

Kako komunicirati s djecom



Načela i prakse za podršku, nadahnuće,
poticaj, obrazovanje i iscjeljenje



mr.sc. Barbara Kolucki
dr.sc. Dafna Lemish

zajedno za djecu

unicef



Prevela s engleskog: Alma Domazet Flego
Redaktura i korektura: Gorana Dojčinović

Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF)
Ured za Hrvatsku
rujan, 2013.
naklada: 500 primjeraka
CIP zapis dostupan u računalnome
katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice
u Zagrebu pod brojem 853632.
ISBN: 978-953-7702-22-9

Sadržaj

Predgovor	iii
Zahvale	v
Uvod	vii
Sažetak	ix
O autoricama	xi
 PRVI DIO: ZAŠTO DJECA I ZAŠTO KOMUNIKACIJA?.....	1
• djeca su cjelovita i samosvojna ljudska bića	3
• pravo djece na medijsku komunikaciju.....	3
• različita medijska okruženja djece	5
 DRUGI DIO: ŠTO ZNAMO O DJECI I MEDIJIMA	7
• mediji mogu imati pozitivne i negativne utjecaje	9
• kako mediji mogu potaknuti promjene.....	12
 TREĆI DIO: RAZVOJ DJETETA I POTREBE I VJEŠTINE MEDIJSKOG KOMUNICIRANJA	13
• glavne dobne skupine: rana dob, srednja dob, rana mladenačka dob	16
• rana dob (od rođenja do šeste godine).....	17
• srednja dob (od sedme do desete godine).....	20
• rana mladenačka dob (od jedanaeste do četrnaeste godine).....	22
 ČETVRTI DIO: NAČELA I SMJERNICE ZA MEDIJSKE SADRŽAJE NAMIJENJENE DJECI	25
• prvo načelo: medijski sadržaji za djecu moraju biti namijenjeni djeci i prilagođeni njihovoj dobi.....	28
• drugo načelo: medijski sadržaji za djecu moraju biti usmjereni na cjelovit razvoj djeteta	32
• treće načelo: medijski sadržaji za djecu moraju biti pozitivni i naglašavati kvalitete	36
• četvrto načelo: medijski sadržaji za djecu trebaju se baviti potrebama i sposobnostima sve djece, uključujući najugroženije skupine	42
 PETI DIO: KAKO IZBJEĆI ČESTE ZAMKE PRI STVARANJU MEDIJSKIH SADRŽAJA ZA DJECU	47
 ŠESTI DIO: DODATNI POZITIVNI PRIMJERI I MATERIJALI	57
 Bilješke	75
 Anketa.....	77



Predgovor

Dok sam kao mlada stručnjakinja za razvoj radila u sirotinjskim četvrtima New Delhija i Mumbaija, shvatila sam kakva je moć djece kao pokretača promjena, ne samo unutar njihovih obitelji nego i unutar čitave zajednice. Djeca stara samo osam godina promicala su pranje ruku, ali i navikavala svoje roditelje na mogućnost da bi mogla studirati, igrati se i jesti zajedno s djecom iz drugih zajednica i kasti. Tko god se uvjerio u trajnost diskriminacijskih postupaka diljem svijeta, shvatit će važnost ove društvene promjene. Bila sam uvjerena da, ako zaista želimo promijeniti svijet unutar jedne generacije, moramo komunicirati s djecom, a ne samo s odraslima, koji se često čvrsto drže svojih stavova i navika. Znamo pak kako su djeca otvorena, prijemčiva, radoznala, da rado iskušavaju nove stvari, da su nevjerojatno domišljata i da se mogu u potpunosti posvetiti nekom cilju.

Jedino nisam bila sigurna **kako** komunicirati s djecom, a da poruke koje im prenosimo budu prilagođene njihovoj dobi i kulturi, da su inkluzivne i pozitivne, da pomažu u izgradnji samopoštovanja i samopouzdanja te možda najbitnije od svega, da su zanimljive i zabavne. Preporuke i rješenja s kojima sam se susretala sadržavali su popriličnu količinu teorije, ali gotovo nimalo konkretnih savjeta o tome kako tu teoriju provesti u praksi. U potrazi za dječjim medijskim proizvodima nastalima unutar odgojnih znanosti otkrila sam kako je naglasak uglavnom bio na komunikaciji s mladima. Osim toga, čak i kad se koristio zabavan medij (primjerice animacija), rezultati su često bili dosadni i pretjerano didaktični. Kao da se potpuno zaboravilo na mlađu djecu, pogotovo na onu mlađu od deset godina. Bogatstvo i raznolikost kulturnog konteksta u kojima djeca žive i uče često su zanemarivani nauštrb zapadnjačkih globalnih prototipova koji su se proširili u svim područjima.

Kad sam se sredinom 1980-ih pridružila UNICEF-u, odlučila sam poraditi na nadvladavanju razlike između teorije i prakse te pomoći u osmišljavanju smjernica i rješenja koja su mi toliko nedostajala onda kada su mi bila najpotrebnija. UNICEF je, na sreću, organizacija koja potiče inovacije i spremna je u njih ulagati. Ovo se putovanje sastojalo

od eksperimentiranja dugog dvadeset i pet godina. Razgovarala sam s djecom i dopuštala im da mi budu vodiči. Puno sam naučila iz uspjeha, ali i neuspjeha. Također sam naučila prepoznavati stručnjake koji u proizvodnji medijskih proizvoda za djecu sjedinjuju tehničko znanje s kreativnošću i iskustvom, stručnjake koji razumiju različite kulturne kontekste i one rijetke odrasle ljude koji se još uvijek sjećaju kako je to bilo biti dijete. Moja potraga završila je kad sam pronašla Barbaru Kolucki, glavnu autoricu ove publikacije. Sljedeći izazov bio je pronalaženje znanstvenika i stručnjaka za dječje medije koji će svojim znanstvenim pristupom povezati bogato praktično iskustvo s vjerodostojnom teorijom. Suautorica Dafna Lemish bila je izvrstan izbor za ovu ulogu. Naše zajedničko putovanje bilo je uzbudljivo, puno izazova, ponekad i naporno, ali uvijek zabavno.

Iz te suradnje nastala je zbirka materijala *Kako komunicirati s djecom*. Ona sjedinjuje saznanja iz područja dječje razvojne psihologije i medijskih studija s analizama medijskih proizvoda za djecu kako bi pružila jednostavne informacije o normama razvoja u različitim fazama djetetova života. Također nam pomaže u razumijevanju implikacija ovih normi na ono što možemo najučinkovitije prenijeti djeci različitih dobnih skupina i kako to možemo postići. Ova zbirka nam nudi primjere uspješnih praksi, koje često s veoma malim sredstvima provode mladi stručnjaci diljem svijeta, kako bi nam pokazali da možemo poštovati načela ljudskih i dječjih prava te se voditi cjelovitim pristupom djeci, a istovremeno stvarati zanimljive i zabavne medijske proizvode.

Ako se neki pedagog danas zapita kako može iskoristiti moć medija da bi pomogao u preživljavanju, razvoju, sudjelovanju i zaštiti prava djece na pozitivan i poticajan način pun poštovanja i zabave za djecu i njihove obitelji, može započeti s ovom knjižicom ili njenom internetskom verzijom na <http://www.unicef.org/cwc/>.

UNICEF i njegovi partneri sve više pažnje posvećuju medijskoj komunikaciji i sudjelovanju djece kao ključnim čimbenicima u poštivanju prava sve djece. Posebno se radi na učinkovitijem provođenju članka 17 UN-ove *Konvencije o pravima djeteta*, koji priznaje pravo djeteta na „pristup informacijama i materijalima iz raznovrsnih domaćih i međunarodnih izvora, napose onih kojima je cilj promicanje društvene, duhovne i moralne dobrobiti djeteta, kao i njegova tjelesnoga i duševnog zdravlja.”¹ Ako razumijemo kako djeca različitih dobnih skupina primaju informacije, kako opažaju, uče, konceptualiziraju i kako reagiraju na ono što vide i čuju, ono što prenosimo djeci i kako to činimo postat će puno djelotvornije te će biti izvor nove moći. Ova zbirka materijala prilog je izgradnji tog razumijevanja u duhu *Konvencije o pravima djeteta*. Nadamo se da ćete uživati u njenom korištenju i da će vam koristiti, kao što je i nama koristio proces njezina sastavljanja.

Rina Gill
pomoćnica direktora, Odjel za politike i prakse
UNICEF u New Yorku

¹ http://www.unicef.hr/upload/file/300/150215/FILENAME/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta.pdf



Zahvale

Ova knjiga ne bi mogla biti napisana bez potpore mnogih pojedinaca, onih povezanih s UNICEF-om i onih izvan njega.

Rina Gill bila je ključna osoba u vođenju i savjetovanju tijekom različitih faza stvaranja ovog projekta, još od originalne zamisli i organizacije pa do njegova završetka. Posvećena i talentirana Paula Claycomb nadgledala je završetak posla te objavljivanje i predstavljanje ove publikacije. Jim Dawson velikodušno nam je ustupio svoje ideje, tehničko umijeće i vrijeme koje mu je trebalo za izradu internetske verzije.

Nezavisni stručnjaci koji su posvetili velik dio svoga vremena pregledu skica su, između ostalih, dr. S. Anandalakshmy (savjetnica za rani razvoj i društveni razvoj, Indija); Glynis Clacherty (istraživačica, stručnjakinja za participativna istraživanja s djecom i osnivačica projekta *The Suitcase Project*, Južnoafrička Republika); dr. Charlotte Cole (viša potpredsjednica odjela za međunarodno obrazovanje u neprofitnoj organizaciji *Sesame Workshop*, SAD) i dr. Michael Rich (direktor neprofitne organizacije *Center on Media and Child Health*, Sveučilište Harvard).

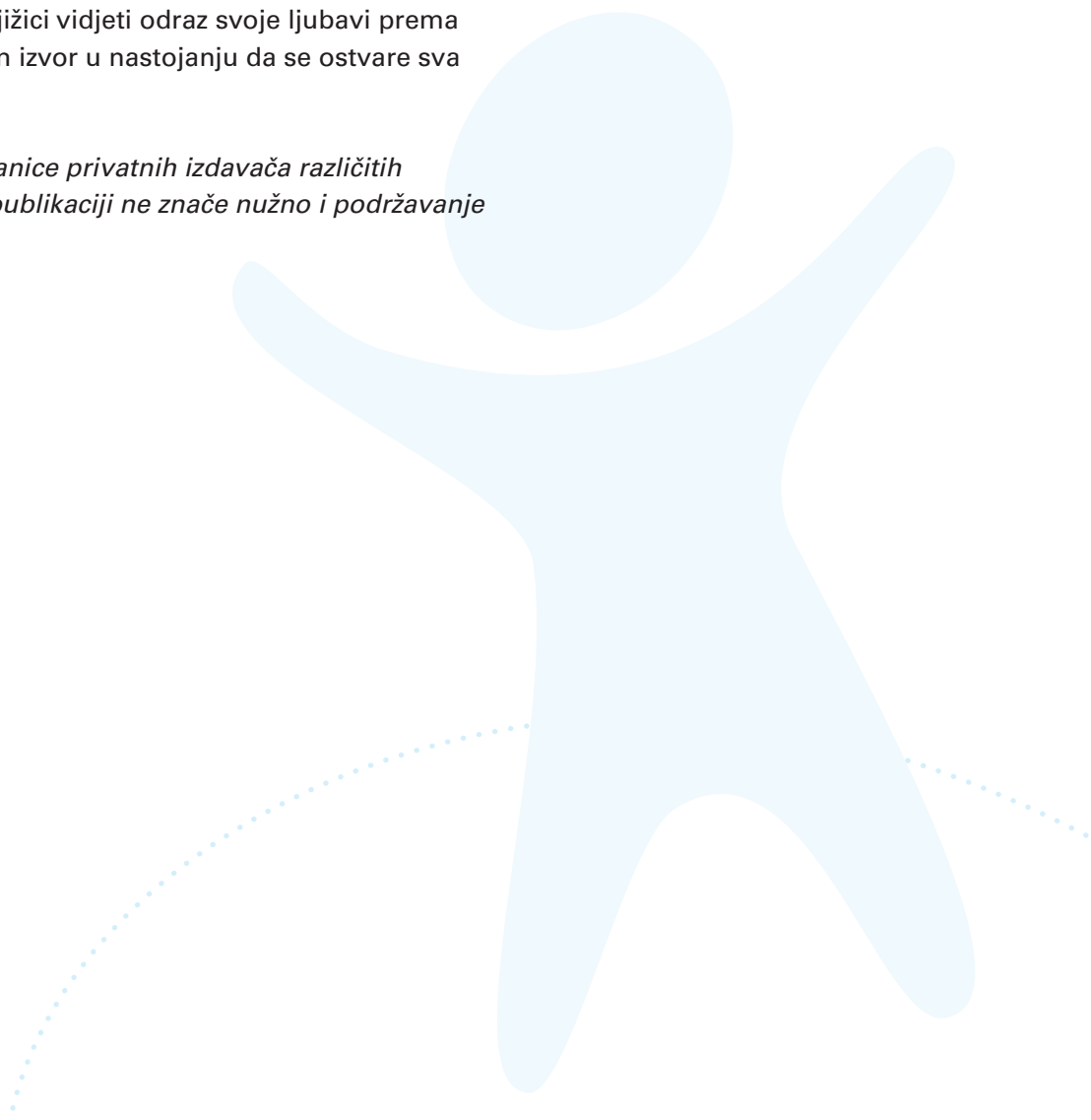
Općenite savjete, vodstvo i kritičke priloge osigurao je UNICEF-ov tim *Komunikacija za razvoj*: Anna Burlyaeva, Akiko Sakaedani Petrovic, Neha Kapil i Tess Stuart. Lea Girma-Mengistu i RyAnn Waldemarsen su ljubazno i učinkovito pružile administrativnu podršku. Internetska služba UNICEF-ova odjela za komunikacije pomogla je u osmišljavanju živahnog izgleda internetske verzije. Regina Doyle pomogla je u uređivanju, a Kerstin Vogdes Diehn spojila je svoju kreativnost i dizajnersko umijeće kako bi tekstu podarila šaren i veseo izgled.

Zahvaljujemo svim autorima, urednicima, producentima, izdavačima, pedagozima i drugima koji su ljubazno dopustili pristup svojim materijalima te njihovo korištenje u ovoj publikaciji. Nadamo se kako će biti zadovoljni interesom i upotrebom ove zbirke materijala, a priželjkujemo da je koriste ljudi u svim dijelovima svijeta.

Čestitke i želje za daljim uspjesima želimo UNICEF-ovim djelatnicima i vladama mnogih zemalja koje su provele participativne radionice s organizacijama civilnog društva te medijskim stručnjacima i drugim partnerima čiji proizvodi pomažu djeci u ostvarivanju vlastitog punog potencijala.

A djeci i obiteljima koje su nam pružile nadahnuće, odgovore i svoje vrijeme prije, tijekom i nakon sastavljanja ovog projekta poručujemo: nadamo se da ćete u ovoj knjižici vidjeti odraz svoje ljubavi prema djeci te da će ona biti koristan izvor u nastojanju da se ostvare sva njihova prava.

Napomena: Poveznice na stranice privatnih izdavača različitih materijala korištenih u ovoj publikaciji ne znače nužno i podržavanje svih njihovih proizvoda.





Uvod

Nadamo se da će ova zbirka materijala potaknuti i omogućiti proizvodnju kvalitetnih medijskih proizvoda koji će poboljšati živote djece u cijelome svijetu. Na ovim stranicama želimo **podržati** uvjerenje kako su mediji jedan od najmoćnijih izvora u poboljšanju života djece i njihovih obitelji.

Ovaj bi vas rad trebao **nadahnuti** da potražite i iskoristite najbolje od primjerenih medijskih postupaka, oblika i pristupa. Temelji se na širokom iskustvu skupljenom na terenu. Razgovarali smo s djecom, roditeljima, stručnjacima na području dječjeg razvoja, skrbnicima, učiteljima, suradnicima na projektima i drugima te saslušali što nam imaju reći. Istraživanje smo proveli u selima, gradovima i na međunarodnoj razini. Imali smo čast pregledati mnoštvo materijala, uključujući i materijale za pomoć u poučavanju i obučavanju, vodiče, knjige, videomaterijale, stručne radove, internetske poveznice, plakate i izvješća. Zatim smo izabrali „pozitivne primjere“ kako bismo ilustrirali načela i smjernice te smo dodali iscrpan popis nadahnjujućih izvora koji predstavljaju širok raspon zemalja, medija i iskustava.

Nadamo se da će vas ova načela i smjernice **potaknuti** da bolje slušate djecu, obitelji i zajednice, da s njima raspravljate i učite od njih te proučite prihvaćena istraživanja i programe kako biste sustavno planirali vlastite pozitivne i važne medijske sadržaje za razvojne strategije. Smatramo da učinkovita medijska komunikacija uključuje razumijevanje ljudi: njihovih potreba, vještina, vjerovanja, vrijednosti, društava i kultura te da se radi o dvosmjernom procesu razmjene ideja i znanja. U radu nas potiče to što s vama dijelimo svoje ideje i nadamo se da će vam biti poticajno koristiti ih.

I na kraju, ova bi zbirka materijala trebala omogućiti proces **učenja** o presudnoj važnosti medijskih sadržaja koji su prilagođeni djeci i njihovoj dobi, koji poštuju cjelovit pristup, pozitivni su, usmjereni na prednosti i inkluzivni. Priložili smo i popis uobičajenih zamki kako bismo poboljšali ovaj proces učenja te uspostavili bolju dvosmjernu komunikaciju.



Strategije *Komunikacija za razvoj* (*Communication for Development, C4D*) promiču ponašanje i društvene promjene koje su osobito bitne, a u mnogim slučajevima i neophodne za programe razvoja koji žele postići *Milenijske ciljeve razvoja* (*Millennium Development Goals, MDGs*) i šire ostvarenje prava djece i žena (www.un.org/millenniumgoals), ali s organizacijom C4D-a zajedničke interese imat će svi oni koji se bave razvojem Trećeg svijeta i humanitarnim radom, a koji žele pozitivno utjecati na ekonomske, kulturne, društvene i političke uvjete djece putem medijske komunikacije. Tu ubrajamo pomoć djeci u **iscjeljivanju** rana nastalih zbog nepravdi, predrasuda i siromaštva. Iscjeljenje će biti brže tamo gdje se radi na uključivanju marginaliziranih, ranjivih i obespravljenih skupina, a poruke koje šalju mediji nastoje vratiti dostojanstvo, poštovati kulturu i tradiciju, iskorijeniti stereotipe, smanjiti nejednakosti među spolovima te promicati dječja, ženska i ljudska prava.

Zahvaljujemo svima, odraslima i djeci, anonimnima i imenovanima, stručnjacima i laicima, koji su predlagali, sudjelovali i poticali stvaranje ove publikacije.



Sažetak

Ova zbirka materijala podržava UNICEF-ove razvojne ciljeve poboljšanja preživljavanja, razvoja i zaštite dojenčadi, djece i njihovih obitelji. Osobito je namijenjena onima koji medijsku komunikaciju žele koristiti za cjelovit razvoj djeteta.

U **prvom i drugom dijelu** objašnjavamo kako naš pristup uzima u obzir različite uvjete u kojima žive djeca u različitim dijelovima svijeta i njihova medijska okruženja. U **trećem dijelu** izlažemo osobine razvojnih faza i potrebe djece u različitoj dobi, gdje razlikujemo **ranu dob** (od rođenja do šeste godine), **srednju dob** (od sedme do desete godine) i **ranu mladenačku dob** (od jedanaeste do četrnaeste godine). Iako sva djeca imaju potrebu za poticajnom društvenom i fizičkom okolinom koja im pruža ljubav i podršku, njihove kognitivne, emocionalne, tjelesne i društvene vještine se razvijaju tijekom vremena. Kako odrastaju i postaju zreliji, tako se mijenjaju i njihove potrebe, vještine, interesi i izazovi s kojima se suočavaju. U glavnim crtama izlažemo implikacije ovih promjena na potrebe djece za medijskim sadržajima i kako se njima možemo baviti na korisne načine.

Ovaj rad koristi podatke dostupnih izvora iz različitih dijelova svijeta o ulozi medija u svim aspektima života djece, uzimajući u obzir njihove pozitivne i negativne posljedice. Smatra se kako mediji nisu po svojoj prirodi isključivo dobri ili loši nego se radi o tehnologiji koju odabiremo koristiti na različite načine.

Na toj teorijskoj osnovi, u **četvrtom dijelu** nudimo **četiri ključna načela za proizvodnju medijskih sadržaja za djecu** i smjernice za njihovo provođenje. Smjernice služe kao „podsjetnik“ za proizvodnju medijskih sadržaja za djecu i procjenu već dostupnih materijala. Obogaćene su pozitivnim primjerima iz niza zemalja i medija te su namijenjene različitim dobnim skupinama.

- Prema prvom načelu, „medijski sadržaji za djecu moraju biti namijenjeni djeci i prilagođeni njihovoj dobi“, čemu su dodane

smjernice o korištenju jezika, likova, zapleta, glazbe i humora primjerenih djeci, poticanju pozitivne interakcije i kritičkog mišljenja te prikazivanju takvih uzora te promišljenom i razumnom korištenju posebnih efekata.

- Prema drugom načelu, „medijski sadržaji za djecu moraju biti usmjereni na cjelovit razvoj djeteta”, čemu su dodane smjernice o korištenju integriranog pristupa medijskim sadržajima umjesto pojedinačne usmjerenosti na različite teme, potrebi da se odraslima ponude pozitivni uzori u njihovim odnosima s djecom kao cjelovitim i samostalnim ljudskim bićima te stvaranju „sigurnih utočišta”.
- Prema trećem načelu, „medijski sadržaji za djecu moraju biti pozitivni i naglašavati kvalitete”, a podržavaju ga smjernice kako uz kompetencije izgraditi i samopouzdanje, koristiti pozitivne uzore, uključiti djecu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i vide njene pozitivne primjere te pravilo *ne naškoditi*.
- Prema četvrtom načelu, „medijski sadržaji za djecu trebaju se baviti potrebama sve djece, uključujući najugroženije skupine”, a podupiru ga smjernice kako je potrebno odražavati dostojanstvo svakog djeteta i odrasle osobe, biti inkluzivan, slaviti i cijeniti sve vrste različitosti, pobrinuti se da u sadržajima ne postoje stereotipi te odražavati i njegovati pozitivne aspekte lokalnih kultura i tradicija.

U **petom** su **dijelu** sažeti načini izbjegavanja čestih zamki u stvaranju medijskih sadržaja za djecu. Ponuđeno je deset savjeta za njihovo sprečavanje u obliku pitanja i odgovora.

I na kraju, **šesti dio** nudi pravo bogatstvo dodatnih pozitivnih primjera i izvora (audiovizualni materijali, knjige, znanstveni izvori itd.). Također, pozivamo čitatelje da nam jave koji su njihovi omiljeni primjeri medijskih sadržaja za djecu kako bismo dodatno poboljšali ovaj rad.





