

Uloga medija u odgoju djece

Cvitko, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:519010>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci

Filozofski fakultet

Ime i prezime studentice: Matea Cvitko

Uloga medija u odgoju djece

The Role of the Media in Children's Upbringing

(Završni rad)

Rijeka, 2024.

Sveučilište u Rijeci

Filozofski Fakultet

Odsjek za pedagogiju

Ime i prezime studentice: Matea Cvitko

JMBAG: 0009090547

Uloga medija u odgoju djece

(Završni rad)

Naziv studijskog programa i smjera: Prijediplomski sveučilišni studij Pedagogija i Njemački jezik i književnost

Mentor: Prof. dr. sc. Kornelija Mrnjaus

Rijeka, rujan 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU ZAVRŠNOG RADA

Ovime izjavljujem da sam ja, Matea Cvitko, jedina autorica završnog rada naslova *Uloga medija u odgoju djece*, napisanog pod mentorstvom prof. dr. sc. Kornelije Mrnjaus.

Svi dijelovi rada, nalazi i ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežnim izvorima, literaturi i drugom) u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Ime i prezime studenta/ice: Matea Cvitko

Datum: 29.8.2024.

Vlastoručni potpis: M. Cvitko

SAŽETAK

U suvremenom svijetu mediji su postali neizbježan dio života svih ljudi, a samim time i djece. Današnji procesi odgoja i obrazovanja nezamislivi su bez korištenja medija. Stoga ne treba od medija „bježati“, nego ih koristiti kao pomoćni alat. Implementacijom istih, roditelji, odgajatelji i svi ostali suradnici primorani su temeljno proučiti pozitivne i negativne strane medija te sukladno tome medijsku okolinu iskoristiti najbolje moguće.

Ovaj pregledni rad ima za cilj, temeljem analize relevantne literature, prikazati na koji način mediji mogu utjecati na djecu i njihov razvoj. Osim toga, rad sadrži savjete i primjere kako pravilno koristiti medije u određenoj razvojnoj fazi, a da su posljedice pritom pozitivne.

Ključne riječi: *djeca, digitalni mediji, mediji, odgoj, utjecaj medija*

ABSTRACT

In today's world, the media have become an inevitable part of everyone's life, including children. Today's processes of upbringing and education are unthinkable without the use of media. Therefore, the media should not be "escaped" but used as an aid. By implementing them, parents, educators and all other partners are forced to thoroughly study the positive and negative sides of the media and accordingly make the most of the media environment.

This overview paper, through an analysis of the relevant literature, to illustrate the ways in which media can influence children and their development. In addition, the paper provides advice and examples on how to use the media correctly at a certain stage of development, with positive consequences.

Key words: *children, digital media, education, media, media influence*

SADRŽAJ

1. UVOD	6
2. MEDIJSKA OKOLINA DJECE	8
2.1 Načela i smjernice za uvođenje medija u dječji svijet.....	8
3. KOMUNIKACIJA I MEDIJI U DJEČJEM RAZVOJU.....	14
3.1 Rana dob (od rođenja do šeste godine).....	14
3.2 Srednja dob (od sedme do desete godine).....	15
4. UTJECAJ MEDIJA NA DJEČJE PONAŠANJE I STAVOVE.....	17
4.1 Pozitivan utjecaj medija	17
4.2 Negativan utjecaj medija.....	18
5. PROMICANJE MEDIJSKE PISMENOSTI MEĐU DJECOM.....	20
5.1 Primjeri iz prakse	20
6. ZAKLJUČAK	22
7. LITERATURA.....	23

1. UVOD

Suvremeni svijet dječjeg medijskog okruženja, sveprisutnošću različitih oblika medija, doživio je značajnu transformaciju posljednjih godina, posebice nakon pandemije COVID-19 virusa. Mediji imaju značajnu ulogu u oblikovanju načina na koji djeca komuniciraju i druže se u današnjem društvu. Stoga je taj utjecaj postao središte bojnih istraživanja od prošlog stoljeća, sve do danas. Neki od autora koji istražuju medijsku socijalizaciju djece jesu Livingstone, D'haenens i Hasebrink (2001) čiji su rezultati istraživanja pokazali pozitivan utjecaj digitalnih medija na proces upoznavanja i povezivanja djece i mladih. Do sličnih su rezultata došli i Subrahmanyam i Smahel (2011) u svom istraživanju. S druge strane, knjiga Müller (2023) analizira kako mediji mogu negativno utjecati na dječje stavove i vrijednosti, izazivajući pritom ovisnosti. Tu je i knjiga „Generation Angst“ koja apelira na opsjednutost djece i mladih ekranima te objašnjava kako su ekrani zamijenili fizički kontakt i komunikaciju (Haidt, 2024). Osim navedenih, brojni drugi autori bave se tematikom utjecaja medija na socijalizaciju i odgoj djece (npr. Ostrov, Gentile i Crick (2006), Genner i Süss (2017)).

Razvojem društva, razvijala se je i tehnologija, čime pojam medija svakodnevno obuhvaća sve više sastavnica, zadržavajući pritom svoju primarnu zadaću – posredovanje informacija. Prema portalu medijskapismenost.hr (2018), mediji se definiraju kao „sredstvo za prijenos poruka, vijesti, obavijesti i sl., obično širokom krugu ljudi“. U svom najširem smislu, mediji obuhvaćaju raznolik niz komunikacijskih kanala i platformi putem kojih se informacije, ideje i zabava prenose publici. U konkretnom slučaju se pojam *publika* odnosi na djecu.

