

Analiza medijskog sadržaja namijenjenog djeci na Netflixu - edukativni potencijal i zaštita privatnosti djece

Pervan, Lea

Master's thesis / Diplomski 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:251:773629>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-05**



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 MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJI I ODNOSI S JAVNOŠĆU

LEA PERVAN

**ANALIZA MEDIJSKOG SADRŽAJA
NAMIJENJENOG DJECI NA NETFLIXU -
EDUKATIVNI POTENCIJAL I ZAŠTITA
PRIVATNOSTI DJECE**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: doc. dr. sc. Luka Alebić
KOMENTORICA: dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, poslijedoktorantica

Osijek, 2024.

SAŽETAK

Ovaj diplomski rad, izrađen na drugoj godini diplomskog studija Mediji i odnosi s javnošću na Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku, istražuje ulogu medija i streaming platformi, s naglaskom na Netflix, u obrazovanju djece. S obzirom na popularnost Netflix, rad nastoji odgovoriti na pitanje koliko edukativnog sadržaja trenutno nudi te koliko su djeca sigurna dok ga koriste.

Teorijski dio obrađuje povijest i evoluciju medija, uključujući konvergenciju u digitalno okruženje. Analizira se uloga medija u životima djece, s posebnim naglaskom na edukativne sadržaje i sigurnost na digitalnim platformama, kao i pravne regulative i mjere koje Netflix koristi za zaštitu djece.

Metodologija se temelji na kvantitativnom istraživanju putem online ankete među 113 roditelja. Rezultati pokazuju da roditelji prepoznaju edukativni potencijal Netflixovih sadržaja, no djeca uglavnom gledaju zabavne sadržaje. Unatoč zabrinutosti za privatnost i sigurnost, mnogi roditelji ne koriste sve dostupne zaštitne mjere.

U teorijskom se dijelu bavi i medijskom pismenošću koja je ključna komponenta u digitalnom dobu, što pokazuje i ovo istraživanje. Iznimno je važno da roditelji kritički pristupaju medijima te da neprestano podižu svijest djece o rizicima na internetu. Rad zaključuje kako je važno unaprijediti medijsku pismenost među djecom i roditeljima kako bi upotreba digitalnih medija u potpunosti mogla biti korisna. Također se preporučuje da se uvijek poduzmu sve potrebne mjere za zaštitu privatnosti i sigurnosti djece, te da, iako streaming platforme kao Netflix mogu ponuditi edukativni potencijalne sadržaje, mediji ne bi trebali biti primarni izvor znanja, već koristan dodatak.

Ključne riječi: edukativni mediji, Netflix, dječji sadržaj, sigurnost na internetu, medijska pismenost

ABSTRACT

This thesis, completed during the second year of the graduate study program in Media and Public Relations at the Academy of Arts and Culture in Osijek, explores the role of media and streaming platforms, with a focus on Netflix, in children's education. Given Netflix's popularity, the thesis aims to answer how much educational content it currently offers and how safe it is for children to use.

The theoretical part covers the history and evolution of media, including their convergence into a digital environment. It analyzes the role of media in children's lives, with a special emphasis on educational content and safety on digital platforms, as well as the legal regulations and measures that Netflix employs to protect children.

The methodology is based on quantitative research conducted through an online survey among 113 parents. The results show that parents recognize the educational potential of Netflix's content, but children mainly watch entertainment programs. Despite concerns about privacy and safety, many parents do not use all the available protective measures.

The theoretical section also addresses media literacy, which is a key component in the digital age, as highlighted by this research. It is crucial that parents approach media critically and continuously raise children's awareness of online risks. The thesis concludes that it is important to improve media literacy among both children and parents to ensure the safe and beneficial use of digital media. Furthermore, it is recommended that all necessary measures be taken to protect children's privacy and safety. Although streaming platforms like Netflix can offer educational content, media should not be the primary source of knowledge but rather a useful supplement.

Keywords: educational media, Netflix, children's content, internet safety, media literacy

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

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja, **Lea Pervan**, potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom „**Analiza medijskog sadržaja namijenjenog djeci na Netflixu - edukativni potencijal i zaštita privatnosti djece**“ te mentorstvom **doc. dr. sc. Luke Alebića** 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 4. rujna 2024. godine

Potpis

Lea Pervan

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. MEDIJI.....	2
2.1. Konvergencija medija.....	3
2.2. Tradicionalni, konvergirani i novi novi mediji	5
3. MEDIJI I DJECA.....	7
3.1. Uloga medija u životu djece.....	9
3.2. Edukativni potencijal medijskih sadržaja	11
3.3. Edukativni sadržaji za djecu	14
4. STREAMING SERVISI.....	16
4.1. Vodeće streaming platforme	17
4.2. Netflix kao streaming servis za edukativne dječje sadržaje	19
4.2.1. Povijest i razvoj Netflixa.....	20
4. MEDIJSKA PISMENOST	22
4.1. Strategije za razvoj medijske pismenosti kod djece	23
5. PRIVATNOST I SIGURNOST DJECE NA DIGITALNIM PLATFORMAMA	25
5.1. Pravna regulativa.....	27
6. UTJECAJ EKRANA NA DJECU – PRETHODNA ISTRAŽIVANJA	29
7. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA.....	34
7.1. Određenje problema istraživanja.....	34
7.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja	35
8. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	36
8.1. Način prikupljanja podataka i uzorak medijskog sadržaja.....	36
8.1. Rezultati anketnog upitnika	37
9. ANALIZA NETFLIXA KAO STREAMING PLATFORME	48
9.1. Dostupni edukativni sadržaji za djecu	48
9.2. Mjere i strategije sigurnosti i privatnosti djece na Netflixu	51
10. RASPRAVA.....	52
11. ZAKLJUČAK.....	55
12. LITERATURA.....	57
13. PRILOZI.....	62
13.1. Popis grafičkih prikaza.....	62
13.2. Popis tablica	62

1. UVOD

U današnjem digitalnom dobu svakodnevni je život neizbježno oblikovan medijima koji igraju ključnu ulogu u različitim aspektima našeg života, a osobito u životima djece i mladih. Razvojem tehnologije i pojavom novih medijskih platformi, načini na koje koristimo i konzumiramo sadržaj te usvajamo nove informacije značajno su se transformirali. Medijska konvergencija i uspon novih medija otvorili su vrata za brojne inovativne pristupe u obrazovanju i zabavi. Brojne streaming platforme, poput Netflix, iskoristile su ove prilike nudeći raznovrsne programe prilagođene potrebama, interesima i željama gledatelja.

Ovaj rad analizira ulogu streaming servisa u obrazovanju djece, s posebnim naglaskom na Netflix. U teorijskom dijelu razrađuju se pojmovi medija i njihov odnos s djecom, kao i edukativni potencijal medijskih sadržaja. Proučavaju se i streaming servisi, posebno Netflix, čiji su sadržaji, privatnost i sigurnost detaljno analizirani u metodološkom okviru rada. Metode analize sadržaja i anketno istraživanje stavova roditelja o navikama korištenja Netflix od strane djece korišteni su za prikupljanje podataka.

Teorijski dio rada obuhvaća važne teme kao što su medijska pismenost, koja je ključna u odnosu medija i djece, te zaštita privatnosti i sigurnosti na digitalnim platformama, uključujući relevantne pravne regulative. Cilj ovog rada je analizirati edukativnu ponudu Netflix kao alata za učenje, poticanje kritičkog mišljenja i razvijanje kreativnosti kod djece, uz istovremeno razmatranje aspekata sigurnosti i zaštite privatnosti. Istraživanje je provedeno kvantitativnom metodom putem online ankete, s 113 ispitanika, u razdoblju od 29. srpnja do 15. kolovoza.

2. MEDIJI

Pojam *medij* definira se kao tehničko ili fizičko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se zatim prosljeđuje kroz kanal. John Fiske (prema Zgrabljic Rotar, 2005: 16) dijeli medije na prezentacijske medije, gdje je medij sam komunikator, a uključuje lice, tijelo i glas; reprezentacijske medije, kao što su knjige, fotografije i slike, koji služe za stvaranje komunikacijskih djela te mehaničke medije koji odašilju obje navedene vrste medija kategorizirajući ih na osnovi međusobnih razlika.

Medij dolazi od latinske riječi *medius* što znači „srednji”; stoga se definira kao sredina, odnosno skup uvjeta nekog događanja, osobu koja je posrednik između nekoga ili nečega, tvar koja je nositelj energije, te sredstvo za masovno komuniciranje (Zgrabljic Rotar, 2005: 16).

Počeci medija započeli su zajedno s počecima društvenih zajednica kada je nastala potreba za javnim priopćavanjem informacija. Do snažnijeg razvoja medija došlo je tijekom 20. i 21. stoljeća kada su se razvili elektronički mediji, a na što su utjecale društvene i humanističke znanosti te konkretne društvene okolnosti (Jurčić, 2017: 129).

Rus-Mol i Zagorac-Kerper izdvajaju neke od najvažnijih funkcija medija, a to su:

- **Informacija** - povećanje kvalitetnije opće informiranosti građana radi boljeg donošenja odluka u pitanjima zajednice
- **Artikulacija** - oblikovanje problema u javnosti vidljivim okvirima
- **Agenda Setting** - uspostavljanje prioriteta među društvenim problemima pred javnost kako bi se riješili bez odgađanja
- **Kritika i kontrola** - nadziranje politike, vlasti i javnih nositelja ovlasti kako se ništa ne bi moglo skrivati od javnosti
- **Zabava**
- **Obrazovanje** - korištenjem medija možemo usvajati nova znanja jer brojni su obrazovnog karaktera
- **Socijalizacija i vodstvo**

- **Integracija** - povezivanje ljudi neovisno o vjerama, kulturama, idejama (Rus-Mol i Zagorac-Keršer, 2005).

Mediji nisu nužno niti štetni, niti korisni, ali mogu biti oboje. Unatoč svim negativnim temama i stranama medija s kojima se možemo susresti, mediji mogu biti izvor brojnih korisnih i zabavnih informacija (Zgrabljic Rotar, 2005: 13). Vrlo je važno da su odrasli, roditelji i nastavnici medijski pismeni jer je to neizbježan način za pravilno odgajanje i razumijevanje djece upravo zbog nove, velike i važne uloge koju mediji predstavljaju u životu svih nas (Zgrabljic Rotar, 2005: 13).

Danas sve više građana konzumira tradicionalne medije na popularnim društvenim, mobilnim i digitalnim (netradicionalnim) platformama. Međutim, to nije međusobno isključiva pojava, osobito među starijim generacijama. Osim toga, velike društvene medijske platforme koriste tradicionalne medije za ponovno objavljivanje popularnog sadržaja. Ipak, većina medijskih analitičara tvrdi da tiskarski mediji i dalje igraju važnu ulogu, unatoč prevlasti informatičkog doba. Stariji mediji i dalje čine velik dio potrošnje vijesti među starijim osobama, osobito u nerazvijenim dijelovima svijeta gdje usvajanje mobilnih i digitalnih tehnologija još nije u potpunosti zaživjelo. Ukratko, kako se masovna komunikacija razvijala usporedno s tehnološkim napretkom koji svijet doživljava, stari mediji polako nestaju, a novi mediji spremni su zauzeti njihovo mjesto kao primarno sredstvo masovne komunikacije (Albadri, 2023: 1830).

2.1. Konvergencija medija

Brojna su tumačenja pojma konvergencije. Neki ga znanstvenici nazivaju sinonimom medijske konsolidacije, dok je za druge konvergencija, primjerice, stvaranje novog višenamjenskog uređaja – npr. mobitela – koji obavlja zadatke koje su dosad obavljala dva ili više uređaja. Nadalje, neki istraživači smatraju da je konvergencija kada tisak za svoje vijesti ima mjesto u internetskom obliku što dovodi do konvergencije prakse – webvergencija (Thornton i Keith, prema Kalamar, 2016 :191).

Danas konvergencija predstavlja jedan od glavnih pojmova za opis i razumijevanje raznih koncepata razvoja digitalnih medija. Deuze (2004, prema Kalamar, 2016: 192) tvrdi kako je

Internet neizmjereno promijenio komunikaciju i organizaciju drugih medija jer je zamaglio granice između tiska, elektroničkog i internetskog novinarstva. Prema Zgrabljic Rotar (2016: 60), konvergencija medija korak je više od jednostavnog prelaska na novu tehnologiju. Konvergencijom medija dolazi do promjene u odnosu postojećih tehnologija, industrije, žanrova, publika i tržišta.

Tablica 1. Odnos "starih" i "novih" medijskih korisnika

“Stari” korisnici	“Novi” korisnici
Pasivni	Aktivni
Predvidljivi	Nepredvidljivi
Statični – vezani uz jedan medij	Dinamični – koriste više medija, lako prestanu koristiti jedan i počinju koristiti drugi
Lokalni, nacionalni	Globalni
Statični – vezani uz jedan uređaj	Dinamični – koriste više uređaja, često isti sadržaj gledaju na više uređaja
Lojalni – nekom mediju ili programu	Nelojalni – imaju velik izbor te biraju što im se sviđa
Nezahitjevni – nema mnogo sadržaja	Zahitjevni – očekuju mnogo kvalitetnog sadržaja
Privatno kritični – medij im drugo ne omogućava	Javno kritični – medij im omogućava globalnu publiku, ali i veliku mogućnost provjere dobivene informacije
Izolirani pojedinci	Društveno umreženi
Tihi i medijski nevidljivi	Bučni i medijski eksponirani
Poslušni	Neposlušni
Plaćaju uslugu	Plaćaju povezanost na internet i žele besplatnu ili vrlo jeftinu uslugu
Neorganizirani ili ih je teško organizirati, tj. potaknuti da se angažiraju oko nekog pitanja	Organizirani, lako se uz društvene mreže organiziraju i angažiraju oko njima važnih pitanja
Strpljivi – čekaju informaciju	Nestrpljivi – traže informacije odmah u trenutku njezina događaja
Stacionirani – primaju informaciju na mjestu gdje je smješten spremnik	Mobilni – primaju informaciju ondje gdje se trenutačno nalaze
Tehnički manje snalažljivi	Bolje razumiju i koriste tehnologiju
Korisnici sadržaja	Korisnici i stvaratelji sadržaja

Izvor: preuzeto u cijelosti (Zgrabljic Rotar, 2020: 59)

Ova tablica jasno prikazuje kako konvergencija medija mijenja način na koji ljudi pristupaju informacijama i komuniciraju s medijima. Dok su stari korisnici više statični i lojalni

tradicionalnim formatima, novi korisnici su dinamični, interaktivni i globalno umreženi, što zahtijeva od medijskih kuća da se prilagode i razvijaju nove strategije kako bi zadržali njihovu pažnju i zadovoljili njihove potrebe (Zgrabljic Rotar, 2020: 59).

TV program se, prije digitalne ere, pratio samo na televizoru, telefon je služio isključivo za razgovor, a vijesti su se čitale samo u novinama. Danas uređaji, uz svoje osnovne funkcije, broje i razne druge. Tako se na mobilnim uređajima danas može razgovarati, slati poruke, povezivati s drugim uređajima, internetom, igrati igre, koristiti kalendar, planere, štoperice, alarme, kameru, skenere i brojne druge mogućnosti koje nude. Radijski programi danas se mogu pratiti u bilo kojem kutu svijeta, što mijenja njihov dosadašnji lokalni karakter. Svatko danas može objaviti videosadržaj na Youtube, a koji drugi korisnici mogu pratiti na televizorima, mobitelima, tabletima itd. (Zgrabljic Rotar, 2016: 58).

Danijel Labaš ističe četiri glavna obilježja novih medija:

- Digitalnost - obrada podataka u digitalnom obliku omogućuje konvergenciju između tradicionalnih kulturnih industrija i novih telekomunikacijskih tehnologija
- Multimedijalnost - snažna integracija različitih kodova i sredstava izražavanja u stvaranju medijskog sadržaja
- Interaktivnost - komunikacija između dva ili više subjekata, omogućujući dvosmjernu interakciju
- Hipertekstualnost - nelinearno povezivanje informacija omogućava korisnicima da prate različite puteve kroz sadržaj (Labaš, 2009: 15-19, prema Car, 2010: 94).

2.2. Tradicionalni, konvergirani i novi novi mediji

Tradicionalni mediji obuhvaćaju formate poput novina, časopisa, televizije, radija i billboarda, koji su postojali prije pojave interneta. Ljudi često smatraju novine i časopise vrlo vjerodostojnim izvorima informacija, a oglašavanje u ovim medijima može pomoći u izgradnji povjerenja i legitimiteta robne marke. S druge strane, digitalni mediji uključuju sve online platforme poput e-pošte, društvenih mreža, web stranica i video streaminga. Društvene mreže postaju sve

popularnije, pružajući tvrtkama priliku da izravno komuniciraju sa svojim pratiteljima i ciljano oglašavaju na temelju karakteristika kao što su lokacija, spol, interesi ili posao (Albadri, 2023: 1830).

Razvoj tehnologije doveo je do pojave nove vrste međuljudske komunikacije, koja se sada odvija putem masovnih medija. Krajem dvadesetog stoljeća masovni su se mediji pridružili tradicionalnim medijima (radio, televizija, tisak), ali razlika obilježja između tradicionalnih i masovnih medija dovela je do novog naziva – novi mediji (Labaš, 2009: 14).

Digitalno, odnosno informacijsko doba, u posredstvu interneta dovelo je do slobode širenja i primanja informacija u umreženom društvu. Takvo novo medijsko okruženje Zgrabljic Rotar (2016: 63) dijeli u 3 skupine:

1. Tradicionalni mediji
2. Konvergirani mediji, novi mediji
3. Novi novi mediji

Tradicionalni i konvergirani mediji masovni su mediji, za razliku od interneta i novih medija koji jesu mediji za masovnu komunikaciju, ali se ne definiraju kao masovni mediji. Masovni mediji su institucije čiji su izvori informacija zakonski regulirani, koje uređuju medijski stručnjaci, ovisno o svojim profesionalnim i specijaliziranim strukama. Prema Zgrabljic (2016: 63), medijski stručnjaci, odnosno novinari, urednici, spikeri, snimatelji i tehničari, uz pomoć tehnoloških sredstava proizvode različite simboličke sadržaje koji su zatim distribuirani iz jednog izvora udaljenom, heterogenom auditoriju (Zgrabljic Rotar, 2016: 63).

S druge strane, na internetu kao platformi ne postoje osobe zaposlene za uređivanje nekog programa ili sadržaja, već na njoj postoje razne vrste medija. Zbog interneta je moguća konvergencija medija zbog čega su oni dobili nove vrijednosti. Sada vijesti do korisnika stižu u istom trenutku kada se događaj dogodio, televizijski se program može popratiti kad god korisnik poželi, a tu su i razni portali sa sadržajem za sve. Iako su konvergirani mediji nastali na platformi interneta, oni i dalje posjeduju osnovne značajke masovnih medija – reguliranost zakonima,

periodično stvaranje medijskog sadržaja za publiku, uredništvo, opstaju zahvaljujući publici i oglašavanjima te komuniciraju na principu – jedan prema mnogima (Zgrabljić Rotar, 2016: 63).

