanstvenici“. Sve su to odgojno-edukativni sadržaji koji potiču kreativnost, kritičku misao i uče kako se snalaziti u određenim životnim situacijama. Portal medijskapismenost.hr navodi kako „obrazovne televizijske emisije kod predškolaca dokazano potiču spremnost za školu, ranu pismenost te djelotvorno poučavaju određenim elementima nastavnog programa.“ (medije A. z., 2017) Ovim se pristupom povezuje sazrijevanje djeteta u kontekstu razvojne komunikacije koja se naknadno počela koristiti etapama medijske komunikacije za poticanje socijalnog razvitka. (Đuran, A. i sur., 2018)

Interaktivne igre i mnoge obrazovne aplikacije doprinose razvoju različitih vještina u rješavanju problema, pamćenja i stvaranja vlastite misli i stava. Uz to ono može poboljšati vokabular i razumijevanje kako materinjeg tako i stranih jezika posebice engleskog koji je postao jedan od vodećih međunarodnih jezika. Njihov se mozak u još ranoj dobi prilagođava jeziku koji slušaju i prate te ga imitiraju i počinju koristiti u svom govoru. Zbog toga nije čudno kada dijete već s tri godine počinje koristiti neke riječi na stranom jeziku, primjerice na engleskom, zato što gleda videozapise, animirane filmove te sluša pjesmice u kojima čuje strane riječi ne znajući čak ni što one znače. Međutim, postoje i videozapisi čija je namjera kroz glazbu i igru naučiti djecu strane jezike te tako na zanimljiv i zabavan način omogućiti im brz i jednostavan način edukacije prilagođavajući se njihovoj dobi. (Čizmić, I., Rogulj, J., 2018)

Stručni suradnici na području informacijsko-komunikacijskih znanosti te pedagogije, Ciboci, Kanižaj, Labaš i Osmančević u priručniku s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike pod nazivnom „Obitelj i izazovi novih medija“ navode: „Uloga medija u životu svakog djeteta prvenstveno je važna s aspekta odgoja i obrazovanja što pokazuje dijete svojim interesiranjem za temu zadatka i općenito u obavljaju školskih aktivnosti, pa tako i kroz edukativne igre kojima se na zabavan način djeci omogućuje da ujedno i stječu nova znanja“ (2015) Predstavlja način njihova razvoja i kreiranja identiteta zbog čega je jako važno da se toj ranjivoj skupini prije svega plasira istinit i relevantan sadržaj koji će prije svega poučavati o poštovanju i uvažavanju svakog pojedinca, njegovih uvjerenja i prava koja ne bi smjela biti ugrožena. „Za djecu su posebno bitne strategije koje sjedinjuju sve prednosti i pozitivne strane zabave i obrazovanja (u engleskom jeziku je taj spoj označen složenicom *edutainment* od riječi *education* i *entertainment*). Tako se privlačnost i popularnost zabave koristi za postizanje društvene promjene i promicanje dobrobiti pojedinca i društva.“ (medije A. z., 2017)

Razvojem novih oblika tehnologije dolazi do pobuđivanja motivacije i različite mogućnosti shvaćanja i kreiranja nekog sadržaja. Ono također doprinosi i poticanju mladih na više fizičkih aktivnosti koje mogu gledati na raznim videozapisima putem Instagrama ili TikToka. Taj sadržaj može biti popraćen i zdravim savjetima za prehranu, higijenu, promičući kvalitetne životne navike koje mogu dovesti do smanjenja razvoja bolesti kod djece i mladih. Vidljivo je kako digitalni sadržaj u praksi ima puno veća značenja nego što teorija može prenijeti. Ono ima mogućnost shvaćanja nekadašnjih zbivanja, ali isto tako mogućnost oblikovanja trenutne zajedničke svijesti kroz socijalno kreiranu stvarnost. Edukacijom se rad usmjerava prema odgoju dok se socijalizacija kao dio procesa usmjerava na stvaranje iskustava i vrijednosti. Upravo oni ukazuju na različite modele medijskog djelovanja jer se na različite načine s različitom svrhom putem medija mogu promovirati i različiti sadržaji koji ne moraju uvijek biti edukacijskog karaktera. (Valković, J., 2016)