O autoricama



BARBARA KOLUCKI se (mr.sc., Učiteljski fakultet Sveučilišta Columbia, 1975.) kao učitelj i pedagog bavi medijima za djecu, cjelovitim razvojem djeteta, zaštitom djece, podizanjem svijesti o invaliditetu i smanjivanjem predrasuda. Ima više od dvadeset i pet godina iskustva u više od dvadeset zemalja u razvoju, radi na izgradnji lokalnih medija i obrazovanju zaposlenika, ponajprije za UNICEF, Svjetsku banku i druge UN-ove organizacije. Pripomogla je u razvoju ili stvaranju nekoliko ključnih medijskih proizvoda za razvojne projekte, uključujući one u Maldivima, Kirgistanu, Myanmaru i Mozambiku. Šest godina radila je za neprofitnu organizaciju *Children's Television Workshop* (današnja *Sesame Workshop*) zalažući se za uključivanje djece i odraslih s invaliditetom i za smanjenje predrasuda u njihovim proizvodima te je autorica nagrađivane knjige *Zajedno na ulici: Aktivnosti za SVU djecu*.

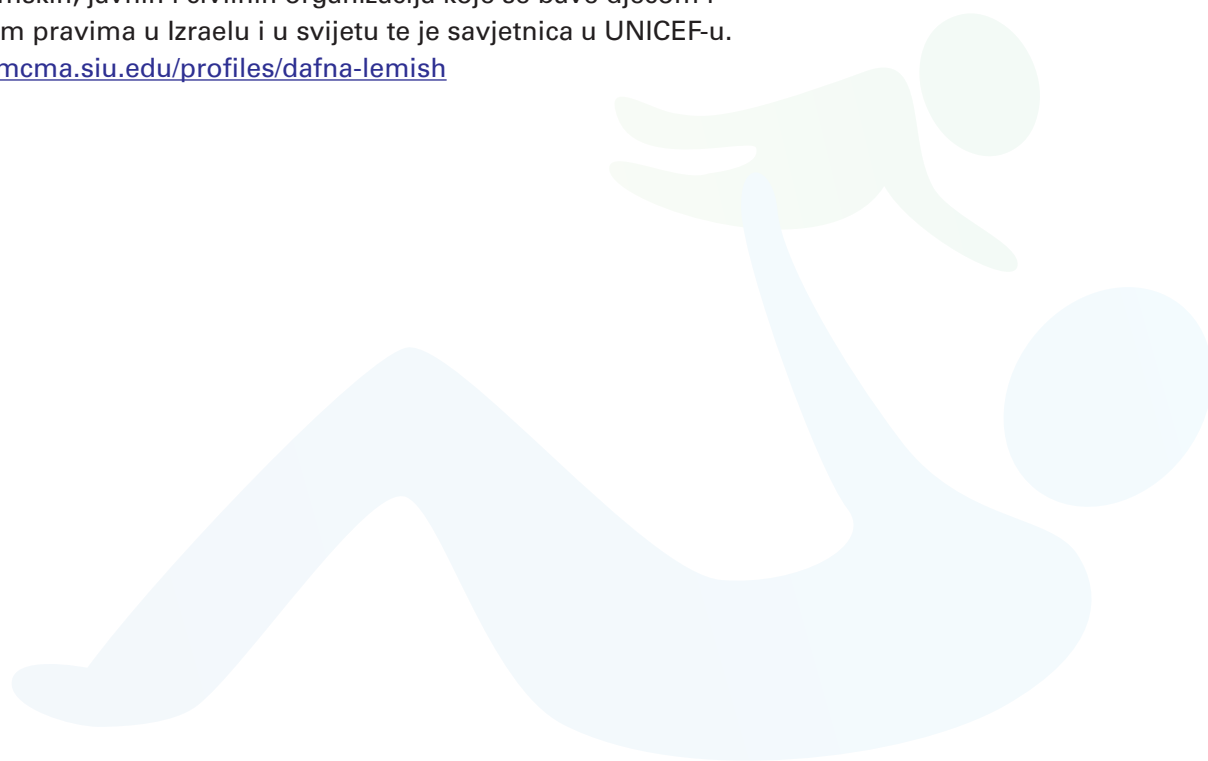
Napisala je nekoliko UNICEF-ovih izvješća, primjerice *Medijski sadržaji za rani razvoj djece* (UNICEF, 2006., glavna autorica) i *Nešto za čitanje, nešto za učenje: tiskani mediji za djecu i o djeci* (SIE-ZND/ UNICEF, 2006., suautorica) te više od četrdeset različitih članaka i prikaza medijskih sadržaja za <http://www.disabilityworld.org>. Također je osmislila prve tečajeve o djeci i medijima na Sveučilištu Hong Kong i Sveučilištu Fordham.



DAFNA LEMISH (dr.sc., Sveučilište države Ohio, 1982.) je profesorica i predsjednica Odjela za radioteleviziju na Sveučilištu Južni Illinois u Carbondaleu, osnivačica i urednica časopisa *Journal of Children and Media* te znanstvenica pri organizaciji *Center on Media and Child Health*. Predavala je na Odsjeku komunikacija na Sveučilištu Tel Aviv, gdje je bila i predstojnica odsjeka. U svom se znanstvenom radu i poučavanju bavi djecom, medijima, slobodnim vremenom i medijskim prikazima spolova te je o tim temama objavila više od 120 članaka i poglavlja.

Neke njene novije knjige su *Rod na ekranu dječje televizije: Mišljenja producenata diljem svijeta* (Routledge, 2010.); *Čudesan telefon u zemlji čuda: Mobilna telefonija u Izraelu* (s Cohen i Schejter; Hampton Press, 2008.); *Djeca i televizija: Globalna perspektiva* (Blackwell, 2007.); *Djeca i mediji u doba sukoba i ratova* (urednica uz Götz; Hampton Press, 2007.); *Mediji i dječji izmišljeni svjetovi: Harry Potter i Pokémon susreću se u Disneylandu* (s Götz, Aidman i Moon; Lawrence Erlbaum, 2005.); i *Medijska kultura diljem svijeta: Politike i prakse* (urednica s Tufte i Lavender; Hampton Press, 2003.). Također je aktivna u mnoštvu akademskih, javnih i civilnih organizacija koje se bave djecom i ženskim pravima u Izraelu i u svijetu te je savjetnica u UNICEF-u.

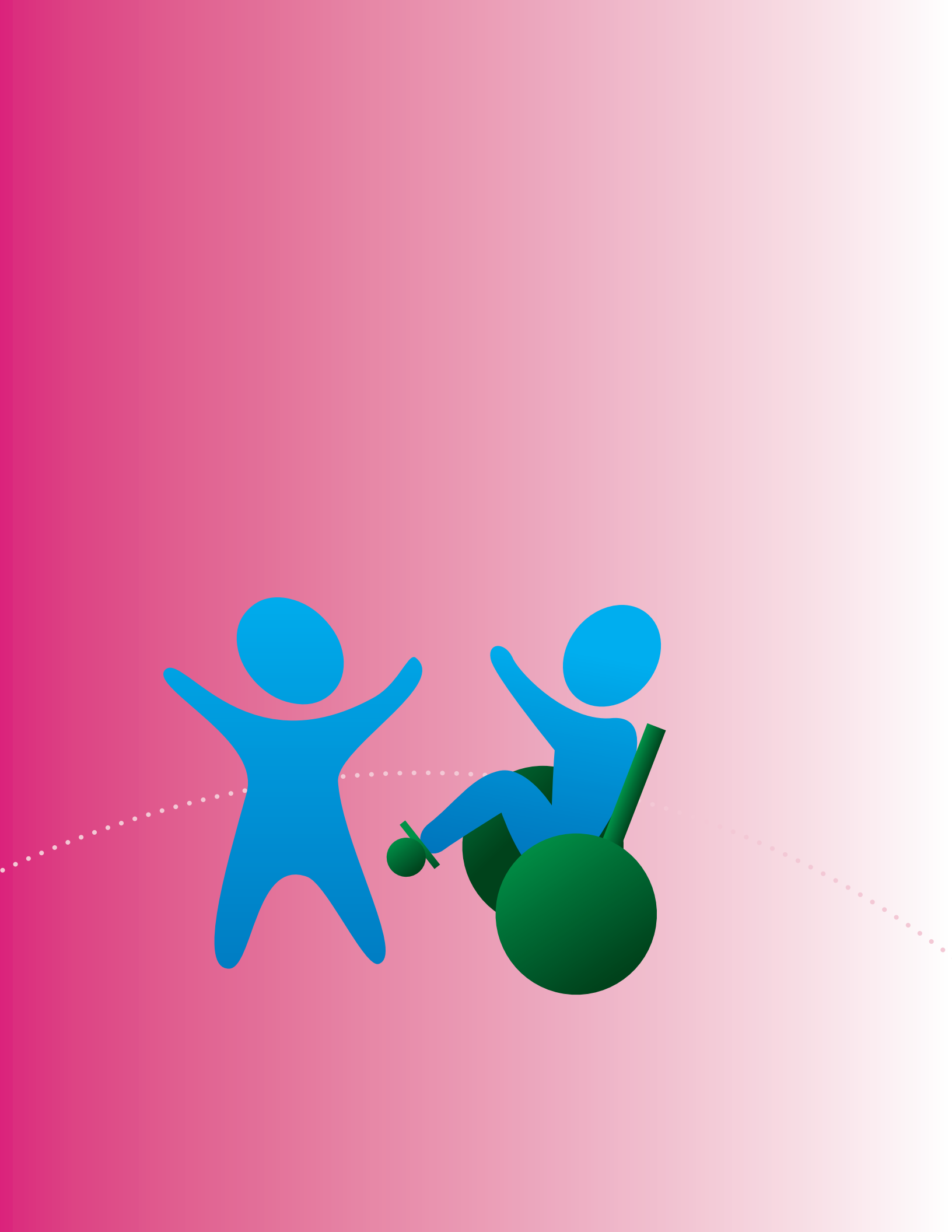
<http://mcma.siu.edu/profiles/dafna-lemish>





Prvi dio

Zašto djeca i zašto komunikacija?





Djeca su cjelovita i samosvojna ljudska bića

Djeca i mladi nalaze se u jedinstvenom razdoblju ljudskog životnog ciklusa kojem moramo posvetiti osobitu pažnju i svoje najbolje resurse i uloge. Oni su najveći „društveni kapital“ svakog društva koje promjenom želi postići bolju današnjicu i budućnost svojih članova. Njihovo obrazovanje nudi mogućnost poboljšanja ekonomskih i društvenih prilika; njihova pozitivna socijalizacija u rješavanju sukoba može pomoći u rješavanju društvenih sukoba; njihovo zdravlje i zdrava prehrana promicat će dugovječnost, niže društvene troškove te će poboljšati kvalitetu života, a njihova psihološka dobrobit nudi nadu otpornijeg i kulturno raznolikog društva. Većina roditelja se nada kako će njihova djeca imati bolju kvalitetu života od njih i većina ih se trudi postići taj cilj. Konvencija Ujedinjenih naroda o pravima djeteta iz 1989. godine podsjeća nas kako su djeca cjelovita i samosvojna ljudska bića te kako u svakoj fazi razvoja zaslužuju ono najbolje što im život može pružiti.

.....

Većina djece može reagirati na pozitivne medijske sadržaje te razviti sve svoje potencijale.

.....

Djeca i mladi ipak nisu homogena skupina. Na početku trećeg milenija, djecu se odgaja u mnoštvu različitih društvenih prilika, a ona se u svom svakodnevnom životu suočavaju s vrlo različitim izazovima. Za svoju budućnost imaju različite snove i ambicije. Mnoga djeca današnjeg svijeta ne žive pod zaštitom brižne obitelji i ne mogu iskoristiti svoje pravo na pohađanje škole. Druga djeca su se pak uz iznimno težak svakodnevni život morala nositi i s nezamislivim situacijama i nepogodama. Doživjela su traume, diskriminaciju, patnju, okrutnosti i zlostavljanje te na njima leži odgovornost koja premašuje njihovu dob (<http://www.unicef.org/rightsite/sowc>). Usprkos tome, većina djece može reagirati na pozitivne medijske sadržaje te razviti sve svoje potencijale.

Pravo djece na medijsku komunikaciju

Ovaj rad odnosi se na posebnu ulogu medijskih sadržaja u poboljšanju života djece u cijelome svijetu. Kako medijski sadržaji mogu pomoći djeci – pogotovo najranjivijoj i onoj koja žive u nepovoljnim uvjetima – u preživljavanju, razvijanju i napredovanju? Kako komunikacija s

djecom može nadvladati generacijske i kulturne razlike te pripomoći u dostizanju ciljeva društvenog razvoja?

Prava djece opisana u Konvenciji uključuju različita prava povezana s medijima: pravo djeteta da ga se sasluša i shvati ozbiljno, pravo na slobodan govor i na pristup informacijama, pravo na očuvanje privatnosti, stvaranje kulturnog identiteta i na ponos zbog svoje tradicije i vjerovanja. Glasove djevojčica i dječaka treba poslušati i shvatiti ih ozbiljno, bez obzira žive li u siromašnim društvima s manjkom resursa ili u onima gdje prevladavaju komercijalizacija i vladavina profita. Potrebno je poboljšati njihov pristup bitnim informacijama, kao i mogućnost u izražavanju svojih potreba i mišljenja. Medijski proizvodi moraju poštovati privatnost i dostojanstvo djece te razvijati njihovo samopoštovanje i samopouzdanje. Kad se djeci pokušava dati „glas“, to ne smije biti samo površan pokušaj koji odražava perspektivu odraslih nego mora poticati njihov cjelovit razvoj i vještine rješavanja problema.

Umjesto da o djeci razmišljamo kao o malim ljudima koji postepeno postaju odrasli, mnogi svjetski stručnjaci za dječji razvoj predlažu kako bismo o njima trebali razmišljati kao o cjelovitim i zasebnim ljudskim bićima. Moramo, naime, u potpunosti prihvatiti da djeca u svakoj fazi svoga razvoja imaju jedinstvene potrebe i vještine te vlastite glasove koji zaslužuju da ih se sasluša s uvažavanjem i suosjećanjem.



Ako prikazujemo djecu u televizijskim i radijskim emisijama, u knjigama, na plakatima i drugim vrstama medija, to ne znači da ti materijali odmah postaju i „prilagođeni djeci”. Poruke se moraju prilagoditi točno određenoj dječjoj publici i moraju uključivati njihove potrebe, gledišta i stajališta kako bi se djeca mogla povezati s njima na korisne i djelotvorne načine. Znanje sakupljeno tijekom godina proučavanja djece i medija pokazuje kako su djeca aktivni korisnici medija, reagiraju na njih, razmišljaju, osjećaju i iz njih stvaraju vlastita značenja. U svoje susrete s medijima unose čitav niz ukusa, sposobnosti, želja i iskustava. Gledaju televiziju i slušaju priče u različitim osobnim, društvenim i kulturnim uvjetima koji također utječu na to što će steći putem tog iskustva. Ne smijemo nikada pretpostaviti da je ono što mi kao odrasli trebamo od medija (televizijskih emisija, članaka u časopisima, usmenih pripovijesti, kartaških igara, plakata) i što njima dobivamo jednako onome kako ih shvaćaju djeca.

Različita medijska okruženja djece

Djeca se također razlikuju po pristupu različitim oblicima medija kao što su knjige i časopisi, radio, televizija, računala, internet, glazbeni aparati i mobilni telefoni. U ratnim područjima i područjima pogođenima elementarnim nepogodama djeca ponekad nemaju pristup nikakvim medijima, odnosno suočavamo se sa širokim nizom izazova zbog nejednakosti u pristupu digitalnim medijima. Neka djeca



žive u okruženju ispunjenom medijskim sadržajima gdje se mediji spajaju u „kulturu ekrana“ koja dominira njihovim životima, dok drugoj djeci nisu dostupni ni osnovni oblici komunikacijskih tehnologija, koje su obilježje našeg globalno povezanog svijeta.

Osim toga, nekoliko novih projekata u različitim dijelovima svijeta eksperimentalno upoznaje djecu s komunikacijskim tehnologijama poput interneta i mobilne telefonije. No, tehnološka i kulturna globalizacija se ubrzavaju pa je pristup različitim medijima sve uobičajeniji, čak i u udaljenim područjima. Sam pristup nije dovoljan kako bi se za djecu ostvarile pozitivne promjene. Neće im koristiti samo mogućnost gledanja televizije ili igranja računalnih igara nego i kvaliteta televizijskog i računalnog sadržaja kojem su izloženi. Sam pristup mobilnim telefonima i internetu neće djeci pružiti mogućnost za rast i razvoj, već će to ovisiti o načinima na koje će upotrebljavati te medije i kakve će veze ti mediji omogućavati. Nije stvar samo u smišljanju lutkarske predstave za djecu, već se treba pobrinuti da poruka bude razvojno i kulturno prilagođena te da može biti katalizator pozitivnih promjena.

Nadalje, iako se često spominju prednosti naprednih tehnologija u dosezanju velikog broja djece, ponekad će (primjerice u siromašnim gradskim četvrtima i osamljenim ruralnim područjima bez struje i drugih usluga) slabije tehnologije možda biti djelotvornije u komunikaciji s određenim skupinama. Postoji potreba za razvijanjem kreativnih načina ponude sadržaja u nepovoljnim situacijama te učinkovitijim utjecajem na djecu kojoj bi inače pristup medijima bio uskraćen. Jednostavne metode postoje u rasponu od pokretnih kombija i rikši koje nude video i audiosadržaje pa do aparata kojima ne treba struja za pokretanje poput projektoru u kojem se ručno pokreće izmjena fotografija.

Ključni izazovi su nam: kako se možemo približiti djeci i obogatiti njihove živote mudrim i odgovornim korištenjem medija, pritom brinući za njihovu dobrobit i zdrav razvoj? Kako možemo iskoristiti različite oblike medijske komunikacije da bismo nešto promijenili, osobito za ranjivu djecu u nepovoljnom položaju, na načine koji će izgraditi njihovu psihološku otpornost, pomoći im da prežive i napreduju te ih postaviti na put prema boljem životu?





Drugi dio

Što znamo o djeci i medijima





Sudeći prema detaljnim znanstvenim istraživanjima o ulozi medija u životima djece, mediji (knjige, novine, časopisi, televizija, radio, kino, računalna tehnologija, internet, mobilna telefonija) danas postaju jedno od ključnih sredstava socijalizacije te utječu na ponašanje, stavove i svjetonazore (1). Oni su središnji pripovjedači našeg vremena jer su poput zbirke izvora informacija i zabave za sve generacije i u svim svjetskim kulturama. Znanstvenici i javnost često imaju podvojen stav o medijima. S jedne strane, medije smatramo veoma pozitivnima. Velike nade i očekivanja ulažu se u ideju o medijima koji mogu obogatiti živote djece, promijeniti nezdrave vrste ponašanja, potaknuti maštu i kreativnost, proširiti obrazovanje i znanje, poticati inkluziju i toleranciju, smanjiti razliku između društvenih slojeva i doprinijeti razvoju i civilnom društvu. S druge strane, pojavljuje se sve veća zabrinutost da mediji mogu otupiti osjetila, kočiti maštu i spontanu igru, proizvesti neosjetljivost na bol drugih, poticati destruktivne vrste ponašanja, održavati stereotipe, dovesti do propadanja moralnih vrijednosti, potisnuti lokalne kulture i doprinijeti otuđenju od društva.

Mediji nisu sami po sebi prirodno dobri ili loši: radi se o tehnologiji koju se može koristiti na različite načine.

Mediji mogu imati i pozitivne i negativne utjecaje

Prema dosad prikupljenim saznanjima o ulozi medija u životima djece, doista se čini kako oni na djecu mogu istovremeno imati i pozitivne i negativne posljedice, ovisno o sadržajima koje u njih uključujemo, kontekstu u kojima se oni doživljavaju, načinima upotrebe i o individualnim osobinama djece koja ih koriste. Mediji nisu sami po sebi prirodno dobri ili loši: radi se o tehnologiji koju se može koristiti na različite načine. Iz istraživanja provedenih u različitim dijelovima svijeta, zaključeno je kako kvalitetni medijski proizvodi namijenjeni djeci (televizijski i radijski programi, knjige, internetske stranice, informativni servisi mobilnih telefona, obrazovne kampanje putem posebnih oznaka na ulicama, lutkarske predstave, dramske predstave itd.) mogu biti učinkoviti u promicanju različitih razvojnih ciljeva (2). Primjerice, obrazovne televizijske emisije kod predškolaca dokazano potiču spremnost za školu, ranu pismenost te djelotvorno poučavaju određenim elementima nastavnog programa. Ovaj pristup izrazito je povezan s razvojnom

komunikacijom koja sustavno koristi postupke i strategije medijske komunikacije za promicanje društvenog razvoja i promjene.

UNICEF je također eksperimentirao s razvijanjem kreativnih materijala u ključnim projektima (inicijative za promicanje ravnopravnosti spolova, *Meena* u Južnoj Aziji i *Sara* u Africi; podrška koprodukcijama lokaliziranih verzija emisije *Ulica Sezam* u Meksiku i na Kosovu te serijama s kulturnim posebnostima poput kirgiskog animiranog filma *Čarobno putovanje*). Za djecu su posebno bitne strategije koje sjedinjuju sve prednosti i pozitivne strane zabave i obrazovanja (u engleskom jeziku je taj spoj označen složenicom *edutainment* od riječi *education* i *entertainment*). Tako se privlačnost i popularnost zabave koristi za postizanje društvene promjene i promicanje dobrobiti pojedinca i društva (3).

Teško je procijeniti učinkovitost ovakvih intervencija, budući da one u velikoj mjeri ovise o ciljevima projekta i načinima na koje se definira učinkovitost. Projekt primjerice može potaknuti ljude na zauzimanje drugačijeg stava prema nekom problemu ili da budu skloniji prihvaćati poruke o njemu. Projekt može poslužiti kao uzor ili utjecati na norme poticanjem drukčije perspektive. Može također promijeniti okvir u kojem promatramo neki problem (vidi: Prasad, 2009. i Singal et al., 2004.).

Već je dostupno nekoliko vrijednih inicijativa promicanja čitanja najmlađima kako bi se potaknuo njihov zdravi razvoj. Ako se djeci čitaju knjige koje prikazuju ili promiču zdrave načine života, učvršćuje se komunikacija među djecom i njihovim skrbnicima, podupire se njihovo samopouzdanje i stjecanje znanja, osnažuje se njihova jezična sposobnost i spremnost za školu te održava pismenost kod starije braće i sestara i roditelja (4). Ali, uvijek postoji potreba za dodatnim razmatranjima i novim razmišljanjima o boljim načinima komunikacije s djecom koji će pomoći u promicanju njihove dobrobiti.





Dok postizemo pomake uz nove vrste medijskog komuniciranja, sve je više dokaza o tome kako mediji mogu imati veoma negativan utjecaj na djecu i mlade. Primjerice, učestalo prikazivanje nasilja na televiziji, u filmovima i videoigrama, što je zajednička značajka medijskih sadržaja u cijelom svijetu, dokazano utječe na djecu na više razina – na njihovo ponašanje (povećanje agresivnog ponašanja), psihički život (povećanje straha i tjeskobe u susretu sa svijetom u kojem žive) te društveni život (smanjenje osjetljivosti na patnje drugih ljudi i potvrda nasilja kao najboljeg načina za rješavanje međuljudskih sukoba). Čak i kad je nasilje prikazano kako bi se dokazala neka moralna ili obrazovna pouka, kako bi se predstavili društveni sukobi ili kršenje dječjih prava, ono može imati negativan utjecaj na gledatelje. Medijsko nasilje različito utječe na djecu ovisno o njihovim osobnostima, spolu, vrstama njihove obiteljske i društvene okoline te njihovim životnim iskustvima. Ali, nasilje se sve više povezuje sa mnogim asocijalnim postupcima koji ugrožavaju dobrobit djece i njihov zdravi razvoj (5).