Pod nove nove medije ubrajaju se društvene mreže, kao što su Facebook, Wikipedija, Twitter i ostale mreže na platformi interneta. Njihovi su korisnici istovremeno i proizvođači sadržaja. Neprestano nastaju novi mediji koji nalaze veliku publiku, što dokazuje kako je i područje medija potrebno neprestano analizirati i kritički vrednovati, jer se rastom prostora digitalne komunikacije mijenjaju i svi aspekti našeg života (Schmit i Cohen, 2014. Prema Zgrabljić Rotar, 2016: 64).

3. MEDIJI I DJECA

Mladi i djeca uglavnom imaju uravnotežen i raznolik život koji često uključuje sportove, kreativne aktivnosti, volontiranja, izvanškolske programe i slično. Ipak, ključna je činjenica kako su danas djeca od najranije dobi potrošači medija, koristeći se pritom pametnim telefonima, tabletima, videoigrama i računalima. Prvi kontakt s digitalnim tehnologijama djeca ostvaruju u najranijoj dobi, već prije druge godine. Promatrajući odrasle, djeca brzo nauče koristiti digitalnu tehnologiju, koja je za njih korisna u četiri glavne svrhe:

1. Slobodno vrijeme i zabava - digitalne aktivnosti koje će riješiti dosadu, kao što su videoigre ili Youtube
2. Informiranje i učenje - koristeći se tražilicama, djeca dolaze do određenih informacija i znanja, koja nisu korisna samo za rješavanja domaćih zadataka, već i za njihovu maštu, kreativnost i interese
3. Stvaranje - djeca su digitalni kreatori te je njihovo poznavanje digitalnih tehnologija često bolje od znanja odraslih ljudi
4. Komunikacija - većina roditelja potiče komunikaciju s obitelji putem društvenih mreža, koje djeci prvenstveno služe za komunikaciju sa vršnjacima (Chaudron, Gioia, Gemo, 2018: 15).

Mediji su svuda oko nas, dio su naše svakodnevice te s njima i uz njih već dugi niz godina živimo i odrastamo. Postali su toliko važan dio svih aspekata našeg života, od obrazovanja, poslova, društvenih interakcija, do oblikovanja naših stavova i načina na koji živimo i doživljavamo svijet oko sebe. Djeca i adolescenti posebno su osjetljiva vrsta medijske publike zbog slabije razvijene moralne, emocionalne i kognitivne sposobnosti koja je posebno važna kada je riječ o izgradnji stavova i prilagođavanju normama ponašanja (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021 :26).

Prema Ilišin (2001.), djeca u prosjeku provedu od tri do četiri sata dnevno gledajući televiziju i druge medije, iako nemaju oblikovan kritički odnos prema medijskim sadržajima (Zgrabljic Rotar, N, 2005: 13). Kako navodi Spitzer (2018: 132), djeca oponašaju svoje roditelje. Stoga će djeca čiji roditelji puno gledaju televiziju isto to činiti. Također, ako je obrazovna razina roditelja niža ili su prihodi skromni, djeca će još više gledati televiziju. Na taj način siromaštvo i neobrazovanost roditelja uvjetuju koliko će djeca provoditi vrijeme ispred ekrana. Roditelji iz nižih društvenih slojeva potiču djecu na gledanje televizije kako bi mogli obavljati kućanske i ostale poslove.

Mediji, osim informativne uloge, nude i obrazovnu ulogu koja je iznimno važna i pozitivna kada je riječ o korištenju medija od strane djece. Na taj način mediji mogu ispuniti dječju potrebu za stalnim informiranjem o novim stvarima, što je nerijetko razlog zbog kojega djeca koriste medije kako bi se tijekom školovanja dodatno informirali o njima interesantnim temama. Mediji imaju brojne korisne funkcije, kao što su informiranje, zabava i obrazovanje, ali koliko će biti korisni i dobri za djecu ovisi o njihovoj dobi te vrsti medija koju djeca koriste. Primjerice, djeca i odrasli često će slobodno vrijeme provesti gledajući filmove, emisije ili crtiće, što ih ne čini samo informativnim ili obrazovnim, već istovremeno i zabavnim i opuštajućima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021 :27).

Internet i društvene mreže mogu djeci i odraslima ponuditi i edukativan sadržaj i igre kojim će se zabaviti, ali prvenstveno naučiti nešto novo i korisno, kao i potaknuti na pomaganje drugima kroz brojne humanitarne akcije koje se vrlo brzo šire, a koje svakodnevno pomažu ljudima u nevolji (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021 :27).

Ipak, važno je naglasiti kako roditelji svjesno čine upravo ono što ne žele i čega se boje, a to je kupovanje računala svojoj djeci za potrebe škole. Obradom podataka PISA je došla do zaključka o utjecaju raspoloživosti računala u kući na utjecaj uspjeha u školi. Istraživanje su proveli Thomas Fuchs i Ludger Woessmann te su zaključili kako je loš uspjeh u školi upravo rezultat posjedovanja računala kod kuće. Zaključak je kako djeca računalo ne koriste u obrazovne svrhe, već na zabavu i računalne igre što ih odvraća od škole i negativno utječe na njihov školski uspjeh (Fuchs, Woessmann, 2004, prema Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021 :27).

3.1. Uloga medija u životu djece

Televizija je, kao i ostali mediji, postala neizostavan dio kućanstva, a njezina je uloga ubrzo postala toliko dominantna da je počela utjecati na obiteljski život i odnose. Mnoga kućanstva provode značajan dio slobodnog vremena gledajući televiziju, često i tijekom obroka. Mužić (2014: 396) navodi kako dijete u Europi do 18. godine provede otprilike četiri pune godine pred ekranom, što je zabrinjavajuć podatak. Ipak, mediji mogu imati pozitivnu ulogu ukoliko se oni dobro i odgovorno koriste.

Mnogi roditelji televiziju i medije koriste kao svoju osobnu dadilju jer ne mogu ni zamisliti kako bi proveli dan bez tehnologije koja njihovu djecu umiruje i omogućava im više vremena za obavljanje poslova u kućanstvu ili za sebe. Također, brojni roditelji smatraju provođenje pred ekranom sigurnijom opcijom od igranja vani ili stvaranja nereda po kući (Spitzer, 2018: 135).

Brojni su primjeri i negativnih uloga medija, ali najčešći je problem kada je riječ o medijima upravo njihova pretjerana konzumacija. Jedan od glavnih problema pretjerane konzumacije medija je smanjenje fizičke aktivnosti. Djeca će umjesto spavanja, boravka u prirodi, sportskih i kreativnih aktivnosti radije provesti vrijeme gledajući ekrane. Nadalje, nerijetko se događa i da djeca popuštaju u školi zabavljajući se medijima, umjesto učenja i brige o domaćim zadaćama (Mužić 2014: 396).

Njegovu teoriju potvrđuju autori Miliša i Milačić koji navode kako “komercijalizacija medija negativno utječe na odgoj djece, posebice mladih”. Sve popularniji trend kada je riječ o opuštanju mladih upravo je besposličarenje. Također, smatraju kako je “gotovo nemoguće razmatrati aspekte života mladih koji ne uključuju medije i njihov utjecaj na životni stil” (Miliša i Milačić, 2010: 573).

Može se, dakle, reći kako djeca i mediji imaju složen odnos koji istovremeno može biti pozitivan i negativan. Uloga medija može biti ključna kada je riječ o obrazovanju djece zbog velikog pristupa informacijama i učenju, nudeći brojne korisne platforme. Takvi pozitivni medijski sadržaji djecu potiču na kreativnost, ali i kritičko razmišljanje, socijalizaciju i razumijevanje društvenih vrijednosti i normi (Miliša i Milačić, 2010: 145 str).

Neovisno o tome kojom se vrstom medija dijete koristi, svaki od njih nudi različite mogućnosti. Ipak, koliko će se te mogućnosti iskoristiti ovisi o medijskoj pismenosti koja je važna, posebice kada se medijima služe djeca koja teže mogu kritički procijeniti informacije koje primaju. Stoga je iznimno bitno da roditelji i nastavnici budu posrednici između djece i medija te da ih usmjeravaju prema kvalitetnim i istinitim sadržajima (Miliša i Milačić, 2010: 132).

Najvažniji, a ujedno i poražavajući rezultat dobili su u svome istraživanju prof. Miliša i prof. Milačić (2010: 571), koje dokazuje kako se vrijeme mladih provedeno pred ekranima izjednačilo, pa negdje i prekoračilo, s vremenom koje borave u školi. Izdebska (2006: 169) opisuje 'medijsko djetinjstvo' kao fenomen u kojem mediji igraju ključnu ulogu, obuhvaćajući pet ključnih aspekata:

1. Svakodnevna, višesatna prisutnost medija u životu djeteta
2. Količina vremena, doba dana i hobiji povezani s medijima i vrstama programa koje djeca gledaju
3. Način na koji djeca koriste i primaju medije
4. Specifičan odnos medija i djeteta
5. Učinci odnosa dijete-mediji uključujući iskustvo, ponašanje i emocije koje proizlaze iz medija (Matyjas, 2015: 2899).

Kakva će biti uloga medija u životu djeteta najprije ovisi o djetetovoj primarnoj socijalizaciji i odgoju prvih nekoliko godina života. U tom periodu roditelji razvijaju stav i roditeljske stilove prema medijima, a posebice je važno i medijsko opismenjavanje djece tijekom godina. Ipak, za djecu su masovni mediji samo još jedno okruženje, jednako kao i fizičko okruženje i aktivnosti, koje također može imati negativne i pozitivne učinke (Rek i Kovačić, 2018: 31).

3.2. Edukativni potencijal medijskih sadržaja

Danas učenje nije samo pasivno primanje informacija, već aktivan i konstruktivan proces koji zahtjeva trud i iznimnu pažnju, inače može biti frustrirajuće i dosadno. Iako je poznato kako mediji nerijetko ometaju proces učenja, oni itekako mogu biti korisni u učenju, samo ukoliko se pravilno koriste. Posebice su važni u obrazovanju učenika s posebnim potrebama kojima su potrebne prilagođene metode učenja, a često se koriste i kao pomoć i podrška učiteljima u učionici. Poučavanje i učenje složeni su procesi koje mediji mogu učiniti interaktivnijim i zanimljivijim, a prema Sudjani i Ahmad Rivaiu (1911: 2), prednosti korištenja medija u učenju jesu:

1. Povećavanje motivacije učenika
2. Lakše i jasnije razumijevanje gradiva
3. Postizanje boljih ciljeva učenja (Nurmawati et al, 2020: 228).

Edukativni mediji i tehnologija obuhvaćaju različite oblike komunikacije, uključujući tiskane materijale, grafiku, animacije te audio i audiovizualne sadržaje. Omodara i Adu (2014; 50) ih definiraju kao “kanale komunikacije koji prenose poruke s poučnom svrhom”, a postoji i osnovna klasifikacija edukativnih medija:

1. Tiskani mediji - knjige, časopisi, radne bilježnice, novine i sl.
2. Netiskani mediji - projicirani i neprojecirani mediji
3. Elektronički mediji - audiomediji, vizualni mediji, audiovizualni mediji i sl.

Također, postoji i interaktivna multimedija koja ima najveći potencijal revolucionirati način na koji se radi, uči i komunicira. Naime, programi interaktivne multimedije imaju ideju učenja i rada,

a ne praznog gledanja u ekrane što pretvara proces učenja aktivnim umjesto pasivnog (Stemler, 1997: 1). Osobno računalo najčešća je interaktivna tehnologija koja se koristi u nastavi, a ukoliko ih se promatra kao učitelje, ima pozitivne učinke na učenje i motiviranje. Omodara i Adu (2014: 49) također navode i istraživanje koje su proveli Dorr i kolege (1992, 1996), koje je pokazalo kako su televizijski programi imali pozitivne učinke na učenje iz televizijskog sadržaja. Također je dokazano i kako ne postoji značajna razlika između prezentacije nastavnika uživo i videozapisa prezentacije nastavnika.

Faizi et al (2013: 51) navode kako se mediji koriste sve više u obrazovnom okruženju, što može donijeti brojne prednosti učenicima, studentima i nastavnicima, a to su:

1. Društveni mediji kao komunikacijski kanali: društvene mreže mogu poboljšati komunikaciju između studenata i nastavnika jer nude mogućnost brze razmjene informacija, postavljanja pitanja i povratnih odgovora. Također, studenti mogu međusobno komunicirati i dijeliti informacije o obvezama, zadacima i ispitima, što dodatno podržava učenje.
2. Društveni mediji kao alati za angažman: društveni mediji mogu angažirati učenike, posebice one koji su sramežljivi i manje aktivni na nastavi. Kroz društvene mreže oni mogu izraziti svoje ideje i sudjelovanje u grupnim projektima te na taj način povećati interes i ulogu u učenju.
3. Društveni mediji kao kolaborativne platforme: kroz društvene medije potiče se suradnja među učenicima, studentima i nastavnicima. Brojne medijske platforme koriste se za zajednički rad na platformama i dijeljenje resursa i materijala, što osigurava lakše i brže rješavanje problema (Faizi et al, 2013: 51).

Također, Baji (2019: 253) navodi nekoliko negativnih i pozitivnih efekata televizije na socijalizaciju djece. U svome istraživanju pod nazivom „Influence of watching television on children’s socialization: The role of the family” među pozitivnim učincima televizije na socijalizaciju djece navodi sljedeće:

- obogaćivanje znanja - televizijski programi mogu obogatiti znanje djece te potaknuti razvoj preakademske vještine
- razvoj jezičnih vještina - gledanje televizije može poboljšati jezične sposobnosti, kreativnost i verbalne vještine
- poticanje prosocijalnog ponašanja - programi koji prikazuju suradnju, empatiju i altruizam mogu pozitivno utjecati na razvoj dječje osobnosti
- proširivanje vidika - televizija pruža informacije o svijetu izvan djetetove neposredne okoline, povećavajući interes za razne teme
- rješavanje emocionalnih problema - televizija može pomoći u rješavanju fobija, strahova i anksioznosti kroz desenzibilizaciju
- modifikacija ponašanja - roditelji mogu koristiti televiziju kao alat za nagrađivanje ili kažnjavanje radi regulacije ponašanja (Baji, 2019: 254).

Negativni učinci televizije na socijalizaciju djece koje Baji navodi uključuju:

- smanjena sposobnost razlikovanja stvarnosti od fantazije - djeca često imaju poteškoća u razlikovanju stvarnih i izmišljenih prikaza na televiziji
- odvratanje od školskih obveza - prekomjerno gledanje televizije može smanjiti vrijeme posvećeno domaćim zadaćama i aktivnostima
- poticanje agresivnog ponašanja - izloženost nasilnim sadržajima može povećati sklonost djeci prema agresivnom ponašanju
- učenje stereotipa - televizija može promovirati nerealne poglede na svijet i poticati stereotipe
- utjecaj na fizičko zdravlje - produženo gledanje televizije može dovesti do pretilosti i smanjenja tjelesne aktivnosti kod djece (Baji, 2019: 254).

3.3. Edukativni sadržaji za djecu

Prvi edukativni program osmišljen za djecu bio je Sesame Street, TV program u kojemu se raspravljalo o brojevima, slovima te o temama koje se odnose na dječju emocionalnu, kognitivnu, intelektualnu i društvenu evoluciju. Konkretno, djeca su gledala sadržaj koji se doticao raznih tema, kao što su smrt, ponos, rasa, osobe s invaliditetom, svemir itd. (Khan, Paracha, 2019: 392).

Tablica 2. Odabrani popularni televizijski programi za djecu

TV programs	Description	Network
Barney & Friends	Evoking a preschool setting, Barney the dinosaur teaches songs and dances to young children. The show focuses heavily on pro-social themes of sharing, empathizing, helping others, and cooperating.	PBS
Blue's Clues	A human host encourages viewers at home to help solve a mystery with his dog friend, Blue. The show is often repetitive and encourages interactivity by asking viewers to find clues and solve puzzles.	Nickelodeon
Bob the Builder	Bob the Builder and his construction crew face building, renovation, and repair challenges. The series often focuses on identifying a problem and making a plan to solve the problem.	PBS
Dora the Explorer	Featuring a bilingual Latina girl as the lead, Dora and her friends go on quests and help others, encouraging viewers to help out through their own actions or by telling her what she needs to know. In addition to highlighting traditional educational content such as color and shapes, Dora teaches language by repeating words and phrases in English and Spanish.	PBS
Sesame Street	Combining puppetry, live action, and animation, this long-running series focuses on a wide range of topics including the alphabet, numbers, emotion management, conflict resolution, music, dance, and healthy lifestyles.	PBS
Teletubbies	Centering on four colorful characters, the Teletubbies speak in a baby-like language and learn through play. The Teletubbies have televisions in their stomachs that show clips of real children from around the world. This program is targeted at toddlers.	PBS
Thomas & Friends	Based on a book series, Thomas the Tank Engine and his engine friends learn to work hard and be cooperative with each other.	PBS
The Wiggles	Featuring a four-man singing group for children, episodes of The Wiggles include songs and skits focused on solving a problem. The Wiggles encourages children to sing songs and move their bodies to music.	Disney
DVD series	Description	Producer
Baby Einstein	Series content covers wide range of topics including music, art, language, poetry, and science. Targeted at children starting at one month.	Disney
Brainy Baby	Educational series highlighting range of subjects including alphabet, art, music, shapes, foreign languages, and right and left brain development. Targeted at children starting at nine months.	Brainy Baby Company
Sesame Beginnings	Features baby versions of the Muppets from Sesame Street. The focus is on encouraging interactions between child and caregivers. Targeted at children starting at six months.	Sesame Workshop

Izvor: preuzeto u cijelosti (Kirkorian et al, 2008: 41)

Tablica 2. prikazuje neke od najpopularnijih televizijskih programa i DVD serija namijenjenih maloj djeci. Uz svaki program i seriju nalazi se kratak opis i obrazovni fokus, što nam pomaže razumjeti kako medijski sadržaji mogu biti edukativni za djecu. Prvi program je Barney & Friends koji stvara vrtičku atmosferu, podučava djecu pjesmama i plesovima, a sadržaj je snažno fokusiran na teme dijeljenja, suosjećanja, pomaganja drugima i suradnje. Nadalje, Blue's Clues, koji se emitira na Nickelodeonu potiče gledatelje, odnosno djecu, da pomognu glavnom liku i njegovom psu Blueu riješiti misterij. Ova emisija potiče interaktivnost kod djece jer od njih traži da pronađu određene tragove i riješe zagonetke.