4.2. Negativan utjecaj društvenih medija na djecu

Manjkom komunikacije s djecom o navedenoj temi razvija se prevencija pojavljivanja sve negativnijih utjecaja i posljedica na zdravlje djece od najranije do adolescentske te kasnije i zrelije dobi. Posebice se stavlja naglasak na internetsko nasilje u kojemu žrtve proživljavaju teške trenutke dolazeći do situacija gdje se samoozljeđuju ili pokušavaju počiniti samoubojstvo kako bi se „spasili“ i „pobjegli“ od nasilnika. „Tim oblikom nasilja, koje je u znatnom porastu, obuhvaćene su situacije kada je dijete izloženo napadu od drugog djeteta ili grupe djece putem interneta ili mobilnog telefona.“ (Đuran i sur., 2018) Ovo se može smatrati težim nasiljem zato što djeca tako mogu stvoriti opću sliku o sebi na potpuno krivi način smatrajući kako njihovi vršnjaci imaju pravo i da je mišljenje kolega iz razreda, škole ili nogometne ekipe jedino važno. Isto tako prevelika izloženost dječjeg identiteta unutar medijskog svijeta daje prostora seksualnim napadnicima te hakerima iskoristiti njihove podatke za svoje prljave i nemoralne poslove znajući da je trgovina dječjim robljem najplaćeniji i ujedno najnemoralniji i nečovječni posao koji je ljudska populacija mogla osmisliti i provoditi.

U svom stručnom radu Đuran, Koprivnjak i Maček (2018) navode promišljanja Adele Bradeae i Valentinue Cosmin Blandule koji u svojoj knjizi „The impact of Mass medio upon Personality Development of Pupils from primary school“ navode: „neki od negativnih utjecaja koji mediji imaju su slabljenje sposobnosti slušanja i praćenja prezentiranog materijala, nesposobnost odvajanja realnog od virtualnog svijeta te smanjenje neposredne socijalne interakcije, jer svu potrebu za komunikacijom ispunjavaju putem različitih aplikacija i socijalnih mreža.“ (2015.) Ovaj se način komunikacije može svrstati u uzročnike depresije i otuđenja zbog nedostatka interakcije licem u lice koja je iznimno važna za razvoj komunikacijskih vještina i načina socijalizacije u stvarnom svijetu. Na to se posljedično i nadovezuje manjak samopouzdanja djece zbog svakodnevnog boravka pred ekranom, konstantnim hranjenjem posebice nezdravom hranom te zanemarivanjem fizičke aktivnosti zbog prekomjernog sjedilačkog načina koji utječe na poziciju tijela ostavljajući posljedice za cijeli život. Jednako se tako javlja i manjak samopouzdanja jer se na društvenim mrežama nalaze i predstavljaju većinom fizički „savršeni“ ljudi, influenceri koji svojim medijskim sadržajem postaju nedostižni idoli mlađe populacije upravo zbog njihova izgleda i načina života.

Portal medijskapismenost.hr navodi kako „mediji mogu otupiti osjetila, kočiti maštu i spontanu igru, proizvesti neosjetljivost na bol drugih, poticati destruktivne vrste ponašanja, održavati stereotipe, dovesti do propadanja moralnih vrijednosti, potisnuti lokalne kulture i doprinijeti otuđenju od društva.“ (medije A. z., 2017) Medijski se svijet ne može smatrati „prirodnim“ okruženjem u kojem je lako određiva pozitivna i negativna sekvenca, njezine se odredbe, procesi i utjecaji uče s vremenom te ovise o sadržajima koji se u njih uključuju, kontekstima uz pomoć kojih se oni doživljavaju, načinima njihova korištenja i o individualnim potrebama pojedinca, u ovom slučaju djece. Za njih su to samo virtualni svjetovi koji nude niz zabave, smijeha, ludosti i novosti.

