



# Medijske navike djece i stavovi roditelja - FINALNI IZVJEŠTAJ -

unicef  za svako dijete



**Bosna i Hercegovina**  
Regulatorna agencija za komunikacije



Sarajevo,  
Oktobar 2020. godine

**Istraživanje proveo:**  
Custom Concept d.o.o.

**Autorice izvještaja:**  
Snježana Hasanagić, Custom Concept  
Maja Papović, Custom Concept  
Slađana Kovačević, Custom Concept

# Sadržaj

SKRAĆENICE .....	3
1. SAŽETAK .....	4
2. UVOD .....	7
3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA .....	8
4. DIZAJN ISTRAŽIVANJA I OPIS METODOLOGIJE .....	9
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....	13
<b>5.1. PRISTUP MEDIJIMA .....</b>	<b>13</b>
Medijsko okruženje djece .....	13
Korištenje uređaja .....	16
Pristup internetu .....	17
Boravak online .....	19
<b>5.2. SADRŽAJI KOJE DJECA GLEDAJU .....</b>	<b>21</b>
Vrsta sadržaja .....	21
Omiljeni sadržaj .....	24
TV platforme za usluge na zahtjev .....	27
Gledanje sadržaja na televiziji .....	28
Korištenje YouTube-a .....	29
Društvene mreže i/ili stranice i/ili aplikacije za razmjenu poruka .....	31
Informacije o dešavanjima u zemlji i svijetu .....	35
Kreiranje sadržaja .....	36
Igranje igrica .....	38
<b>5.3. KOLIČINA VREMENA PROVEDENOG UZ MEDIJE .....</b>	<b>39</b>
Koliko vremena djeca provode uz informaciono-komunikacione uređaje i medije? .....	39
Periodi dana u kojima djeca provode vrijeme uz informaciono-komunikacione uređaje i medije .....	43
Stavovi o vremenu provedenom pred ekranom .....	46
<b>5.4. PRAVILA U VEZI SA KORIŠTENJEM MEDIJA I NADZOR RODITELJA .....</b>	<b>49</b>
Roditeljski pristup .....	49
Pravila o gledanju i klasifikacijske oznake .....	50
TV klasifikacijske oznake i izloženost neadekvatnim sadržajima .....	51
Pravila za korištenje interneta .....	53
Pravila za korištenje mobilnog telefona .....	54
Nadzor roditelja nad korištenjem uređaja .....	55
Stavovi prema gledanju TV programa – šta roditelje najviše brine? .....	55
Stavovi prema korištenju interneta .....	57
<b>5.5. ZNANJE I UČENJE O MEDIJIMA .....</b>	<b>60</b>
Znanje o medijima .....	60
Informiranost o sigurnom korištenju medija .....	61
Uticaj neprimjerenih sadržaja .....	62
Sigurno korištenje interneta .....	64
6. ZAKLJUČAK .....	66

# Skraćenice

---

<b>bh.</b>	bosanskohercegovački/e
<b>BiH</b>	Bosna i Hercegovina
<b>BO</b>	Bez odgovora
<b>CAPI</b>	Kompjuterski potpomognuto lično anketiranje
<b>CC</b>	Custom Concept
<b>DB</b>	Distrikt Brčko
<b>F BiH</b>	Federacija Bosne i Hercegovine
<b>F2F</b>	Lični intervjui „licem u lice“ ( <i>Face to Face</i> )
<b>itd.</b>	i tako dalje
<b>i sl.</b>	i slično
<b>KM</b>	Konvertibilna marka
<b>M</b>	Aritmetička sredina
<b>max</b>	Maksimum
<b>min</b>	Minimum
<b>N</b>	Broj
<b>npr.</b>	Na primjer
<b>NZ</b>	Ne zna
<b>RAK</b>	Regulatorna agencija za komunikacije
<b>RS</b>	Republika Srpska
<b>SD</b>	Standardna devijacija
<b>SPSS</b>	Statistički program za društvene nauke ( <i>Statistical Package for the Social Sciences</i> )
<b>tj.</b>	To jeste
<b>TV program</b>	Televizijski program
<b>UN</b>	Ujedinjene nacije
<b>UNICEF</b>	Fond Ujedinjenih nacija za djecu
<b>≤</b>	Manje ili jednako
<b>%</b>	Postotak

# 1. Sažetak

U savremenom kompleksnom medijskom okruženju podaci o medijskim navikama djece i stavovima roditelja osnova su za kreiranje odgovarajućih medijskih i obrazovnih politika kao i adekvatnih aktivnosti usmjerenih na osiguravanje sigurnijeg medijskog okruženja i unapređenje medijske i informacijske pismenosti djece, roditelja i drugih koji brinu od djeci, te prosvjetnih radnika. U BiH, prije ovog istraživanja, nije postojao sveobuhvatan izvještaj o upotrebi medija i informaciono-komunikacionih tehnologija i navikama djece iz BiH. Istraživanja iz susjednih zemalja i drugih evropskih zemalja mogu dati indikativne rezultate, ali različit kontekst u BiH uzrokuje drugačija saznanja nego u drugim zemljama. Korištenje medija među djecom se neprestano mijenja, međutim, bolje razumijevanje navika, primarnih izvora informacija i uloge roditelja pruža mogućnost da se odrede prioritete intervencije i naprave informisane strategije komunikacije usmjerene na djecu, roditelje i druge koji brinu o djeci i prosvjetne radnike. Upravo sa tim ciljem, kao i sa ciljem poboljšanja znanja o interakciji između djece i medija (uključujući online platforme), kao nastavak svoje dugogodišnje saradnje u oblasti djece i medija, Fond Ujedinjenih nacija za djecu (UNICEF) u BiH i Regulatorna agencija za komunikacije (RAK) su unajmili Custom Concept (CC), profesionalnu agenciju za ispitivanje javnog mnijenja, istraživanje tržišta i konsalting, da, na osnovu različitih međunarodnih iskustava, prilagođenih trenutnom vremenu i bosanskohercegovačkom (bh.) kontekstu, provede istraživanje u BiH na nacionalno reprezentativnom uzorku djece i roditelja. Cilj istraživanja bio je dobiti podatke o tome kako djeca pristupaju medijima, koje sadržaje gledaju/prate/slučaju/rade, koliko vremena provode uz različite medije, koja pravila postoje vezano za korištenje medija i kako roditelji vrše nadzor, te kako procjenjuju svoje znanje o medijima i iz kojih izvora uče o njima.

Istraživanje je provedeno u junu i julu 2020. godine na području cijele BiH, uz korištenje metodologije koja podrazumijeva prikupljanje potrebnih podataka anketom licem u lice (F2F anketa) na osnovu kompjuterski potpomognutog ličnog anketiranja (CAPI) sa šest (6) ciljnih skupina: 1) djeca uzrasta 0 do 3 godine, 2) djeca uzrasta 4 do 6 godina, 3) djeca uzrasta 7 do 10 godina, 4) djeca uzrasta 11 do 14 godina, 5) adolescenti (djeca uzrasta 15 do 18 godina) i roditelji/staratelji djece. Greška uzorka koja se veže uz svaku dobnu kategoriju djece iznosi  $\pm 4,9\%$ , a uz roditeljske rezultate  $\pm 2,3\%$ . Dobiveni rezultati daju detaljnu sliku korištenja medija od strane djece, adolescenata i roditelja u BiH, a slijedi njihov kratak pregled:

## **Pristup medijima**

U BiH djeca uzrasta 0-18 godina žive u kompleksnom informaciono-komunikacionom okruženju i brojni su uređaji kojim su okružena. Podaci dobiveni od roditelja pokazuju da skoro sva djeca žive u domaćinstvima sa smartphonom (93%), a većina i sa kompjuterom (deskopom ili laptopom) (76%), te Smart TV-om (73%). I svi "kućni" uređaji su u velikoj mjeri djeci na raspolaganju – u najvećoj mjeri televizor (Smart TV i/ili standardni TV uređaj koristi 95% djece). A kada je riječ o posjedovanju, djeca najčešće posjeduju vlastiti smartphone, tim češće što su starija (tako da ga ima 71% adolescenata). Podaci dobiveni anketiranjem djece uzrasta 7-18 godina, pokazuju da ona upravo smartphone najčešće koriste za gledanje/slušanje sadržaja, kao što su video klipovi, televizijski programi ili filmovi i sl. (88%), kao što ga, skupa sa "običnim" mobilnim telefonom, najčešće upotrebljavaju i za pristup internetu (93%).

## **Sadržaji koje djece gledaju/prate/slušaju/rade**

Djeca različitih uzrasta na uređajima koji su im dostupni gledaju/prate/slušaju/rade različite sadržaje. Ukupno gledano, najčešće su to YouTuberi koje prati šest od deset djece (60%) i crtani filmovi, koje gleda tek nešto manje njih (55%). Pri tome praćenje YouTubera raste, a gledanje crtanih filmova opada sa starošću djece. Tako da su crtani filmovi dominantan omiljeni sadržaj djece uzrasta 0-6 godina, kojim se u uzrastu 7-10 godina „priljučuju” i igrice, koje su najčešći omiljeni sadržaj djeci uzrasta 11-14 godina. A adolescentima su podjednako omiljeni YouTube i serije, te muzika. Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčicama su češće od dječaka omiljeni sadržaji YouTube i praćenje YouTubera, crtani filmovi, serije, muzika i filmovi, dok su dječacima češće omiljeni sportski program i igrice. A podaci iz roditeljske ankete pokazuju da roditelji sa višim i visokim stepenom obrazovanja češće od ostalih ističu da njihova djeca gledaju crtane filmove i dječiji program, dok oni sa nižim stepenom obrazovanja češće navode da njihova djeca gledaju igrane filmove i serije za odrasle, muzičke sadržaje i sportski program. Zaposleni roditelji češće od nezaposlenih ističu da njihova djeca gledaju obrazovni program, sportski program i igraju igrice. Na kompjuteru, tabletu ili mobilnom telefonu/smartphonu djeca uzrasta 7-18 godina i kreiraju određene sadržaje. Najčešće mijenjaju ili uređuju fotografije (61%) i snimaju videa (53%). Dječaci češće od djevojčica snimaju videa, prave aplikacije ili igre, mijenjaju ili uređuju tuđu muziku i prave likove/avatare. Kada je u pitanju praćenje ostalih sadržaja, troje od deset djece (od 11 godina i više) ističe da ih ne zanimaju vijesti/informacije o dešavanjima u zemlji i svijetu. Oni koji ih prate najčešće to čine putem društvenih mreža (53%), a zatim putem televizije (25%) i online portala (23%). U ovom uzrastu četiri od deset djece gleda filmove ili druge video sadržaje na platformama kao što su Netflix, HBO Go i sl. (41%), adolescenti značajno češće od djece uzrasta 11-14 godina (47% naprema 36%). Rezultati roditeljske ankete pokazuju da polovina djece uzrasta 0-6 godina na televiziji gleda isključivo ili uglavnom domaće programe, na maternjem jeziku. Preostala djeca uglavnom

u podjednakoj mjeri gledaju i domaće i strane programe, koji su na maternjem i nekom stranom jeziku, što je praksa koja raste sa uzrastom djece. Nešto više od polovine roditelja (54%) procjenjuje da na bh. televizijama nema dovoljno/nema uopće dječijeg programa. Skoro svi roditelji djece uzrasta 11-18 godina (96%) navode da njihovo dijete ima profil na nekoj od društvenih mreža/stranica/aplikacija (Facebooku, Viberu, Instagramu, Facebook Messengeru i/ili YouTube-u). Češće to ističu za adolescente nego za djecu uzrasta 11-14 godina. Naime, prema roditeljima, 100% adolescenata ima profil, najčešće na Facebooku (81%), Instagramu (77%) i Viberu (72%). Roditelji djece uzrasta 11-14 godina navode da 93% njihove djece ima profil, najčešće na Viberu (60%), Instagramu (56%) i Facebook-u (55%). Podaci dobiveni anketom djece pokazuju da u uzrastu od 7-18 godina 95% njih koristi YouTube web stranicu ili aplikaciju, najčešće radi gledanja muzičkih videa, smiješnih videa/šala/poteškoća/izazova, te Vloggera ili YouTuber-a. Tek nešto manje njih (85%) koristi barem jednu društvenu mrežu/stranicu/aplikaciju za razmjenu poruka. Najčešće je to Viber (65%). A kad je u pitanju njihova glavna društvena mreža/stranica/aplikacija, za djecu uzrasta 11-18 godina najčešće je to Instagram (37%), a za mlađu djecu (uzrast 7-10 godina) Viber i YouTube (po 25%). Kada su u pitanju spolne razlike, dječacima je češće od djevojčica glavna društvena mreža/stranica/aplikacija YouTube, a djevojčicama češće od dječaka Instagram. Inače, djeca uglavnom vide pozitivne strane društvenih mreža, stranica i aplikacija koje koriste. I adolescenti su ti koji češće od ostalih ističu da im društvene mreže pomažu pri uspostavi i održavanju prijateljstava, ali i češće primjećuju njihove negativne strane – pritisak da se bude popularan i prisustvo zlobnih komentara i postupaka.

### **Količina vremena provedenog uz medije**

Osam od deset djece uzrasta 7-18 godina u tipičnoj sedmici u toku školske godine (kada su prva smjena u školi i kada nije online nastava) svakodnevno koristi mobilni telefon/smartphone i njegova svakodnevna upotreba raste sa uzrastom djece. Slično je i sa boravkom online. Sedam od deset djece uzrasta 0-18 godina svakodnevno gleda TV program. Ova navika učestalija je kod mlađe djece. Djeca koja gledaju TV program najčešće ga gledaju u periodu od 12 do 22 sata. U jutarnjim satima (6-8 sati ujutro) pred televizorom su uglavnom mlađa djeca (7-10 godina), u periodu od 8 do 12 sati „prikliučuje“ im se i uzrast 11-14 godina, dok nešto više adolescenata počinje da gleda TV program od podne pa na dalje. S tim što ga u periodu od 12-20 sati još uvijek značajno češće gledaju mlađa djeca nego adolescenti, koji „preuzimaju primat“ u periodu od 20-22 sati, a dio njih nastavlja sa njegovim praćenjem i do ponoći. Igranje igrice preostala je aktivnosti koju svakodnevno provodi značajniji broj djece, četiri od deset njih – skoro polovina djece uzrasta 7-11 godina (46%) i trećina adolescenata (35%), a češće ih igraju dječaci nego djevojčice. Manje od desetine djece (niti jedno „cijelo“ dijete) svakodnevno čita knjige/slikovnice/stripove, dok novine ili časopise svakodnevno ne čita skoro niko (1%). I svakodnevno gledanje DVD-a je svedeno na istu, skoro nepostojeću razinu (0,5%), dok je svakodnevno slušanje radija tek nešto češće zastupljeno (3%). Sve u svemu, roditelji procjenjuju da njihova djeca uzrasta 0-18 godina u prosjeku pred ekranom, na školski dan, provedu skoro tri sata, a vikendom tri i po sata, tim više što su starija. I inače, što su djeca starija, to je vrijeme koje provode uz informaciono-komunikacione tehnologije duže, jer upotreba mobitela/smartphona i vrijeme provedeno online raste sa uzrastom. U skladu sa tim, što im je dijete starijeg uzrasta to roditelji češće ističu da teško kontrolišu vrijeme koje ono provodi pred ekranom (od 8% roditelja djece uzrasta 0-3 godine do 40% roditelja adolescenata). Također, što im je dijete mlađe to roditelji češće misle da ima dobru ravnotežu između vremena koje gleda u ekran i drugih aktivnosti (od 60% roditelja djece uzrasta 0-3 godine do 42% roditelja adolescenata). A podaci dobiveni od djece pokazuju da boravak pred ekranom mlađoj djeci (7-10 godina) najčešće zamjenjuje igranje, a starijim (11-18 godina) druženje. Roditelji najčešće strahuju od njegovog negativnog uticaja na fizičku dobrobit djeteta (probleme sa spavanjem, sa govorom, pretilost, manjak fizičke aktivnosti, probleme s koncentracijom i sl.).

### **Pravila u vezi sa korištenjem medija i nadzor roditelja**

Devet od deset djece uzrasta 11-18 godina zadovoljno je stepenom roditeljskog povjerenja i količinom razgovora koje sa njima imaju o medijskim sadržajima i njihovom uticaju. Tek nešto manje djece, osam od deset, zadovoljno je i postojećom količinom pravila koja određuju njihovo korištenje medija. Pri čemu podaci iz roditeljske ankete pokazuju da su pravila o gledanju TV programa i DVD-jeva zastupljenija kod djece uzrasta 0-10 godina, jer ih tada postavlja više od 90% roditelja. Nešto rjeđe ova pravila važe za djecu uzrasta 11-14 godina (85%), dok ih ima tek polovina adolescenata (51%). Najčešće se radi o pravilima vezanim za sadržaje koje djeca smiju gledati. Nasuprot tome, pravila o korištenju interneta najčešće su uspostavili roditelji djece uzrasta 7-14 godina (90% roditelja djece uzrasta 7-10 i 82% roditelja djece uzrasta 11-14). To je nešto rjeđa praksa kod roditelja djece uzrasta 4-6 godina (72%), polovično je prisutna kod roditelja adolescenata (56%), a najrjeđa kod roditelja djece uzrasta 0-3 godine (41%). Roditelji najčešće postavljaju tri vrste pravila o korištenju interneta: ona koja se odnose na vrste web stranice ili aplikacije koje djeca mogu koristiti, pravila o tome s kim djeca kontaktiraju putem interneta i pravila o tome koliko vremena provode na internetu. Međutim, skoro da nema roditelja koji ne nadziru boravak na internetu svoje djece uzrasta 0-10 godina (4%), što nije slučaj kod starije djece. Inače, sa uzrastom djece raste i njihovo korištenje uređaja bez nadzora odraslih. Djeca svih uzrasta najčešće bez nadzora mogu upotrebljavati televizor (68%) i mobilni telefon/smartphone (57%). Tako da jedan od deset roditelja djece uzrasta 7-10 godina (10%) i četiri od deset uzrasta 15-18 godina (43%) puštaju djeci da mobitel upotrebljavaju kad god, kako god i koliko dugo to žele. Ostali najčešće imaju pravila o tome koliko vremena dijete provodi koristeći svoj mobitel i o tome s kim smije kontaktirati putem njega. A kada je u pitanju gledanje televizije, mada su

većinom upoznata sa televizijskim klasifikacijskim oznakama 12+, 16+ i 18+, djeca ih rjeđe poštuju nego što to roditelji misle. Također, u većini slučajeva PIN kodovi na TV uređaju su oni koji su postavljeni od strane pružaoca usluga, a tek 22% roditelja je postavilo posebne PIN kodove. To su češće od ostalih učinili roditelji najvišeg socio-ekonomskog statusa (viši ili visoki stepen obrazovanja, zaposleni i sa prosječnim mjesečnim primanjima od 2.000 KM i više). Troje od deset djece uzrasta 4-18 godina nekada je na televiziji gledalo nešto što ih je prestrašilo, zabrinulo, navelo da se osjećaju neugodno i sl. Uprkos tome, kao i podatku da za veliki broj televizijskih sadržaja smatraju da su dosta problematični za njihovo dijete (nasilje seksualno eksplicitni sadržaji, psovke/uvrede i sl.), u principu sadržaj TV programa, količina TV reklama koje dijete vidi, kao i njihov sadržaj malo zabrinjavaju roditelje. Oni su nešto više (osrednje) zabrinuti oko potencijalno štetnih aspekata aktivnosti njihovog djeteta na internetu (prosječna ocjena zabrinutosti (na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „nimalo me ne brine“, a pet „izrazio mnogo me brine“) se kreće od 2,78 za sadržaj na web stranicama ili u aplikacijama koje dijete prati do 3,11 za gledanje sadržaja koje djecu potiče da se samopovređuju), ali nisu sigurni da li, kada je njihovo dijete u pitanju, prednosti interneta nadmašuju rizike.

### **Znanje i učenje o medijima**

Sedam od deset djece ističe da je zadovoljno svojim znanjem o medijima. Pri tome su roditelji najznačajniji izvor ovih informacija, tim važniji što su djeca mlađa. Prosvjetni radnici predstavljaju drugi po važnosti izvor ovih informacija, tim važniji što su djeca starija. I mada je škola izvor od kojeg bih najveći dio roditelja (48%) želio dobiti informacije i savjete o tome kako pomoći svom djetetu da bude sigurno prilikom korištenja medija, do sada je ove informacije iz ovog izvora dobilo 14% njih. Naime, informacije o ovoj temi oni su najčešće dobili od članova porodice ili prijatelja (33%), što je i procenat roditelja koji porodicu i prijatelja i „biraju“ za najpoželjniji izvor (32%). Slijedi 20% roditelja koji su konsultovali pojedine web stranice ili aplikacije, a nešto više njih (27%) bi putem njih želio dobiti informacije o tome kako pomoći svojoj djeci da budu sigurna pri korištenju medija. U slijedećoj grupi poželjnih izvora su državne institucije (22% ili dva od deset roditelja) od kojih je do sada ove informacije dobilo 3% roditelja, proizvođači ili trgovci koji prodaju uređaj i internet provideri (po 20%), od kojih je do sada ove informacije dobilo po 6% roditelja. Sa uzrastom djece raste i broj roditelja koji bi od njih (svoje djece) željeli dobiti informacije o tome kako im pomoći da budu sigurni pri korištenju medija – od 15% roditelja djece uzrasta 0-3 godine do 28% roditelja adolescenata. A nešto manje njih je do sada svoju djecu koristilo kao izvor ovih informacija (od 7% roditelja djece uzrasta 0-3 godine do 20% roditelja adolescenata). Istovremeno, većina roditelja djece uzrasta 0-14 godina (77%) smatra da ima dovoljno znanja da donese odluke o korištenju medija od strane njihovog djeteta. Jedino roditelji djece najstarijeg uzrasta (15-18) imaju više sumnji, te tek u polovini slučajeva procjenjuju da znaju dovoljno da bi donijeli pravilne odluke. Isto tako, oko polovine roditelja uzrasta 0-14 godina procjenjuje da su upoznati sa pravilima za pružanje medijskih sadržaja. Opet su roditelji koji imaju djecu najstarijeg uzrasta (15-18) ti koji češće od ostalih smatraju da im znanje ni po ovom pitanju nije dovoljno (58%). I mada devet od deset roditelja djece uzrasta 7-18 godina navode da su nekad razgovarali s svojim djetetom o potencijalnim opasnostima boravka na internetu (poput neprikladnog sadržaja na web stranicama, otkrivanje/davanje ličnih podataka, kontakta s osobama koje ne poznaje, itd.), tek sedam od deset djece ističe da je nekada čulo informacije o tome kako sigurno koristiti internet. Najčešće od roditelja, a zatim od prosvjetnih radnika. Istovremeno, u prosjeku, roditelji se donekle slažu sa izjavom da znaju dovoljno da pomognu svom djetetu da ostane sigurno na internetu. Pri tome je slaganje veće kod roditelja mlađe djece, dok roditelji adolescenata nisu sigurni da li imaju ili nemaju odgovarajuću količinu potrebnog znanja (prosječna ocjena skaganja na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „u potpunosti se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“ kod roditelja mlađe djece iznosi 3,69, a kod roditelja adolescenata 3,44). Također, roditelji iz domaćinstava sa najnižim socio-ekonomskim statusom češće smatraju da nemaju dovoljno znanja da donesu odluke o korištenju medija od strane njihovog djeteta. Istovremeno, roditelji adolescenata imaju više povjerenja u sposobnost njihovog djeteta da samo „izađe na kraj“ sa rizicima interneta. Međutim, jedan od podataka iz dječije ankete pokazuje da je tek 58% djece upoznato sa načinom na koji se može prijaviti neprimjeren sadržaj na YouTube-u, što je značajna disproporcija u odnosu na procenat djece koja koriste ovu web stranicu/aplikaciju.



## 2. Uvod

U današnjem svijetu sve većeg korištenja medija i informaciono-komunikacionih tehnologija, njihove široke dostupnosti i plasiranja svih vrsta sadržaja (često bez filtriranja), potrebno je posebnu pažnju obratiti na osjetljivu kategoriju djece i njihovo korištenje medija i informaciono-komunikacionih tehnologija. Medijska i informacijska pismenost djece i roditelja postaje sve važnija, s obzirom na količinu dostupnih sadržaja kao i činjenicu da djeca sve više sama preuzimaju značajnu ulogu u izboru koje sadržaje gledaju/slušaju/prate/igraju i komuniciraju. Utvrđivanje dječijih navika, stavova i znanja vezanih za korištenje medija i informaciono-komunikacionih tehnologija kao i stavova roditelja prvi je korak ka stvaranju sigurnijeg i poticajnijeg medijskog okruženja. Ovako medijsko okruženje odlikuje sigurnija interakcija djece i medija i informaciono-komunikacionih tehnologija, te smanjenje negativnih uz povećanje pozitivnih učinaka korištenja medija i informaciono-komunikacionih tehnologija. Podaci o dječijim navikama i stavovima roditelja su osnova za odgovarajuće medijske i obrazovne politike, ali i aktivnosti usmjerene ka unapređenju medijske i informacijske pismenosti djece, roditelja i drugih koji se brinu o djeci kao i prosvjetnih radnika. Zbog toga je provođenje istraživanja o tome kako djeca pristupaju medijima, koje sadržaje gledaju/prate/slušaju/rade, koliko vremena provode uz različite medije, koja pravila postoje vezano za korištenje medija i kako roditelji vrše nadzor, te kako procjenjuju svoje znanje o medijima i iz kojih izvora uče o njima od izuzetnog značaja.

Međutim, trenutno ne postoji sveobuhvatan izvještaj o upotrebi medija i informaciono-komunikacionih tehnologija i navikama djece u BiH. Istraživanja iz susjednih zemalja mogu dati indikativne rezultate, ali različit kontekst u BiH uzrokuje drugačija saznanja nego u drugim zemljama (zbog različite stope pohađanja predškolskih ustanova, različitih regulatornih okvira, jezičkih razlika, dostupnosti lokalno proizvedenih medijskih sadržaja prilagođenih djeci, stope zaposlenosti, obrazovnog sistema, stope siromaštva djece). Parcijalni podaci dobiveni su istraživanjem „Ponašanje i navike djece na internetu: stavovi djece, roditelja i nastavnika informatike“ provedenom na području BiH, na uzorku od 623 djece dobi do 9 do 17 godina. Oni pokazuju da u BiH nešto više od polovine djece kod kuće ima kompjuter, skoro svako drugo dijete posjeduje laptop, dok više od jedne trećine djece koristi tablet uređaje. Posebno je važno istaći nalaz da lični mobilni telefon posjeduje pet od šest djece (83,7%) obuhvaćene istraživanjem. Također je bitan podatak da devet od deset djece (90,5%) ima profil na nekoj od najpopularnijih društvenih mreža (Twitter, Facebook, YouTube, Google ili Instagram). Čak 67% ispitanih djece internet koristi da bi se dopisivali sa prijateljima. Izgleda da internet najčešće služi i za zabavu, pri čemu ga 44% ispitanih koristi za traženje zanimljivih sadržaja, 36% za preuzimanje filmova i muzike, a četvrtina za igranje online igrice. Internet ima edukativnu funkciju tek za četvrtinu ispitanika. Da je virtuelni prostor mnogo pogodniji za ispoljavanje socijalno neprihvatljivog ponašanja u odnosu na realni život ukazuje i podatak da je gotovo polovina ispitanih djece na društvenim mrežama dobijala poruke od nepoznatih osoba. Alarmantni podaci su da je njih 43% prihvatilo za prijatelja nepoznatu osobu, 27% ih se dopisivalo sa nepoznatom osobom, a čak 11% je pristalo da se sa nepoznatom osobom upozna. Osim toga, 37% njih je bilo izbrisano iz prijatelja nekog od vršnjaka, 27% ih je „izbačeno“ iz neke grupe na društvenoj mreži, 26% ih je doživjelo da im bude objavljena slika bez njihove saglasnosti, 17% ih je doživjelo prijetnje, 13% ruganje, a 12% ih je snimano protiv njihove volje i to je objavljeno na društvenoj mreži.<sup>1</sup>

Kada se radi o globalno provedenim istraživanjima koja se odnose na interakciju djece i medija, treba istaći rezultate longitudinalnog istraživanja Ofcom-a iz Velike Britanije<sup>2</sup> „Djeca i roditelji: Izvještaj o upotrebi medija i njihovim stavovima“, koje se provodi svake godine počevši od 2013. i to na uzorku djece i adolescenata od 5 do 15 godina i njihovih roditelja/staratelja, uz pregled upotrebe medija od strane djece uzrasta od 3 do 4 godine. Peti talas istraživanja (iz 2019. godine) pokazao je sljedeće: polovina desetogodišnjaka sada posjeduje vlastiti pametni telefon (smartphone). Više djece gleda video na zahtjev nego što gleda TV program - jedno od četvoro djece uopće ne gleda TV program. YouTube je i dalje omiljeni među djecom. WhatsApp je stekao popularnost tokom protekle godine, pridruživši se Facebook-u, Snapchat-u i Instagram-u kao jednoj od najboljih platformi društvenih medija koje djeca koriste. Novije platforme poput TikTok-a i Twitch-a tek stiču popularnost. I dok su YouTube zvijezde i dalje popularne, djecu sada sve više privlače influencersi koji su često dio lokalnog stanovništva ili koji imaju određeni zajednički interes - poznati kao „mikro“ ili „nano“ influencersi. Kada se radi o sigurnosti na internetu, djeca vide više sadržaja mržnje ili nasilja nego ranije. Roditelji su također sve više zabrinuti zbog toga što njihovo dijete na internetu vidi neke sadržaje koji se odnose na samoozljeđivanje i neke elemente online igara. Manje je roditelja koji smatraju da su koristi korištenja interneta od strane djece veće od rizika u odnosu na period prije pet godina.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Save the Children, Ponašanje i navike djece na internetu: stavovi djece, roditelja i nastavnika informatike, decembar 2016. godine, str. 16.

<sup>2</sup> Ofcom je regulatorno tijelo za komunikacije u Velikoj Britaniji ([www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk)).

<sup>3</sup> Ofcom, Djeca i roditelji: Izvještaj o upotrebi medija i njihovim stavovima, 2019. godina, str. 1.



Rezultati drugog istraživanja iz 2019. godine provedenog za Ofcom („Život na malom ekranu: Šta djeca gledaju i zašto“) pokazali su da su mnoga djeca koristila društvene mreže i druge platforme za razmjenu poruka (npr. dopisivanje u online igricama) kako bi neprestano održavala kontakt sa svojim prijateljima dok su kod kuće, a često su djeca smatrala da za lične susrete sa prijateljima treba „previše truda“ i da više vole da slobodno vrijeme provode sami kod kuće.<sup>4</sup>

A kada se radi o istraživanjima iz regiona, istraživanje „Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“ je na uzorku od 1.050 roditelja i 655 djece pokazalo da TV uređaju u domaćinstvu ima pristup 84% djece dobi od 4 do 8 godina, 91% djece od 9 do 11 godina i 94% djece od 12 do 17 godina. Smartphonu u domaćinstvu ima pristup 65% djece od 4 do 8 godina, 78% djece dobi od 9 do 11 godina i 92% djece od 12 do 17 godina. Kompjuteru ili laptopu u domaćinstvu ima pristup 43% djece od 4 do 8 godina, 66% djece od 9 do 11 godina i 71% djece od 12 do 17 godina. Od toga tri četvrtine djece svakodnevno gleda televiziju, 22% djece svakodnevno čita knjige štampanog izdanja, petina djece svakodnevno sluša radio, a 14% djece svakodnevno prati vijesti na portalima. Osim toga, djeca od 12 do 17 godina su ispred nekog ekrana dnevno oko 8 sati. Što se tiče roditelja, polovina roditelja ne obraća pažnju na oznake uzrasta koji je adekvatan za određeni TV sadržaj ili to radi rijetko; petina roditelja ne obraća pažnju na oznake uzrasta koji je adekvatan za određeni TV sadržaj ili to radi rijetko<sup>1</sup>, dok trećina roditelja pušta djecu da gledaju TV sadržaje koji imaju oznaku da nisu za uzrast njihovog djeteta.<sup>5</sup>

U istraživanju „Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima“ provedenom u Hrvatskoj jasno je vidljiv trend porasta broja učenika koji se internetom služe svakodnevno. Više od trećine djece već u dobi od 10 do 11 godina internetom se koriste svakodnevno, a u dobi od 14 do 15 godina to čini većina. Razlika u svakodnevnom korištenju internetom s obzirom na spol statistički je značajna samo u najmlađoj dobnoj skupini. Naime, statistički se značajno veći broj dječaka (39,3%) u dobi od 10 do 11 godina internetom koristi svakodnevno u odnosu na broj jednako starih djevojčica (29,5%). Djevojčice se u ovoj dobi češće od dječaka internetom koriste jednom sedmično. Djeca se s obzirom na spol razlikuju u svrsi korištenja internetom. Utvrđeno je da djevojčice statistički značajno češće od dječaka internet upotrebljavaju za dopisivanje s prijateljima, posjećivanje specijaliziranih stranica za druženje i traženje dodatne literature vezane uz školu i školske zadatke.<sup>6</sup>

Mada se korištenje medija među djecom neprestano mijenja, bolje razumijevanje navika, primarnih izvora informacija i uloga roditelja/staratelja pruža mogućnost da se odrede prioritetne intervencije i naprave informisane strategije komunikacije usmjerene na djecu i roditelje. Upravo sa tim ciljem, kao i sa ciljem poboljšanja znanja o interakciji između djece i medija (uključujući online platforme) u BiH, UNICEF i RAK su unajmili Custom Concept, profesionalnu agenciju za ispitivanje javnog mnijenja, istraživanje tržišta i konsalting, da provede istraživanje na reprezentativnom uzorku za BiH i na osnovu različitih međunarodnih iskustava, prilagođenih trenutnom vremenu i bh. kontekstu.

### 3. Svrha i ciljevi istraživanja

Ova Studija pruža prvi izvještaj o korištenju medija od strane djece i adolescenata, te o stavovima roditelja u BiH.

Nalazi Studije daju informacije potrebne za daljnji razvoj medijskog regulatornog okvira, a posebno aktivnosti RAK-a i UNICEF-a usmjerene na bolje usmjeravanje komunikacijskih aktivnosti i jačanje medijske i informacijske pismenosti djece i roditelja u BiH. Osim toga, podaci o korištenju medija od strane djece i roditeljskim stavovima, različitim ključnim akterima poput medijske i informaciono-komunikacione industrije, nevladinih organizacija, institucija zaduženih za obrazovanje, nastavnika itd. omogućuju da odluče o programskim prioritetima i osnovnim pitanjima koja će se rješavati u njihovim aktivnostima. Studija također daje informacije važne za potencijalne zakonodavne i regulatorne promjene, kao i za zagovaranje za bolju zaštitu i promociju najboljeg interesa djeteta u medijima.

Sekundarna analiza omogućit će bolje usmjeravanje *Komunikacije za intervencije u oblasti društvenih promjena* koja uključuje djecu i porodice u BiH i preciznije prilagođavanje UNICEF-ove *Strategije komunikacije i javnog zagovaranja* za Programski dokument za BiH 2021-2025.

<sup>4</sup> Ofcom, Život na malom ekranu: Šta djeca gledaju i zašto, 2019. godina, str. 5.

<sup>5</sup> UNICEF i IPSOS, Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori, novembar 2018. godine.

<sup>6</sup> Iskustva i stavovi djece, roditelja i učitelja prema elektroničkim medijima - Izvještaj o rezultatima istraživanja provedenog među djecom, učiteljima i roditeljima u sklopu programa prevencije elektroničkog nasilja „Prekini lanac!“, 2010. godina, str. 16.

## 4. Dizajn istraživanja i opis metodologije

Ova Studija je provedena u junu i julu 2020. godine na području cijele BiH, uz korištenje metodologije koja podrazumijeva prikupljanje potrebnih podataka anketom licem u lice (F2F anketa) koristeći kompjuterski potpomognuto lično anketiranje (CAPI) sa sljedećim ciljnim grupama:

- Djeca uzrasta 0 do 3 godine,
- Djeca uzrasta 4 do 6 godina,
- Djeca uzrasta 7 do 10 godina,
- Djeca uzrasta 11 do 14 godina,
- Adolescenti uzrasta 15 do 18 godina,
- Roditelji/staratelji.

U Studiji je korišten nacionalno reprezentativan, slučajni uzorak ruralnih i urbanih domaćinstava<sup>7</sup>. Veličina uzorka za djecu/adolescente iznosila je 2.000 ispitanika, što je veličina uzorka koja implicira grešku uzorka<sup>8</sup> od  $\pm 4,9\%$  za svaku dobnu kategoriju, pri čemu su na kraju bile kompletirane 1.997 anketa<sup>9</sup>. Kada se radi o anketi s roditeljima, u svakom domaćinstvu u kojem se provodilo anketiranje s djecom anketiran je jedan od njihovih roditelja (kada i ako je bio dostupan). Ukupan broj obavljenih anketa sa roditeljima je 1.783 što implicira grešku uzorka od  $\pm 2,3\%$ .<sup>10</sup> (Pogledati Tabelu 1.)

**TABELA 1. STRUKTURA UZORKA**

Populacijska kategorija	Starost	Broj djece u populaciji <sup>11</sup>	Broj anketa	Greška uzorka
Djeca/Adolescenti	0-3	137.543	396	$\pm 4.9\%$
	4-6	107.606	400	$\pm 4.9\%$
	7-10	142.348	401	$\pm 4.9\%$
	11-14	156.222	400	$\pm 4.9\%$
	15-18	199.293	400	$\pm 4.9\%$
	<b>UKUPNO</b>		<b>743.012</b>	<b>1.997</b>
Roditelji/Staratelji		Procijenjeni broj roditelja djece od 0 do 18 godina	Broj anketa	Greška uzorka
	<b>UKUPNO</b>	<b>710.529</b>	<b>1.783</b>	<b><math>\pm 2.3\%</math></b>

U svakom od područja obuhvaćenih slučajno odabranim klasterom/polaznim tačnom (njih ukupno 200), domaćinstva u kojima će se provoditi ankete odabrana su Tehnikom slučajnog hodanja. I u svakom odabranom domaćinstvu anketirano je po jedno dijete/adolescent.<sup>12</sup> A što se tiče ankete s roditeljima, anketiran je roditelj koji je bio prisutan/dostupan. U slučajevima kada su bila prisutna oba roditelja, anketar je izabrao roditelja koji je upoznatiji s djetetovim navikama.

Anketiranje djece je provedeno u prostorijama njihovog doma od strane 48 posebno obučanih CC anketara, a organizovano je od strane CC koordinatorice i osam terenskih koordinatora. Anketiranje je provedeno metodom popunjavanja upitnika na tabletu od strane anketara (CAPI metoda), dakle, djeca i adolescenti su odgovarali na upitnik, bez nužne direktne pomoći i učešća roditelja. Treba naglasiti da djeca uzrasta 0-3 godine nisu odgovarala na upitnik, već su se za analizu njihovih navika vezanih za korištenje medija i informaciono-komunikacionih tehnologija koristili upitnici njihovih roditelja.

<sup>7</sup> Tabela sa prikazom urađenih anketa po entitetima, kantonima u Federaciji BiH i geografskim područjima u Republici Srpskoj se može vidjeti u Prilogu 1.

<sup>8</sup> Veličina greške uzorka direktno je povezana sa opravdanošću generalizacije rezultata dobivenih na uzorku korištenom u istraživanju na cjelokupnu populaciju područja. Naime, stvarni rezultat (prisutnost mjerene pojave u populaciji) može se kretati u intervalu koji se dobije kad se na rezultat dobiven u anketi doda ili oduzme navedena greška uzorka.

<sup>9</sup> U uzorku je planirano anketiranje 400 djece po dobnim kategorijama, međutim, nakon čišćenja baze, u krajnjem uzorku se nalaze četiri ankete manje u dobnoj kategoriji 0-3 godine.

<sup>10</sup> CC je izračunao približni broj roditelja djece u dobi od 0 do 18 godina koja žive na teritoriji BiH. Naime, Finalni rezultati Popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u BiH iz 2013. godine navode da je ukupan broj porodica sa djecom 739.210, a CC je izračunao projekciju broja porodica sa djecom od 0 do 18 godina, a zatim, na osnovu broja porodica sa jednim i dva roditelja, izračunao broj roditelja djece u dobi od 0 do 18 godina (N=710.529).

<sup>11</sup> Finalni rezultati popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u BiH 2013. godine, Agencija za statistiku BiH, juni 2016. godine, Sarajevo.

<sup>12</sup> U slučaju da je u domaćinstvu bilo više od jednog djeteta (uzrasta 0-18 godina) izbor ispitanika izvršen je primjenom Tehnike posljednjeg rođendana, koja je osigurala slučajni izbor ispitanika u domaćinstvu. Tako da je anketirano dijete u domaćinstvu od 0 do 18 godina koje je nedavno imalo rođendan, odnosno dijete čiji je datum rođenja najbliži datumu kontakta.

Za anketiranje su se koristili specifično struktuirani upitnici, čiji su nacrt razvijen od strane CC na osnovu upustava iz RAK-a i UNICEF-a – jedan za djecu (sa segmentima prilagođenim svakoj starosnoj kategoriji) i jedan za roditelje. Rezultati njihovog pilotiranja na devet djece i roditelja su, skupa sa komentarima UNICEF-a i RAK-a, omogućili izradu finalnih verzija. Kao što je i ranije napomenuto, za djecu uzrasta 0-3 godina u obzir su uzimani upitnici njihovih roditelja, dok su djeci uzrasta 4-6 godina roditelji asistirali tokom formulisanja odgovora (pri čemu su dječija mišljenja i dalje potpuno uvažena), te su, kad se radi o pitanjima koja nisu bila postavljana ovoj starosnoj kategoriji djece, korištena ista pitanja u upitnicima njihovih roditelja.

#### Socio-demografske karakteristike uzroka

Uzorak djece obuhvaćene anketiranjem je spolno ujednačen – na ukupnom uzorku 51% je dječaka, a 49% djevojčica. Niti u pojedinim uzrasnim kategorijama nema većih odstupanja. (Pogledati Tabelu 2.)

**TABELA 2. STRUKTURA DJEČIJEG UZORKA PO SPOLU**

Populacijska kategorija	Starost	Muški spol		Ženski spol	
		N	%	N	%
Djeca/Adolescenti	0-3	201	50,7%	195	49,3%
	4-6	184	46,0%	216	54,0%
	7-10	221	55,1%	180	44,9%
	11-14	210	52,5%	190	47,5%
	15-18	211	52,8%	189	47,3%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.027</b>	<b>51,4%</b>	<b>970</b>	<b>48,6%</b>

Kada se radi o roditeljskom uzorku, treba istaći da je najmanji procenat roditelja djece uzrasta 15-18 godina (16%) pristao učestvovati u anketi. Ostale kategorije su podjednako zastupljene. Majke su češće odgovarale na upitnik od očeva – njih tri četvrtine. Gotovo polovina roditelja (45%) ima od 31 do 40 godina starosti, a najmanje onih starijih od 50 godina (6%). Obuhvaćena domaćinstva u prosjeku imaju četiri člana<sup>13</sup>, od čega dvoje djece<sup>14</sup> (članova mlađih od 18 godina). Roditelji su u dvije trećine slučajeva (66%) završili srednje obrazovanje, a u četvrtini slučajeva (26%) više i visoko obrazovanje. Gotovo tri petine (59%) ih je zaposlenih, a u nešto više od polovine slučajeva (53%) prosječna mjesečna primanja domaćinstva se kreću od 501 konvertibilnih maraka (KM) do 2.000 KM. (Pogledati Tabelu 3.)