Bob the Builder, u Hrvatskoj poznatiji kao Graditelj Bob, emisija je u kojoj se graditelj Bob i njegova građevinska ekipa suočavaju s izazovima gradnje, popravaka i obnove, a koji, zajedno s gledateljima, pokušavaju izraditi plan za rješavanje problema. Dora the Explorer, ili Dora istražuje, djevojčica je koja sa svojim prijateljima ide u misije i pomaže drugima uz pomoć gledatelja. Osim što traži da joj pomognu uz govor, istovremeno ih uči i druge jezike, točnije engleski i španjolski. Sesame Street kombinira lutkarstvo i animaciju kroz širok raspon tema, dok istovremeno uči djecu abecedi, brojevima, emocijama, rješavanju sukoba, glazbi, plesu i zdravim stilovima života. Teletubbies, odnosno Teletabisi, četiri su lika koje govore dječjim jezikom i uče gledatelje kroz igru.

Thomas & Friends, u Hrvatskoj poznat kao Tomica i prijatelji, nastali su na temelju serijala knjiga Thomas the Tank Engine, a radi se o Tomici koji sa svojim prijateljima vlakovima uči raditi i surađivati s drugima. The Wiggles je četveročlana pjevačka skupina koja pjesmama i plesom pokreću djecu i potiču ih da surađuju u rješavanju problema. Svi ovi edukativni sadržaji imaju zajednički cilj, a to je pokrenuti djecu te ih potaknuti na logično razmišljanje i učenje kroz ples, pjesmu i zabavu (Kirkorian et al, 2008: 41).

Postoji još čitav niz edukativnih programa za djecu koji su dostupni u medijima, a neki od poznatijih i sadržaji tih programa jesu;

- Wild Krats - učenje o zaštiti životinja, očuvanju prirode, spašavanju životinja i sl.
- Arthur - promicanje vještine čitanja, zdravih odnosa s prijateljima i obitelji

- Odd Squad - učenje o matematici, zaključivanju i rješavanju problema
- Cyberchase - učenje o Cyber kriminalu i razvoju vještina za rješavanje takvih problema i suočavanje s istima, te brojni drugi (Khan, Paracha, 2019: 394).

Stoga, edukativni TV programi mogu prenijeti koncept čitanja, brojeva, znanstvenih informacija i društvenih vještina, dok zabavni dramski dječji TV programi potiču motivaciju i ispunjavaju emocionalne potrebe djece (Khan, Paracha, 2019: 388).

4. STREAMING SERVISI

Nova, moderna vremena istovremeno su najbolja i najgora kada je riječ o kreativnoj industriji. Nove tehnologije omogućile su neovisnim autorima, glazbenicima i zaposlenicima kreativne industrije da svoju popularnost postignu bez izdavačkih kuća, potpuno samostalno. Kreativne industrije, kao što su filmska, glazbena i izdavačka, podložne su brojnim promjenama do kojih je došlo razvojem digitalne tehnologije. Ona je utjecala, ne samo na kreativne industrije, već i na razna područja, kao što su ekonomija, marketing, prodaja i sl.

Jerković, Koch i Jauk (2023: 88) navode kako se pojam *streaming* pojavljuje u 90-im godinama prošlog stoljeća, a odnosi se na “tehnički proces za isporuku medija putem interneta, bez preuzimanja medijskog dokumenta i uz pohranjivanje na lokalno računalo u stvarnom vremenu”. Danas streamingom definiramo točno određene vrste multimedijske usluge čija je važnost u području glazbe, televizije i filma iznimno velika. Jedna od najvažnijih karakteristika streaming servisa jest mogućnost pretplate uz koju se ostvaruje pristup medijskom katalogu kroz internetske protokole. Naravno, postoje i iznimke koje uključuju besplatne usluge, a koje većinom nude servisi za slušanje glazbe. Nerijetko su takvi, besplatni pristupi, ograničeni u svojim sadržajima u odnosu na pretplatničke kanale (Herbert, Lotz, Marshall, 2018, prema Jerković i suradnici, 2023: 67).

Razvoj digitalizacije započeo je gramofonskim pločama, koje su slijedile audiokasete, CD nosači zvuka, MP3 te dominantne streaming platforme. Za svaku od navedenih faza razvoja korišteni su određeni tehnološki uređaji koji su omogućavali reprodukciju medija, a govoreći o glazbi, cilj je bio slušanje glazbe u pokretu. Kada je riječ o streaming servisima za videosadržaj, najznajalnija

je platforma Netflix. Krajem 20. stoljeća ova je korporacija započela osnovnim poslovima, kao što je iznajmljivanje DVD medija. Pojavom iPhonea 2007. godine Netflix je započeo s osvajanjem streaming industrije čime započinje razdoblje digitalne transformacije medijskog sadržaja. Medijski sadržaj koji je Netflix nudio označio je kraj linearne televizije zbog svog interaktivnog sadržaja (Jerković i suradnici, 2023: 68).

Streaming servisi nude publici mogućnost gledanja videosadržaja u bilo kojem trenutku, što gledatelji neprestano iskorištavaju kroz dugotrajno gledanje sadržaja – binge watchingom (maratonsko gledanje). Binge watching odnosi se na dugotrajno gledanje sadržaja koje se razvilo Netflixovom politikom objavljivanja čitave sezone serije odjednom. Publika uživa u praćenju ovakvog sadržaja jer nema čekanja na sadržaj, reklama i oglašavanja, zbog čega mogu aktivno pratiti serije iz epizode u epizodu (Burroughs, 2018., prema Jerković i suradnici, 2023: 69).

Postojale su i druge streaming platforme koje su nastojale stvoriti stabilnu i popularnu streaming platformu kao što je Netflix. Ipak, brojni nikada nisu uspjeli izaći niti iz beta faze, kao što je to NBC Direct, dok je, primjerice, HBO morao angažirati vanjske dobavljače usluga kako bi riješili tehničke probleme na svojoj platformi HBO Go. Prednost Netflixu stoga leži u tehničkoj izvedbi i korisničkoj podršci koja je neusporediva u odnosu na konkurenciju. Također, iznimno važna stavka kod streaming platformi jest istraživanje tržišta i prikupljanje podataka o preferencijama korisnika. Na taj način platforme mogu bolje prilagoditi svoje strategije u odnosu na interese klijenata, što Netflixu daje veliku prednost naspram tradicionalnih modela (Smith, Telang, 2017: 14).

4.1. Vodeće streaming platforme

Postoji čitav niz različitih popisa najpoznatijih streaming servisa, a oni se često razlikuju ovisno o preferencijama korisnika, regionalnoj dostupnosti i specifičnim značajkama platformi. Jedan od nedavnih istraživanja na tu temu objavio je blog Engadget pod nazivom „*The best streaming services in 2024*”. U travnju 2024. godine objavili su popis najistaknutijih streaming servisa, uključujući ključne specifikacije koje ih čine privlačnima korisnicima, a to su sljedeći:

1. **Netflix** – nudi širok spektar sadržaja uključujući originalne serije i filmove, globalno dostupan, lako se koristi na svim uređajima te nudi opcije za preuzimanje sadržaja za offline gledanje.
2. **Amazon Prime Video** - bogata ponuda originalnih serija i filmova, uključeno u Amazon Prime pretplatu koja nudi dodatne pogodnosti te podrška za 4K i HDR streaming bez dodatnih troškova.
3. **Max** - velika biblioteka sadržaja koja nudi HBO serije i filmove, premium sadržaj poput "Game of Thrones" i "The Last of Us" te je dostupan na većini TV platformi i uređaja.
4. **Hulu** - nudi nedavne epizode TV emisija, originalne serije i filmove, u vlasništvu je Disneya, s pristupom FX sadržaju, dostupan s opcijom za live TV uz dodatni trošak.
5. **Disney+** - fokusiran na Disney, Pixar, Marvel i Star Wars sadržaj što ga čini idealnim za obitelji i ljubitelje klasičnih filmova, te nudi podršku za preuzimanje sadržaja za offline gledanje.
6. **Apple TV+** - nudi visoko kvalitetne originalne serije i filmove, poznat po zvijezdama i prestižnim produkcijama te je dostupan uz Apple One paket koji uključuje dodatne Apple usluge.
7. **YouTube TV** - pruža live TV s velikim brojem kanala, uključujući sportske mreže, odličan DVR s neograničenim kapacitetom i opcijama za praćenje timova, kao i mogućnost dodavanja premium kanala.
8. **Hulu + Live TV** - kombinira on-demand sadržaj s live TV opcijama, uključujući Disney+ i ESPN+ u pretplati, nudi mogućnost gledanja na više uređaja.
9. **ESPN+** - fokusiran na sport, uključujući niz live događaja i originalnih sportskih emisija, kućište je UFC sadržaja i međunarodnih sportskih liga, a također je dostupan u paketu s Disney+ i Hulu za dodatnu vrijednost.
10. **Paramount+** - nudi sportske prijenose, CBS programe i sportske događaje, a iako nudi dobar izbor za ljubitelje nogometa, ograničen je u usporedbi s drugim sportskim platformama.
11. **NBC Peacock** - fokusira se na Premier League nogomet i druge sportske događaje, uključujući US Open tenis i odabrane Olimpijske igre. Nudi sadržaj u različitim formatima, uključujući sportsku analizu i reprize.

12. **Criterion Channel** - specijaliziran za klasične filmove i umjetnički sadržaj, pruža komentare, razgovor te je idealan za ljubitelje filma koji traže kvalitetan sadržaj i posebne dodatke.
13. **Shudder** - posvećen horor žanru s klasičnim i originalnim filmovima, nudi jedinstvene sadržaje poput filmova, ali ograničen u pogledu streaminga i preuzimanja sadržaja (Engadget, 2024).

Svaki od ovih streaming servisa nudi jedinstvene sadržaje koji mogu zadovoljiti različite interese i potrebe gledatelja. U današnjem su vremenu streaming platforme postale pravi centar zabave, nudeći sve od najnovijih originalnih serija i filmova do specijaliziranih sadržaja kao što su sportski prijenosi, klasični filmovi i umjetnički filmovi. Ova raznolikost sadržaja koju nude streaming servisi omogućuje korisnicima da biraju servise prema svojim osobnim sklonostima i interesima, a obzirom na sve ove mogućnosti, svaki korisnik zasigurno može pronaći platformu koja najbolje odgovara njegovim potrebama.

4.2. Netflix kao streaming servis za edukativne dječje sadržaje

Netflix Inc je medijska tvrtka sa sjedištem u Los Gatosu, Kalifornija, koju su 1997. osnovali Reed Hastings i Marc Randolph. Od svog osnutka, Netflix je u potpunosti poremetio Blockbuster model iznajmljivanja videa, video streaminge, kableske tvrtke, kreatore sadržaja i televizijske kuće (Hosch, Ashburn, 2024).

Netflix je vodeći streaming servis s više od 277,65 milijuna pretplatnika, koji nudi bogat popis serija i filmova dostupnih za gledanje putem uređaja povezanih na Internet. Članovi, ovisno o paketu koji imaju, imaju mogućnost preuzimanja filmova i serija kako bi ih gledali offline, odnosno bez Interneta (Shewale, 2024). Vrlo jednostavan za korištenje, Netflix na svom webu nudi sve informacije o izradi profila, paketima i članstvu, pretraživanju serija i filmova, postavkama i svim ostalim pogodnostima i mogućnostima koje nude svojim članovima. Netflixov se sadržaj razlikuje ovisno o regiji i redovito se mijenja, a nudi i popis svojih mjesečno najpopularnijih filmova, serija, dokumentaraca, dječjeg sadržaja, reality programa i igrice.

Prilagođene preporuke omogućuju lakši pronalazak sadržaja koji će korisniku odgovarati, a sustav preporuka radi na temelju nekoliko čimbenika: interakcije sa servisom kao što je povijest gledanja ili ocjene drugih sadržaja, drugi članovi sličnih preferencija, informacije o naslovima (glumci, žanr, kategorije...), vrijeme u danu kada korisnik gleda Netflix, jezici koje preferira, uređaje koji koristi te koliko vremena posvjećuje određenom sadržaju. Svi navedeni čimbenici provedeni su kroz algoritam koji tada nudi katalog preporučenog sadržaja, izvan kojeg korisnici mogu pretražiti i sve druge ponude na Netflixu. Također, korisnicima se pri izradi profila ponudi nekoliko različitih naslova među kojima oni biraju svoje favorite, što također ubrzava sustav preporuka.

Sadržaj Netflix-a može se pratiti putem pametnih televizora i telefona, igračih konzola, tableta, kablskih prijemnika, reproduktora streaminga te na računalima. Ovisno o paketu, određuje se na koliko se uređaja istovremeno može gledati Netflix, a sadržaj se može gledati u visokoj razlučivosti (HD), punoj visokoj razlučivosti (FHD) ili ultra visokoj razlučivosti (UHD) (Netflix.com, n.d.)

4.2.1. Povijest i razvoj Netflix-a

Novi medijski sadržaji natjerali su klasičnu televiziju da popusti zbog čega danas poznajemo “poslijemrežno razdoblje” u kojemu se sadržaj sada distribuira na svim vrstama ekrana. Iako se znanstvenici ne mogu složiti oko toga je li to još uvijek televizija, Netflixova korporacija definirala je svoju misiju kao “Internet televizija” s naglaskom kako Netflix nastoji biti streaming servis koji je “Vaša televizija”.

Netflix u početku nije bio streaming platforma, već su krajem 20. stoljeća započeli s distribucijom i prodajom CD nosača koje su slali poštom. Cilj ove tvrtke bio je konkurirati globalno vertikalnim integriranim medijskim korporacijama koje su proizvodile filmove za emitiranje u kinodvoranama (Tryton, 2009 prema Lozić, 2020: 222).

Pojavom iPhonea mijenja se medijska industrija i svi društveni procesi. Netflix je u tom trenutku posjedovao više od 100.000 CD nosača te je polako počeo konkurirati streaming industriji. Sve nakon toga postalo je dio povijesti poznate platforme Netflix koja je počela oblikovati vlastiti

televizijski program. Kao jedan od začetnika streaming industrije svojim je prihodima Netflix ubrzo došao na sami vrh prema ostvarenim prihodima, stoga je 1999. godine nudio mogućnost svojim članovima da neograničeno iznajmljuju DVD-ove bez datuma dospijeca, zakasnina ili mjesečnih ograničenja najma. Godinu nakon uvodi se personalizirani sustav za preporuku filmova koji je, uz ocjene članova prošlih naslova, imao mogućnost predviđanja budućih izbora. Do 2003. godine Netflix je imao više od milijun članova zbog čega mu je Američki ured za patente i zaštitne znakove izdao patent za pokrivanje pretplatničkih usluga. Uskoro je Netflix pokrenuo značajku Profili koja omogućuje članovima da stvore različite popise za korisnike, odnosno da ga personalizirano koristi nekoliko članova. Uskoro je Netflix pokrenuo suradnje s markama potrošačke elektronike kao što su Xbox 360, Blu-ray playerima i slično. Od 2010. godine Netflix stiže u Kanadu te omogućuje svojim korisnicima gledanje na mobilnim uređajima, a također su se posvetili i dječjem sadržaju. Postao je toliko popularan da se Netflix gumb počeo pojavljivati na daljinskim upravljačima kakve i danas poznajemo.

Do 2014. godine Netflix je brojao više od 50 milijun članova, proširio se po državama širem svijeta te počeo objavljivati originalan sadržaj na stranim jezicima. Tako je do 2016. usluge Netflix-a koristilo 190 zemalja na 21 jeziku, a dostupna je bila i značajka preuzimanja za izvanmrežno gledanje. Sa čak 100 milijuna članova diljem svijeta, Netflix je 2017. godine osvojio prvu Oscar nagradu za film „The White Helmets”, a uveden je i gumb *Preskoči uvod* kako bi članovi jednostavnije prilagodili iskustvo gledanja. Godinu nakon, čak 23 serije nominirane su na Emmyju, a uvedena je i PIN zaštita. Uskoro je uvedena i lista “Što je popularno”, a od 2022. godine se među Netflixovim sadržajem mogu pronaći i mobilne igrice. U posljednje dvije godine, uvedeni su noviteti kao što je prostorni zvuk, jeftiniji plan s oglasima, a producirana je i prva kazališna predstava „Stranger Things - The First Shadow” koji je prikazan na londonskom West Endu (Netflix.com, n.d.).

4. MEDIJSKA PISMENOST

U posljednjih 40 godina pojavilo se područje zanimanja za medijsku pismenost kako bi se organizirala i promicala važnost podučavanja novog pojma *pismenosti*. Transformacija naše kulture iz industrijskog doba u informacijsko doba razlog je nove vrste pismenosti, koja je, zajedno s novim načinom učenja, ključna u 21. stoljeću (Thoman, Jolls, 2003: 7). Pojam *medijska pismenost* datira iz 1970-ih kada je u SAD-u uveden niz kratkotrajnih nastavnih planova i programa u kontekstu “televizijske pismenosti”. U Americi se još uvijek koristi izraz “medijska pismenost” umjesto pojma “medijsko obrazovanje”. Iako tumačenje ovog pojma nije jednostavno, Buckingham (2003) definira medijsku pismenost kao “skup znanja, vještina i sposobnosti koje su potrebne za korištenje i tumačenje medija”. Jooyeun (2017) citira Hobbsa (2008) koji navodi kako se “medijska pismenost natječe sa srodnim konceptima” kao što su ICT pismenost, kritička pismenost, medijski menadžment i informatička pismenost. Zgrabljčić Rotar (2005: 81) definira medijsku pismenost kao “skup različitih komunikacijskih kompetencije, kao što su sposobnost pristupa, ocjene, analize i oblikovanja različitih poruka”.

Prema Thoman i Jolls (2003: 8), medijska pismenost važna je iz sljedećih razloga:

1. Utjecaj medija u središnjim demokratskim procesima - medijska pismenost usađuje dvije iznimno važne vještine za građane demokracije: kritično razmišljanje i samoizražavanje
2. Visoka stopa medijske potrošnje i zasićenosti društva - stalna izloženost velikom broju posredovanih poruka zahtijeva uspješno snalaženje, a ključna je medijska pismenost
3. Utjecaj medija na oblikovanje percepcija, uvjerenja i stavova - medijsko obrazovanje znatno pomaže u načinu na koji razumijemo i tumačimo medije
4. Važnost vizualne komunikacije i informacija - unatoč tome što je tisak i dalje osnovni medij u školama, učimo i čitanjem vizualnih slika kojima smo okruženi, stvarajući naše okruženje multimedijским
5. Važnost informacija i cjeloživotnog učenja - razumijevanje odakle dolazi informacija te kako pronaći alternativne poglede (Thomas, Jolls, 2003: 7).

Ipak, pretjerano korištenje medija može dijete dovesti u određene rizike i opasnosti, stoga je važno da roditelji preuzmu odgovornost u ovoj važnoj ulozi. Njihova je dužnost ograničiti korištenje medija u kući, te se pobrinuti da je sadržaj kojemu su djeca izložena prikladan za njihovu dob, kao i ostaviti dovoljno prostora za kvalitetno provedeno vrijeme, kao što su fizičke aktivnosti i obrazovni sadržaji (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2021: 15).