Medijsko se komuniciranje ne može okružiti, pripitomiti niti ograničiti, posebice ne u prisutnosti djece ukoliko to nije pod kontrolom njihovih roditelja, skrbnika ili nekih drugih autoritativnih osoba. Prema portalu medijskapisemnost.hr koji u suradnji s Agencijom za elektroničke medije apelira na važnost medijskog opismenjavanja te i govori koliko su mediji važni, opasni i korisni te što bismo kao korisnici tih medija trebali znati, predstavljen je jedan dio iznimno važan za djecu u odlomku NASILJE, STEREOTIPI I ISKLJUČIVOST iz članka POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA, a to su podaci da konstanto prikazivanje nasilnog sadržaja na televiziji, filmovima i u videoigrama utječu na djecu na različite načine. Ono se odražava na:

- „njihovo ponašanje (povećanje agresivnog ponašanja)
- psihički život (povećanje straha i tjeskobe u susretu sa svijetom u kojem žive)
- društveni život (smanjenje osjetljivosti na patnje drugih ljudi i potvrda nasilja kao najboljeg načina za rješavanje međuljudskih sukoba).“ (medije A. z., 2017)

„Bez sumnje, masovni mediji pružaju brojne obrazovne mogućnosti. No, s druge strane, oni mogu imati negativne implikacije za djecu jer virtualna stvarnost, koja se obično uvelike razlikuje od stvarnog svijeta, može stvoriti rizike osobito za psihički razvoj.“ (Đuran i sur., 2018) Taj dio čovjekova bića jedan je od najosjetljivijih i najvažnijih tvoraca identiteta pojedinca, posebice djece koja nametnutu „društvenu instituciju“ koju čine novi mediji, smatraju društveno prihvatljivima, autoritativnima te sredstvima iznimno bogatog i zanimljivog sadržaja.

5. SAVJETI ZA ZAŠTITU I SIGURNO KORIŠTENJE MEDIJA KOD DJECE

Prethodno navede životne situacije, koje su danas sve učestalije te koje pružaju veliki niz opasnosti, iziskuju od medijske pismenosti brzim korakom uključenje u školski kurikulum. Medijski pismeni građani samostalno će razlučivati koju informaciju, videozapis ili sliku mogu smatrati relevantnom, a koju prijevaram jer će također moći koristiti razne medijske *fact-chaking* portale za koje mnogi ljudi danas ni ne znaju da već postoje. Međutim, kako bi se taj oblik pismenosti poticao i unutar obitelji potrebno je da se on prvo predstavi u praksi određenoj zajednici. Kako bi neka obiteljska zajednica funkcionirala u zdravom smjeru po pitanju medijskog sadržaja, potrebno joj je naglasiti i osvijestiti s kakvim se gigantom susreću njihova djeca svakoga dana gledajući ga samo kao oblik zabave i pomoći prilikom obavljanja školskih obveza. (Miliša Z. i sur. 2010) Roditelj zbog svoje prvotne važnosti i odgovornosti koju ima prema svome djetetu, mora se svakodnevno educirati, izgrađivati i mijenjati svoj odgojni sustav zbog vremena u kojem se Googleov algoritam mijenja svake četiri minute, što znači da je uloga roditelja postala poput posla za koji je potrebno svakodnevno učiti, pripremati se i izvoditi ga kao da se tek upoznajete sa svojim čedom kako biste ga izveli na „pravi“ put te ga zaštitili od mogućih svjetskih prijetnji.

Prema preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, koje je objavila Agencija za elektroničke medije, navodi se: „U preventivne postupke možemo ubrojiti opći roditeljski stil odgoja i nadzor nad količinom, mjestom i sadržajima kojima je dijete izloženo (tzv. restriktivno posredovanje), u aktivne različite oblike komentiranja i razgovora prilikom i nakon gledanja sadržaja (tzv. aktivno posredovanje), osobito onih koji se drže potencijalno neprimjerenim, kao i pružanjem primjera i učenjem odgovornog korištenja medija.“ (Marušić, 2016) To je jedan od procesa u kojem djeca mogu razviti samopoštovanje te se tako samopouzdanost i sigurno lakše oduprijeti medijskim trikovima koji žele izazvati ovisnost, odnosno konstantu potrebu za njihovim sadržajima i proizvodima.