**TABELA 3. STRUKTURA RODITELJSKOG UZORKA**

	N	%	
Starosna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao	0-3	396	22,2%
	4-6	388	21,8%
	7-10	367	20,6%
	11-14	352	19,7%
	15-18	280	15,7%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>
Spol roditelja	Muški	422	23,7%
	Ženski	1.361	76,3%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>
Godine starosti roditelja	18-30	389	21,8%
	31-40	801	44,9%
	41-50	486	27,3%
	51 i više	102	5,7%
	BO	5	0,3%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>
Stepen obrazovanja roditelja	Nezavršena osnovna škola i manje	12	0,7%
	Osnovna škola	120	6,7%
	Srednja četverogodišnja škola/Srednja trogodišnja škola/Zanat	1.181	66,2%
	Viša škola, fakultet, postdiplomsko obrazovanje	468	26,2%
	NZ/BO	2	0,1%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>

<sup>13</sup> M=3,95, SD=1,05, min=2, max=11, N=1.783.

<sup>14</sup> M=1,57, SD=0,72, min=1, max=6, N=1.783.

<b>Radni status roditelja</b>	Zaposleni	1.031	57,8%
	Nezaposleni	508	28,5%
	Domaćica	201	11,3%
	Penzioneri	20	1,1%
	Učenici/Studenti	5	0,3%
	Nešto drugo	14	0,8%
	NZ/BO	4	0,2%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>
<b>Prosječna primanja domaćinstva</b>	Do 500 KM	66	3.7%
	501 do 1.000 KM	432	24.2%
	1.001 do 2.000 KM	519	29.1%
	2.001 do 3.000 KM	187	10.5%
	Više od 3.000 KM	50	2.8%
	Nema primanja	15	0.8%
	NZ	29	1.6%
	BO	485	27.2%
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.783</b>	<b>100,0%</b>

### Etičke smjernice

UNICEF-ove etičke smjernice praćene su u svim komponentama istraživanja. Dodatno, uvažena su sva etička pitanja i profesionalni standardi s naglaskom na UN Konvenciju o pravima djeteta, posebno član 3.1 i Kodeks etičkog ponašanja za istraživanje koje uključuje djecu u BiH.

U svrhu poštovanja etičkih principa, priroda, svrha i ishodi istraživanja, te da je istraživanje prvenstveno usmjereno na promociju općeg dobra djeteta, porodice i zajednice općenito, objašnjeno je ispitanicima/roditeljima/starateljima. Učešće u anketi bilo je dobrovoljno, ali su u anketiranju učestvovala samo ona djeca koja su imala pismenu saglasnost roditelja/staratelja da pristaju da njihovo dijete/djeca učestvuju u istraživanju. Naime, prije nego što su započeli anketu, CC anketari objasnili su gore navedene detalje u vezi sa Studijom i obavijestili ispitanike/roditelje/staratelje da je za učešće u anketi neophodan informirana saglasnost svih učesnika u Studiji. Prvo se informirana saglasnost tražila od roditelja/staratelja (za dijete i njih same), a ako je potpisana, usmena saglasnost tražila se od djece mlađe od 14 godina, a pismena od djece uzrasta od 15 do 18 godina. Tek nakon primanja svih informiranih saglasnosti, provedeno je anketiranje. Također, svi upitnici su kodirani, a djeca i njihovi roditelji informisani o povjerljivosti dobijenih individualnih podataka, tj. o tome da će oni biti dostupni samo članovima CC tima, te da će biti isključivo grupno obrađivani i objavljivani.

### Ograničenja i pristrasnost

Provođenje ove Studije je započeto i isplanirano u februaru 2020. godine, a terenski rad je trebao biti proveden u martu 2020. godine. Međutim, stanje nesreće proglašeno u BiH zbog pandemije Covid-19 virusa je odgodilo provođenje ankete, te je moralo doći do pomjeranja krajnjih rokova za dostavu izvještaja. Terenski rad je proveden u junu i julu 2020. godine, nakon prekida vanrednog stanja, ali sa posebno preduzetim mjerama prevencije širenja Covid-19 virusa. Naime, CC anketari su se pridržavali sljedećih pravila:

- CC anketari su stalno imali zaštitne vizire/maske i rukavice prilikom susreta sa ispitanicima. Savjetovano im je da izbjegavaju dodirivanje očiju, nosa i usta. Stalno su kod sebe imali dezinficijens.
- Kada su komunicirali sa ispitanicima i tokom anketiranja, držali su udaljenost od najmanje 2 metra.
- Anketari su ispitanicima u rukavicama dali saglasnost za učešće u anketi. Ispitanici su potpisali saglasnost za anketu svojom olovkom. Nakon potpisivanja, anketar je saglasnost pohranio u zaštitnu foliju za A4 papir iz koje je nije smio izvaditi. Saglasnosti su se otvarale najmanje 7 dana nakon što su predate u CC ured.
- Svi anketari su svakodnevno provodili kontrolnu listu za samoprovjeru i podnosili izvještaje supervizorima kako bi se osiguralo da nemaju simptome COVID-19 i da nisu imali kontakt sa osobama za koje se zna da su zaražene.

Tokom cijelog terenskog rada nije zabilježen niti jedan slučaj kontakta sa potencijalno zaraženom osobom, kao ni bilo kakvo kršenje navedenih pravila.

## Izveštavanje

Na osnovu analize podataka prikupljenih istraživanjem CC je izradio ovaj izvještaj. On se sastoji od Sažetka, Uvoda, Metodologije, Rezultata istraživanja, Zaključka i Priloga. Rezultati istraživanja predstavljeni su u pet poglavlja:

1. Pristup medijima
2. Sadržaji koje djeca gledaju
3. Količina vremena provedenog uz medije
4. Pravila u vezi sa korištenjem medija i nadzor roditelja
5. Znanje i učenje o medijima

Čitalac ovog izvještaja treba imati u vidu sljedeće:

- U tekstu su navođene samo statistički značajne razlike. Dakle, one za koje se sa sigurnošću od 95% može tvrditi da nisu dobijene slučajno, nego da su rezultat djelovanja nekog sistematskog faktora, u ovom slučaju neke od nezavisnih varijabli po kojima je analiza vršena. Ukoliko je navedena razlika koja nije statistički značajna, to je posebno istaknuto u tekstu izvještaja.
- Na nekim grafikonima i u nekim tabelama zbir procenata iznosi više od 100%, zbog toga što se radi o pitanjima višestrukog izbora, odnosno pitanjima na koja su ispitanici mogli dati više od jednog odgovora.
- Skraćenice NZ i BO koje se pojavljuju na grafikonima predstavljaju odgovore „Ne znam“ i „Bez odgovora“.
- U ovom izvještaju termin „dijete“ se odnosi na osobu od 0 do 14 godina starosti, dok se termin „adolescent“ odnosi na osobe od 15 do 18 godina starosti, pri čemu se za navođenje rezultata za ukupan uzorak osoba mlađih od 18 godina koristio zajednički termin „djeca“.
- Za potrebe ovog izvještaja, pojam roditelj podrazumijeva i roditelja i staratelja.
- Prilikom prikazivanja mjera centralne tendencije, navođen je samo prosjek rezultata bez prikaza mjera raspršenja, koje se mogu vidjeti u tabelama u prilogu.
- Termin „Vlogger“ koristio se za osobu koja snima video-blogove, objavljujući na internetu video snimke u stilu dnevnika.
- Termin „YouTuber“ koristio se za osobu koja koristi, izrađuje i postavlja video sadržaj na platformu za dijeljenje videa YouTube.
- Termin „kompjuter“ podrazumijeva i desktop i laptop.

## Plan diseminacije

Finalni rezultati ovog istraživanja u obliku izvještaja, uključujući tabele podataka, Power Point prezentacije i infografike bit će predstavljeni stručnjacima, ključnim akterima i široj javnosti putem:

- Prezentacija finalne verzije uz diskusiju s medijima i ključnim akterima
- Objavljivanja na UNICEF-ovim i RAK-ovim web stranicama
- Širenja putem kanala društvenih mreža i prezentacije tokom različitih konferencija, radionica i sastanaka vezanih za medije i djecu.

## 5. Rezultati istraživanja

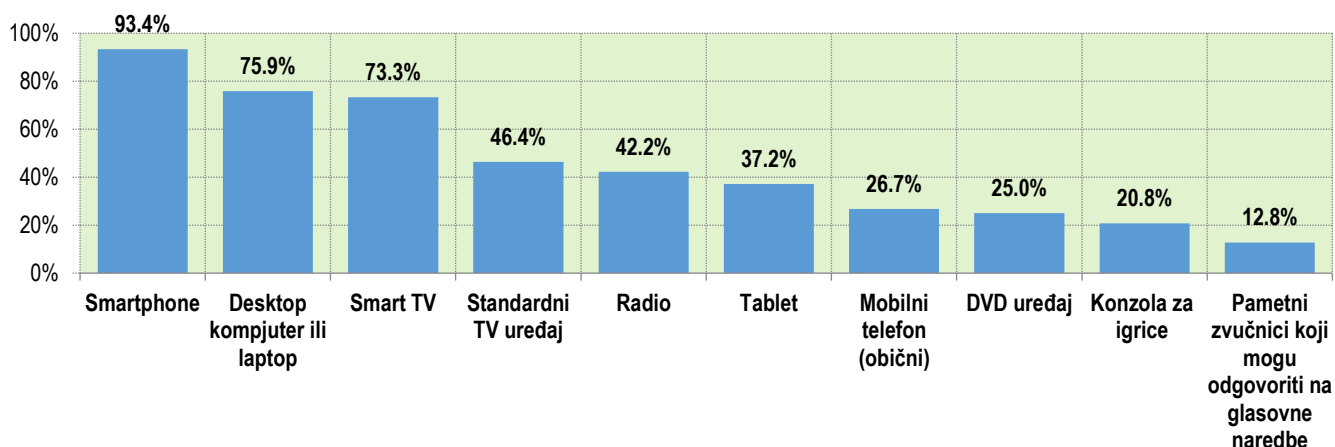
### 5.1. Pristup medijima

#### Medijsko okruženje djece

Informaciono-komunikacioni uređaji koje domaćinstva posjeduju

U BiH djeca uzrasta 0-18 godina žive u kompleksnom informaciono-komunikacionom okruženju i brojni su uređaji kojim su okružena. Podaci dobiveni od roditelja pokazuju da skoro sva djeca žive u domaćinstvima sa smartphonom (93%), a većina je okružena i kompjuterom (deskopom ili laptopom) (76%), te Smart TV-om (73%). Ispod polovine djece u kući ima standardni TV uređaj (46%) i radio (42%), trećina tablet (37%), a četvrtina mobilni telefon (27%) i DVD uređaj (25%). Petina u svom okruženju ima i konzolu za igrice (21%), a više od desetine i pametne zvučnike (13%). (Pogledati Grafikon 1.)

**GRAFIKON 1. UREĐAJI U DOMAĆINSTVIMA U KOJIMA ŽIVE DJECA UZRASTA 0-18 GODINA (UKUPNO, N=1.783, ANKETA RODITELJA)**



Smart TV češće od onih sa starijom imaju domaćinstva sa mlađom djecom. U skladu sa tim, među domaćinstvima koja imaju standardan TV uređaj više je onih koji imaju stariju djecu. (Pogledati Tabelu 4).

**TABELA 4. UREĐAJI U DOMAĆINSTVIMA U KOJIMA ŽIVE DJECA UZRASTA 0-18 GODINA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

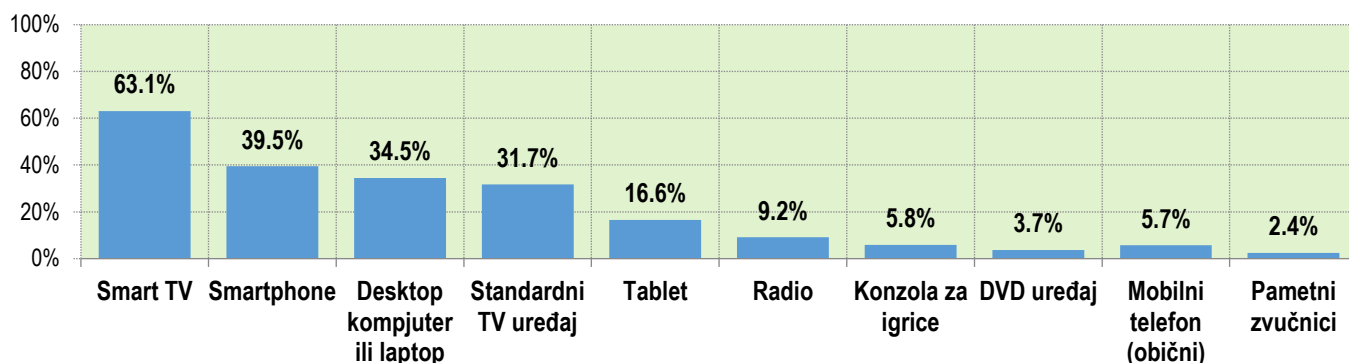
	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)				
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18
Smartphone	92,2%	92,8%	94,0%	93,5%	95,4%
Desktop kompjuter ili laptop	76,3%	70,9%	73,3%	78,4%	82,5%
Smart TV (televizor koji se direktno povezuje na internet)	76,5%	77,6%	75,2%	66,5%	68,9%
Standardni TV uređaj	42,4%	43,6%	42,2%	53,1%	52,9%
Radio	42,4%	39,2%	36,5%	44,6%	50,7%
Tablet	37,6%	48,5%	39,5%	31,3%	25,4%
Mobilni telefon (obični)	27,8%	26,3%	20,4%	31,0%	28,6%
DVD uređaj	27,0%	29,9%	21,5%	20,7%	25,0%
Konzola za igrice (Playstation, Game Boy, Xbox, Nintendo i sl.)	19,7%	16,5%	22,1%	21,0%	26,1%
Pametni zvučnici koji mogu odgovoriti na glasovne naredbe (Google Assistant, Alexa i sl.)	14,4%	13,4%	10,6%	11,4%	14,6%



## Informaciono-komunikacioni uređaji koji su djeci na raspolaganju

Svi ovi uređaji su u velikoj mjeri djeci na raspolaganju – u najvećoj mjeri televizor. Smart TV koristi 63% djece, a standardni TV uređaj 32%, dakle, skoro sva djeca, uključujući i devet od deset (88%) djece uzrasta 0-3 godine. (Pogledati Grafikon 2.)

### GRAFIKON 2. UREĐAJI KOJI SU NA RASPOLAGANJU DJECI OD 0 DO 18 GODINA U DOMAĆINSTVIMA (UKUPNO, N=1.783, ANKETA RODITELJA)



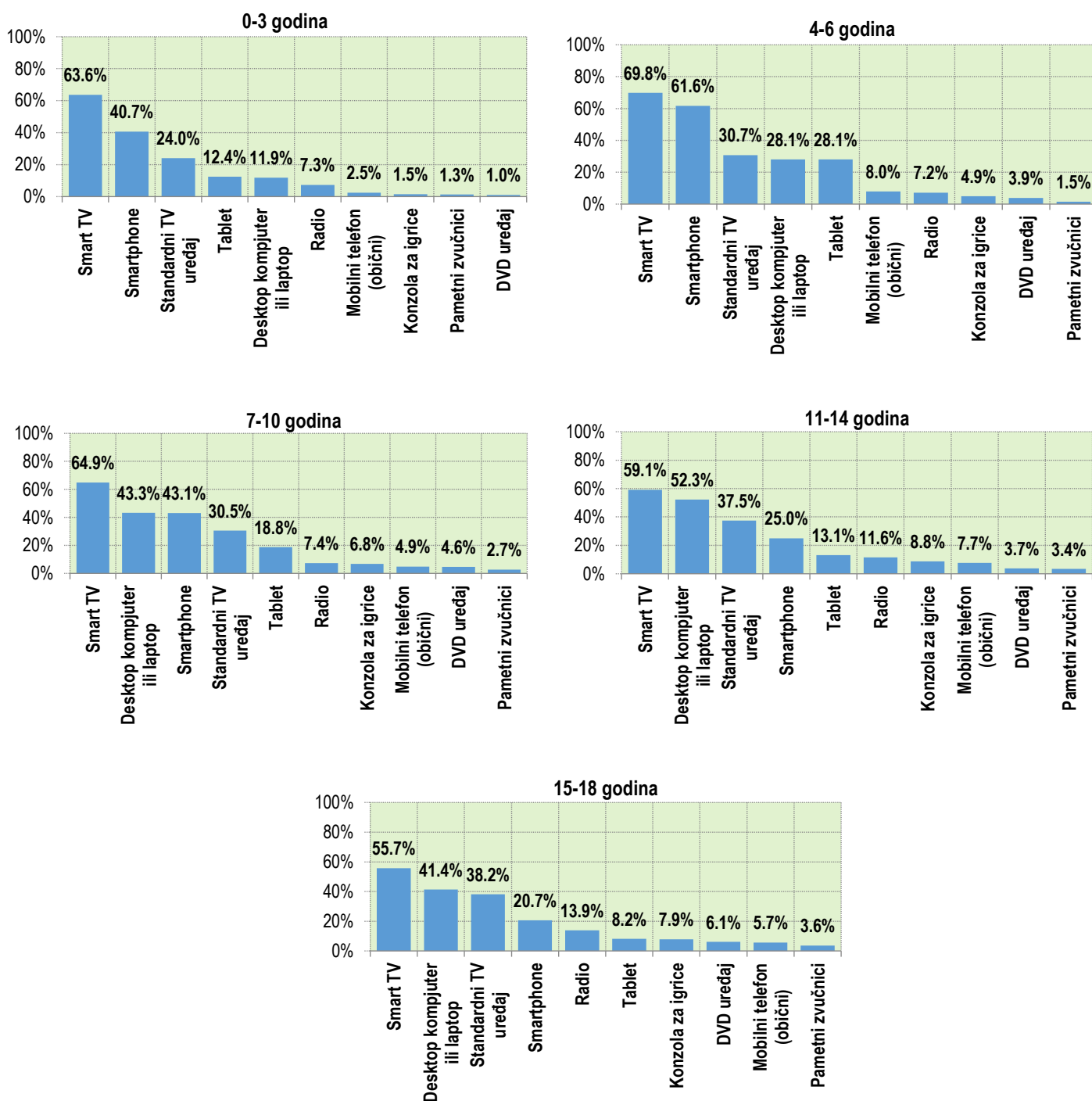
Smartphone (koji ne pripada djeci, nego nekom drugom članu domaćinstva) najčešće koriste djeca uzrasta 4-6 godina (šest od deset djece – 62%). Slijede djeca 0-3 godina (četiri od deset djece – 41%) i djeca 7-10 godina (četiri od deset - 43%). Ali razlika između ova dva uzrasta je u tome što najmlađa djeca uglavnom na ovaj način upotrebljavaju smartphone (vlastiti posjeduje „tek“ 6% njih), dok djeca uzrasta 7-10 godina u ovoj mjeri upotrebljavaju „kućni“ smartphone, zato je većina preostalih posjeduje vlastiti (44%). Drugi razlog uzrokuje i relativno nisku upotrebu „kućnog“ smartphona kod starijih uzrasta. Četvrtina djece uzrasta 11-14 ga koristi, ali 65% ima vlastiti, kao i 21% adolescenata (koji koriste „kućni“ smartphone) jer 71% ima vlastiti.

Kao što su to rezultati anketiranja djece pokazali, starija djeca češće upotrebljavaju kompjuter (desktop ili laptop), bilo da se radi o „zajedničkom“ ili vlastitom uređaju. Tako „kućni“ kompjuter koristi jedno od deset djece uzrasta 0-3 godine (12%, uz 2% koji imaju vlastiti), tri od deset djece uzrasta 4-6 godina (28%, uz 2% koji imaju vlastiti), četiri od deset djece uzrasta 7-10 godina (43%, uz 10% koji posjeduju vlastiti), pet od deset uzrasta 11-14 godina (52%, uz 14% koji posjeduju vlastiti), te četiri od deset adolescenata (uz 33% njih koji imaju vlastiti).

Upotreba „kućnog“ tableta najčešća je kod djece uzrasta 4-6 godina (tri od deset djece - 28%, uz 6% koji imaju vlastiti), a onda opada sa uzrastom djece. Njega koristi i jedno od deset djece uzrasta 0-3 godine (12%, uz 3% koji imaju vlastiti).

Mobilni telefon i konzolu za igrice domaćinstva i djeca podjednako (rijetko) posjeduju, dok su radio i DVD koji djeca koriste u principu „kućni“ uređaji. (Pogledati Grafikone 3-7.)

**GRAFIKONI 3-7. UREĐAJI KOJI SU U DOMAĆINSTVIMA NA RASPOLAGANJU DJECI OD 0 DO 18 GODINA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



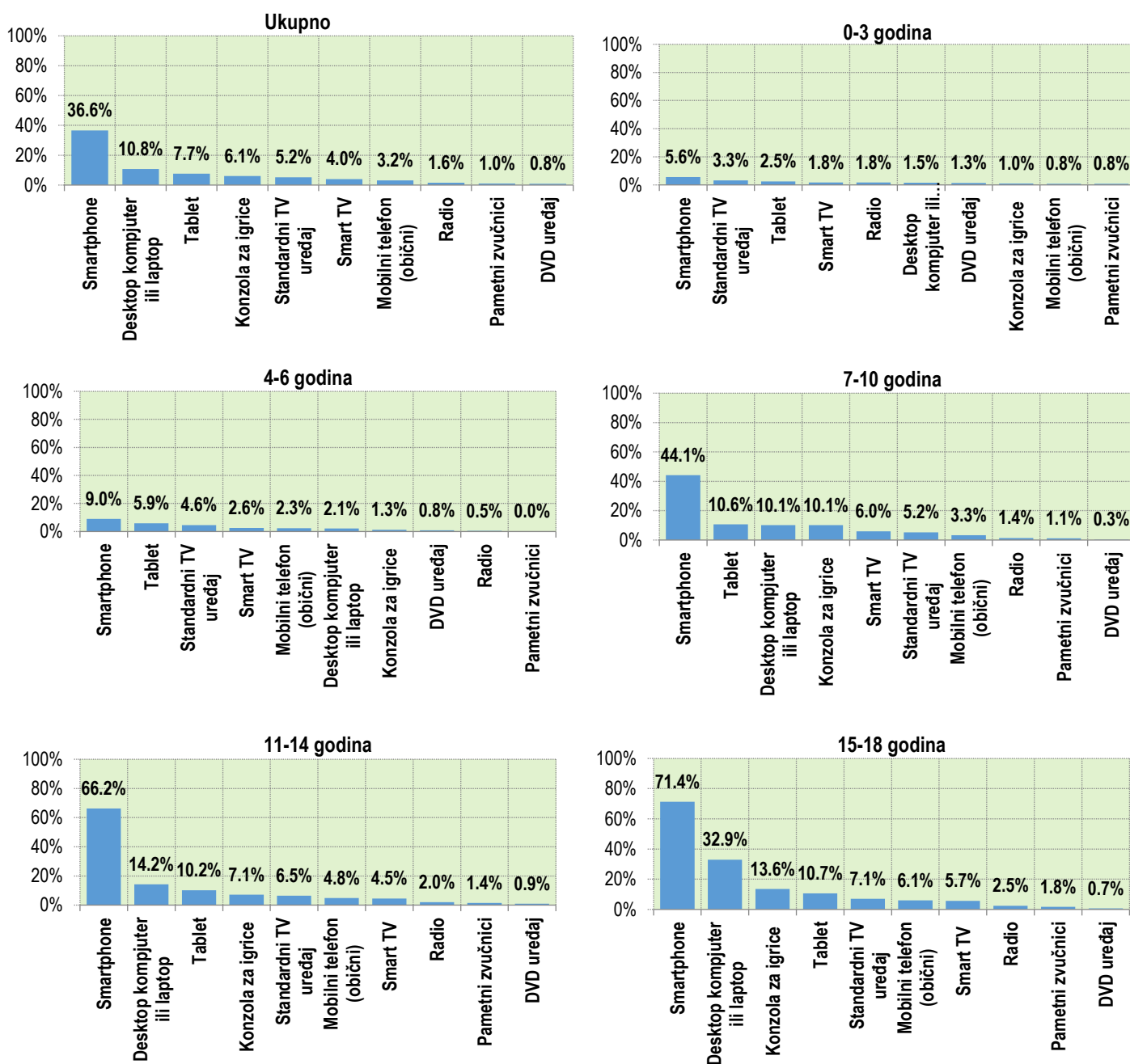
Informaciono-komunikacioni uređaji koje djeca posjeduju

Dakle, djeca najčešće posjeduju vlastiti smartphone (37%), tim češće što su starija. Do 7 godine ima ga ispod 10% djece (6% uzrasta 0-3 i 9% uzrasta 4-6), onda posjedovanje naglo „skače“ na četiri od deset djece (44%) uzrasta 7-10 i nastavlja rasti sa uzrastom djece (66% djece uzrasta 11-14 i 71% uzrasta 15-18 godina).

Znatno rjeđe je posjedovanje kompijutra (11%), a i ono raste sa uzrastom djece. I rast je postepen, uz skok u najstarijoj starosnoj grupi. Tako da vlastiti kompjuter ima 2% djece uzrasta 0-3 godine, 10% uzrasta 7-10, 14% uzrasta 11-14 i 33% adolescenata.

Sve druge uređaje posjeduje manje od 10% djece. S tim da vlastitu konzolu za igrice, Smart TV, mobilni telefon i tablet češće imaju starija djeca, dok djeca svih uzrasta podjednako rijetko posjeduju vlastiti standardni TV uređaj, radio, pametne zvučnike i DVD uređaj. (Pogledati Grafikone 8-13.)

**GRAFIKONI 8-13. UREĐAJI KOJE DJECA 0 DO 18 GODINA POSJEDUJU KAO VLASTITE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



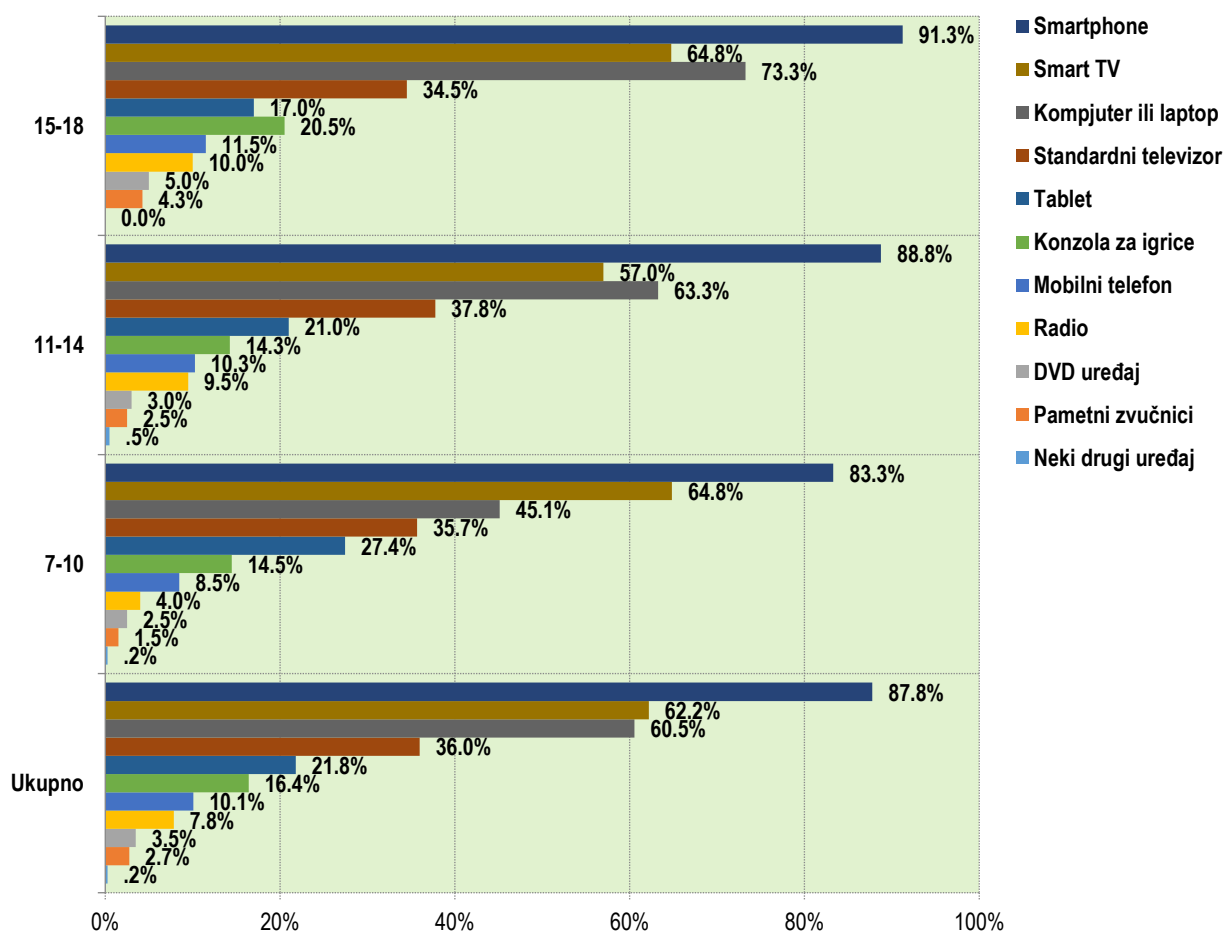
Djeca iz domaćinstava nižeg socio-ekonomskog statusa (u kojima su roditelji nižeg stepena obrazovanja, nezaposleni i sa nižim prosječnim mjesečnim primanjima) rjeđe imaju vlastite uređaje, nego umjesto toga češće koriste „kućne“ uređaje, ukoliko ih domaćinstva posjeduju.

### Korištenje uređaja

Podaci dobiveni anketiranjem djece uzrasta 7-18 godina pokazuju da, za gledanje/slušanje sadržaja, kao što su video klipovi, televizijski programi ili filmovi i sl., kod kuće ili negdje drugdje, djeca svih uzrasta najčešće koriste **smartphone**. I njegovo korištenje u ove svrhe raste sa porastom starosti djeteta, mada ga i u uzrasnoj grupi 7-10 godina koristi osam od deset djece

(83%), a u starijim uzrastima devet od deset njih (89% uzrasta 11-14 i 91% uzrasta 15-18). Uz njega se za gledanje/slušanje sadržaja, učestalo koristi **Smart TV** koji koristi šest od deset djece, dok se standardni televizor koristi u znatno manjoj mjeri (upotrebljava ga nešto više od trećine djece). Obje vrste televizora koriste djeca svih uzrasta podjednako tj. bez statistički značajnih razlika po uzrastu (Smart TV: 65% uzrasta 7-10, 57% uzrasta 11-14 i 65% uzrasta 15-18, standardni TV: 36% uzrasta 7-10, 38% uzrasta 11-14 i 35% uzrasta 15-18). Za gledanje/slušanje sadržaja učestalo se koristi i **kompjuter/laptop** (također, šest od deset djece), a njegovo korištenje raste sa uzrastom djeteta (45% uzrasta 7-10, 63% uzrasta 11-14 i 73% uzrasta 15-18). Dok, nasuprot tome, korištenje **tableta**, kojeg za gledanje/slušanje sadržaja koristi oko petina djece, opada sa uzrastom djeteta (27% uzrasta 7-10, 21% uzrasta 11-14 i 17% uzrasta 15-18). **Radio**, koji skupa sa **DVD uređajem** i **pametnim zvučnicima**, koristi do desetina djece, ipak češće koriste starija djeca (11-18 godina) (4% uzrasta 7-10, 9.5% uzrasta 11-14 i 10% uzrasta 15-18). **Konzolu za igrice** za gledanje/slušanje sadržaja koristi oko šestina, a „obični“ **mobilni telefon** oko desetina djece svih uzrasta. (Pogledati Grafikon 14.)

**GRAFIKON 14. DA LI IKAD KORISTIŠ BILO KOJI OD OVIH UREĐAJA ZA GLEDANJE/SLUŠANJE SADRŽAJA, KAO ŠTO SU VIDEO KLIPKOVI, TELEVIJSKI PROGRAMI ILI FILMOVI I SL., KOD KUĆE ILI NEGDJE DRUGDJE? (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>7-18</sub>=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

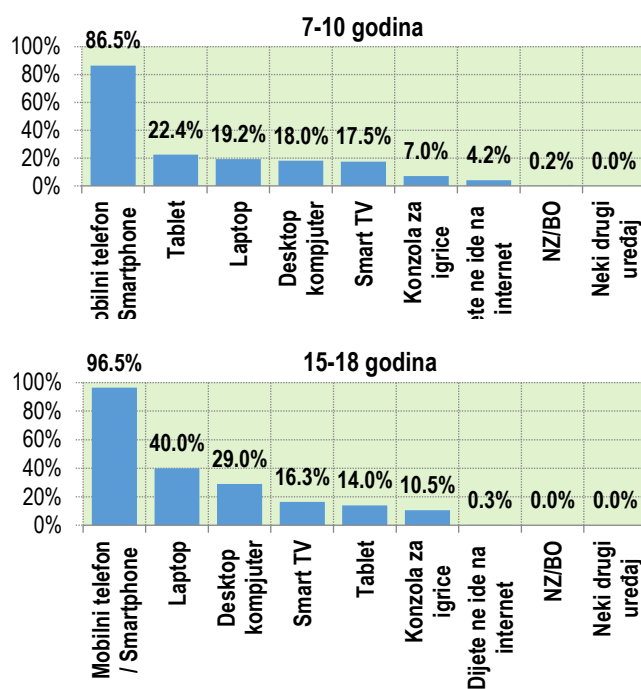
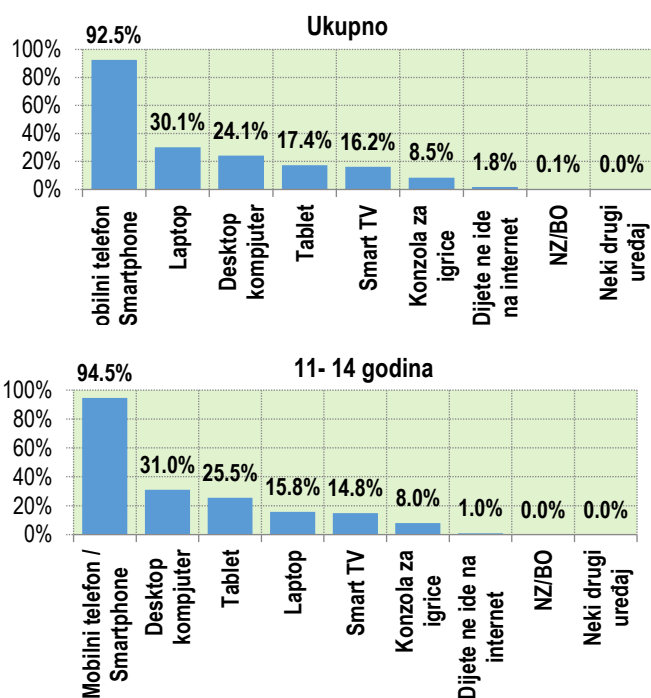


Kada su u pitanju spolne razlike, dječaci češće od djevojčica koriste igraću konzolu.

### Pristup internetu

Djeca uzrasta 7-18 godina za pristup internetu koriste različite uređaje. Uvjedljivo najviše njih, uz ostale uređaje, u ovu svrhu upotrebljava **smartphone/mobilne telefone**. U uzrastu 7-10 godina devet od deset (87%) djece koristi ih da bi bilo online, što čine i skoro sva djeca starijeg uzrasta (95% djece uzrasta 11-14 i 97% uzrasta 15-18). Znatno manje djece ističe da za pristup internetu koristi **laptop i desktop**. A njihovo korištenje raste sa uzrastom djeteta (laptop: 19% uzrasta 7-10, 31% uzrasta 11-14 i 40% uzrasta 15-18; desktop: 18% uzrasta 7-10, 26% uzrasta 11-14 i 29% uzrasta 15-18). Slijede **tablet**, kojeg za pristupanje internetu češće koriste djeca uzrasta 7-10 nego starija djeca (22% uzrasta 7-10, 16% uzrasta 11-14 i 14% uzrasta 15-18), pa **Smart TV** i, nešto rjeđe, **konzola za igrice**, kod kojih nema uzrasnih razlika u korištenju u ove svrhe (16% i 8%). (Pogledati Grafikone 15-18.)

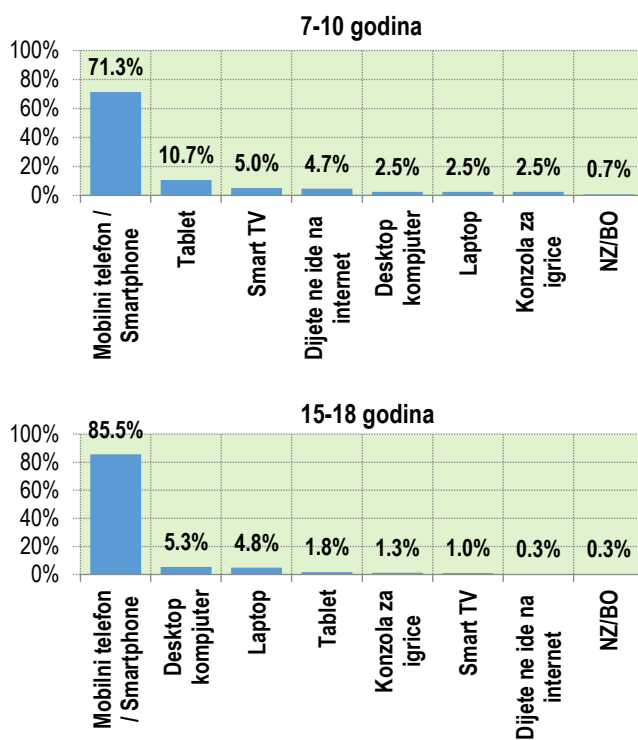
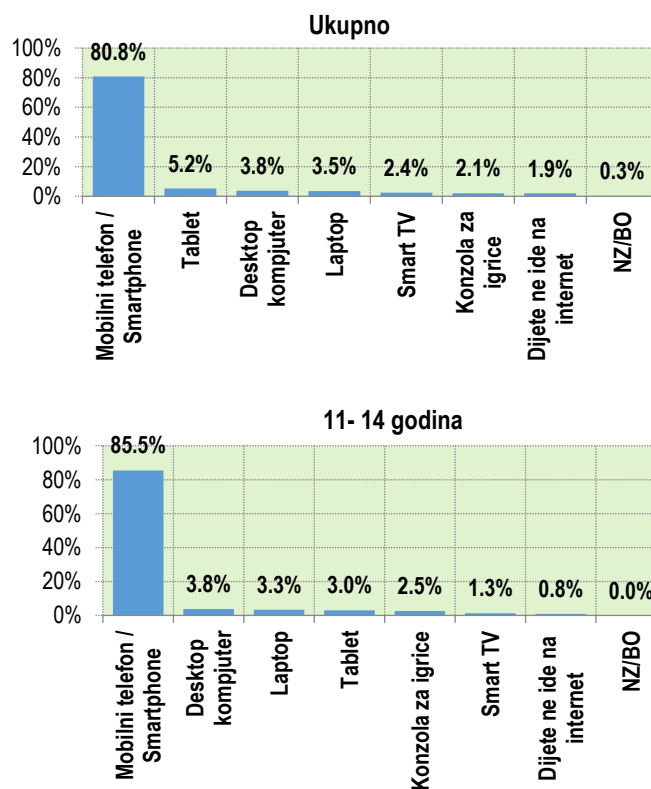
**GRAFIKONI 15-18. UREĐAJI KOJE DJECA KORISTE ZA PRISTUP INTERNETU PO DOBNIM KATEGORIJAMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada su u pitanju spolne razlike, dječaci češće od djevojčica za pristup internetu koriste desktop i konzolu za igrice.

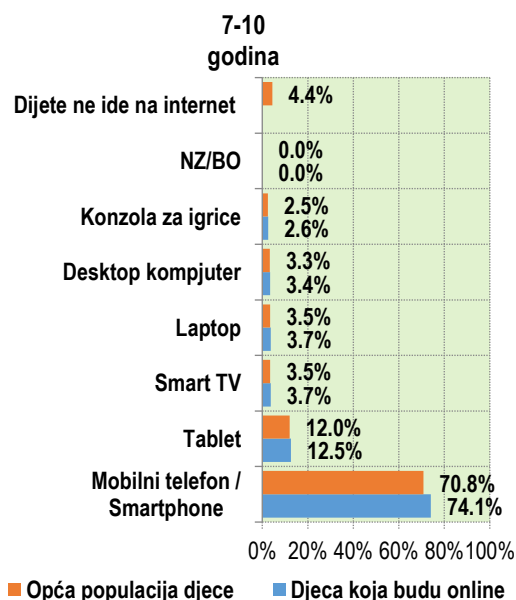
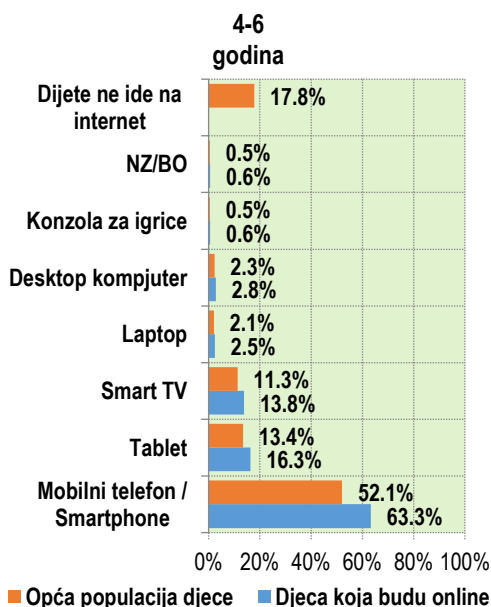
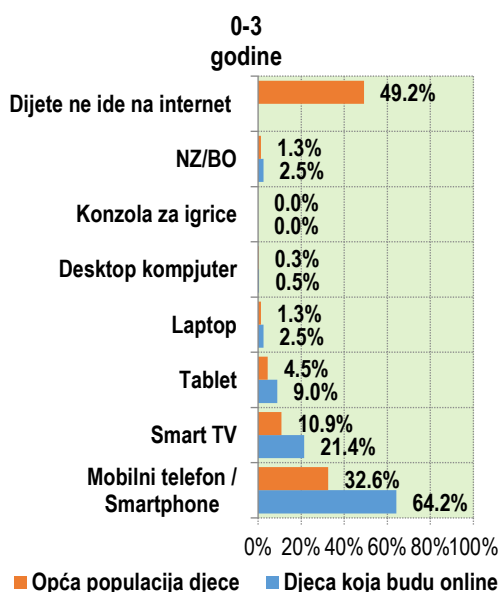
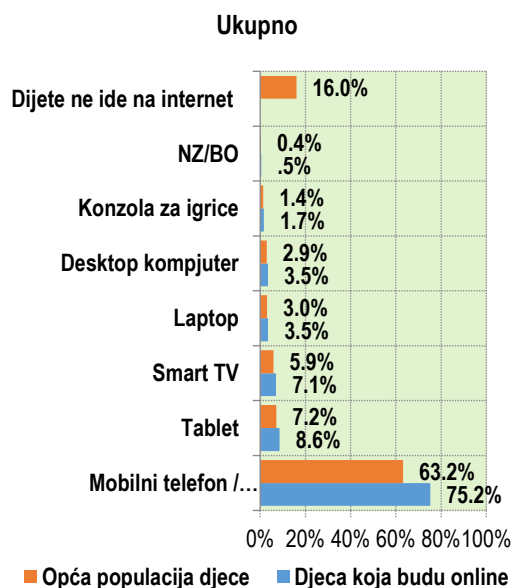
Govoreći o uređaju putem kojeg najčešće pristupaju internetu, djeca svih uzrasta opet ubjedljivo najčešće navode smartphone mobilni telefon. Naime, sedam od deset (71%) djece uzrasta 7-10 godina, te devet od deset (86%) starije djece i adolescenata (uzrast 11-18) najčešće budu online putem smartphona/mobilnog telefona. I dok ostatak mlađe djece (7-10) za izlazak na internet koristi tablet (11%), Smart TV (5%) ili uopće ne idu na internet (5%), starija djeca i adolescenti (11-18), ukoliko ne koriste mobilni telefon/smartphone, na internet nešto češće idu putem desktop kompjutera i laptopa (ali te razlike nisu statistički značajne). (Pogledati Grafikone 19-22.)