Način na koji roditelji percipiraju medije, njihovi pogledi i stavovi o digitalnoj tehnologiji upravo su rezultat toga kako će se odnositi prema djeci i njihovom pristupu medijima. Što je percepcija medija kod roditelja pozitivnija, to će roditelji biti skloniji aktivno podržati digitalne aktivnosti djece, i obrnuto. Roditelji s manje znanja o digitalnoj tehnologiji uglavnom su skloni snažnijem ograničavanju, dok roditelji koji su upoznati s digitalnim tehnologijama vide veći potencijal digitalne tehnologije kao alata za učenje, te kroz zajedničko korištenje usmjeravaju učinkovitije (Chaudron, Gioia, Gemo, 2018: :16).

Livingstone (2003: 5) navodi kako se pristup medijskoj pismenosti temelji na četiri osnovne vještine, a to su pristup, analiza, evaluacija i stvaranje sadržaja. Stoga, medijska se pismenost danas smatra neophodnom vještinom modernog društva. Tehnologija i mediji sve se više koriste zbog čega je važno biti vješt, obrazovan i prilagodljiv medijskom okruženju, a sve te vještine temeljene su na kritičkom promišljanju i unapređenju znanja.

4.1. Strategije za razvoj medijske pismenosti kod djece

Djeca su od rođenja okružena medijima promatrajući svoje roditelje, braću i sestre ili bake i djedove kako čitaju novine, gledaju televiziju ili listaju po društvenim mrežama na svojim računalima ili mobitelima. Kroz svoja okruženja, djeca uče o svijetu u kojem žive, usvajaju stavove, pravila i običaje, spoznaju što je korisno, dobro i vrijedno u društvu. Razvojem tehnologije djetetovo se okruženje značajno promijenilo. Djetinjstvo se u 21. stoljeću susreć s novim obilježjem, a to je prisutnost elektroničkih medija.

Javnost i znanost danas se bave pitanjima štetnih i korisnih medijskih utjecaja na djecu i njihove navike. Jedno od prvih istraživanja provedenih na ovu temu jest „Filmovi i ponašanje” provedeno u SAD-u, a koje je proučavalo, pod vodstvom Herberta Blumera, kako filmovi utječu na djecu i njihovo ponašanje. U istraživanju je intervjuirano 2000 djece, a zaključak cijelog istraživanja jest kako je 'film autentična edukacijska institucija'. Blumer i njegovi suradnici zaključili su kako filmovi na autentičan način uče djecu o obrascima ponašanja, a ta se usporedba filma s edukacijskom industrijom danas može primijeniti na sve medije (Čakmazović, 2021: 10).

Stručnjaci navode dob od 18 mjeseci kao prikladnu dob djeteta za uvođenje digitalnih medija. Važno je odabrati kvalitetan sadržaj, prikladan dobi djeteta te komunicirati s djetetom prilikom korištenja digitalnih medija. Na tržištu postoji čitav niz digitalnih edukativnih materijala koji mogu biti poučni za djecu i poticati njihov razvoj, ali iznimno kao nadopuna ostalim aktivnostima i učenju. Mediji nikada ne bi trebali biti dominantna aktivnost djetetu (Čosić Predrag, 2019: 7).

Roditelji mogu podržati razvoj medijske pismenosti djece na sljedeće načine:

1. Praćenjem interesa - važno je pratiti interes djeteta, kao i njegove reakcije na medije i medijske formate. Medijski sadržaj trebalo bi pratiti zajedno s djetetom te nakon toga razgovarati s djetetom o tome što je vidjelo, kako mu se svidjelo, je li ga zbunilo i slično.
2. Postavljenjem granica - mediji su djeci posebno zanimljivi, stoga je važno da roditelji ograniče vrijeme koje dijete može provesti koristeći medije.
3. Oprezom - važno je nadzirati sadržaj koji djeca vide koristeći se medijima. Preporuka je ponuditi djeci nekoliko sadržaja koje je roditelj prethodno pregledao te je upoznat s njima.
4. Učenjem djece o kritičkom razmišljanju - osnovni alat kojim će se dijete lakše snalaziti u svijetu medija jest kritičko razmišljanje. To se može ostvariti poticanjem djece kroz određena potpitanja da razmišljaju o temama i znanju koje su stekli kroz medije.
5. Informiranje o sigurnosti - važno je informirati se o mogućnostima zaštite sigurnosti djece, ali uz podsjetnik da takva zaštita ne može u potpunosti zaštititi djecu od potencijalnih opasnosti. Stoga je važno djecu uputiti i o lošim stranama medija te ih potaknuti da i sama sudjeluju (Čosić Predrag, 2019: 9).

Roditeljska uloga u medijskom opismenjavanju djece iznimno je značajna, a prvi preduvjet za to jest medijsko opismenjavanje roditelja. Ostali čimbenici koji utječu na medijsku pismenost djece jesu vrijeme i uvjeti korištenja, sadržaj, izbor medija i sl. (Sindik, 2012: 10). Roditelji bi trebali znati koje medije i na koji način koriste njihova djeca te koja su njihova očekivanja. Problem nastaje kada djeca ne mogu kritički razmišljati prema sadržaju kojemu su podložni na medijima zbog čega su tada podvrgnuti štetnim posljedicama medija. Stoga je važno da roditelji s djecom razgovaraju i razviju partnerstvo u procesu medijskog opismenjavanja (Zgrabljic Rotar, 2005: 14).

5. PRIVATNOST I SIGURNOST DJECE NA DIGITALNIM PLATFORMAMA

Internetske stranice prikupljaju podatke o svojim korisnicima, a nerijetko korisnici i sami dijele prevelik broj informacija dok sudjeluju u određenim anketama ili testovima. Unatoč tome što te informacije općenito služe za bolje ciljano oglašavanje stranica koje posjećuju, važno je voditi brigu o svojim podacima i izbjegavati sve potencijalne rizike zlouporabe (Tomljenović et al, 2018: 22). Mediji se danas mogu nazvati odgojiteljima novih generacija s obzirom na činjenicu da djeca provode više vremena u društvu medija nego u školi. Stoga je važno znati da Internet, unatoč velikoj količini prednosti i pozitivnog sadržaja koji nudi, skriva brojne opasnosti (Robotić, 2015: 82). Samo neke od opasnosti koje se mogu pronaći na Internetu jesu kriminalne osobe koje pod lažnim imenima uspostavljaju kontakte s odraslima, ali najčešće djecom i mladima, zatim zlostavljanje putem interneta, neprimjereni sadržaji (pornografija, nasilne scene i sl.), stranice za prijevare (najčešće kupovinom) i brojne druge (Robotić, 2015: 90).

Računalo i Internet nevjerovatno su moćna sredstva anonimnosti na kojima se svi mogu ponašati, pod krinkom lažnog identiteta, kako god žele. Upravo je to izvrsno mjesto za one s kriminalnom energijom da prouzroče štetu (Spitzer, 2018: 106). Ipak, internet je zajednica koja ima dobre i loše korisnike, jednako kao i svaka druga zajednica. Kako u stvarnom životu, tako i na internetu, postoje ljudi koji će pronaći načine da iskoriste tehnologiju i medije na loše i kriminalne načine, stoga je potrebno na vrijeme te rizike izbjeći (Robotić, 2015: 91).

Osim medijske pismenosti, potrebno je da medijski korisnici, posebice djeca, koriste Internet uz medijski odgoj uz koji se medije promatra na kritičan način s osjećajem odgovornosti (Robotić, 2015: 93). Anonimnost koju digitalni mediji nude omogućuje mladima da se ponašaju onako kako se u stvarnom životu, od straha društvene kontrole, ne bi ponašali. Stoga se na Internetu često uznemiruje, zlostavlja i maltretira čak svakog petog učenika, dok je svaki dvanaesti učenik već bio, ili je zlostavljač (Spitzer, 2018: 107).

Veliku ulogu u zaštiti djece na Internetu imaju roditelji koji djecu trebaju pripremiti na rizike koji postoje pri korištenju interneta. Česti su slučajevi kada roditelji ne vode glavnu riječ jer se djeca bolje služe tehnologijom ili kada u strahu potpuno zabrane korištenje interneta. Ovaj pristup nije najučinkovitiji, jer se na taj način djetetu uskraćuje dragocjen izvor znanja i prilika da dijete bude informatički pismeno, što je vrlo važno kasnije tijekom života (Robotić, 2015: 91).

Postoje brojne stranice koje nude roditeljima informacije i savjete o zaštiti djece na Internetu, kao što su, primjerice, <https://www.commonsensemedia.org/>, <https://www.internetmatters.org/>, <https://staysafeonline.org/>, <https://saferinternet.org.uk/> te brojne druge. Prije svih koraka koje je moguće napraviti na digitalnim medijima kako bi se zaštitila sigurnost djeteta, važno je najprije razgovarati. Potrebno je dijete uputiti u potencijalne opasnosti koje se mogu pronaći na mreži te ustanoviti je li dijete spremno za korištenje bilo kojeg oblika digitalnih tehnologija. Dijete je spremno za korištenje internetom onda kada je sposobno kritički razmišljati i stvoriti digitalni otpor kada prepozna potencijalnu štetu (Internet Matters, 2024).

Ipak, mladim je ljudima teško procijeniti izvore sadržaja, a nerijetko poistovjećuju dobre izvore (znanstvene studije) od loših izvora (iskazivanje mišljenja na društvenim mrežama). Čak i u rijetkim trenucima kada dolazi do procjene kvalitete izvora, ono bude površno (Spitzer, 2018: 201). Na radu za zaštitu djece na Internetu najprije je započeo SAD kao zemlja s najvećim brojem korisnika interneta. Prvi zakon o zaštiti djece sastavio je Američki kongres 1984. godine pod nazivom „Child Protection Act”. Cilj zakona bio je zaštititi djecu od seksualnog zlostavljanja, posebice kroz distribuciju dječje pornografije, a to se provodilo kroz najstrože kazne za počinitelje (Ružić, 2011: 162). Predloženi su još brojni zakoni kojima bi se djeci ograničio pristup štetnim stvarima na internetu, ali i četiri desetljeća nakon, ovi problemi i dalje postoje.

Zanimljiva činjenica koja govori o uzaludnim borbama protiv nelegalnih stranica i sadržaja potiče iz Australije. Vlada je potrošila 69 milijuna eura za sustav koji je djeci trebao blokirati pristup pornosadržajima, ali ga je australski tinejdžer Tom Wood uspio uništiti za pola sata (Ružić, 2011: 164). Velik broj organizacija, kao što su UNESCO, Reporteri bez granica ili OSCE, protive se ograničenjima, iako smatraju da se Internet ne smije koristiti u kriminalne svrhe. Također, brojne su zemlje zbog svojih prijedloga zakona o sprječavanju nelegalnih sadržaja na internetu dospjela na crnu listu jer brojni smatraju kako je to povreda prava potrošača (Ružić, 2011: 167).

Jedan od primjera dobre prakse u Hrvatskoj jest projekt „Sigurnost djece na Internetu” financiran od strane Euroske unije, a koji je uspješno proveden te se nastavio širiti i razvijati. Nositelji projekta jest pet osnovnih škola, a cilj je povećati svjesnost o opasnostima na Internetu te razviti novi kurikulum o sigurnosti djece na internetu. Upravo je to primjer kako edukacijske kampanje i suradnja lokalne zajednice i društva mogu pravovremeno zaštititi djecu od 'loše strane' Interneta (Robotić, 2015: 93).

5.1. Pravna regulativa

Europski parlament, Vijeće i Komisija potpisali su 2022. godine Europsku deklaraciju o digitalnim pravima i načelima za Digitalno stoljeće kao potvrdu o političkoj predanosti Europske unije i svih članica o:

1. Pružanju mogućnosti djeci i mladima da steknu potrebne vještine, poput medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja, kako bi se mogli uključiti u digitalno okruženje
2. Promicanju pozitivnih iskustva za djecu i mlade, unutar digitalnog okruženja koje je primjereno za njihovu dob
3. Zaštiti svu djecu i mlade od štetnih sadržaja, iskorištavanja, manipulacije i zloporabe na internetu te bilo kakve mogućnost digitalnog zločina
4. Zaštiti svu djecu i mlade od nezakonitog praćenja, uključujući i one komercijalne prirode
5. Uključivanju djece i mladih u razvoj digitalnih politika (O’Neil, 2023: 41).

Tako su u svibnju 2022. godine postavili europsku strategiju za bolji i sigurniji internet za djecu i mlade (BIK+). Strategija BIK+ jest zaštititi svako dijete na internetu, uz dostupnost primjerenog i informativnog online sadržaja i usluga. Ova se strategija temelji na tri ključna čimbenika:

1. Poboljšanje dobrobiti djece na internetu kroz sigurno i njima primjerenom dobi digitalno okruženje koje uvažava interese djece. Uključuje zaštitu od štetnog i nezakonitog sadržaja, kontakta, ponašanja i slično.
2. Priprema i osnaživanje dječjih vještina za sigurno i odgovorno razmišljanje i izražavanje u online okruženju.
3. Poticanje djece na aktivno sudjelovanje potičući ih da daju i svoj glas u digitalnom okruženju (O'Neil, 2023: 41).

U Hrvatskoj je 6. veljače 2018. godine, na Dan sigurnijeg interneta, potpisana i Povelja o sigurnosti djece na internetu u Hrvatskoj. Ovu su povelju, uz podršku Ureda pravobraniteljice za djecu, potpisala tri mobilna operatera (Hrvatski Telekom, Tele2, Vipnet), HAKOM, Centar za nestalu i zlostavljano djecu te Centar za sigurniji Internet. Inače, Dan sigurnijeg interneta obilježava se u više od 130 zemalja, zajedno s više od 360 organizacija iz cijele Hrvatske. Cilj je podizanje svijesti roditelja i javnosti o važnosti odgovornog i sigurnog korištenja interneta od strane djece, kao i stvaranje sigurnijeg okruženja za djecu na internetu, te njihovu zaštitu (Medijska pismenost, 2023).

Među ostalim dokumentima koji su dio zakonodavnih okvira zaštite djece u medijima jest jedan od temeljnih međunarodnih dokumenata, a to je Opća deklaracija o ljudskim pravima¹, koja u čl. 12. uređuje prava odraslih osoba i djece na poštivanje privatnosti. Nadalje, Konvencija o pravima djeteta² vrlo je važan međunarodni pravni akt koji u čl. 16 navodi kako niti jedno dijete ne smije biti izloženo nezakonitom ili proizvoljnom miješanju njegove privatnosti, doma i obitelji. Također, njegova čast i ugled ne smiju biti nezakonito napadnuti, za što ima pravo na zakonsku zaštitu protiv

¹ Opća deklaracija o pravima čovjeka, čl. 12: „Nitko na smije biti izvrnut samovoljnom miješanju u njegov privatni život, obitelj, dom ili prepisku, niti napadajima na njegovu čast i ugled. Svako ima pravo na zaštitu zakona protiv ovakvom miješanju ili napadu“

² Konvencija o pravima, čl. 16. „Niti jedno dijete ne smije biti izloženo proizvoljnom ili nezakonitom miješanju u njegovu privatnost, obitelj, dom ili prepisku, niti nezakonitim napadima na njegovu čast i ugled. Dijete ima pravo na zakonsku zaštitu protiv takvog miješanja ili napada.“

bilo kakvog napada i ugrožavanja. Ustavom Republike Hrvatske³, u čl. 35., svima se jamči pravo na pravnu zaštitu osobnosti i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti. Nacionalni Zakon o medijima u čl. 16. navodi kako su mediji dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, čast i ugled djece, mladeži i obitelji. Također se zabranjuje objavljivanje bilo kakvih informacija koje otkrivaju identitet djeteta te na taj način ugrožava njegovu dobrobit. U istom se zakonu pod čl. 59 navodi kazna od 13.270,00 do 132.720,00 eura za pravne osobe koje prekrše prethodno navedene zakone.

Navedeni zakoni, programi i povelje samo su dio brojnih međunarodnih, europskih i nacionalnih zakonskih regulativa koje postoje i provode se u cilju zaštite djece na Internetu. Važno je prepoznati kako je dobrobit djece, mladih i obitelji ključna te je cilj pružiti im sigurno i edukativno digitalno okruženje. Ipak, pristup internetu imaju svi, stoga je prioritet zaštititi privatnost djece u digitalnom okruženju i neprestano razvijati nove i bolje mjere zaštite.

6. UTJECAJ EKRA NA DJECU – PRETHODNA ISTRAŽIVANJA

Kabali i suradnici (2015: 1-7) proveli su istraživanje na uzorku od 350 djece u starosti od šest mjeseci do četiri godine s ciljem istraživanja dječje upotrebe mobilnih uređaja. Studija pod nazivom „Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children” provedena je od listopada do studenog 2014. godine u pedijatrijskoj klinici, a ispitanici su bili djeca zajednica s niskim primanjima. Zaključeno je kako 77% djece do četvrte godine posjeduje vlastiti televizor, a tri četvrtine vlastiti mobitel. Gotovo sva djeca počela su koristiti mobine uređaje prije prve godine, čak 96,6%. Najčešći razlozi zbog kojih se djecu izlaže ekranima jest obavljanje kućanskih poslova (70%), nemirna djeca u javnosti (65%) ili uspavljivanje (29%).

Nadalje, istraživanje pod nazivom „Influence of watching television on children’s socialization: The role of the family” proveo je Mohammed Ibrahim Baji, a koji je naveo negativne i pozitivne učinke medija na socijalizaciju djece, prethodno spomenute u radu. Kako bi se u što većoj mjeri spriječili negativni učinci, Baji navodi kako je ključna uloga obitelji. Obitelj može moderirati

³ USTAV RH, čl. 35., Svakom se jamči štovanje i pravna zaštita njegova osobnog i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti.

utjecaj televizije na djecu na razne načine: kontrolom sadržaja i programa koje djeca gledaju kako bi se izbjeglo nasilje i neprikladan sadržaj, zajedničko gledanje televizije s djecom radi objašnjavanja sadržaja, postavljanje ograničenja o vremenu gledanja i sadržaju te poticanje alternativnih aktivnosti, kao što su sport, čitanje i slično (Baji, 2019: 255).

Rosenqvist i suradnici (2016: 16) u svom istraživanju pod nazivom „Relationship of TV watching, computer use, and reading to children's neurocognitive functions” nastoje utvrditi kakav je utjecaj između vremena provedenog gledajući televiziju, računalo i čitanja na neurokognitivne funkcije, jezik, pamćenje i socijalnu percepciju kod djece od 5-12 godina. Rezultati su pokazali kako pozitivne odnose između medija i neurokognitivnih funkcija imaju korištenje računala i čitanje, dok su negativni odnosi uključivali gledanje televizije. Na uzorku od 381 djece i uz pomoć standardiziranih testova, zaključeno kako gledanje televizije negativno utječe na neurokognitivne funkcije, posebice kada ono traje više od dva sata dnevno. Djeca koja više vremena provode gledajući televiziju imaju slabiju pažnju, jezične sposobnosti, pamćenje, socijalnu percepciju i vizualno-prostorne sposobnosti.