Da mediji imaju neizostavnu ulogu, potvrđuje i osnivanje nove zasebne discipline – medijske pedagogije. Medijska pedagogija „kao zasebna, mlada disciplina bavi se pitanjem na koji način integrirati nove medije u nastavi i kako poticati multimedijско učenje kod učenika“ (Tolić, Jukić i Josipović, 2016:127). Prema Di Vetta i sur. (2015) svaki medijski obrazovni projekt koji je namijenjen djeci treba imati četiri temeljna cilja: (1) upoznavanje sa širokim rasponom medijskih izraza, (2) stjecanje kompetencija i vještina u korištenju medija, (3) razigrani pristup medijskim sadržajima koji će voditi ka kritičkom pristupu istima te (4) kreativno stvaranje i uređivanje medijskih sadržaja. Svaki se od navedenih ciljeva može raščlaniti na konkretnije ciljeve kao što su primjerice:

- vježbanje koncentracije, opažanja, reakcije i koordinacije
- razvijanje socijalnih vještina radom u paru ili grupnim radom

- samopoimanje i razvijanje identiteta kroz doživljaj vlastitih sposobnosti
- razvijanje jezika komunikacijom i međusobnom razmjenom znanja
- razvijanje vještina čitanja i pisanja kroz stvaranje vlastitog sadržaja
- poticanje kreativnosti u izradi vlastitih projekata, proizvoda i pronalaženju rješenja
- upoznavanje s neposrednom okolinom
- povezivanje stvarnog i virtualnog svijeta (Di Vetta i sur., 2015).

Ovaj pregledni rad nastoji dati uvid u složeni odnos između medija i djetinjstva, objašnjavajući pritom kako konzumacija medija utječe na formiranje komunikacijskih vještina, društvenih normi i vrijednosti kod mladih pojedinaca. Stoga je njegov cilj – na temelju prikupljene literature – analizirati i utvrditi koja je uloga medija u životu djece, kako oni utječu na komunikaciju, dječje ponašanje i oblikovanje njihovih stavova te koje izazove i prilike predstavljaju u životima djece. Osim toga, nastoji definirati i predložiti moguće koncepte za promicanje odgovorne konzumacije medija i zdravog društvenog razvoja.

2. MEDIJSKA OKOLINA DJECE

Dostupnost i raznolikost medijskog sadržaja u dječjoj okolini danas doseže razinu koja je prije nekoliko desetljeća bila nezamisliva. Djeca su okružena širokim spektrom medija koji su lako dostupni putem različitih platformi i uređaja. Tradicionalni mediji poput televizije i radija i dalje igraju važnu ulogu, ali su im se pridružili novi oblici medija, uključujući interaktivne igre, društvene mreže, različite aplikacije i slične medijske sadržaje. Ova raznolikost omogućuje djeci da biraju medije koji odgovaraju njihovim interesima i dobi. Tako primjerice, mlađa djeca često preferiraju animirane serije i edukativne programe, dok starija djeca odabiru društvene mreže i aplikacije prilagođene njihovim interesima (Reber i Wildegger-Lack, 2020). Međutim, s tom raznolikošću javlja se potreba za odgovornim konzumiranjem medija i nadzorom sadržaja kako bi se osiguralo da medijsko iskustvo djeteta bude sigurno, obrazovno i pozitivno.

2.1 Načela i smjernice za uvođenje medija u dječji svijet

Postoje brojni radovi, priručnici i savjeti kako na ispravan način uvesti medije u dječji svijet. U nastavku su opisani neki od njih.

2.1.1 Primjereni dječjoj dobi

Kako bi utjecaj medija bio što pozitivniji, važno je da oni budu primjereni dječjoj dobi. Tako primjerice, autorice Kolucki i Lemish (2013) za djecu od dojenačke dobi do šeste godine savjetuju korištenje medija koji sadrže jednostavan jezik koji je bogat opisnim riječima, korištenje ponavljanja, ritma i pjesmi, rime, zagonetki, brzalica, jednostavnih šala te ljudskih i životinjskih likova kako bi sadržaj bio što zanimljiviji. Za djecu od sedme do desete godine savjetuje se korištenje priča o prijateljstvu, novim vještinama i svakodnevnim situacijama. Na taj se način potiče djecu na kritičko promišljanje i otkrivanje vlastitih vrijednosti i talenata.

Činjenica jest da djeca rastu uz moderne medije. Zbog toga je važno napomenuti da dodavanje dječjih likova ili elemenata specifičnih za djecu, kao što su animacija ili stripovi, ne znači nužno da je neki sadržaj namijenjen djeci (Kolucki i Lemish, 2013). Jedan od primjera za to jesu američki animirane serije poput „The Simpsons“, „Family Guy“, „Rick and Morty“, „South Park“ i mnogi drugi. Iako su crtani, obrađuju teme za odrasle i nikako se ne preporučuju djeci. Poželjniji su interaktivni sadržaji u kojima lik u priči izravno raspravlja s publikom tako da joj

postavlja pitanja (pri čemu daje dovoljno vremena za odgovor), potiče na pjevanje, ples, vježbanje i ostale oblike kretanja. Tako se kod djece razvija pozornost i sudjelovanje u pripovijedanju (Kolucki i Lemish, 2013). Također, veliku ulogu u razvijanju pozornosti ima i pravilna upotreba posebnih efekata. Tako su primjerice, krupni plan i približavanje dobre tehnike za naglašavanje nečega što je bitno za priču, dok mijenjanje kuta snimanja omogućuje djeci da vide i druge perspektive. Važno je naglasiti da se posebno zvučni i vizualni efekti trebaju koristiti samo onda kada se žele istaknuti ključne poruke (Kolucki i Lemish, 2013).

2.1.2 Prilagoditi sadržaje dječjoj dobi

Jedan od glavnih karakteristika djetinjstva prema Haidtu (2024) jest sporo odrastanje. Osim što mozak bolje funkcionira, dovoljno dugo djetinjstvo daje ljudima vremena da nauče sve informacije koje je mozak prikupio. Zbog toga treba sadržaje prilagoditi dječjoj dobi. To kod djece budi radoznalost i želju za otkrivanjem novih stvari. Nerijetko je slučaj da će djeca prije zapamtiti neke kompleksnije riječi i izraze poput *bager buldožer*, nego one jednostavnije kao što je *krastavac*. Razlog tome jesu djetetovi osobni interesi i motivacija da se njima više posveti. Uloga roditelja u tom slučaju jest da podrži djetetove afinitete jer se tako razvija djetetova želja za učenjem, ali i jezik u različitim semantičkim poljima (Reber i Wildegger-Lack, 2020). Mediji također imaju veliku ulogu u tome. Postoje brojni televizijski programi i mobilne aplikacije različitih tematika među kojima svako dijete može pronaći ono što ga zanima i naučiti više o tome. Primjerice, animirana serija za djecu „Majstor Mato“ prati priče o Mati, majstoru koji pomaže svojim susjedima rješavajući različite probleme vezane uz popravke i građevinske projekte. Osim toga, popularna aplikacija „Minecraft“ omogućuje igračima da grade i istražuju virtualne svjetove. Igra potiče na suradnju i timski rad te omogućuje igračima da izraze svoju kreativnost putem likova i građevina.