**GRAFIKONI 19-22. UREĐAJ KOJI DJECA NAJČEŠĆE KORISTE ZA PRISTUP INTERNETU PO DOBNIM KATEGORIJAMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

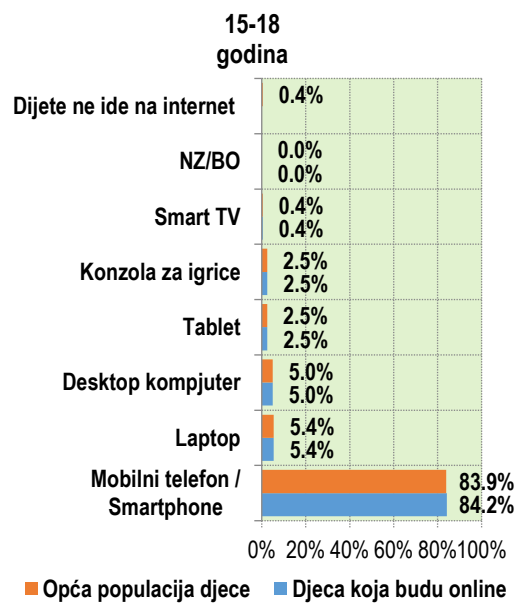
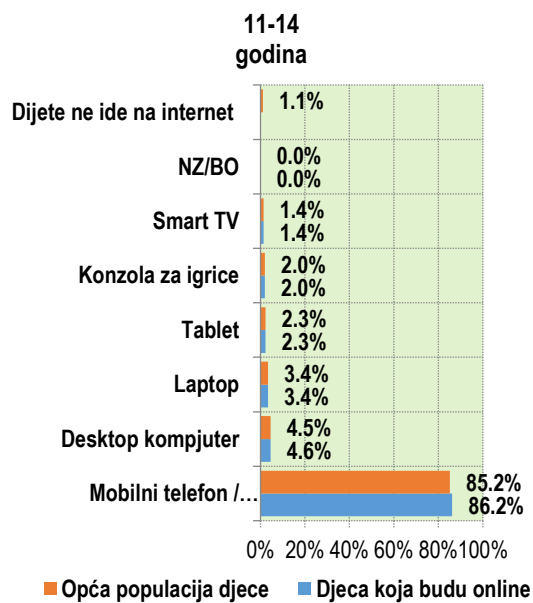


Prema viđenju roditelja, ukoliko pristupaju internetu djeca to uglavnom čine na smartphonu, i to učestalije što su starija. Djeca uzrasta 0-6 češće od ostalih u ove svrhe koriste Smart TV, a ona uzrasta 4-11 tablet. Tendencije rezultata su iste i ukoliko se u obzir uzmu sva djeca ili „samo“ ona koja idu na internet, s tim što, naravno, raste procentualna zastupljenost korištenja pojedinih uređaja. Ovo je posebno izraženo u najmlađoj kategoriji djece za koju roditelji ističu da skoro polovina njih (49%) ne pristupa internetu, a onda razlike opadaju, jer se sa starošću djece smanjuje procenat djece koji ne budu online. (Pogledati Grafikone 23-28.)

**GRAFIKONI 23-28. NAJČEŠĆE KORIŠTEN UREĐAJ NA KOJEM DIJETE BUDE ONLINE KOD KUĆE ILI NEGDJE DRUGO PO DOBNIM KATEGORIJAMA (OPĆA POPULACIJA DJECE: N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, DJECA KOJA BUDU ONLINE: N=1.498, N<sub>0-3</sub>=201, N<sub>4-6</sub>=319, N<sub>7-10</sub>=351, N<sub>11-14</sub>=348, N<sub>15-18</sub>=279, ANKETA RODITELJA)**







## 5.2. Sadržaji koje djeca gledaju

### Vrsta sadržaja

Djeca različitih uzrasta gledaju/prate/slušaju/rade različite sadržaje. Ukupno gledano, najčešće su to **internet/YouTube ličnosti** (YouTuberi) koje prati šest od deset djece (60%) i **crtani filmovi**, koje gleda tek nešto manje njih (55%). Pri tome su uzrasne tendencije suprotne: praćenje YouTubera raste, a gledanje crtanih filmova opada sa starošću djece.

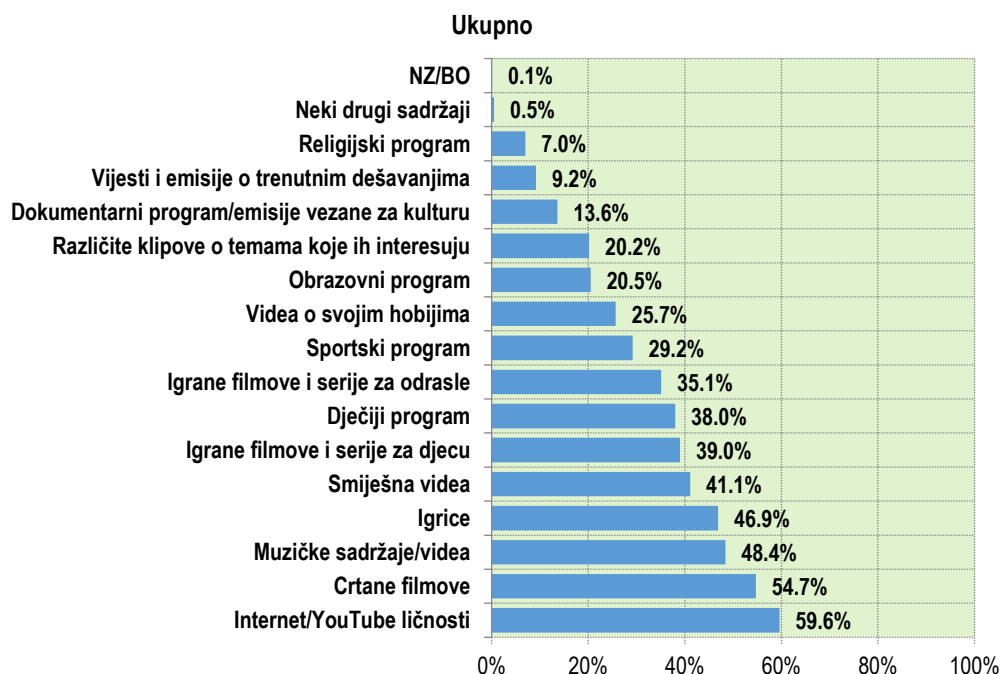
Slijede **muzički sadržaji/videa** (48%)(čije praćenje raste sa starošću djeteta) i **igrice** (47%) (koje su najzastupljenije kod uzrasta 7-14 godina).

U narednoj grupi (35% do 41%) su **smiješna videa** (koje u sličnoj mjeri prate djeca uzrasta 7-18 godina, a gleda ih značajno manje djece uzrasta 4-6), **igrani filmovi i serije za djecu** (koje u sličnom omjeru gledaju djeca uzrasta 4-14, a adolescenti značajno manje), **dječiji program** (koji u sličnom omjeru gledaju djeca uzrasta 4-10, a onda, sa starošću, njegovo praćenje počinje da opada) i **igrani filmovi i serije za odrasle**, (čije gledanje raste sa starošću djece - 5% uzrasta 4-6, 20% uzrasta 7-10, 44% uzrasta 11-14 i 71% uzrasta 15-18).

Sve ostale sadržaje, ukupno gledano, gleda/prati/slušša manje od trećine djece. Pri tome, praćenje sportskog programa, raste sa starošću djece (4% uzrasta 4-6, 28% uzrasta 7-10, 34% uzrasta 11-14 i 50% uzrasta 15-18). Isto je i sa video klipovima o svojim hobijima (7% uzrasta 4-6, 22% uzrasta 7-10, 33% uzrasta 11-14 i 41% uzrasta 15-18), klipovima o temama koje interesuju djecu/adolescente (4% uzrasta 4-6, 15% uzrasta 7-10, 28% uzrasta 11-14 i 35% uzrasta 15-18), dokumentarnim programima/emisijama vezanim za kulturu (4% uzrasta 4-6, 9% uzrasta 7-10, 15% uzrasta 11-14 i 26% uzrasta 15-18) i vijestima i emisijama o trenutnim dešavanjima (1% uzrasta 4-6, 6% uzrasta 7-10, 11% uzrasta 11-14 i 19% uzrasta 15-18).

Obrazovni program djeca prate značajno češće nego religijski program, ali obje vrste sadržaja u sličnoj mjeri prate djeca uzrasta 7-18 godina, dok ih djeca uzrasta 4-6 godina prate značajno rjeđe (obrazovni program: 7% uzrasta 4-6, 22% uzrasta 7-10, 26% uzrasta 11-14 i 27% uzrasta 15-18; religijski program: 2% uzrasta 4-6, 7% uzrasta 7-10, 8% uzrasta 11-14 i 12% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 29.)

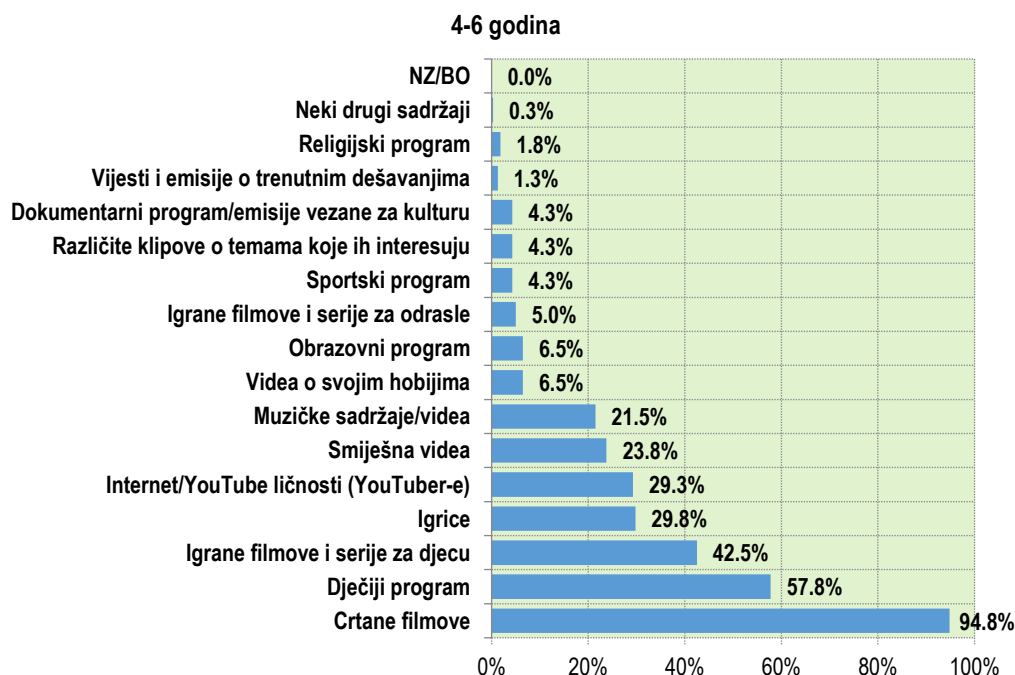
GRAFIKON 29. SADRŽAJI KOJE DJECA UZRASTA 4-18 GODINA GLEDAJU/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>4-18</sub>=1.601, ANKETA DJECE)



Crtani filmovi su sadržaj koji **djeca uzrasta 4-6** godina ubjedljivo najčešće gledaju (95%). A njihovo gledanje progresivno opada sa starošću djeteta, tako da ih gleda manje od desetine adolescenata (78% uzrasta 7-10, 36% uzrasta 11-14 i 9% uzrasta 15-18). Osim njih, više od polovine djece (58%) uzrasta 4-6 godina gleda i dječiji program. U sličnom omjeru njega gledaju i djeca uzrasta 7-10 godina, a onda, sa starošću, njegovo praćenje počinje da opada (33% uzrasta 11-14 i 7% uzrasta

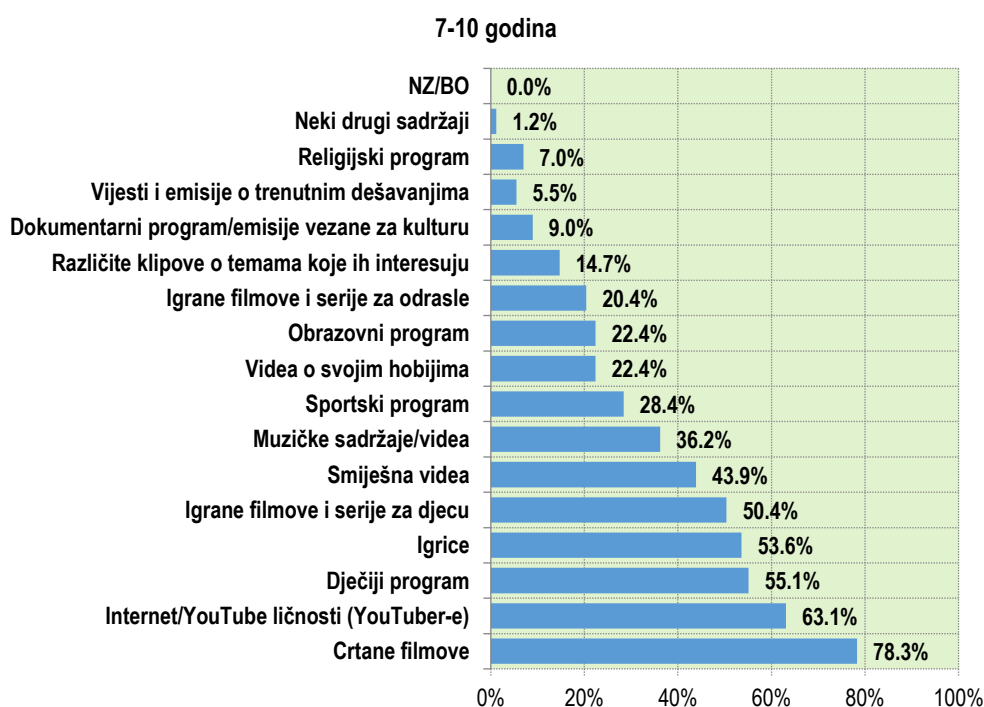
15-18). Treći po zastupljenosti kod ovog uzrasta su igrani filmovi i serije za djecu (43%), koje u sličnom omjeru gledaju i djeca uzrasta 7-14 godina, da bi ih adolescenti (15-18) gledali značajno manje (17%).(Pogledati Grafikon 30.)

**GRAFIKON 30. SADRŽAJI KOJE DJECA UZRASTA 4-6 GODINA GLEDAJU/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>4-6</sub>=400, ANKETA DJECE)**



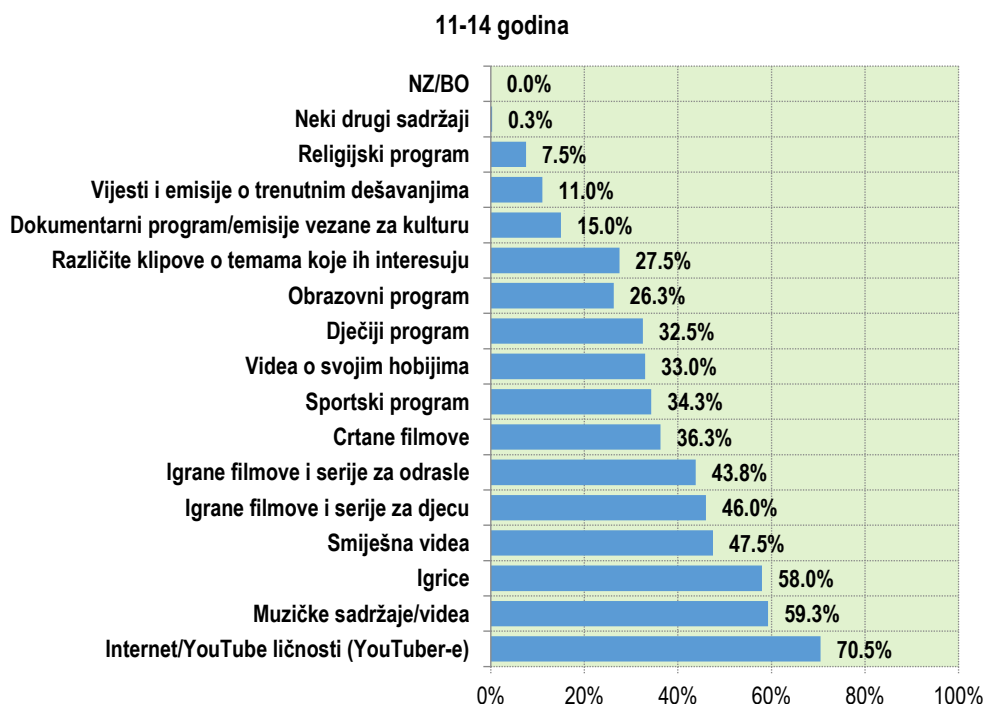
Iako u manjoj mjeri, djeca uzrasta 7-10 godina još uvijek najčešće gledaju crtane filmove, a na trećem mjestu im je dječiji program. Međutim, internet/YouTube ličnosti već u ovom uzrastu „iskaču“ na drugo mjesto po gledanosti. Naime njih prati oko dvije trećine (63%) djece uzrasta 7-10 godina (naprema 29% djece uzrasta 4-6), a praćenje dodatno raste sa starošću djece (71% uzrasta 11-14 i 76% uzrasta 15-18). U ovom uzrastu (7-10) je znatno zastupljenije i igranje igrica (54%) (naprema 30% uzrasta 4-6), koje ostaje na istom nivou i kod djece 11-14 godina (58%), a onda nešto opada kod adolescenata (46%). (Pogledati Grafikon 31.)

**GRAFIKON 31. SADRŽAJI KOJE DJECA UZRASTA 7-10 GODINA GLEDAJU/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>7-10</sub>=401, ANKETA DJECE)**



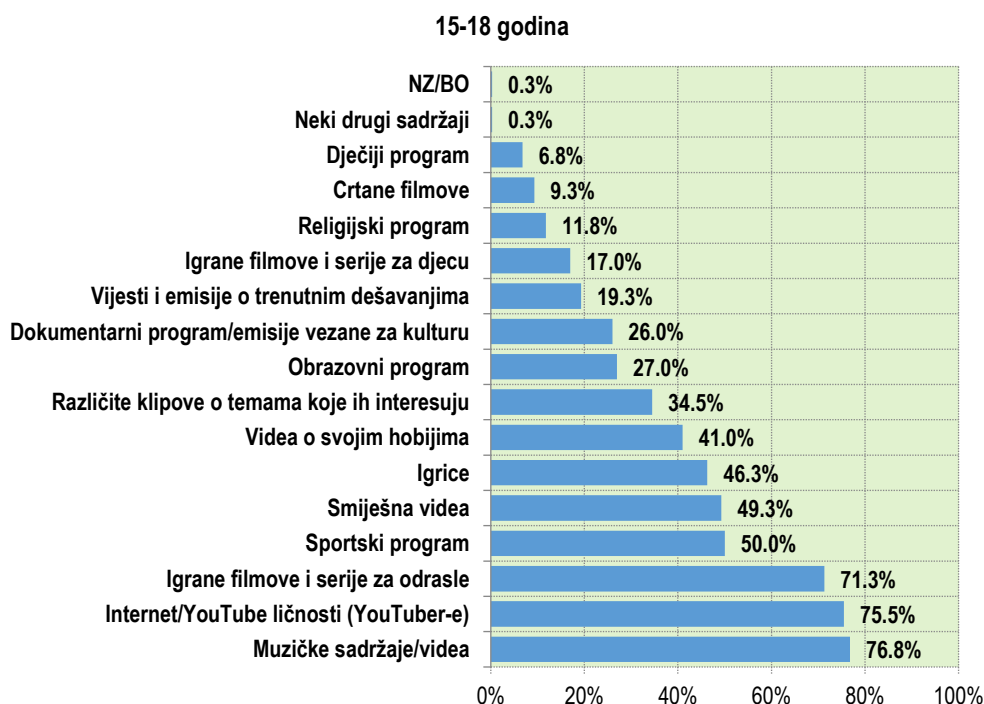
Kod djece **uzrasta 11-14 godina** praćenje YouTubea izbjija na prvo mjesto (71%), slijede muzički sadržaji/veida čije praćenje raste sa starošću djeteta (22% uzrasta 4-6, 36% uzrasta 7-10, 59% uzrasta 11-14 i 77% uzrasta 15-18), pa igrice. (Pogledati Grafikon 32.)

**GRAFIKON 32. SADRŽAJI KOJE DJECA UZRASTA 11-14 GODINA GLEDAJU/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>11-14</sub>=400, ANKETA DJECE)**



**Adolescenti (15-18 godina)** najčešće prate muzičke sadržaje/veida (77%), YouTubea (76%) i igrane filmove i serije za odrasle (71%). Polovina njih prati i sportski program (50%) i smiješna videa (49%). Videa o svojim hobijima adolescenti prate češće od mlađe djece (41%). Isti je slučaj i sa klipovima o temama koje ih interesuju (35%), dokumentarnim programima/emisijama vezanim za kulturu (26%) i vijestima i emisijama o trenutnim dešavanjima (19%). (Pogledati Grafikon 33.)

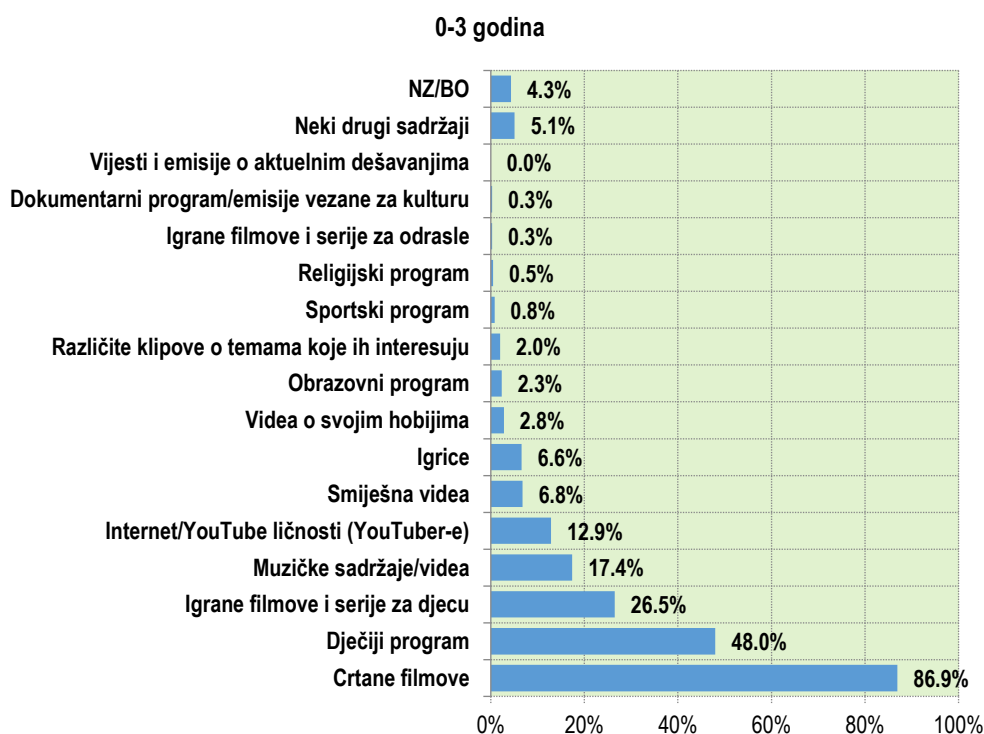
**GRAFIKON 33. SADRŽAJI KOJE ADOLESCENTI GLEDAJU/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka gledaju crtane filmove i dječiji program, dok dječaci češće od njih gledaju igrane filmove i serije za odrasle, sportski program, smiješna videa, videa o svojim hobijima i igraju igrice.

I roditelje smo pitali da navedu sadržaje koje njihovo dijete gleda. I poređenje podataka dobivenih anketama djece i roditelja pokazuje da su roditelji u principu dobro upoznati sa sadržajima koje njihova djeca prate na uređajima koje koriste. Tako da značajnih razlika u procjenama praćenja nema.<sup>15</sup> Istovremeno, od roditelja dobiveni podaci pokazuju da **djeca uzrasta 0-3 godine** prevashodno gledaju crtane filmove (87%). Manje od polovine (48%) gleda i dječiji program, oko četvrtine igrane filmove i serije za djecu (27%). Slijede muzički sadržaji/videoa (17%) i internet/YouTube ličnosti (12,9%). Ostale sadržaje prati manje od desetine djece ovog uzrasta. (Pogledati Grafikon 34.)

**GRAFIKON 34. SADRŽAJI KOJE DJECA UZRASTA 0-3 GODINE GLEDaju/PRATE/SLUŠAJU (N<sub>0-3</sub>=396, ANKETA RODITELJA)**



Roditelji sa višim i visokim stepenom obrazovanja češće od ostalih ističu da njihova djeca gledaju crtane filmove i dječiji program, dok oni sa nižim stepenom obrazovanja češće navode da njihova djeca gledaju igrane filmove i serije za odrasle, muzičke sadržaje i sportski program. Zaposleni roditelji češće od nezaposlenih ističu da njihova djeca gledaju obrazovni program, sportski program i igraju igrice.

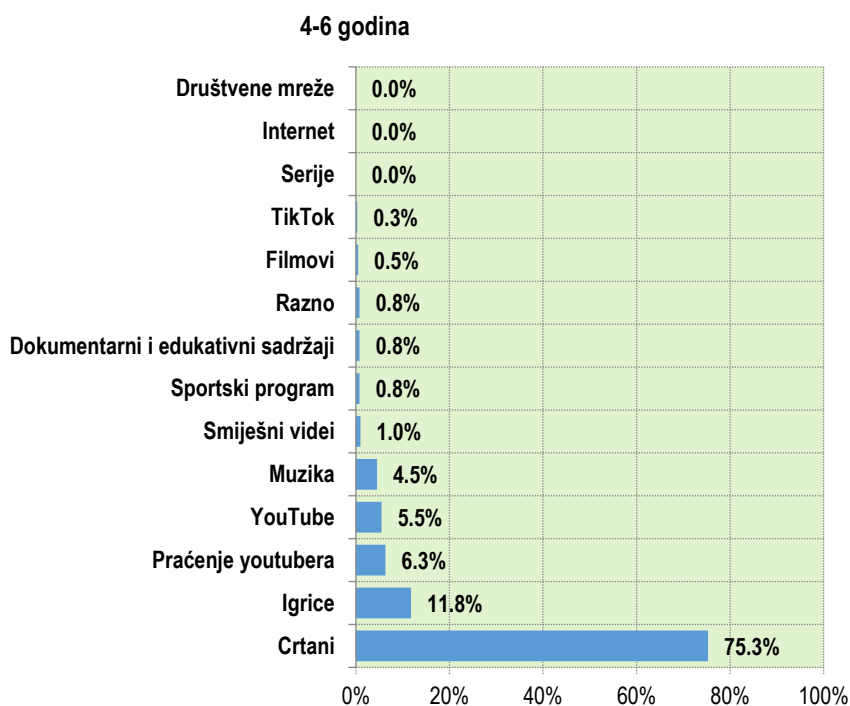
#### Omiljeni sadržaj

Kao što djeca različitih uzrasta gledaju/prate/slušaju/rade različite sadržaje, tako su im različiti i omiljeni sadržaji.

Dominantan omiljeni sadržaj **djece uzrasta 4-6 godina** su crtani filmovi (75%). Mnogo manje djece, tek nešto više od desetine (12%) ističe da su to igrice, a svi drugi sadržaji omiljeni su samo rijetkoj djeci (praćenje YouTubera 6%, YouTube 6%, muzika 5%, ostali sadržaji ≤1%). (Pogledati Grafikon 35.)

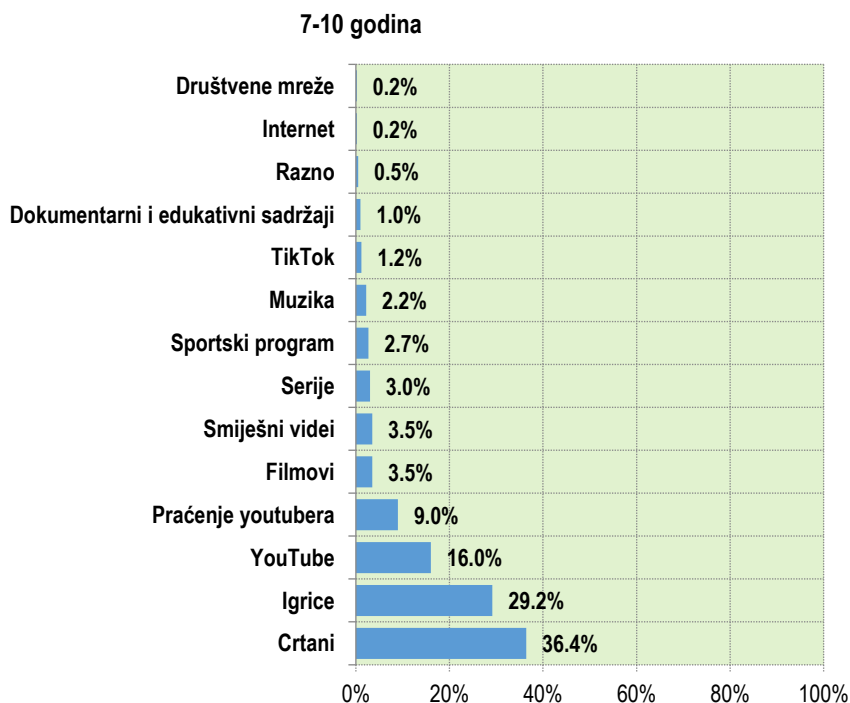
<sup>15</sup> Kako nisu prisutne statistički značajne razlike u odnosu na podatke dobivene od djece (koji su već predstavljani u predhodnim pasusima), u tekstu izvještaja nisu navedeni roditeljski podaci o vrstama sadržaja koje prate njihova djeca uzrasta 4-18 godina. Iste je moguće vidjeti u tabelama u Prilogu 2. A u tekstu izvještaja su predstavljani roditeljski podaci za djecu uzrasta 0-3 godine, s obzirom da su roditelji bili jedini izvor informacija o navikama djece ovog uzrasta.

**GRAFIKON 35. OMILJENI SADRŽAJ DJECE UZRASTA 4-6 GODINA (N<sub>4-6</sub>=388, ANKETA DJECE)**



Djeca uzrasta **7-10 godina** skoro u podjednakoj mjeri za omiljeni sadržaj biraju crtane filmove (36%) i igrice (29%). Nešto rjeđe su zastupljeni YouTube (16%) i YouTuberi (9%), a prilično rijetko ostali sadržaji (smiješna videa i filmovi po 4%, serije i sportski program po 3%, muzika 2%, ostali sadržaji ≤1%). (Pogledati Grafikon 36.)

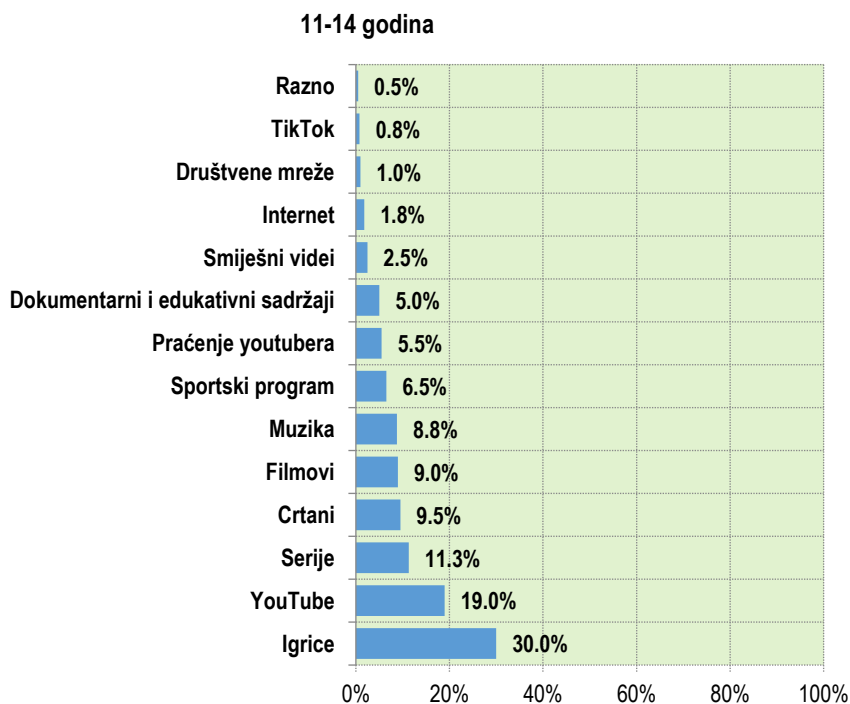
**GRAFIKON 36. OMILJENI SADRŽAJ DJECE UZRASTA 7-10 GODINA (N<sub>7-10</sub>=367, ANKETA DJECE)**



Kod **djece uzrasta 11-14 godina** na prvo mjesto izbijaju igrice (30%). Slijedi YouTube (19%), te se pojavljuju i serije (11%). Još uvijek 10% ističe da su im crtani filmovi omiljeni sadržaj, a prate ih filmovi i muzika sa po 9%, te sportski program (7%). Prvi put se u procentu većem od 1% pojavljuju dokumentarni i edukativni sadržaji (5%). (Pogledati Grafikon 37.)

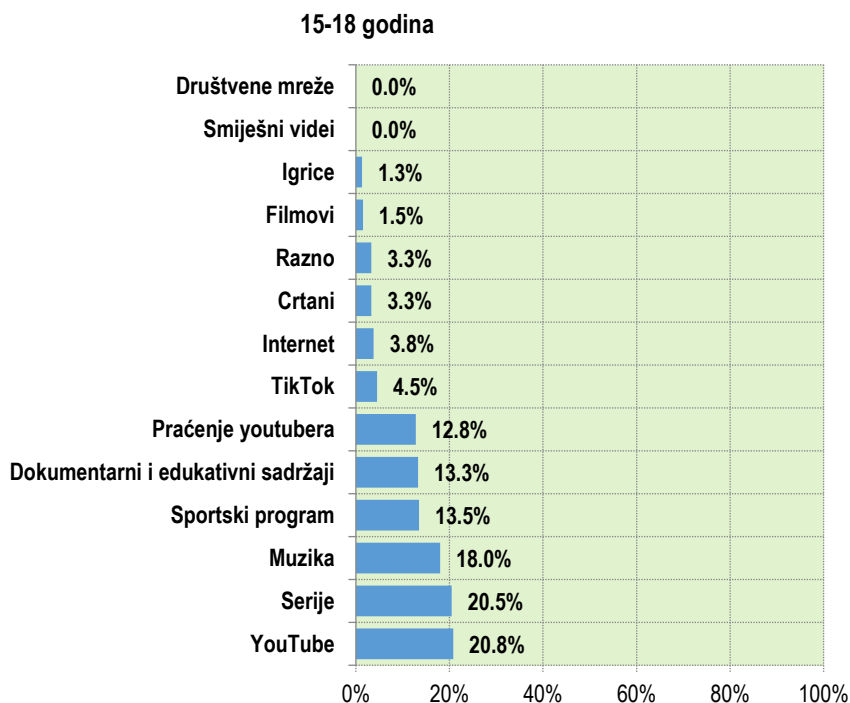


**GRAFIKON 37. OMILJENI SADRŽAJ DJECE UZRASTA 11-14 GODINA (N<sub>11-14</sub>=352, ANKETA DJECE)**



**Adolescentima** su podjednako omiljeni YouTube i serije (po 21%), te muzika (18%). Slijede sportski program (14%), dokumentarni i edukativni sadržaji, te YouTuberi (po 13%). TikTok je omiljeni sadržaj za 5% adolescenata, a ostali sadržaji za ispod 4% njih. (Pogledati Grafikon 38.)

**GRAFIKON 38. OMILJENI SADRŽAJ ADOLESCENATA (15-18 GODINA) (N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA DJECE)**

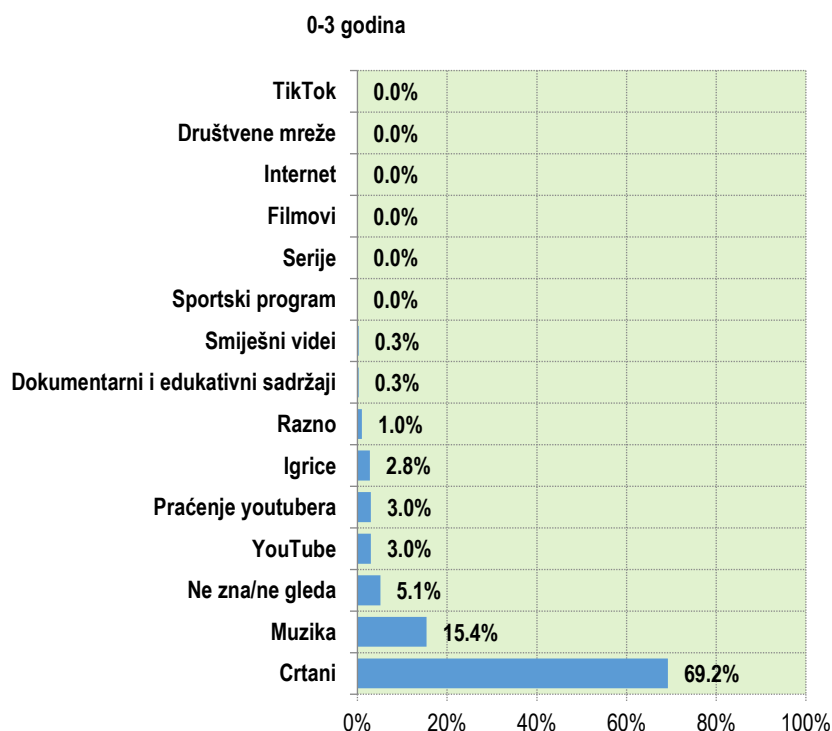


Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčicama su češće od dječaka omiljeni sadržaji YouTube i praćenje YouTubera, crtani filmovi, serije, muzika i filmovi, dok su dječacima češće omiljeni sportski program i igrice.

Podaci dobiveni roditeljskom anketom pokazuju da su roditelji prilično dobro upoznati i sa omiljenim sadržajem njihove djece. Jedino ukoliko su im djeca uzrasta 7-14 godina manji dio njih nije svjestan da su to igrice, a roditelji adolescenata imaju sklonost da podcjenjuju omiljenost YouTubea i YouTubera. A kada su u pitanju djeca uzrasta 0-3 godine, roditelji najčešće ističu da su

njihov omiljeni sadržaj crtani filmovi (69%). Znatno rjeđe je to muzika (15%), a za rijetku djecu ovog uzrasta i YouTube, YouTuberi i igrice (po 3%). (Pogledati Grafikon 39.)

**GRAFIKON 39. OMILJENI SADRŽAJ DJECE UZRASTA 0-3 GODINE (N<sub>0-3</sub>=396, ANKETA RODITELJA)**

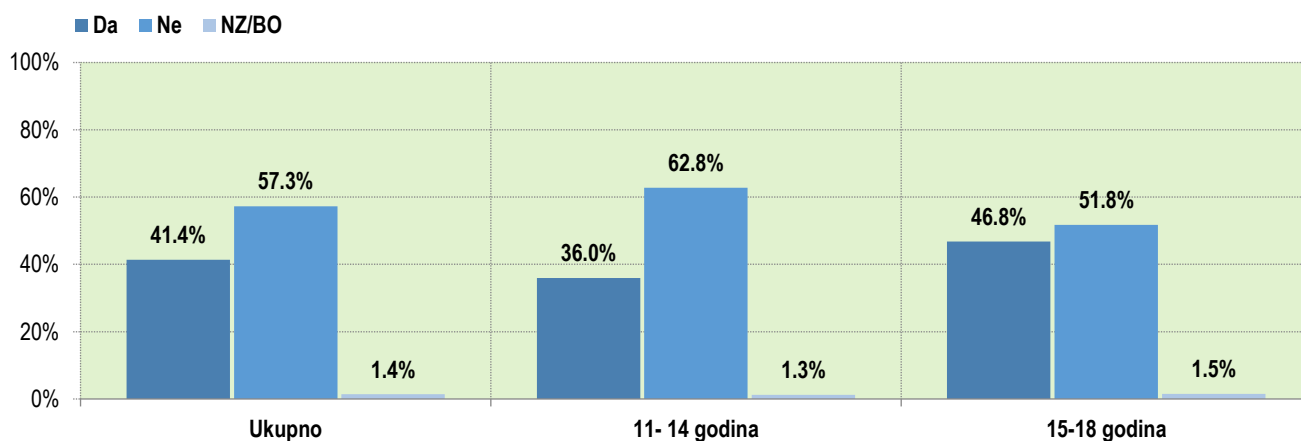


Roditelji sa višim i visokim stepenom obrazovanja češće od ostalih ističu da su crtani filmovi omiljeni sadržaj njihove djece, dok oni sa nižim stepenom obrazovanja češće navode da su to YouTube i filmovi.