Navedeni se rezultati inicijalno povezuju s manje aktivnim angažmanom tijekom gledanja, zbog čega dolazi do manje simulacije mozga te lošijeg razvoja kognitivnih funkcija. Nadalje, korištenje računala pokazalo je pozitivan utjecaj na neurokognitivne funkcije u domenama jezika, pamćenja i socijalne percepcije, ali studija nije specificirala utjecaje. Završno, istraživanje je potvrdilo kako je čitanje iznimno važno za djecu, njihovu pažnju i izvršne funkcije. Također se istraživao i utjecaj obrazovanja majke te je utvrđeno kako, u slučajevima kada je obrazovanje majke niže, djeca koja više čitaju imaju bolje pamćenje, što upućuje na to kako čitanje može imati kompenzacijski učinak na kognitivni razvoj kod djece iz manje obrazovanih obitelji (Rosenqvist et al, 2016: 16).

Istraživanje pod nazivom „*Watching television in a home environment: effects on children's attention, problem solving, and comprehension*” proveli su Sarah E. Rose, Alexandra M. Lamont & Nicholas Reyland 2021. godine. Prvenstvena ideja istraživanja bila je, za razliku od prethodnih laboratorijskih istraživanja, održati studiju provedenu u kućnom okruženju kako bi se utvrdilo kako djeca zapravo reagiraju na televizijske sadržaje u stvarnom životu. U istraživanju su sudjelovala djeca u dobi od 3 i 4 godine, njih ukupno 41. Djeca su gledala dvije epizode popularnog

britanskog animiranog programa za djecu, Postman Pat, koje su se razlikovale po tempu: jedna epizoda je bila bržeg tempa, a druga sporijeg. Studija je zaključila kako brži televizijski programi povećavaju pozornost djece zbog svog tempa, ali ne ujedno i njihovo razumijevanju ili kognitivne funkcije. S druge strane, sporiji programi mogu poticati dublje razmišljanje i bolju pozornost, posebice kod mlađe djece. Zaključeno je kako je važno promatrati sadržaj i tempo programa, ali i kako mediji imaju složen utjecaj na djecu te je potrebno promišljeno pristupati uvođenju medijskih sadržaja u svakodnevni život djece, a pritom ne ometati njihov zdrav kognitivni i socijalni razvoj (Rose et al, 2021: 6-21).

Muppalla i suradnici objavili su 2023. godine istraživanje pod nazivom „*Effects of Excessive Screen Time on Child Development: An Updated Review and Strategies for Management*” u kojemu su istraživali kako vrijeme provedeno pred ekranima i vrijeme provedeno u prirodi utječu na psihološke ishode djece i adolescenata. Istraživanjem je utvrđeno kako prekomjerno vrijeme pred ekranima ima negativne, čak i štetne učinke na mentalno zdravlje djece i mladih. Prekomjerno korištenja ekrana potiče neurobiološki sustav poput HPA osi i dopaminergičkih krugova, što može dovesti do problema s pozornošću, snom i socijalnim interakcijama. S druge strane, vrijeme provedeno u prirodi pozitivno je utjecalo na pozornost, smanjenje stresa te motivaciju na fizičke aktivnosti i zdrave obrasce spavanja (Muppalla et al, 2023).

Jedno od važnijih istraživanja provele su Karačić i Pasković u svom znanstvenom radu pod nazivom „Uloga medija u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima”. U istraživanju je, na uzorku od 179 roditelja predškolske djece, cilj bio istražiti koliko djeca predškolske dobi provode vremena koristeći medije. Prvi je od zadataka bio istražiti kako djeca provode svoje slobodno vrijeme, a najčešći je odgovor bio 'igra i druženje s prijateljima', zatim prakticiraju odlaske u šetnje, slušanje glazbe, proslave i rođendani, pomaganje u kućanskim poslovima, čitanje knjiga i enciklopedija i sl. Televiziju gleda samo 22,3% djece. Nadalje, autorice su istraživale u koje svrhe dijete koristi računalo, gdje je najveći broj odgovora (34,1%) pokazao kako ne koriste računalo. Drugi dio, njih 31,3% koristi računalo za igranje, a tek 3,4% za učenje.

Nadalje, na pitanje koliko dnevno djeca gledaju TV, najveći broj roditelja (44,7%) izjavilo je kako dijete gleda TV više od dva sata, dok 38,5% njih rijetko gleda TV. U istraživanju su sudjelovale i

odgajateljice istog vrtića koje su za primjere dobrog utjecaja medija na odgoj djece u vrtiću 40 glasova dale odgojno-obrazovnom programu, ukupno 88,9%. Crtani su filmovi dobili tek 2 glasa (4,4%). Zanimljiv je odgovor roditelja na pitanje uče li djeca bolje i brže uz medijski sadržaj. Njih 31 (17,3%) tvrdi kako se slaže s tom izjavom, dok se 109 glasova (60,9%) ne može odlučiti slaže li se s izjavom, glasajući – možda. Njih 39 (21,8%) uopće se ne slaže s navedenom izjavom. Ovi rezultati upućuju na to kako roditelji niti sami nisu sigurni kakav je njihov odnos i stav prema medijima i njihovu korištenju. Stoga su roditelji odgovarali na pitanje koliko oni koriste medije kao roditelji, na što je njih 99 (55,3%) odgovorilo kako ih često koristi, ponekad 71 roditelj (39,7%), a nikada tek 9 roditelja (5%). Na taj je način zaključeno kako ne postoji povezanost između korištenja elektroničkih medija kod djece i roditelja, a pretpostavlja se kako do toga dolazi primjenom pravila za korištenje medija (Karačić i Pasković, 2022: 62-70).

Manfred Spitzer u svojoj knjizi „Digitalna demencija“ govori u utjecaju koji ekrani i digitalni mediji imaju na djecu. Među ostalim ističe kako roditelji (koji su sve više pod stresom) koriste ekran (televiziju, DVD, laptope, tablete) kao dadilje. Navodi članak izašao na Spiegel Online (14.2.2011.) u kojemu se navodi kako si je televizijska industrija odredila novu ciljnu skupinu: „ljude” između 4 i 24 mjeseca starosti. Ako je početna dob (1970.-ih) za gledanje televizije iznosila 4 godine starosti, danas iznosi 4 mjeseca starosti (Spitzer, 2023: 131).

„Ljudski se mozak tijekom života razvija. Mozak djeteta nije još 'gotov' i stoga je iznimno pogodan za oblikovanje – brzo uči dok se još razvija i time se tek istinski oblikuje. To oblikovanje mozga podrazumijeva izgradnju kognitivnih sposobnosti i oblikovanje u smislu nastanka odraslog mozga“ (Spitzer, 2023: 124). Spitzer naglašava „tko svoju bebu radi učenja, stavlja pred ekran, taj riskira negativan utjecaj na njezin kognitivni razvoj. Koliko je štetna konzumacija elektroničkih medija, može se vidjeti po tome što je njezin negativni učinak na jezični razvoj bebe dvostruko snažniji od pozitivnog utjecaja čitanja. Pojednostavljeno: TV i DVD za bebe štetni su za intelektualni razvoj malenih“ (Spitzer, 2023: 136-140).

Navedene činjenice zaključak su brojnih istraživanja koje Spitzer (2018: 23) navodi. Jedno od istraživanja proveli su 2004. godine Thomas Fuchs i Ludger Woessmann, te su zaključili kako je loš uspjeh u školi upravo rezultat posjedovanja računala kod kuće. Utvrdili su kako djeca računalo

ne koriste u obrazovne svrhe, već uglavnom na zabavu i računalne igre što ih odvraća od škole i negativno utječe na njihov školski uspjeh. Zanimljiva je i činjenica kako djeca s pristupom više uređaja, internetu, videima i općenito multitaskingom manje spavaju od djece koja se više druže u stvarnom svijetu. To je još jedan primjer koji dokazuje kako mediji negativno utječu na obrazovanje i uspjeh u školi, obzirom da je značenje sna za zdravlje i procese učenja neupitno važno (Spitzer, 2018: 109).

Nadalje, iako se brojne informacije mogu pronaći na internetu, informacije koje smo dobili u stvarnom svijetu zapamtit ćemo puno kvalitetnije. To su svojim istraživanjem potkrijepila tri znanstvenika (Sparrow i sur. 2011: 778) koja su skupini od po troje ljudi pustili kratak film. Njihov je zadatak bio prepričati film pojedinačno, zatim se o filmu diskutiralo ili unutar skupine (licem u lice), ili svatko za sebe putem računala. Kada su zajednički opet prepričavali film, zajedničko pamćenje pokazalo se boljim od pojedinačnog, a razlog za to leži u činjenici kako kroz osobni izravni kontakt pojedinci emocionalnije i dublje obrađuju informacije, nego u slučaju osiromašenog elektroničkog kontakta (Spitzer, 2018: 102).

Američki znanstvenici (Zimmerman i sur., 2007) proveli su istraživanje na više od tisuću beba i njihovih roditelja kako bi proučili utjecaj korištenja medija kod djece. Rezultati su pokazali da konzumacija elektroničkih medija negativno utječe na intelektualni razvoj male djece. Konkretno, bebe koje gledaju televiziju pokazuju usporenje u jezičnom razvoju u usporedbi s djecom koja nisu izložena medijima. Suprotno tome, svakodnevne aktivnosti poput čitanja, pričanja priča i slušanja glazbe imale su pozitivne učinke na jezični razvoj. Štetnost konzumacije elektroničkih medija naglašena je činjenicom da je negativan utjecaj medija dvostruko jači od pozitivnog učinka čitanja, što jasno potvrđuje da su TV i DVD štetni za intelektualni razvoj male djece (Spitzer, 2018: 140). Na stranici 140, Spitzer također ističe grafikon koji vizualno prikazuje omjer negativnog utjecaja medija u odnosu na pozitivne aktivnosti poput čitanja.

Previše televizije u vrtićkoj dobi može nepovratno ugroziti obrazovnu razinu i potencijal pojedinca, jer višak vremena provedenog pred ekranima može usporiti razvoj govora i mišljenja kod djece vrtićke dobi. Ove tvrdnje potkrepljuje dugoročna studija provedena u gradu Dunedinu na Južnom otoku, koja je obuhvatila 1037 djece rođene unutar jedne godine. Istraživanje je

provodilo faze svakih dvije do tri godine, a završna faza bila je kada su sudionici navršili 26 godina. Do jedanaeste godine roditelji su odgovarali na pitanja o navikama gledanja televizije svoje djece, a nakon tog razdoblja odgovornost je prešla na same sudionike. Rezultati studije pokazali su da je dulje vrijeme provedeno pred televizijom negativno utjecalo na obrazovni uspjeh djece, ističući dugoročne posljedice prekomjerne konzumacije televizije na obrazovni razvoj (Silva i Stanton, 1996, prema Spitzer 2018).

S druge strane, Dore i suradnici (2020: 4) objavili su studiju pod nazivom „Associations Between Children’s Media Use and Language and Literacy Skills” koja je istraživala utjecaj medija na jezične i vještine pismenosti kod djece, s posebnim naglaskom na moderirajuće faktore poput vrste medijskog sadržaja i prisutnosti odraslih. Zaključeno je kako pretjerano korištenje medija (više od četiri sata dnevno) negativno utječe na pismenost djece, dok umjerena konzumacija nema značajan negativan učinak. Negativni utjecaji mogu se smanjiti kada su medijski sadržaji obrazovni ili kada odrasli aktivno sudjeluju s djecom tijekom korištenja medija te se naglašava kako strahovi oko medijskog utjecaja na djecu mogu biti pretjerani, te da mediji mogu imati čak i pozitivne učinke na razvoj ako se koriste promišljeno (Dore i sur. 2020: 4).

7. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

7.1. Određenje problema istraživanja

Okruženost medijima i njihova stalna prisutnost u različitim aspektima svakodnevnog života stavljaju roditelje pred izazovan i često neponovljiv položaj. Nedostatak odgovarajuće edukacije o medijima, njihovom sadržaju i pravilnim načinima korištenja, kako bi se spriječila prekomjerna konzumacija medija, predstavlja jedan od ključnih problema u suvremenom roditeljstvu. Ova tema često izaziva polemike među stručnjacima i roditeljima, budući da nepravilno korištenje medija može imati dalekosežne posljedice na djecu. Brojna istraživanja pružaju uvid u različite aspekte utjecaja medija na djecu, uključujući njihove procese socijalizacije, sposobnost koncentracije, te kognitivni i socijalni razvoj.

Mediji, iako mogu biti korisno sredstvo za učenje i zabavu, istovremeno mogu predstavljati rizik za prekomjerno izlaganje, što može negativno utjecati na emocionalno i mentalno zdravlje djece. Osim toga, sigurnost i zaštita djece na internetu postaju sve važniji aspekti, jer digitalni svijet može predstavljati ozbiljne prijetnje, uključujući cyberbullying, neprimjeren sadržaj i kontakte s nepoznatim osobama, što zahtijeva dodatnu pažnju i edukaciju roditelja kako bi se osiguralo sigurno online okruženje za djecu.

Osim pitanja sigurnosti, zaštite i pravilne upotrebe medija, moj rad se fokusira na istraživanje edukativnih potencijala sadržaja dostupnog na Netflixu za djecu. Iako se streaming platforme poput Netflix-a često percipiraju kao izvori zabave, sve se više prepoznaje njihov potencijal za pružanje obrazovnog sadržaja koji potencijalno može pozitivno utjecati na kognitivni razvoj djece.

7.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Cilj ovoga rada jest analizirati Netflixovu ponudu edukativnih programa koji mogu služiti kao alat za učenje, poticanje kritičkog mišljenja i razvijanje kreativnosti kod djece, uz istovremeno razmatranje aspekata sigurnosti i zaštite privatnosti koje platforma nudi mladim korisnicima, s naglaskom na djecu.

Postavljene su sljedeće hipoteze:

1. Netflixov edukativni program za djecu sadrži sva obilježja edukativnog.
2. Roditelji preferiraju puštati svojoj djeci edukativne programe s Netflix-a vjerujući da pridonose razvoju njihovih vještina i znanja.
3. Roditelji su upoznati s mogućnostima koje Netflix nudi za osiguranje sigurnosti i privatnosti njihove djece te ih koriste.

8. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

8.1. Način prikupljanja podataka i uzorak medijskog sadržaja

Za ovo je istraživanje korištena kombinacija kvalitativne analize sadržaja i kvantitativnog anketnog ispitivanja kako bi se dobio sveobuhvatan uvid u ponudu edukativnih programa na Netflixu te stavove i navike roditelja u vezi s korištenjem te platforme. Istraživanje je započeto detaljnom kvalitativnom analizom sadržaja koji Netflix nudi na svojoj platformi, s posebnim naglaskom na edukativne programe namijenjene djeci.

Pomoću metode deskripcije, u tablicu je evidentiran sav edukativni sadržaj, pri čemu su zabilježena ključna obilježja svakog programa, kao što su naslov programa, primjerenost dobi, vrsta, sinkronizacija, titlovi, te prisutnost elemenata koji potiču kritičko mišljenje, kreativnost i društvenu odgovornost. Ova analiza omogućila je uvid u raznolikost i kvalitetu edukativnog sadržaja dostupnog djeci na Netflixu, te je prikazala kako svaki program nastoji doprijeti do djece putem privlačnih vizualnih elemenata, zanimljivih priča i edukativnih poruka, s ciljem poticanja njihovog interesa za učenje, razvoja kritičkog mišljenja i kreativnosti.

Drugi dio istraživanja proveden je putem online anketnog upitnika, koji je bio usmjeren prema roditeljima djece koja koriste Netflix. Cilj je ankete bio istražiti navike gledanja Netflix-a među djecom, roditeljske preferencije između edukativnih i zabavnih programa, te njihovu svijest i korištenje sigurnosnih i privatnosnih mogućnosti koje platforma nudi. Ova metodološka kombinacija omogućila je sveobuhvatan pristup istraživanju, omogućivši kako dublje razumijevanje kvalitete i karakteristika edukativnog sadržaja na Netflixu, tako i prikupljanje vrijednih podataka o navikama i stavovima roditelja u vezi s korištenjem ove platforme za djecu.

Anketno istraživanje provedeno je u razdoblju od 29. srpnja do 15. kolovoza 2024. godine. Upitnik je distribuiran putem društvene mreže Facebook, unutar specifičnih grupa koje okupljaju roditelje, koji su predstavljali ciljnu skupinu ovog istraživanja.

Anketni je upitnik kreiran Google obrascem, a strukturiran je od 15 pitanja koja su bila podijeljena

u tri glavne kategorije: prvi je dio bio usmjeren na prikupljanje demografskih podataka o roditeljima, uključujući informacije o njihovoj dobi, spolu, razini obrazovanja, broju djece i njihovoj dobi. Drugi dio upitnika fokusiran je na navike gledanja Netflix-a kod djece, a istražuje se koliko često djeca koriste Netflix, koliko vremena dnevno provode gledajući sadržaj na toj platformi, te koje vrste edukativnih sadržaja najviše gledaju, ako ih gledaju. Također, analizira se koji specifični sadržaj, poput emisija, filmova ili drugih tipova programa, roditelji najčešće biraju za svoju djecu. U trećem dijelu upitnika ispitivala se roditeljska svijest i korištenje alata za zaštitu i privatnost djece na Netflixu, s ciljem razumijevanja u kojoj mjeri roditelji koriste dostupne sigurnosne postavke i koliko su upoznati s mogućnostima koje platforma nudi za zaštitu svojih maloljetnih korisnika.

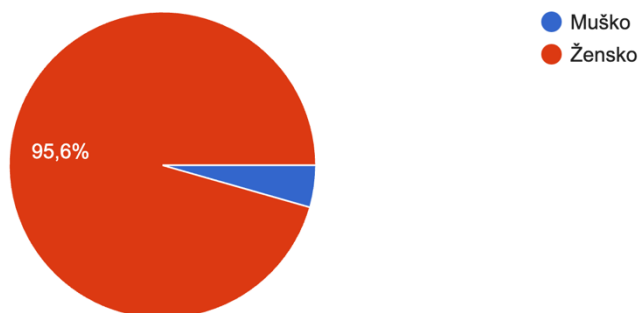
Budući da ne gledaju sva djeca Netflix, pitanja u drugom dijelu upitnika nisu bila obvezna za sve ispitanike, što je omogućilo utvrđivanje koliko djece zapravo koristi Netflixov sadržaj. Anketni je upitnik proveden među 113 ispitanika, pri čemu je najveći broj pripadao dobnoj skupini od 31 do 35 godina, što odgovara generaciji milenijalaca.

8.1. Rezultati anketnog upitnika

Slijede rezultati anketnog upitnika pod nazivom „Analiza medijskog sadržaja namijenjenog djeci na Netflixu - edukativni potencijal i zaštita privatnosti djece”. Prikupljeni podaci su prikazani grafičkim prikazima, a uz svaki grafikon pružena je analiza koja objašnjava rezultate.