Budući da televizija više nije jedini medij koji djeca koriste kako bi se zabavili i informirali, roditelji te odgojitelji, učitelji i rodbina moraju paziti na što i kako će se njihova koncentracija i interes usmjeriti, pod tim se misli na tablete, pametne mobitele, uređaje, igrajuće konzole poput Xboxa, PlayStationa i mnogih drugih. Postoje znatne razlike između djece koja prekomjerno

koriste medije i onih koji ih koriste u ograničenim i kontroliranim uvjetima. Primjerice u članku Nacionalnog instituta za zdravlje koje je objavila online Nacionalna medicinska knjižnica te koja je ujedno i službeno web mjesto vlade Sjedinjenih Država, navodi da ona djeca čiji se roditelji trude i utječu na to da im djeca manje gledaju audiovizualne sadržaje, odnosno televiziju i koriste mobitele, laptope, imaju bolji prosjek i uspjeh u školi, manje spolnih stereotipa i smanjeni strah od bivanja žrtvama nasilja u pravom svijetu.“ (Peters St. M. i sur. 1991)

Kako bi se dječji pristup medijskom sadržaju svakodnevno držao pod kontrolom potrebno je slijediti neke od smjernica koje predlaže Agencija za elektroničke medije:

- „ne dopustiti svakodnevno dugo gledanje televizije i korištenje drugih medijskih platformi i ne dopustiti da dijete do kasnih sati gleda audiovizualne sadržaje ili igra video igre. Roditelji ne bi smjeli koristiti televiziju ili neku drugu platformu poput igraće konzole, računala, tableta ili pametnog telefona kao dadilju. Za djecu mlađu od dvije (2) godine preporučljivo je da uopće ne gledaju televiziju i/ili duge medijske platforme ili da ih gledaj najviše petnaest minuta dnevno. Predškolska djeca mogu gledati audiovizualne sadržaje oko jedan sat, a djeca starija od 7 godina najviše oko dva sata dnevno.
- držati televizor u dnevnoj ili nekoj dugoj zajedničkoj, a ne u dječjoj sobi;
- osigurati dovoljno vremena za djetetove druge aktivnosti: igru, druženje s vršnjacima i obitelji, učenje, tjelesne i ostale aktivnosti izvan kuće;
- upoznati se i koristiti mogućnost tehničke zaštite djece od štetnih sadržaja putem pinova ili kodova, posebnih prekidača i timera, filtara, ključeva za električne kabele i sl.“ (Marušić, J., 2016)

Ujedno se preporučuje da televizor ne bude uključen cijeli dan jer njegov sadržaj ometa pažnju, posebice malene djece koju tijekom igre može dovesti do smanjenja komunikacije malšana s roditeljima i drugim ukućanima. Taj se postupak traži i prilikom objedovanja - iznimno je važno da televizija, mobilni telefon, tablet ili laptop budu isključeni kako bi se ostvarila verbalna interakcija s obitelji. Djeci je potrebno postaviti pravilo kako nemaju mogućnost korištenja tehnologije dok se ne izvrše primarne obveze kao što su pisanje zadaće, spremanje knjiga ili izrada plakata te bi im se trebalo umanjiti gledanje medijskog sadržaja prije polaska u školu/vrtić i prije spavanja jer ih on može zaokupirati i pobuditi im emocije i misli koje bi ih mogle opterećivati cijeli dan i uskratiti im mogućnost socijalne uključenosti, igre i učenja. (Marušić, J., 2016)