#### TV platforme za usluge na zahtjev

Četvoro od deset djece (od 11 godina i više) gleda filmove ili druge video sadržaje na platformama za usluge na zahtjev kao što su Netflix, HBO Go, Moja TV Videoteka, Home TV Videoteka, Hayat Play i sl. (41%). Adolescenti to čine značajno češće od djece uzrasta 11-14 godina, ali još uvijek, uz polovinu adolescenata (47%) ove platforme koristi i trećina djece uzrasta 11-14 godina (36%). (Pogledati Grafikon 40.)

**GRAFIKON 40. GLEDANJE FILMOVA ILI DRUGIH SADRŽAJA NA PLATFORMAMA ZA USLUGE NA ZAHTJEV KAO ŠTO SU NETFLIX, HBO GO, MOJA TV VIDEOTEKA, HOME TV VIDEOTEKA, HAYAT PLAY I SL. (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

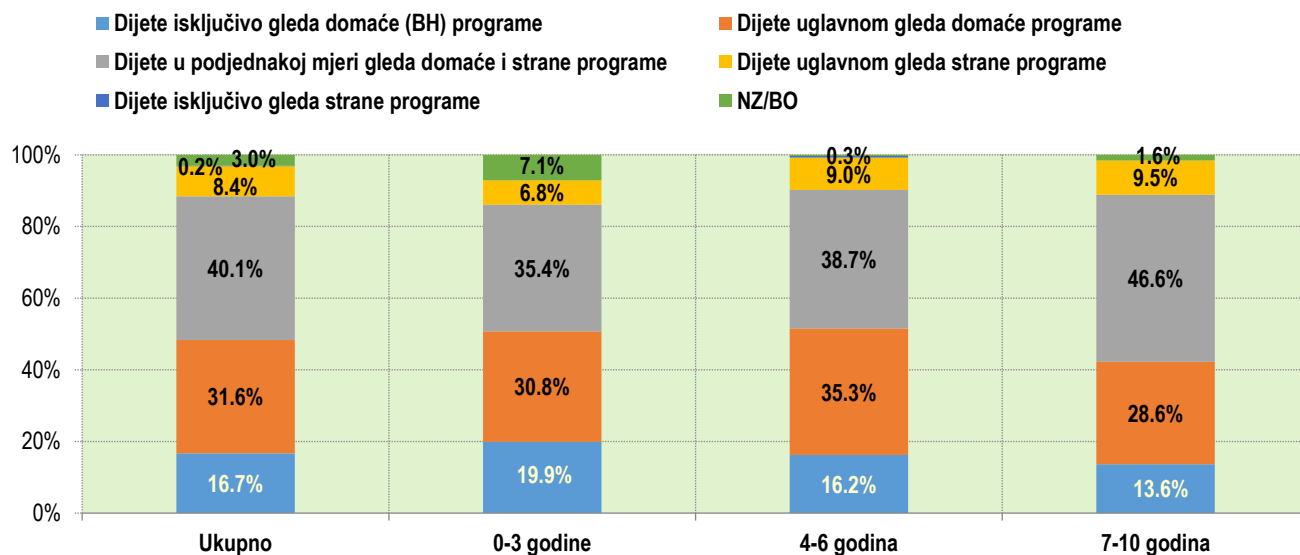


Kada su u pitanju spolne razlike, dječaci češće od djevojčica gledaju filmove ili druge video sadržaje na ovim platformama.

## Gledanje sadržaja na televiziji

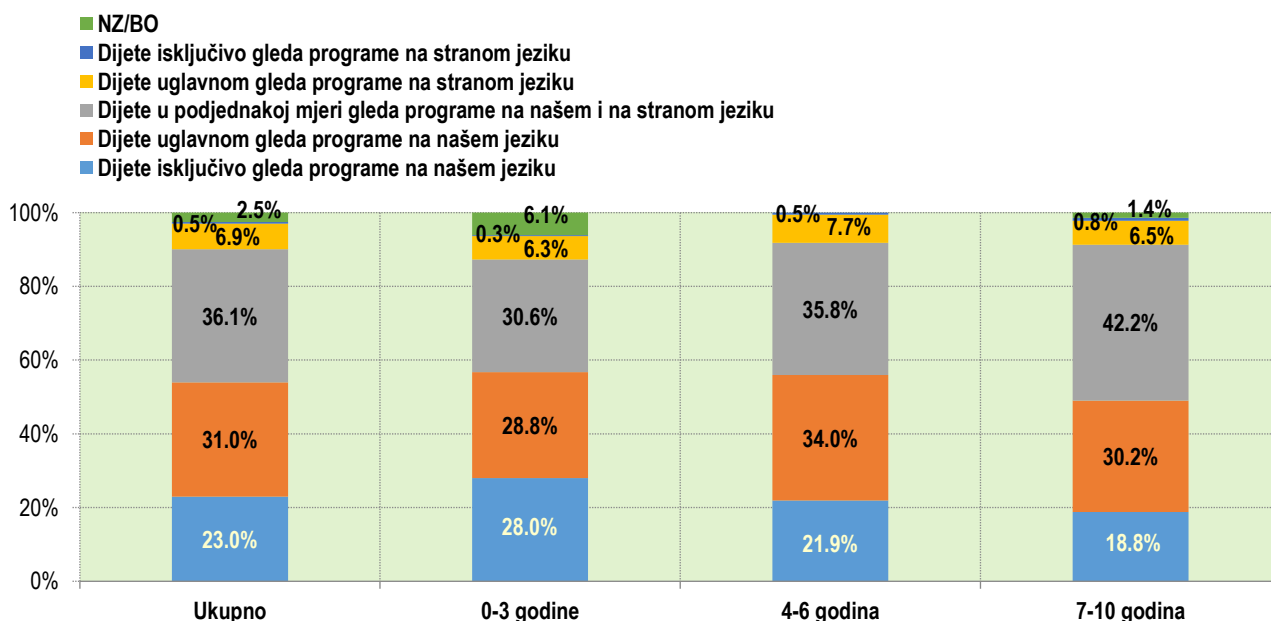
Rezultati ankete roditelja pokazuju da polovina djece uzrasta 0-6 godina na televiziji gleda isključivo ili uglavnom domaće programe (51%). Preostala uglavnom u podjednakoj mjeri gledaju i domaće i strane programe, što je praksa koja raste sa uzrastom djece, tako da je prisutna kod trećine djece uzrasta 0-3 godine i polovine djece uzrasta 7-10 godina. Manje od desetine djece uglavnom gleda strane programe (8%), a onih koji isključivo usmjereni na njih, skoro da i nema (0,2%). (Pogledati Grafikon 41.)

**GRAFIKON 41. GLEDANJE SADRŽAJA NA TELEVIZIJI (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.151, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, ANKETA RODITELJA)**



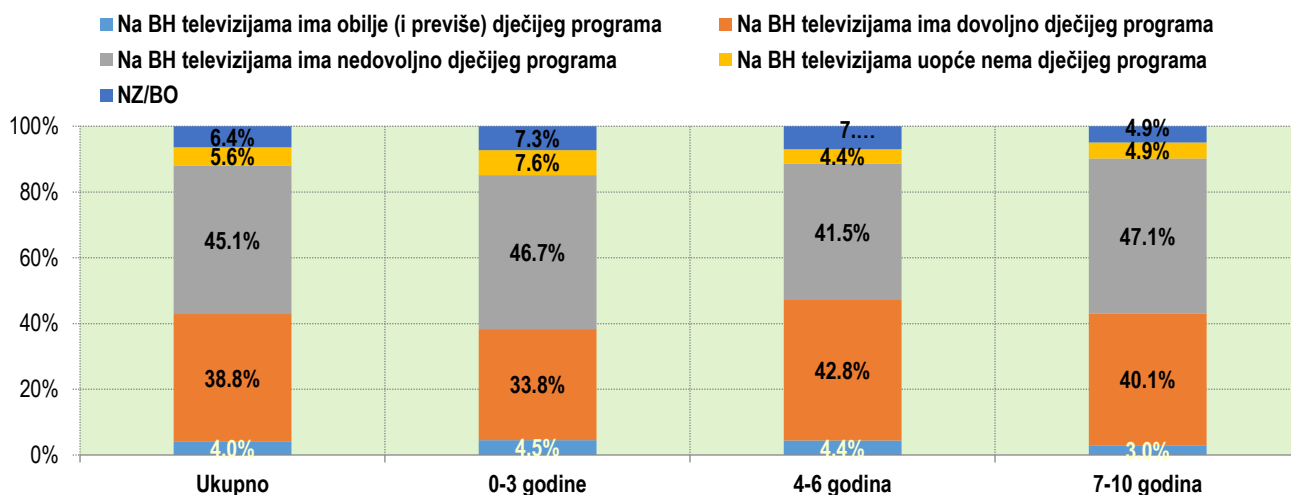
Kada se radi o jeziku na kojem su sadržaji koje djeca gledaju na televiziji, struktura rezultata u potpunosti prati gledanje domaćih i stranih programa. Tako polovina djece uzrasta 0-7 godina uglavnom ili isključivo gleda programe na maternjem/našem jeziku, s tim što je gledanje isključivo na maternjem/našem jeziku prisutnije kod mlađe djece (28% uzrasta 0-3 godina, 22% uzrasta 4-6 i 20% uzrasta 7-10). Preostala uglavnom u podjednakoj mjeri gledaju programe koji su na našem i nekom stranom jeziku, što je praksa koja raste sa uzrastom djece (31% uzrasta 0-3, 36% uzrasta 4-6 i 42% uzrasta 7-10). Manje od desetine djece uglavnom gleda programe na stranom jeziku (7%), a onih koji isključivo usmjereni na njih, skoro da i nema (0,5%). (Pogledati Grafikon 42.) Roditelji najnižeg obrazovanja (osnovnoškolsko obrazovanje i niže) češće ističu da njihova djeca gledaju programe na maternjem/našem jeziku.

**GRAFIKON 42. JEZIK NA KOJEM DJECA GLEDaju SADRŽAJE NA TELEVIZIJI (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.151, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, ANKETA RODITELJA)**



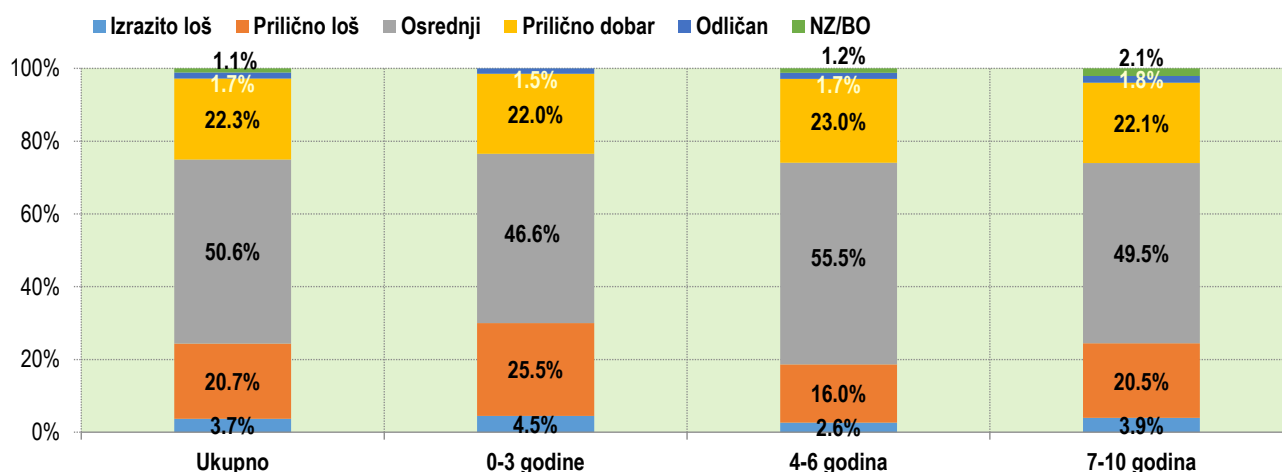
Nešto više od polovine roditelja nije zadovoljno količinom dječijeg programa na bh. televizijama tj. procjenjuje da ga nema dovoljno/nema uopće (54%), ali su mišljenja po ovom pitanju podijeljena – roditelji svih uzrasnih kategorija djece skoro o podjednakoj mjeri zadovoljni su i nisu zadovoljni količinom programa namijenjenog djeci na bh. televizijama. (Pogledati Grafikon 43.)

**GRAFIKON 43. ZADOVOLJSTVO KOLIČINOM DJEČJEG PROGRAMA NA BH. TELEVIJAMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.151, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, ANKETA RODITELJA)**



Mišljenja o njegovom kvalitetu također su podijeljena - roditelji u principu kvalitet dječijeg programa na bh. televizijama ocjenjuju kao osrednji (oko polovine roditelja svih uzrasnih grupa djece), dok preostali u principu smatraju da je on prilično loš ili prilično dobar. Vrlo su rijetki roditelji koji ga ocjenjuju kao izrazito loš ili odličan. (Pogledati Grafikon 44.)

**GRAFIKON 44. OCJENA KVALITETA DJEČJEG PROGRAMA NA BH. TELEVIJAMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.012, N<sub>0-3</sub>=337, N<sub>4-6</sub>=344, N<sub>7-10</sub>=331, ANKETA RODITELJA)**

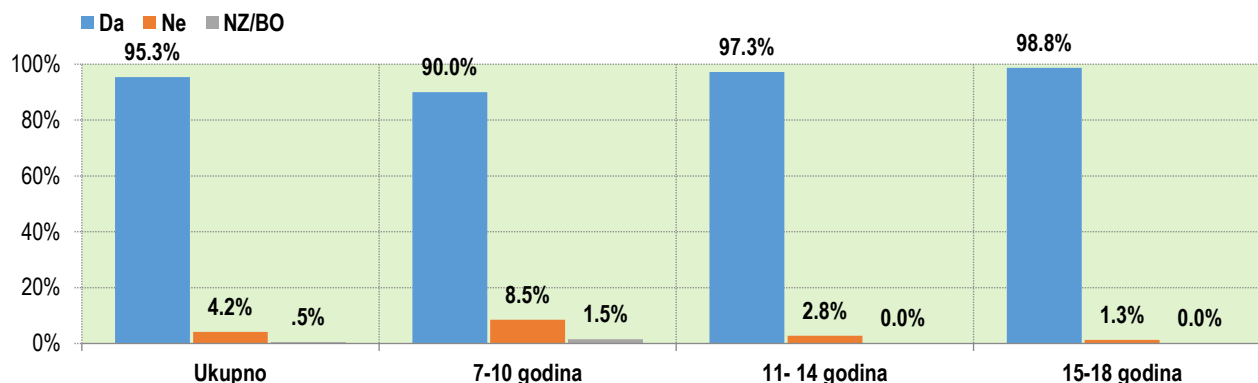


Roditelji iz domaćinstava nižeg ekonomskog statusa češće ističu da njihova djeca gledaju domaći TV program, te su u većoj mjeri zadovoljni njegovom količinom i kvalitetom nego roditelji iz domaćinstava koja imaju veća novčana primanja.

#### Korištenje YouTube-a

Podaci dobiveni anketom djece pokazuju da, nakon što napune 11 godina skoro sva koriste YouTube web stranicu ili aplikaciju (97% uzrasta 11-14 i 99% uzrasta 15-18), a ona je u širokoj upotrebi i kod mlađe djece - u uzrastu 7-10 godina prati je devet od deset djece (90%). (Pogledati Grafikon 45.)

**GRAFIKON 45. KORIŠTENJE YOUTUBE WEB STRANICE ILI APLIKACIJE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



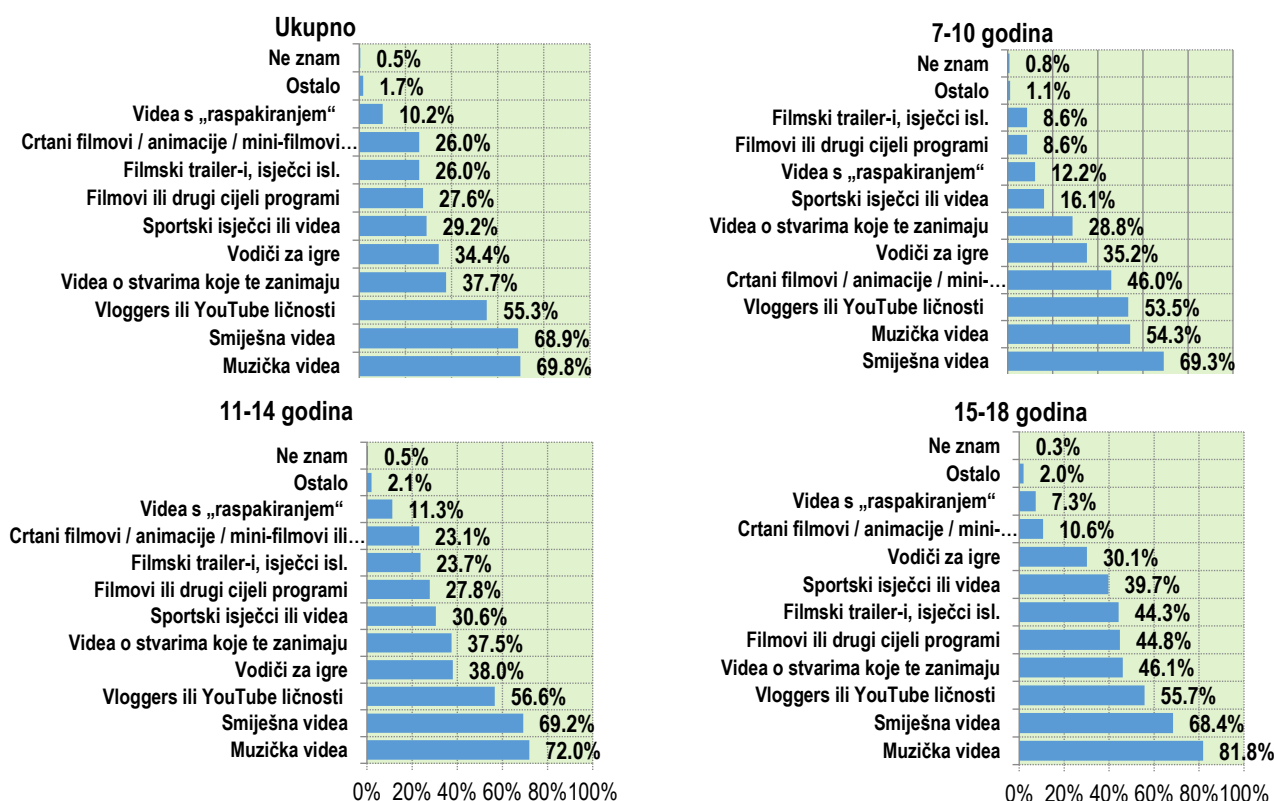
Gledano na ukupnom uzorku, djeca na YouTube-u najčešće gledaju muzička videa, smiješna videa/šale/poteškoće/izazove, te Vloggere ili YouTubere. Jedina uzrasna razlika prisutna je utoliko što djeca uzrasta 7-10 godina češće gledaju smiješna nego muzička videa, dok starija djeca preferiraju muzičke, pa onda smiješne sadržaje.

Pojedine sadržaje na YouTube-u sva djeca gledaju u podjednakoj mjeri. Tako smiješna videa/šale/poteškoće/izazove gleda sedam od deset djece, Vloggere ili YouTubere nešto više od polovine djece, vodiče (tutorijale) za igre/prolazak kroz igre/gledanje drugih ljudi kako igraju igre oko trećine, a videa sa „rasparkiranjem“ oko desetine njih.

Praćenje crtanih filmova/animacija/mini-filmova ili pjesama na YouTube-u opada sa uzrastom djece (46% uzrasta 7-10, 23% uzrasta 11-14 i 11% uzrasta 15-18), dok praćenje muzičkih videa, videa ili vodiča (tutorijala) s "uputama" o hobijima/stvarima koje dijete zanimaju, sportskih isječaka ili videa, filmova ili drugih cijelih programa i filmskih trailer-a, isječaka, najboljih dijelova filma/programa raste sa porastom starosti djece. (Pogledati Grafikone 46-49.)

Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka na YouTube gledaju muzička videa i crtane filmove, a dječaci češće od njih gledaju tutorijale za igranje igrica i sportske isječke.

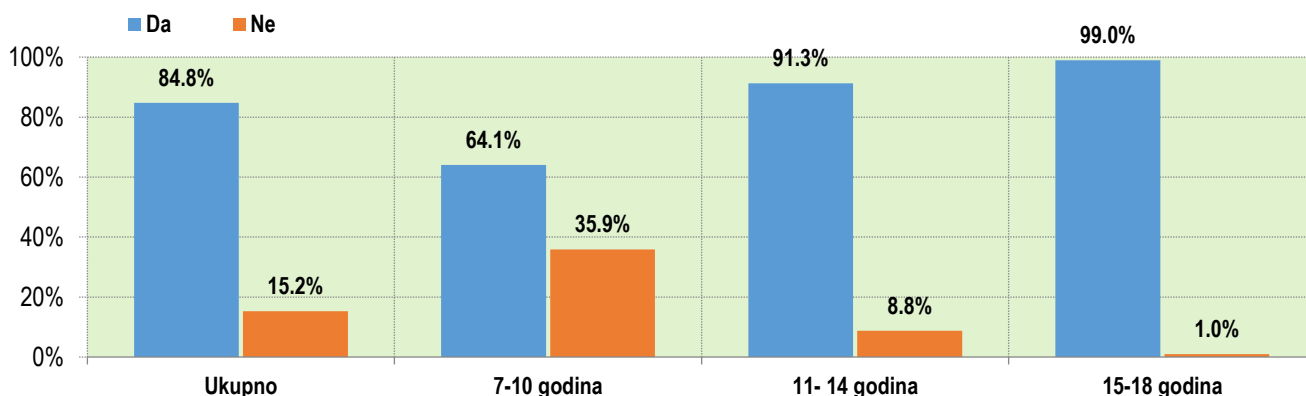
**GRAFIKONI 46-49. NAJČEŠĆE GLEDANI SADRŽAJ NA YOUTUBE-U (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.145, N<sub>7-10</sub>=361, N<sub>11-14</sub>=389, N<sub>15-18</sub>=395, ANKETA DJECE)**



## Društvene mreže i/ili stranice i/ili aplikacije za razmjenu poruka

Devet od deset (85%) djece uzrasta od 7-18 godina koristi barem jednu društvenu mrežu i/ili stranicu i/ili aplikaciju za razmjenu poruka. Njihova upotreba raste sa uzrastom, tako da ih upotrebljava šest od deset djece uzrasta 7-10 godina (64%), devet od deset djece uzrasta 11-14 godina (91%) i svi adolescenti (99%). (Pogledati Grafikon 50.)

**GRAFIKON 50. KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA/STRANICA/APLIKACIJA ZA RAZMJENU PORUKA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, N=1.201, ANKETA DJECE)**



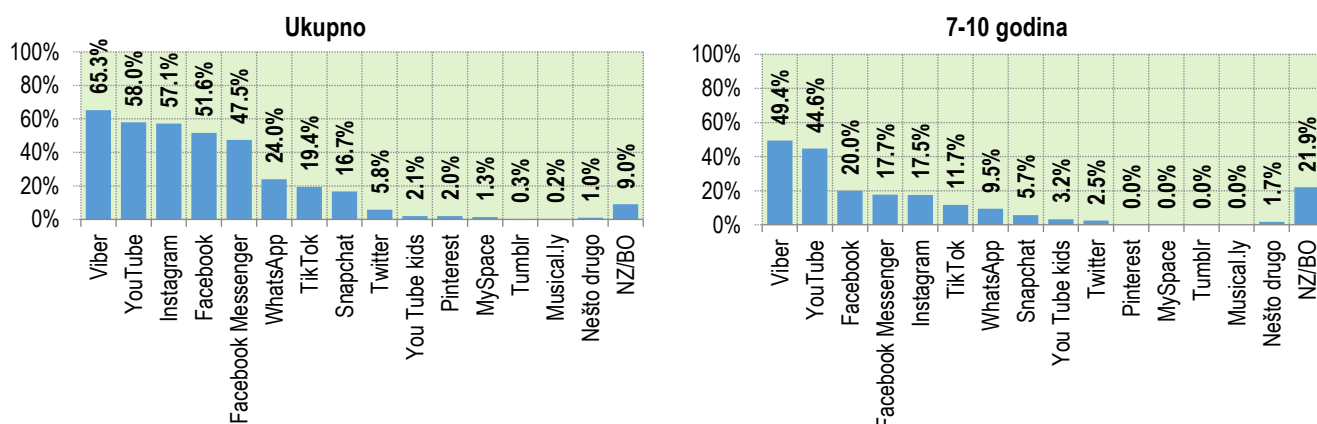
Najveći dio djece svih uzrasta (65%) koristi Viber - polovina djece uzrasta 7-10 godina (49%), sedam od deset uzrasta 11-14 godina (67%) i osam od deset uzrasta 15-18 godina (80%). Tek nešto manje njih (58%) upotrebljava (i) YouTube, čije korištenje također raste sa uzrastom djece – koristi ga nešto manje od polovine (45%) djece uzrasta 7-10 godina, šest od deset (57%) djece uzrasta 11-14 godina i sedam od deset (72%) djece uzrasta 15-18 godina.

Slijede Instagram, Facebook i Facebook Messenger, kod kojih su uzrasne razlike još upadljivije. Koristi ih ispod petine djece uzrasta 7-10 godina, od polovine do dvije trećine djece uzrasta 11-14 godina i većina (78% do 90%) adolescenata.

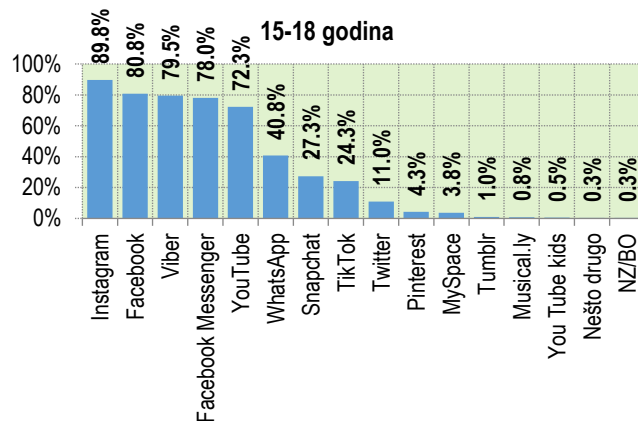
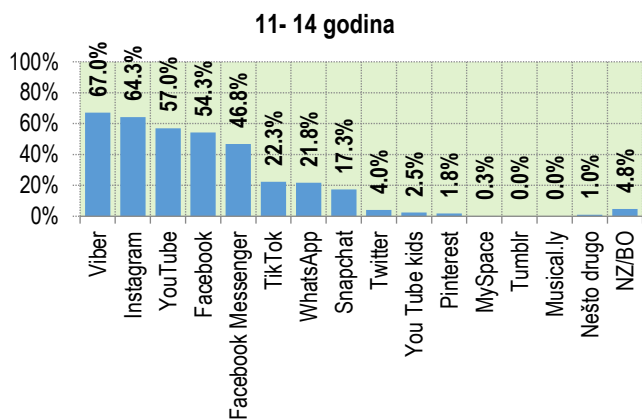
Znatno rjeđe je korištenje WhatsApp-a, ali ga adolescenti ipak upotrebljavaju češće nego Snapchat i TikTok, što su aplikacije koje djeca uzrasta 7-14 u podjednako mjeri upotrebljavaju kao i WhatsApp.

Twitter upotrebljava 11% adolescenata, dok je u mladim starosnim grupama zastupljen ispod 5%, što je slučaj i svim preostalim mrežama, stranicama i aplikacijama. (Pogledati Grafikone 51-54.)

**GRAFIKONI 51-54. APLIKACIJE KOJE DJECA KORISTE ZA RAZMJENU PORUKA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



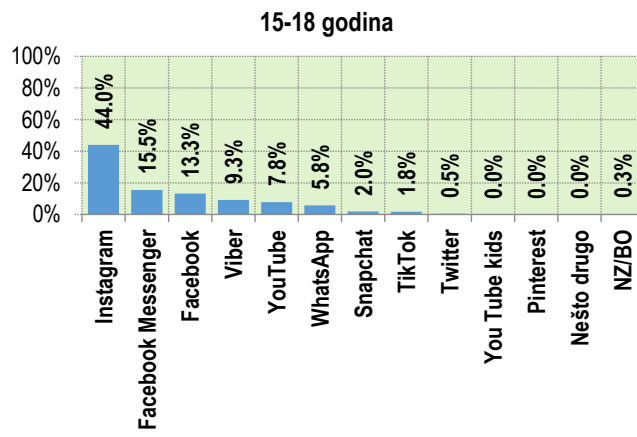
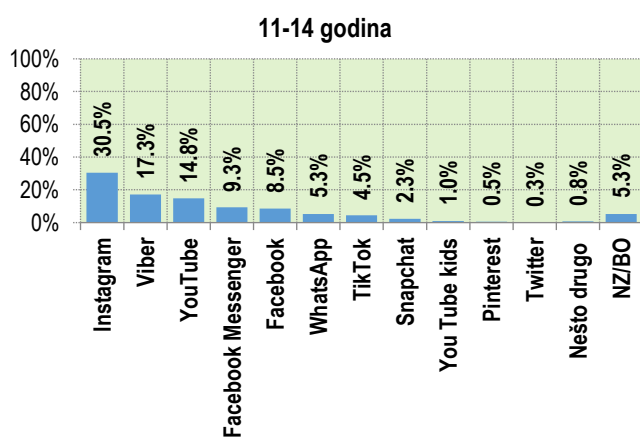
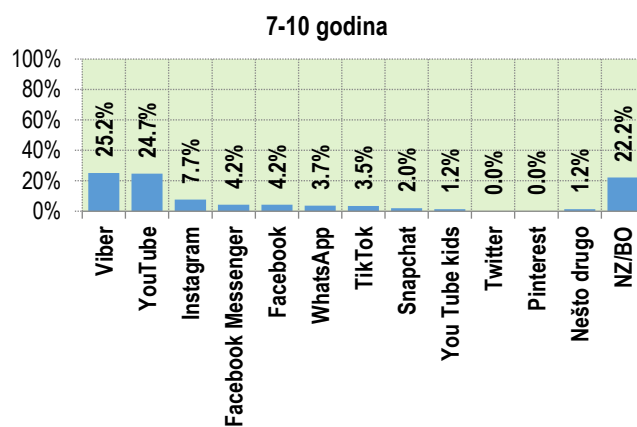
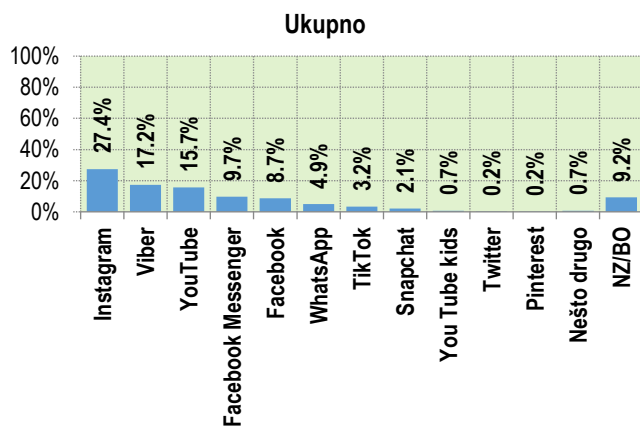




Za djecu uzrasta 11-18 godina glavna društvena mreža/stranica/aplikacija je Instagram (31% djece uzrasta 11-14 i 44% adolescenata ističu da njega najčešće koriste), što je rijetkost kod mlađe djece (uzrast 7-10) (8%). Mlađa djeca (uzrast 7-10) najčešće koriste Viber i YouTube (po 25%), koje starija znatno rjeđe koriste (Viber: 17% djece uzrasta 11-14 i 9% adolescenata, YouTube: 15% djece uzrasta 11-14 i 8% adolescenata).

Facebook Messenger i Facebook glavne su stranice za znatno manje djece – i to pretežno one (naj)starijeg uzrasta (Facebook Messenger: 4% djece uzrasta 7-10, 9% djece uzrasta 11-14 i 16% adolescenata, Facebook: 4% djece uzrasta 7-10, 9% djece uzrasta 11-14 i 13% adolescenata). Sve ostale mreže/stranice/aplikacije kao glavne koristi mali broj djece svih uzrasta. A što su djeca mlađa tim češće nemaju glavne mreže/stranice/aplikacije ili ne mogu odrediti koju najčešće koriste (22% djece uzrasta 7-10, 5% djece uzrasta 11-14 i 0,3% adolescenata). (Pogledati Grafikone 55-58.)

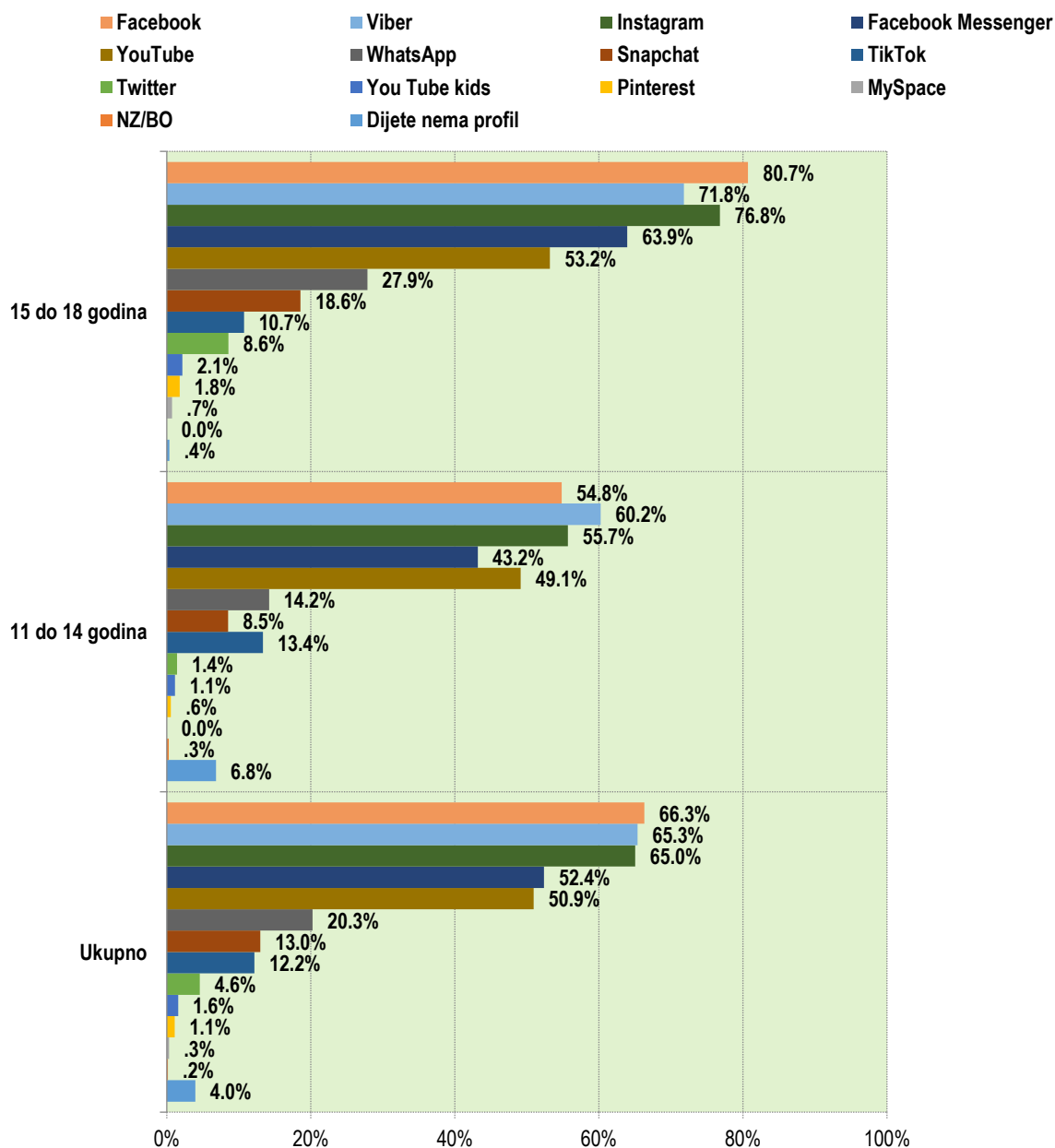
**GRAFIKONI 55-58. GLAVNA DRUŠTVENA MREŽA/STRANICA/APLIKACIJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada su u pitanju spolne razlike, dječacima je češće od djevojčica glavna društvena mreža/stranica/aplikacija YouTube, a djevojčicama češće od njih Instagram.

Skoro svi roditelji djece uzrasta 11-18 godina (96%) navode da njihovo dijete ima profil na nekoj od društvenih mreža/stranica/aplikacija (Facebooku, Viberu, Instagramu, Facebook Messengeru i/ili YouTube-u). Češće to ističu za adolescente (15-18) nego za djecu uzrasta 11-14 godina. Naime, prema roditeljima 100% adolescenata ima profil, najčešće na Facebooku (81%), Instagramu (77%) i Viberu (72%). Roditelji djece uzrasta 11-14 godina navode da 93% njihove djece ima profil, najčešće na Viberu (60%), Instagramu (56%) i Facebook-u (55%). (Pogledati Grafikon 59.)

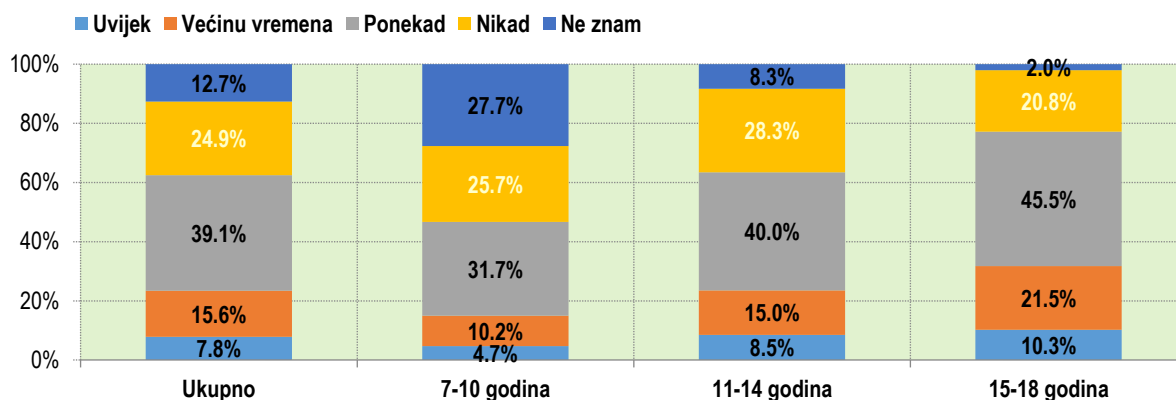
**GRAFIKON 59. POSJEDOVANJE PROFILA NA NEKOJ OD DRUŠTVENIH MREŽA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA I UKUPNO, N=632, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



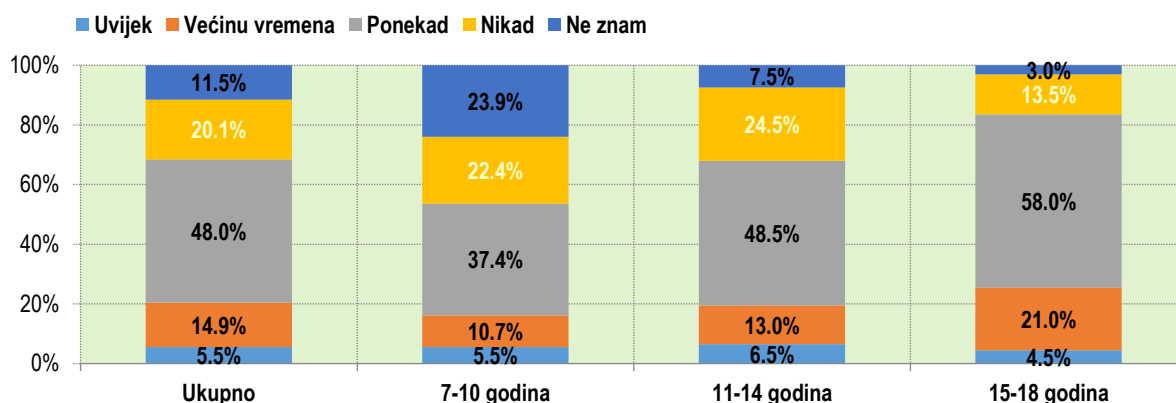
Djeca uglavnom vide pozitivne strane društvenih mreža, stranica i aplikacija koje koriste. Ističu da im one pomažu da se osjećaju bliže svojim prijateljima (59%), da ih čini sretnim (56%), te da im pomažu da steknu nove prijatelje (47%). Negativne strane primjećuje znatno manji dio djece. Tako četvrtina navodi da na društvenim mrežama (uvijek i većinu vremena) postoji pritisak da se izgleda popularno (23%), a petina da su na njima ljudi (uvijek i većinu vremena) zlobni jedni prema drugima (20%). Skoro da nema djece (4%) koja procjenjuju da ih korištenje društvenih mreža čini nesretnim.

Adolescenti češće od djece uzrasta 7-14 godina ističu da im društvene mreže pomažu pri uspostavi i održavanju prijateljstava, ali i češće primjećuju njihove negativne strane – pritisak da se bude popularan i prisustvo zlobnih komentara i postupaka. (Pogledati Grafikone 60-65.)