Da bi se pozitivan utjecaj medija maksimalno iskoristio, dobro je da oni prikazuju sadržaje koji su usmjereni na pozitivne osobine te naglašavaju kvalitete i potencijal svakog djeteta kao pojedinca. Takvi medijski sadržaji utječu poticajno na razvijanje psihološke otpornosti i sposobnosti rješavanja problema (Kolucki i Lemish, 2013). Osim toga, potiču djecu na kreativnost i razmišljanje o budućnosti. Samim time djeca stječu samopouzdanje koje ima veliku ulogu u procesu učenja i izgradnje njih kao pojedinaca. Samopouzdanje se kod djece putem medija može izgraditi na razne načine, primjerice sadržajima o „velikim stvarima koje mala djeca mogu napraviti kako bi nešto promijenila“ (Kolucki i Lemish, 2013:37). Time stječu vještine poput pronalaženja rješenja i oslobađanja stresa te osobine kao što su optimizam,

upornost, odlučnost, domišljatost i sl. Još jedan od načina jest korištenje pozitivnih uzora, tako da se ne prikazuju sadržaji u kojima djeca griješe i ispaštaju zbog svoje greške (npr. uzmu nož i porežu se), već oni sadržaji u kojima djeca sprečavaju štetu ispravnim postupanjem (npr. ugledaju nož, pitaju se trebaju li ga pustiti i obavijestiti odraslu osobu da ga skloni te izbjegavaju ozljedu). Pozitivni uzori u medijskim sadržajima namijenjenima djeci su uglavnom prikazani u animiranim filmovima. Razlog tome je kako bi se djeca lakše poistovjetila s likovima. Nerijetko su to filmovi u kojima su likovi životinje, poput „Život buba“, „U potrazi za Nemom“, „Ratatouille“ itd. To su animirani filmovi koji naglašavaju važnost strasti, upornosti, hrabrosti i samopouzdanja te potiču djecu da vjeruju u sebe i slijede svoje snove, bez obzira na predrasude ili ograničenja koje drugi mogu imati. Osim toga, ističu važnost suradnje, podrške i razumijevanja u postizanju ciljeva.

U procesu promicanja svih navedenih osobina i vještina, važno je neprestano imati na umu da svi uzori i sadržaji koji se prikazuju budu eksplicitni u onoj mjeri u kojoj djeca nakon izloženosti neće biti istraumatizirana. Stoga je kod starije djece uvijek bolje smanjiti „zastrašujuće“ dijelove i „pretjerati u prikazivanju pozitivnih rješenja i brižnih odraslih osoba“ (Kolucki i Lemish, 2013:41), nego davati previše izravne informacije koje će djecu nenamjerno povrijediti.

2.1.3 Povezivanje stvarnog i digitalnog

Autorice Reber i Wildegger-Lack u svojoj knjizi „Sprachförderung mit Medien: Von real bis digital“ definirale su i obradile deset načela i smjernica kojima se treba voditi pri uvođenju medija u dječje okruženje. Jedno od njih odnosi se na povezivanje stvarnog i digitalnog na način da se dijete postupno upoznaje s digitalnim sadržajima tako što će mu se najprije predstaviti stvarno. Fizička igra služi kao sredstvo za razvoj svih djetetovih osjetila. Primjerice, dijete najprije gradi oblike od kocaka i blokova, potom se upoznaje s video igrama kao što su „Tetris“ ili „Brick Classic – Brick Game“. Naravno, moguć je i obrnuti pristup i tada autorice daju tri „zlatna pravila“ kojima se u tom slučaju treba voditi: (1) uvođenje/prilagođavanje igre, (2) dijaloško čitanje i (3) naknadna aktivnost (Stiftung Lesen, 2016, prema Reber i Wildegger-Lack, 2020). Naknadna aktivnost može biti prepričavanje, opisivanje, crtanje, rukotvorina, uglazbljivanje priče i slično.

Dijaloško analiziranje medija temelji na razvoju rječnika i jezičnih vještina. Knjige namijenjene djeci su obično one u kojima prevladavaju slike umjesto teksta. Osim da bi zadržale njegovu pozornost, služe i za proširivanje djetetova rječnika te razvijanje različitih jezičnih vještina kao

što su pripovijedanje, opisivanje i sl. Odabir točnog pristupa čitanju, koji je pritom primjeren njegovoj dobi, može uvelike utjecati na pozitivan razvoj djeteta. Tako primjerice klasično čitanje nije toliko pogodno za razvoj jezika kao što je dijaloško, odnosno naizmjenično čitanje naglas (Reber i Wildegger-Lack, 2020). Kod klasičnog čitanja dijete je pasivno, nema puno interakcije, a djetetovi komentari predstavljaju ometanje. S druge strane, kod dijaloškog čitanja dijete je aktivnije od odrasle osobe jer ono samo čita i opisuje ono što vidi na slici te su njegovi komentari stavljeni u središte. Način na koji se može povezati stvarno i digitalno jest crtanje ili snimanje vlastite slikovnice ili knjige i pretvaranje tog materijala u e-knjigu ili audio knjigu.

2.1.4 Igra

Igra je nezaobilazan dio odrastanja. Svakodnevna dječja igra s lutkama, autima, kockama i različitim figurama predstavlja njihov „posao“ jer je ona važan čimbenik u emocionalnom, kognitivnom i jezičnom razvoju djece. Kroz igru ona stječu vještine koji će im kasnije biti potrebne da postaju uspješne odrasle osobe. Slobodna igra omogućuje djeci emocionalno usklađivanje s vršnjacima te ih povezuje u grupe i stvara zajednicu, što je djeci prijeko potrebno (Haidt, 2024). Kod djece svih uzrasta, igra s vršnjacima utječe na razvijanje socijalnih i komunikacijskih vještina (Reber i Wildegger-Lack, 2020). Primjerice, u igri s lutkama i figuricama, djeca imaju tendenciju davanja glasova igračkama i na taj način razgovarati s ostalima. Osim toga, ako se dijete s nekom osobom igra po prvi put – bez obzira radi li se o vršnjaku ili odrasloj osobi – ono će korak po korak objasniti kako igra funkcionira i što se od druge osobe očekuje.