Drugo široko istraženo područje negativnih utjecaja odnosi se na kratkoročne i dugoročne utjecaje stereotipnih prikaza ljudi u medijskim sadržajima. Stereotipni prikazi dječaka (kao uglavnom nasilnih i pohotnih ili pak kao onih koji su razumni vođe, prvi rješavaju probleme ili su fizički aktivniji) i djevojčica (uglavnom kao seksepilnih, zainteresiranih samo za svoj izgled i za ljubav, kao nježnih i emocionalnih te u podčinjenim i pasivnim ulogama) utječu na način na koji oni razvijaju svoje rodne identitete, očekivanja koja imaju od sebe i od pripadnika suprotnog spola, samopoštovanje, način viđenja vlastita tijela te na njihova rana seksualna iskustva (6). Nedostatak istinitih prikaza raznolikosti rasa, naroda, staleža, vjera, teškoća u razvoju, geografske pripadnosti, dobi itd., povezuje se s promicanjem ograničenog svjetonazora koji svojom diskriminacijom utječe na način na koji djeca i mladi vide sebe i druge (7).

U medijskim sadržajima je ključno pitanje inkluzije. Budući da mediji odražavaju tko ili što je u društvima vrijedno, djeca i odrasli bi se mogli zapitati različita pitanja. Predstavljaju li me mediji često? Ako nije tako, što mi to govori? Ako se i kada se ugledam, kako me se prikazuje, pogotovo ako sam djevojčica, pripadam obespravljenosti ili manjinskoj skupini, imam teškoću u razvoju ili pak živim u izrazito nepovoljnim uvjetima? Cijelo mnoštvo djece koja žive u različitim vrstama teških uvjeta rijetko će, ili neće uopće, biti prikazano u medijima. Ako i kada do toga dođe, često ih se prikazuje kao obespravljene žrtve kojima je potreban spas takozvanog „razvijenog svijeta“.

Kako mediji mogu potaknuti promjene

Navedeni primjeri ilustriraju kako mediji mogu na pozitivan, ali i negativan način utjecati na živote djece u svim područjima njihova razvoja: u ponašanju (oponašaju li suradnju s drugima ili agresivnost), društvenosti (sklapaju li prijateljstva ili zlostavljaju svoje kolege u školi ili preko interneta), kognitivnim sposobnostima (usvajaju li vještine potrebne za upis u školu ili kratkotrajno zadržavaju pozornost) te čak i u odnosu prema tijelu (uče li o uravnoteženoj prehrani ili usvajaju loše prehrambene navike). Očito je da medijski utjecaj nije isključivo dobar ili loš. Načini utjecanja su višestruki i njihova tumačenja ovise o različitim kulturnim vrijednostima i svjetonazorima. Je li, primjerice, dopisivanje s neznancima preko interneta opasno ili pak širi vidike? Je li seksualni odgoj u medijima za mlade spasonosan ili je moralno upitan? Znači li gledanje američkih televizijskih serija stjecanje iskustava o drugim kulturama ili narušava tuđe kulturne identitete? Pomaže li djeci govor o traumama i smrti kako bi se nosila s teškim iskustvima ili ih pak traumatizira i čini još uplašenijima i nepovjerljivima prema odraslima? Pomaže li medijsko dokumentiranje kršenja dječjih „prava“ poboljšanju njihovih života ili takva djela umjesto najboljih prikazuju najgore strane obitelji, zajednica i društava tim skupinama i ostatku svijeta?

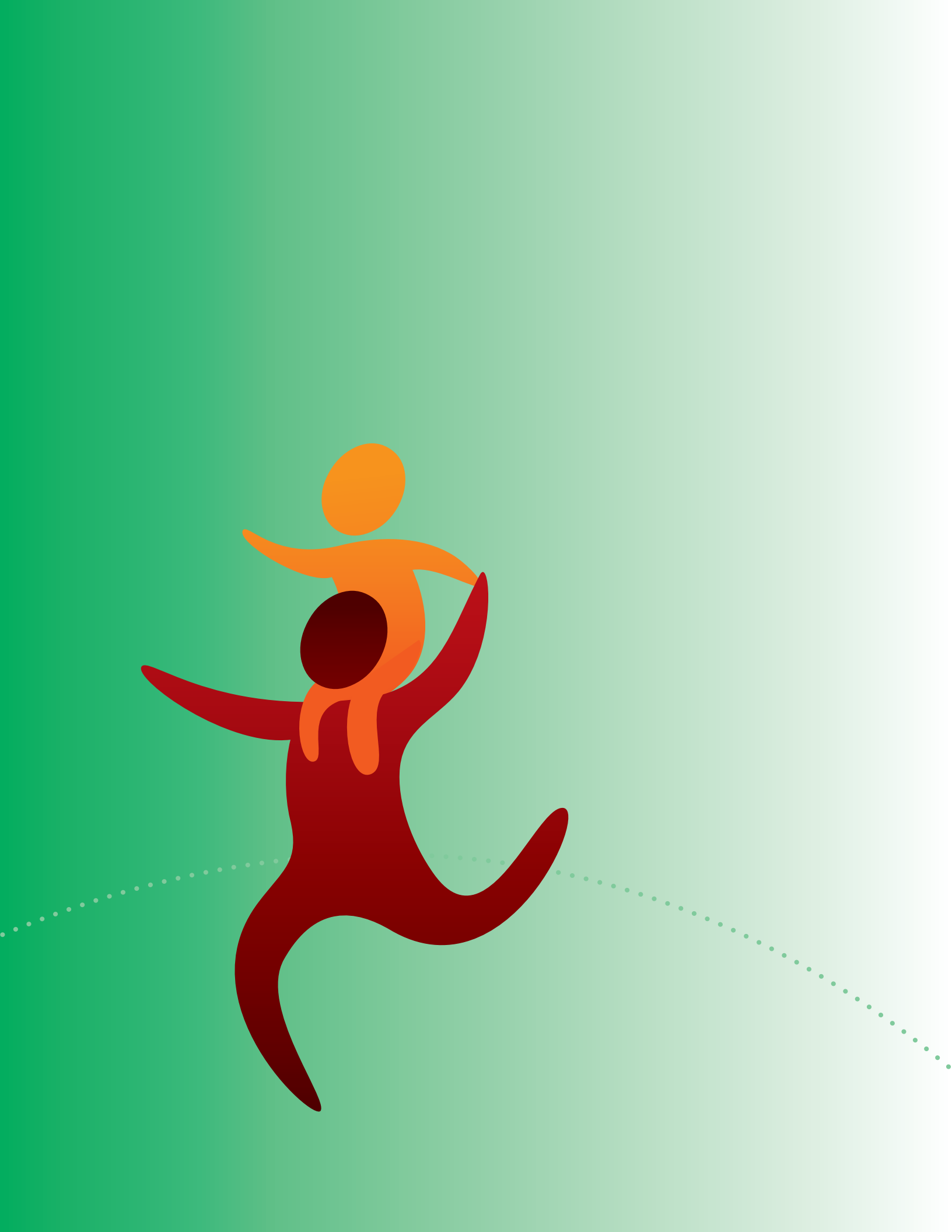
Odgovori na ova i slična pitanja nisu jednoznačna nego u velikoj mjeri ovise o mnogim osobnim i društvenim varijablama te bi ih trebalo ispitati obzirom na određeno dijete i određene okolnosti. Danas se više nego ikad prije pojavila potreba za pomnijim proučavanjem pozitivnih i negativnih utjecaja medija na živote djece koja žive u lošim ekonomskim uvjetima i kriznim situacijama, kako bi se ove procese bolje shvatilo i kako bi se poboljšali životi djece u cijelome svijetu (8).





Treći dio

Djetetov razvoj i potrebe
i vještine medijskog komuniciranja





Danas se veći naglasak stavlja na kontekst u kojem djeca odrastaju i u kojem se razvijaju, na mikro okolinu njihova doma i makro okoline društva i kulture koji ih okružuju.

Kad govorimo o utjecaju medija na djecu, bitno je voditi računa o njihovoj dobi i razvojnoj fazi. Djeca stječu kognitivne, emocionalne, tjelesne i društvene vještine tijekom odrastanja. Uz porast dobi i zrelosti, mijenjaju se njihove potrebe, sposobnosti, interesi i izazovi (9). Djetetov razvoj izravno je povezan s načinom na koji ono može imati koristi od medija. Dužina zadržavanja pozornosti se, primjerice, povećava s djetetovom dobi. Dvogodišnjaci će tako moći slušati priču samo nekoliko minuta, predškolci će biti pozorniji, a starija djeca će i duže ostati koncentrirana. Isto tako, mlađa djeca će razumjeti veoma jednostavan jezik i konkretne slike, dok će starija djeca uspjeti razumjeti složenije jezične i vizualne izraze.

Različite psihološke teorije o ljudskom razvoju temelje se na konceptu „razdoblja“. Pod razdobljima se misli na jedinstvene faze razvoja s karakterističnim ponašanjima i kognitivnim funkcijama. Prema istraživanjima na području psihologije i dječjeg razvoja, svi ljudi prolaze kroz ista razvojna razdoblja prema čvrsto određenom kronološkom redoslijedu, iako genetika i/ili okolina mogu ubrzati ili usporiti brzinu prelaska iz jednog razdoblja u drugo.

Razdoblja se shvaćaju kao hijerarhijska i integrativna, odnosno naprednija razdoblja se temelje na prethodnima, a napredak dovodi do „reorganizacije“ različitih vještina. Osim toga, ova se razdoblja promatraju kao univerzalna: iako djeca odrastaju u potpuno različitim kulturama i sredinama te imaju različite genske karte, čini se da svi prolaze kroz ista razdoblja istim redoslijedom.

Postoje različite razvojne teorije koje naglašavaju kognitivni, tjelesni, emocionalni, društveni i moralni razvoj djeteta. Novije teorije koje se temelje na novim istraživanjima na području dječjeg razvoja pokazale su kako djeca imaju bolje sposobnosti i moć razumijevanja no što se mislilo ranije. Nova saznanja dovode u pitanje koncept razvojnih razdoblja i nude alternativne načine za objašnjavanje razlika u razvoju. Umjesto da se promatra djetetovo zaostajanje za ostalom djecom i odraslima, naglasak se stavlja na proučavanje načina na koje djeca dolaze u doticaj sa svojom okolinom i kako se ti odnosi tijekom vremena mijenjaju.

Danas se veći naglasak stavlja na kontekst u kojem djeca odrastaju i u kojem se razvijaju, na mikro okolinu njihova doma i makro okoline društva i kulture koji ih okružuju. Ovi pristupi propituju osnovne pretpostavke razvojnih teorija te zaključuju kako na razvoj djeteta više mogu utjecati okolina i razlike u kulturama no što smo to prije pretpostavljali (10). Neki stručnjaci, primjerice, smatraju kako bismo već u najranijem razdoblju njihova života trebali posvetiti veću pozornost duhovnim potrebama djece i drugim područjima života, uključujući društvenu pravdu. Preživljavanje, rast i razvoj neraskidivo su povezani: ovise jedan o drugome i potrebno im je da su medijski sadržaji integrirani i da poštuju cjelovit pristup.

Osim toga, u području neuroznanosti i proučavanja mozga došlo je do ogromnog napretka, što nam je pružilo nove podatke u različitim područjima: od toga kako utjecaj okoline djeluje na strukturu mozga i cjelokupni razvoj novorođenčadi pa do toga kako struktura mozga može utjecati na ponašanje i razumijevanje poruka kod mladih.

Glavne dobne skupine: rana dob, srednja dob, rana mladenačka dob

Koncentrirat ćemo se na tri glavne dobne skupine, uzimajući u obzir da one nisu čvrsto određene. Prijelaz iz jedne u drugu je promjenjiv i individualan te unutar svake postoje velike razlike. Govorit ćemo o ranoj dobi kao godinama od rođenja do šeste godine (u većini društava školovanje djece počinje u njihovoj šestoj ili sedmoj godini); srednjoj dobi između sedme i jedanaeste (u većini društava pubertet i mladenaštvo započinju u jedanaestoj i dvanaestoj godini) te o ranoj mladenačkoj dobi između dvanaeste i četrnaeste godine. Neki stručnjaci za rani razvoj uključuju i osmogodišnjake u skupinu rane dobi, ali korištenje skupine od rođenja do šeste godine odražava stvarnu situaciju po pitanju službenog upisa u školu u većini zemalja u razvoju, usklađeno je s literaturom koja se bavi djecom i medijima te najvažnije, najpraktičnije je u pogledu smjernica za stvaranje kvalitetnih medijskih sadržaja za različite dobne skupine. Izostavili smo starije adolescente budući da mnogi od njih već imaju obaveze i životne stilove koji nalikuju onima odraslih osoba. Medijske proizvode koji služe njihovim različitim interesima trebalo bi proučavati odvojeno i potpunije no što je moguće u ovoj publikaciji.

I konačno, moramo imati na umu da su „priroda“ i „odgoj“ povezani. Ovi čimbenici utječu na okolinu u kojoj djeca odrastaju, na stupanj rane brige, njihovu samostalnost, prilike za istraživanje i različite načine na koje uče nove stvari o sebi i svijetu koji ih okružuje, kao i na kasnije postupke koje će imati priliku poduzeti.





Sada ćemo proučiti ove tri dobne skupine tako što ćemo sažeto prikazati njihove jedinstvene osobine, potrebe za medijskom komunikacijom koje iz njih proizlaze te navesti kakve implikacije one mogu imati kod korištenja medija za zdrav razvoj i dobrobit djece.

Rana dob (od rođenja do šeste godine)

Iako UNICEF i njegovi partneri imaju dugogodišnje iskustvo u stvaranju medijskih sadržaja za djecu školskog uzrasta i za mlade, sadržaji za najmlađu skupinu uglavnom su bili usmjereni na skrbnike (članove obitelji, odgojitelje, zdravstvene radnike). Ali knjige, pjesme i drugi jednostavni i kreativni oblici medijskih sadržaja primjereni njihovoj razvojnoj fazi mogli bi poticati cjelovit razvoj djeteta te istovremeno odraslima biti uzor savjesnog skrbništva. Mišljenja se razilaze u kolikoj mjeri smiju i trebaju li uopće djeca (pogotovo ona mlađa od dvije godine) biti izložena elektroničkim medijima te mogu li imati koristi od njih. Ono što pak nije upitno ogroman je pozitivan potencijal interakcije s odraslima te braćom i sestrama kroz razgovor i korištenje primjerenih knjiga, pjesama i pripovijesti koje odgovaraju potrebama najmlađih.

Najranije godine su jedno od kritičnijih razdoblja u razvoju čovjeka i naša predanost u ovoj fazi uspostaviti će temelje za kasnije stjecanje znanja. Dovoljno podataka podupire pozitivan potencijal kvalitetnih medija prikladnih za predškolsku dob i pomažu u pripremi djece za upis u školu, a uz to podupiru i društveni, emocionalni, kognitivni i tjelesni razvoj.



Glavne razvojne osobine

Rana dob (od rođenja do šeste godine)

Kognitivne	Ponašanje/tjelesne osobine	Društvene/emocionalne	Komunikacijske potrebe
• prva iskustva u svemu: oblicima, bojama, ljudima, životinjama, zvukovima, ritmovima, mjestima • razvoj jezika • razvoj svijesti i osjetljivosti na razlike u spolu, rasi, teškoćama u razvoju te rano oblikovanje društvenih stavova • teško razlikovanje mašte od stvarnosti, teško razumijevanje uzročnosti (kako jedan postupak dovodi do drugog) • koncentriranje na konkretne aspekte stvarnosti (sve što mogu vidjeti, čuti i dotaknuti) • teško razumijevanje televizijskih formi i konvencija (krupni plan, repriza, retrospekcija, balončići s neizgovorenim mislima) • sve više svjesni rodni razlika	• uče kroz djelovanje i igranje • uče kroz ponavljanje i navike • razvoj motoričkih sposobnosti – od puzanja do hodanja, trčanja, istraživanja okoline i sklonosti nezgodama • razvoj fine motorike u prstima, čime se poboljšava neovisnost i učenje (npr. izrezivanje, bojenje, zavezivanje, pranje) • uče izražavati i kontrolirati osjećaje	• doživljavaju nove, često i zastrašujuće emocije • razvoj od potpune ovisnosti o drugima do odvajanja i samostalnosti • sve veća svijest o vlastitim i tuđim emocijama • sve više shvaćaju da drugi misle i osjećaju drukčije od njih • igraju se s drugima, uče rješavati jednostavne sukobe i surađivati • iskazuju znakove empatije, prosocijalnog ponašanja i spremnosti pomoći drugima	• znati da su voljeni i na sigurnom • steći pozitivne osjećaje o sebi i drugima • znati da je raspon osjećaja i strahova koje doživljavaju normalan • osjećati se dobro zbog novih znanja i iskustava • steći otpornost tako što će se znati sami oporaviti i potražiti pomoć

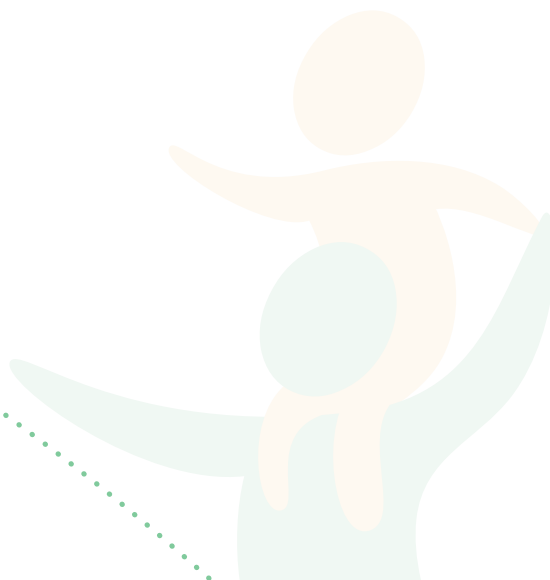


Glavne razvojne osobine

Rana dob (od rođenja do šeste godine)

Implikacije za medijsko komuniciranje

- koristiti jednostavan jezik pun razumijevanja
- ponuditi primjere istraživačkog duha i želje za učenjem
- ponuditi primjere sigurnog istraživanja, radoznalosti i sigurnosti u novostečenim vještinama
- prilagoditi se djetetovu povećanom zadržavanju pozornosti
- održavati razigranost i prikazivati kako se može učiti kroz igru
- koristiti mnogo ponavljanja, ritmova i pjevanja
- održavati raznoliki ali ne prebrzi tempo
- koristiti svakodnevna iskustva – priče o drugoj djeci, obiteljima, životinjama i uobičajenim, svakodnevnim događajima i navikama
- koristiti igre zamišljanja, maštovite igre i igranje različitim materijalima
- uvesti i naglašavati svakodnevne zdrave higijenske navike
- predstaviti im djecu koja su im slična te djecu koja se od njih razlikuju, potaknuti da se igraju i rade zajedno kao ravnopravne osobe
- predstaviti brižne i odane odrasle osobe te sigurne odnose
- poticati aktivnosti: pjevanje, pljeskanje, ples, pokret
- uključiti interakcije s pitanjima i odgovorima, poticati razgovor
- predstaviti napredan i nestereotipan govor o rodovima te takav prikaz djece i odraslih
- pokazati jednostavne primjere djece koja uz pomoć odanih roditelja iskazuju širok raspon emocija, ovladavaju svojim strahovima i na zdrav način se nose s teškim pitanjima
- uključiti primjere samopouzdanе i otporne djece koja su poštena i koja se znaju zauzeti za sebe i za druge
- prikazati djecu kako čine jednostavne izbore i izražavaju svoja kreativna mišljenja



Srednja dob (od sedme do desete godine)

U srednjem razdoblju djeca postepeno postaju sve neovisnija i samostalnija ljudska bića koja mogu istraživati svijet oko sebe. Koriste jezik na profinjeniji način; uče ogromnu količinu novih informacija; stječu čitav niz novih vještina, uključujući pismenost, službeni školski program te znanje o svijetu i ljudima koji u njemu žive. Postepeno se oslobađaju egocentričnog pogleda na život u kojem se oni nalaze u središtu te se mogu zamisliti na tuđem mjestu. Radoznali su, razvijaju društvene vještine i prijateljstva, ali se susreću i s praksama isključivanja kao što su spolni i rasni stereotipi, nasilje među vršnjacima i maltretiranje. Samostalnije istražuju svoju okolinu te su i dalje skloni nezgodama. Znaju preuzeti veću odgovornost za svoje ponašanje, postupno se navikavaju na odgodu nagrade te usvajaju zadatke koji razvijaju samopouzdanje i neovisnost.

Sve što djeca u ovom razdoblju vide i čuju kod kuće, u školi, u svojoj zajednici i u medijima, utječe na njihovo ponašanje, njihove stavove i svjetonazore. Krajem ovog razdoblja kod nekih, pogotovo kod djevojčica, već počinje mladenaštvo pa ih već potresaju nenadane tjelesne i emocionalne promjene.





Razvojne osobine

Srednja dob (od sedme do desete godine)

Kognitivne	Ponašanje/tjelesne osobine	Društvene/emocionalne	Komunikacijske potrebe
• lakše razlikuju maštu i stvarnost • razumiju unutarnju motivaciju likova • razumiju uzročnost (kako jedan postupak dovodi do drugoga) • koriste složeniji jezik • razvijaju vještine rješavanja problema i kritičkog mišljenja • razvijaju sposobnost razumijevanja televizije te drugih medijskih formi i konvencija (upotreba različitih planova i montaže, zvukova, glazbe itd.)	• postepeno stječu veću samostalnost u svakodnevnoj brizi o sebi, uključujući higijenu, hranjenje, brinu o vlastitim stvarima • uče pratiti pravila igre i interakciju • pokazuju veći interes za sudjelovanje u predstavama i sportovima • pokazuju veću zaokupljenost izgledom svoga tijela i imidža • preuzimaju veću odgovornost za svoje postupke	• prijatelji postupno zauzimaju središnju ulogu u njihovim životima • još uvijek su im potrebni odrasli koji ih podupiru te pozitivni uzori • radije biraju prijatelje istog spola • uče o razlici između dobra i zla te o moralnim odlukama • postaju isključivi i primjenjuju stereotipna shvaćanja okoline	• negovati pozitivne osjećaje koje imaju o sebi, drugima i svijetu • istraživati i isprobavati vlastite ideje, vještine i talente • naučiti kako iskoristiti svoje potencijale na pozitivne načine • znati da se njihovi osjećaji i strahovi razumiju i uvažavaju

Implikacije za medijsko komuniciranje

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • predstaviti duže i napetije priče • ponuditi priče koje u središtu imaju dječje likove • prikazati kako su učenje i uspjeh u školi prilika za razvijanje novih, zanimljivih vještina i talenata • koristiti humor za oči i uši te kognitivne „zavrslame“ (npr. logičke mozgalice, zagonetke, brzalice) • uključiti interaktivno rješavanje problema i kritički način razmišljanja • pružati uzor u prosocijalnom ponašanju što uključuje ljubaznost, rješavanje sukoba i brigu o drugima | <ul style="list-style-type: none"> • ponuditi snažne, pozitivne uzore odraslih i djece, s visokim etičkim mjerilima • uvoditi osjetljive teme koje prikazuju kako se druga djeca na kreativne i zdrave načine nose s društvenom pravdom ili teškim pitanjima poput smrti, bijesa, zlostavljanja, teškoća u razvoju itd. • pokazati kako djeca mogu nešto promijeniti u svojim i tuđim životima, čak i u teškim situacijama (realistične junakinje i junaci) • ponuditi priče o prijateljstvu, odanosti i kako „učiniti pravu stvar“ |
|---|---|

Rana mladenačka dob (od jedanaeste do četrnaeste godine)

Mnogi ljudi smatraju kako mladenaštvo može biti burno i naporno razdoblje u kojem se mladi istovremeno moraju nositi s tjelesnim, društvenim, emocionalnim i kognitivnim promjenama. Ovo je razdoblje prelaska u odraslo doba i mladi mogu često doživljavati promjene raspoloženja i agresivne ili emocionalne ispade. Često su podijeljeni između racionalne misli i iracionalnog riskiranja, između odrasle odgovornosti i djetinjastih nestašluka.