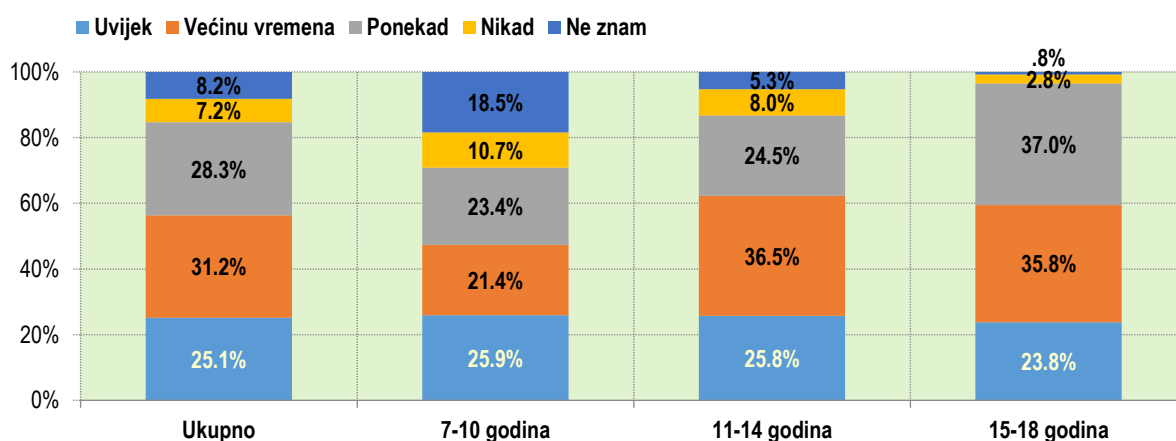
**GRAFIKON 60. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA - POSTOJI PRITISAK DA SE IZGLEDA POPULARNO NA DRUŠTVENIM MREŽAMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



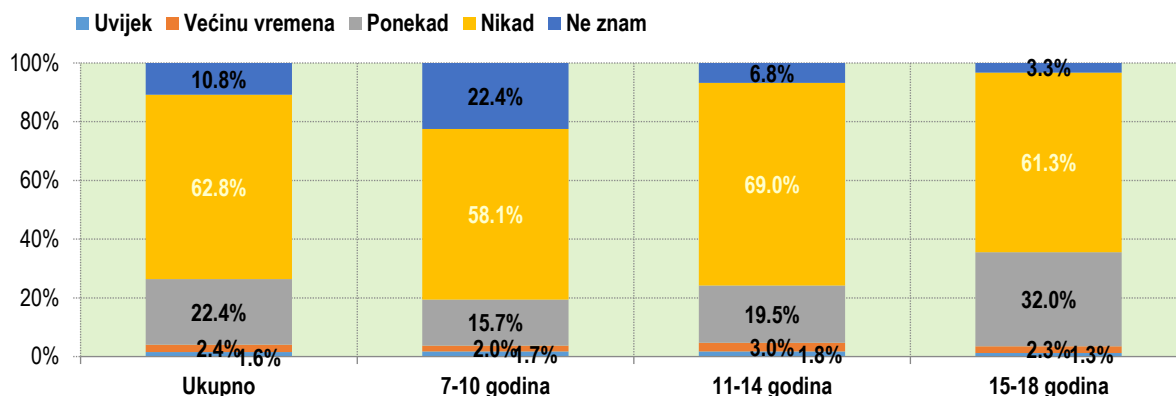
**GRAFIKON 61. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA - NA DRUŠTVENIM MREŽAMA LJUDI SU ZLOBNI JEDNI PREMA DRUGIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



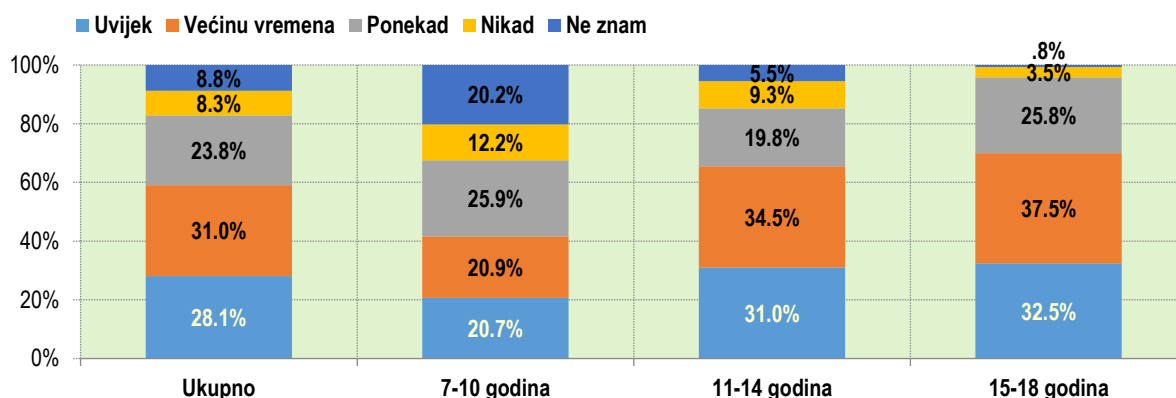
**GRAFIKON 62. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA - KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA ČINI ME SRETNIM/OM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



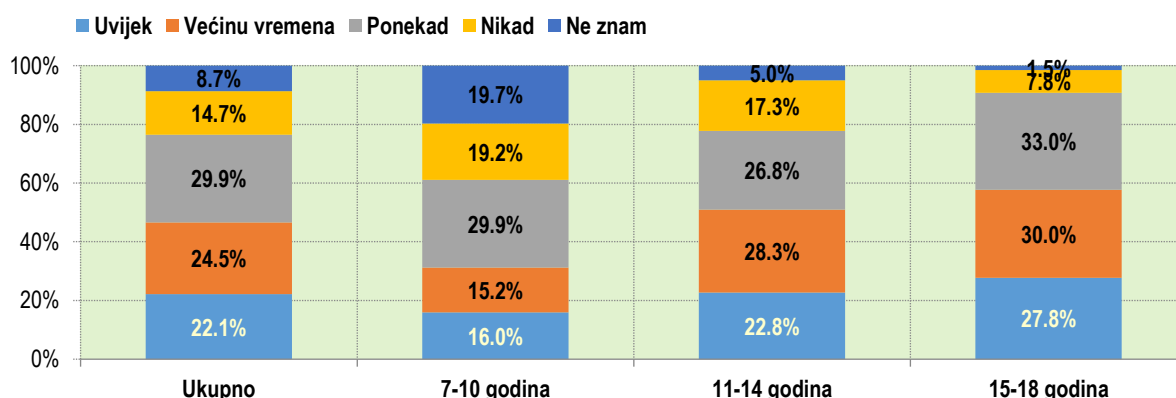
**GRAFIKON 63. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA - KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA ČINI ME NESRETNIM/OM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



**GRAFIKON 64. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA - KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA POMAŽE MI DA SE OSJEĆAM BLIŽE SVOJIM PRIJATELJIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



**GRAFIKON 65. STAV O ASPEKTIMA DRUŠTVENIH MREŽA PO DOBNIM KATEGORIJAMA - KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA POMAŽE MI DA STEKNEM NOVE PRIJATELJE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



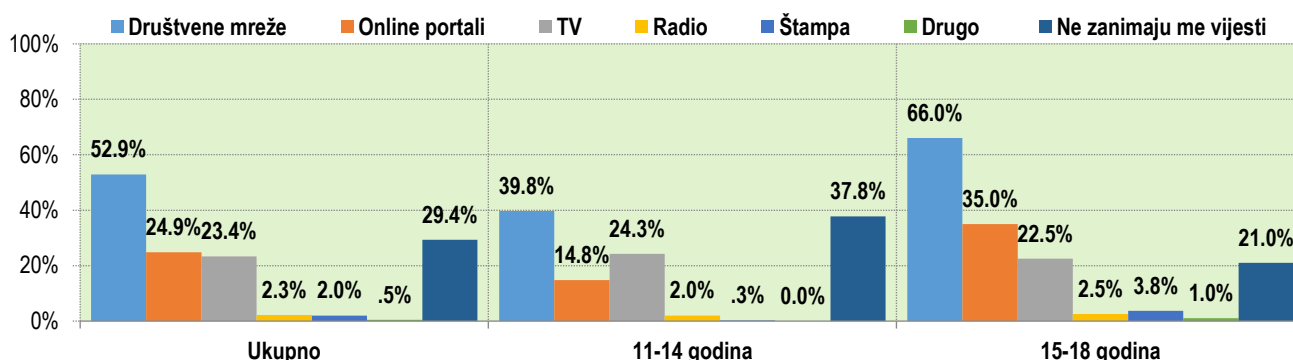
Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka smatraju da su na mrežama prisutni zlobni komentari i postupci.

#### Informacije o dešavanjima u zemlji i svijetu

Troje od deset djece ističe da ih ne zanimaju vijesti/informacije o dešavanjima u zemlji i svijetu. To su češće djeca uzrasta 11-14 godina nego adolescenti (četiri od deset djece uzrasta 11-14 (38%) i značajno manje (dvoje od deset - 21%) adolescenata. Oni koji ih prate najčešće to čine putem društvenih mreža (40% uzrasta 11-14 i 66% adolescenata). A zatim putem televizije

(24% uzrasta 11-14 i 23% adolescenata) i online portala (15% uzrasta 11-14 i 35% adolescenata). Radio i štampa se izrazito rijetko koriste u ove svrhe. (Pogledati Grafikon 66.)

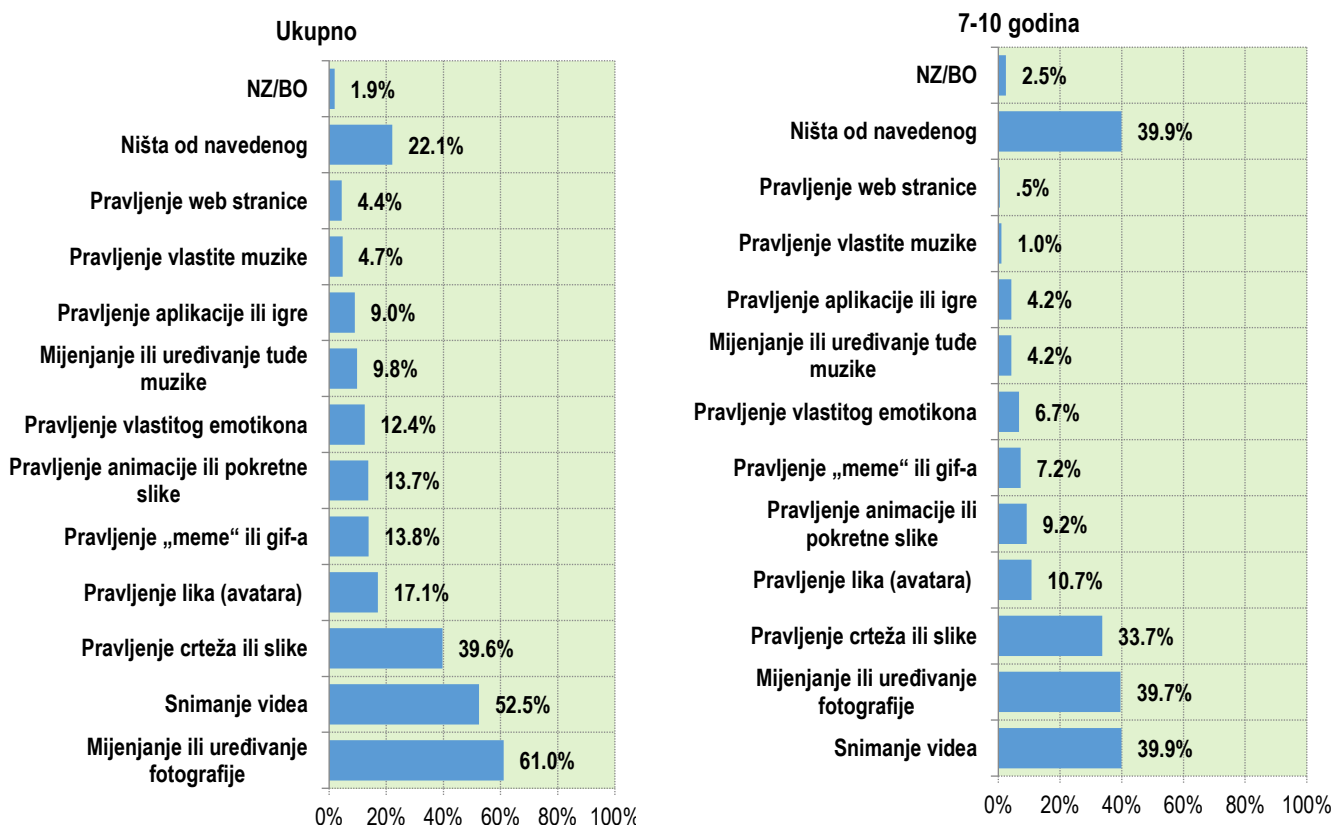
**GRAFIKON 66. IZVORI INFORMACIJA O DEŠAVANJIMA U ZEMLJI I SVIJETU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

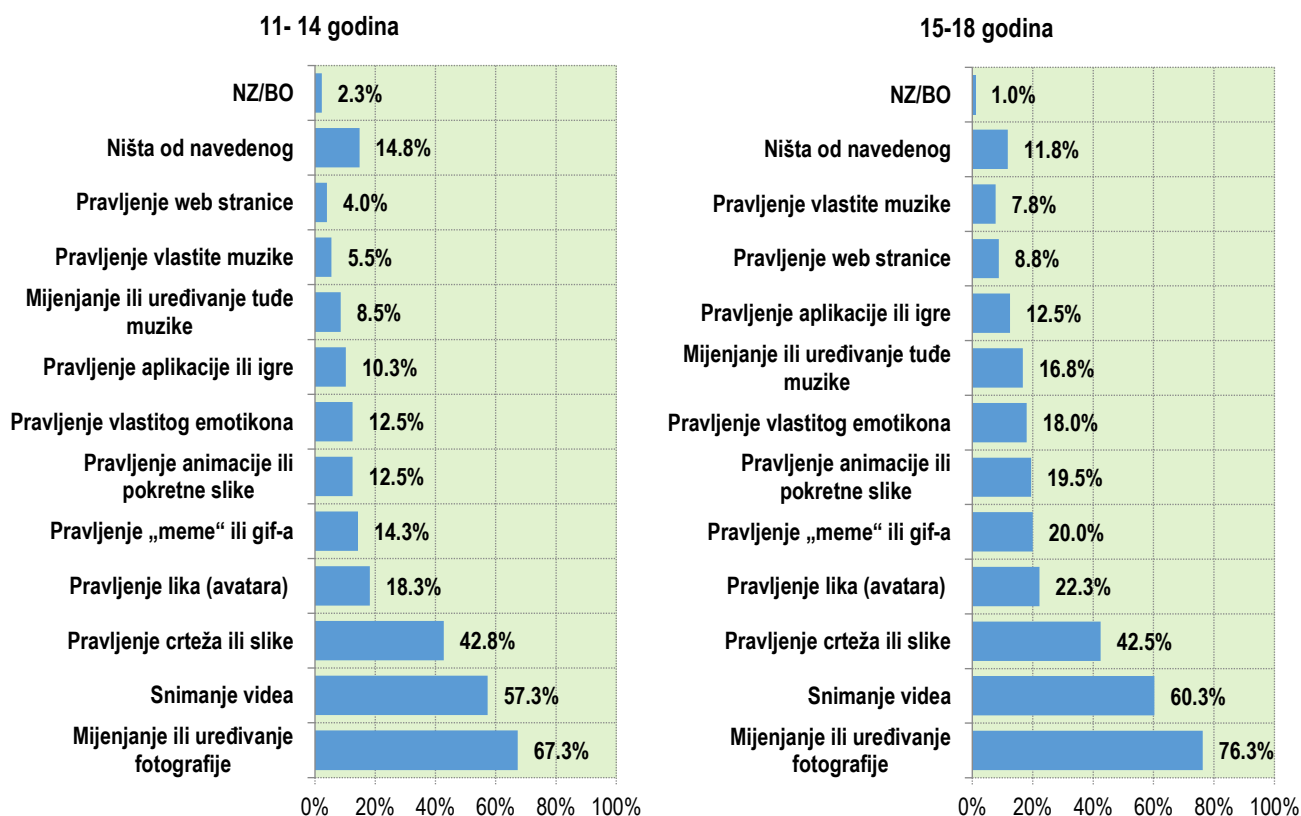


### Kreiranje sadržaja

Većina djece (76%) na kompjuteru, tabletu ili mobilnom telefonu kreira i određene sadržaje, tim češće što su starija. Tako četiri od deset djece uzrasta 7-10 godina (40%), te znatno manje starijih (15% uzrasta 11-14 i 12% uzrasta 15-18) nikada na ovim uređajima nisu „nešto napravila“. Ostali su najčešće mijenjali ili uređivali fotografije (i to tim češće što su stariji: 40% uzrasta 7-10, 67% uzrasta 11-14 i 76% uzrasta 15-18) i snimali videa (češće djeca starija od 10 godina: 40% uzrasta 7-10, 57% uzrasta 11-14 i 60% uzrasta 15-18). Slijedi pravljenje crteža ili slike, sa istom tendencijom – češće su ovu aktivnost radila starija djeca, ali razlike više nisu tako upadljive. Naime, nekada ju je uradila trećina djece uzrasta 7-10 godina (34%), te 43% djece uzrasta 11-18 godina. (Pogledati Grafikone 67-70.)

**GRAFIKONI 67-70. SADRŽAJI KOJE SU DJECA KREIRALA NA KOMPJUTERU, TABLETU ILI MOBILNOM TELEFONU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**





Kada su u pitanju spolne razlike, dječaci su češće od djevojčica snimali videa, pravili aplikacije ili igre, mijenjali ili uređivali tuđu muziku i pravili likove/avatare.

I roditelji potvrđuju da su njihova djeca najčešće na kompjuteru, tabletu ili mobilnom telefonu mijenjala ili uređivala fotografije, snimala videa i pravila crtež ili sliku. Uzrasne tendencije se također uglavnom podudaraju – što su im djeca starija to roditelji češće navode da su na ovim uređajima radila obradu fotografija, a ako su starija od 10 godina da su češće snimali videa. I dok, prema procjenama roditelja, uzrasnih razlika nema u aktivnostima poput pravljenja crteža ili slike (koja je jedina brojnija aktivnosti, od preostalih) i pravljenja avatara, za sve ostale aktivnosti roditelji ističu da su ih značajno češće provodila starija djeca tj. adolescenti (pravljenje animacije ili pokretne slike, pravljenje „meme“ ili gif-a, pravljenje vlastitog emotikona, pravljenje aplikacije ili igre, mijenjanje ili uređivanje tuđe muzike, pravljenje vlastite muzike i pravljenje internet stranice. (Pogledati Tabelu 5.)

**TABELA 5. OPCIJE KOJE SU DJECA KORISTILA NA KOMPJUTERU, TABLETU ILI MOBILNOM TELEFONU PO DOBNIM KATEGORIJAMA (N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, N=999, ANKETA RODITELJA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)			Ukupno
	7-10	11-14	15-18	
Mijenjanje ili uređivanje fotografije	34,6%	53,4%	60,7%	48,5%
Snimanje videa	37,1%	46,0%	50,0%	43,8%
Pravljenje crteža ili slike	31,6%	34,1%	34,3%	33,2%
Pravljenje lika (avatara)	6,8%	9,1%	11,1%	8,8%
Pravljenje animacije ili pokretne slike	7,6%	6,3%	12,9%	8,6%
Pravljenje „meme“ ili gif-a (slika, video ili dio teksta koji je smiješan i koji se širi internetom)	6,0%	8,2%	11,8%	8,4%
Pravljenje vlastitog emotikona	5,4%	5,1%	12,1%	7,2%
Pravljenje aplikacije ili igre	3,5%	7,4%	10,4%	6,8%
Mijenjanje ili uređivanje tuđe muzike	2,7%	2,8%	8,2%	4,3%
Pravljenje vlastite muzike	1,6%	1,7%	6,8%	3,1%
Pravljenje internet stranice	0,5%	1,4%	4,6%	2,0%
Nešto drugo	0,0%	,3%	0,0%	0,1%
Ništa od navedenog	36,2%	22,4%	12,1%	24,6%
NZ/BO	11,2%	10,8%	16,8%	12,6%

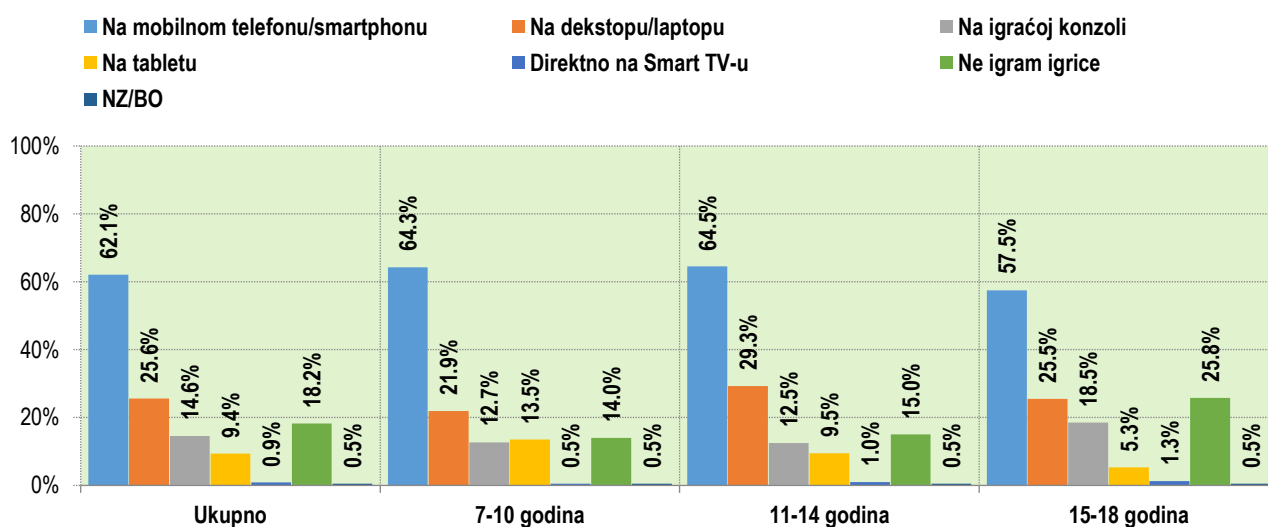


Roditelji sa najvišim stepenom obrazovanja češće ističu da su njihova djeca na navedenim uređajima snimala videa, mijenjala ili uređivala tuđu muziku, pravila avatara, aplikaciju ili igru i vlastiti emotikon. Zaposleni roditelji češće od nezaposlenih navode da su njihova djeca pravila avatara, aplikaciju ili igru i animaciju ili pokretne slike.

## Igranje igrica

Četvrtina adolescenata (26%), i znatno manje djece mlađih uzrasta (14% uzrasta 7-10 i 15% uzrasta 11-14) ističe da nikada ne igra igrice kod kuće ili negdje drugdje. Preostali ih najčešće igraju na mobilmom telefonu/smartphonu – nešto manje od dvije trećine djece (64% uzrasta 7-14 i 58% adolescenata). Slijede kompiuter/laptop, koji u ove svrhe koristi oko četvrtine djece (22% uzrasta 7-10, 29% uzrasta 11-14 i 26% adolescenata), pa igrača konzola na kojoj igrice igra oko sedmine djece (13% uzrasta 7-14 i 19% adolescenata). Vrlo rijetka djeca (oko 1% njih) igrice igraju direktno na Smart TV-u (ne koristeći igraću konzolu spojenu na televizor). (Pogledati Grafikon 71.)

**GRAFIKON 71. UREĐAJI NA KOJIM DJECA IGRAJU IGRICE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Djevojčice češće od dječaka ističu da nikada ne igraju igrice, dok ih dječaci češće igraju na gotovo svim spomenutim uređajima (osim na tabletu i Smart TV-u).

## 5.3. Količina vremena provedenog uz medije

### Koliko vremena djeca provode uz informaciono-komunikacione uređaje i medije?

Većina djece (osam od deset njih) u tipičnoj sedmici u toku školske godine svakodnevno koristi mobilni telefon/smartphone (za bilo koju aktivnost) i njegova svakodnevna upotreba raste sa uzrastom djece – svakodnevno ga koristi sedam od deset djece (73%) uzrasta 7-10 godina, osam od deset (83%) uzrasta 11-14 godina i devet od deset (94%) adolescenata.

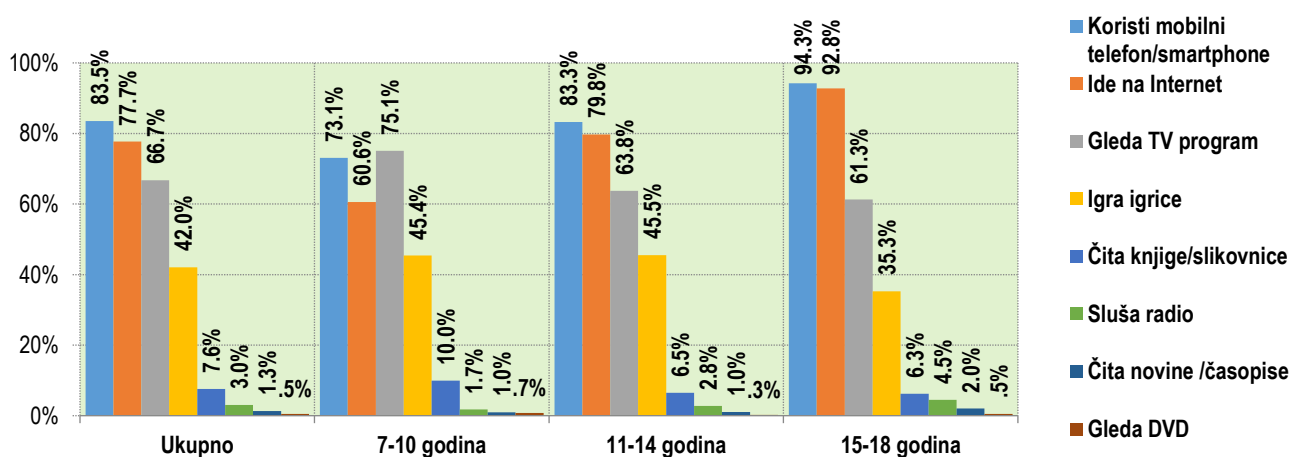
Slično je i sa boravkom online (na bilo kojem uređaju), s tim da djeca uzrasta 11-14 godina i adolescenti koji svakodnevno koriste mobilni telefon/smartphone u principu svakodnevno budu i na internetu, što nije slučaj sa dijelom mlađe djece (7-10) (svakodnevno online: 61% uzrasta 7-10, 80% uzrasta 11-14 i 93% adolescenata).

Sedam od deset djece svakodnevno gleda TV. Ova navika učestalija je kod mlađe djece, kod kojih većina (75%) svaki dan u toku tipične školske sedmice gleda neki televizijski sadržaj (ne DVD). Kod djece uzrasta 11-14 godina i adolescenata ona je nešto rjeđe zastupljena (61% uzrasta 11-14 i 67% adolescenata).

Igranje igrica preostala je aktivnosti koju svakodnevno provodi značajniji broj djece, četiri od deset njih – skoro polovina djece uzrasta 7-11 godina (46%) i značajno manje, ali još uvijek trećina adolescenata (35%).

Manje od desetine djece (niti jedno „cijelo“ dijete) svakodnevno čita knjige/slikovnice/stripove (10% uzrasta 7-10, 7% uzrasta 11-14 i 6% adolescenata), dok svakodnevno novine ili časopise ne čita skoro niko (1%). I svakodnevno gledanje DVD-a je svedeno na istu, skoro nepostojeću razinu (0,5%), dok je svakodnevno slušanje radija tek nešto češće zastupljeno (3%). (Pogledati Grafikon 72.)

**GRAFIKON 72. SVAKODNEVNO KORIŠĆENJE RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVAK ONLINE U TIPIČNOJ SEDMICI U TOKU ŠKOLSKE GODINE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

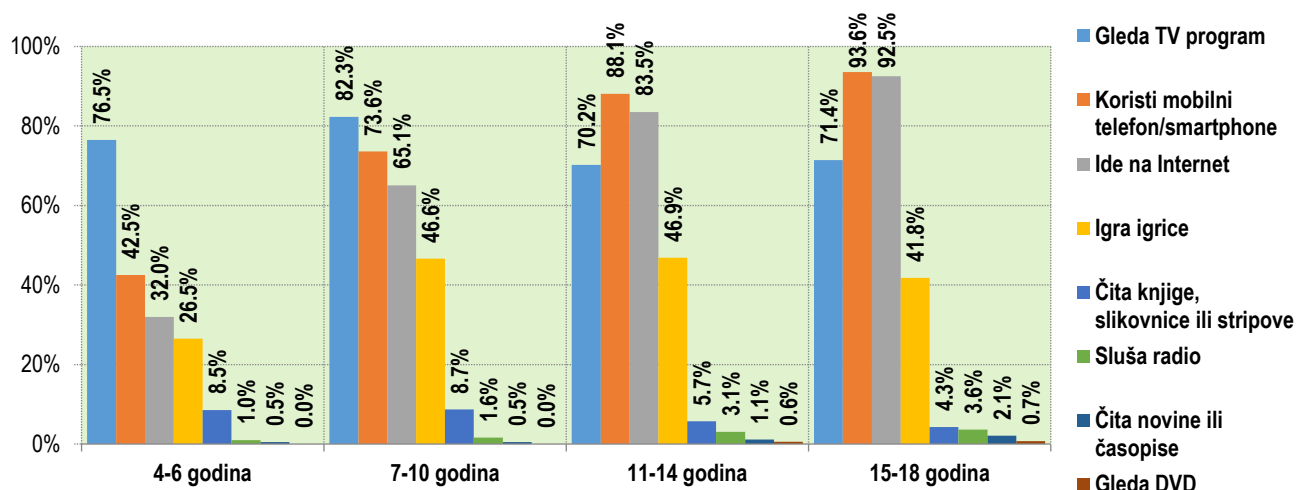


Kada su u pitanju spolne razlike, dječaci češće od djevojčica svakodnevno igraju igrice i idu na internet.

Podaci dobiveni roditeljskom anketom pokazuju da su oni dobro upoznati sa mjerom u kojoj djeca u tipičnoj sedmici u toku školske godine svakodnevno koriste različite uređaje i budu online. Naime, roditeljske procjene svakodnevnog boravka djece na mobilnom telefonu ili smartphonu, na internetu i igricama, kao i svakodnevnog bavljenja djece rijetko zastupljenim aktivnostima (čitanjem knjiga, slikovnica, stripova, kao i novina i časopisa, slušanjem radija i gledanjem DVD-a), podudaraju se da podacima koje su dala djeca. Nasuprot tome, donekle precjenjuju vrijeme koje djeca provode gledajući TV program.

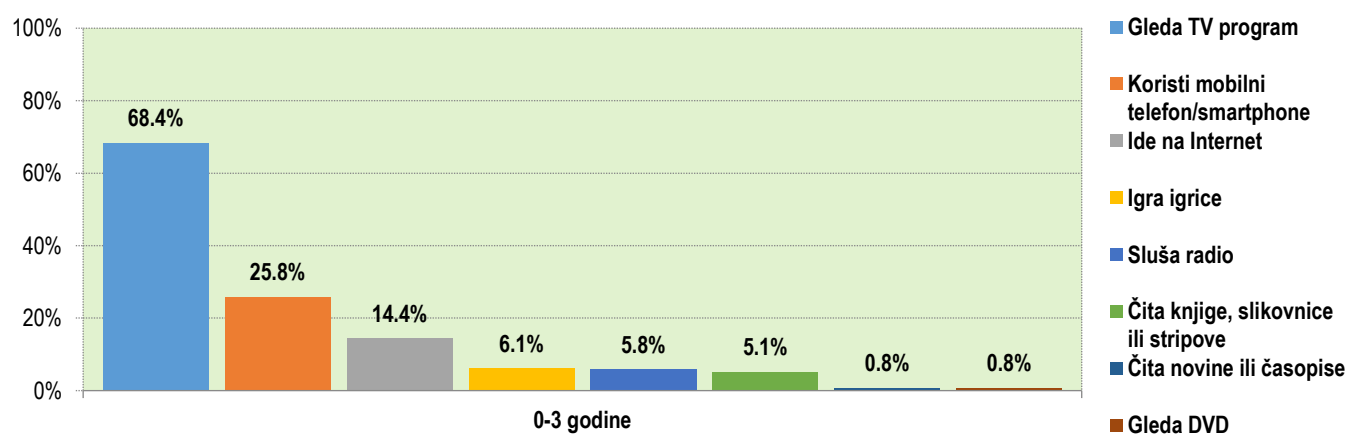
Pri tome su i uzrasne tendencije u principu tačne. Što imaju stariju djecu roditelji češće navode da su ona svakodnevno na mobitelu/smartphonu i da češće idu na internet. Također, ističu da djeca starija od sedam godina češće igraju igrice, a ona u uzrastu 4-10 godina gledaju TV program. A u ostalim aktivnostima nema uzrasnih razlika. (Pogledati Grafikon 73.)

**GRAFIKON 73. SVAKODNEVNO KORIŠĆENJE RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVAK ONLINE U TIPIČNOJ SEMDICI U TOKU ŠKOLSKE GODINE (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



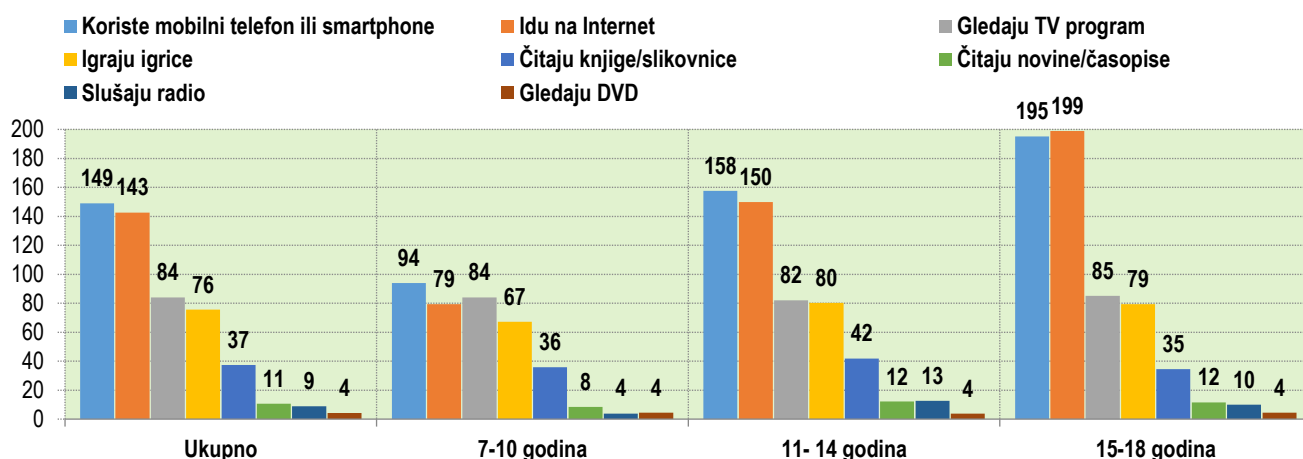
Istovremeno, roditelji djece uzrasta 0-3 godina navode da dvije trećine njih svakodnevno gleda TV program (sedam od deset djece -68%), četvrtina koristi mobilni telefon ili smartphone (troje od deset djece – 26%), a više od desetine (14%) ide na internet. Prema roditeljskim podacima ovo je uzrasna kategorija koja češće od ostalih sluša radio – radi se o malom procentu djece (6%). (Pogledati Grafikon 74.)

**GRAFIKON 74. SVAKODNEVNO KORIŠĆENJE RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVAK ONLINE DJECE UZRASTA 0-3 GODINE U TIPIČNOJ SEMDICI U TOKU ŠKOLSKE GODINE (N<sub>0-3</sub>=396, ANKETA RODITELJA)**



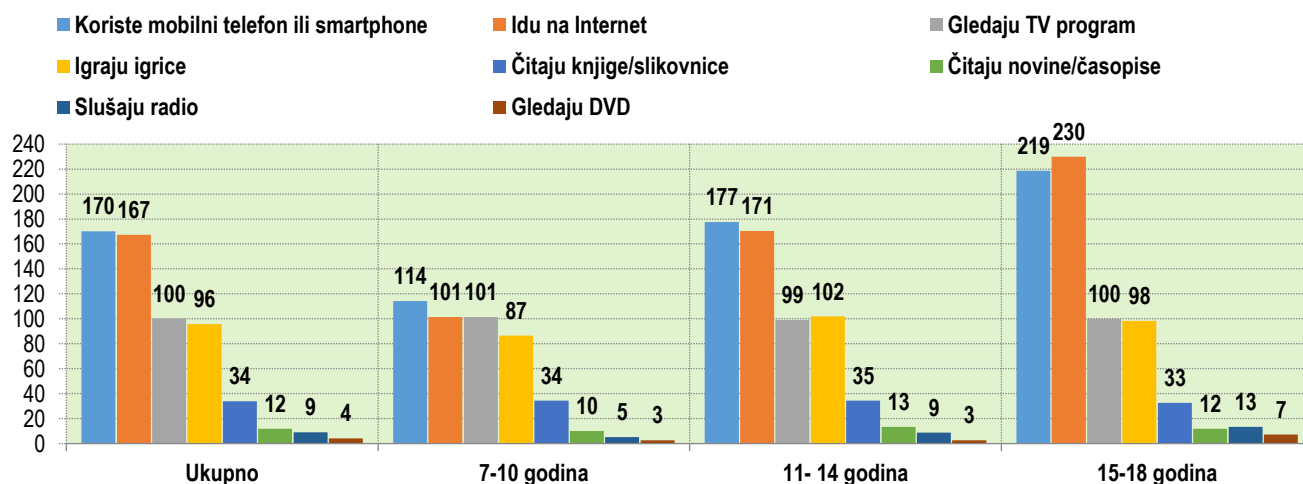
Podaci dobiveni od djece pokazuju da, u toku uobičajenog radnog dana (kada su prva smjena u školi i kada nije online nastava), djeca u prosjeku uz mobilni telefon/smartphone provedu dva i po sata. TV program gledaju u prosjeku sat i 24 minute, a igrice igraju sat i 16 minuta. Znatno manje vremena djeca provedu čitajući: knjige/slikovnice prosječno čitaju 37 minuta, a novine/časopise 11 minuta. A još manje slušajući radio (9 minuta) i gledajući DVD (4 minuta). Od toga u prosjeku dva i po sata budu online. Što su starija, to je ovo vrijeme koje provode uz informaciono-komunikacione tehnologije duže, jer upotreba mobitela/smartphona i vrijeme provedeno online raste sa uzrastom. Dok kod ostalih aktivnosti nema značajnih uzrasnih razlika. (Pogledati Grafikon 75.)

**GRAFIKON 75. PROSJEČNO VRIJEME (U MINUTAMA) KORIŠĆENJA RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVKA ONLINE U TOKU TIPIČNOG ŠKOLSKOG DANA U SEDMICI (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)<sup>16</sup>**



Vikendom se sve aktivnosti koji podrazumijevaju boravak pred ekranom produžavaju, tako da prosječno ukupno vrijeme koje djeca provedu uz informaciono-komunikacione uređaje i medije raste. Uz istu tendenciju povećanja dužine gledanja u ekran, sa povećanjem uzrasta djeteta. (Pogledati Grafikon 76.)

**GRAFIKON 76. PROSJEČNO VRIJEME PRAĆENJA PLATFORMI U TOKU VIKENDA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400)**

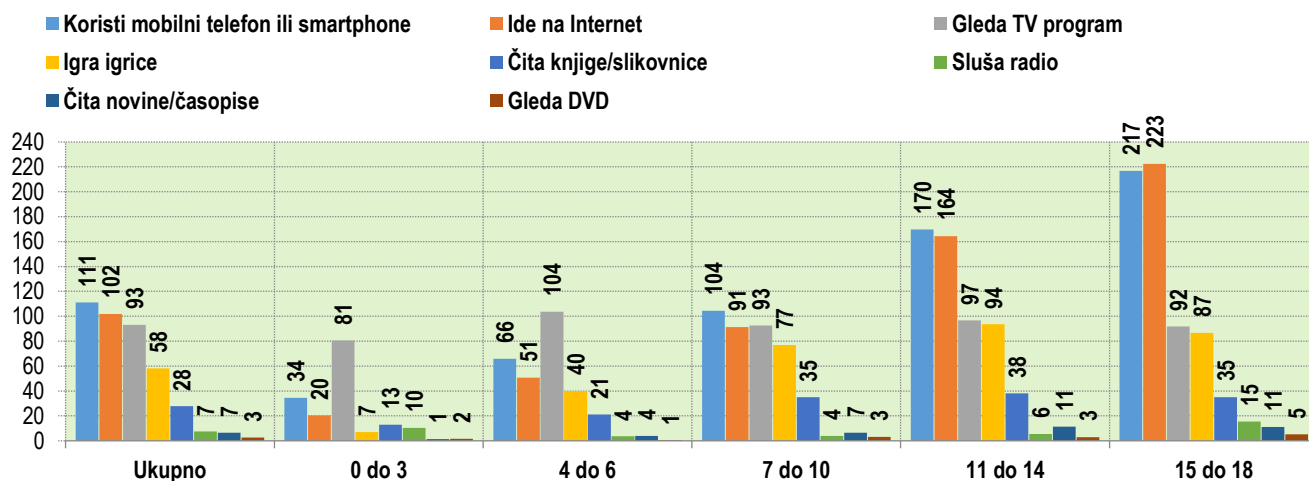


Roditeljski podaci vezani za prosječno vrijeme koje u toku uobičajenog radnog dana (kada su prva smjena u školi i kada nije online nastava) djeca uzrasta 7-18 godina provedu u različitim aktivnostima ne razlikuju se značajno od dječijih, kada su u pitanju manje frekventne aktivnosti: čitanje (knjige/slikovnice i novina/časopisa, slušanje radija i gledanje DVD-a). Međutim, roditelji u odnosu na djecu procjenjuju da ona, u prosjeku, više vremena provode koristeći mobilni telefon/smartphone, gledajući TV program, igrajući igrice i boraveći na internetu. Pri tome su razlike za vrijeme provedeno na mobilnom telefonu/smartphonu i internetu tim veće što su djeca starija. Tako roditelji procjenjuju da u prosjeku na mobilnom telefonu/smartphonu djeca uzrasta 7-10 godina provedu 11 minuta više, djeca uzrasta 11-14 godina 12 minuta više, a adolescenti 22 minute više nego što to sama djeca/adolescenti kažu. Za boravak na internetu tendencija je ista: po roditeljskim procjenama, djeca uzrasta 7-10 godina prosječno provedu 12 minuta, djeca uzrasta 11-14 godina 15 minuta, a adolescenti 24 minute više nego što to sama procjenjuju. Kod gledanja TV programa i igranja igrice razlike su najveće kod uzrasta 11-14 godina, a najmanje kod adolescenata. Naime, roditeljske procjene u odnosu na dječije pokazuju da u prosjeku gledajući TV program djeca uzrasta 7-10 godina provedu 9 minuta više, djeca uzrasta 11-14 godina 15 minuta više, a adolescenti 7 minuta više. A da u tipičnom radnom danu, u prosjeku, djeca uzrasta 7-10 godina igraju igrice 10 minuta duže, djeca uzrasta 11-14 godina 13, a adolescenti 8 minuta duže nego što to djeca/adolescenti navode.

<sup>16</sup> Odgovori „Ne znam/Ne želim odgovoriti“ isključeni su iz ove analize. A podatke vezane za mjere raspršenja rezultata moguće je pogledati u tabelama u Prilogu 2. Isto važi i za podatke predstavljene na Grafikonima 77.-79.