Grafički prikaz 1. Spol ispitanika

Spol
113 odgovora

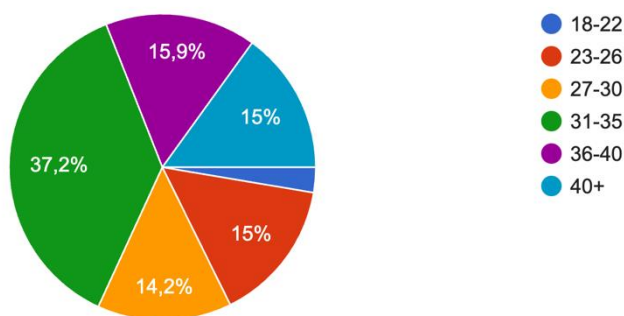


Izvor: izrada autorice

Od ukupno 113 ispitanika, sudjelovalo je 95,6% žena i 4,4% muškaraca.

Grafički prikaz 2. Dobna skupina ispitanika

Dobna skupina
113 odgovora



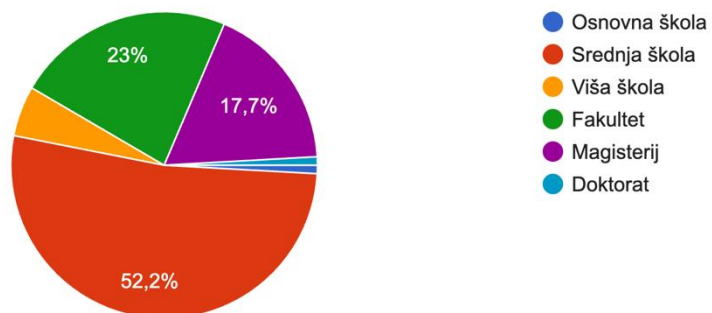
Izvor: izrada autorice

Najveći broj ispitanika, njih 42 (37,2%), pripada dobnoj skupini od 31 do 35 godina. Preostalih 68 ispitanika gotovo je ravnomjerno raspoređeno u četiri grupe, s otprilike jednakim postotkom od oko 15% u svakoj grupi, osim grupe od 18 do 22 godine, koja se izdvaja s tek 3 ispitanika (2,7%).

Grafički prikaz 3. Obrazovni status ispitanika

Obrazovni status

113 odgovora



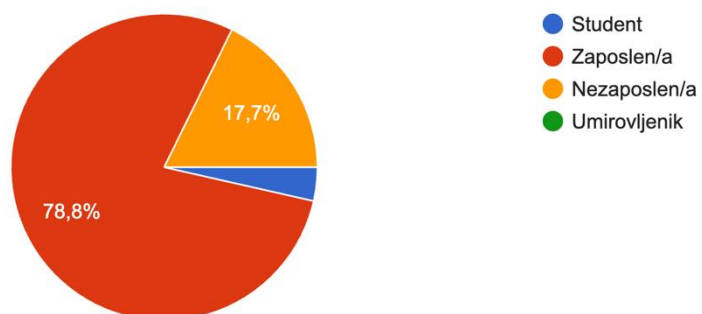
Izvor: izrada autorice

Među ispitanicima, većina ih ima srednjoškolsko obrazovanje, njih ukupno 59 osoba (52,2%). Slijedi fakultetsko obrazovanje, koje je završilo 26 ispitanika (23%), dok 20 ispitanika (17,7%) posjeduje magisterij. Manji broj ispitanika ima višu školu, ukupno 6 osoba (5,3%), dok je samo jedna osoba završila osnovnu školu (0,9%) i jedna doktorat (0,9%).

Grafički prikaz 4. Radni status ispitanika

Radni status

113 odgovora



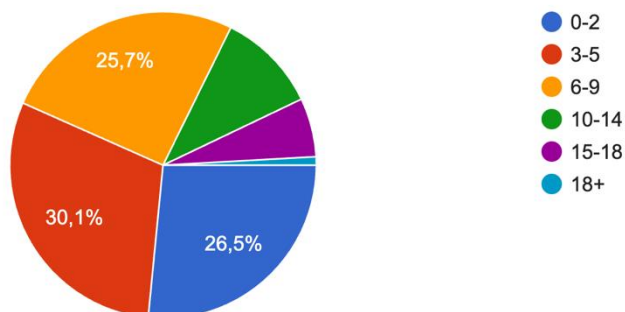
Izvor: izrada autorice

Od ukupnog broja ispitanika, 3,5% ispitanika su studenti, što predstavlja 4 osobe. Najveći dio, 78,8% ispitanika, čine zaposleni, odnosno 89 osoba. Nezaposleni čine 17,5% ispitanika, što je 20 osoba. Nema nijednog ispitanika koji je umirovljenik.

Grafički prikaz 5. Dob djeteta

Koliko godina ima vaše dijete?

113 odgovora



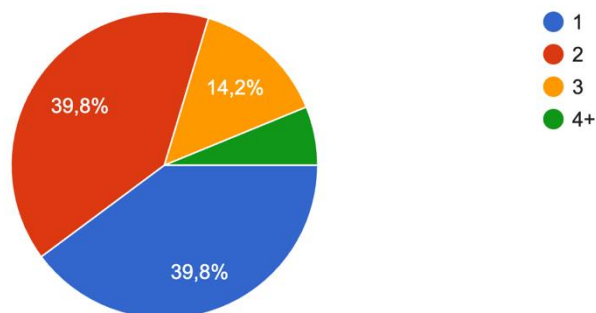
Izvor: izrada autorice

Podaci prikazuju starosnu strukturu djece ispitanika. Najviše djece pripada dobnoj skupini od 3 do 5 godina, što čini 30,1% (34 djece). Slijedi skupina od 0 do 2 godine s 26,5% (30 djece), te djeca u dobi od 6 do 9 godina koja čine 25,7% (29 djece). Djeca u dobi od 10 do 14 godina čine 10,6% (12 djece), dok su djeca od 15 do 18 godina zastupljena sa 6,2% (7 djece). Najmanje je djece starije od 18 godina, s udjelom od 0,9% (1 dijete).

Grafički prikaz 6. Broj djece u obitelji

Koliko djece imate?

113 odgovora



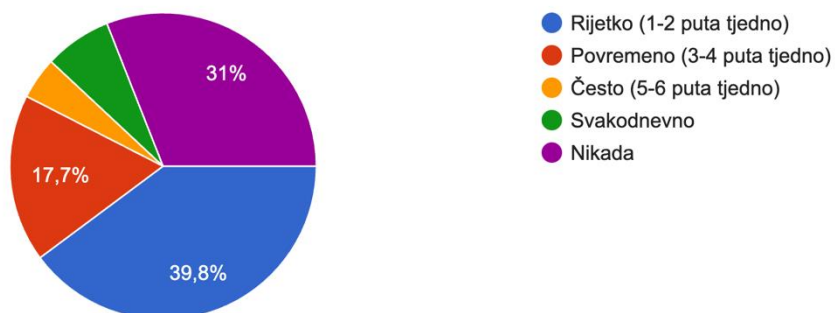
Izvor: izrada autorice

Podaci prikazuju broj djece koje imaju ispitanici. Najveći broj ispitanika, njih 45 (39,8%), ima jedno dijete, a isto toliko ispitanika (45, odnosno 39,8%) ima dvoje djece. Zatim slijede oni s troje djece, kojih je 16 (14,2%). Najmanje ispitanika ima četvoro ili više djece, njih 7, što čini 6,2% ukupnog broja.

Grafički prikaz 7. Učestalost korištenja Netflix-a od strane djece

Koliko često vaše dijete koristi Netflix?

113 odgovora



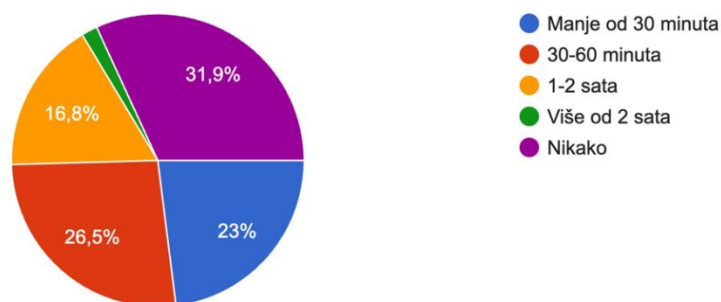
Izvor: izrada autorice

Podaci pokazuju učestalost korištenja Netflix-a među djecom ispitanika. Većina djece, 45 njih (39,8%), koristi Netflix rijetko, 1-2 puta tjedno. Povremeno, 3-4 puta tjedno, Netflix koristi 20 djece, što čini 17,7% ispitanika. Često, odnosno 5-6 puta tjedno, Netflix koristi samo 5 djece (4,4%). Svakodnevno Netflix koristi 8 djece, što čini 7,1%. Zanimljivo je da 35 djece (31%) nikada ne koristi Netflix. Ovi podaci pokazuju da su navike korištenja Netflix-a među djecom vrlo raznolike; s najvećim brojem djece koja ga koriste rijetko ili uopće ne koriste.

Grafički prikaz 8. Vrijeme provedeno na Netflixu dnevno

Koliko vremena vaše dijete provodi gledajući sadržaj na Netflixu dnevno?

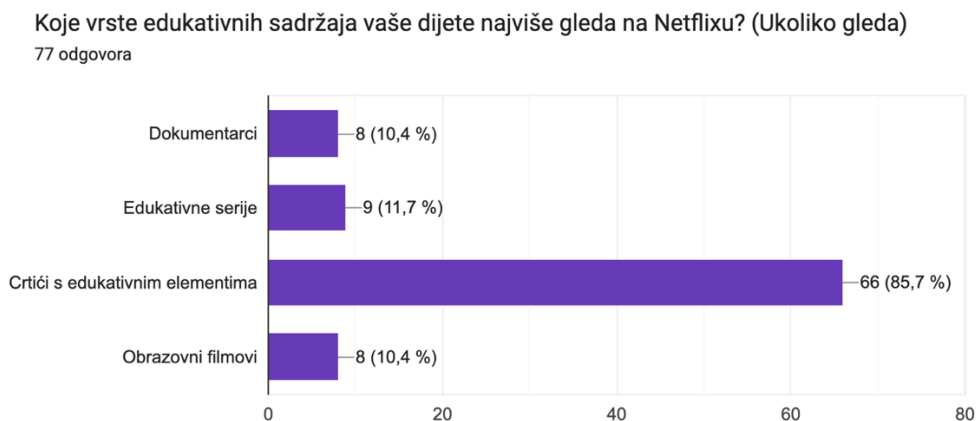
113 odgovora



Izvor: izrada autorice

Podaci prikazuju koliko vremena dnevno djeca provode gledajući sadržaj na Netflixu. Najveći dio djece, 36 njih (31,9%), uopće ne koristi Netflix. Od onih koji koriste, 26 djece (23%) provodi manje od 30 minuta dnevno gledajući sadržaj. Slijedi 30 djece (26,5%) koja provode između 30 i 60 minuta dnevno. Djeca koja gledaju Netflix 1 do 2 sata dnevno čine 16,8% ispitanika (19 djece). Samo 2 djece (1,8%) provode više od 2 sata dnevno na Netflixu. Ovi podaci ukazuju da većina djece ili ne koristi Netflix ili ga koristi u kratkim vremenskim intervalima.

Grafički prikaz 9. Najčešće gledane kategorije na Netflixu



Izvor: izrada autorice

Podaci prikazuju koje vrste edukativnih sadržaja djeca najviše gledaju na Netflixu, s ukupno 77 odgovora. Većina djece, 66 njih (85,7%), najviše gleda crtiće s edukativnim elementima. Edukativne serije prati 9 djece, što čini 11,7% odgovora. Dokumentarci i obrazovni filmovi podjednako su popularni, svaki s po 8 djece koja ih gledaju, što iznosi 10,4% odgovora za svaku kategoriju. Ovi podaci pokazuju da su crtići s edukativnim sadržajem najpopularniji oblik edukacije za djecu na Netflixu.

Na temelju 66 odgovora o crtićima koje djeca najčešće gledaju na Netflixu, najpopularniji su sljedeći:

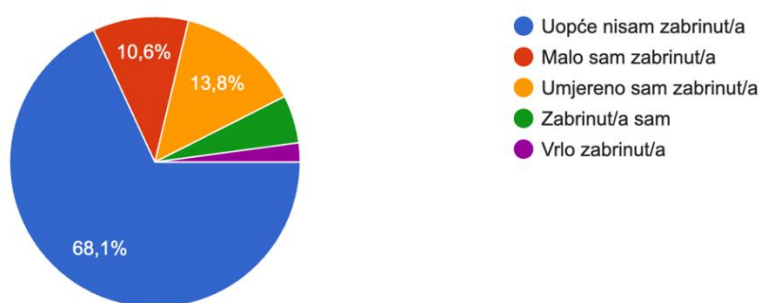
- **Peppa Pig** je najčešće spomenut crtić, s ukupno 7 odgovora, što čini 10,6% svih odgovora.
- **Cocomelon** slijedi kao drugi najpopularniji crtić, s 4 odgovora, što čini 6,1% svih odgovora.
- **Maša i Medo** i **Štrumpfovi** su također često spominjani, svaki s 3 odgovora, što čini 4,5% svih odgovora.
- **Gabbyna kuća lutaka** (Gabbys Dollhouse) se spominje 3 puta, što također čini 4,5% svih odgovora.
- **Paw Patrol** i **Matilda** su navedeni 2 puta, što čini 3% svih odgovora.

Osim ovih, ostali crtici koji su spomenuti samo jednom uključuju različite animirane filmove, serije i dokumentarce, poput Brain Child, Troplovi, Madagaskar, Crtani filmovi (jednoroz, očuvanje prirode), Superknjiga i drugi. U odgovorima su se, uz najpopularnije crtiće kao što su Peppa Pig i Cocomelon, spomenuli i edukativni crtici poput Ada Vijugica i Izzyn svijet koala.

Grafički prikaz 10. Zabrinutost roditelja za privatnost djece na Netflixu

Jeste li zabrinuti zbog privatnosti vašeg djeteta dok koristi Netflix?

94 odgovora



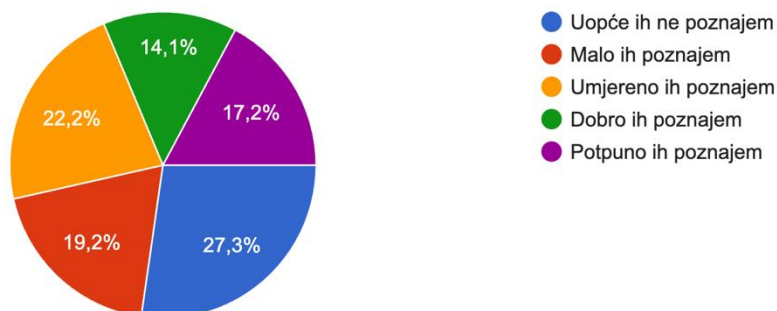
Izvor: izrada autorice

Na temelju 94 odgovora o zabrinutosti vezanoj uz privatnost djece dok koriste Netflix, većina roditelja, njih 64 (68,1%), nije uopće zabrinuta zbog privatnosti svog djeteta. Manji broj, 10 roditelja (10,6%), malo je zabrinut, dok 13 roditelja (13,8%) izražava umjerenu zabrinutost. Pet roditelja (5,3%) je zabrinuto, a samo dvoje roditelja (2,1%) je vrlo zabrinuto zbog privatnosti svog djeteta na Netflixu.

Grafički prikaz 11. Razina znanja o privatnosti i sigurnosnim opcijama Netflixu među roditeljima

Koliko dobro poznajete postavke privatnosti i sigurnosne opcije dostupne na Netflixu?

99 odgovora



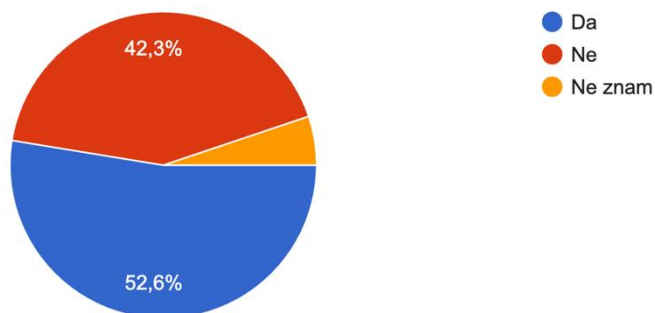
Izvor: izrada autorice

Na temelju 99 odgovora o poznavanju postavki privatnosti i sigurnosnih opcija na Netflixu, većina roditelja pokazuje različite razine poznavanja ovih opcija. Najveći broj, 27 roditelja (27,3%), uopće ne poznaje postavke privatnosti i sigurnosne opcije. Manji broj, 19 roditelja (19,2%), malo poznaje te postavke, dok 22 roditelja (22,2%) umjereno poznaje opcije. Četrnaest roditelja (14,1%) dobro poznaje te postavke, dok 17 roditelja (17,2%) potpuno poznaje postavke privatnosti i sigurnosti na Netflixu. Ovi podaci sugeriraju da postoji značajan broj roditelja koji ili ne poznaju ili imaju samo osnovno razumijevanje postavki privatnosti i sigurnosnih opcija na ovoj platformi.

Grafički prikaz 12. Upotreba roditeljskog nadzora na Netflixu

Koristite li roditeljski nadzor na Netflixu za vaše dijete?

97 odgovora



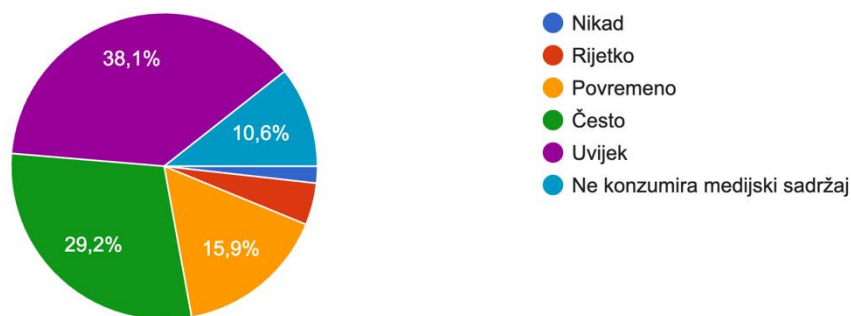
Izvor: izrada autorice

Na temelju 97 odgovora o korištenju roditeljskog nadzora na Netflixu, većina roditelja, 51 (52,6%), koristi ovu opciju za svoje dijete. S druge strane, 41 roditelj (42,3%) ne koristi roditeljski nadzor. Pet roditelja (5,2%) nije sigurno ili ne zna koriste li roditeljski nadzor.

Grafički prikaz 13. Vrijeme posvećeno nadzoru medijskog sadržaja od strane roditelja

Koliko vremena posvećujete nadzoru medijskog sadržaja kojeg vaše dijete konzumira?