6. ZAKLJUČAK

Budući da je dječji svijet ispunjen srećom, maštom, kreativnošću i nevinošću uporabom medija nekada on može biti ugrožen, ali i obnovljen. Svojim istraživačkim sposobnostima spremni su nadići svaku moguću granicu koja nije uvijek odraz uspjeha i sposobnosti. Nekada se iza tih granica mogu nalaziti negativni sustavi koji se s razlogom nalaze iza granice sigurnosti. U radu je predloženo što sve i kako može utjecati na djecu, posebice na njihovo psihičko zdravlje te kako mogu percipirati svijet zbog neprestane izloženosti digitalnom okruženju. Spomenuti su mnogi stručnjaci koji se godinama bave ovom tematikom čiji je cilj stvoriti sigurniji i ljepši medijski prostor za najmlađe. Ističe se u važnost psihičkog i fizičkog zdravlja pod utjecajem tehnologije koju se želi iskoristiti na najbolji mogući način. Želi se dokazati što se sve javlja kod djece u prisustvu medija te kako se suprotstaviti negativnim posljedicama, a kako usporedno rasti s pozitivnim. Prikazani su programi osmišljeni na temelju razvojne psihologije pozitivno utjecajući na kognitivni razvoj djece. Odgoj djece u medijskom okruženju iziskuje veliki napor i ulaganje što potiče medijska pismenost predvođena mnogim stručnjacima od kojih se u Hrvatskoj posebno ističe Nada Zgrabljić Rotar. Poticanjem školskog kurikulumu na tako veliki korak za hrvatsko stanovništvo može biti veliki spas ukoliko se primijeni. Ono ne bi educiralo samo djecu već i roditelje koji se svakim danom susreću s potpuno drugačijim načinom života svoga djeteta.

Pomoć pruža i Agencija za elektroničke medije koja svakako nudi jedan oblik pomoći roditeljima i djeci kako se znati boriti s medijskim prostorom te ga tako učiniti svojim „prijateljem“. Kvalitetnim informacijama doći će do smanjenja kriminala, nasilja, mentalnih bolesti, ali i fizičke zakržljivosti. Svaka država mora znati što je dobro za njezin narod, prije svega djecu jer su ona stup i odraz uspješne i napredne zajednice, stoga se ne smije nazadovati u digitalnom svijetu, ali se isto tako ne smije ni sve prepustiti slučaju i zanemarivati medijsko klupko kojemu nema kraja. Dječja radoznalost može biti nedostižna i neuhvatljiva, ali usprkos tomu, djecu ne treba gušiti, ograničavati i smanjiti im mogućnost korištenja zanimljivog sadržaja, već ih budno bodriti i promatrati dok se kreću u nepoznatim smjerovima otvarajući im vidike i poučavajući ih kako ta nepoznanica može postati poznanica.

10. Biti V. (1997.), *Pojmovnik suvremene književne teorije*, Matica hrvatska, Zagreb
11. Brakus A. (2015.), *Medijska pismenost i obrazovanje*, Medijski dijalozi, Istraživački medijski centar-Podgorica, URL: <https://medijskidijalozi.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/10/medijski-dijalozi-22.pdf> (pristupljeno: 18.06.2025.)
12. Brčić I. (2018.), *Utjecaj medija na gledatelja od najranije do odrasle dobi*, In Medias Res – časopis filozofije medija, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/302611> (pristupljeno: 19.06.2024.)
13. Chassiakos Y. L. R., Radesky J., Christakis D., Moreno M. A., Cross C., (2016.), *Children and Adolescents and Digital Media*, American Academy of Pediatrics, URL: <https://publications.aap.org/pediatrics/article/138/5/e20162593/60349/Children-and-Adolescents-and-Digital-Media?autologincheck=redirected> (pristupljeno: 19.06.2024.)
14. Cherry K. (2024.), *Piaget's 4 Stages of Cognitive Development Explained*, URL: <https://www.verywellmind.com/piagets-stages-of-cognitive-development-2795457> (pristupljeno: 19.06.2024.)
15. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (2015.), Osmančević L., *Obitelj i izazovi novih medija: Priručnik s radnim listićima za roditelje, nastavnike i stručne suradnike*, Informacijski sustav znanosti RH
16. Čizmić I., Rogulj J. (2018.), *Plastičnost mozga i kritična razdoblja – Implikacije za učenje stranoga jezika*, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/292399> (pristupljeno: 20.06.2024.)
17. Đuran A., Koprivnjak D., Maček N. (2018.), *Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi*, Communication Managment Review, Zagreb, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/326261> (pristupljeno: 23.06.2024.)
18. Greenfield P. (2014.), *In our digital world, are young people losing the ability to read emotions?*, Newsroom UCLA, URL: <https://newsroom.ucla.edu/releases/in-our-digital-world-are-young-people-losing-the-ability-to-read-emotions> (pristupljeno: 19.06.2024.)
19. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2013.-2014.), Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, URL: <https://enciklopedija.hr/> (pristupljeno: 17.06.2024.)
20. Kolucki B., Lemish D. (2013.), *Kako komunicirati s djecom: Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje*, Fond Ujedinjenih naroda za djecu, Ured za Hrvatsku, Zagreb, URL: <https://www.unicef.hr/wp->