Novija istraživanja o razvoju mozga u ovom životnom razdoblju podupiru zaključak da mladenaštvo karakterizira potraga za uzbuđenjima i povećano poduzimanje rizika. Osim toga, složeno razmišljanje još nije uspostavljeno budući da se kod mladih adolescenata izvršne funkcije tek trebaju razviti pa oni teško pokazuju racionalne sposobnosti planiranja, određivanja prioriteta, donošenja odluka i procjenjivanja posljedica svojih postupaka. Hormonalne i tjelesne promjene koje se povezuju s pubertetom te sve veće osjećanje privlačnosti i interesa za seks i intimne odnose dovode do nastanka parova i početka seksualnih iskustava u onim društvima koja to dopuštaju.

Mladi se, ovisno o kulturi, više oslanjaju na svoje prijatelje nego na obitelj. To im može pomoći u definiranju identiteta te se može izraziti kroz mnoštvo postupaka odvajanja (jedinostveni stil odijevanja, glazbenog ukusa, sudjelovanje u društvenim skupinama i pokretima, širenje mreže poznanstava putem interneta, stvaranje vlastitih likovnih i pisanih djela). Potraga za identitetom također je izvor istraživanja i izražavanja mišljenja i osjećaja o širokom spektru problema. Pritisak vršnjaka zato ima središnju ulogu u donošenju odluka i obrascima ponašanja, uključujući asocijalna i nezdrava ponašanja koja mlade dovode u opasnost (agresivnost, zlouporaba alkohola i droga, nezaštićen seks i drugo).

U zapadnim društvima, gdje se potiče razvoj autonomije, individualizma i samopouzdanja, takve promjene mogu postati izvor sukoba između mladih i njihovih obitelji. U tradicionalnijim društvima, gdje prevladava pogled na društvo kao zajednicu, od mladih se očekuje prilagođenost, a prilike za sukob su rjeđe, dok u nekim dijelovima svijeta imaju jako malo vremena u kojem se mogu posvetiti sebi jer moraju pomoći u uzdržavanju svoje obitelji. U nekim krajevima imaju više vremena za druženje i provođenje vremena sa svojim prijateljima.

Očito je da je mladenaštvo u velikoj mjeri kulturno uvjetovano te da odrastanje različito izgleda u različitim društvima. Kulturne razlike bitno utječu na to kako je to biti dijete ili mladi u određenoj fazi razvoja te je bitno da naši medijski proizvodi budu kulturno specifični. Svim kulturama ipak je zajednička činjenica da mladi za vrijeme odrastanja još uvijek trebaju odane i suosjećajne odrasle osobe koje će ih savjetovati, poslužiti im kao pozitivni uzori, jasno postaviti granice i očekivanja te ih voditi prema odabiru najboljih rješenja.





Glavne razvojne osobine

Rana mladenačka dob (od jedanaeste do četrnaeste godine)

Kognitivne	Ponašanje/tjelesne osobine	Društvene/emocionalne osobine	Komunikacijske potrebe
• sposobnost apstraktnog i logičkog razmišljanja kakvo imaju odrasli • sve više brinu o budućnosti i istražuju različite mogućnosti • razina pismenosti ne mora se slagati s kronološkom dobi	• sve veća neovisnost i odvajanje od autoriteta odraslih (ovisno o kulturi) • interes za tjelesne izazove • eksperimentiranje s novim vrstama ponašanja, uključujući i one rizične • eksperimentiranje s identitetima povezanim s rodom, rasom, vjerom, staležom itd.	• često su pod utjecajem vršnjačke kulture • imaju jaka uvjerenja i načela u moralnim nedoumicama • pobuna protiv autoriteta • razvijanje romantičnih i seksualnih veza (ovisno o kulturi)	• uvesti ih u odrasli život i informirati, između ostalog, o rizičnim vrstama ponašanja te odgovornom odnosu prema seksu • imati snažne pozitivne uzore s visokim moralnim standardima • znati da se njihova mišljenja i ideje prepoznaju i poštuju • učiti iz svojih pogrešaka kako bi ispravili autodestruktivna ponašanja

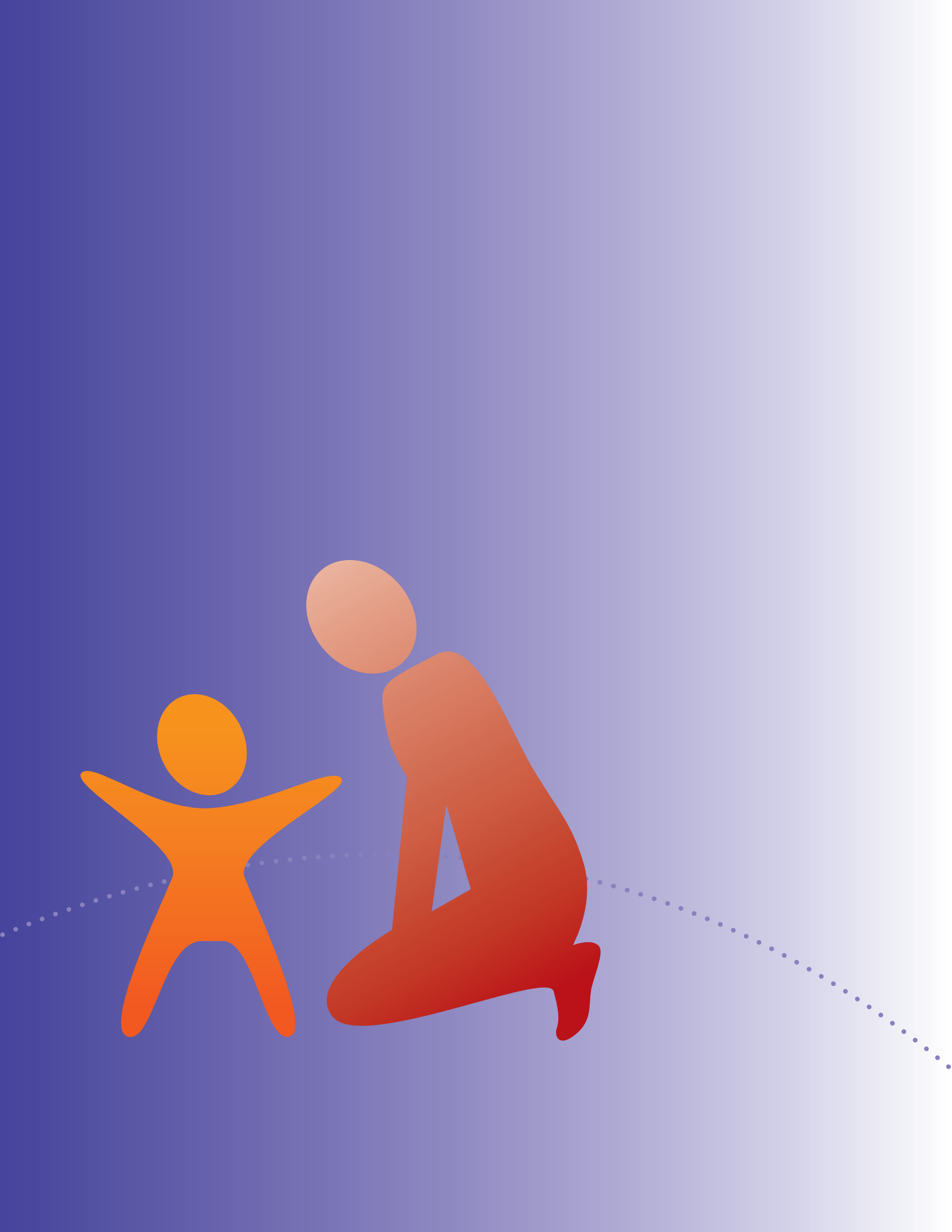
Implikacije za medijsko komuniciranje

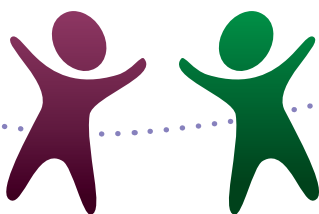
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• predstaviti pozitivna ponašanja vršnjaka i drugih mladih koji su otporni i pozitivni• predstaviti suprotna stajališta, mišljenja i perspektive• uz predstavljanje sve veće neovisnosti nastaviti prikazivati pozitivne odnose između roditelja i djece te podršku odraslih• prikazivati likove s visokim samopoštovanjem, pogotovo djevojčicama, djece iz skupina u nepovoljnom položaju te djecu s invaliditetom• prikazivati mlade i odrasle u napredno shvaćenim rodnim ulogama | <ul style="list-style-type: none">• razgovarati o problemima određene dobne skupine (zlouporaba droga, nezaštićeni seksualni odnosi, nasilje, romantične veze, maltretiranje i diskriminacija, prijateljstva)• govoriti s poštovanjem, a ne moralizatorski, ne govoriti svisoka• ponuditi jednostavnije, ali jednako zanimljive sadržaje za djecu s nižom razinom pismenosti• ponuditi zahtjevnije priče s kreativnim idejama, problemima i rješenjima• koristiti puno humora i kreativnosti |
|--|--|



Četvrti dio

Načela i smjernice za medijske
sadržaje namijenjene djeci





Kao što se moglo zaključiti iz prethodnog dijela, medijski sadržaji za djecu moraju voditi računa o različitim sposobnostima i potrebama različitih dobni skupina, odnosno moraju biti usmjereni na djecu i prilagođeni njihovoj dobi. Kvalitetni medijski sadržaji mogu podržavati postojeće razvojne programe i prioritete pokrivajući određene potrebe i kompetencije. Tu pripadaju: pomoći djeci naučiti kada trebaju prati ruke i kako to činiti na ispravan način; važnost odnošenja prema svima s poštovanjem, načini sprečavanja izrabljivanja i zlostavljanja, priprema za školu, zdrav život uz HIV/AIDS i pripremljenost na krizne situacije.

*Kvalitetni
medijski sadržaji
mogu podržavati
postojeće
razvojne
programe
i prioritete
pokrivajući
određene potrebe
i kompetencije.*

Postoji li bolji ili učinkovitiji način bavljenja ovim problemima u komunikaciji s djecom? Znamo li što djeluje, a što ne? Raspravlja se, primjerice, o djelotvornosti korištenja „straha“ u komunikaciji s djecom i odraslima. Istraživanja pokazuju kako poruke koje pobuđuju strah mogu biti neučinkovite ili imati učinak bumeranga te potaknuti negativno ponašanje ako ih se pretjerano koristi i ako ne nude prihvatljiva rješenja za situaciju koja pobuđuje strah (11).

Postoje li dobri primjeri učinkovitih medijskih sadržaja za djecu? Zašto su uspješni? Jesu li prikazivali stvarne uvjete života i prenijeli osjećaj kulturne autentičnosti, vjerno odražavajući osobnu perspektivu prikazanih likova? Kakva načela i smjernice možemo koristiti kako bismo svoje proizvode učinili što djelotvornijima, pogotovo za djecu u najnepovoljnijem položaju? Nabrojiti ćemo integrirana načela, smjernice i primjere dobrih praksi za stvaranje djelotvornih medijskih proizvoda za djecu, na temelju iscrpnog prikaza stotina projekata i proizvoda koje su proteklih godina razvili UNICEF i druge organizacije te proizvođači diljem svijeta.

Izabrali smo niskobudžetne proizvode sa skromnim ali jasnim razvojnim ciljevima kako bismo istaknuli da su takve inicijative moguće čak i kad su resursi ograničeni. Uključili smo medijske inicijative koje se u svojim eksplicitnim i implicitnim porukama posebno bave određenim potrebama ciljane dječje publike. Ovaj rad naglašava emocionalne i društvene potrebe djece koja pate. Ako se djeca ne osjećaju voljenima, sigurnima ili samopouzdanima i nemaju

zdrave vještine rješavanja stresa, bit će im mnogo teže preživjeti te se kognitivno i tjelesno razvijati. Ako pak vide da su prikazana s dostojanstvom i ako ih se potiče i odgaja na razvijanje kritičke svijesti, bit će bolje pripremljena da čine zdrave izbore i aktivno sudjeluju u društvu. Smatramo kako sve čemu su djeca izložena ima potencijal u motiviranju učenja i rasta.

Nakon načela za medijske proizvode za djecu koji naglašavaju njihove kvalitete, slijede smjernice koje su povezane s odgovarajućim načelima te koje ih dodatno podržavaju. Smjernice bi trebale podržati, nadahnuti, potaknuti, obrazovati i iscijeliti.

Također prilažemo nekoliko ideja o tome kako bi se ove smjernice mogle koristiti u praksi na mnogim prioritetnim područjima i u svim vrstama projekata. Svaku smjernicu podržava pozitivan primjer koji je ujedno praktičan i primjenjiv u različitim kulturnim kontekstima te uključuje geografsku, dobnu, spolnu i medijsku raznolikost.

Peti dio sadrži popis čestih zamki u razvijanju medijskih sadržaja za djecu te služi kao podsjetnik na sve što smo naučili i predstavili. Šesti dio sadrži dodatne pozitivne primjere koji podržavaju ova načela i smjernice.



NAČELO 1

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU MORAJU BITI NAMIJENJENI DJECI I PRILAGOĐENI NJIHOVOJ DOBI

Djeca trebaju i imaju pravo na jasne i zanimljive medijske sadržaje koji se odnose na djecu, a ne na odrasle. Kao što smo već spomenuli, djeca u različitim razvojnim razdobljima imaju različite potrebe i interese te uče na različite načine iz različitih medija i materijala. To znači da im treba pristup raznolikim žanrovima i sadržajima. Bitno je imati na umu da samo dodavanje djetinjih likova ili oblika namijenjenih djeci, kao što je korištenje animacije ili stripova, ne znači da je nešto automatski „primjereno djeci“

Čak i zemlje bez dovoljnog pristupa ili resursa danas mogu same stvoriti raznolik niz jeftinih proizvoda za djecu te se u potpunosti slagati s *Konvencijom o pravima djeteta* tako što će proizvesti nešto primjereno svakoj dobnoj skupini.

Smjernice za prvo načelo

1a) Koristite jezik, likove, zaplete, glazbu i humor primjerene djeci

Djeca najbolje uče kada je medijski sadržaj krojen prema njihovoj određenoj razvojnoj dobi, njihovim potrebama i interesima. Izvor kvalitetnih i djelotvornih medijskih sadržaja je u razumijevanju osnova

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1a) Koristite jezik, likove, zaplete, glazbu i humor primjerene djeci



Ovaj se vodič može primijeniti na medijske sadržaje na različite načine, između ostalog:

- za djecu od dojenačke dobi do šeste godine, korištenjem jednostavnog jezika s opisnim riječima i riječima koje se odnose na osjete, korištenje ponavljanja, ritma i pjesme, ljudskih i životinjskih likova
- za djecu od dojenačke dobi do šeste godine, korištenjem rima, zagonetki, brzalica i jednostavnih šala kako bi sadržaj bio što zanimljiviji
- za djecu od sedme do desete godine, korištenjem priča o prijateljstvu, novim vještinama i talentima, svakodnevnim događajima koji su prilika za rast te iskušavanjem vlastitih vrijednosti i vještina kritičkog mišljenja
- za mlade od jedanaeste do četrnaeste godine, korištenjem pozitivnih uzora s visokim moralnim mjerilima, priče o uravnoteživanju utjecaja obitelji/prijatelja/medija, nepedagoški oblici i pomoć u usmjeravanju potrebe za eksperimentiranjem i neovisnošću u zdrave životne odluke
- za sve skupine, proizvodnja medijskih sadržaja koji djecu potiču na gledanje, zamišljanje, slušanje i stvaranje stvari kojih se inače ne bi sjetili.



dječjeg razvoja i načina na koji se, zajedno s učenjem, on može što kvalitetnije poticati. Također, svaka dobna skupina ima svoje jake strane i interese koji se mogu prevesti u najprimjerenije zaplete, likove i sadržaje. U svakoj skupini je ključna razina konceptualne složenosti, gdje naprednije dobne skupine razumiju i traže kompleksnije sadržaje, kontekste i oblike.

Pozitivan primjer: koristite jezik, likove, zaplete, glazbu i humor primjerene djeci

Sisimpur (Bangladeš)

To je koprodukcija s televizijskom emisijom *Ulica Sezam*, namijenjena najmlađima. Naglasak je na poticajnim situacijama i rješenjima svakodnevnih problema, primjerenih dječjoj dobi. Serija izbjegava rodne stereotipe i stereotipe teškoća u razvoju; prikazuje brižne skrbnike i odrasle osobe te djecu i mlade koji se aktivno angažiraju oko pitanja koja su im bitna. Serija sadrži igrane sekvence koje su napisali, snimili i producirali mladi iz Bangladeša (12).

<http://www.youtube.com/watch?v=8dUvrkA1WmY>

1b) Potaknite interakciju i ponudite uzore

Interaktivna medijska komunikacija znači da se kod djece potiču pozornost i sudjelovanje u pripovijedanju ili nekom drugom mediju. Participativna komunikacija, kao i participativno obrazovanje pristupačnije je djeci te njima i mladima nudi mogućnost da se uključe kognitivno, tjelesno i emocionalno, pogotovo u usporedbi s didaktičkim oblicima komuniciranja. Iako su neke komunikacijske tehnologije poput pisanja bloga i SMS poruka posebno osmišljene da budu interaktivne, interakcija se također može dodati tradicionalnim medijima poput knjiga, drama, lutkarskih predstava, pjesama, radija i televizije. Što više pozivamo publiku da se izrazi, koristi pokret tijela, razmišlja kritički i dijeli svoj stav, to smo bliže participativnoj komunikaciji.



Pozitivan primjer: potaknite interakciju i ponudite uzore

Raffi Cavoukian, milijunima ljudi poznat jednostavno kao Raffi, kanadski je pjevač, skladatelj i izvođač glazbe za djecu. Raffi je bio inovator u glazbi za djecu i obitelji, nudeći djeci kvalitetnu glazbu poštujući ih kao cjelovite osobe. Njegova djela izgrađuju samopouzdanje zahvaljujući verbalnom i fizičkom sudjelovanju publike, primjerice poticanjem djece da zapjevaju poznate i popularne „akcijske pjesme” u kojima uče o zdravim navikama, stječu određene kognitivne vještine, uče poštovati različitosti i nositi se s teškim emocijama. Zahvaljujući godinama rada s djecom i pedagozima, Raffi je razvio vlastitu filozofiju *Poštivanja djeteta*, koju svatko može podržati kako bi pomogao u **stvaranju** zdravog svijeta prilagođenog djeci.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1b) Potaknite interakciju i ponudite uzore

Ovaj se vodič može primijeniti na medijske sadržaje na više načina, između ostalog:

- voditelj ili lik u priči može o stvarima izravno raspravljati s gledateljima/slušateljima, postavljati pitanja djeci i dati im dovoljno vremena za odgovor
- poticati pjevanje, vježbanje, pokret, ples i druge oblike pantomime
- u tekst ugraditi pitanja te uključiti interaktivne aktivnosti na kraju programa (pisanje, crteži, fotografije itd.)
- uključiti spontane komentare iz publike na koje je moguće odgovoriti na više načina
- voditi se načelom da *svatko može poučavati druge*, odnosno potaknuti djecu da *drugima prenesu ono što su sami usvojili*.





1c) Koristite posebne efekte promišljeno i razumno

Učenje i zabava proizlaze iz dobrog zapleta i likova. Posebni efekti nastali su da bi nešto uobičajeno učinili posebnim. Primjerice, krupni plan ili približavanje koriste se kako bi gledatelji obratili pozornost na nešto bitno, a određeni kut snimanja omogućit će nam da nešto vidimo iz drugačije perspektive. U današnjoj komercijalnoj televizijskoj kulturi brzi tempo, stalna izmjena kadrova, stop animacija i deseci vizualnih i zvučnih efekata postaju pravilo i često mogu umanjiti dojam važnih poruka. Ako je video, audio ili tiskani proizvod pretrpan informacijama ili prebrzim tempom, ovi posebni efekti mogu odvratiti pozornost umjesto da je usredotoče, čime proizvod gubi svoju potencijalnu vrijednost. Iako je potrebno privući nove generacije istančanih medijskih potrošača, bitno je održavati ravnotežu koja će uključiti učenje za djecu bez preopterećivanja njihova uma.

Pozitivan primjer: koristite posebne efekte promišljeno i razumno

Triggerfish animation niz je televizijskih priloga nastalih u sklopu *Takalani Sesame*, južnoafričkoj inačici *Ulice Sezam*. Animirani likovi imaju crnu boju kože i afrički tip kose te u igri koriste autohtonu glazbu, žičane igračke i obične predmete. Prilozi su jednostavni, jasni i njihov tempo je primjeren maloj djeci. Potiču kreativnost i suradnju. Njihov lokalni stil razlikuje ih od većine uvoznih serija kao primjer kulturno primjerenog medijskog proizvoda.

www.takalanisesame.com

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1c) Koristite posebne efekte promišljeno i razumno

Ovaj se vodič u medijskim sadržajima može primijeniti na različite načine, između ostalog:

- koristiti posebne vizualne i zvučne efekte samo kada služe poučavanju ili isticanju ključnih poruka i bitnih aspekata neke poruke (pod efektima se misli na krupne planove, upotrebu različitih objekata i kutova snimanja, zvukova i sl.)
- podvrgnuti sve proizvode ispitivanju prije prikazivanja kako bi se osiguralo da je poruka u središtu i da je jasna
- eksperimentirati sa sadržajima koji su sporog tempa i koji se upuštaju u objašnjavanje, pogotovo za najmlađe i one koji su naučili čitati i pisati u starijoj dobi te djecu koja žive u teškim uvjetima.



NAČELO 2

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU TREBAJU UZIMATI U OBZIR CJELOVIT RAZVOJ DJECE

Istraživanja na području zdravlja, prehrane, psihologije, dječjeg razvoja i antropologije potvrđuju isprepletenost različitih aspekata djetetova razvoja. Tjelesni, društveni, emocionalni i kognitivni razvoj nerazdvojno su povezani. Može se dogoditi da je dijete bistro, ali ga se zanemaruje ili zlostavlja. Dijete može biti uvijek sito, ali svejedno čeznuti za ljubavlju. Može biti voljeno, ali u tjelesnom i emocionalnom pogledu krhko. Medijski proizvodi koji uspijevaju uravnotežiti i obratiti pozornost na sve razvojne potrebe najviše će koristiti djeci, od dojenačke do mladenačke dobi. U mnogim zemljama je proizvodnja cjelovitih medijskih proizvoda bio isplativ način za upoznavanje s potrebama djece i skrbnika u nekoliko interdisciplinarnih pitanja.