113 odgovora



Izvor: izrada autorice

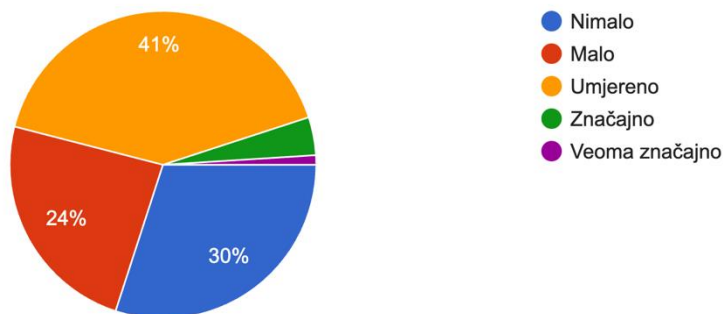
Na temelju 113 odgovora o vremenu posvećenom nadzoru medijskog sadržaja kojeg dijete konzumira, većina roditelja prati medijski sadržaj svog djeteta na različite načine. Najveći broj, 43 roditelja (38,1%), uvijek nadzire medijski sadržaj, dok 33 roditelja (29,2%) čini to često. Osamnaest roditelja (15,9%) nadzire sadržaj povremeno, dok 5 roditelja (4,4%) to čini rijetko, i samo 2 roditelja (1,8%) nikad ne nadzire medijski sadržaj.

Na temelju 113 odgovora o tome koliko vremena posvećujete nadzoru medijskog sadržaja, samo 12 roditelja (10,6%) navodi da njihovo dijete ne konzumira medijski sadržaj. Ovo je uočljivo niži postotak u odnosu na ranije podatke koji su pokazali da 31% djece nikada ne koristi Netflix. Ovaj nesklad može ukazivati na to da, dok mali broj roditelja izvještava da njihova djeca uopće ne konzumiraju medijski sadržaj, postoji veći broj onih koji možda koriste druge platforme ili oblike medija. Razlika između percepcije roditelja koji smatraju da njihova djeca ne konzumiraju medijski sadržaj i onih koji su rekli da njihova djeca ne koriste Netflix može sugerirati da se medijski sadržaj ne svodi samo na Netflix, već uključuje i druge izvore zabave i edukacije. Ovaj kontrast može ukazivati na to da roditelji koji prijavljuju da njihova djeca ne koriste Netflix možda misle na druge platforme ili oblike medijskog sadržaja.

Grafički prikaz 14. Ocjena utjecaja Netflix-a na obrazovni razvoj djeteta

Koliko smatrate da je Netflix doprinio edukativnom razvoju vašeg djeteta?

100 odgovora



Izvor: izrada autorice

Na temelju 100 odgovora o tome koliko Netflix doprinosi edukativnom razvoju djece, većina roditelja vjeruje da Netflix ima umjeren utjecaj. Konkretno, 41 roditelj (41%) smatra da je doprinos umjeren. Manji broj roditelja smatra da Netflix nije doprinio edukativnom razvoju njihovog djeteta nimalo, njih 30 (30%). Također, 24 roditelja (24%) vjeruje da je doprinos bio mali. Četiri roditelja (4%) misle da je doprinos značajan, dok samo jedan roditelj (1%) smatra da je utjecaj Netflix na edukativni razvoj njihovog djeteta veoma značajan. Ovi podaci pokazuju da se većina roditelja slaže da Netflix ima određeni, ali ne presudan utjecaj na edukativni razvoj djece.

9. ANALIZA NETFLIXA KAO STREAMING PLATFORME

9.1. Dostupni edukativni sadržaji za djecu

Dječji edukativni, odnosno obrazovni sadržaji za djecu podijeljeni su na Netflixu u četiri kategorije:

1. Vedri obrazovni naslovi za djecu
2. Obrazovni naslovi za djecu sa životinjama koje govore
3. Dječji obrazovni naslovi snimljeni prema knjigama, i
4. Dječji obrazovni naslovi

Tablica 3. Analiza edukativnih programa na Netflixu

CRTIĆ	SINKR.	TITL.	OPIS
IGRE RIJEČI MATEMATIKA	Ne	Da	Putem interaktivne igre i izazova djeca uče osnovne matematičke pojmove kao što su zbrajanje, oduzimanje, množenje i dijeljenje. Svaka je epizoda specifična matematička tema, a zadatci su prilagođeni svim dobnim skupinama.
ADA VIJUGICA	Da	Da	Mlada izumiteljica Ada svoje znanje iz područje STEM-a (znanost, tehnologija, inženjering, matematika) koristi za rješavanje problema uz pomoć svojih prijatelja. Za te je probleme potrebna kreativnost, kritičko razmišljanje i suradnja od strane djece koja se potiču na istraživanje i razvijanje STEM vještina.
ŽIVOTINJSKI SLUČAJEVI	Ne	Ne	Grupa životinja detektiva kroz edukativne priče rješava misterije i zagonetke koristeći se logikom, opažanjem i timskim radom. Djecu se potiče na kritičko razmišljanje i analitičke vještine.

ARPO	Ne	Da	Robot Arpo čuva djecu u jednoj obitelji te se svakodnevno susreće sa raznim izazovima. Kroz svoju pustolovinu uči djecu o važnosti obiteljskih odnosa i prijateljstva, kao i empatije, odgovornosti i strpljenja. Komunikacija u seriji se uglavnom odvija kroz geste, izraze lica i situacijske komedije, čime se dodatno ističe neverbalna komunikacija i humor kroz fizičke radnje.
PRIČABOTI PITAJ NAS	Da	Da	Djeca iz cijelog svijeta postavljaju pitanja robotima o različitim temama, a na ta pitanja odgovaraju roboti na zanimljiv i zabavan način. Djecu se potiče da istražuju i razmišljaju kako bi mogli postavljati pitanja i tražiti odgovore.
GABINA KUĆA LUTAKA	Da	Da	Djevojčica Gaba ima magičnu kuću lutaka u kojoj ulazi kroz razne svjetove i pustolovine, svaku s novim likovima i pričama. Kroz svoje pustolovine uči djecu o prijateljstvu, kreativnosti, suradnji, ali i važnosti igre i istraživanja.
RIDLEY JONES	Da	Da	Djevojčica Ridley živi u muzeju te zajedno sa svojim prijateljima istražuje i rješava muzejske tajne i misterije. Kroz istraživanje na zanimljiv način uče djecu o povijesti, znanosti i kulturi.
LITTLE BABY BUM	Da	Da	Pomoću pjesmice, brojalice i animacije uči se o brojevima, bojama, oblicima i riječima. Na taj se način potiče razvoj jezičnih i motoričkih vještina kod djece.
IZZYIN SVIJET KOALA	Da	Da	Djevojčica Izzy i njezine plišane koale istražuju prirodu i uče o drugim životinjama i ekosustavima. Osim o važnosti očuvanja prirodnih staništa, djeca uče o prirodi, ekologiji i zaštiti okoliša.
VAFLIĆ I MOČIĆ - BLAGDANSKA GOZBA	Ne	Da	Posebna epizoda serije Vaflić i Močić prikazuje dva prijatelja koja tijekom blagdana pripremaju blagdansku gozbu te uče o različitim tradicijama, kulturama te važnosti prijateljstva i obitelji, na topao i humorističan način.
DEEPA ANOOP	Ne	Da	Djevojčica Deepi uz pomoć prijatelja i obitelji rješava svakodnevne probleme te uči o životnim lekcijama, kao što su obitelj, prijateljstvo, ali i snalažljivost.
VAFLICA I MOČIĆ	Ne	Da	Dva najbolja prijatelja, Vaflica i Močić, uče o važnosti prijateljstva i suradnje tijekom rješavanja problema kroz zabavne i humoristične poruke.
BADANAMU POP	Ne	Ne	Malo selo Bodanomu puno je magije, čudesa i fantazije. što djecu potiče na maštanje i istraživanje zajedno s likovima iz malog sela. Djeca istovremeno uče o znatiželji, prijateljstvu, hrabrosti i važnosti suradnje.
NE BAŠ NARVAL	Ne	Da	Naraval se zbog različitih osobina ne uklapa u zajednicu, zbog čega, kroz razne pustolovine, nauči prihvatiti sebe i svoje posebnosti. Djecu se uči o samoprihvatanju i samopouzdanju te o izazovima društvenih normi.
TRI MAČIĆA	Da	Ne	Tri mačića uče o životu kroz svoje svakodnevne pustolovine, ali se susreću i s raznim problemima. Na zabavan i edukativan način rješavaju te probleme uz svoje prijatelje i obitelj.
COCOMELON	Da	Da	Brojevi, boje, oblici i riječi osnovni su pojmovi koji se spominju u brojalicama i pjesmicama ove serije, što potiče motorički i jezični razvoj kod djece.

TELETABISI	Ne	Da	Četiri lika, Teletabisi, uče djecu o igri i učenju kroz jednostavne priče i aktivnosti. Potiče na razvoj socijalnih i kognitivnih vještina te je više usmjerena na predškolski razvoj.
ULICA COCOMELON	Da	Da	Proširenje serije Cocomelon - KOPIRANO "Ulica CocomelonS" je proširenje popularne serije Cocomelon koje uključuje nove likove i priče. Fokusira se na svakodnevne pustolovine i učenje kroz pjesmice i priče koje pomažu djeci u razvoju osnovnih vještina i razumijevanju svijeta oko sebe.
STORY BOTS	Ne	Ne	Roboti odgovaraju na pitanja djece iz cijelog svijeta te potiču djecu na znatiželju i istraživanje, baveći se svim temama.
VILINSKI DNEVNICI	Ne	Da	Skupina vila u čarobnom kraljevstvu ima moć kojom rješavaju probleme i štite svoje kraljevstvo. Njihovom suradnjom, potiču na prijateljstvo i timski rad, ali i veliku hrabrost koja je potrebna kako bi se suočili sa izazovima.

Izvor: izrada autorice

Ova tablica sadržaja prikazuje raznolikost edukativnih crtića dostupnih na Netflixu. Zajedničko svim ovim crtićima jest da su primjereni za sve uzraste te da su svi navedeni crtići zapravo serije. Brojna su područja o kojima se nešto može naučiti putem ovih crtića, kao što su STEM, prirodne znanosti, ekologija, emocije, socijalizacija i sl. Bitno što se može usporediti kod navedenih crtića jest jezična podrška koju pružaju, ovisno o tome nude li sinkronizaciju i titlove. Većina crtića nudi tu opciju, što je iznimno važno za mlađu djecu koja ne znaju čitati već crtiće prate slušajući. Neki od crtića koji nude tu sinkronizaciju jesu Ada Vijugica, Pričaboti pitaj na, Gabina kuća lutaka, Ridley Jones, Little Baby Bum, Izzyin svijet koala, Cocomelon, Tri mačića i Ulica Cocomelon, što je skoro polovica navedenih crtića. Nadalje, gotovo svi crtići nude titlove, što olakšava praćenje sadržaja ovisno o preferencama gledatelja.

Teme koje ovi crtići pokrivaju raznolike su, a putem njih djeca mogu učiti o matematici, STEM-u (Ada Vijugica), ekologiji (Izzyin svijet koala) povijesti, znanosti i kulturi (Ridley Jones), te brojnim drugim područjima. Posebno su važni oni crtići koji uče o socijalnom i emocionalnom razvoju, pritom govoreći o važnosti obiteljskih odnosa (Arpo), samopouzdanju, prijateljstvima, prihvaćanju sebe i drugih (Ne baš narval) te poticanju socijalnih i kognitivnih vještina (Teletabisi).

Brojni su crtići interaktivne prirode jer potiču djecu na postavljanje pitanja i istraživanja, ali i kritičko razmišljanje i znatiželju koja se nerijetko javlja. Ipak, postoje i crtići koji se koriste neverbalnom komunikacijom kako bi prenijeli poruke o važnosti suradnje i društvene interakcije.

Bitna je činjenica da, neovisno o temi, crtići različitim metodama učenja i interakcijom na zabavan i nenametljiv način nastoje potaknuti djecu na usvajanje novih znanja i razvijanje kritičkih vještina koje su iznimno bitne. Također, pozitivna je činjenica kako je velik dio crtića dostupan sa sinkronizacijom, što ih čini dostupnima i za najmlađe. Raznolikost sadržaja Netflixovih crtića idealan je za sve koji traže kvalitetne programe za djecu, a putem kojih će oni moći na prirodan način razvijati emocionalnu i intelektualnu zrelost.

9.2. Mjere i strategije sigurnosti i privatnosti djece na Netflixu

Netflixov primarni cilj jest zabaviti obitelji diljem svijeta te im osigurati odrastanje uz Netflix i uživanje neovisno o njihovoj dobi. Kako navode na svome webu, jedan su od najvećih australskih doprinositelja sadržaja za mlade i djecu, a za što su uložili više od 500 milijuna dolara u posljednje četiri godine. Neki od favorita među tim sadržajima jesu Dive Club, True Spirit, A Second Change i dr. Na Dan sigurnijeg Interneta objavili su kampanju pod nazivom „Poveži se, razmisli, zaštititi” s ciljem poticanja roditelja da donose prave odluke za svoju obitelj.

Govoreći o povezivanju, Netflix ističe kako želi osigurati da se djeca povezuju s prikladnim filmovima i emisijama, stoga sav svoj sadržaj označavaju dobnim ocjenama i savjetima potrošača o najboljim filmovima za filmsku večer. Nadalje, *razmišljanjem* žele usmjeriti roditelje na niz roditeljskih kontrola koje su izdane tijekom godina. Svaki Netflix ima ugrađen dječji profil koji roditelji mogu ograničavati putem lozinki, kao i odrediti dobne razine ili ograničiti određene naslove. Također, roditelji kroz povijest gledanja mogu pratiti što su djeca gledala na svojim profilima. Zaštita upućuje na svijest o različitostima interesa i vrsta obitelji, stoga naglašavaju kako provode istraživanja s obiteljima i stručnjacima kako bi svoje alate prilagodili na učinkovit i jednostavan način. (Netflix, 2023)

Izrada je profila za djecu jednostavna te se koraci mogu pronaći na Netflixovom webu. Na ovoj vrsti računa ne može se pristupiti postavkama računa, nisu dostupne Netflix igre te je cijeli profil izrađen jednostavnim dizajnom i prepoznatljivim logotipom na ikoni profila. Kada roditelji postave dobno ograničenje, na profilima će se prikazivati samo naslovi koji odgovaraju tom ograničenju. Također, svi se profili na Netflixu mogu zaključati što dodatno povećava sigurnost

djece i njihovog kontakta s neprimjerenim sadržajem. Roditelji mogu postaviti PIN za dodavanje novog profila, uključiti ili isključiti automatsku reprodukciju, pristupiti povijesti gledanja te blokirati sav sadržaj koji ne žele ponuditi svojoj djeci. <https://help.netflix.com/hr/node/264>

Prema svim navedenim informacijama i mjerama zaštite koje Netflix nudi roditeljima, djeca ne mogu doći u kontakt s neprimjerenim sadržajem ili ugroziti svoju privatnost i sigurnost na bilo koji način. Uz sve mjere opreza i zaštite, važno je da roditelji istražuju Netflix sa svojim djetetom kako bi ono moglo naučiti kako se pravilno koristiti ovom platformom, ali i da se dogovore oko osnovnih pravila. Primjerice, jedan od važnijih dogovora bio bi koliko dijete može provesti vremena na Netflixu tijekom dana, a ukoliko je dijete malo, važno je da se sadržaj pogleda i recenzira prije nego što se pusti djetetu da ga pogleda. (ISPPC, n.d.)

10. RASPRAVA

Na temelju prethodnog istraživanja edukativnih crtića dostupnih na Netflixu i njihovih sadržaja, može se zaključiti kako Netflixov edukativni program sadrži sva obilježja edukativnog. Unatoč činjenici da nemaju svi crtići titlove i sinkronizaciju, što smanjuje njihovu dostupnost mlađoj djeci, velika većina ih je sinkronizirana ili sadrži titlove. Također, crtići na Netflixu pokrivaju širok raspon tema, što djeci nudi mogućnost da prošire svoje znanje iz raznih područja: STEM, prirodne znanosti, emocije, socijalizacija, ekologija i slično. Edukacija koju crtići nastoje provesti potpuno se odvija putem zabave, što djecu na nenametljiv, a istovremeno zabavan način, nastoji potaknuti na učenje. Također, velik dio crtića traži od djece interakciju, postavljajući im pitanja te ih potičući na istraživanje i kritičko razmišljanje. Ovi elementi važni su za razvoj vještina bitnih za obrazovanje, a također su i među najvažnijim karakteristikama edukativnog sadržaja. Nadalje, posebno je važan sadržaj koji usmjerava djecu na razumijevanju obiteljskih odnosa, prijateljstva te prihvaćanja sebe i drugih. Na ovaj način edukativni karakter takvog sadržaja ne nudi samo intelektualno učenje, već utječe i na socijalni i emocionalni razvoj djece. Stoga, promatrajući sadržaj i elemente Netflixovih crtića, potvrđuje se hipoteza broj 1. koja govori kako Netflixov edukativni program za djecu sadrži sva obilježja edukativnog.

Nadalje, u anketnom je upitniku postavljeno pitanje roditeljima da navedu koje crtiće, odnosno sadržaj gledaju njihova djeca. Od 66 odgovora na to pitanje, te od 19 prethodno spomenutih edukativnih crtića koji se mogu pronaći na Netflixu, spomenulo se tek njih pet:

- **Cocomelon** - najčešće spomenut edukativni crtić s 5 spominjanja.
- **Gabina Kuća Lutaka** - spomenuta 3 puta.
- **Ada Vijugica, Izzyin Svijet Koala, i Tri Mačića** - spomenuti jednom.

Ostali edukativni crtići s popisa nisu spomenuti u odgovorima. Ova je činjenica u skladu s odgovorima u anketi, gdje su se roditelji imali priliku izjasniti koliko smatraju da je Netflix utjecao na edukativan razvoj djece, gdje značajan postotak (30%) roditelja smatra da Netflix nije doprinio edukativnom razvoju njihove djece nimalo. Iako većina roditelja smatra da Netflix ima umjeren (41%) ili malen (24%), a neki čak i značajan (5%) utjecaj na edukativni razvoj djece, Netflixov sadržaj zasigurno nije jedini faktor u edukaciji i razvoju njihove djece. Većina odgovora na pitanje o najčešće gledanim crtićima uključuje zabavne sadržaje, dok su specifični edukativni crtići, kao što su Ada Vijugica, Izzyin Svijet Koala i Cocomelon, spomenuti samo u manjim postocima odgovora. Ostali edukativni crtići s popisa nisu spomenuti u odgovorima, što ukazuje da, iako postoji interes za edukativne sadržaje, zabavni sadržaji dominiraju u izboru. Ova činjenica djelomično opovrgava hipotezu da roditelji u velikoj mjeri preferiraju edukativne programe s Netflixu kao ključan alat za razvoj vještina i znanja djece. Umjesto toga, rezultati sugeriraju da su zabavni sadržaji češće u fokusu, a edukativni sadržaji nisu uvijek prepoznati kao ključni faktor u obrazovanju djece.