Nekoliko sastavnica zagrebačkog sveučilišta pokrenulo je 2013. godine projekt ICT – AAC ili “Kompetencijska mreža zasnovana na informacijsko-komunikacijskim tehnologijama za inovativne usluge namijenjene osobama sa složenim komunikacijskim potrebama” koji je za cilj imao razviti nove aplikacije i usluge za širenje znanja. U sklopu projekta nastale su tako brojne aplikacije s pomoću kojih djeca mogu učiti matematiku, slova, izgovor i slično. Nek od njih su „Komunikator“, „Matematički vrtuljak“, „Slovarica“, „Pamtilica“, „Koliko je sati“ i mnoge druge (Negulić, 2016).

2.1.5 Komunikacija

Pravilna komunikacija s djetetom ključna je za njegovo razvijanje entuzijazma za pripovijedanjem i jezičnih vještina (Reber i Wildegger-Lack, 2020). To znači da dijete treba pustiti da govori u miru, bez obzira na pogrešno izgovaranje riječi i oblikovanje rečenica jer je

njemu cilj da prenese poruku. Uloga roditelja u tom procesu asertivne komunikacije je da sam bude model kako pravilno pripovijedati.

Djeca će uvijek oponašati postupke odraslih. Od osnovnih pravila ponašanja kao što su pozdravljanje, zahvaljivanje i ispričavanje pa sve do korištenja digitalnih medija – djeca trebaju dobre uzore. Kontakt očima je pritom vrlo važan. Početno razumijevanje predmeta odvija se krajem prve godine života i to kroz tzv. „trokutasti pogled”, odnosno izravnim kontaktom između djeteta, odrasle osobe i predmeta (Reber i Wildegger-Lack, 2020). To znači da je važan korak za učenje riječi i razumijevanje jezika. Ako ne postoji kontakt očima, već je on prekinut, primjerice pametnim telefonom, proces učenja jezika kod djece svih dobi je blokiran, a interakcija i zajedničko vrijeme su smanjeni. Dakle, ako dijete vidi da su roditelji okupirani pametnim telefonom, tabletom i sl., ono će usvojiti takvo ponašanje i kasnije će roditeljima biti teško objasniti kako takvo ponašanje nije zdravo niti ispravno. Zbog toga treba ograničiti vrijeme provedeno za ekranima i postaviti pravila kada se oni mogu koristiti. Primjerice, ne koristiti digitalne medije za vrijeme zajedničkih obroka, druženja i sl., već kada treba nešto provjeriti ili obaviti poziv. Ako dijete samo koristi pametni telefon ili tablet – osim novih informacija koje dobiva – ono se automatski izolira od stvarnog svijeta, ne razvija govor niti stječe nove vještine. Zbog toga je dobro biti s djetetom dok je ono „okupirano ekranom” i komentirati igru, likove, stvari i radnje koje se na ekranu pojavljuju.

Učenje uz pomoć dobrih jezičnih modela ili govornih uzora jedan je od najvažnijih mehanizama učenja jezika. Pritom je važno spomenuti pojam *modeliranja*¹. Ono se može koristiti s ciljem prevencije (preliminarno) i intervencije (naknadno). Kod preliminarnog modeliranja djetetu se postavljaju alternativna pitanja poput *Je li na slici tigar ili lav?* uz pomoć kojih ono odmah usvaja ispravan izraz. U slučaju naknadnog modeliranja dijete krivo izgovori rečenicu (npr. „*Ptica nestala.*”) nakon čega biva ispravljeno (npr. „*Točno, ptica je nestala/odletjela.*”). Tehnika modeliranja se također može primijeniti u zajedničkom korištenju medija. Pritom treba primarno biti usmjeren na sadržaj, a manje na tehnologiju. Dakle, umjesto komentiranja rada medija poput opcija tipkanja, jačine zvuka, postavkama uređaja, razgovarati s djetetom o slikama, likovima i situacijama koje se na zaslonu prikazuju.

Kako bi djeca od malih nogu naučila u zdravom omjeru koristiti medije i biti izložena istima, Müller (2023) predlaže da obitelj zajedno odabere *digitalfreier Familientag*, odnosno

¹ Komentiranje i proširivanje rečenica – nikad u stresnim situacijama – koje dijete nije sasvim ispravno formuliralo (Dannenbauer, 1999, prema Reber i Wildegger-Lack, 2020).

dan u tjednu koji će biti namijenjen obitelji, bez korištenja ikakvog digitalnog medija. Tu ponovno veliku ulogu igraju roditelji, koji svojim primjerom mogu usmjeriti dijete na pozitivan put korištenja medija.

3. KOMUNIKACIJA I MEDIJI U DJEČJEM RAZVOJU

Govoreći o utjecaju medija na djecu, važno je voditi računa o njihovoj dobi i fazi razvoja jer svaku fazu karakterizira usvajanje različitih kognitivnih, emocionalnih i socijalnih vještina. Iako je svako dijete individua, razvojna su razdoblja univerzalna, što znači da „svi ljudi prolaze kroz ista razvojna razdoblja prema čvrsto određenom kronološkom redosljedju, iako genetika i/ili okolina mogu ubrzati ili usporiti brzinu prelaska iz jednog razdoblja u drugo“ (Kolucki i Lemish, 2013:15). U nastavku su analizirane dvije dobne skupine²: (1) rana dob i (2) srednja dob te su dane implikacije za medijsko komuniciranje.

3.1 Rana dob (od rođenja do šeste godine)

U ranijoj fazi ovog razdoblja djeca stvaraju prva iskustva u svemu: upoznaju se s oblicima, bojama, ljudima oko sebe, životinjama, zvukovima, ritmovima, mjestima itd. Osim toga, razvijaju jezik i svijest, doživljavaju emocije i teško razlikuju maštu od stvarnosti. Kasnije u ovoj fazi razvijaju i finu motoriku u prstima, uče izražavati i kontrolirati osjećaje, iskazuju empatiju te se igraju s drugima. Pritom uče rješavati jednostavne sukobe i surađivati.