Smjernice za drugo načelo

2a) Koristite integrirani pristup medijskim sadržajima umjesto usmjerenosti na samo jednu temu

Proizvođačima medijskih sadržaja često se govori da se „drže samo jedne poruke“. Istina je da se tako određuje žarište interesa, ali postoje

Kako teoriju pretvoriti u praksu

2a) Koristite zaokruženi pristup medijskim sadržajima



Ovaj se vodič može primijeniti u stvaranju medijskih sadržaja na različite načine, uključujući ponudu različitih načina za rješavanje jednog problema. Primjerice:

- cijepljenje – pokažite kako se djeca mogu sama smiriti (koncentrirati se na sretne misli, izabrati ruku u koju će primiti injekciju, stiskati igračku, pjevušiti) kako biste spojili zdravlje, samopoštovanje, mogućnost izbora i emocionalnu otpornost
- pranje ruku – koristite pjesmu koja je jednakog trajanja kao i rođendanska pjesma kada se otpjeva dvaput zaredom; nabrajajte riječi za svaki prst (koristeći povezane riječi poput naprijed-nazad, gore-dolje; koristite zanimljive riječi poput kožica i epiderma te pobjedničke fraze poput *svaka čast i isprali smo sve bacile* kako biste spojili zdravlje, spremnost za školu i samopouzdanje
- prehrana – koristite fraze poput *ako jedemo hranu svih duginih boja, bit ćemo jaki i pametni* kako biste spojili zdravlje, prehranu, spremnost za školu i samopouzdanje
- rodno osviješteni stavovi i prakse – pružite primjer starijih muškaraca i žena kako potiču i hvale mlade kada brane jedni druge umjesto da su nasilni ili se udružuju protiv negativnih vršnjaka, kako biste spojili ravnopravnost spolova, zaštitu djece, samopouzdanje i životne vještine.



jednostavni načini uključivanja aspekata cjelovitog razvoja djeteta, čak i kada je pažnja usmjerena na jednu temu. Djeca shvaćaju i doživljavaju učenje na integrirane načine koristeći sva svoja osjetila i mentalne procese. Razvijanje medijskih sadržaja koji ujedno zadovoljavaju njihove emocionalne, društvene, kognitivne i tjelesne potrebe, opravdano je u znanstvenom i praktičnom smislu.

Djeca opažaju glavne ili namjerne poruke, ali uče i iz slučajnih ili nenamjernih elemenata zapleta (primjerice, ponašaju li se likovi u skladu s tradicionalno zadanim rodnim ulogama, kako skrbnici vizualno reagiraju na dječje strahove i greške itd.), zato je bitno obratiti pozornost na sve aspekte neke poruke, one očite, ali i one skrivene.

Pozitivan primjer: koristite integrirani pristup medijskim sadržajima

Plakat *Operimo ruke*, namijenjen indonezijskoj djeci školske dobi, nastao je u sklopu radionice za jačanje potencijala u cjelovitom razvoju djeteta. Skupina je odabrala djevojčicu koja će biti lik na plakatu; podijelila je točan način pranja ruku na korake (namoči, nasapunaj, dobro izribaj, isperi); osmislila pamtljiv stih uz svaku fotografiju i za kraj odabrala fotografiju djevojčice kako ponosno pokazuje svoje čiste ruke. Jedna od dodatnih aktivnosti bilo je uglazbljivanje stihova pjesme koja se može pjevati u školi ili doma dok se peru ruke. Plakat integrira higijenu, rano učenje uz stihove i izgradnju samopouzdanja, pogotovo za djevojčice. Može se koristiti kao uzor za učenje različitih vještina kod djece i odraslih.



2b) Prikažite pozitivne primjere odnosa odraslih prema djeci

Medijski sadržaji za djecu trebali bi skrbnicima i odraslim osobama pružiti pozitivne uzore interakcija s djecom. To je uvijek bitno, ali pogotovo u zajednicama u kojima djeca žive u teškim okolnostima i iz različitih razloga nemaju skrbnike koji brinu za njih ili u situacijama gdje postoji malo pozitivnih alternativa u medijima (gdje mediji predstavljaju uglavnom negativne prikaze skrbnika koji opominju djecu, svađaju se ili su nasilni). Takvi medijski sadržaji namijenjeni su roditeljima, ostalim odraslim članovima obitelji, profesorima, zdravstvenim djelatnicima, socijalnim radnicima i ostalima. Ako medijski prikaz kao uzor uglavnom nudi negativne i nasilne odrasle osobe, to se može shvatiti kao „norma“, iako diljem svijeta postoje odrasli koji podržavaju svoju djecu i brinu za njih.



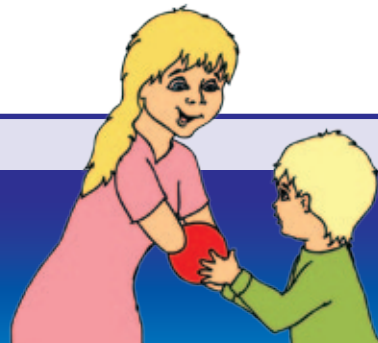
U svakoj zajednici postoje primjeri skrbnika koji potiču razvoj i psihološku otpornost te djeci žele prenijeti vještine koje će im pomoći u rješavanju svakodnevnih kriznih situacija, primjerice ako ih netko od vršnjaka zlostavlja ili iskorištava, ako imaju HIV/AIDS ili preživljavaju u uvjetima elementarnih nepogoda i kriznih situacija.

Pozitivan primjer: uzori za odnose odraslih prema djeci

U školi, a što ako...? (organizacija za rani razvoj *The Early Learning Resource Unit*, Južnoafrička Republika, www.elru.co.za) dječja je knjiga o djevojčici Ncebakazi koja hoda uz pomoć štaka. Razgovara sa svojom

Kako teoriju pretvoriti u praksu

2b) Prikažite pozitivne primjere odnosa odraslih prema djeci



Ovaj se vodič može primijeniti u medijskim sadržajima na različite načine, uključujući prikazivanje pozitivnih interakcija između odraslih i djece, primjerice:

- nježne i brižne odrasle osobe priopćavaju djeci bez roditelja i ranjivoj djeci istinu o njihovim oboljelim ili umirućim roditeljima, prihvaćaju sve njihove emocije i pomažu im u tugovanju
- otac koristi jednostavan jezik i igre o zdravoj šarolikoj prehrani, brojanju, razvrstavanju, dijeljenju s drugima itd. kako bi priči dodao zabavne i poučne koncepte i vrijednosti
- roditelji, pedagozi i drugi članovi zajednice otpuštaju vlastitu napetost i suočavaju se s bijesom na zdrave načine kako bi pokazali pozitivan primjer rješavanja stresa
- neuobičajeni skrbnici iz stvarnog života bave se osjetljivim i teškim temama poput iskorištavanja, HIV-a/AIDS-a i nasilja tako što slušaju, dopuštaju djeci da im budu vodiči te potiču izgradnju samopouzdanja i psihološke otpornosti
- mlađi adolescenti komuniciraju s odraslima u koje imaju povjerenje putem SMS poruka, web stranica, radija, plakata, pozivnih centara itd., kako bi im oni pomogli u proživljavanju i rješavanju nasilja i iskorištavanja.

majkom dok pripremaju njenu uniformu i pribor za prvi dan osnovne škole. Nacabakazi se pita hoće li učitelj vikati, hoće li joj se djeca smijati i što će biti ako ne uspije doći do zahoda. Koristeći umirujuće riječi, humoristične i maštovite ilustracije, priča priznaje i uvažava stvarne strahove djevojčice te je podržava dok ona kreativno zamišlja probleme i rješenja. Također predlaže jednostavne pripreme i promjene uz pomoć kojih učitelji i djeca mogu uključiti djecu sa teškoćama u razvoju. [http://www.unicef.org/cwc/files/At_School_What_If\(1\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/At_School_What_If(1).pdf)



2c) Stvorite „sigurna utočišta” u sklopu medijskih sadržaja

„Sigurna utočišta” mjesta su na koja se ranjiva djeca mogu povući kada su u krizi. To mogu biti fizički, mentalni ili emocionalni prostori u kojima djeca osjećaju da ih netko sluša i zna kako se osjećaju. To su mjesta na kojima se djeca osjećaju zaštićeno i sigurno od opasnosti te mogu razviti osjećaj povjerenja prema svijetu i zauzeti optimističan stav prema svom životu. Potreba za „sigurnim utočištem” može postojati kod djece koja žive u kriznim situacijama, zlostavljane djece i djece čije rane ili strahovi proizlaze iz diskriminacije na temelju teškoća u razvoju, nacionalnosti, spola, rase, vjere, kaste itd. Djeci su potrebna sigurna utočišta kako bi se mogla razvijati i rasti. U zemljama u razvoju, iscrpljenim roditeljima i obiteljima ponekad je teško osigurati takva mjesta za djecu. Medijski sadržaji sa „sigurnim utočištima” bitni su za kvalitetan razvoj i učenje koji se temelje na osjećaju sigurnosti i zaštićenosti. Čak i ako najmlađa djeca ne govore o osjetljivim ili teškim temama, često u sebi nose mnoštvo emocija koje mogu negativno utjecati na sva područja njihova razvoja. Iako medijsko komuniciranje ne može zamijeniti međuljudsku interakciju ili posebnu terapiju, može pomoći djeci shvatiti kako nisu sama te im pružiti primjere o tome kako se suočavati s problemima ili se utješiti. Sigurna utočišta mogu umiriti i stvoriti makar i kratkotrajan odmak od postojeće boli.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

2c) Stvorite „sigurna utočišta” u sklopu medijskih sadržaja



Ovaj se vodič može uklopiti u medijske sadržaje na različite načine, primjerice:

- naglašavanjem dobre strane ljudi, prikazivanjem topline, brige i sreće koja se može pronaći u malim stvarima
- pripovijedanjem u prvom licu o teškim emocijama i iskustvima poput strahova, bolesti ili smrti (npr. *Moja mama je umrla od AIDS-a i želim vam ispričati svoju priču; U mom gradu se ovih dana puno ratuje. Ponekad me jako strah. Nabrojat ću vam neke stvari koje radim kada me strah; Naučio sam zlostavljati drugu djecu jer nikad nisam mogao drugima reći što mi zaista treba. Zlostavljali su me doma. Trebam vašu pomoć da se prestanem ovako ponašati; Kad su me zlostavljali, osjećao sam se potpuno sam. Naučio sam se zauzeti za sebe, ne kriviti se, potražiti pomoć i reći 'ne'.*)

Pozitivan primjer: stvorite „sigurna utočišta” u sklopu medijskih sadržaja

Ako vidiš nešto, reci nešto (Bold Creative za Nickelodeon UK, <http://boldcreative.co.uk/>) je niz kratkometražnih filmova o zlostavljanju među vršnjacima, nastao u sklopu kampanje protiv vršnjačkog zlostavljanja u Ujedinjenom Kraljevstvu. Filmovi su nastali nakon istraživanja koje je uključivalo radionice u osnovnim školama i razgovore s djecom te predstavljaju različita gledišta: zlostavljača, zlostavljanog i svjedoka zlostavljanja. Prvu priču govori nam Marcus koji zlostavlja jednog dječaka sve dok dječakova majka ne porazgovara s njim o posljedicama takvog maltretiranja te on počne razmišljati o svom ponašanju. Desetogodišnja Alaskah je žrtva zlostavljanja na igralištu i pokušava shvatiti zašto bi druga djevojčica bila na nju bijesna. Kelly svjedoči nasilju i pobrine se da odrasla osoba intervenira. Mark opisuje kako se zbog zlostavljanja osjeća kao da se nalazi u kavezu koji se neprestano smanjuje. Svi filmovi djeci nude rješenja za zaustavljanje zlostavljanja i naglašavaju kako se pomoć može dobiti od učitelja ili pozivom na „hrabri telefon”. Ovo je primjer „sigurnog utočišta” u kojem se djeca koja zlostavljaju druge i zlostavljana djeca mogu prepoznati, razumjeti tuđa stajališta te pronaći praktične savjete za promjenu i iscjeljenje.

- Marcus: <http://vimeo.com/25831536>
- Mark: <http://vimeo.com/25831585>
- Kelly: <http://vimeo.com/25831475>
- Alaskah: <http://vimeo.com/25831275>

(zaštita djece, psihološka otpornost, zdrave životne vještine)



NAČELO 3

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU MORAJU BITI POZITIVNI I NAGLAŠAVATI KVALITETE

Medijski sadržaji koji naglašavaju kvalitete trude se prikazati i njegovati moć i potencijal svakog djeteta umjesto da se koncentriraju na nedostatke ili probleme. U korištenju ovog načela, cilj nije samo poučiti nego i razviti psihološku otpornost i sposobnost rješavanja problema na zdrave načine u velikim i malim životnim izazovima. Takav medijski sadržaj neće se usmjeriti samo na probleme nego će ponuditi i predstaviti mogućnosti i rješenja. Bez obzira na državu i situaciju, naglasak na kvalitetama znači stvaranje medijskih sadržaja koji djecu potiču na maštu ili nov način viđenja stvari; djeca tako počinju razmišljati o mogućnostima koje imaju danas i koje će imati u budućnosti; njihova energija pretače se u pozitivne misli i postupke. Takvi medijski sadržaji mogu nas promijeniti.



Smjernice za treće načelo

3a) Uz kompetencije izgradite i samopouzdanje

Samopouzdanje djeteta vjerojatno će bolje usvajati znanje te će htjeti naučiti više. U većini medijskih sadržaja namijenjenih razvoju i pogotovo onima namijenjenima djeci, naglasak je dosad gotovo isključivo bio na podizanju svijesti i izgradnji vještina. Međutim, ako djeca često

Kako teoriju pretvoriti u praksu

3a) Uz kompetencije izgradite i samopouzdanje



Ovaj se vodič može primijeniti na medijske sadržaje na različite načine, primjerice:

- upotrebom zapleta, riječi, vizualnih prikaza i primjera koji uz kompetencije izgrađuju i samopouzdanje budući da koriste jezik koji podržava samopouzdanje (*Tako sam ponosan što nisi prilazila pilićima; Uplašio sam se, ali točno sam znao što trebam napraviti kada mi je netko ponudio drogu; Vidi kako sam dobro oprala ruke; Ti si uzor drugima jer ne osjećaš pritisak za upuštanje u nezaštićen seks.*)
- uključivanjem ideja o *velikim stvarima koje mala djeca mogu napraviti kako bi nešto promijenila*, osobito u medijskim sadržajima namijenjenima djeci u kriznim situacijama (npr. tako da znaju za sigurno mjesto gdje mogu dobiti pomoć, da znaju što trebaju ponijeti kada idu iz kuće ili iz škole, da zapamte svoje ime i adresu)
- predstavljanjem načina na koje djeca i odrasli tješe jedni druge i pružaju si potporu u svakodnevnim situacijama putem jednostavnih riječi, djela, igre i učenja
- pokazivanjem primjera odraslih osoba i djece koji jedni drugima zahvaljuju jer su *najbolja odrasla osoba* ili *najbolje dijete*, bez obzira na životne okolnosti.



vide i čuju da ih se cijeni i da su bitna, uče izgraditi temelje za kritičko mišljenje i ljubav prema učenju koja će trajati čitav život. Bitnije je ono što djeca mogu **biti** nego što sve moraju **naučiti**. Samopouzdanje promiče vještine rješavanja stresa, pronalaženja rješenja i ispunjava potencijal svakog djeteta, bez obzira na okolnosti u kojima ono živi. Samopouzdanje pokazuju psihološki otporni pojedinci s osobinama domišljatosti, upornosti, optimizma, odlučnosti i kreativnosti.

Pozitivan primjer: uz kompetencije izgradite i samopouzdanje

Fatma (Egipatska radiotelevizija) je televizijski film o desetogodišnjakinji koja žarko želi pohađati školu. Njen otac je protiv toga, ali Fatma mu se suprotstavlja na samopouzdan, uvjeren način, koji je ipak pun poštovanja i kreativan. Svim njegovim argumentima suprotstavlja se ispitivanjem i spretnim vještinama rješavanja sukoba. Nakon pregovaranja, njen otac napokon pristaje i vidimo da je Fatma odlučna kako će učiti usprkos svemu. Umorna je zbog mnoštva kućanskih obaveza i njeni rezultati u školi u početku nisu tako dobri. Pratimo kako postiže samopouzdanje i ponos uz pomoć obitelji i škole. Ovaj niskobudžetni film bavi se osnovnim obrazovanjem, ravnopravnošću spolova, zaštitom djece i rješavanjem sukoba životnim vještinama. Može se koristiti kao primjer neuobičajene iznimke, osobe koja ima hrabrosti zauzeti se za ono za što misli da je dobro za nju i druge te ima hrabrosti učiniti pravu stvar i potruditi se ostvariti svoje ciljeve. Ovaj je film nastao u sklopu međunarodne koprodukcije dokumentarnih filmova za djecu u proizvodnji Europske radiodifuzijske unije (*Eurovision Children Documentary series*).

<https://vimeo.com/24881635>

3b) Koristite pozitivne uzore

Djeca i odrasli najbolje uče kada učestalo vide i čuju postupke ili načine razmišljanja za koje želimo da ih oponašaju ili shvate kao uzor, ali u medijskim sadržajima se često nude negativni primjeri (nasilje, stereotipi, ruganje, nesigurna ili nezdrava ponašanja i prakse), koji završavaju kratkim porukama kako gledatelji **ne bi trebali** raditi ono što je upravo prikazano. Umjesto da se djeci govori što **ne smiju** raditi i prikazuje samo problem, učinkovitije bi bilo prikazati pozitivne primjere onoga što želimo da djeca **čine** (primjerice da budu velikodušna, poštena, iskrena, brižna i odgovorna) kako bismo učvrstili pozitivne postupke i razmišljanja.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

3b) Koristite pozitivne uzore



Ovaj se vodič u medijskim sadržajima može primijeniti na različite načine, između ostalog:

- umjesto da se djecu prikazuje kako se upuštaju u opasna ponašanja i zatim ispaštaju zbog svoje greške (npr. upale šibicu i opeku se), prikazati djecu kako pozitivno postupaju i sprečavaju štetu (npr. ugledaju kutiju šibica, pitaju se trebaju li se udaljiti ili reći nešto odrasloj osobi, učine nešto što ih spašava od ozljede)
- umjesto prikazivanja zastrašujućih situacija i slika, ponuditi načine na koje si djeca mogu pomoći kad ih je strah (porazgovarati s pouzdanom odraslom osobom, otpjevati pjesmu, sjetiti se neke sretne uspomene itd.)
- prikazati primjere djece kako aktiviraju ljude u svojoj zajednici (npr. na ulici zatrpanoj smećem, svi, od najmlađeg djeteta do najstarije odrasle osobe, zajedno stvaraju središnje mjesto za odlaganje otpada; slijepo dijete poučava svoje vršnjake kako mogu sigurno prijeći cestu ako pažljivo slušaju zvukove s obje strane i ispred sebe)
- pružiti primjere u kojima mlade podržavaju odrasli mentori muškog i ženskog spola (npr. pomaganje mladim djevojkama koje žive u teškim uvjetima i suočavaju se sa seksualnim iskorištavanjem)
- pružiti primjere brižnih muškaraca koji rano ili osnovno obrazovanje čine zanimljivim te pokazuju kako djeca mogu steći ogromnu količinu znanja s malim resursima.

Pozitivan primjer: koristite pozitivne uzore

Razgovor s mladima: Kolaž (organizacija *Heroes Project*, Zaklada obitelji Kaiser, inicijativa Avahan Zaklade Gates, Indija, www.kff.org) je televizijska kampanja za sprečavanje i smanjenje diskriminacije i stigme povezane s HIV-om/AIDS-om. Prikazuje različite odrasle osobe kako kreativno započinju dijalog sa svojom djecom mladenačke dobi. Majke i sinovi, očevi i kćeri, svi oni pokazuju koliko je važno otvoreno razgovarati. <http://vimeo.com/24890440>



Pouka iz pozitivnih uzora

Ulica Sezam: Strah od čudovišta (Sesame Workshop, SAD) je televizijska serija sa stalnom postavom likova lutaka. U jednoj epizodi Ernie ne može zaspati jer zamišlja kako je u njegovoj sobi čudovište (koje gledatelji ne vide). Zatim zapjeva pjesmu o tome kako će loše stvari nestati. Iako Ernie na kraju zaspi, istraživanje je pokazalo kako su djeca obratila veću pozornost na čudovište i na strah nego na umirujuću pjesmu. To iskustvo je stvaratelje poučilo kako *Rješenje moraš učiniti jednako upadljivim kao i sukob, inače ga nitko neće ni primijetiti.*

www.sesameworkshop.org



3c) Uključite djecu kao aktivne i angažirane građane koji promiču društvenu pravdu

Sudjelovanje djece nije samo njihovo pravo nego i nevjerojatna mogućnost u pokazivanju vlastitih kvaliteta i pomaganju svojoj obitelji, vršnjacima, zajednici i svijetu. Ali **način** na koji vodimo i odgajamo djecu da sudjeluju u projektima i proizvode medijske sadržaje utjecat će na uspjeh tih sadržaja. Djecu treba poticati da podijele s drugima svoje kvalitete i svoja rješenja, a ne samo probleme. Također bi ih trebalo poticati da razmišljaju i djeluju lokalno i globalno. Kad ih se poučava stvaranju vlastitih medijskih sadržaja, može ih se poticati i na razvijanje vrijednosti, moralnosti i načela jednakosti, poštenja i poštivanja drugih. Djeca mogu biti uzor i predvodnici mlađoj djeci kad ih se potiče na razmišljanje „izvan okvira” i na nestereotipne i kreativne načine.

Pozitivni primjeri: uključite djecu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i angažiranosti te su uzori za takvo ponašanje

Nije pošteno prema tigrovima/No Es Justo los Tigres (Eric Hoffman, Redleaf Press, SAD) dio je niza knjiga protiv pristranosti, *Anti-bias Books for Kids*, za djecu predškolske i osnovnoškolske dobi, dostupnih na španjolskom i engleskom jeziku. Glavni likovi su djevojčica Mandy koja koristi invalidska kolica i njen plišan tigar koji je prljav i neuredan zbog svojih „pustolovina s divljim životinjama“. Kad Mandy ode po „hranu“ za svog tigra, pred dućanom nailazi na tri velike stepenice i pita se kako će se popeti u svojim kolicima. Mandy (i njen tigar) slože se kako to *nije pošteno/no es justo*. Ona trgovcu objasni kako bi htjela ući, ali to može učiniti samo ako za nju postoji rampa. Djeca uče biti pravedna, zauzeti se za sebe i rješavati probleme te postaju svjesna da mogu i sama pokrenuti promjene, čak i u mladoj dobi. Mandy je pozitivan i snažan lik koji djeci pomaže da se informiraju o njenoj konkretnoj teškoći, ali i o općenitim principima diskriminacije. Knjiga pokazuje kako treba uvesti pitanja društvene pravde te potiče samopouzdanje kod djece u reagiranju na nepravdu. Također je dobar primjer dvojezične knjige koja se može koristiti za promicanje stranih i autohtonih jezika.