Kada je riječ o poznavanju postavki privatnosti i sigurnosti koje Netflix nudi, čak 27,3% roditelja uopće nije upoznato s navedenim postavkama, dok 19,2% roditelja djelomično poznaje postavke. Oko 53,5% roditelja pokazalo je različite razine poznavanja – od umjerenog do potpunog razumijevanja. Iako je taj postotak većinski, i dalje postoji značajan postotak onih koji nisu u dovoljno informirani. Nadalje, Netflix sve opcije za zaštitu djece od strane roditelja nudi pod kategorijom “Roditeljski nadzor” koju koristi 52,6% roditelja, dok druga polovica (42,3%) roditelja ne koristi roditeljski nadzor ili uopće ne zna koristi li ga (5,2%). Iako popriličan dio

roditelja kontrolira medijski sadržaj koji dijete gleda, čak 38,1% roditelja, veći dio to čini često, povremeno, rijetko ili nikad.

Ovi podatci upućuju na to da je praksa nadzora medijskog sadržaja raznolika, ali većinom upućuje na nedovoljno iskorištavanje svih mogućnosti za zaštitu i privatnost. Ipak, skromna praksa zaštite privatnosti roditelje ne brine jer čak 68,1% njih navodi kako nisu zabrinuti zbog sigurnosti djeteta na Netflixu, dok je manji broj njih manje (10,6%) ili umjereno (13,8%) zabrinut. Navedeni podatci ukazuju na to kako su roditelji svjesni potencijalnih rizika, ali ne koriste sve dostupne opcije za zaštitu.

Navedene informacije, obzirom na popriličan broj roditelja koji ipak koristi sve mogućnosti za zaštitu privatnosti i sigurnosti djece na Netflixu te nadzire sadržaj koji djeca gledaju, djelomično potvrđuje treću hipotezu. Ipak, u današnje digitalno doba važno je da su roditelji medijski pismeni i informirani, upravo zbog njihove uloge koja je ključna kada je riječ o pripremi djece na rizike koji postoje pri korištenju interneta. Stoga je važno dodatno obrazovanje roditelja o sigurnosnim opcijama ne samo na Netflixu, već i na svim medijskim sadržajima i platformama koji su djeci ponuđeni.

11. ZAKLJUČAK

Kroz detaljnu analizu Netflixovih edukativnih sadržaja i stavova roditelja, ovo istraživanje pruža uvid u složene odnose između medija, djece i obrazovanja u digitalnom dobu. Medijska konvergencija i razvoj streaming servisa, kao što je Netflix, značajno su promijenili način na koji djeca pristupaju obrazovnim sadržajima. Streaming platforme omogućuju ne samo pristup velikom broju sadržaja, već i prilagodbu tih sadržaja specifičnim potrebama i interesima djece.

Netflix je, kao jedan od vodećih streaming servisa, posvećen pružanju raznovrsnih edukativnih programa koji pokrivaju razne teme, a sve kroz zabavne i interaktivne pristupe, čime ovi sadržaji nastoje potaknuti djecu na učenje i razvoj važnih vještina. Analizom je potvrđeno da veliki broj edukativnih crtića na Netflixu ispunjava kriterije obrazovnog sadržaja, potičući djecu na istraživanje i kritičko razmišljanje.

Na temelju prethodnih istraživanja i analize Netflixovih edukativnih crtića, može se uočiti da, iako platforma nudi bogatstvo edukativnog sadržaja, stvarni utjecaj na obrazovni razvoj djece nije uvijek u skladu s očekivanjima. Netflixov program za djecu sadrži značajne edukativne elemente i pokriva širok raspon tema, uključujući STEM područja, prirodne znanosti, socijalizaciju i emocionalni razvoj. Mnogi crtići potiču interakciju, istraživanje i kritičko razmišljanje, što su važni za kognitivni razvoj djece. Međutim, rezultati ankete ukazuju na to da, iako postoji interes za edukativne sadržaje, većina djece češće gleda zabavne programe, dok su specifični edukativni crtići spomenuti samo u manjem postotku odgovora. Ovi nalazi sugeriraju da, iako Netflix nudi vrijedne edukativne resurse, zabavni sadržaji i dalje dominiraju, što djelomično opovrgava hipotezu o velikom utjecaju edukativnih sadržaja na razvoj djece.

Pitanje zaštite privatnosti i sigurnosti djece na internetu također se pokazuje kao ključni aspekt. Istraživanje je pokazalo da značajan broj roditelja nije u potpunosti informiran o opcijama za zaštitu koje Netflix nudi. Dok se dio roditelja koristi roditeljskim nadzorom, mnogi nisu svjesni svih dostupnih alata ili ih ne koriste u potpunosti. Ovi rezultati ističu potrebu za dodatnim obrazovanjem roditelja o sigurnosnim mjerama i mogućnostima zaštite privatnosti, kako bi se osigurala sigurna i pozitivna upotreba digitalnih medija.

Unatoč svemu, važno je prepoznati da, iako mediji mogu imati edukativnu vrijednost, njihova prekomjerna upotreba može imati ozbiljne posljedice na razvoj djece. Da bi se maksimizirale koristi i minimizirali negativni učinci, roditelji moraju aktivno sudjelovati u nadzoru i odabiru medijskog sadržaja. Unatoč dostupnim opcijama za roditeljski nadzor, istraživanje pokazuje da mnogi roditelji nisu u potpunosti informirani o svim dostupnim sigurnosnim mjerama. Stoga je ključno dodatno obrazovanje roditelja o sigurnosnim opcijama i pravilnom korištenju medija. U konačnici, uravnotežen pristup medijima, u kojem se kombiniraju zabavni i edukativni sadržaji uz aktivno praćenje roditelja, može pomoći u osiguravanju pozitivnog utjecaja medija na razvoj djece, dok se istovremeno minimiziraju negativni efekti.

Razumijevanje i primjena alata za zaštitu privatnosti, kao i promicanje medijske pismenosti, ključni su za osiguranje da djeca koriste medije na način koji doprinosi njihovom zdravom razvoju i obrazovanju. Pravne regulative i alati za roditeljski nadzor trebaju biti upotrijebljeni u svrhu osiguravanja da digitalno okruženje bude sigurno i korisno za djecu i mlade.

12. LITERATURA

1. A. Albadri, H. (2023) "*The Convergence of Traditional Media to the Digital Communicative Environment- The Reality and Gap*," Information Sciences Letters: Vol. 12 : Iss. 4 , PP -. URL: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol12/iss4/8>. [pristup: 08.08.2024].
2. Baji, M. I. (2019) *Influence of watching television on children's socialization: The role of the family*. Journal of the Nigeria Council of Educational Psychologists, 13 (1): 246-259.
3. Buckingham, D. (2003) '*Chapter Three*', in *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press
4. Čakmazović, A. (2021) *Medijska pismenost za najmlađe: Multimedijiski priručnik za djecu predškolske i rane školske dobi*. Zagreb: Savez društava "Naša djeca" Hrvatske. ISBN: 978-953-6103-63-8.
5. Car, V. (2010). Televizija u novomedijskom okruženju. *Medijske studije*, 1 (1-2), 91-103. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/76704>. [pristup: 19.07.2024].
6. Chaudron, S., Di Gioia, R., Gemo, M. (2018). *Young Children (0-8) and Digital Technology*. A qualitative study across Europe. EUR 29070. Publication Office of the European Union.
7. Ćosić Predrag, I. (2019). *Kako roditelji mogu podržati djecu u svijetu medija*. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/03/Priprema-zaroditeljske-sastanke-u-djec%CC%8Cjim-vrtic%CC%81ima.pdf> . [pristup: 23.07.2024].
8. Dore, R. A., Logan, J., Lin, T.-J., Purtell, K. M., & Justice, L. M. (2020). *Associations between children's media use and language and literacy skills*. *Frontiers in Psychology*, 11, 1734. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01734. [pristup: 28.07.2024].
9. Engadget (2024) *The best streaming services in 2024*. URL: https://www.engadget.com/deals/labor-day-sales-to-shop-right-now-the-best-tech-deals-we-found-from-apple-amazon-samsung-and-others-100032999.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAFD_BZqtnXhjfqJUgMgwZTJQQJZBseJgNWo_3nfUbsOPZ6ynd9nxBXFTezsbMgdLsSt-zpe1lXIfCrJ5-4i8384I7knnxnQwuyW0xyelwR-PHk3moSJX-MS8Oh2y9_fsDCCUZWRQIMYBEaUdotgBDo3xgnirPRy6Besil4vOQwTw

10. Faizi, R., El Afia, A. and Chiheb, R. (2013) *Exploring the potential benefits of using social media in education*. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 3, pp. 50-53. doi: 10.3991/ijep.v3i4.2836. [pristup: 13.07.2024].
11. Hobbs, R. (2008). *Debates and challenges facing new literacies in the 21st century*. In International handbook of children, media and culture, ed. Livingstone & Drotner, 431-447. London: Sage Publications.
12. Hosch, W. L. and Ashburn, N. (2024, September 2). *Netflix*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/money/Netflix-Inc>
13. Internet Matters (2024). *Internet Matters: Helping parents keep their children safe online*. URL: <https://www.internetmatters.org/>. [pristup: 26.08.2024].
14. ISPC. (n.d.). *How to keep your child safe on Netflix*. Irish Society for the Prevention of Cruelty to Children. URL: <https://www.ispcc.ie/how-to-keep-your-child-safe-on-netflix/> [pristup: 26.08.2024].
15. Jerković, G., Rauker Koch, M. i Jauk, M. (2023). *Multimedijske streaming platforme*. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 14 (1), 67-75. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/306589>. [pristup: 02.07.2024].
16. Jooyeon, P. (2017): *Media Literacy, Media Competence and Media Policy in the Digital Age*. Presented at 2017 Hawaii University International Conferences. Honolulu, Hawaii: Retrieved from <https://huichawaii.org/wp-content/uploads/2017/02/Park-Jooyeon-2017-AHSE-HUIC.pdf> [pristup: 16.07.2024].
17. Jurčić, D. (2017) *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj*. Stručni članak. UDK: 070.1 316.774.
18. Kabali, H.K., Irigoyen, M.M., Nunez-Davis, R., Budacki, J.G., Mohanty, S.H., Leister, K.P. and Bonner, R.L. Jr. (2015) *Exposure and use of mobile media devices by young children*. Pediatrics, 136(6), pp. 1044-1050. doi: 10.1542/peds.2015-2151. [pristup: 26.08.2024].
19. Kalamar, D. (2016). *Konvergencija medija i transformacija publike*. Informatologia, 49 (3-4), 190-202. URL: <https://hrcak.srce.hr/173849>. [pristup: 18.08.2024].
20. Karačić, M. i Pasković, S. (2022). *Uloga medija u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima*. Marsonia: časopis za društvena i humanistička istraživanja, 1 (1), 59-74. URL: <https://hrcak.srce.hr/281840>. [pristup: 14.08.2024]

21. Khan, H. and Paracha, S. (2019) *Educational programs on children television: a content analysis*. Global Regional Review, IV, pp. 388-397. doi: 10.31703/grr.2019(IV-IV).42. [pristup: 26.08.2024].
22. Kirkorian, H.L., Wartella, E.A., & Anderson, D.R. (2008). Media and Young Children's Learning. *The Future of Children* 18(1), 39-61. <https://dx.doi.org/10.1353/foc.0.0002>. [pristup: 26.08.2024].
23. Labaš, D. (2009.) „*Međuljudska komunikacija, novi mediji i etika*“, u: D. Labaš (ur.) *Novi mediji - nove tehnologije - novi moral*, Zagreb: Hrvatski studiji, str. 13-40.
24. Labaš, D., Ciboci, L., Kanižaj, I. (2021.) *Mediji i djeca predškolske dobi*. Priručnik za odgojitelje u dječjim vrtićima. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu, 2021
25. Livingstone, S. (2004). *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies*. *The Communication Review*(7. The Communication Review. 7. 10.1080/10714420490280152.
26. Lozić, J. (2020) *Netflix streaming platforma: lider „nove“ medijske industrije*. *Polytechnic and design*, 8 (4), 221-228. <https://doi.org/10.19279/TVZ.PD.2020-8-4-02>. [pristup: 14.08.2024]
27. Matyjas, B. (2015). *Mass Media and Children. Globality in Everyday Life*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 174. 2898-2904. 10.1016/j.sbspro.2015.01.1026.
28. *Medijska pismenost (2023) Potpisana prva povelja o sigurnosti djece na internetu*. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/potpisana-prva-povelja-o-sigurnosti-djece-na-internetu/> [pristup: 26.08.2024].
29. Miliša, Z. i Milačić, V. (2010). *Uloga medija u kreiranju slobodnog vremena mladih*. *Riječki teološki časopis*, 36 (2), 571-590. URL: <https://hrcak.srce.hr/121846>
30. Muppalla, S.K., Vuppalapati, S., Reddy Pulliahgaru, A. and Sreenivasulu, H. (2023) *Effects of excessive screen time on child development: An updated review and strategies for management*. *Cureus*, 15(6), p. e40608. doi: 10.7759/cureus.40608. PMID: 37476119; PMCID: PMC10353947.
31. Mužić, J. (2014). *Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu*. *Obnovljeni Život*, 69. (3.), 395-404. URL: <https://hrcak.srce.hr/129187> [pristup: 14.08.2024]
32. Netflix (n.d.) Netflix web page. URL: <https://www.netflix.com>

33. Netflix. (2023). *Connect, reflect, protect: How Netflix keeps parents in control*. Netflix. URL:<https://about.netflix.com/en/news/connect-reflect-protect-how-netflix-keeps-parents-in-control> [pristup: 26.08.2024].
34. Nurmawati, Masduki, R., Lusi, M., Prayitno, E. and Dartani, M. (2020) *The use of interactive multimedia in improving mathematics learning outcomes: The case of the 4th grade students of SDN Manyaran 01 Semarang in the academic year of 2019/2020*, Proceedings of the 4th International Conference on Education and Management (ICEM). doi: 10.2991/assehr.k.200318.044. [pristup: 14.08.2024]
35. O.D, Omodara & Adu, Ifedayo. (2014). *Relevance of Educational Media and Multimedia Technology for Effective Service Delivery in Teaching and Learning Processes*. IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSRJRME). 4. 48-51. 10.9790/7388-04214851.
36. O'Neill, B. (2023) *Research for CULT Committee – The influence of social media on the development of children and young people*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
37. Rek, M., i Kovačič, A. (2018). *Media and Preschool Children: The Role of Parents as Role Models and Educators*. Medijske studije, 9(18), str. 27-43. URL <https://doi.org/10.20901/ms.9.18.2> [pristup: 26.08.2024].
38. Robotić, P. (2015). *Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti*. Journal of Applied Health Sciences = Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti, 1 (2), 81-96. URL: <https://doi.org/10.24141/1/1/2/1>
39. Rose, S. E., Lamont, A. M., & Reyland, N. (2021). *Watching television in a home environment: effects on children's attention, problem solving and comprehension*. Media Psychology, 25(2), 208–233. URL: <https://doi.org/10.1080/15213269.2021.1901744>
40. Rosenqvist, J., Lahti-Nuuttila, P., Holdnack, J., Kemp, S.L. and Laasonen, M. (2016) *Relationship of TV watching, computer use, and reading to children's neurocognitive functions*. Journal of Applied Developmental Psychology, 46, pp. 11-21. doi: 10.1016/j.appdev.2016.04.006.
41. Rus-Mol, Š., Zagorac-Keršer, A. J. (2005) *Novinarstvo*. Beograd: Klio, Edicija, Multimedija.

42. Ružić, N. (2011). *Zaštita djece na Internetu. Nova prisutnost*, IX (1), 155-169. URL: <https://hrcak.srce.hr/72422> [pristup: 14.08.2024]
43. Shewale R. (2024) Netflix Statistics 2024 (Users & Revenue). Demandsage. URL: <https://www.demandsage.com/netflix-subscribers/>
44. Sindik, J. (2012). *Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?*. Medijska istraživanja, 18 (1), 5-33. URL: <https://hrcak.srce.hr/85379>
45. Smith, M.D. & Telang, R.. (2016) *Streaming, sharing, stealing: Big data and the future of entertainment*.
46. Spitzer, M (2018). *Digitalna demencija. Kako mi i naša djeca silazimo s uma*, Zagreb: Knjižara Ljevak
47. Spitzer, M. (2023). *Digitalna demencija*, 2. izdanje, Zagreb, Ljevak
48. Stemler, L.K. (1997). *Educational characteristics of multimedia: A literature review*. Journal of Educational Multimedia and Hypermedia, 6 (3/4), 339-359
49. Thoman, E., Jolls, T. (2003) *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education*. Theory, CML MediaLit kit : a framework for learning and teaching in a media age. United States: Center for Media Literacy.
50. Tomljenović, R., Ilej, M. and Banda, G. (eds.) (2018?) *Djeca i mediji: knjižica za roditelje i skrbnike djece*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i UNICEF-ov ured za Republiku Hrvatsku.
51. Zgrabljčić, Rotar, N. (2016) *Novi mediji digitalnog doba*. Informacijska tehnologija I mediji. Zagreb.
52. Zgrabljčić, Rotar, N., (2005) *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Media Centar.
53. Zgrabljčić, Rotar, N., (2020.) *DIGITALNO DOBA - masovni mediji i digitalna kultura (2. izdanje)*. JESENSKI I TURK

13. PRILOZI

13.1. Popis grafičkih prikaza

Grafički prikaz 1. Spol ispitanika	38
Grafički prikaz 2. Dobna skupina ispitanika	38
Grafički prikaz 3. Obrazovni status ispitanika	39
Grafički prikaz 4. Radni status ispitanika	39
Grafički prikaz 5. Dob djeteta	40
Grafički prikaz 6. Broj djece u obitelji.....	41
Grafički prikaz 7. Učestalost korištenja Netflixu od strane djece.....	41
Grafički prikaz 8. Vrijeme provedeno na Netflixu dnevno	42
Grafički prikaz 9. Najčešće gledane kategorije na Netflixu	43
Grafički prikaz 10. Zabrinutost roditelja za privatnost djece na Netflixu.....	44
Grafički prikaz 11. Razina znanja o privatnosti i sigurnosnim opcijama Netflixu među roditeljima	45
Grafički prikaz 12. Upotreba roditeljskog nadzora na Netflixu	46
Grafički prikaz 13. Vrijeme posvećeno nadzoru medijskog sadržaja od strane roditelja	46
Grafički prikaz 14. Ocjena utjecaja Netflixu na obrazovni razvoj djeteta	47

13.2. Popis tablica

Tablica 1. Odnos "starih" i "novih" medijskih korisnika	4
Tablica 2. Odabrani popularni televizijski programi za djecu.....	14
Tablica 3. Analiza edukativnih programa na Netflixu	48