Komunikacijske potrebe koje djeca razvijaju u ovoj dobi jesu: znati da su voljeni i na sigurnom, steći pozitivne osjećaje o sebi i drugima, znati da su osjećaji koje doživljavaju normalni, osjećati se ugodno zbog novih znanja i iskustava te steći otpornost samostalnim traženjem pomoći (Kolucki i Lemish, 2013). Također, djeci je iznimno potrebna fizička blizina roditelja i emocionalna povezanost s njima, kako bi se osjećali sigurno i od važnosti (BPtK, 2020). S obzirom na to da djeca od 1 do 3 godine imaju vrlo kratki raspon pozornosti, preporučuje se korištenje digitalnih medija do najviše 5 minuta odjednom, uz nadzor odrasle osobe. Važno je voditi računa o djetetovoj reakciji na sadržaj – ako ga nešto plaši (npr. glasni zvukovi), treba promijeniti sadržaj. S druge strane, neki autori se u potpunosti protive korištenju medija do djetetove treće godine zato što smatraju da, zbog svojeg „intenzivnog stimulativnog učinka“ potiču na pasivnost (Haidt, 2024:333). Djeca u dobi od 4 do 6 godina mogu koristiti digitalne medije nešto duže od 5 minuta. Iako su ona u fazi kada sve žele učiniti sama, potrebna im je velika podrška odraslih. Najbolje je zajedno koristiti sadržaje prilagođene djeci i razgovarati o njima (Reber i Wildegger-Lack, 2020). U kontekstu medijske komunikacije, potrebno je

² Za potrebe ovog rada, podjela je napravljena prema UNICEF-ovom priručniku „Kako komunicirati s djecom“ (Kolucki i Lemish, 2013).

koristiti jednostavan jezik, zainteresirati dijete za sadržaje primjerene njegovoj dobi te uz mnogo ponavljanja, ritmova i pjevanja, pokazati mu kako se može učiti kroz igru. Dobro je koristiti svakodnevna iskustva kako bi se poticao razgovor i nestereotipan govor o rodovima, da dijete od malena razvije osjećaj empatije, čini jednostavne izbore i izražava svoja kreativna mišljenja. (Kolucki i Lemish, 2013)

Ova je dob jedno od „najkritičnijih razdoblja u razvoju čovjeka“ (Kolucki i Lemish, 2013:17), što znači da će o intenzitetu posvećenosti djetetu u ovoj fazi ovisiti njegova želja za stjecanjem novih znanja u ostalim fazama.

3.2 Srednja dob (od sedme do desete godine)

U srednjem razdoblju djeca postaju samostalnija. Jedna od brojnih vještina koje stječu jest pismenost. Koriste složeniji jezik, razvijaju vještine rješavanja problema i kritičkog mišljenja, uče poštivati pravila igre i preuzeti odgovornost za svoje postupke.

Komunikacijske potrebe koje se javljaju kod djece u ovoj dobi jesu: njegovati pozitivne osjećaje koje imaju o sebi i drugima, ispitati vlastite ideje i vještine koje razvijaju, naučiti kako iskoristiti vlastite potencijale te znati da se njihovi osjećaji i strahovi razumiju i uvažavaju (Kolucki i Lemish, 2013). Uloga koju mediji imaju u ovoj dobi veoma je velika. Oni im omogućuju da, putem stranica namijenjenim njima, samostalno istražuju sadržaje koji ih zanimaju i time proširuju znanja. Ne preporučuje se davanje mobitela s internetom jer roditelji teško mogu pratiti sadržaje kojima se pristupa i vrijeme korištenja (Reber i Wildegger-Lack, 2020). Zbog toga je potrebno da roditelji koriste postavke roditeljske kontrole i nadzora. Važno je djeci u ovom razdoblju predstaviti priče koje u središtu imaju dječje likove koji su realistični junaci i junakinje zbog svojih ispravnih postupaka, kako bi se mogli poistovjetiti s njima. Treba im pokazati kako je učenje prilika da steknu nove i zanimljive vještine. To su godine kada se počinju uvoditi osjetljive teme poput smrti, bijesa, teškoća u razvoju i sl. tako da se prikazuju primjeri u kojima se druga djeca na kreativne načine bore s njima. Činjenica jest da, iako su još uvijek mali, djeca počinju sve mlađa otvarati korisničke račune na društvenim mrežama (Müller, 2023). Kako bi se izbjegnuli problemi, roditelji bi trebali posebno kontrolirati djetetovu privatnost. Drugim riječima, čuvati istu na način da mu objasne kako ne treba dijeliti svoje slike i osobne podatke s drugima te da s vremena na vrijeme provjeravaju djetetov mobitel.

Sve što djeca čuju i vide od svoje okoline u ovom razdoblju uvelike utječe na njihovo ponašanje i stavove jer je to faza kada prijatelji i mediji postepeno zauzimaju središnju ulogu u njihovim životima (Kolucki i Lemish, 2013).

4. UTJECAJ MEDIJA NA DJEČJE PONAŠANJE I STAVOVE

Velika popularnost suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija među djecom i mladima donijela je do formiranja novih društvenih fenomena. Jedan od njih je fenomen društvenog umrežavanja. Iako pojam *umrežavanje* primarno znači „iniciranje i pokretanje odnosa, najčešće između osoba koje se ne poznaju“ (Bjelobrk, 2020:44), u kontekstu konkretno društvenih mreža, taj pojam se odnosi na komunikaciju s osobama koje djeca već od prije poznaju (Kušić, 2010, prema Bjelobrk, 2020). U nastavku je opisani fenomen stavljen u pozitivan, ali i u negativan kontekst.

Mediji igraju složenu ulogu u formiranju identiteta kod djece, nudeći kako prilike za samoizražavanje i povezivanje, tako i izazove i rizike koji mogu utjecati na njihov razvoj. U posljednjih pedeset godina provedena su brojna empirijska istraživanja kojima se je utvrdilo da „izloženost medijima utječe na dječja uvjerenja, stavove i ponašanja“ (Bjelobrk, 2020:50). Razvoj tehnologije otvorio je brojne mogućnosti djeci. Kao i svaka novina, tako je i ova sa sobom donijela brojne prednosti, ali i nedostatke.