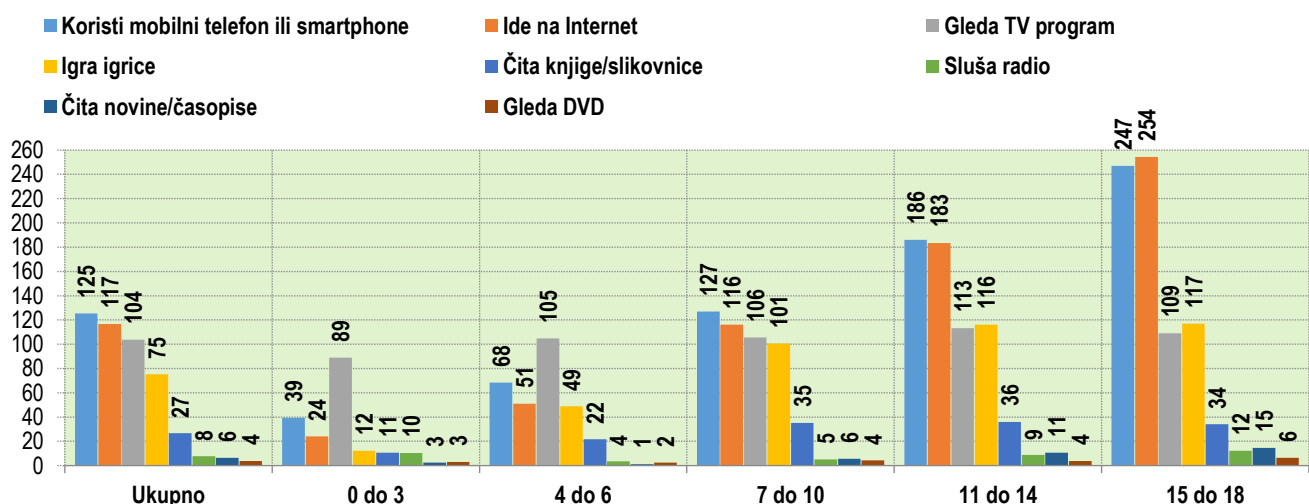
Istovremeno, roditeljski podaci za uzrasne kategorije djece uzrasta 0-3 i 4-6 godina (koja nisu odgovarala na ova pitanja) pokazuju da ona najviše vremena dnevno provedu gledajući TV program (djeca uzrasta 0-3 godine prosječno ga u tipičnom školskom/radnom danu gledaju sat i 21 minutu, a djeca uzrasta 4-6 godina sat i 44 minute). Slijede korištenje mobilnog telefona/smartphona i boravak online, na kojima, u skladu sa općim uzrasnim tendencijama, više vremena provode djeca uzrasta 4-6 godina nego uzrasta 0-3 godine (mobilni telefon/smartphone: sat i 6 minuta za uzrast 4-6, 34 minute za uzrast 0-3; boravak na internetu: 51 minuta za uzrast 4-6, 20 minuta za uzrast 0-3). Djeca uzrasta 4-6 godina više vremena provedu i igrajući igrice nego djeca uzrasta 0-3 godine (u prosjeku 40 naprama 7 minuta), dok kod preostale četiri aktivnosti (čitanje knjiga/slikovnica i novina/časopisa, slušanje radija i gledanje DVD-a) nema značajnih razlika između ove dvije starosne kategorije. (Pogledati Grafikon 77.)

**GRAFIKON 77. PROSJEČNO VRIJEME (U MINUTAMA) KORIŠĆENJA RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVKA ONLINE U TOKU TIPIČNOG ŠKOLSKOG/RADNOG DANA U SEDMICI (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, ANKETA RODITELJA)**



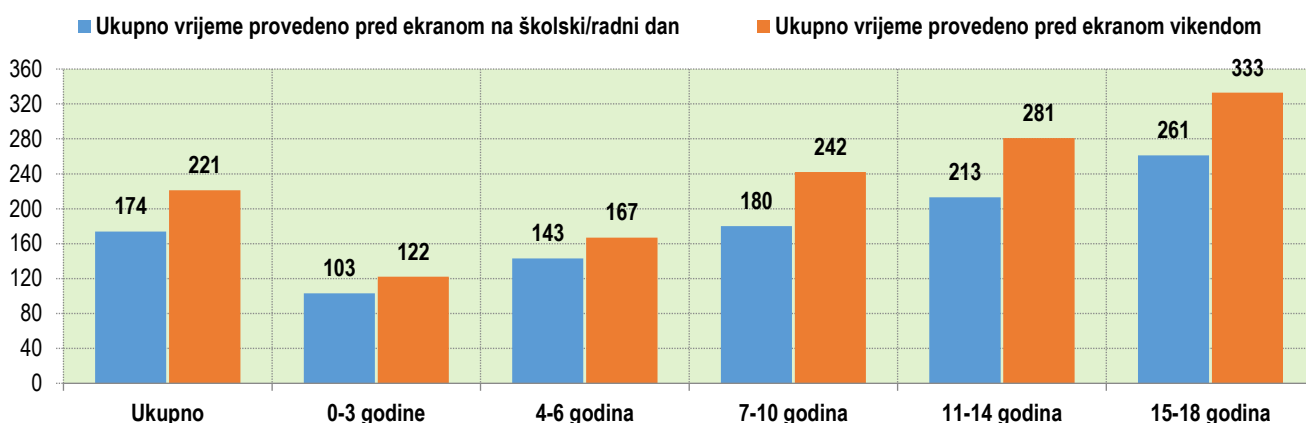
I podaci dobiveni od roditelja potvrđuju da se vikendom sve aktivnosti djece uzrasta 7-18 godina koje podrazumjevaju boravak pred ekranom produžavaju, tako da je povećano prosječno vrijeme koje djeca provedu uz mobilne telefone/smartphone, TV program, igrice i na internetu. Uz istu tendenciju da roditeljske procjene ovako provedenog vremena nadmašuju one koje su dala sama djeca/adolescenti. Kao što je i očekivano, ovo nije slučaj sa uzrasnim kategorijama djece uzrasta 0-3 i 4-6 godina, kod kojih nema značajnih razlika u vremenu koje u tipičnom školskom/radnom danu i vikendu provodi na različitim uređajima, medijima i internetu. (Pogledati Grafikon 78.)

**GRAFIKON 78. PROSJEČNO VRIJEME (U MINUTAMA) KORIŠĆENJA RAZLIČITIH UREĐAJA, MEDIJA I BORAVKA ONLINE VIKENDOM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, ANKETA RODITELJA)**



Roditelji procjenjuju da njihova djeca u prosjeku pred ekranom, na školski dan, kada nije online nastava, provedu skoro tri sata (174 minuta), tim više što su starija (od nešto više od sat i pol za djecu uzrasta 0-3 godine do više od četiri sata sa adolescente). Vikendom se ovo vrijeme produžava, tako da u prosjeku za svu djecu iznosi tri i po sata (221 minut), uz istu tendenciju rasta sa uzrastom djeteta (od dva sata za djecu uzrasta 0-3 godine do skoro pet sati za adolescente). (Pogledati Grafikon 79.)

**GRAFIKON 79. PROSJEČNO VRIJEME (U MINUTAMA) KOJE DJECA PROVEDU PRED EKRANOM NA TIPIČAN ŠKOLSKI/RADNI DAN I TIPIČAN DAN VIKENDOM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

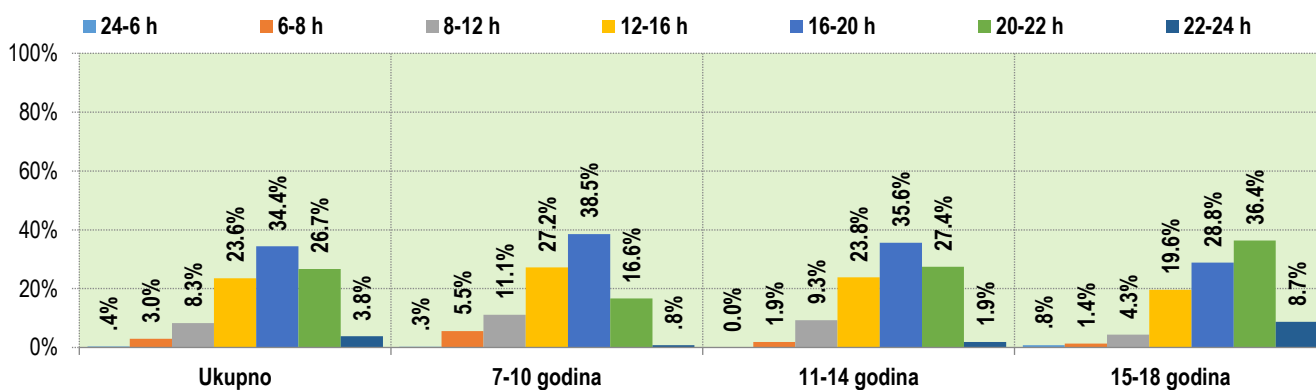


Što su nižeg stepena obrazovanja to roditelji češće ističu da im djeca provode više vremena pred ekranom i na tipičan školski/radni dan i na tipičan dan vikendom.

#### Periodi dana u kojima djeca provode vrijeme uz informaciono-komunikacione uređaje i medije

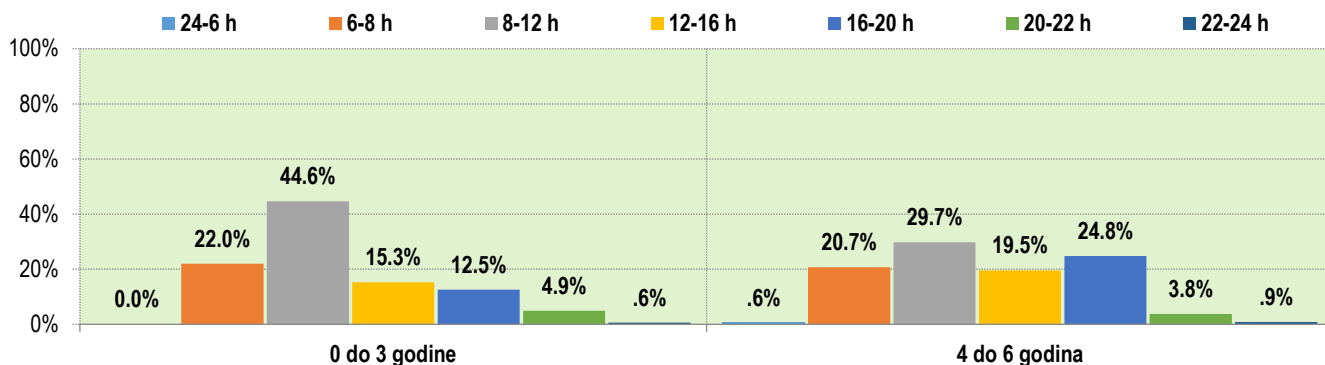
Djeca koja gledaju TV program najčešće ga gledaju u periodu od 12 do 22 sata. U jutarnjim satima (6-8 sati ujutro) pred televizorom su uglavnom mlađa djeca (7-10), u periodu od 8-12 sati „priključuje“ im se i uzrast 11-14, dok nešto više adolescenata počinje da gleda TV program od podne, pa na dalje. S tim što ga u periodu od 12-20 sati još uvijek značajno češće gledaju mlađa djeca nego adolescenti, koji „preuzimaju primat“ u periodu od 20-22 sati, a dio njih nastavlja sa njegovim praćenjem i do ponoći. (Pogledati Grafikon 80.)

**GRAFIKON 80. GLEDANJE TV PROGRAMA U RAZLIČITIM DNEVNIM PERIODIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>7-18</sub>=1.112, N<sub>7-10</sub>=379, N<sub>11-14</sub>=365, N<sub>15-18</sub>=368, ANKETA DJECE)**



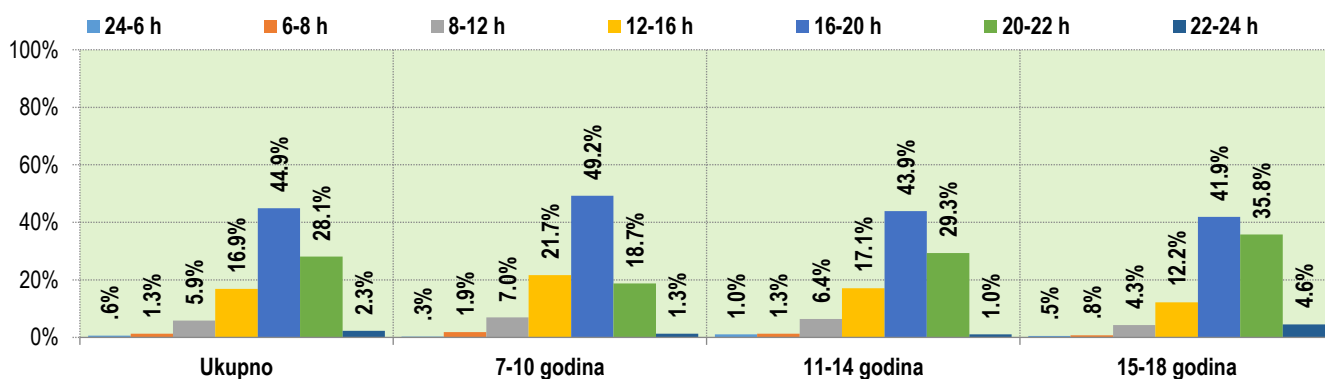
Roditeljski podaci o periodima u toku dana u kojima djeca gledaju TV program, u principu se podudaraju sa dječijim, s tim što roditelji nešto češće ističu da adolescenti TV program prate i u periodu od 22-24 sata. Istovremeno, ovi podaci pokazuju da djeca uzrasta 0-3 godine TV program najčešće gledaju u periodu od 8-12 sati, a zatim u ranijem jutarnjem periodu (6-8 sati). Manji dio gleda i u preostalom dijelu dana (12-20 sati), nakon čega rijetka djeca ostaju pred TV ekranima. U odnosu na njih djeca uzrasta 4-7 godina češće gledaju i u periodu od 16-20 sati, tako da se period u kojem su ona pred TV ekranom proteže od 6 ujutro do 8 uveče. (Pogledati Grafikon 81.)

**GRAFIKON 81. GLEDANJE TV PROGRAMA U DNEVNIM PERIODIMA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=327, N<sub>4-6</sub>=343, ANKETA RODITELJA)**



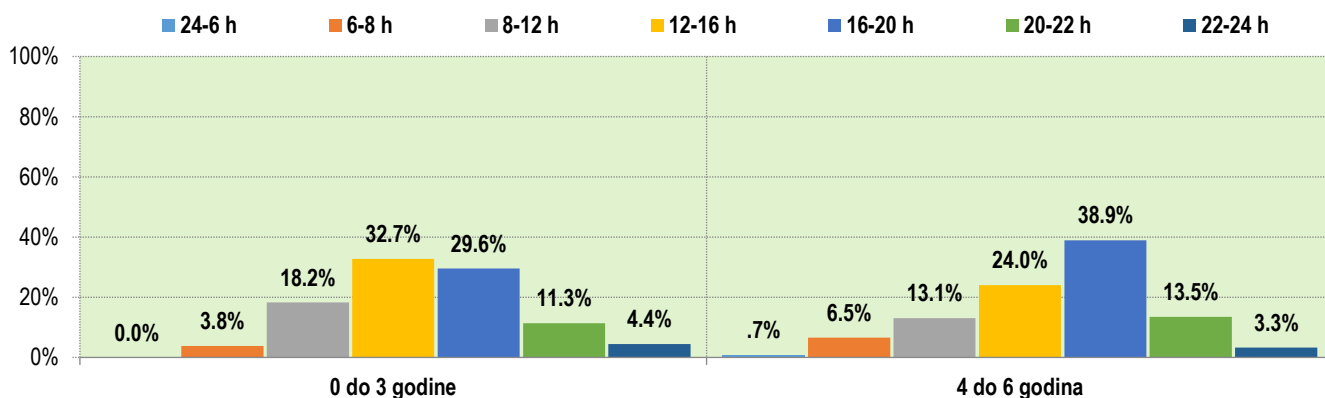
Podaci dobiveni anketom djece pokazuju da je korištenje mobilnog telefona/smartphona također je najčešće u periodu od 12-22 sata, s tim što dominira period od 16-20 sati u kojem ga koristi četiri do deset djece svih uzrasta. I uzrasna tendencija je slična – do 16 sati češće ga koriste mlađa djeca, svi ga koriste podjednako u periodu od 16-20, da bi ga u periodu od 20-22 sata više koristila starija djeca i adolescenti. A dio adolescenata nastavio da ga upotrebljava i do ponoći. (Pogledati Grafikon 82.)

**GRAFIKON 82. KORIŠTENJE MOBILNOG TELEFONA ILI SMARTPHONA U RAZLIČITIM DNEVNIM PERIODIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>7-18</sub>=1.160, N<sub>7-10</sub>=374, N<sub>11-14</sub>=392, N<sub>15-18</sub>=394, ANKETA DJECE)**



Roditelji potvrđuju od djece dobivene podatke o periodima korištenja mobilnog telefona/smartphona za djecu uzrasta 7-18 godina. A za djecu od 0-3 i 4-6 godina ističu da mobilni telefon ili smartphona u principu koriste „preko dana“, u periodu 8-22 sati, uz normalnu distribuciju (porast u sredini dana tj. od 12-16 sati i postepeno smanjivanje ka početku i kraju dana) za uzrast 0-3 godine, te u desno pomjerenu distribuciju za uzrast 4-6 godina (tj. sa najvećom frekvencijom korištenja u periodu od 16 do 20 sati). (Pogledati Grafikon 83.)

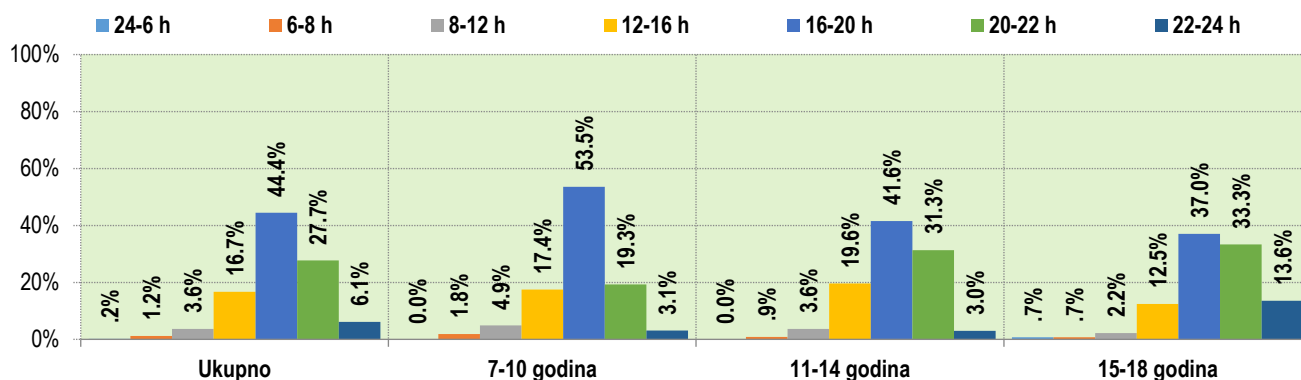
**GRAFIKON 83. KORIŠTENJE MOBILNOG TELEFONA ILI SMARTPHONA U DNEVNIM PERIODIMA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=159, N<sub>4-6</sub>=275, ANKETA RODITELJA)**





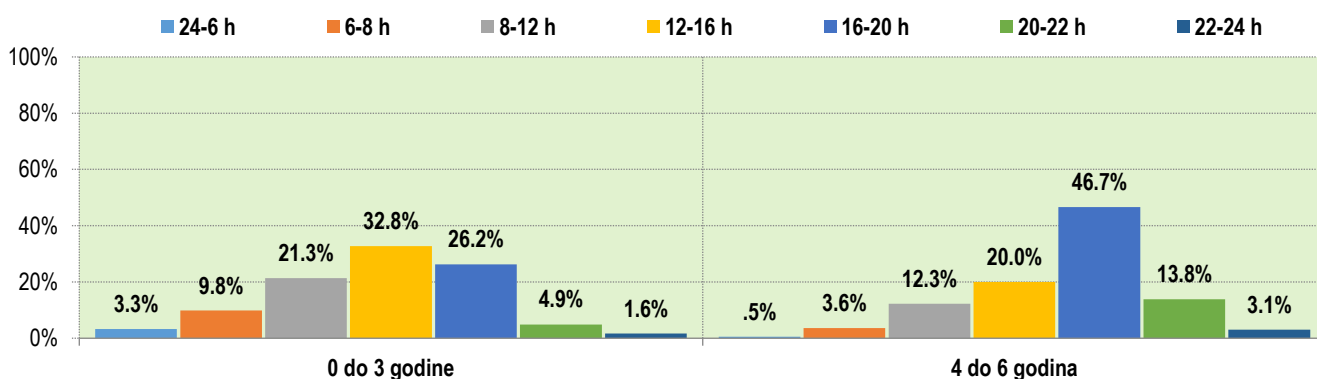
Podaci dobiveni anketom djece pokazuju da je igranje igrica je najučestalije u periodu od 16-22 sata, s tim što najveći dio djece uzrasta 7-14 godina igra u periodu od 16-20 sati, što se kod uzrasta 11-14 godina produžava i na sljedeći vremenski period (20-22 sata), da bi svaki deseti adolescent igrao igrice i u periodu od 22-24 sata. (Pogledati Grafikon 84.)

**GRAFIKON 84. IGRANJE IGRICA U RAZLIČITIM DNEVNIM PERIODIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>7-18</sub>=932, N<sub>7-10</sub>=327, N<sub>11-14</sub>=332, N<sub>15-18</sub>=273, ANKETA DJECE)**



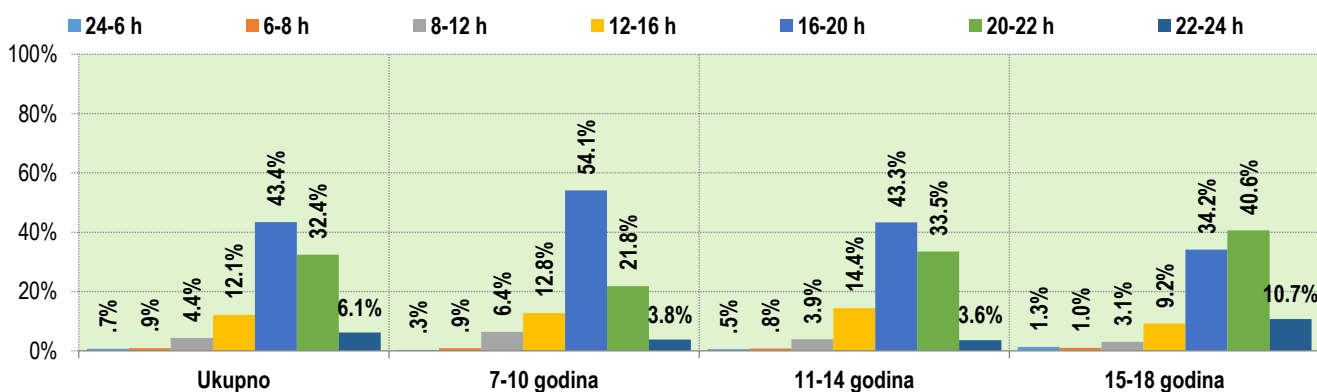
Podaci dobiveni anketom roditelja pokazuju da djeca uzrasta 4-6 godina također najčešće igraju igrice u periodu od 16-20 sati, a da djeca 0-3 godine igraju rijetko i najčešće u različitim vremenskim periodima (8-20 sati). (Pogledati Grafikon 85.)

**GRAFIKON 85. IGRANJE IGRICA U DNEVNIM PERIODIMA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=61, N<sub>4-6</sub>=195, ANKETA RODITELJA)**



Podaci dobiveni anketom djece pokazuju da mlađa djeca (7-10 godina) češće budu online između 16-20 sati, a sa porastom uzrasta počinje rasti korištenje u kasnovečernjem periodu (20-22 sata), kada na internetu bude četiri od deset adolescenata. A svaki deseti adolescent (15-18 godina) bude na internetu i u periodu od 22-24 sata (11%). (Pogledati Grafikon 86.)

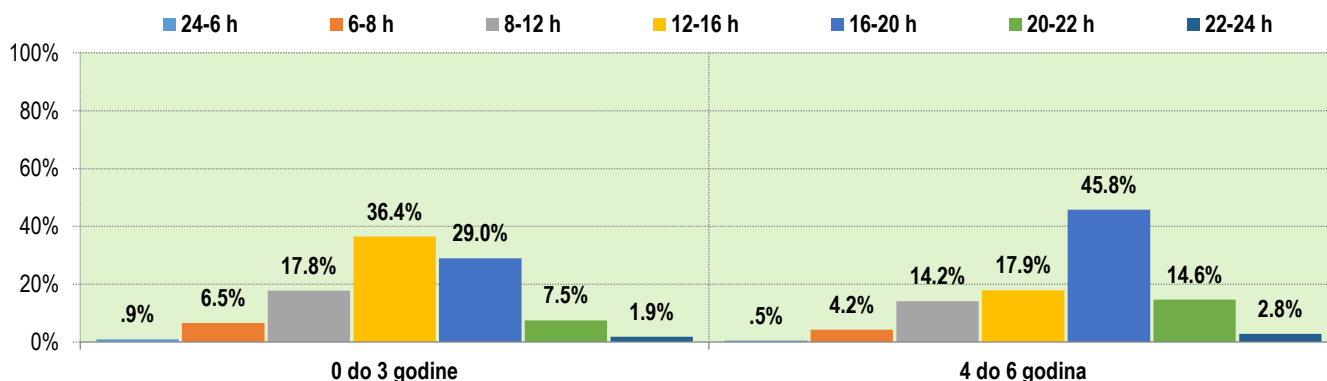
**GRAFIKON 86. BORAVAK NA INTERNETU U RAZLIČITIM DNEVNIM PERIODIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>7-18</sub>=1.124, N<sub>7-10</sub>=344, N<sub>11-14</sub>=388, N<sub>15-18</sub>=392, ANKETA DJECE)**



Podaci dobiveni anketom roditelja pokazuju da djeca uzrasta 4-6 godina najčešće na internetu budu u periodu od 16-20 sati, uz preostale koji su online od 8-16 sati, te od 20-22 sata. Period u kojem su najmlađa djeca (0-3 godine) na internetu također

počinje u 8 ujutro, ali završava ranije – u 20 sati. U kasnijem i ranijem periodu djeca ovog uzrasta izrazito rijetko su online. (Pogledati Grafikon 87.)

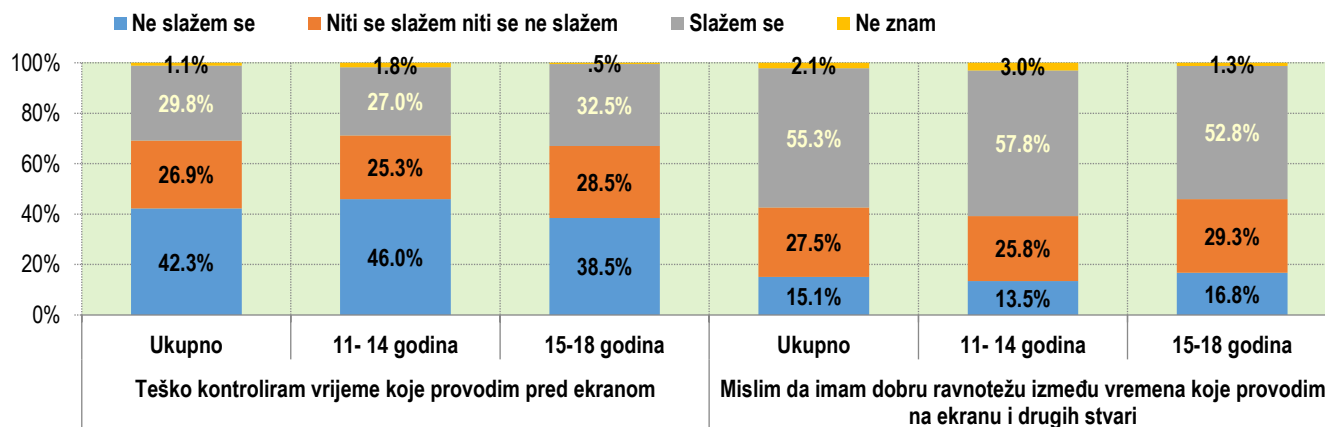
**GRAFIKON 87. ODLAZAK NA INTERNET U DNEVNIM PERIODIMA (PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N<sub>0-3</sub>=107, N<sub>4-6</sub>=212, ANKETA RODITELJA)**



#### Stavovi o vremenu provedenom pred ekranom

Mada većinu vremena koju provode uz informacione-komunikacione tehnologije i medije, djeca, u stvari, provode pred ekranom, tek troje od deset djece (četvrtina djece uzrasta 11-14 (27%) i trećina adolescenata (33%)) smatra da teško kontrolira vrijeme koje provodi pred ekranom. Uz dodatnu četvrtinu koja nije sigurna da li je to tačno ili ne (25% uzrasta 11-14 i 29% adolescenata). Tako i više od polovine djece (55%) smatra da ima dobru ravnotežu između vremena koje provodi na ekranu i drugih stvari (58% uzrasta 11-14 i 53% uzrasta 15-18), također uz dodatnu četvrtinu koja nije sigurna da li je ovo tačno ili ne (26% uzrasta 11-14 i 29% adolescenata). (Pogledati Grafikon 88.)

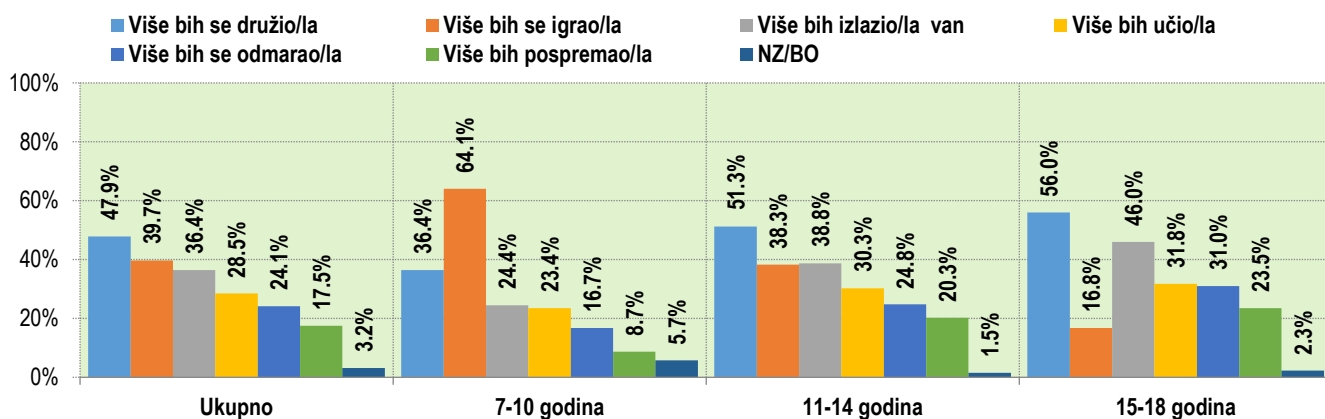
**GRAFIKON 88. STAVOVI O VREMENU PROVEDENOM PRED EKRANOM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA I UKUPNO, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka smatraju da imaju dobru ravnotežu između vremena koje provode na ekranu i drugih stvari.

Boravak pred ekranom mlađoj djeci (7-10 godina) najčešće zamjenjuje igranje, a starijim (11-18 godina) druženje. Naime, dok mlađa djeca dominantno procjenjuju da bi se, da ne provode toliko vremena pred ekranom, više igrala (64%), djeca uzrasta 11-14 godina najčešće ističu da bi se više družila (51%), a zatim igrala i izlazila vani (po 39%). Adolescenti bi se više družili (56%) i izlazili vani (46%). Oni češće od mladih ističu i da bi više učili (23% uzrasta 7-10, 30% uzrasta 11-14 i 32% adolescenata), odmarali se (17% uzrasta 7-10, 25% uzrasta 11-14 i 31% adolescenata), pa i pospremali/pomagali u obavljanju kućnih obaveza (9% uzrasta 7-10, 20% uzrasta 11-14 i 24% adolescenata). (Pogledati Grafikon 89.)

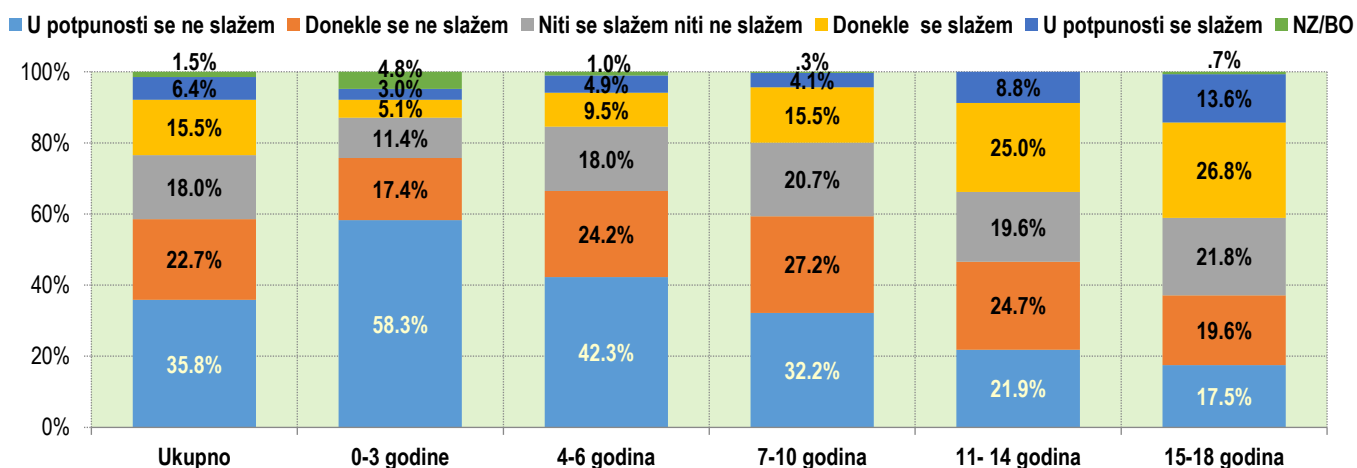
**GRAFIKON 89. AKTIVNOSTI KOJE BI DJECA RADILA DA NE PROVODE VRIJEME PRED EKRANOM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400)**



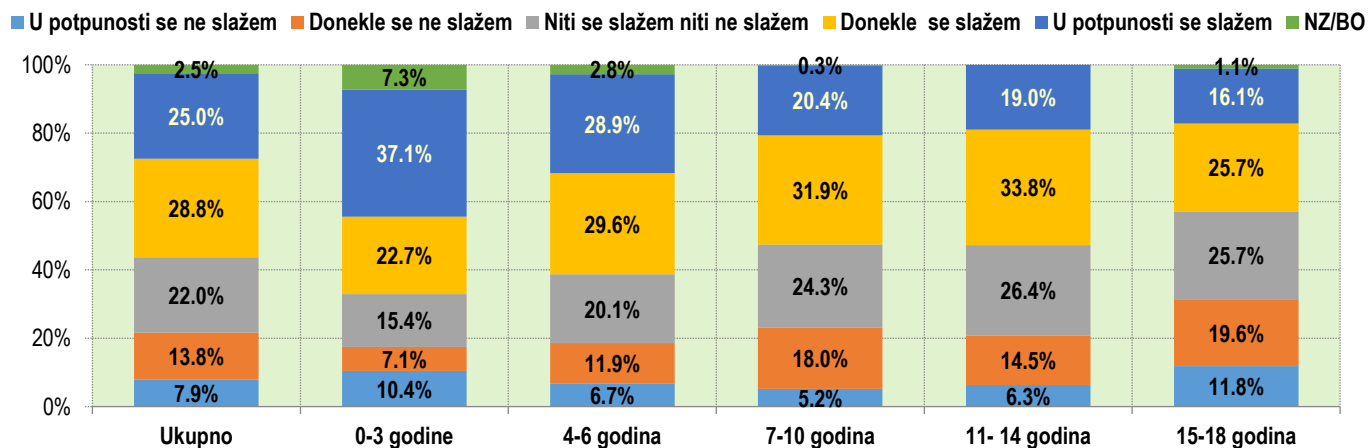
Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka ističu da bi da ne provode vrijeme pred ekranom više učile i pomagale u pospremanju i obavljanju kućnih obaveza.

Što im je dijete starijeg uzrasta to roditelji češće ističu da teško kontrolišu vrijeme koje ono provodi gledajući u ekran (od 8% roditelja djece uzrasta 0-3 do 40% roditelja adolescenata). Češće od ovog roditelji misle da njihovo dijete ima dobru ravnotežu između vremena koje gleda u ekran i drugih stvari, i to tim više što im je dijete mlađe (od 60% roditelja djece uzrasta 0-3 do 42% roditelja adolescenata). (Pogledati Grafikone 90-91.)

**GRAFIKON 90. TEŠKO KONTROLIŠEM VRIJEME KOJE MOJE DIJETE PROVODI GLEDAJUĆI EKRAN (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

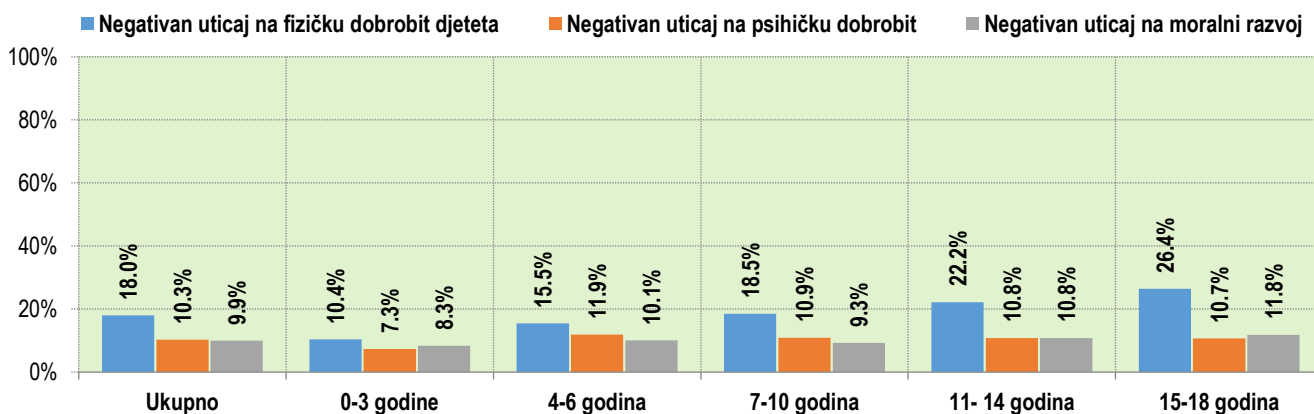


**GRAFIKON 91. MISLIM DA MOJE DIJETE IMA DOBRU RAVNOTEŽU IZMEĐU VREMENA KOJE GLEDA U EKRAN I DRUGIH STVARI (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



Manji dio roditelja primijetio je da korištenje medija i drugih ekrana ima određen negativan uticaj na njihovo dijete. Najčešće strahuju od negativnog uticaja na fizičku dobrobit djeteta (problemi sa spavanjem, sa govorom, pretilost, manjak fizičke aktivnosti, problem s koncentracijom i sl.). Ovo strahovanje prisutnije je što su im djeca starija (10% uzrasta 0-3, 16% uzrasta 4-6, 19% uzrasta 7-10, 22% uzrasta 11-14, 26% uzrasta 15-18). Duplo rjeđe se roditelji, i nezavisno od uzrasta u kojem im je dijete, boje negativnog uticaja na psihičku dobrobit djeteta (iskrivljena slika o sebi, manjak samopouzdanja i sl.) (7% uzrasta 0-3, 12% uzrasta 4-6, 11% uzrasta 7-10, 11% uzrasta 11-14, 11% uzrasta 15-18), te negativnog uticaja na moralni razvoj djeteta (poremećen sistem vrijednosti, prihvaćanje radikalnih stavova i neprimjerenih oblika ponašanja i sl.) (8% uzrasta 0-3, 10% uzrasta 4-6, 9% uzrasta 7-10, 11% uzrasta 11-14, 12% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 92.)

**GRAFIKON 92. UTJECAJ KORIŠTENJA MEDIJA I DRUGIH EKRANA NA DIJETE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

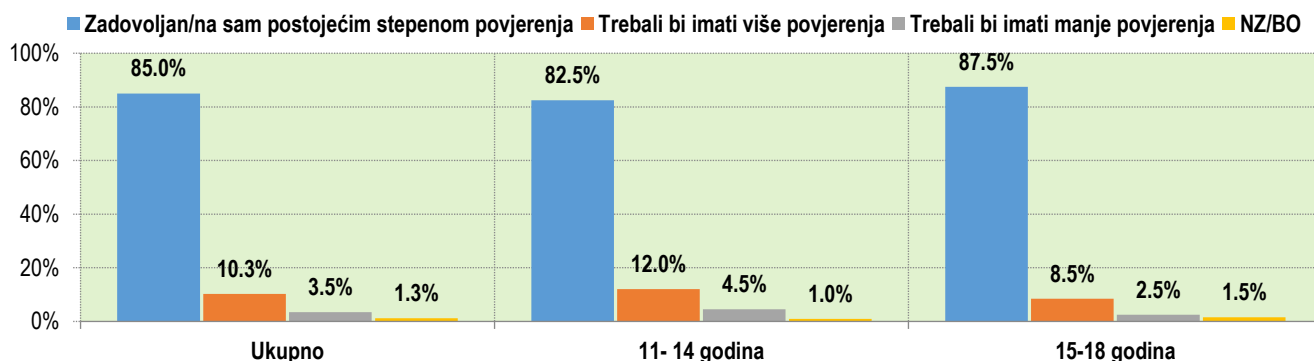


## 5.4. Pravila u vezi sa korištenjem medija i nadzor roditelja

### Roditeljski pristup

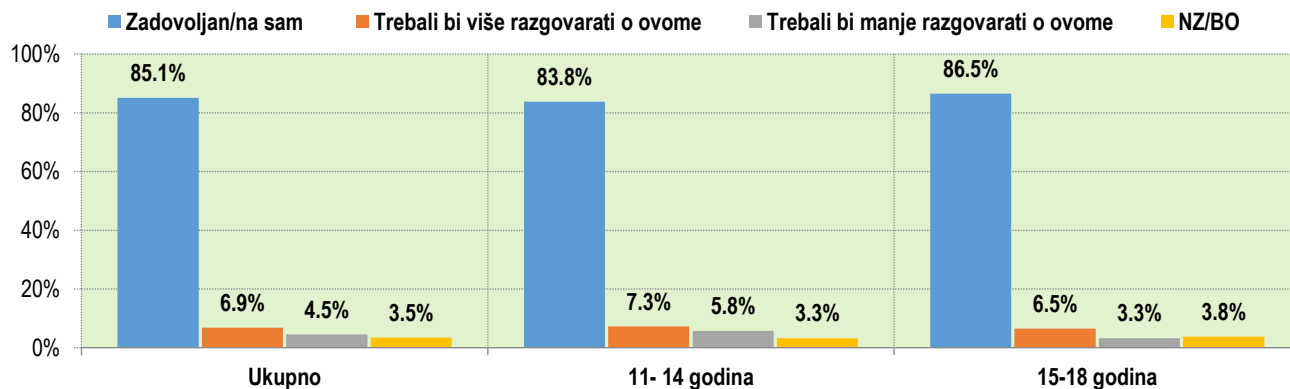
Većina djece, devet od deset njih (uzrasta 11-18 godina) zadovoljna je stepenom povjerenja koje u njih imaju njihovi roditelji kada je u pitanju korištenje medija, i to adolescenti i više nego djeca uzrasta 11-14 godina (83% uzrasta 11-14 i 88% adolescenata). (Pogledati Grafikon 93.)