[http://www.unicef.org/cwc/files/No_Fair_To_Tigers\(1\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/No_Fair_To_Tigers(1).pdf)



Kako teoriju pretvoriti u praksu

3c) Uključite djecu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i angažiranosti te su uzori za takvo ponašanje



Ovaj se vodič u medijskim sadržajima može primijeniti na različite načine, primjerice:

- potaknuti i obučiti mlađe adolescente da putem različitih medija govore o vršnjacima u svojoj zajednici koji se zauzimaju za druge (npr. brane djevojčice kojima se drugi rugaju jer se igraju autićima ili dječake koje se zlostavlja jer se igraju s lutkama)
- prikazati mlade kako uče o diskriminaciji i društvenoj pravdi od snažnih i psihološki otpornih odraslih osoba koje su ranije bile marginalizirane (osobe s invaliditetom, oboljele od HIV-a/AIDS-a, osobe koje su preživjele zlostavljanje itd.)
- podržati djecu u stvaranju priča o djeci koja su bila u teškim situacijama (dijagnosticiran im je rak ili HIV, imaju teškoće u razvoju, preživjeli su elementarnu nepogodu, izgubili voljenu osobu), ali su preživjeli i napreduju
- prikazati skupine djece koje čine „ispravne“ odluke (npr. popisuju vršnjake koji ne zlostavljaju druge, pozivaju novu učenicu da im se pridruži u igri, pitaju sramežljivog ali nadarenog kolegu da bude vođa njihova benda).

3d) „Ne naškoditi“

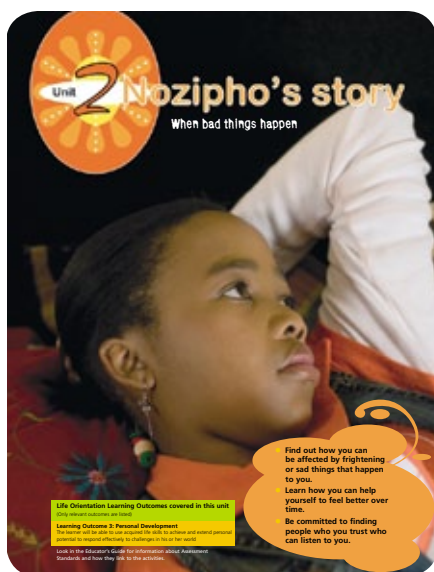
Tanka je granica između toga da se djeci nude istiniti prikazi stvarnosti s korisnim informacijama i poukama i prikazivanja previše eksplicitnih ili izravnih informacija koje će djecu nenamjerno povrijediti ili

dodatno traumatizirati. Čak i kod starije djece uvijek je bolje pretjerati u prikazivanju pozitivnih rješenja i brižnih odraslih osoba koje nude fizičku i emocionalnu „zaštitu“ kada se predstavljaju osjetljiva pitanja (npr. oružani sukob, seksualno zlostavljanje i druge vrste zlostavljanja, krizne situacije itd.).

Pozitivan primjer: ne naškoditi

Noziphina priča (Soul Buddyz TV, Južnoafrička Republika, www.soulcity.org.za) dio je društvenog projekta i materijala za učenje o djevojčici koja svjedoči nasilnoj pljački. Strip u fotografijama namijenjen je učenicima sedmih razreda. Koristeći mali broj riječi, ali mudro ih izabirući, prikazuje mladu djevojku kojoj na putu prema školi na probu zbora nasilnik zaprijeti nožem. Umjesto pretjerane eksplicitnosti u prikazu zločina ili jednostavnog moraliziranja o pravu djeteta na zaštitu, strip se koncentrira na ono što Nozipho osjeća i što je naučila iz tog iskustva, kako o njemu razgovara sa svojom prijateljicom i kako joj pomaže ljubazna učiteljica. Strip uzima u obzir sposobnost refleksivnog mišljenja kod mladih te važnost podrške u teškim situacijama i odlukama. U više navrata postavlja pitanja čitatelju te nudi jednostavne i djeci prilagođene podatke o tome kako na nekoga mogu utjecati loši događaji. Također predlaže različite načine za rješavanje takvih osjećaja. Završava s pričom o *All Star*, skupini za podršku namijenjenu djeci koja su doživjela traumu. Predstavljajući tešku temu na pažljiv način, strip nadahnjuje, motivira i potiče rješavanje problema. Radi se o dobrom primjeru predstavljanja mnoštva osjetljivih pitanja povezanih sa zaštitom djece te pružanja odgovora na nasilje, iskorištavanje i zlostavljanje.

[http://www.unicef.org/cwc/files/Nozipho_Story\(2\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/Nozipho_Story(2).pdf)



Kako teoriju pretvoriti u praksu

3d) „Ne naškoditi“

Ovaj se vodič može prilagoditi medijskim sadržajima na različite načine, između ostalog:

- predstavljanjem medijskih sadržaja o uobičajenim dječjim strahovima (od zlostavljanja, napuštanja, kriznih situacija, doktora, škole, vršnjačkog nasilja itd.), ali bez eksplicitnih, nasilnih, pretjerano dramatičnih scena te smanjivanjem „zastrašujućih“ dijelova na manje od deset posto cjelokupnog proizvoda
- kao primjere ponuditi nježne odrasle osobe pune ljubavi koje slušaju ono što im djeca i mladi imaju za reći o teškim iskustvima i osjećajima, koje s njima suosjećaju, oslobađaju ih osjećaja krivnje, priznaju njihov strah, sram i krivnju, ali i psihološku otpornost i vrijednost te s njima pokušavaju na kreativan način pronaći različite načine rješavanja problema
- ponuditi primjere pokretača promjena u zajednicama koje žive u ugroženim uvjetima (sukobi, elementarne nepogode, itd.), uključiti drugu djecu, bez pretjeranog naglašavanja boli i patnje.



NAČELO 4

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU TREBAJU SE BAVITI POTREBAMA I SPOSOBNOSTIMA SVE DJECE, UKLJUČUJUĆI NAJUGROŽENIJE SKUPINE

Mediji odražavaju koga i što se cijeni u nekom društvu. Takav je slučaj s prikazima ljudi te s prikazima kultura i tradicija. Bitno je da medijski proizvod djeci dopušta da *sebe* čuju i vide pozitivno prikazane, za razliku od medijskih sadržaja koji naglašavaju marginalizaciju, sram te negativne i podcjenjivačke prikaze. Dobri medijski proizvodi uključuju pozitivne prikaze djece različitih kultura i narodnosti te različitog socioekonomskog statusa, djecu s teškoćama u razvoju i djecu koja proživljavaju traume, patnje ili žive u izvanrednim okolnostima. Marginalizirane skupine bi također trebale priložiti vlastita kreativna rješenja i kompetencije, a ne samo skupine na pozicijama moći ili s povlaštenim položajem. Potrebno je svjesno odlučiti kako će se djeca iz ranjivih i obespravljenih skupina uključivati u sve oblike i vrste medijskih sadržaja kao njihovi uobičajeni sudionici. Bilo da se radi o javnoj obavijesti o pranju ruku, dokumentarcu o sprečavanju HIV-a/AIDS-a, lutkarskoj predstavi o suočavanju s nasilnicima, igri na ploči koja poučava životnim vještinama ili igranom filmu o pripremljenosti na krizne situacije, potrebno je pomaknuti granice kako bi se prikazale potrebe i sposobnosti **sve** djece.



Smjernice za četvrto načelo

4a) Izrazite dostojanstvo svakog djeteta i odrasle osobe

Bitno je svjesno se potruditi uključiti svu djecu, ali jednako je bitan i odabir **načina** na koje će biti uključena: u kakvim medijskim sadržajima, kako će biti predstavljena, kako će drugi biti predstavljeni u odnosu na njih itd. Medijski sadržaji namijenjeni djeci, čak i u najsiriromašnijim zemljama, djecu koja žive u nepovoljnim uvjetima često prikazuju isključivo kao žrtve kojima je potrebna pomoć, u situacijama koje prikazuju njihove probleme, teškoće i nedostatke. To se odnosi na djecu koja žive u siromaštvu, imaju teškoće u razvoju, žive u kriznim situacijama ili im je potrebna posebna zaštita od nasilja, izrabljivanja i zlostavljanja. Slično tome, medijski sadržaji za djecu s različitim temama (higijena, rano učenje, životne vještine) u pravilu uključuju veći broj dječaka nego djevojčica, veći broj djece iz srednje i više klase i veći broj djece koja se smatraju privlačnima nego djece koja su prosječna i uobičajenija za svoju zajednicu. Moramo promijeniti takvo pogrešno predstavljanje i uložiti svjestan napor da ne bismo pogoršali već oslabljeno samopoštovanje ili osjećaj nejednakosti među djecom i mladima koji pripadaju ranjivim skupinama i skupinama u nepovoljnom položaju.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

4a) Izrazite dostojanstvo svakog djeteta i odrasle osobe



Ovaj se vodič može na različite načine primijeniti u medijskim sadržajima, uključujući i pokazivanjem pozitivne interakcije između odrasle osobe i djeteta, primjerice:

- podržati učenike koji su pripadnici nacionalnih manjina u preuzimanju glavne uloge ili uloge vođa u školskim predstavama
- pomoći mladima lošeg ekonomskog statusa u pisanju blogova za mlađu djecu u svojoj zajednici
- predstaviti priče o roditeljima s invaliditetom koji svoju djecu vode u trgovinu ili školu, a pritom se pretvaraju da su njihova invalidska kolica zrakoplovi ili brodovi
- postavljanje predstava o siromašnim mladima koji su nedavno izgubili roditelje, kako bi se dijete u privilegiranijem položaju poučilo tugovanju i oporavku
- pokazati da gluha djeca koja koriste znakovni jezik imaju vlastitu „gluhu kulturu“ na koju su ponosna.

Pozitivan primjer: izrazite dostojanstvo svakog djeteta i odrasle osobe

Čupav i sretan i druge priče o meni (HBO televizija, SAD) poseban je „obiteljski projekt“ namijenjen promicanju samopouzdanja i poštovanja drugih ljudi. Svako dijete ponosi se svojom jedinstvenošću u animiranim pričama ili igranim sekvencama. Sudjeluju afroamerička djeca, djeca s teškoćama u razvoju, dječak koji voli plesati te su uključene priče o tome kako izdržati zadirkivanje ili zlostavljanje. Djeca također objašnjavaju kako rješavaju probleme i napreduju.

<http://www.hbofamily.com/programs/happy-to-be-nappy.html>



4b) Budite inkluzivni: slavite i cijenite sve vrste raznolikosti

Djeca u veoma ranoj dobi postaju svjesna razlika. Djelomično je tako zbog iskustava iz stvarnog života u obiteljima i zajednicama, a djelomično zbog različitih vrsta medija. Ako nekoga ne prikazujemo u medijskim sadržajima, to nagovještava da ti ljudi ne postoje ni u društvenoj svijesti; poruka je također jasna ako je netko prikazan negativno ili isključivo kao stereotip. Inkluzija se može postići pomoću eksplicitnih (izravnih) i implicitnih (neizravnih) slika i poruka. Bitno je eksplicitno pružiti praktične informacije, iskreno i istinito odgovoriti na pitanja te obrađivati i uključivati posebne priče o razlikama. Jednako je važno implicitno uključiti raznolik svijet kao nešto svakodnevno, bez ikakvog spominjanja razlika.

Djeca koja se susreću s pozitivnim i inkluzivnim medijskim sadržajima uglavnom lakše razgovaraju o osjetljivim temama poput spola, teškoća u razvoju, narodnosti i rase. Također je vjerojatnije da će ih zanimati razvijanje veza s drugima i da će ih poštovati kao sebi jednake. Kao što

Kako teoriju pretvoriti u praksu

4b) Budite inkluzivni: slavite i cijenite sve vrste raznolikosti



Ovaj se vodič može prilagoditi medijskim sadržajima na različite načine kako bi se pokazale eksplicitna i implicitna inkluzija, korištenjem formalnih i neformalnih medija, prikazujući djevojčice i dječake, bez teškoća i s teškoćama u razvoju, različitih ekonomskih statusa i narodnosti, koji žive u domovima i na ulicama, ali su svi uključeni u različite aktivnosti učenja, primjerice:

- implicitno – djeca amputiranih udova koja se suočavaju sa životom u ratno ili poratno doba, bez spominjanja njihova invaliditeta; kampanja za prevenciju širenja virusa H1N1 koja uključuje dječake i djevojčice različitih sposobnosti i društvenih skupina; predstavljanje djevojčice koja voli školu, svoje prijatelje i zajednicu, a usto ima oštećenje sluha
- eksplicitno – natjecateljski kviz u kojem različita djeca izvikuju točne odgovore, a voditelj objašnjava kako *Sva djeca imaju potencijal za postizanjem dobrih rezultata ako im se pruži prilika i ako su marljivi* te na kraju pobjeđuje dijete iz manjinske skupine; dječak obolio od AIDS-a sjedi s mlađom djecom, odgovara na pitanja o svojoj bolesti, životu i tome što je naučio te im daje savjete.

bismo trebali postići ravnotežu spolova u medijskim sadržajima, dobar omjer implicitne inkluzije je barem deset posto. Na primjer, kako biste osigurali pravedan prikaz teškoća u razvoju, prikažite barem jedno od desetoro djece i odraslih koji žive s invaliditetom, osobito s vrstom invaliditeta koja je česta u tom određenom društvu.

Pozitivan primjer: budite inkluzivni tako što ćete slaviti i cijeniti sve tipove raznolikosti

Medijske inicijative za djecu (Peace Initiatives Institute, SAD) niz je obavijesti na javnoj televiziji i u drugim medijima o tome kako treba prihvatiti i cijeniti razlike *kako bi između sukobljenih društava nastalo veće razumijevanje te se smanjila količina nesuglasica*. Prvi projekt proveden je u Sjevernoj Irskoj i Republici Irskoj te je doživio uspjeh svojom kombinacijom kratkometražnih crtića i drugih masovnih medija, uz nastavni program koji djeci predškolske dobi pomaže prihvatiti i poštovati druge. U crtićima su predstavljeni različiti oblici inkluzije i raznolikosti: katolička i protestantska djeca, djeca različitih narodnosti te dijete s invaliditetom. Procjena uspješnosti ovog projekta pokazala je kako su djeca koja su gledala crtiće i sudjelovala u eksperimentalnom nastavnom programu pozitivno napredovala u prepoznavanju razlika i pokazivanjem volje u igri sa svom djecom. Također je naznačeno kako će djeca koja su sudjelovala u projektu prije prepoznati isključivost i znati kako se osjeća isključeno dijete te će se više od ostalih htjeti igrati s ranije isključenim djetetom (14).

www.pii-mifc.org





4c) Pobrinite se da u medijskim sadržajima nema stereotipa

U tradicionalnim pripovijestima, kao i u modernim medijima, stereotipi su oblici koje pronalazimo u gotovo svakoj zemlji. Uključuju društveni status, narodnost, bolesti, teškoće u razvoju, vjeru, dob ili spol. Čak i ako nemaju nikakve veze s glavnom porukom, stereotipi suptilno i nesvjesno podržavaju stavove koje ljudi imaju o sebi i drugima. Stereotipi mogu svekrve prikazivati kao gundala, starije muškarce kao sklone bijesu, siromašne kao prljave, dječake kao zlostavljače, ljude s invaliditetom kao da im je uvijek potrebna pomoć i neprivlačnu i debelu djecu kao „lošu” ili neinteligentnu. Kada se suprotstavimo ovim stereotipima i svjesno ih mijenjamo, mijenjamo i okvir razvojnog medijskog sadržaja: stvaramo dobre prakse i bježimo iz stereotipnih kalupa te humaniziramo, nadahnjujemo i stvaramo poštivanje raznolikosti.



Pozitivan primjer: pobrinite se da u medijskim sadržajima nema stereotipa

Maldivske bebe (UNICEF u Maldivima) je slikovnica o različitim tipovima dojenčadi. Napravljena je kako bi implicitno slavila svako dojenče i dijete u toj zemlji te skrbnike savjetovala kako djeca moraju biti zdrava i voljena, samopouzdana i prekrasna. Svjesno su odabrana djeca tamnije boje kože, pogotovo djevojčice, u zemlji u kojoj se svjetlija put smatra oznakom ljepote. Na stranici s „prekrasnim bebama” prikazano je dijete s teškoćama u učenju i dijete koje je rođeno prerano. Projektni tim raspravljao je o tome kako se prema roditeljima bolesne djece, djeci s niskom porođajnom težinom i djeci s teškoćama u razvoju obično odnosi sa sažaljenjem. Rijetko im se kaže, ako im se uopće ikada i reklo *Vaša beba je prekrasna!* Namjera knjige je da svako prikazano dijete i obitelj čuju te riječi. Ovo je primjer predstavljanja i slavljenja širokog niza razlika koje postoje u svim zajednicama te podržava preživljavanje djece, razvoj i zaštitu. [http://www.unicef.org/cwc/files/Maldivian_Babies\(1\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/Maldivian_Babies(1).pdf)



Kako teoriju pretvoriti u praksu

4c) Pobrinite se da u medijskim sadržajima nema stereotipa

Ovaj se vodič na različite načine može primijeniti u medijskim sadržajima podržavanjem i zalaganjem za medijske sadržaje koji su progresivni, nestereotipni te poštuju sve kulture. Primjerice:

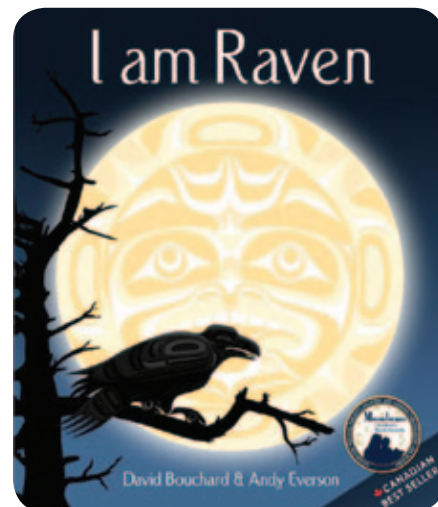
- tjelesno aktivna baka uči svoje muške i ženske unuke igranju nogometa i pečenju tradicionalnog kruha
- dječak ili djevojčica zlostavlja drugu djecu, ali od roditelja saznaje kako je bolje postati vođa kojem se dive prijatelji i zajednica
- mladić saznaje pravo značenje riječi „muškarac” promatrajući nježnog i brižnog strica koji dijeli svoj oskudan imetak kako bi pomogao pripadniku druge narodnosti nakon krizne situacije
- slijepi otac brine za svoju kćerku na isti brižan i sposoban način kao i otac bez invaliditeta.

4d) Odražavajte i podržavajte pozitivne aspekte autohtonih kultura i tradicija

Jednostavno je nametnuti „veliku priču“ u kojoj su slike i rješenja sa zapada ili rješenja onih koji su obrazovani i važni u nekoj zajednici predstavljena kao glavni ili jedini svjetonazor. No, bitno je slaviti i promicati pozitivne prakse svih kultura i ljudi. Mogu se pronaći mnogi praktični i logični razlozi u praksama koje se danas smatraju „zastarjelima“. Zapravo se krug života često preokreće pa se veoma stare tradicionalne prakse (primjerice, masaža dojenčadi) opet reklamiraju kao moderna medicinska čuda. Zapravo, neka anglocentrična zapadnjačka rješenja često izviru iz starih, bogatih kultura. Lokalne, usmene pripovijesti promicale su pismenost i održavale povezanost među ljudima; zajednički konsenzus na sastancima skupine oblikovao je neke uobičajene prakse u današnjim načinima rješavanja sukoba; priče iz Afrike, Južne Amerike, Azije i arapskog svijeta te zapravo iz svake regije na kugli zemaljskoj otvaraju vidike i slave lokalne i međunarodne kvalitete.

Pozitivan primjer: odražavanje i njegovanje pozitivnih aspekata autohtonih kultura i tradicija

Ja sam gavran (David Bouchard, MTW Publishers, Britanska Kolumbija) je knjiga iz serije o starosjediocima Kanade, namijenjena djeci školske dobi. Serija je zamišljena tako da promiče kulturu i ponos naroda nekada poznatog pod nazivom „Indijanci“. Ova knjiga je priča o mudrom poglavici koji podiže novi totemski stup. Njime želi izraziti tko je i tko su drugi ljudi koji su mu u životu bili bitni. U svojim putovanjima upoznaje nekoliko ljudi koji ga pokušavaju uvjeriti u važnost svojih prikaza. Na kraju, poglavica saznaje tko je njegov totemski duhovni vodič. Potiče djecu u pronalaženju svog „totema“ i jedinstvene kvalitete. Knjiga je primjer slavljenja pojedinaca i zajednica koji nisu dio uobičajene globalne pripovijesti. [http://www.unicef.org/cwc/files/I_am_Raven\(1\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/I_am_Raven(1).pdf)



Kako teoriju pretvoriti u praksu

4d) Odražavajte i podržavajte pozitivne aspekte autohtonih kultura i tradicija

Ovaj se vodič u medijskim sadržajima može primijeniti na različite načine prikazivanjem autohtonog znanja, lokalne otpornosti, pozitivnih praksi i kulturnog identiteta kao dodatka novim činjenicama i znanju. Primjerice:

- predstaviti starije ljude u društvu kao mudre osobe sa zadirujućim znanjima i shvaćanjima kako bi se mladima prenijelo da oni razumiju kako je bilo biti mlad
- stvarati medijske proizvode za djecu i mlade o ulozi žena inovatorica u njihovim zajednicama
- razvijati materijale i scenarije o mudroj djeci i odraslima koji su pomogli svojim zajednicama u vremenu krize korištenjem pozitivnih tradicionalnih praksi
- poticati djecu da postanu „mali antropolozi“ koji istražuju „dobra stara vremena“ i otkrivaju koje pozitivne stvari su dobili od kulture i naslijeđa svojih predaka.





Peti dio

Kako izbjeći česte zamke
pri stvaranju medijskih
sadržaja za djecu?





U praksi se pokazalo kako je dobro prikazati svakodnevne živote djece, njihove interese, želje i iskustva kao osnovu za primjereni sadržaj, a zatim prije konačne produkcije ispitati s djecom glavne ideje.

1. Kako osigurati da moj medijski proizvod bude primjeren djeci?

Odraslima se često teško suzdržati od nametanja onoga što *oni* smatraju ključnim informacijama te jednostavno predstavljaju poruke u medijskim oblicima koji će djeci biti zanimljivi i misle kako to znači da su i poruke prilagođene djeci. Postoje brojni primjeri medijskih sadržaja primjerenih djeci koji se bave prevencijom zlostavljanja i izrabljivanja djece, zdravljem i higijenom, siromaštvom, nasiljem, smrću, bolestima i drugim teškim pitanjima. Ljudi koji proizvode tako bitne informacije moraju znati što djeca određene dobi mogu razumjeti te jasno shvatiti odgovornost odraslih za poruke koje odgovaraju potrebama djece i mladih.

Najkvalitetnije ćemo podržati i zaštititi dječja prava ako medijske sadržaje učinimo prilagođenima njihovoj dobi te istovremeno potičemo nove vještine kako bismo podržali njihov razvoj i učenje, savjetujemo se sa stručnjacima za dječji razvoj i pažljivo promatramo stvarnu djecu kako bismo procijenili primjerenost poruke. U praksi se pokazalo kako je dobro prikazati svakodnevne živote djece, njihove interese, želje i iskustva kao osnovu za primjereni sadržaj, a zatim prije konačne produkcije ispitati s djecom glavne ideje.

Na primjer, bitno je poučiti ljude o važnosti vitamina, ali na odraslima je odgovornost da djeca budu zdrava, tako da poruka primjerena djeci neće biti govor o važnosti A vitamina nego o tome kako možeš postati snažan, pametan i imati više energije ako se trudiš „jesti sve dugine boje“. Umjesto poruke o pravima djeteta, poruka o društvenoj pravdi primjerena djetetu može prikazivati djecu kako uče dijeliti stvari s drugima i biti pravedni doma i u školi. Umjesto didaktičke pouke o tome kako su djevojčice i dječaci jednaki, poruka o ravnopravnosti spolova primjerena djeci mogla bi, kao uzor osviještenog shvaćanja spola, pružiti dječaka koji je nježan i pošten te djevojčicu koja je fizički aktivni vođa.