4.1 Pozitivan utjecaj medija

U brojnim sferama dječjeg života mediji imaju pozitivan utjecaj. U nastavku su izdvojene neke od njih.

Prvi kontakt koji djeca imaju s medijima obično je edukativnog oblika. Od najranije dobi, djeca su izložena raznim televizijskim programima i kanalima koji su bogati sadržajima prikladnim njihovoj dobi. Zbog toga djeca od malih nogu znaju, primjerice, neki strani jezik, zato što slušaju dječje pjesmice na tom jeziku i slično. Kako su i sama odrasla uz suvremenu tehnologiju, ona je postala neizostavan dio njihove svakodnevne rutine. Ako se djeci predškolske i školske dobi na zanimljiv način predstave aplikacije i programi koji obuhvaćaju različite edukativne teme poput povijesti, znanosti ili kulture, ona se više zanimaju i bivaju više motivirana za učenje. Pritom se dječji *podcasti* i audio knjige mogu iskoristiti kao poticanje interesa za knjige, u slučaju kada dijete ne voli čitati fizičke knjige (Müller, 2023). Osim edukacije, inspirativni likovi i priče u medijima mogu motivirati djecu da postignu svoje ciljeve, razviju vlastite talente i snove te izgrade pozitivne vrijednosti poput hrabrosti, poštenja i altruizma. Poželjno je da likovi koji se predstavljaju budu njihove dobi, kako bi se lakše poistovjetili s njima. Tu su i kreativni sadržaji povezani s umjetnošću, glazbom, pisanjem,

fotografijom i drugim oblicima medijskog sadržaja. Osim za osobni razvoj i napredak, mediji mogu poslužiti za promicanje raznolikosti i inkluzije prikazujući različite etničke skupine, kulture i životne stilove. Korištenje ovakvog sadržaja od rane dobi može pomoći u razvijanju empatije i poštovanja prema različitostima kod djece.

Mediji pružaju platforme za komunikaciju, povezivanje i zajedništvo. Koncept društvenog umrežavanja djeci može poslužiti za održavanje veza s prijateljima i vršnjacima te pronalaženje zajednice s istim interesima i hobijima. Time se djeci otvaraju mogućnosti poput sudjelovanja u zajednici, poboljšavanja kreativnosti i osnaživanja potencijala (Bjelobrk, 2020).

4.2 Negativan utjecaj medija

Virtualne društvene mreže i društveno umrežavanje zauzeli su središte pozornosti u životima djece i mladih (Karal i Kokoc, 2013, prema Bjelobrk, 2020). Zbog nedovoljno razvijenih vještina donošenja odluke i impulzivnosti djeca tako postaju „populacija koja je najviše izložena riziku, prijevarama, zlostavljanju, ponižavanju, uznemiravanju i neprimjerenim sadržajima“ (Bjelobrk, 2020:46). Od blažeg oblika poput nemogućnosti razlikovanja stvarnosti i virtualnog svijeta do onog težeg poput agresivnog ponašanja i elektroničkog nasilja – spektar negativnog utjecaja medija je širok.

Tako je jedno istraživanje pokazalo kako je medijska izloženost djece povezana s agresivnim ponašanjem. Kod djevojčica se ono manifestira u obliku ignoriranja, izravnog isključivanja iz društva i ogovaranja, dok se kod dječaka javlja u obliku fizičke agresije (Ostrov i sur., 2006, prema Bjelobrk, 2020). Iako štetnost može utjecati na djecu svih dobi, predškolska se djeca smatraju najrizičnijom skupinom. Nekoliko je razloga tome: (1) djeca ove dobi još nisu upoznata sa socijalnim normama protiv agresivnog ponašanja, (2) djeca nemaju razvijene vještine razlikovanja mašte od stvarnosti, zbog čega imitiraju nerealno ponašanje uzoraka i (3) mediji mogu više utjecati na društvene odnose zbog manje kontrole nad aktivnostima u odnosu na stariju djecu (Ostrov i sur., 2013, prema Bjelobrk, 2020).

Važno je naglasiti i drugi, teži oblik negativnog utjecaja medija, a to je elektroničko nasilje ili *cyberbullying*. *Cyberbullying* je namjerno korištenje digitalnih medija za prenošenje lažnih, neugodnih ili neprijateljskih informacija o drugoj osobi (O’Keeffe i Clarke-Pearson, 2011). Osim navedenog, obuhvaća i dijeljenje tuđih fotografija protiv volje osobe koja je na njima, otkrivanje osobnih informacija o drugima, „provaljivanje“ u tuđe elektroničke pošte, prijetnje

smrću te seksualno namamljivanje (Crnković, 2012). Kako bi se spriječilo elektroničko nasilje – ali i svi ostali negativni utjecaji medija – potrebno je djecu informirati i poticati razvijanje kompetencije medijske pismenosti o kojoj će više biti opisano u nastavku rada. Tu su i kompetentni informatički stručnjaci koje bi svaka škola trebala imati kako bi podaci svih učenika i djelatnika bili zaštićeni, a koji samim time mogu utjecati na smanjenje *cyberbullyinga* u školi (Müller, 2023).

Osim na psihičko stanje i ponašanje, mediji utječu i na fizičko zdravlje i izgled djece. Znanstveno je dokazano da dugotrajno korištenje medija dovodi do pretilosti. Tome pridonose dva glavna čimbenika: manjak kretanja, ali i povećana konzumacija slatkih pića i slatkiša, posebice uz gledanje televizora (BPtK, 2020). Nikako ne treba zaboraviti negativan utjecaj medija na kvalitetu sna svakog čovjeka, a posebice djece. Zbog toga se preporučuje isključivanje ekrana minimalno šezdeset minuta prije spavanja i uklanjanje svih ekrana iz spavaće sobe (BPtK, 2020).