**GRAFIKON 93. ZADOVOLJSTVO STEPENOM POVJERENJA KOJE U NJIH IMAJU NJIHOVI RODITELJI KADA JE U PITANJU KORIŠTENJE MEDIJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



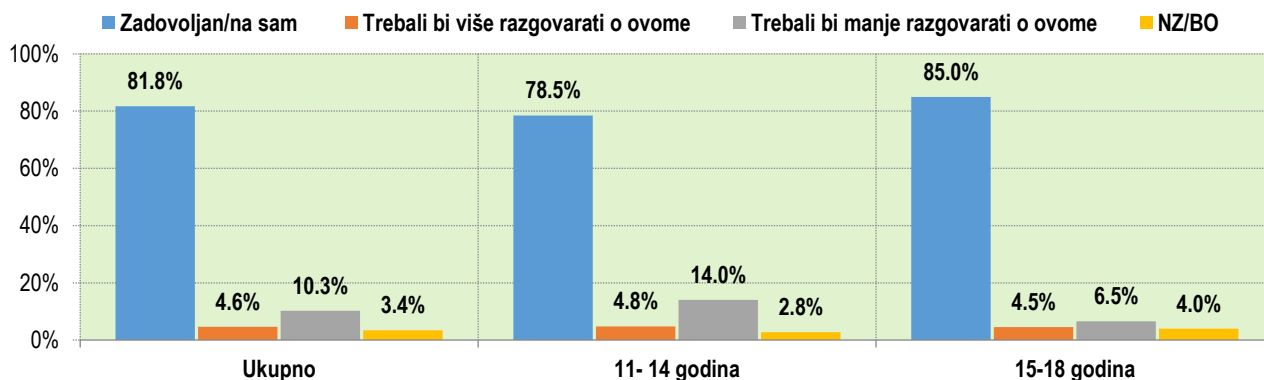
Isti broj njih, devet od deset, samo ovaj put bez značajnih uzrasnih razlika, zadovoljan je količinom razgovora između njih i njihovih roditelja o medijskim sadržajima i njihovom uticaju na djecu (84% uzrasta 11-14 i 87% adolescenata). (Pogledati Grafikon 94.)

**GRAFIKON 94. ZADOVOLJSTVO KOLIČINOM RAZGOVORA IZMEĐU DJECE I NJIHOVIH RODITELJA O MEDIJSKIM SADRŽAJIMA I NJIHOVIM UTJECAJEM (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Tek nešto manje djece, osam od deset, zadovoljno je i postojećom količinom pravila koja određuju njihovo korištenje medija (ono šta smiju da gledati/slušati/raditi, koliko dugo, u koje vrijeme, s kim i sl.) (79% uzrasta 11-14 i 85% adolescenata). Zanimljivo je da djeca (11-14 godina) češće od adolescenata smatraju da bi pravila trebalo biti manje (14% uzrasta 11-14 i 7% adolescenata). Možda zato što za njih roditelji stvarno imaju više pravila, a možda zato što su manje svjesni opasnosti. (Pogledati Grafikon 95.)

**GRAFIKON 95. ZADOVOLJSTVO DJECE POSTAVLJENOM KOLIČINOM RODITELJSKIH PRAVILA O KORIŠTENJU MEDIJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada se radi o spolnim razlikama djevojčice su češće od dječaka zadovoljne stepenom povjerenja koji u njih imaju njihovi roditelji kad je u pitanju korištenje medija, dok dječaci češće od djevojčica smatraju da bi roditelji u njih trebali imati više povjerenja.

#### Pravila o gledanju i klasifikacijske oznake

Kada se radi o gledanju TV programa i DVD-jeva od strane njihovog djeteta, većina roditelja djece uzrasta 0-14 godine ima određena pravila. Ona su zastupljenija kod djece uzrasta 0-10 godina, u kojem ih postavlja više od 90% roditelja. Nešto rjeđe važe za djecu uzrasta 11-14 (85%), dok ih ima tek polovina adolescenata (51%).

Najčešće su to pravila o onome koje sadržaje djeca smiju gledati (71%). Polovina roditelja ima pravila i o tome koliko vremena djeca mogu provesti gledajući TV sadržaje, te o tome u koje vrijeme ih mogu gledati (po 52%). Dvije petine (40%) postavilo je i pravilo o poštivanju klasifikacijskih oznaka 12+, 16+, 18+, dok četvrtina određuje i sa kim se određeni sadržaji mogu gledati tj. da se mogu gledati samo pod nadzorom (24%). Pravila o sadržajima koje mogu gledati se u principu najčešće postavljaju djeci uzrasta 4-6 godina, a ona o vrsti sadržaja i poštovanju klasifikacijskih oznaka i uzrastu 7-14 godina, a naglo opada prisustvo bilo koje vrste pravila kod adolescenata. Tako da tek svaka četvrta mlada osoba ima određene sadržaje koje smije gledati (37%), dok su druga pravila još rjeđe postavljena. (Pogledati Tabelu 6.)

**TABELA 6. ZASTUPLJENOST PRAVILA O GLEDANJU TV-A ILI DVD-A (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

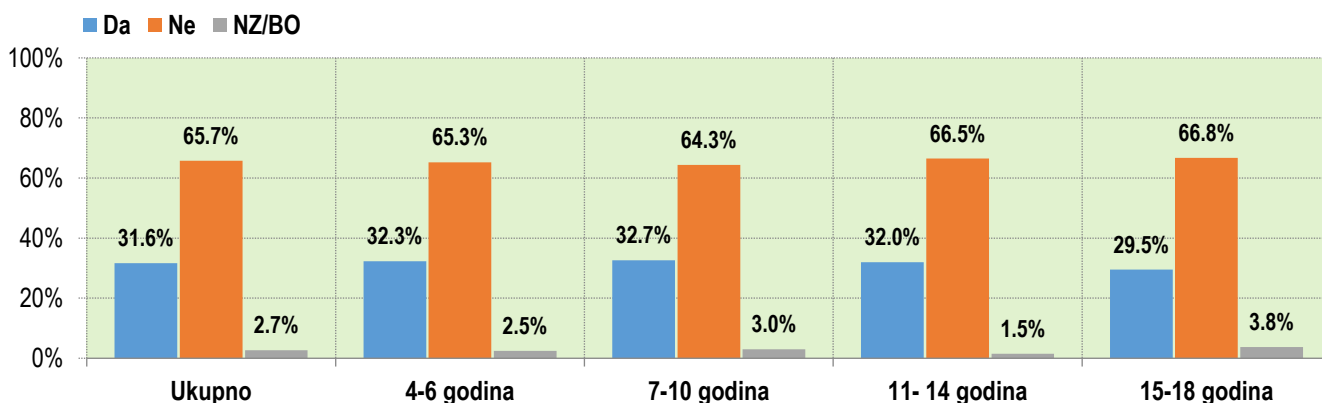
	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Pravila o onome šta gledaju	76.8%	84.8%	80.9%	65.1%	37.1%	70.8%
Pravila o tome koliko vremena provode gledajući	58.1%	67.8%	56.1%	50.6%	20.7%	52.4%
Pravila o tome kada gledaju	56.3%	68.0%	56.9%	45.7%	22.1%	51.5%
Pravilo o poštivanju klasifikacijskih oznaka 12+, 16+, 18+	34.1%	43.6%	46.9%	46.9%	24.6%	39.8%
Pravila o tome s kim gledaju/da mogu gledati samo pod nadzorom	31.8%	32.7%	22.6%	19.0%	7.1%	23.7%
Ostala pravila	0.0%	0.3%	0.3%	1.1%	0.0%	0.3%
Ne, nema pravila	8.6%	4.9%	6.0%	14.8%	48.6%	14.8%
NZ/BO	5.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%

Roditelji iz domaćinstava sa najnižim stepenom obrazovanja (nezavršena i završena osnovna škola) i nezaposleni roditelji češće od ostalih nemaju nikakvih pravila o gledanju TV-a ili DVD-a. Roditelji sa najvišim obrazovanjem češće imaju postavljena sve vrste pravila. Roditelji iz domaćinstava sa najnižim ekonomskim statusom (prosječna mjesečna primanja od 500 KM i manje) rjeđe od ostalih postavljaju pravila o količini vremena koje djeca mogu provesti gledajući TV ili DVD.

## TV klasifikacijske oznake i izloženost neadekvatnim sadržajima

Nema značajnih razlika između djece različitog uzrasta u pogledu izloženosti televizijskim sadržajima koji su loše uticali na njih. Naime, troje od deset djece uzrasta 4-18 godina nekada je televiziji gledalo nešto što ih je prestrašilo, zabrinulo, navelo da se osjećaju neugodno i sl. (32% uzrasta 4-6, 33% uzrasta 7-10, 32% uzrasta 11-14 i 30% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 96.)

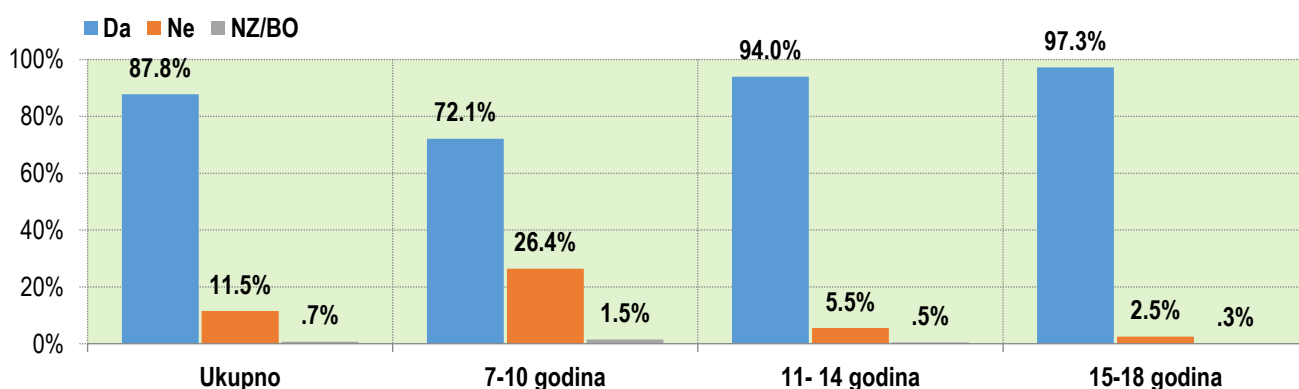
**GRAFIKON 96. IZLOŽENOST TELEVIZIJSKIM SADRŽAJIMA KOJI SU LOŠE UTICALI NA DJECU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.601, N<sub>4-6</sub>=400, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka ističu da su bile izložene televizijskim sadržajima koji su loše uticali na njih.

Djeca uzrasta 7-10 godina znatno su manje od uzrasta 11-18 godina upoznata sa televizijskim klasifikacijskim oznakama 12+, 16+ i 18+, ali je i kod njih upoznatost relativno dobra. Poznaje ih sedam od deset djece uzrasta 7-10 godina (72%), dok kod uzrasta 11-18 godina samo rijetki ne znaju šta ove oznake predstavljaju (poznaje ih 94% uzrasta 11-14 i 97% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 97.)

**GRAFIKON 97. UPOZNATOST SA TELEVIZIJSKIM KLASIFIKACIJSKIM OZNAKAMA 12+, 16+ I 18+ (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

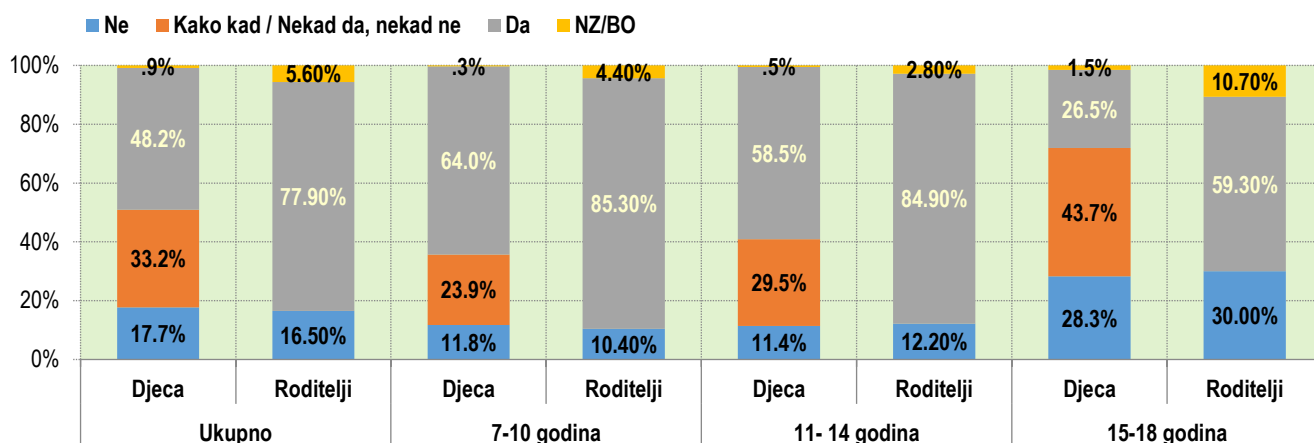


Međutim, u odnosu na upoznatost, poštovanje ovih oznaka je znatno niža i raskorak je veći što su djeca starija. Tako ukoliko je označeno da djeca njihovog uzrasta ne bi trebala/i gledati određeni sadržaj, od njegovog praćenja uvijek odustaje šest od deset djece uzrasta 7-14 godina (64% uzrasta 7-10 i 59% uzrasta 11-14) i tek troje od deset adolescenata (27%). Međutim, postoji i dodatni dio djece/adolescenata koji nekada postupa u skladu sa preporukom, a nekada je ne poštuje. Ali ovo istraživanje nije uključivalo pitanja vezana za sadržaje/uslove koji utiču na ovu odluku. A kada su u pitanju spolne razlike, djevojčice češće od dječaka poštuju ove klasifikacijske oznake.

Roditeljska anketa je pokazala da roditelji „ne uzimaju u obzir“ ovu nedosljednost u poštovanju klasifikacijskih oznaka, tako da, u odnosu na djecu, roditelji znatno češće ističu da djeca (uvijek) poštuju klasifikacijske oznake. Tako 85% roditelja djece uzrasta 7-14 godina i znatno manje, ali još uvijek, 59% roditelja adolescenata smatraju da se „u njihovoj kući“ stalno postupa u skladu sa ovim preporukama o gledanju određenih sadržaja. (Pogledati Grafikon 98.)

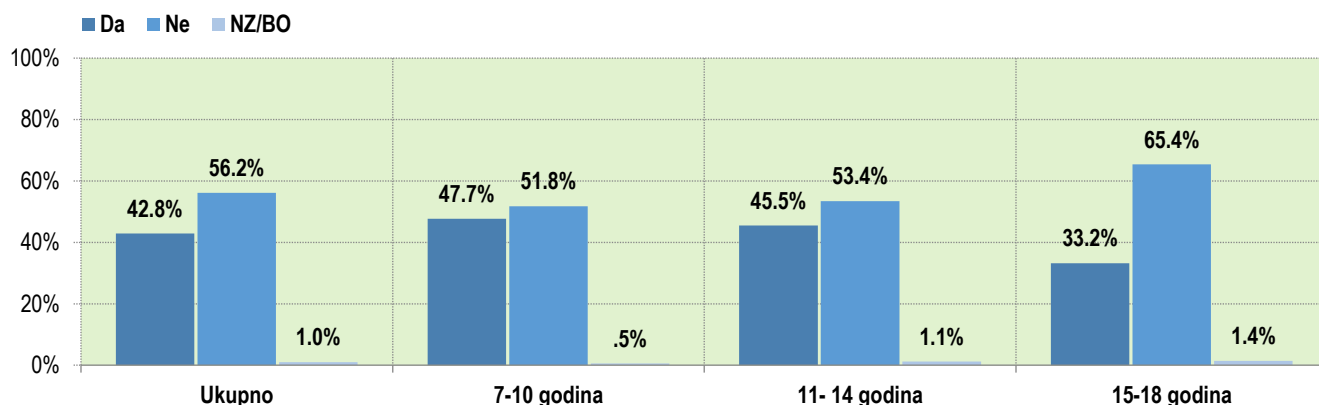


**GRAFIKON 98. POŠTIVANJE TELEVIZIJSKIH KLASIFIKACIJSKIH OZNAKA 12+, 16+ i 18+ (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, DJECA: N=1.054, N<sub>7-10</sub>=289, N<sub>11-14</sub>=376, N<sub>15-18</sub>=389; RODITELJI: N=999, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280)**



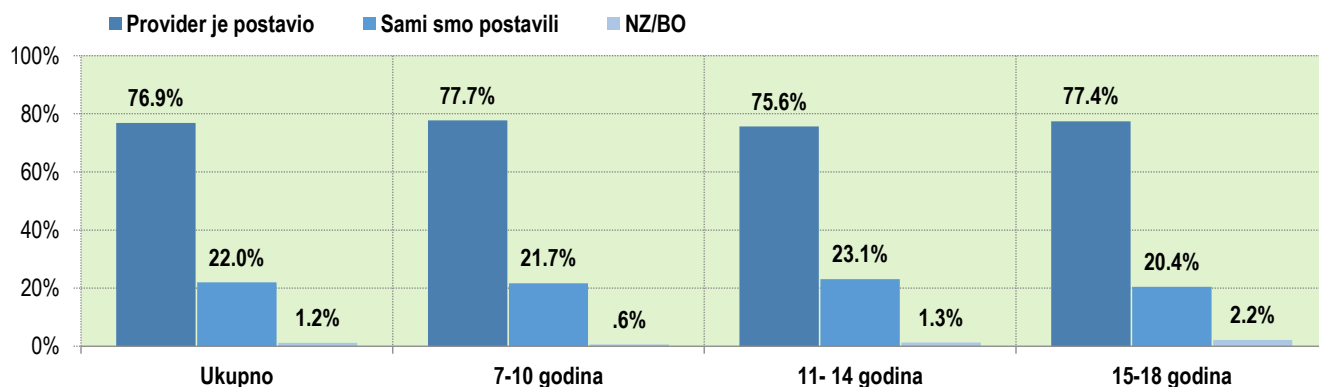
Nešto manje od polovine roditelja djece uzrasta 7-14 godina (48% i 46%) i znatno manje, trećina, roditelja adolescenata (33%) imaju postavljen PIN kod na TV uređaju, u cilju sprečavanja djeteta da gleda ili snima neprimjerene sadržaje. (Pogledati Grafikon 99.)

**GRAFIKON 99. POSTOJANJE PIN KODA ILI ŠIFRE NA TV UREĐAJU KAKO BI SE DIJETE SPRIJEČILO DA GLEDA ILI SNIMA NEPRIMJERENE SADRŽAJE (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=999, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



Međutim, uglavnom se radi o kodovima koje su postavili provider/ipružaoци usluga (npr. kablovski ili IPTV operater) (77%). Tek u manje od četvrtine slučajeva (22%) roditelji su bili ti koji su sami uveli kodove/šifre. (Pogledati Grafikon 100.)

**GRAFIKON 100. NAČIN POSTAVLJANJA PIN KODA ILI ŠIFRE NA TV UREĐAJU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=428, N<sub>7-10</sub>=175, N<sub>11-14</sub>=160, N<sub>15-18</sub>=93, ANKETA RODITELJA)**



Roditelji najvišeg socio-ekonomskog statusa (viši ili visoki stepen obrazovanja, zaposleni i sa prosječnim mjesečnim primanjima od 2.000 KM i više) češće su sami postavili PIN kodove ili šifre u cilju sprečavanja djeteta da gleda ili snima neprimjerene sadržaje.

### Pravila za korištenje interneta

Kada se radi o korištenju interneta od strane njihove djece najčešće su pravila uspostavili roditelji djece uzrasta 7-14 godina (90% roditelja djece uzrasta 7-10 i 82% roditelja djece uzrasta 11-14). To je nešto rjeđa praksa kod roditelja djece uzrasta 4-6 godina (72%), a polovično je prisutna kod roditelja adolescenata (56%). S obzirom na učestalost pristupa internetu i mogućnosti korištenja, najmanji dio roditelja djece uzrasta 0-3 godine smatra da postoji potreba, te postavlja pravila o njegovoj upotrebi (41%).

Roditelji najčešće postavljaju tri vrste pravila o korištenju interneta: ona koja se odnose na vrste web stranice ili aplikacije koje djeca mogu koristiti, pravila o tome s kim djeca kontaktiraju putem interneta i pravila o tome koliko vremena provode na internetu.

Pravila su najrjeđa u najmlađoj i najstarijoj uzrasnoj grupi. Naime, ukoliko djeca uzrasta 0-3 godine pristupaju internetu roditelji koji postavljaju pravila vode računa o vrstama web stranica ili aplikacija koje mogu koristiti, u kom periodu dana i koliko dugo mogu biti na internetu. Ukoliko su im postavljena pravila, kod adolescenata se ona prije svega odnose na to s kim smiju kontaktirati putem interneta i koje informacije mogu dijeliti online. (Pogledati Tabelu 7.)

**TABELA 7. ZASTUPLJENOST PRAVILA O KORIŠTENJU INTERNETA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Pravila o vrstama web stranica ili aplikacija koje mogu koristiti	27,5%	42,8%	49,3%	43,5%	23,2%	37,8%
Pravila o tome s kim kontaktiraju putem interneta	9,1%	23,2%	62,4%	57,7%	36,4%	37,0%
Pravila o tome koliko vremena provode na internetu	23,7%	45,1%	49,3%	41,2%	16,4%	36,0%
Pravila o tome kada mogu ići na internet	23,2%	40,2%	43,3%	33,8%	10,4%	31,1%
Pravila o informacijama koje mogu dijeliti putem interneta	6,3%	15,7%	42,2%	38,1%	29,3%	25,6%
Pravila o trošenju novca na internetu (online kupovina)	4,3%	7,2%	17,2%	19,6%	17,5%	12,7%
Ostala pravila	1,8%	1,8%	0,5%	0,9%	0,4%	1,1%
Ne, nema pravila	30,6%	13,9%	7,1%	17,6%	43,6%	21,6%
NZ/BO	28,0%	14,4%	3,0%	,9%	0,0%	10,2%

Roditelji iz domaćinstava sa nižim socio-ekonomskim statusom češće nemaju pravila o korištenju interneta.

S porastom uzrasta djece raste procenat roditelja koji ne prate dijete dok je na internetu. Tako da skoro da nema roditelja koji ne nadziru boravak na internetu svoje djece uzrasta 0-10 godina (4%), jedan od deset roditelja to ne čini za uzrast 11-14 godina (11%), što poraste na četiri od deset roditelja adolescenata (37%).

Najčešći načini praćenja zavise od uzrasta djeteta. Tako da boravak u blizini i redovna provjera šta dijete radi predstavlja jedan od dva najzastupljenija načina za djecu uzrasta 0-14 godina, ali je rijetko prisutan kao oblik kontrole adolescenata. Uz njega mlađu djecu (0-6 godina) roditelji najčešće prate sjedeći pored i gledanjem ili pomaganjem dok je dijete na internetu, dok je kod starije (7-18 godina) najčešće pitaju o tome šta rade na internetu. Kod uzrasta 7-10 godina svaki treći roditelj koristi i provjeru historije internet pretraživača/uređaja nakon korištenja. Dok instalirane software, te ostale vrste nadzora roditelji vrlo rijetko koriste, bez obzira na uzrast svoje djece. (Pogledati Tabelu 8.) S porastom uzrasta djece raste procenat roditelja koji ne prate dijete dok je na internetu.

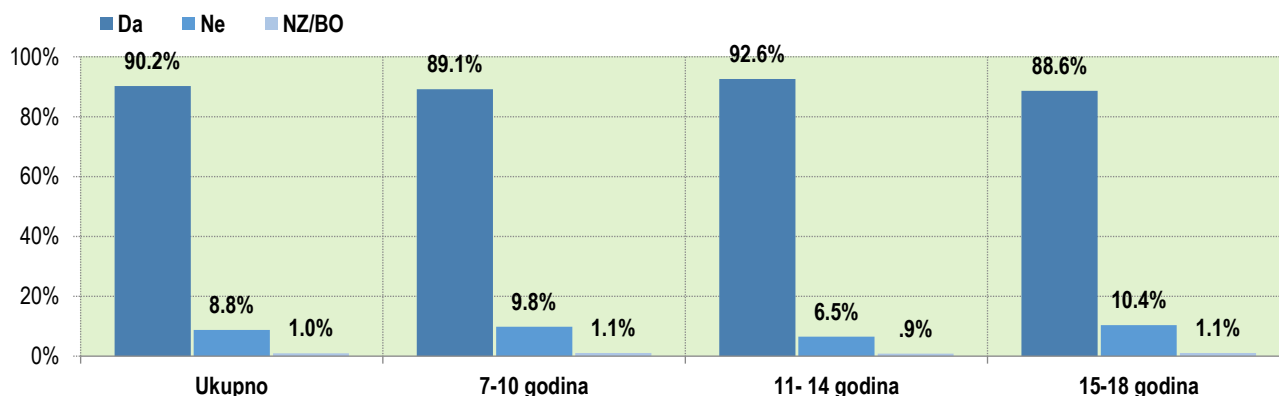
**TABELA 8. VRSTA NADZORA NAD DJEČIJM KORIŠTENJEM INTERNETA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
U blizini sam i redovno provjeravam šta radi	36,4%	65,5%	60,2%	41,5%	14,6%	45,2%
Pitam o tome što radi na internetu	13,6%	36,1%	62,7%	63,6%	52,9%	44,6%
Sjedim pored i gledam ili pomažem dok je na internetu	36,1%	42,5%	20,7%	8,0%	6,1%	24,1%
Provjeravam historiju internet pretraživača/ uređaja nakon korištenja	7,3%	14,4%	32,2%	21,6%	12,9%	17,7%
Imam instaliran software/filter za zaštitu djece koji onemogućuje pristup određenim stranicama	6,1%	7,7%	4,9%	4,5%	1,1%	5,1%
Imam instaliran software za praćenje aktivnosti na internetu	2,0%	2,1%	3,0%	2,6%	,7%	2,1%
Ostale vrste nadzora	1,8%	1,3%	1,1%	1,1%	0,0%	1,1%
Ne pratim dijete dok je na internetu	5,1%	3,1%	4,1%	11,1%	36,8%	10,6%
NZ/BO	40,9%	13,9%	3,8%	1,1%	,4%	10,2%

Roditelji najnižeg socio-ekonomskog statusa češće uopće ne prate dijete dok je na internetu, a roditelji iz domaćinstava sa najvišim ekonomskim statusom češće imaju instalirane software za zaštitu djece od pristupa određenim stranicama i za praćenje aktivnosti na internetu.

Skoro svi roditelji (90%) ističu da su nekada razgovarali sa svojom djecom o tome kako da budu sigurna na internetu. Naime, devet od deset roditelja djece uzrasta 7-18 godina navode da su nekad razgovarali s svojim djetetom o potencijalnim opasnostima poput neprilagođenog sadržaja na web stranicama, otkrivanje/davanje ličnih podataka na internetu, kontakta s osobama koje ne poznaje, itd. (Pogledati Grafikon 101.)

**GRAFIKON 101. RAZGOVOR IZMEĐU RODITELJA I DJECE O SIGURNOSTI NA INTERNETU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=999, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



Roditelji najnižeg socio-ekonomskog statusa češće nikada nisu razgovarali sa svojim djetetom o tome kako da bude sigurno na internetu.

#### Pravila za korištenje mobilnog telefona

S porastom uzrasta djece raste i procenat roditelja koji nemaju pravila u vezi sa korištenjem mobilnog telefona. Tako da jedan od deset roditelja djece uzrasta 7-10 godina (10%), dva od deset uzrasta 11-14 godina (11%) i četiri od deset uzrasta 15-18 godina (43%) puštaju djeci da mobitel upotrebljavaju kad god, kako god i koliko dugo to žele. Ostali najčešće imaju pravila o tome koliko vremena dijete provodi koristeći svoj mobitel i o tome s kim smije kontaktirati putem njega. S tim što su ograničenja u vremenu korištenja mobitela prisutnija što su djeca mlađa (60% djece uzrasta 7-10, 49% djece uzrasta 11 do 14 i 23% adolescenata), dok su uzrasne razlike u ograničenjima dozvoljenih kontakata manje prisutne (45% djece uzrasta 7-10, 49% djece uzrasta 11 do 14 i 35% adolescenata). Oko trećine roditelja djece uzrasta 7-14 godina uspostavilo je i pravila o tome

kada dijete može koristiti svoj mobitel, a oko četvrtine njih i pravila preuzimanju aplikacija na mobitel. Obje vrste pravila znatno su rjeđe prisutne kod adolescenata (8% i 10%). (Pogledati Tabelu 9.)

**TABELA 9. ZASTUPLJENOST PRAVILA O KORIŠTENJU MOBITELA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=999, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

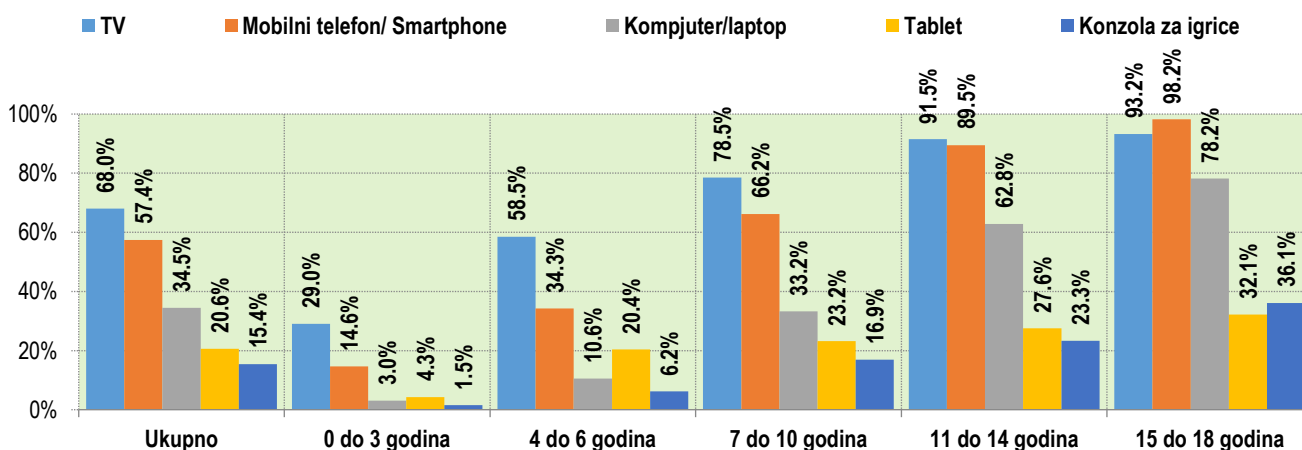
	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)			Ukupno
	7-10	11-14	15-18	
Pravila o tome koliko vremena provodi koristeći svoj mobitel	59,7%	49,1%	22,9%	45,6%
Pravila s kim je u kontaktu putem mobitela	45,2%	49,1%	35,4%	43,8%
Pravila o tome koliko novca/kredita može potrošiti putem mobitela	28,9%	30,4%	23,9%	28,0%
Pravila o tome kada može koristiti svoj mobitel	37,3%	31,0%	10,0%	27,4%
Pravila o preuzimanju aplikacija na mobitel	27,8%	23,3%	8,2%	20,7%
Ostala pravila	2,5%	0,3%	0,7%	1,2%
Ne, nema pravila	10,4%	19,9%	42,5%	22,7%
NZ/BO	4,4%	1,1%	1,1%	2,3%

Što imaju niži stepen obrazovanja to roditelji češće nemaju nikakvih pravila u vezi sa korištenjem mobilnog telefona od strane njihovog djeteta. Također, ova pravila češće nemaju nezaposleni roditelji.

#### Nadzor roditelja nad korištenjem uređaja

Sa uzrastom djece raste i njihovo korištenje uređaja bez nadzora odraslih. Ali djeca svih uzrasta najčešće bez nadzora mogu upotrebljavati televizor (29% uzrasta 0-3, 59% uzrasta 4-6, 79% uzrasta 7-10, 92% uzrasta 11-14, 93% uzrasta 15-18) i mobilni telefon/smartphone (15% uzrasta 0-3, 34% uzrasta 4-6, 66% uzrasta 7-10, 90% uzrasta 11-14, 98% uzrasta 15-18). Slijedi kompjuter (3% uzrasta 0-3, 11% uzrasta 4-6, 33% uzrasta 7-10, 63% uzrasta 11-14, 78% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 102.)

**GRAFIKON 102. UREĐAJI KOJE DJECA KORISTE BEZ NADZORA ODRASLIH (SAMO ODGOVORI "DA", UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

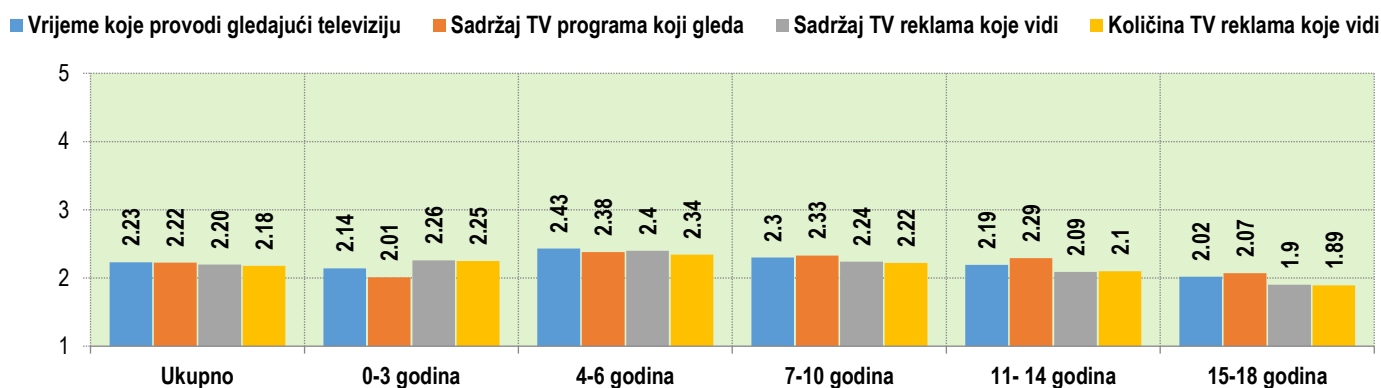


#### Stavovi prema gledanju TV programa – šta roditelje najviše brine?

Različiti aspekti gledanja TV-a od strane njihovog djeteta u principu malo zabrinjavaju roditelje (sadržaj TV programa, količina vremena provedenog u gledanju televizije, količina TV reklama koje dijete vidi, kao i njihov sadržaj). Najveću zabrinutost pokazuju roditelji djece uzrasta 4-6 godine i to u pogledu vremena koje provode gledajući televizijski program – ali i ovdje je prosječna ocjena zabrinutosti (na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „nimalo me ne brine“, a pet „izrazito mnogo me brine“) na nivou „malo me brine“ (2,42). Uzrasne razlike su prisutne utoliko što, kao što je i očekivano, roditelji adolescenata manje od ostalih brinu o svim ovim aspektima gledanja TV. A i roditelji najmlađe djece (0-3 godine) češće od ostalih smatraju da imaju

kontrolu sadržaja i vremena koje njihova djeca provode pred TV ekranom, tako da su i nešto manje zabrinuti oko navedenih aspekata. (Pogledati Grafikon 103.)

**GRAFIKON 103. RODITELJSKA OCJENA BRIGE O ASPEKTIMA GLEDANJA TV-A OD STRANE DJETETA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ARITMETIČKE SREDINE REZULTATA)**



Istovremeno, roditelji za veliki broj televizijskih sadržaja smatraju da su mnogo/dosta problematični za njihovo dijete. Na prvom mjestu je nasilje, a slijede seksualno eksplicitni sadržaji, psovke/uvrede i seksualno provokativni nastupi. Uz njih, u kategoriju mnogo problematičnih roditelji ubrajaju i niz drugih sadržaja (pogledati Tabelu 10), dok se prikazivanje paranormalnih pojava i parapsihologija, veličanje određenih životnih stilova i prikaz prirodnih katastrofa, nesreća i sl. vide kao potencijalno manje tj. osrednje problematični za njihovo dijete (prosječna ocjena 3 tj. „osrednje“ na skali od 1 do 5 na kojoj 1 znači „nisu nimalo problematični“, a 5 „izrazito su problematični“).

**TABELA 10. RODITELJSKA OCJENA PROBLEMATIČNOSTI ODREĐENIH TV SADRŽAJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA, ARITMETIČKE SREDINE REZULTATA)<sup>17</sup>**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Nasilje	3,72	3,98	3,90	3,72	3,54	3,79
Seksualno eksplicitni sadržaj	3,55	3,85	3,75	3,64	3,39	3,65
Psovke/Uvrede	3,60	3,81	3,75	3,58	3,32	3,63
Seksualno provokativni nastupi (npr. kroz glumu ili ples u muzičkim spotovima, itd.)	3,53	3,82	3,74	3,62	3,32	3,62
Primjeri lošeg društvenog/asocijalnog ponašanja	3,53	3,76	3,69	3,51	3,45	3,60
Diskriminatorno prikazivanje ljudi (s obzirom na dob/invaliditet/seksualnost/rasu/religiju, itd.)	3,48	3,71	3,69	3,58	3,40	3,58
Nagost/goli dijelovi tijela	3,47	3,78	3,72	3,54	3,27	3,57
Uživanje alkoholnih pića	3,35	3,74	3,70	3,53	3,39	3,55
Pušenje	3,34	3,74	3,71	3,49	3,31	3,53
Nedostatak poštovanja prema drugima	3,42	3,68	3,59	3,48	3,31	3,51
Prikaz kladjenja, kockanja i sl.	3,35	3,71	3,68	3,50	3,20	3,50
Nepoštivanje privatnosti određenih osoba	3,38	3,63	3,58	3,44	3,24	3,46
Rodni stereotipi	3,41	3,60	3,57	3,38	3,23	3,45
Prikazivanje paranormalnih pojava i parapsihologija	3,41	3,62	3,46	3,38	3,06	3,41
Veličanje određenih životnih stilova	3,34	3,53	3,50	3,35	3,19	3,39
Prikaz prirodnih katastrofa, nesreća i sl.	3,28	3,51	3,28	3,20	2,93	3,26

<sup>17</sup> Odgovori „Ne znam/Ne želim odgovoriti“ isključeni su iz ove analize. A podatke vezane za mjere raspršenja rezultata moguće je pogledati u tabelama u Prilogu 2.

Kada su u pitanju spolne razlike, očevi su nešto više zabrinuti u vezi sa uticajem sadržaja TV programa i vremena koje dijete provodi gledajući ga, nego što su to majke. Oni također češće za seksualno eksplicitni sadržaj, seksualno provokativne nastupe i nagost na televiziji smatraju da su problematični za njihovo dijete.

#### Stavovi prema korištenju interneta

Navedeni aspekti aktivnosti njihovog djeteta na internetu u principu osrednje zabrinjavaju roditelje - prosječna ocjena zabrinutosti (na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „nimalo me ne brine“, a 5 „izrazito mnogo me brine“) se kreće od 2,78 za sadržaj na web stranicama ili u aplikacijama koje dijete prati do 3,11 za gledanje sadržaja koje djecu potiče da se samopovređuju. Najmanju zabrinutost pokazuju roditelji najmlađe djece (0-3 godine), vjerovatno jer smatraju da aktivnosti njihove djece rijetko obuhvataju navedene aspekte. Preostali aspekti podjednako brinu roditelji djece uzrasta 4-18 godina, s tim što brigu da će djeca dati svoje podatke nepoznatim ljudima više od ostalih brinu roditelji djece uzrasta 7-18 godina, te da što su djeca starija to su roditelji više zabrinuti oko vremena koje ona provode na internetu. (Pogledati Tabelu 11.)

**TABELA 11. RODITELJSKA OCJENA BRIGE O POJEDINIM ASPEKTIMA AKTIVNOSTI DJECE NA INTERNETU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ARITMETIČKE SREDINE REZULTATA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Gledanje sadržaja koji ih potiče da sami sebe fizički povrijede	2,73	3,23	3,35	3,11	3,05	3,11
Da će biti maltretirani/zlostavljani na internetu /cyberbullying	2,64	3,06	3,27	3,19	3,22	3,09
Davanje svojih ličnih podatke nepoznatim ljudima	2,51	2,96	3,35	3,19	3,36	3,08
Poređenje s drugima, pritisak perfekcionizma i stvaranje negativne slike o sebi	2,59	3,01	3,23	3,10	3,14	3,02
Negativan uticaj na njegovu/njenu reputaciju sada ili u budućnosti	2,51	3,04	3,17	3,05	3,14	2,99
Postojanje kompanija koje prikupljaju informacije o njihovim aktivnostima na internetu (npr. ono što gledaju/web stranice koje su posjetili, itd.)	2,69	2,99	3,11	3,04	3,04	2,98
Vrijeme koje provodi na internetu	2,52	2,75	3,03	3,01	3,16	2,89
Pritisak na njih da troše novac na internetu	2,49	2,95	3,06	2,95	2,92	2,88
Mogućnost da se Vaše dijete radikalizuje, npr. pod uticajem ekstremnih stavova na internetu (političkih, vjerskih i sl.)	2,42	2,89	2,94	2,85	2,77	2,79
Sadržaj na web stranicama ili u aplikacijama koje prati	2,45	2,70	2,96	2,90	2,85	2,78

Kada su u pitanju spolne razlike, očevi su također nešto više zabrinuti u vezi sa uticajem pojedinih aspekata aktivnosti njihovog djeteta na internetu: davanja svojih ličnih podataka nepoznatim ljudima, cyberbullying-a, negativnog uticaja na reputaciju djeteta i gledanje sadržaja koji ih potiče na samopovređivanje. Također, roditelji iz domaćinstava sa najvišim ekonomskim statusom nešto su više zabrinuti oko vremena koje dijete provodi na internetu i davanja njegovih ličnih podataka nepoznatim osobama.

Među mogućim pozitivnim uticajima interneta i medija (za koje u principu ocjenjuju da su osrednje prisutni) roditelji misle da je opuštanje i zabava najprisutniji. Slijede razvoj kreativnosti i sticanje novih znanja i vještina, dok su ostvarivanje kontakata i informisanje o dešavanjima u zemlji i svijetu nešto rjeđe zastupljeni. A znatno rjeđe, roditelji adolescenata smatraju da korištenje interneta i drugih medija povećava šanse njihovog djeteta za zapošljavanje tj. omogućuje mu da stekne dodatne kompetencije koje će mu povećati konkurentnost na tržištu rada. Inače, sa starošću djece raste i uvjerenost roditelja da su prisutniji pozitivni uticaji korištenja interneta i medija na njih. A za sve ove uticaje, roditelji u principu smatraju da su osrednje prisutni.<sup>18</sup> (Pogledati Tabelu 12.)