2. Koje su najbolje strategije u sprečavanju ili promjeni negativnog ponašanja?

Svi učimo putem oponašanja. Pružanje pozitivnih uzora može nam pomoći u stjecanju dobrih vrijednosti i ponašanja, a negativni će uzori na žalost potaknuti i učvrstiti vrijednosti i ponašanja koja želimo promijeniti ili izbjeći. Bitno je osigurati da naši medijski sadržaji djeci pokazuju i govore ono što želimo učiniti, a ne ono što **ne** želimo od njih. Vizualno i verbalno predstavljanje negativnih primjera ponekad može dovesti do opasnih i neplaniranih negativnih rezultata. Sigurnije je i primjerenije prikazivati pozitivne postupke i rješenja. Medijske proizvode, pogotovo one za najmlađe, treba više puta provjeravati kako bi se osiguralo da sadrže dobre sigurnosne prakse i kako bi se izbjeglo vrijeđanje ili bilo kakvo nasilje, čak i ako je učinjeno u šali.

U pregledu tipičnih primjera medijskih sadržaja za razvoj, materijali i mediji često su sadržavali veći postotak priča koje se bave problemima (ili onime što treba izbjegavati), dok se manji dio bavio rješenjima. Osim toga, materijali su često posvećivali veći dio svojih priča „problemu“. Problemi su također često vizualno i verbalno predstavljeni na dramaturški uzbudljive načine, tako da se njihov dojam pojačava i lakše pamti. Predlažemo da se taj običaj promijeni kako bi veći dio priča naglasak stavio na vizualno i verbalno zanimljiva **rješenja** uz promicanje pozitivnih postupaka.

Na primjer, umjesto da se prikazuje dijete koje doživljava stravičnu nesreću jer se igra nagaznom minom, moglo bi se prikazati dijete koje uočava minu i istog trena zna da mora upozoriti druge, udaljiti se i obavijestiti odraslu osobu. Umjesto da se prikazuje djevojčica koju napastuju, izrabljuju ili zlostavljaju, uzor bi trebalo naći u prikazu samopouzdanе i aktivne djevojčice koja uspješno rješava problem već nakon prve naznake maltretiranja.



3. Je li korištenje straha opravdano i učinkovito u medijskoj komunikaciji s djecom?

Strah je uobičajena ljudska emocija i kod djece i kod odraslih. Bitno je navesti, predstaviti i podržati zdrave načine suočavanja s malim i velikim strahovima koji su dio života, ali uvijek treba pažljivo postupati kada se koristi pobuđivanje straha u medijskim sadržajima za djecu. Kada se zločesti likovi i čudovišta, prevelika medicinska oprema, bacili i zastrašujuće nasilje prikazuju uz dodatak dramatične glazbe i posebnih efekata, postoji opasnost da će strah zagušiti sposobnost djeteta da vidi i čuje poruku. Realistično prikazano zlostavljanje, nasilje i ozljeđivanje može utjecati i na stariju djecu tako da ih zakoči ili traumatizira.

Bitno je osigurati da medijski sadržaj bude usmjeren na zdrave načine kojima djeca i mladi mogu rješavati različite strahove i



emocije. Kada se predstavljaju sukob ili emocije poput bijesa, izložite problem verbalno i u što kraćem vremenu. Oduprite se granicama i proširite upotrebu kreativnih i pozitivnih primjera koji nisu zastrašujući, nego nude rješenja.

Primjerice, u ostvarenjima koja se tiču sprečavanja nesreća, umjesto da prikazete dijete kako gura prst u utičnicu i kako ga udara struja, prikazite dijete koje ugleda utičnicu, ali se sjeti pamtljive fraze o tome kako ne smije prilaziti te je ponavlja. Umjesto prikazivanja velikog komarca, velike igle ili virusa HIV-a u obliku čudovišta, prikazite djecu i mlade koji verbalno priznaju svoje strahove te govore i čine stvari kojima će savladati strah i očuvati zdravlje. Umjesto medijskih prikaza „strašne sudbine“ djeteta s dječjom paralizom ili drugom bolesti za koju postoji cjepivo, prikazite dijete i odrasle kako na izravan način razgovaraju o tome kako ne žele da njihovi braća, sestre, djeca i unuci obole od iste bolesti te odlučuju kako bi ih trebalo cijepiti.



4. Kako osigurati da moj medijski proizvod nije samo obrazovan nego i zabavan?

Znanje se najbolje usvaja kada je sadržaj predstavljen na zanimljive načine i kroz dobre zaplete. Nitko, a pogotovo ne dijete, neće kvalitetno učiti iz suhoparnog i moralizatorskog načina predstavljanja informacija. Načela obrazovanja pristupačnog djeci vrijede i za medijske proizvode pristupačne djeci. Jedno od tih načela je aktivno učenje u koje su uključene potrebe i stajališta djeteta. U osmišljavanju medijskih sadržaja za djecu zlatno pravilo glasi, „dobar zaplet znači dobru priču“ i to je najbolji način u zaokupljanju učenika. Sadržaj mora biti zabavan i nadahnjujuć, a djeca će se radije vraćati takvim pričama i ponavljati naučeno. Stvarajte priče o životima djece i njihovim interesima te ljudima koji su im bitni; pobudite njihovu maštu i radoznalost; učinite likove višedimenzionalnima; potičite kritičko mišljenje, igru, učenje i djelovanje tijekom medijskog sadržaja i nakon njega.



Primjerice, umjesto materijala koji djecu uče slovima i brojevima tako da ih moraju učiti napamet, razvijte igre, pjesme, stihove i brzalice koje će im pomoći u pripremi za upis u školu. Umjesto brošure koja nabraja činjenice o izrabljivanju i nasilju, stvorite zaplet s djevojčicom koja posjeduje nevjerojatnu psihološku otpornost ili s dječakom koji se nije poveo za svojim vršnjacima kada su oni zlostavljali drugo dijete.

5. Kako u predstavljanju „obveznih lekcija“ mogu postići veću kreativnost i pristupačnost djeci?

Motivacija djece često je veća ako uče iz svojih iskustava i iskustava sebi slične djece. Medijski sadržaji u kojima su odrasle osobe stručnjaci, a djeci se obraćaju pokroviteljski i drže moralne propovijedi



te ističu što je dijete pogrešno napravilo, bit će manje uspješni od sadržaja koji djecu potiču na usvajanje znanja rješavanjem problema, istraživanjem i maštom. Veoma je bitno odrasle predstaviti kao pouzdane osobe koje djeci pružaju ljubav i podršku bez obzira koliko ona imaju godina. Odrasle treba prikazati u različitim odnosima s djecom, kako razmjenjuju ideje i iskustva i čak uče od njih. Potrebno je ponekad pokazati da djeca i mladi također imaju odgovore, čemu će se odrasli čuditi, ali će biti i ponosni na njih.

Na primjer, umjesto da se dijete izgrdi jer nije na siguran način prešlo cestu, prikažite odraslu osobu koja od djeteta traži da je nauči kakav je ispravan i siguran način da se prijeđe cesta. Umjesto prikazivanja djeteta koje se ponaša kao nasilnik i odrasle osobe koja će mu „održati lekciju“, prikažite skupinu djece koja umjesto odustajanja počinje surađivati i koristeći jednostavne vještine rješavanja sukoba uspijeva se zauzeti za sebe bez ponižavanja drugih.

6. Protiv kakvih stereotipa se trebam boriti i koje stereotipe moram izbjegavati u svojim medijskim proizvodima?

Bitno je promotriti svaki lik neke priče kako bi se izbjegle stereotipne uloge. Pregledajte svaku riječ i postupak kako biste bili sigurni da: zločesti i zli ljudi nisu uvijek prikazani kao ružni i neprivlačni; stari ljudi nisu uvijek prikazani kao nemoćni i pasivni; siromašna djeca nisu uvijek tužna; obrazovani ljudi nemaju uvijek odgovore na sva pitanja; osobe s invaliditetom nisu uvijek usamljene i pripadnici određene narodnosti ili kulture nemaju uvijek lošije osobine, ukuse i interese.

Potrudite se da u medijskim sadržajima za djecu predstavite dječake i odrasle muškarce u poticajnim ulogama poput odgojitelja djece i kao osobe koje izražavaju emocije. Djevojčice i žene predstavite kao vođe, pokažite kako uživaju u sportovima, vožnji i upravljanju poslovima. Prikažite i žene i muškarce kako pomažu u kućanstvu i brizi o djeci. Prikažite djecu i odrasle s različitim vrstama invaliditeta koji mogu govoriti u svoje ime i ne moraju samo primati podršku



i pomoć nego je i sami mogu pružiti drugima. Uključite osobe različitih narodnosti i iz manjinskih skupina na jednak način kao i pripadnike dominantne skupine.

Što češće prikazujte različite i višedimenzionalne likove. Na primjer, umjesto da prikazujete stare osobe hrapavog glasa koje se jedva mogu kretati, prikažite baku koja igra nogomet sa svojom unukom te djeda kako grli, pjeva i pleše sa svojim unukom. Umjesto da prikazujete kako bogatija djeca i odrasli pomažu pripadnicima obespravljenih skupina, pokažite tehnike preživljavanja kojima oni mogu poučiti ostale. Na primjer, prikažite siromašnije dijete koje pomaže ili se zauzima za bogatije dijete.

I na kraju, sjetite se da je bitno osigurati raznolike i mnogostruke prikaze djece i odraslih iz neke skupine kako bi se izbjegli stereotipi. Raznolikost unutar skupine jednako je bitna kao i raznolikost među skupinama.

7. Kako osigurati da djeca razumiju moj medijski proizvod?

Manje je često više, jednostavno je obično najbolje i ostvarenja koja koriste jednostavan jezik, pogotovo u tisku, često uspiju doprijeti do svih, pogotovo do onih u najnepovoljnijem položaju. Iako je naš rad usmjeren na djecu i mlade s različitim razinama pismenosti, tiskani mediji često su vizualno i verbalno zatrpani te ih je teško razumjeti. Možemo i bez riječi djeci pokazati primjere ponašanja. Tako se povećava mogućnost da ćemo doprijeti i do djece s nižom razinom pismenosti, nepismene djece i djece koja govore drugim jezicima. Vjerojatnije je da će svi shvatiti poruku ako je materijal jednostavan, jasan i koristi svakodnevne riječi.

Primjerice, umjesto korištenja prekrasne fotografije sa sloganima i popisom raznih činjenica o HIV-u/AIDS-u, prikažite osobu koja živi s bolešću, kako uzima lijekove i zdravo se hrani te prima podršku od obitelji i prijatelja. Umjesto medijskih sadržaja sa mnogo riječi

o pripremljenosti na krizne situacije, pokažite kako se svi, od najmlađe djece do starijih odraslih osoba, mogu pripremiti u svojim domovima i zajednicama.

Kako bi se osigurala autentičnost i razumijevanje, potrebno je poticati priče i ideje koje stvaraju djeca, predstaviti pozitivne situacije iz stvarnog života i pustiti djecu da sudjeluju u stvaranju proizvoda.

8. Je li oponašanje uspješne komercijalne formule uvijek najbolji pristup?

Postoje mnogi uspjesi u niskobudžetnim i visokobudžetnim ostvarenjima za djecu. Dječja televizija i radio imaju niz izvrsnih emisija sa svih strana svijeta. Svi bi mogli mnogo naučiti iz njih, pogotovo po pitanju profesionalnosti, ali djeci su potrebni raznoliki medijski žanrovi i sadržaji isto kao što im treba i ujednačena prehrana kako bi se u potpunosti razvili. Također moramo osvijestiti kako određivanje „uspjeha“ na osnovu popularnosti i broja gledatelja ne znači nužno kvalitetan dječji proizvod. Sve zemlje i regije imaju svoje autohtone nadarene osobe i povijest na kojima mogu graditi lokalne medijske proizvode. Iako postoji sve veća potreba za natjecanjem s međunarodnim proizvodima, mnoge zemlje su pronašle mjesto za sebe u stvaranju nečeg što je za njih jedinstveno, koristeći vlastite priče, kulturu i tradicije. Iskustvo je pokazalo kako takvi medijski proizvodi mogu biti veoma kvalitetni, a njihovo stvaranje ne stoji mnogo novaca.

Primjerice, umjesto stvaranja animiranoga filma s brzom radnjom i mnoštvom posebnih efekata, potražite ugodnog i ljubaznog voditelja koji djeci pripovijeda tradicionalne i moderne priče kako bi im pomogao pobijediti svakodnevne strahove i teške emocije. Umjesto oponašanja „zapadnjačke“ pop glazbe, osuvremenite tradicionalne melodije i prikazite različite članove obitelji kako pjevaju iste pjesme s novim riječima o zdravim načinima ponašanja.

9. Je li potrebno preliminarno ispitivanje?

Da. Najbolji medijski sadržaji za djecu često su vođeni onime što možemo naučiti od djece. Zato je najbitnije provoditi vrijeme s njima, promatrati ih i tražiti njihovu ocjenu naših medijskih poruka. Postoje različite vrste istraživanja koja mogu podržati, poboljšati i utjecati na ostvarenja u ovom području. Uz osnovne informacije prije proizvodnje, ključno je formativno istraživanje. U kontekstu medija za djecu, formativno istraživanje može se provesti isprobavanjem različitih „nacrtā“ medijskog sadržaja. Koristite ih kako biste saznali sviđaju li se djeci određeni likovi, razumiju li poruku, obraćaju li pozornost i tako dalje. Formativna istraživanja omogućuju nam upoznavanje publike te osiguravaju da nastali proizvodi odgovaraju potrebama i interesima djece te učinkovito prenošenje poruke. Također pomažu u sprečavanju „produksijskih pogrešaka“ i nenamjernog poučavanja krivim ili negativnim porukama.





Ponekad su pojedina ostvarenja nastala zbog izvanredne situacije (plakat ili televizijska reklama o prevenciji virusa H1N1, brošura o pripremljenosti na uragane i potrese), ali trebali bismo se češće posvetiti proizvodnji televizijske i radijske emisije ili multimedijske kampanje koje podržavaju jedinstveni strateški plan te obavezno provesti istraživanje i preliminarno ispitivanje.

Primjerice, umjesto da s malom skupinom odraslih osoba odlučujete o sadržaju medijskog proizvoda, bolje je prije proizvodnje provesti malo vremena s djecom. Postavljajte im jednostavna pitanja o njihovim interesima, saznajte što znaju, a što bi htjeli naučiti o toj određenoj temi. Umjesto proizvodnje konačnih materijala, razvijajte prototipe scenarija i nacрте materijala te postavljajte djeci jednostavna pitanja o obliku, stilu, interesu i razumijevanju.

Ako je moguće, uključite dva pouzdana savjetnika ili više njih pri pregledu materijala prije konačne proizvodnje. Osoba sa znanjem o dječjem razvoju ili s velikim iskustvom u stvaranju medijskih proizvoda za djecu može pregledavati materijale dok ih razvijate. Takva metodologija dokazano je isplativa, ali predstavlja i izvor novih znanja za stvaratelje.



10. Moram li imati posebnu vrstu obrazovanja za proizvodnju kvalitetnih medijskih proizvoda za djecu?

U medijima za djecu potrebne su posebne vještine, talent i obuka. Iako u mnogim zemljama nisu zaživjele radionice usmjerene na jačanje potencijala u proizvodnji materijala za djecu, taj pristup se pokazao kao mudar ulog. Primjerice, sve do sada, zaposlenici na projektu UNICEF C4D (*Communication for Development*, komunikacije za razvoj) često su imali veću stručnost i iskustvo u razvijanju proizvoda o djeci, umjesto s djecom i za djecu. Osoba koja radi u društvenom marketingu i ne poznaje djecu ili netko tko proizvodi televizijske, radijske ili igrane drame za odrasle, često se ne može prebaciti na proizvodnju učinkovitih i kvalitetnih proizvoda primjerenih djeci bez da se prvo educira o načinu proizvodnje i razvoja medija za djecu.



U mnogim zemljama se na radionicama za jačanje potencijala koristio pristup koji uključuje lokalna ostvarenja i djelatnike, sudionike koji rade na različitim medijima i iz svih područja te ljude koji imaju iskustva u izravnom radu s djecom (učitelji i osobe iz nevladinih organizacija). Radionice preuzimaju kvalitete svih skupina te povećavaju njihovu svijest i kompetenciju o načinu proizvodnje učinkovitih medijskih proizvoda za djecu svih dobi. Ove radionice najbolje funkcioniraju kada sudionici dobivaju izravno iskustvo u proizvodnji prototipskih ostvarenja i istraživanju dobrih praksi sa svih strana svijeta.

Uspješna metoda je uključivanje osoba koje rade na komunikaciji za razvoj u fazu planiranja novih inicijativa i projekata. Tako će proizvod biti ključan za projekt i podržavati sve njegove aspekte. Tako će biti uključena bitna istraživanja o znanju, stavovima i praksama o kritičnim vrstama ponašanja te pristup medijskim proizvodima i njihovo korištenje.

Jačanje potencijala u komunikaciji za razvoj te istraživanje načina „razmišljanja izvan okvira” obogaćuje projekte i osigurava strateška i inovativnija rješenja. Prednost je i poticanje kadra predanih i kreativnih stvaratelja s vještinama, talentom i čvrstim temeljima u razvoju medijskih proizvoda namijenjenih djeci. To ne samo da ojačava određeni projekt nego dodaje inovaciju i vrijednost proizvodu kao podršku širokom rasponu programa. Primjerice, umjesto iznajmljivanja proizvoda (jednog dijela ili čitave kampanje), tvrtki koja se ponajprije bavi društvenim oglašavanjem ili medijima za odrasle, treba podržati radionicu usmjerenu na jačanje potencijala za lokalno stanovništvo koje radi u medijima i iz svih sektora. Obučavajte sudionike o medijskoj komunikaciji prilagođenoj određenoj dobi i zajedno radite na razvoju novih sadržaja primjerenih određenoj kulturi.



Nekoliko konačnih savjeta

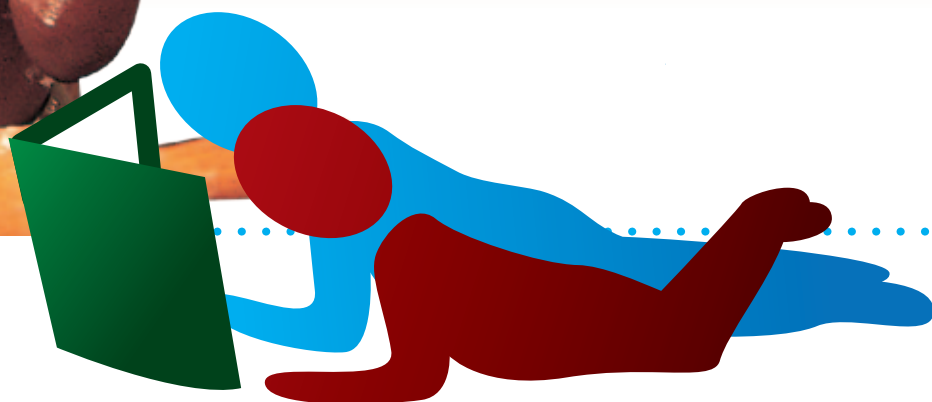
Prvi savjet: Ako su vam resursi ograničeni, započnite s proizvodnjom kvalitetnih knjiga za malu djecu, prilagođenih stupnju razvoja i kulturi, na temelju predloženih Načela i Smjernica. Knjige se kasnije mogu adaptirati u elektronske, digitalne i međuljudske medije.

Drugi savjet: SVE medije prikazujte neutralno i u istim okvirima. Nisu sve knjige dobre i nije svaki televizijski program loš. Svi materijali trebali bi podržavati cjelovit razvoj djeteta, nadopunjavati međuljudske odnose i podržavati najviša mjerila na temelju prava SVE djece.

Treći savjet: Bitno je izgraditi lokalne kapacitete za proizvodnju medijskih sadržaja za djecu. Multidisciplinarni pristup u kojem stručnjaci s područja zdravstva, odgoja, zaštite i razvoja djece te umjetnici zajedno rade i stvaraju često ima i najučinkovitije rezultate.

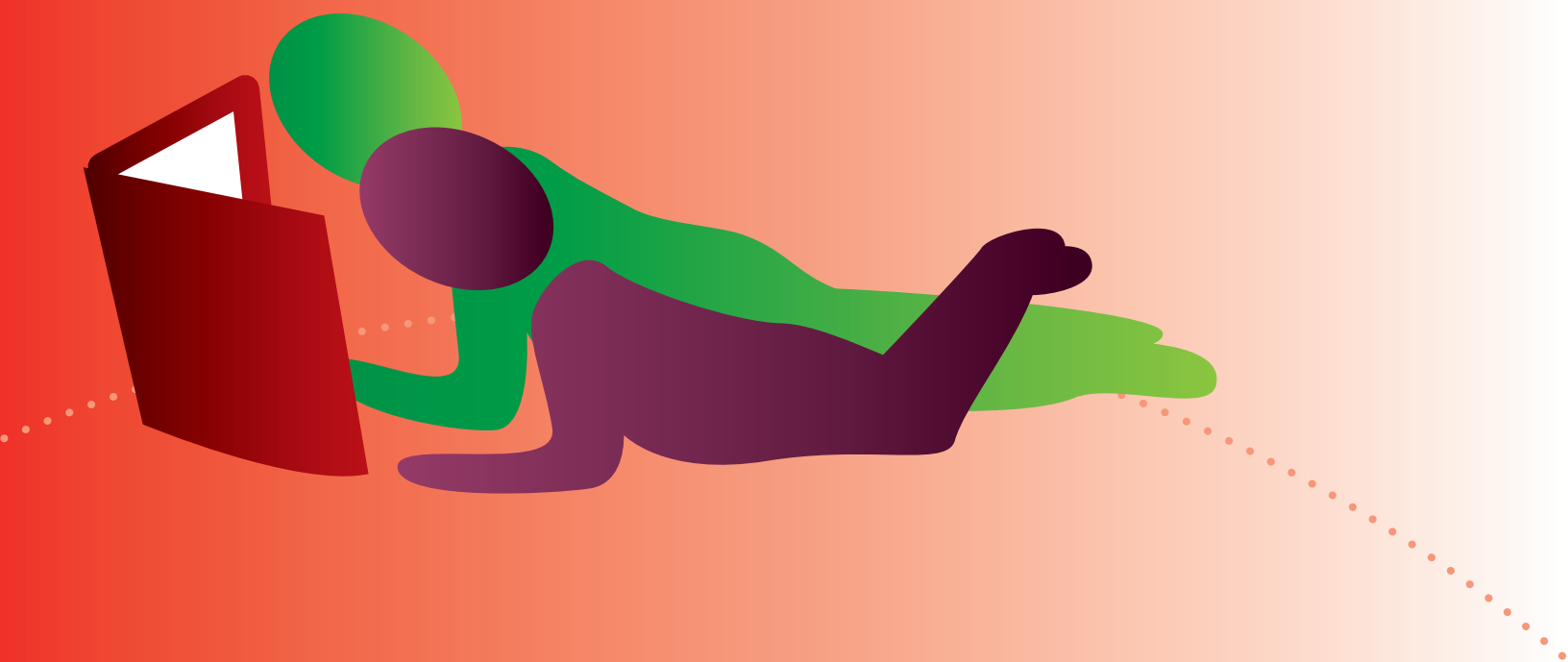
Četvrti savjet: Djeca su ključni vodiči u proizvodnji kvalitetnih medijskih sadržaja. Promatrajte ih, na njima ispitajte prototipe i uključite ih u proces stvaranja i tako ćete osigurati autentičnost i razumijevanje.