5. PROMICANJE MEDIJSKE PISMENOSTI MEĐU DJECOM

Iako se slaže da mediji uvelike djeluju na oblikovanje moralnih vrijednosti, stavova i identiteta, Bjelobrk ističe medijsku pismenost kao jednu od „temeljnih implikacija suvremenog odgoja i obrazovanja“ (Bjelobrk, 2020:42). Ona se definira kao sposobnost „pristupa, analize, vrednovanja i stvaranja medijskih poruka u različitim oblicima“ (medijskapismenost.hr, 2018). Prema tome je medijski pismena osoba ona koja može (1) razumjeti kako i zašto se medijski sadržaj proizvodi, (2) kritički analizirati tehnike i jezike koje mediji koriste i poruke koje prenose, (3) kreativno koristiti medije za izražavanje i prenošenje ideja, informacija i mišljenja te (4) identificirati i izbjegavati medijske sadržaje i usluge koje mogu biti neželjene, uvredljive ili štetne (Bachmair i Bazalgette, 2007). Proces učenja kompetencije medijske pismenosti je „nepravocrtan i dinamičan, u kojemu svaka komponenta podržava ostale“ (medijskapismenost.hr, 2018). Njezina je uloga u odgoju i obrazovanju velika zato što potiče na suradnju s vršnjacima, ali i razvijanje različitih grafičkih kompetencija koje pozitivno utječu na psihomotorni sustav djece (Hoffman, 2014, prema Bjelobrk, 2020). Müller (2023) također naglašava da je za poučavanje medijski pismene djece koja će imati i kompetencije poput informatičkog znanja te vještina kodiranja neophodno omogućiti pristup uobičajenoj tehnologiji u školama.

Kao što je prethodno u radu navedeno, djeca nemaju razvijenu vještinu razlikovanja stvarnosti od mašte, odnosno svijeta kojeg vide u medijima. Također, ne znaju da je taj svijet namjerno stvoren i da netko njime upravlja. Upravo zato je glavna zadaća ponajprije obitelji, a zatim i svih ostalih koji sudjeluju u odgoju, djecu od malih nogu medijski opismenjavati i objašnjavati im kako funkcionira svijet medija.

5.1 Primjeri iz prakse

Istraživanjem literature na temu utjecaja medija na komunikaciju i proces socijalizacije djece, utvrđeno je da su se stručnjaci navedenom temom intenzivnije počeli baviti tek 90-ih godina prošlog stoljeća, što nije iznenađujući podatak, s obzirom na prilike navedene na početku rada koje su do toga dovele. Tako je primjerice, 1994. godine u Hessenu osnovan Institut za medijski odgoj i komunikaciju (njem. *Institut für Medienpädagogik und Kommunikation Hessen – MuK Hessen*) koji se bavi istraživanjem i promicanjem medijske pismenosti među djecom i mladima u Njemačkoj. Provode se istraživanja o upotrebi medija i

tehnologije među djecom te pružaju edukativni programi i resursi za djecu i mlade, roditelje, odgajatelje i nastavnike u različitim obrazovnim područjima, ali i za ciljane skupine srednje i starije generacije (MuK Hessen, 1994).

Njemačko društvo za obrazovnu znanost (njem. *Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft*) je 2000. godine osnovalo *Medien Pädagogik* – portal koji sadrži znanstvene članke na temu uloge medija u obrazovanju, a namijenjen je stručnjacima iz znanosti i prakse koji se bave pitanjima posredovanja između ljudi i medija u obrazovnom kontekstu (MedienPädagogik, 2000).

Godine 2003. pokrenut je projekt suradnje između Saveznog ministarstva za obitelj, starije osobe, žene i mladež, ARD-a i ZDF-a, kao i AOK – Fonda za zdravstveno osiguranje pod nazivom „SCHAU HIN!“. Od 2013. godine njihov moto glasi „*SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht*³“. Kako i sam moto kaže, to je platforma koja roditelje i skrbnike obavještava o aktualnostima u svijetu medija i svim korisnim informacijama vezanima za iste. SCHAU HIN! služi i kao vodič kroz digitalne medije i savjete kako postati kompetentna podrška u medijskoj konzumaciji svoje djece (SCHAU HIN!).

U Hrvatskoj također postoje razne udruge i organizacije koje se bave istraživanjem povezanosti djece i medija, kao i promicanjem medijske pismenosti, sigurnosti na internetu i odgovornom korištenju medija među djecom i mladima. Jedna od njih je Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (dkmk) „čiji su cilj i svrha poboljšanje medijske i komunikacijske kulture građana Republike Hrvatske kroz sustavnu edukaciju o medijima te poticanje razvoja osviještenih korisnika koji se s razumijevanjem i kritičkim odmakom koriste medijskim sadržajima koje sami odabiru“ (dkmk, 2011).

U Zagrebu je 2012. godine osnovan hrvatski nacionalni centar za sigurnost djece na internetu – Centar za sigurniji internet (CSI) koji provodi različite programe i aktivnosti usmjerene na podizanje svijesti o sigurnosti na internetu među djecom, roditeljima, učiteljima i širom javnošću. Pružaju edukaciju, savjetovanje i podršku u prevenciji *online* rizika, kao što su zlostavljanje i seksualno iskorištavanje.

Ove organizacije i udruge provode raznolika istraživanja koja pomažu u razumijevanju kompleksne veze između djece i medija te pružaju korisne smjernice za roditelje, skrbnike, obrazovne djelatnike i druge sudionike koji sudjeluju u dječjem razvoju.

³ POGLEDAJTE! Što Vaše dijete radi s s medijima.

6. ZAKLJUČAK

U suvremenom okruženju, sveprisutnost medija ima velike implikacije na komunikacijske obrasce i proces socijalizacije djece. Svaka nova generacija raste u sve bogatijem medijskom okruženju s obiljem medijskih sadržaja. Od televizijskih programa i videoigara do platformi društvenih mreža, mediji su postali nezaobilazni dio društva. Osim što služe kao moćan alat koji širi informacije i zabavu, također utječu na oblikovanje percepcije, vrijednosti i ponašanja ljudi svih dobnih skupina, a najviše djece. Zbog toga je važno da se roditelji i odgojitelji dobro informiraju kako bi u svakom razdoblju djetetova odrastanja bili adekvatna podrška i uzor u konzumaciji medija.