<sup>18</sup> Ibid.



**TABELA 12. RODITELJSKA OCJENA POZITIVNIH ASPEKATA AKTIVNOSTI DJECE NA INTERNETU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ARITMETIČKE SREDINE REZULTATA)<sup>19</sup>**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Dok koristi internet i druge medije dijete se opusti i zabavi	3,38	3,42	3,45	3,69	3,59	3,50
Dok koristi internet i druge medije dijete razvija kreativnost	3,17	3,26	3,31	3,59	3,51	3,36
Dok koristi internet i druge medije dijete stiče nova znanja i vještine	3,18	3,22	3,27	3,57	3,44	3,33
Dok koristi internet i druge medije dijete ostvaruje kontakte	-	-	2,88	3,26	3,53	3,20
Dok koristi internet i druge medije dijete se informiše o dešavanjima u zemlji i svijetu	-	-	2,76	3,26	3,47	3,14
Dok koristi internet i druge medije dijete povećava šanse za zapošljavanje/konkurentnost na tržištu rada kroz sticanje dodatnih kompetencija	-	-	-	-	2,60	2,60

Roditelji iz domaćinstava sa najvišim ekonomskim statusom češće smatraju da su prisutni svi navedeni pozitivni uticaji interneta i medija na njihovo dijete, osim da oni povećavaju njegove šanse za zapošljavanje tj. da sticanjem dodatnih kompetencija pozitivno utiču na buduću konkurentnost djeteta na tržištu rada. Nasuprot tome, u ovaj pozitivan uticaj interneta i medija najviše vjeruju roditelji najnižeg socio-ekonomskog statusa.

U skladu sa navedenim ocjenama pozitivnih uticaja, roditelji nisu sigurni da li, kada je njihovo dijete u pitanju, prednosti interneta nadmašuju rizike (prosječna ocjena slaganja sa tvrdnjom na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „u potpunosti se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“ iznosi 3,08). Najviše sumnji u vrstu uticaja koju internet ima na njihovo dijete imaju roditelji najmlađe djece (0-3 godina), a najmanje roditelji adolescenata (3,30).

Istovremeno, u prosjeku, roditelji se donekle slažu sa izjavom da znaju dovoljno da pomognu svom djetetu da ostane sigurno na internetu (prosječna ocjena na skali od 1 do 5, na kojoj 1 znači „u potpunosti se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“ iznosi 3,65. Pri tome je slaganje veće kod roditelja mlađe djece, dok roditelji adolescenata već ne znaju „šta bi rekli“ tj. nisu sigurni da li imaju ili nemaju odgovarajuću količinu potrebnog znanja (3,44). Ali zato oni imaju više povjerenja u sposobnost njihovog djeteta da samo „izađe na kraj“ sa rizicima interneta. Naime, stepen slaganja sa ovom tvrdnjom raste sa uzrastom djeteta, od 3,05 za roditelje uzrasta 0-3 do 3,71 za roditelje adolescenata.<sup>20</sup> (Pogledati Tabelu 13.)

**TABELA 13. RODITELJSKO SLAGANJE S IZJAVAMA O KORIŠTENJU INTERNETA OD STRANE DJETETA NA BILO KOJEM UREĐAJU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ARITMETIČKE SREDINE REZULTATA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Prednosti interneta za moje dijete nadmašuju rizike	2,85	3,10	2,98	3,21	3,30	3,08
Osjećam da znam dovoljno da pomognem svom djetetu da ostane siguran na internetu	3,72	3,77	3,65	3,61	3,44	3,65
Imam povjerenja u svoje dijete da se zna izboriti sa rizicima interneta	3,05	3,24	3,41	3,50	3,71	3,38

Kada su u pitanju spolne razlike, očevi češće misle da znaju dovoljno da bi pomogli svom djetetu da bude sigurno na internetu, a i češće imaju i povjerenja da se dijete samo zna zaštititi na internetu. Istovremeno, roditelji iz domaćinstava sa najnižim socio-ekonomskim statusom rjeđe misle da znaju dovoljno, ali su češće uvjereni da je njihovo dijete samo u stanju da se zaštititi za vrijeme boravka na internetu.

Skoro da nema roditelja koji nisu upoznati sa klasifikacijskim oznakama u pogledu pogodnosti televizijskih sadržaja za određenu starosnu dob (12+, 16+, 18+) ili nisu znali/željeli odgovoriti na ovo pitanje (po 1%). Ostali, više od polovine njih

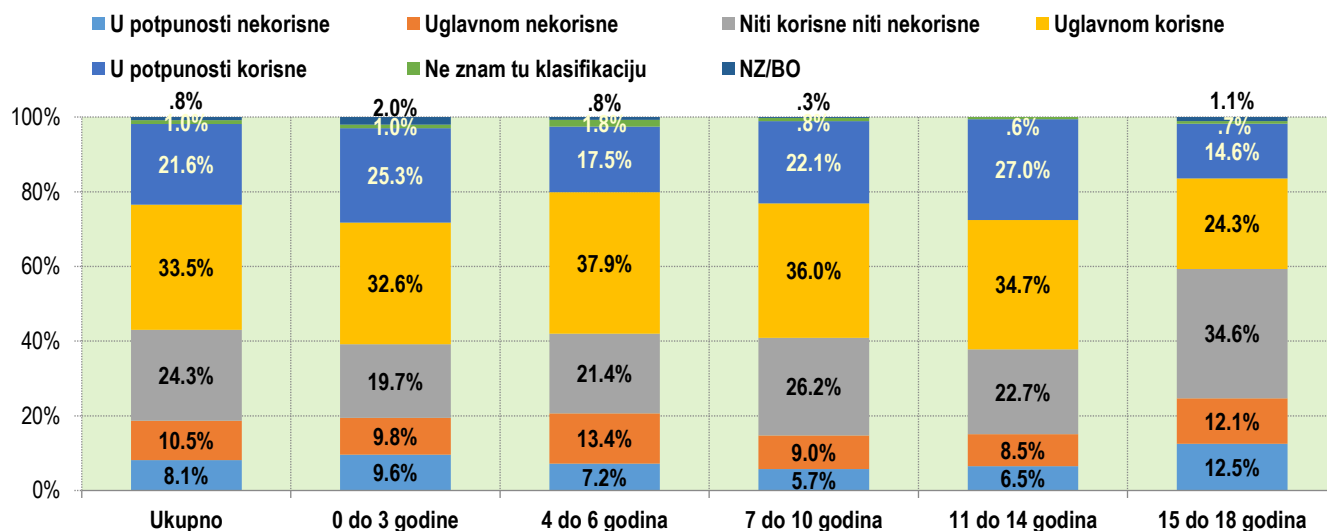
<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Ibid.



(52,1%) ocjenjuju da su one korisne („uglavnom korisne“ 34%, „u potpunosti korisne“ 22%), uz četvrtinu roditelja (24%) koji nisu sigurni da li su korisne ili ne. Inače, u korisnost klasifikacijskih oznaka manje od ostalih vjeruju roditelji adolescenata. (Pogledati Grafikon 104.)

**GRAFIKON 104. MIŠLJENJE O KORISNOSTI KLASIFIKACIJSKIH OZNAKA U POGLEDU POGODNOSTI TELEVIZIJSKIH SADRŽAJA ZA ODREĐENU STAROSNU DOB (12+, 16+, 18+) (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



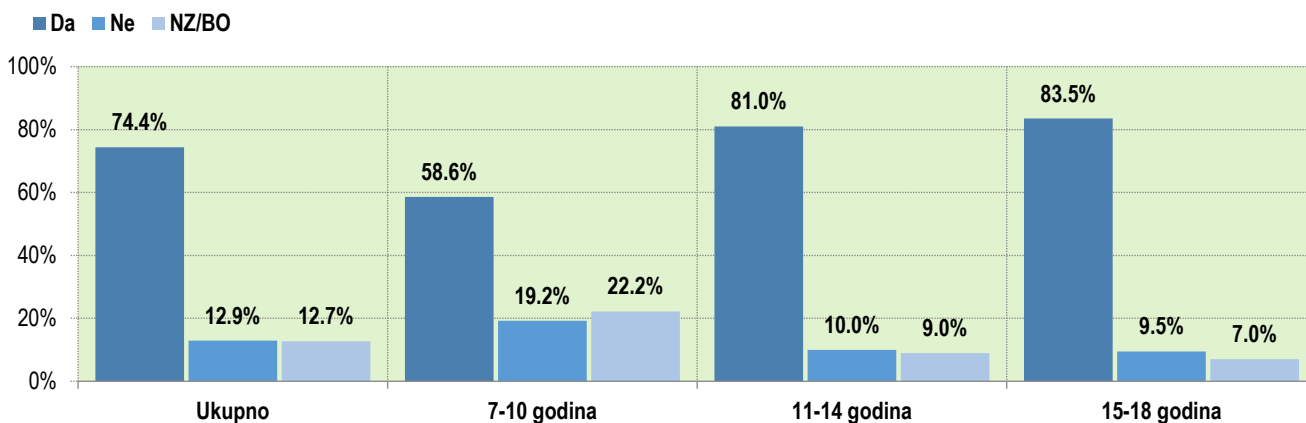
Kada su u pitanju spolne razlike, očevi klasifikacijske oznake u pogledu pogodnosti televizijskih sadržaja za određenu starosnu dob (12+, 16+, 18+) smatraju korisnijim nego što to čine majke.

## 5.5. Znanje i učenje o medijima

### Znanje o medijima

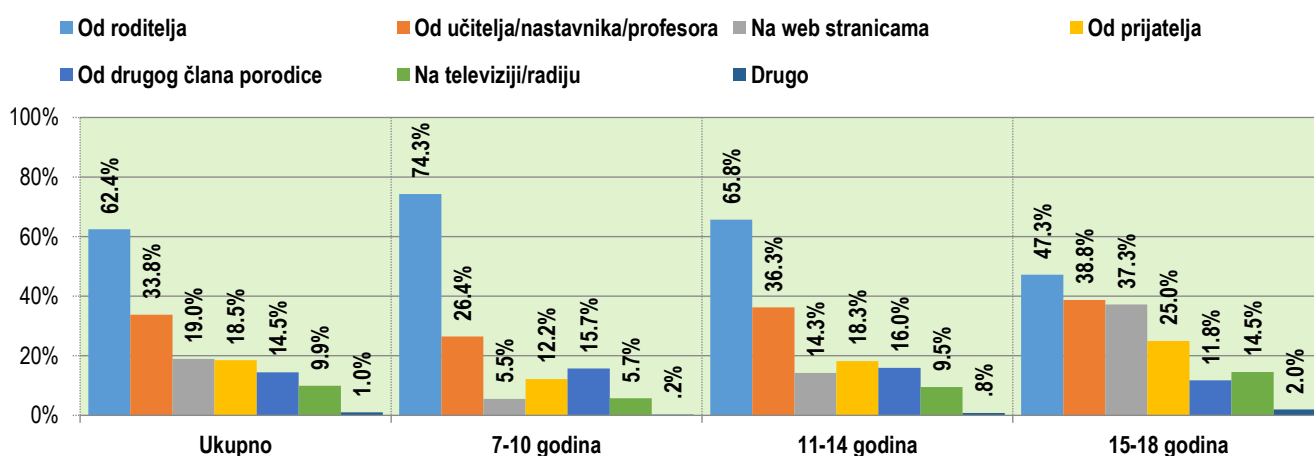
Svojim znanjem o medijima zadovoljnija su starija djeca (11-14 godina) i adolescenti. Većina njih, osam od deset (81% uzrasta 11-14 i 84% adolescenata) u odnosu na šest od deset (59%) djece uzrasta 7-10 godina misle da o medijima znaju dovoljno. (Pogledati Grafikon 105.)

**GRAFIKON 105. ZADOVOLJSTVO ZNANJEM O MEDIJIMA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Roditelji su najznačajniji izvor informacija o medijima, tim važniji što su djeca mlađa (74% uzrasta 7-10, 66% uzrasta 11-14 i 47% adolescenata), dok su ostali članovi porodice rijetko zastupljeni i to u svim starosnim grupama (16% uzrasta 7-14 i 12% adolescenata). Prosvjetni radnici predstavljaju drugi po važnosti izvor ovih informacija, s tim da u školi nastavnici i profesori češće o ovom razgovaraju sa učenicima, nego što to čine učitelji (26% uzrasta 7-10, 36% uzrasta 11-14 i 39% adolescenata). Web stranice su u istoj mjeri važne za adolescente (37%), ali ih u ove svrhe djeca uzrasta 7-14 godina znatno rjeđe koriste (5% uzrasta 7-10, 14% uzrasta 11-14 i 47% adolescenata). Adolescenti češće od djece mlađih uzrasta o medijima uče i od prijatelja (12% uzrasta 7-10, 18% uzrasta 11-14 i 25% adolescenata), te putem televizije/radija, ali ovaj izvor informacija prilično se rijetko koristi u ove svrhe (6% uzrasta 7-10, 10% uzrasta 11-14 i 15% adolescenata). (Pogledati Grafikon 106.)

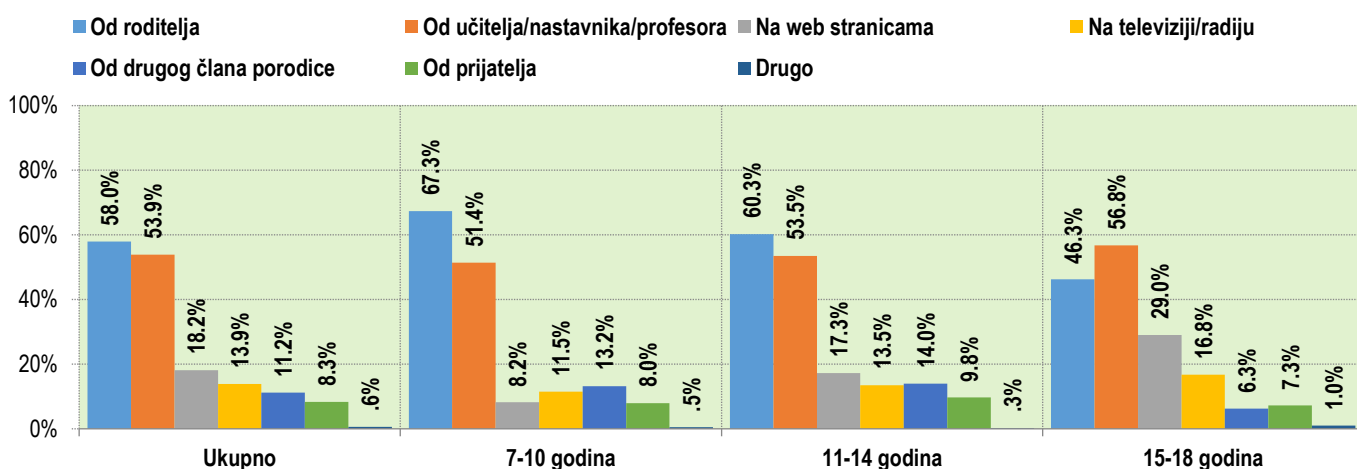
**GRAFIKON 106. TRENUTNI NAJZNAČAJNIJI IZVOR INFORMACIJA O MEDIJIMA (N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



Djeca najčešće smatraju da bi o medijima i trebalo učiti od roditelja (58%) i prosvjetnih radnika (54%). S tim da se djeca uzrasta 7-14 godina češće nego adolescenti misle da bi to trebali biti roditelji (67% uzrasta 7-10, 60% uzrasta 11-14 i 46% adolescenata), dok kod prosvjetnih radnika nema uzrasnih razlika (51% uzrasta 7-10, 54% uzrasta 11-14 i 57% adolescenata). Ali adolescenti češće od mlađih uzrasta žele da se o medijima uči na web stranicama (8% uzrasta 7-10, 17% uzrasta 11-14 i

29% adolescenata), dok kod drugih rjeđe zastupljenih prijedloga nema uzrasnih razlika. I za televiziju/radio i za druge članove porodice u svim uzrastima je podjednako zastupljeno mišljenje da bi trebali biti izvor ovih informacija. (Pogledati Grafikon 107.)

**GRAFIKON 107. POŽELJNI NAJZNAČAJNIJI IZVOR INFORMACIJA O MEDIJIMA (N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**



#### Informiranost o sigurnom korištenju medija

Informacije i savjete o tome kako pomoći svom djetetu da bude sigurno prilikom korištenja medija roditelji djece svih uzrasta, trećina njih (tri od deset), su najčešće tražili/dobili od članova porodice ili prijatelja (33%). Petina njih (dva od deset) konsultovali su web stranice ili aplikacije s informacijama o tome kako ostati siguran na internetu (20%), a tek nešto manje (16%) je ove informacije našlo na TV-u, radiju, u novinama ili časopisima, te, ukoliko dijete ide u školu, u školi djeteta (14%).

Sa uzrastom djeteta raste broj roditelja kojima djeca (kojim žele pomoći) predstavljaju izvor ovih informacija, tako da u dobi od 11-18 godina oko trećine roditelja razgovara sa djecom ne bi li uvidjelo na koji način da osigura njihovu sigurnost prilikom korištenja medija. A svi drugi izvori informacija ili savjeta o tome kako pomoći svom djetetu da bude sigurno prilikom korištenja medija rijetko su zastupljeni. (Pogledati Tabelu 14.)

**TABELA 14. IZVORI INFORMACIJA I SAVJETA O TOME KAKO POMOĆI SVOM DJETETU DA BUDE SIGURNO PRILIKOM KORIŠTENJA MEDIJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Porodica ili prijatelji	28,8%	36,1%	32,2%	36,1%	31,8%	33,0%
Vaše dijete	6,6%	12,4%	19,1%	30,7%	36,1%	19,8%
Web stranice ili aplikacije s informacijama o tome kako ostati siguran na internetu	18,7%	20,4%	20,2%	19,6%	18,6%	19,5%
TV, radio, novine ili časopisi	13,9%	15,5%	15,3%	17,6%	17,5%	15,8%
Škola Vašeg djeteta	4,0%	7,7%	18,3%	23,6%	19,3%	14,0%
Proizvođači ili trgovci koji prodaju proizvod/uređaj	4,0%	5,2%	6,3%	5,4%	9,6%	5,9%
Provideri/pružaoци usluga interneta	3,5%	4,9%	6,8%	6,8%	6,8%	5,7%
Državne institucije	1,5%	3,6%	4,1%	3,7%	4,3%	3,4%
Ostali izvori	0,8%	0,5%	0,5%	1,4%	1,8%	1,0%

Škola je izvor od kojeg bih najveći dio, polovina roditelja (48%), željela dobiti ove informacije. Slijede izvori koji se već učestalo koriste: porodica i prijatelji (koje „bira“ trećina roditelja – 32%), te web stranice ili aplikacije i TV, radio i časopise (koje bi za izvore željela po četvrtina roditelja – po 27%). U slijedećoj grupi su državne institucije (22% ili dva od deset roditelja), proizvođači ili trgovci koji prodaju uređaj i internet provideri (po 20%). Sa uzrastom djece raste i broj roditelja koji bi od njih željeli dobiti informacije o tome kako im pomoći da budu sigurni pri korištenju medija – od 15% roditelja djece uzrasta 0-3 godine do 28% roditelja adolescenata. (Pogledati Tabelu 15.)

**TABELA 15. POŽELJNI IZVORI INFORMACIJA I SAVJETA O TOME KAKO POMOĆI SVOM DJETETU DA BUDE SIGURNO PRILIKOM KORIŠTENJA MEDIJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=367, N<sub>15-18</sub>=352, ANKETA RODITELJA)**

	Dobna kategorija djeteta za koje je roditelj odgovarao (u godinama)					Ukupno
	0-3	4-6	7-10	11-14	15-18	
Škola Vašeg djeteta	35,1%	42,3%	59,4%	55,1%	51,8%	48,2%
Porodica ili prijatelji	29,3%	39,9%	30,2%	28,4%	28,2%	31,5%
Web stranice ili aplikacije s informacijama o tome kako ostati siguran na internetu	31,3%	31,2%	25,1%	25,0%	22,1%	27,3%
TV, radio, novine ili časopisi	24,0%	30,4%	28,9%	24,4%	25,0%	26,6%
Vaše dijete	15,4%	21,4%	23,4%	25,9%	27,5%	22,3%
Državne institucije	19,2%	26,5%	24,0%	17,3%	18,9%	21,4%
Proizvođači ili trgovci koji prodaju proizvod/uređaj	17,2%	27,1%	22,3%	16,8%	18,2%	20,5%
Provideri/pružaoци usluga interneta	14,9%	26,8%	24,3%	18,5%	16,1%	20,3%
Ostali izvori	0,0%	0,5%	0,3%	0,0%	0,7%	0,3%
Ne zanimaju me takve informacije	16,4%	8,8%	8,2%	11,4%	11,4%	11,3%
NZ/BO	10,9%	5,4%	5,7%	5,7%	6,1%	6,8%

Što žive u domaćinstvima sa nižim socio-ekonomskim statusom, to su roditelji manje zainteresovani za informacije i savjete o tome kako pomoći svom djetetu da bude sigurno prilikom korištenja medija.

#### Uticaj neprimjerenih sadržaja

Djeca uzrasta 11-14 godina češće od adolescenata misle da različite vrste neprimjerenih sadržaja, ako ih vide ili čuju na medijima, mogu loše uticati na njih. Međutim, jedino za nasilje to misli više od polovine djece uzrasta 11-14 godina (54%). Za sve ostale sadržaje to misli od 36% do 48% djece uzrasta 11-14 i 30% do 41% adolescenata. (Pogledati Tabelu 16.)

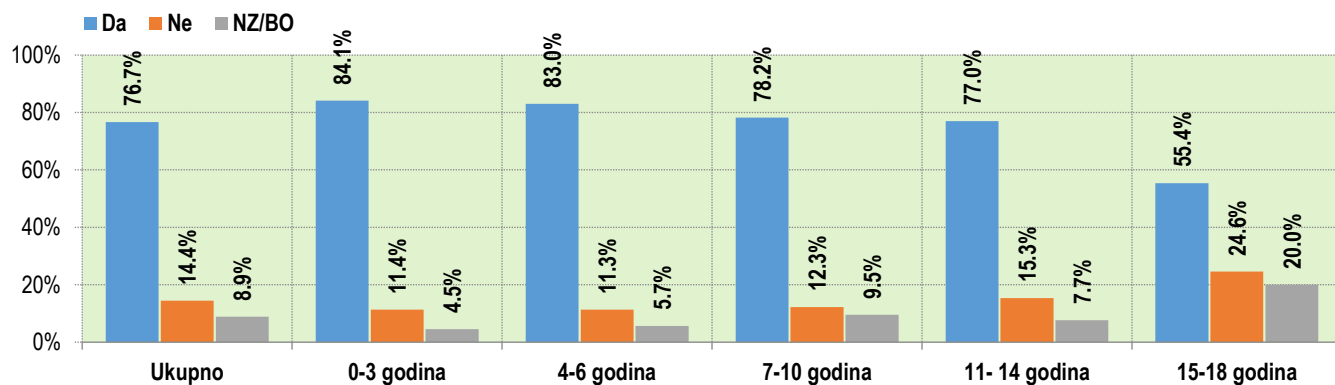
**TABELA 16. MOGUĆNOST NEGATIVNOG UTICAJA RAZLIČITIH NEPRIMJERENIH SADRŽAJA NA DJECU (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=800, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, ANKETA DJECE)**

	Uzrast (u godinama)		Ukupno
	11-14	15-18	
Nasilje	54,3%	47,3%	50,8%
Seksualno eksplicitni sadržaj	48,3%	41,3%	44,8%
Primjeri lošeg društvenog /asocijalnog ponašanja	47,8%	40,3%	44,0%
Psovke/Uvrede	48,0%	39,8%	43,9%
Diskriminatorno prikazivanje ljudi (s obzirom na dob/invaliditet/seksualnost/rasu/religiju, itd.)	44,5%	39,0%	41,8%
Seksualno provokativni nastupi (npr. kroz glumu ili ples u muzičkim spotovima, itd.)	44,0%	37,0%	40,5%
Nagost/Goli dijelovi tijela	44,3%	36,8%	40,5%
Pijenje alkoholnih pića	44,8%	36,3%	40,5%
Prikaz kladenja, kockanja i sl.	44,0%	35,5%	39,8%
Nedostatak poštovanja prema drugima	42,0%	36,8%	39,4%
Prikazivanje paranormalnih pojava i parapsihologija	43,5%	35,3%	39,4%
Nepoštivanje privatnosti određenih osoba	41,3%	36,0%	38,6%
Pušenje	42,3%	31,3%	36,8%
Prikaz prirodnih katastrofa, nesreća i sl.	37,8%	30,3%	34,0%
Rodni stereotipi	38,0%	29,0%	33,5%
Veličanje određenih životnih stilova	36,3%	30,5%	33,4%
Ostalo	3,3%	1,5%	2,4%

Većina roditelja djece uzrasta 0-14 godina smatra da ima dovoljno znanja da donese odluke o korištenju medija od strane njihovog djeteta/djece. Jedino roditelji djece najstarijeg uzrasta (15-18 godina) imaju više sumnji, te tek u polovini slučajeva

procjenjuju da su znaju dovoljno da bi donijeli pravilne odluke (84% uzrasta 0-3, 83% uzrasta 4-6, 78% uzrasta 7-10, 77% uzrasta 11-14, 55% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 108.)

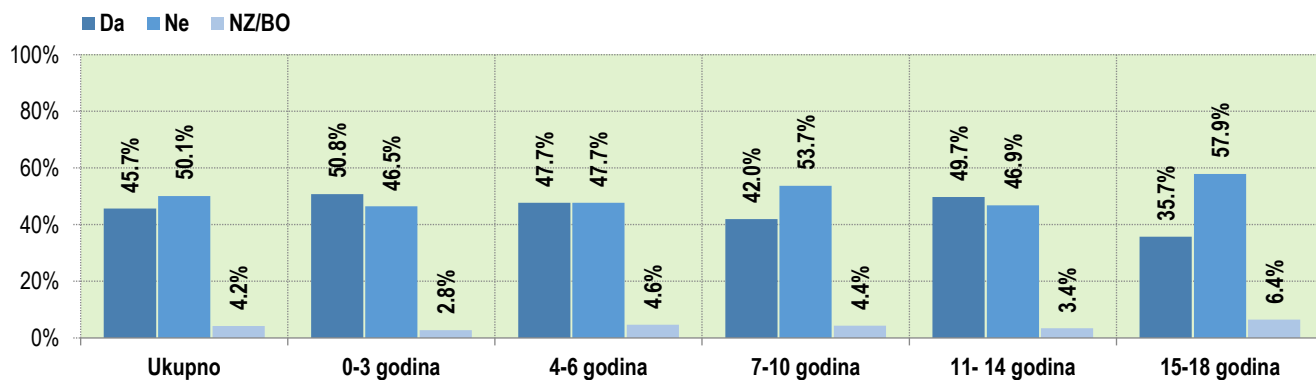
**GRAFIKON 108. RODITELJSKA PROCJENA O POSJEDOVANJU DOVOLJNO ZNANJA DA DONESU ODLUKE O KORIŠTENJU MEDIJA OD STRANE DJETETA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



Roditelji iz domaćinstava sa najnižim socio-ekonomskim statusom češće smatraju da nemaju dovoljno znanja da donesu odluke o korištenju medija od strane njihovog djeteta.

Isto tako, oko polovine roditelja uzrasta 0-14 godina procjenjuje da su upoznati sa regulativom, odnosno pravilima za pružanje medijskih sadržaja. Opet su roditelji koji imaju djecu najstarijeg uzrasta (15-18 godina) ti koji češće od ostalih smatraju da im znanje ni po ovom pitanju nije dovoljno (47% roditelja djece uzrasta 0-3, 48% uzrasta 4-6, 54% uzrasta 7-10, 47% uzrasta 11-14, 58% uzrasta 15-18). (Pogledati Grafikon 109.)

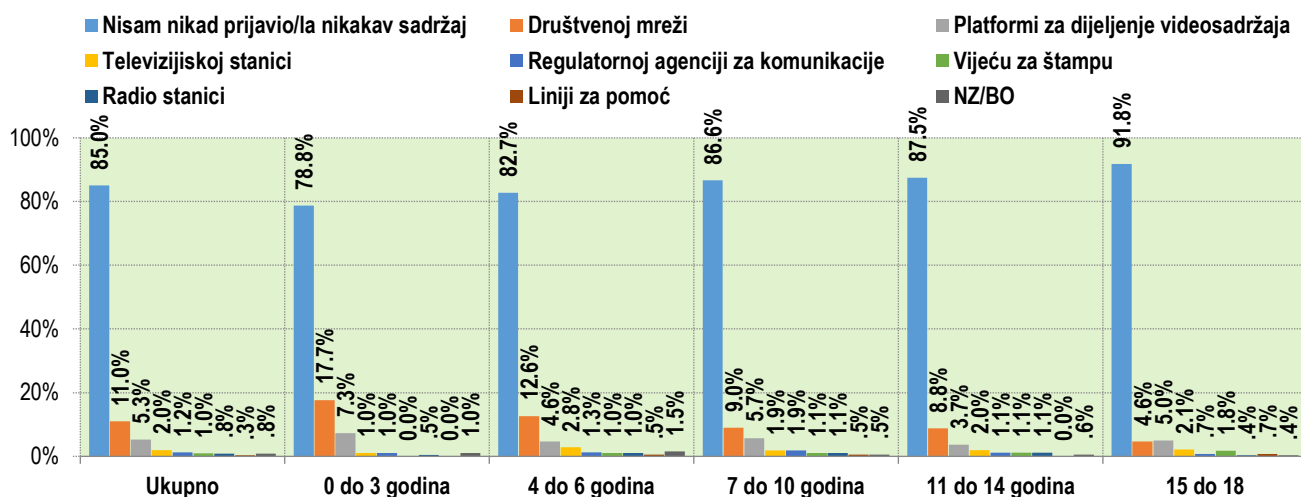
**GRAFIKON 109. UPOZNATOST RODITELJA SA REGULATIVOM, ODNOSNO PRAVILIMA ZA PRUŽANJE MEDIJSKIH SADRŽAJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**



Što žive u domaćinstvima sa nižim socio-ekonomskim statutom, to su roditelji manje upoznati sa regulativom za pružanje medijskih sadržaja.

Mali dio roditelja nekada je prijavio neprimjeren sadržaj, tim češće što imaju djecu mlađeg uzrasta (21% uzrasta 0-3, 17% uzrasta 4-6, 13% uzrasta 7-10, 13% uzrasta 11-14, 8% uzrasta 15-18). Najčešće su se obratili direktno društvenoj mreži na kojoj je bio prisutan neprimjeren sadržaj (18% uzrasta 0-3, 13% uzrasta 4-6, 9% uzrasta 7-10, 9% uzrasta 11-14, 5% uzrasta 15-18). Obraćanje Regulatornoj agenciji za komunikacije vrlo je rijetko (1%-2%). (Pogledati Grafikon 110.)

**GRAFIKON 110. PRIJAVA NEPRIMJERENOG SADRŽAJA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.783, N<sub>0-3</sub>=396, N<sub>4-6</sub>=388, N<sub>7-10</sub>=367, N<sub>11-14</sub>=352, N<sub>15-18</sub>=280, ANKETA RODITELJA)**

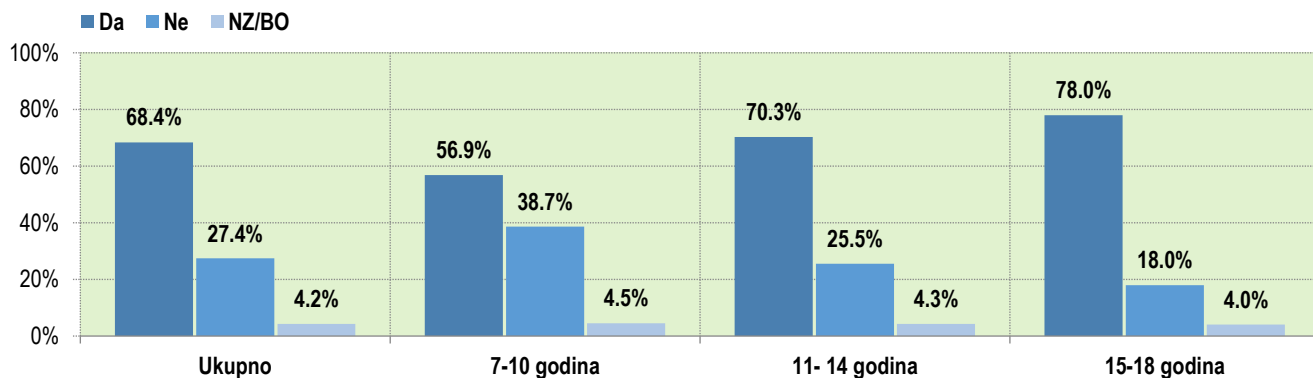


Roditelji iz domaćinstava sa najvišim socio-ekonomskim statusom češće su od ostalih prijavili neprimjeren sadržaj.

### Sigurno korištenje interneta

Sedam od deset djece nekada je čulo informacije o tome kako sigurno koristiti internet. Tako je ove informacije nekada dobilo 57% djece uzrasta 7-10 godina, 70% uzrasta 11-14 godina, te 78% adolescenata. (Pogledati Grafikon 111.)

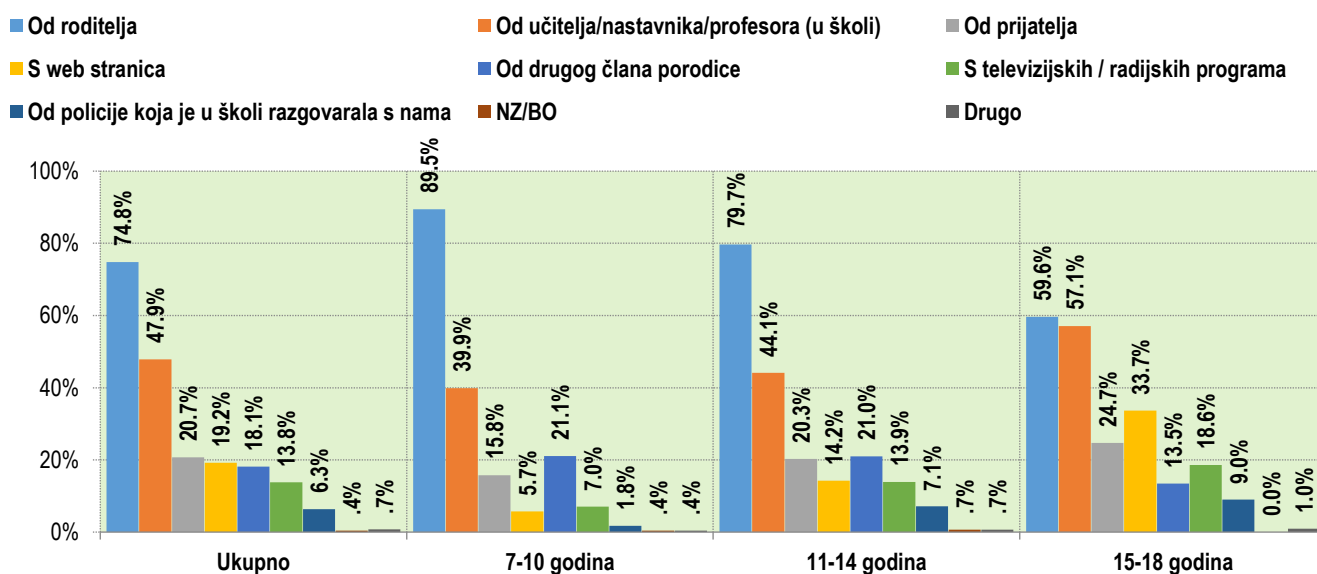
**GRAFIKON 111. UPOZNATOST DJECE SA SIGURNIM NAČINOM KORIŠTENJA INTERNETA (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.201, N<sub>7-10</sub>=401, N<sub>11-14</sub>=400, N<sub>15-18</sub>=400, N=1.201, ANKETA DJECE)**



Roditelji su najčešći izvor informacija o sigurnom korištenju interneta i to tim značajniji što su djeca mlađa (90% djece uzrasta 7-10, 80% uzrasta 11-14, te 60% adolescenata). Slijedeći su prosvjetni radnici i to značajno češće profesori nego učitelji i nastavnici. (Naime, 40% djece uzrasta 7-10, 44% uzrasta 11-14, te 57% adolescenata od njih su čuli kako biti siguran na internetu). Za djecu uzrasta 7-14 godina treći izvor po zastupljenosti su drugi članovi porodice (21% djece uzrasta 7-10, 21% uzrasta 11-14, 14% adolescenata), dok su za adolescente to web stranice (6% djece uzrasta 7-10, 14% uzrasta 11-14, 34% adolescenata).

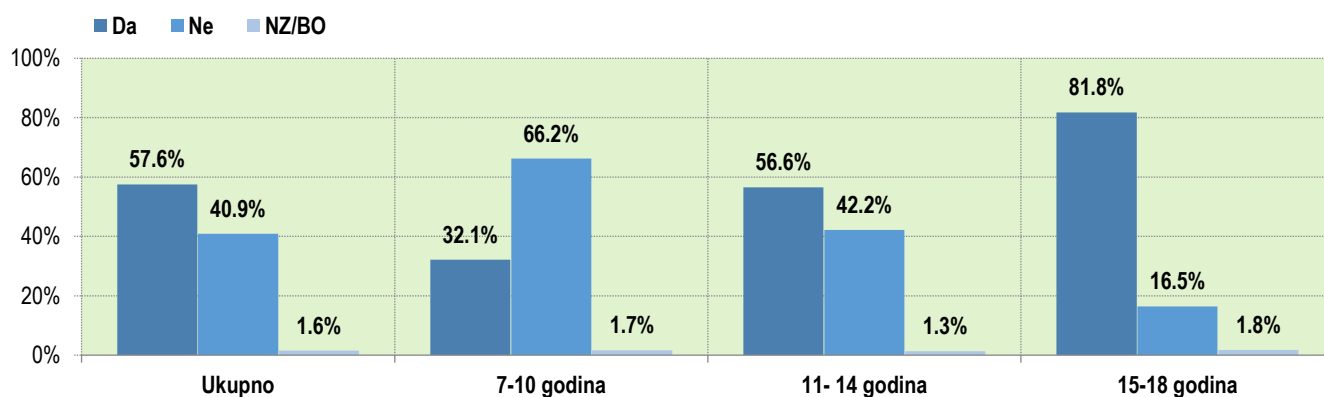
Što su djeca starija to češće ove informacije dobijaju i od prijatelja (16% djece uzrasta 7-10, 20% uzrasta 11-14, 25% adolescenata), s televizijskih/radijskih programa (7% djece uzrasta 7-10, 14% uzrasta 11-14, 19% adolescenata) i na predavanjima koja policija održava u školi (2% djece uzrasta 7-10, 7% uzrasta 11-14, 9% adolescenata). (Pogledati Grafikon 112.)

**GRAFIKON 112. IZVOR INFORMACIJA OD KOJEG SU DJECA SAZNALA KAKO SIGURNO KORISTITI INTERNET (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=821, N<sub>7-10</sub>=228, N<sub>11-14</sub>=281, N<sub>15-18</sub>=312, ANKETA DJECE)**



Upoznatost djece sa načinom na koji se može prijaviti neprimjeren sadržaj na YouTube-u raste sa starošću djece. Ali još uvijek je sa ovim upoznato osam od deset (82%) adolescenata, te tek šest od deset (57%) djece uzrasta 11-14 godina i zabrinjavajućih troje od deset (32%) djece uzrasta 7-10 godina, što je značajna disproporcija u odnosu na procenete djece koja koriste ovu web stranicu ili aplikaciju. (Pogledati Grafikon 113.)

**GRAFIKON 113. POZNAVANJE PRIJAVE NEPRIMJERENOG SADRŽAJA NA YOUTUBE-U (UKUPNO I PO DOBNIM KATEGORIJAMA, N=1.145, N<sub>7-10</sub>=361, N<sub>11-14</sub>=389, N<sub>15-18</sub>=395, ANKETA DJECE)**





## 6. Zaključak

Uprkos vrlo izazovnom periodu provođenja istraživanja (prisustvo pandemije virusa Covid-19) djeca i roditelji iz BiH vrlo su se spremno odazvali pozivu na učešće u istraživanju, ističući da temu smatraju vrlo interesantnom i značajnom. Što dodatno pokazuje da raste svjesnost o potrebi da se interakcija djece i medija napravi sigurnijom. I ako već nije moguće u potpunosti izbjeći negativne uticaje dječijeg korištenja medija i informaciono-komunikacionih tehnologija, da ih se pokuša smanjiti, istovremeno potičući pozitivne strane njihove upotrebe.

Dobijeni podaci daju osnovu za ovakvu vrstu djelovanja, jer pružaju uvid u medijske navike djece, ali i u roditeljska ponašanja vezana za njihov nadzor, kao i u stavove i djece i roditelja vezane za upotrebu medija i informaciono-komunikacionih tehnologija, te za posljedice koje njihovo korištenje (može da) ima.

Oni pokazuju da djeca u BiH imaju na raspolaganju veliki broj informaciono-komunikacijskih uređaja, te da frekventnost i dužina korištenja pojedinih od njih zavise od uzrasta djeteta. Ali da djeca svih uzrasta puno vremena provode pred ekranima (starija pretežno na društvenim mrežama, stranicama ili aplikacijama za razmjenu poruka i igrajući igrice, a mlađa gledajući televiziju), dok je npr. čitanje knjiga, slikovnica, stripova, novina i časopisa izrazito rijetko zastupljeno. Uprkos tome, manji dio djece i roditelja svjestan je da dječije korištenje medija i informaciono-komunikacijskih tehnologija nije pod njihovom kontrolom i da (može da) ima (i) određeni negativan uticaj. A roditelji su posebno rijetko upoznati sa mogućim štetnim posljedicama na psihičku dobrobit i moralni razvoj djece.

U skladu sa tim, pravila o dječjem korištenju pojedinih informacionih-komunikacijskih uređaja postavlja samo dio roditelja, koji tek djelimično provode nadzor da li se postavljena pravila poštuju. Istovremeno, djeca i roditelji nemaju dovoljno podrške usmerene na povećanje znanja o sigurnom korištenju medija i informaciono-komunikacijskih tehnologija, posebno ne institucionalne (od edukacijskih ustanova, RAK-a itd). Rezultat je da i djeca i roditelji smatraju da znaju dovoljno o ovoj temi, dok dobiveni podaci pokazuju suprotno (npr. podaci o dosadašnjoj izloženosti djece televizijskom sadržaju koji je loše uticao na njih ili o prijavljivanju neprimjerenog sadržaja na internetu).

Zbog toga autorice izvještaja vjeruju da će na osnovu ovog istraživanja biti moguće odrediti prijeko potrebne intervencije i razviti strategije djelovanja koje mogu dovesti do poboljšanja načina upotrebe medija i informaciono-komunikacionih tehnologija od strane djece u BiH i maksimizirati pozitivne efekte njihovog korištenja, te na taj način, povećati sigurnost i opću dobrobit djece u digitalnoj eri.