- [content/uploads/2015/09/Prirucnik_Kako_komunic_HR_web_1_.pdf](#) (pristupljeno: 20.06.2024.)
21. Kunczik, Zipfel M. i A. (2006.), *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert
 22. Kušić S. (2010.), Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije, *Život i škola*
 23. Malović S. (2007.), *Mediji i društvo*, Opatija: ICEJ, Zagreb
 24. Mandarić V. (2012.), *Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih*, Bogoslovska smotra, Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/117752> (pristupljeno: 18.06.2024.)
 25. Marušić J. (2016.), *Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija*, Agencija za elektroničke medije, medijskapismenost.hr, URL: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf> (pristupljeno: 27.06.2024.)
 26. Miliša Z., Tolić M., Vertovšek N. (2010.), *Mladi – Odgoj za medije Priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*, Zagreb: MEP consult, Zagreb
 27. Perić K., Varga V., Kotrla Topić M., Merkaš M. (2020.), *Pregled istraživanja o povezanosti upotrebe digitalne tehnologije i razvoje djece*, Zagreb, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/406288> (pristupljeno: 23.06.2024.)
 28. Peruško Z. (2011.), *Uvod u medije*, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
 29. Peters St. M., Fitch M., Huston A. C., Wright J. C., Eakins D. J. (1991.), *Television and families: what do young children watch with their parents?*, SRCD
 30. Robertson L. A., McAnally H. M., Hancox R. J. (2013.), *Childhood and Adolescent Television Viewing and Antisocial Behavior in Early Adulthood*, Pediatrics
 31. Rotar Zgrabljic N. (2023.), *Uvod u medije i medijsku pismenost*, LEYKAM international, Zagreb
 32. Rutherford L., Bittman M., Biron D. (2009.), *Young Children and the Media*, ARACY, URL: https://www.aracy.org.au/publication-resources/command/download_file/id/169/filename/Young_Children_and_the_Media.pdf (pristupljeno: 22. 06.2024.)

33. Schorb B. (1995.), *Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung, Leske und Budrich*, Opladen
34. Sindik J., Veselinović Z. (2010.), *Kako odgojiteljice percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu*, Naklada Medijska istraživanja, Zagreb
35. Spitzer M. (2018.), *Digitalna demencija. Kako mi i naša djeca silazimo s uma*, Naklada Ljevak, Zagreb
36. Tobbi D. (2018.), *The effects of social media on Children*, Dalhousie Journal of Interdisciplinary Managment, URL:
<https://ojs.library.dal.ca/djim/issue/view/Vol%2014%2C%20%282018%29> (pristupljeno: 20.06.2024.)
37. Tolić M. (2009.), *Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije*, Zadar, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/73170> (pristupljeno: 17.06.2024.)
38. Valković J. (2016.), *Utjecaj medija na socijalizaciju*, Riječki teološki časopis, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/250936> (pristupljeno: 22.06.2024.)
39. Vandewater E. A., Rideout V. J., Wartella E. A., Huang X., Lee J. H., Shim M. (2007.), *Digital Childhood: Electronic Media and Tehnology Use Among Infants, Toddlers, and Preschoolers*, Petiatrics
40. Qvortrup L. (2007.), *Media Pedagogy: Media Education, Media Socialisation and Educational Media*, Danmarks Biblioteksskole, URL:
https://www.researchgate.net/publication/26628262_Media_Pedagogy_Media_Education_Media_Socialisation_and_Educational_Media (pristupljeno: 20.06.2024.)

8. PRILOZI

8.1. Popis tablica

Tablica 1. - Značenjske odrednice medijske pedagogije.....	12
--	----

8.2. Popis slika

Slika 1.-Emocije koje izaziva digitalni sadržaj	7
Slika 2.-Otac prati kakav sadržaj konzumira njegovo dijete	17
Slika 3.-Dijete provodi vrijeme pred ekranom	23