Uz širenje pametnih telefona, tableta i drugih digitalnih uređaja, djeca su izložena širokom spektru medijskih sadržaja od rane dobi, što iz temelja mijenja način na koji komuniciraju sa svijetom oko sebe. Od obrazovnih programa i interaktivnih igara do društvenih mreža i *online* zajednica, mediji prožimaju svaki aspekt dječjih života, oblikujući njihov jezični razvoj, društvene interakcije i kulturne identitete. Samim time djeca postaju „najranjivija“ skupina kojom se – uz nedostatak pažnje odraslih – može vrlo lako manipulirati. Nažalost, u posljednje je vrijeme vrlo aktualna tema eksplicitnih fotografija djece koje se dijele na internetu. Da bi se takve stvari spriječile potrebno je voditi računa o djetetovoj digitalnoj aktivnosti i kontrolirati sadržaj kojemu je izložen te jasno postaviti ograničenja. Na taj se način može maksimalno smanjiti negativan utjecaj medija i povećati djetetova sigurnost, koja treba biti prioritet. Poticanjem medijski pismenih generacija možemo osnažiti djecu da se kreću medijskim krajolikom sigurno, odgovorno i učinkovito, što u konačnici pridonosi njihovom zdravom razvoju i dobrobiti.

Želim naglasiti kako se u današnje vrijeme djetinjstvo temelji na pametnim telefonima i društvenim mrežama, što se znatno razlikuje od onoga kakvo bi djetinjstvo zapravo trebalo biti. Fizički kontakt, igra i druženje neophodni su za cjeloviti razvoj svakog djeteta. Te vrijednosti niti jedan digitalni medij ne može zamijeniti. Bez obzira na to što se vremena i zahtjevi društva mijenjaju, imajmo na umu da je svatko samo jednom dijete i da zbog toga ne treba žuriti za brzim odrastanjem.

7. LITERATURA

1. About Us (1996). *MediaSmarts*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://mediasmarts.ca/about-us>
2. Bachmair i Bazalgette (2007). The European Charter for Media Literacy: meaning and potential. *Research in Comparative and International Education*, 2 (1), 80-87. Preuzeto 25.03.2024. s https://www.researchgate.net/publication/250152397_The_European_Charter_for_Media_Literacy_Meaning_and_Potential
3. Bjelobrč, V. (2020). Uloga medija u procesu socijalizacije djece i adolescenata. *Magistra Iadertina*, 15 (1), 41-56. Preuzeto 15.01.2024. s <https://hrcak.srce.hr/249854>
4. BPtK. (2020). *Elternratgeber: Internet*. Berlin: Bundespsychotherapeutenkammer.
5. Crnković, M. (2012, kolovoz). Što je to elektroničko nasilje odnosno cyberbullying. *Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba*. Preuzeto 25.03.2024. s <https://www.poliklinika-djeca.hr/za-djecu-i-mlade/nasilje/sto-je-to-elektronicko-nasilje-odnosno-cyberbullying/>
6. Digitale Mediennutzung in Familien (2021, studeni). *Deutsches Jugendinstitut*. Preuzeto 10.1.2024. s <https://www.dji.de/veroeffentlichungen/aktuelles/news/article/digitale-mediennutzung-in-familien.html>
7. Di Vetta, S. (2015). *Tablets im Einsatz: Medienpädagogische Praxis-Inspirationen aus dem Projekt „Multimedia-Landschaften für Kinder“*. München: Referat für Bildung und Sport, Geschäftsbereich KITA.
8. Genner, S. i Süß, D. (2017). *The international encyclopedia of media effects*. Chichester: John Wiley & Sons.
9. Haidt, J. (2024). *Generation Angst*. Hamburg: Rowohlt Buchverlag.
10. Kolucki, B. i Lemish, D. (2013). *Kako komunicirati s djecom: Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje*. Zagreb: Ured za Hrvatsku.
11. Livingstone, S, D’haenens, L. i Hasebrink, U. (2001). Childhood in Europe: contexts for comparison. *Children and their changing media environment: A European comparative study*. 3-30. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
12. Müller, S. (2023). *Wir verlieren unsere Kinder!: Gewalt, Missbrauch, Rassismus – Der verstörende Alltag im Klassen-Chat*. München: Droemer HC.
13. Negulić, T. (2016, svibanj). ICT-AAC aplikacije. *e-laboratorij*. Preuzeto 29.6.2024. s <https://e-laboratorij.carnet.hr/ict-aac/>

14. O’Keeffe, G. S. i Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127 (4): 800-804. Preuzeto 24.02.2024. s <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21444588/>
15. O nama (2011). *Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://dkmk.hr/>
16. O nama (2012). *Centar za sigurniji internet*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://csi.hr/onama/>
17. Ostrov, J. M., Gentile, D. A. i Crick, N. R. (2006). Media exposure, aggression and prosocial behavior during early childhood: a longitudinal study. *Social Development*, 15 (4): 612-627. Preuzeto 14.04.2024. s <https://ubwp.buffalo.edu/socialdevlab/wp-content/uploads/sites/32/2020/06/Ostrov-Gentile-Crick-2006-Social-Development.pdf>
18. Peruško, Z. (2019). Medijalizacija i društvena promjena: prilog istraživanju medijalizacije politike. *Politička misao*, 56 (1), 163-187. Preuzeto 10.2.2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/320998>
19. Pojmovnik (2018). *Medijskapismenost.hr*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/>
20. Reber, K. i Wildegger-Lack, E. (2020). *Sprachförderung mit Medien: Von real bis digital: Wissenswertes für Eltern, Pädagogen und Therapeuten*. Idstein: Schulz-Kirchner Verlag.
21. Subrahmanyam, K. i Smahel, D. (2011). *Digital youth: the role of media in development*. New York: Springer.
22. Tolić, M., Jukić, R. i Josipović, V. (2015). Multimedijnsko učenje i vrednovanje matematičkih panoa na primjeru GeoGebre. *Medijska istraživanja*, 21 (2), 125-155. Preuzeto 10.2.2024. s <https://hrcak.srce.hr/152484>
23. Unser Profil (1994). *Institut für Medienpädagogik und Kommunikation Hessen*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://www.muk-hessen.de/wer-wir-sind/>
24. Über die Zeitschrift (2000). *MedienPädagogik*. Preuzeto 15.2.2024. s <https://www.medienpaed.com/about>
25. Über uns. *SCHAU HIN!*. Preuzeto 17.06.2024. s <https://www.schau-hin.info/ueber-uns/initiative>