Peti savjet: Potrebno je provesti još istraživanja o utjecaju različitih medija na živote djece. Teme istraživanja trebale bi uključivati proučavanje utjecaja različitih medija i materijala na širok raspon ponašanja i stavova, a ne samo na ciljeve školskog programa.



Šesti dio

Dodatni pozitivni primjeri
i materijali





Nabrojat ćemo dodatne pozitivne primjere i materijale iz različitih medija koji predstavljaju različite zemlje. Podijeljeni su prema dobnim skupinama, a ne načelima, a budući da su integrativni, obuhvaćaju mnoga načela i smjernice opisane u ovom vodiču te podržavaju cjelovit razvoj djeteta. Uz poneka odstupanja, uglavnom svi nude pozitivne uzore.

Kada je to bilo moguće, dodali smo i znanstvena istraživanja povezana s primjerom. Formativna istraživanja češće su provođena za serije nego za pojedinačne projekte, ali su uključene procjene i pojedinačnih projekata i serija.

(Nakon svakog primjera u zagradi navodimo glavna UNICEF-ova prioritetna područja ili razvojne ciljeve na koja su usmjerene dobre prakse.)

Knjige, filmovi, televizijski prilozi i serije

ZA RANU DOB

Čarobno putovanje/Keremet Koch

animirana televizijska serija, prvi put prikazana 2006., u proizvodnji kirgiske radiotelevizije uz podršku UNICEF-a u Kirgistanu (prva dječja emisija na kirgiskom jeziku, također prikazivana u Turskoj na turskoj radioteleviziji TRT, ukupno ju je vidjelo 250 milijuna ljudi na području od Balkana do Kine)

Tradicionalni likovi, Akylai i Aktan, uz postavu likova iz šire obitelji i raznolike skupine prijatelja, pozivaju djecu učiti o različitim temama, od vještina potrebnih za upis u školu, pozitivnih spolnih uloga, zdravog načina nošenja s emocijama, do zdravstvenih i higijenskih navika. School of Education Queen's Universityja u Belfastu upravo je dovršio kvantitativno i kvalitativno istraživanje (15).

<http://www.vimeo.com/24185412>, <http://www.youtube.com/user/KeremetKoch>

(spremnost za školu, zdravlje, zaštita djece, ravnopravnost spolova, inkluzija, psihološka otpornost)

Tsehai voli učiti

niskobudžetna televizijska serija za malu djecu iz 2005., u proizvodnji organizacije Whiz Kids Workshop u Etiopiji

Koriste se jeftine lutke i jednostavna animacija kako bi se na amharskom jeziku i unutar prikaza lokalne etiopske kulture predstavile teme koje se tiču gubitka roditelja, spolne ravnopravnosti, očuvanja okoliša, teških emocija, ranog učenja i osobnih vrijednosti. Provedena su formativna istraživanja o razumijevanju prije prikazivanja. Dobitnik je raznih nagrada, između ostalog, nagrade Prix Jeunesse i Međunarodne nagrade Japana za obrazovanje putem medija. <http://www.tsehai.com> (preživljavanje i razvoj djeteta, osnovno obrazovanje, ravnopravnost spolova, HIV/AIDS, zaštita djece)

Susjedstvo gospodina Rogersa

televizijska serija za predškolce, prvi put prikazana 1971., u proizvodnji tvrtke Family Communications iz SAD-a

Jedna od prvih serija za djecu koja je obrađivala osjetljiva pitanja na načine koji su prilagođeni djeci, uključujući teme bolesti, razvoda, smrti, teškoća u razvoju i raznolikosti te je prikazivala širok raspon strahova i emocija. Usmjerenost na izgradnju samopouzdanja svakog djeteta, uključujući marginaliziranu djecu i djecu koja žive u nepovoljnim uvjetima. O seriji je dostupno nekoliko istraživačkih studija. Reprize i internetska stranica tvrtke koriste se kao uzor za dječja „sigurna utočišta” u medijskim sadržajima (FCI pokreće projekte u različitim medijima, obučava skrbnike i druge koji s najmlađima rade na različitim obiteljskim problemima.). www.fci.org (zaštita djece, zdravlje, teškoće u razvoju, rješavanje sukoba)

1, 2, 3, 4

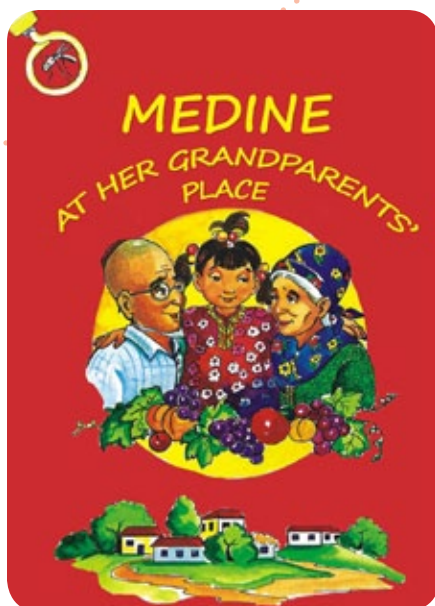
animirani televizijski prilog iz 2006., u proizvodnji UNICEF-a u Myanmaru

Priča o djevojčici koja ide u trgovinu, pjeva, nabraja i imenuje životinje, voće, povrće, a potiče je i hvali brižni otac. Ponavljanje, pamtljiva pjesma, jednostavna i inovativna animacija, primjer učenja pristupačnog djeci i sadržaja primjerenog razvojnoj fazi. www.vimeo.com/24175110 (cjeloviti razvoj u ranom djetinjstvu, prehrana, spremnost za školu, ravnopravnost spolova, savjesno skrbništvo)

Papigica Elliot

animirana epizoda serije 3rd and Bird, u proizvodnji BBC-eva odjela za dječji program CBeebies 2008, Little Airplane Productions, SAD

Priča o crvu Elliotu koji se želi pridružiti izviđačkoj skupini „Papigice” s geslom *nikad ne odustaj* i pravilom *samo za ptice*. Elliot i njegovi ptičji prijatelji ilustriraju geslo *ne odustaj* svojom upornošću i zdravim socijalnim vještinama. Elliotovo „razlikovanje” od ptica među njima ne čini razliku, on postaje Papigica i otvara put za druge. Ispitivanje pozornosti, zanimljivosti i razumijevanja provodi se s malom djecom prije produkcije scenarija. <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/3rdandbird/> (raznolikost, psihološka otpornost)



Kulturna raznolikost

Animirani televizijski prilog iz 2008., nastao na radionici za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Kirgistanu

Priča i pjesma o suncu koje se igra skrivača" s djecom različitih rasa i mogućnosti u različitim dijelovima svijeta. Dijete s kovčavom kosom skriva se iza ovce s kovčavim runom; slijepa djevojčica skriva se iza zavjese; dijete s bijelim šeširom skriva se iza planine prekrivene snijegom itd. Pjesma o tome kako se sva djeca mogu zajedno igrati, svi su bitni i vrijedni. www.vimeo.com/24118963

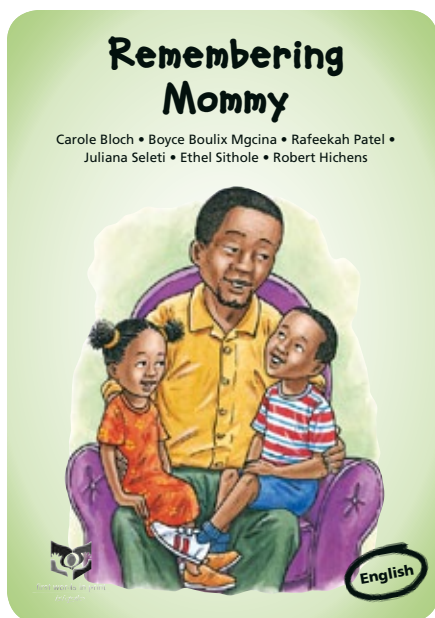
(zaštita djece, raznolikost, teškoće u razvoju)

Medine

knjiga, 2009., nastala na radionici za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Turkmenistanu

Priča o djevojčici i njenom djedu koji žele ići loviti ribe, ali prvo se pripremaju kako ih ne bi izbolio komarci: mažu se kremom, oblače odjeću dugih rukava i ne hodaju po lokvama. Nakon povratka kući, jedu slasnu ribu koju su ulovili, zaspu ispod mreže protiv komaraca i zamišljaju kako plove prekrasnim morima. http://www.unicef.org/cwc/files/Medine_Malaria.pdf

(zdravlje, ravnopravnost spolova)



Sjećam se mame

knjiga za predškolce i školarce, 2006., nastala na radionici za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Južnoafričkoj Republici, izdana u ediciji First Words in Print izdavačke tvrtke New Africa Books, Južnoafrička Republika

Knjiga za djecu koja su ostala bez roditelja i ranjivu djecu koja objašnjava temu smrti roditelja na način pristupačan djeci i primjeren kulturi: prikazuje situacije u kojima djevojčici i dječaku nedostaje njihova majka i načine na koje njihov otac, učiteljica, baka i druga djeca ublažavaju njihovo tugovanje. Primjer razgovora o uspomenama i održavanja navika koje će utješiti djecu kad se suočavaju s gubitkom ili smrću; primjer lokalne adaptacije tema poput bolesti, smrti, trauma, kriznih situacija i drugih teških okolnosti. http://www.unicef.org/cwc/files/Remembering_Mommy-Sithmebele_and_Themba.pdf

(zaštita djece, HIV/AIDS, krizne situacije, psihološka otpornost)



Thar Thar se kupu

knjiga za djecu u kriznim situacijama, 2005., nastala na radionici za potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Myanmaru

Knjiga je namijenjena djeci koja su preživjela tsunami 2004. godine. Prikazuje dijete koje se boji ući u kadu, ali brižna majka puna razumijevanja koristi igru i maštu kako bi mu pomogla u rješavanju straha. Formativno istraživanje o zainteresiranosti i razumijevanju kod male djece provedeno je prije konačnog izdanja.

http://www.unicef.org/cwc/files/Thar_Thar_Takes_a_Bath.pdf
(cjeloviti razvoj u ranom djetinjstvu, krizne situacije, zaštita djece)

Moja mama, moja deka

knjiga nastala 2010. na radionici za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Lesotu

Predškolkica priča o svojoj gluhoj majci. Koristeći tradicionalnu lesotsku vunenu „deku“, u stihovima govori o majčinoj toplini, brizi, humoru i ljubavi. Ova knjiga primjer je uključivanja osoba s invaliditetom u materijale koji prikazuju i promiču samopouzdanje skrbnika.

http://www.unicef.org/cwc/files/My_Mommy_My_Blanket.pdf

(rani razvoj djece, zaštita djece, invaliditet)

ZA RANU I SREDNJU DOB

Nema više igre s pilićima

obavijest javne televizije o ptičjoj gripi 2001., u proizvodnji UNICEF-a u Moldaviji

Obavijest je predstavljena sa stajališta i prema interesima djeteta, miješa igrane scene i animaciju: priča o djevojčici kojoj djed s uvažavanjem objašnjava zašto se više ne smije igrati s pilićima. Uvažavanje je ukazano i životinjama, odabirom o suosjećajnom govoru o „zaštiti pilića“ umjesto da ih se prikazuje kao izvor „problema“: www.vimeo.com/24175028

(preživljavanje djece, zdravlje/higijena, ravnopravnost spolova)

Perspektivini televizijski spotovi o pristupačnim školama

javne obavijesti o pristupu školama za djecu s invaliditetom, u proizvodnji Perspective, ruske nevladine udruge koja podržava inkluziju djece s teškoćama u razvoju i osoba s invaliditetom

Cilj ova tri kratka animirana priloga je pokazati jednostavne prilagodbe koje je potrebno provesti kako bi se integrirala djeca s oštećenjem vida, sluha ili s tjelesnim oštećenjem. <http://www.vimeo.com/26237643>

(teškoće u razvoju, samopouzdanje, životne vještine)

Trinidadski klinci na štulama

televizijski prilog iz emisije Ulica Sezam, SAD

Priča je ispričana u prvom licu o djevojčici iz Trinidada koja želi naučiti hodati na štulama kao i ostala djeca iz njene zajednice. Njen očuh je podržava i vodi dok ona izgrađuje svoje samopouzdanje i otpornost. Postepeno uči ovaj težak zadatak i pridružuje se prijateljima u povorci. www.vimeo.com/24629947

(psihološka otpornost, samopouzdanje, ponos na svoju kulturu)

Daniel Cook: Posjet doktoru

epizoda igrane televizijske serije, 2004., u proizvodnji tvrtki Marblemedia i Sinking Ship Productions, Kanada

Serija o dječaku prikazuje njegov svijet i s gledateljima dijeli njegova nova iskustva. U ovoj epizodi Daniel posjećuje doktora koji na ljubazan

'M'e oa ka...Rato la ka



i djeci pristupačan način objašnjava kako i zašto ga pregledava. Daniel se boji injekcije, ali doktor je iskren i smiren. Dobar prikaz djetetovih prirodnih strahova, znatiželje i načina na koje zdravstveni djelatnici mogu educirati djecu, podržati njihovo podnošenje stresa te čuvati njihovo zdravlje. www.thisisdanielcook.com/#intro_mcontact@thisisdanielcook.com, www.vimeo.com/24125953

(preživljavanje djece, ravnopravnost spolova)

Moja mala zlatna škrinja

knjiga nastala 2010. na radionici pod pokroviteljstvom UNICEF-a za Oceaniju u Fidžiju



Ova priča nastala je prema stvarnom događaju iz života gluhog sudionika radionice. Prikazuje djetetov san, obiteljske veze i pouku o tome kako čuvati i davati novac. Također potiče mlade čitatelje da slijede svoje snove. <http://www.vimeo.com/26307516>
(životne vještine, psihološka otpornost, teškoće u razvoju)

Owen i Mzee: Istinita priča o izvanrednom prijateljstvu

Knjigu su nakon tsunamija u Indijskom oceanu 2004. zajedno napisali šestogodišnja Isabella Hatkoff, njen otac Craig Hatkoff i dr. Paula Kahumbu te ona predstavlja primjer priče o „sigurnom utočištu“ za djecu koja su doživjela gubitak ili im je potrebna nova obitelj. Knjiga govori o Owenu, malom nilskom konju koji je razdvojen od svoje obitelji za vrijeme tsunamija. Lokalno stanovništvo u Keniji pomaže zarobljenom nilskom konju i vodi ga u park u Mombasi. Tamo se Owen osjeća zbunjeno i bijesno, sve dok ga, privivši se uz njega, ne utješi Mzee, stara gigantska kornjača. Oni postaju nerazdvojni i Mzee poučava Owena kako živjeti s ostalim životinjama. Knjigu je izdao Scholastic Press 2006. godine. Također je prilagođena za Mijanmar nakon ciklona Nargis 2008. godine. www.scholastic.com/owenmzee/
(krizne situacije, zaštita djece, psihološka otpornost, rana pismenost)

ZA SREDNJU DOB

Meena: Kako podijeliti mango

animirana serija, inicijativa za komunikacije Meena (traje i danas), UNICEF



Epizoda serije o devetogodišnjakinji iz Južne Azije koja promiče položaj djevojčica i dječja prava. Meena i njen mlađi brat uče se jednakosti i pravednosti kada na jedan dan zamijene uloge. Pomoću humora te slika i emocija primjerenih djeci prikazuje se svakodnevna diskriminacija djevojčica. Meenina majka i baka shvaćaju da djevojčice i dječaci trebaju dobivati jednake količine hrane, a odrasli uviđaju kako Meena i njen brat imaju iste tjelesne potrebe i potrebe za učenjem (kvalitativno istraživanje uklopljeno je u inicijativu Meena).

www.unicef.org/rosa/media_2479.htm

(ravnopravnost spolova, dječja prava, prehrana)



Edukacija o ozljedama od mina

animirani televizijski prilog, 2005., u proizvodnji UNICEF-a u Iraku

Priča o dva iračka dječaka koji se igraju sa zmajem te pokazuju pozitivno ponašanje u susretu s minama ili neeksplozivnim napravama, na način prilagođen djeci, u situaciji prilagođenoj razvojnoj fazi, s primjerenim informacijama i dobrim ponašanjima.

www.vimeo.com/24174880

(preživljavanje djece, zaštita djece, krizne situacije)

Zbog čega sam sretan

kratka dramska igrana serija, 2006./2007., u proizvodnji tvrtke Ragdoll Foundation u suradnji s organizacijom Save the Children, UK

Serijsa se sastoji od šest pozitivnih filmova koji vjerno prikazuju živote djece u Nepal, Kini, Šri Lanki, Etiopiji, Ujedinjenom Kraljevstvu i okupiranom teritoriju Palestine te naglašava prednosti, snagu, psihološku otpornost, djetinju radoznalost i zabavu usprkos neprijateljskim uvjetima. Umjesto da se spominje što djeci nedostaje, snažno se naglašava dječji potencijal. Koriste se jednostavan produkcijski oblik, lokalni stvaratelji filma i pomoćnici. www.whatmakesmehappy.tv

(zaštita djece, psihološka otpornost)

Kakav svijet želimo

televizijski dokumentarac o dječjim iskustvima u sukobima, 2007., nastao u sklopu radionice za djecu staru od 7 do 12 godina pod pokroviteljstvom tvrtke Spacetoons Kids TV, UNICEF-a u Iraku i Jordanu

Priča prikazuje stvarna iskustva djece sunita i šijita koja se suočavaju s oružanim sukobom, uz prikaz svakodnevnih zabavnih aktivnosti i prijateljstva u teškim uvjetima. Dokumentarac o projektu pokazuje kako je produkcijski tim (snimatelji, montažeri, scenaristi, glumci) uključivao i dječake i djevojčice. www.vimeo.com/24175875

(zaštita djece, krizne situacije, psihološka otpornost, ravnopravnost spolova)

Ususret miru

film, 2006., u proizvodnji javnog servisa KRO Nizozemska

Priča o srpskoj djevojčici koja voli nogomet i razbije prozor u kući hrvatske muslimanske obitelji, čiji sin također voli nogomet. Oboje žele ići u nogometni kamp, ali njihove obitelji ne dopuštaju komuniciranje ili prijateljstvo s nekim „s druge strane“. Kada se djevojčicina mlađa sestra nađe u blizini mine, a dječak i djevojčica ipak krenu u nogometni kamp, dvije obitelji uče o iscjeljivanju podjela nakon rata. Film je dobio nekoliko nagrada na festivalima dječjeg filma. www.vimeo.com/24175372

(zaštita djece, ravnopravnost spolova, rješavanje sukoba, psihološka otpornost, životne vještine)

U kvartu

igrani film za djecu staru od 8 do 12 godina, 2006., Dublin, Irska

Priča o dublinskoj mladeži nižeg društvenog statusa čiji će stambeni blok srušiti zbog izgradnje novih modernih stanova. Prikazan je utjecaj ovog događaja na njihove živote i kako su, usprkos teškom životu, taj blok zgrada smatrali svojim „domom“. Prikazuje različite strane života djece suočene s drogama i gradskim izazovima, ali vidimo ih i kako se igraju i spremni su pomoći jedni drugima kao prijatelji i sposobni, otporni pojedinci. Pobjednik „Nagrade srca“ na festivalu dječje televizije Prix Jeunesse International 2008. godine. www.vimeo.com/24175061

(zaštita djece, životne vještine, psihološka otpornost)



Moj divni djed

knjiga, 2003. nastala u sklopu radionice pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Vijetnamu

Minh, djevojčica s dječjom paralizom, postaje „najbolja učenica“ u seoskoj školi uz fizičku i emocionalnu potporu svog djeda. Niskobudžetno autohtono rješenje problema koje izgrađuje samopouzdanje lokalnog društveno ranjivog stanovništva te je primjer učinkovitog cjelovitog pristupa u medijskom sadržaju za djecu. Formativno istraživanje provedeno je s djecom i skrbnicima prije konačnog izdanja knjige.

http://www.unicef.org/cwc/files/Wonderful_Grandpa.pdf

(preživljavanje djece, zaštita djece, osnovno obrazovanje, teškoće u razvoju)

Rekli su mi da ti je umro tata/Rekli su mi da ti je umrla mama

knjige, 1994., Mark Scrivani, izdala i distribuirala tvrtka Compassion Books, SAD

Primjer književnosti „sigurnog utočišta“ za djecu koja se suočavaju s gubitkom ili sa smrću voljenih ljudi. Autor se djetetu obraća izravnim i nježnim riječima, potvrđujući čitav niz osjećaja te predlaže jednostavne načine za rješavanje problema i iscjeljenje. Tekst ukrašavaju multikulturne ilustracije. Djelo služi kao uzor za ostvarenja za djecu o teškim pitanjima poput kriznih situacija, bolesti, napuštanja itd.

www.compassionbooks.com, http://www.unicef.org/cwc/files/I_heard_Your_Mommy_Died.pdf

(cjeloviti razvoj djeteta, zaštita djece, HIV/AIDS)

ZA SREDNJU DOB I RANU MLADENAČKU DOB

Gluhi ljudi mogu sve, samo ne mogu čuti

obavijesti javne televizije iz 2003., nastale pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Kini

Serijski osmišljena s ciljem da djeci i mladima pruži pozitivne uzore gluhih ljudi, npr. gluha učiteljica znakovnim jezikom pripovijeda o svom životu, a uzbuđeni mladi učenici znakovnim jezikom prikazuju o čemu sve sanjare da će postati kada odrastu; gluha balerina koristi znakovni jezik i pokazuje kako je prekrasan; gledatelje se pita *Tko je gluha osoba na ovim slikama?* dok im se prikazuju slike doktora, profesora, političara, vatrogasaca, glumice i ronioca, od kojih su zapravo svi gluhi. <http://www.vimeo.com/24167654>
(zaštita djece, raznolikost, teškoće u razvoju)

Normalno je biti drugačiji

televizijski prilog iz 2011., nastao u proizvodnji brazilske nevladine udruge Instituto MetaSocial

Prilog je dio kampanje pod nazivom *Normalno je biti drugačiji*, čiji je cilj slaviti svjetsku raznolikost i uključivati djecu i mlade s Downovim sindromom i drugim teškoćama u razvoju. U spotu tinejdžerica govori kako je jednaka kao i druge djevojčice, ali i različita od njih, iako priča ima neočekivan kraj. <http://www.vimeo.com/26113896>
(zaštita djece, raznolikost, teškoće u razvoju)

Dar

televizijska emisija, 2007., u proizvodnji norveške javne radiotelevizije (NRK)

Priča o važnosti prijateljstva prikazuje podršku djevojčici oboljeloj od raka kojoj prijateljice žele darovati „savršen dan“. Ona želi biti manekenka pa je prijateljice iznenade modnim snimanjem i savjetima prave manekenke, a na kraju svi slave sudjelovanje djevojčice na modnoj reviji. Poruka o pravom prijateljstvu, psihološkoj otpornosti i preživljavanju služi kao uzor za druge teme povezane s bolestima, smrću, HIV-om/AIDS-om, kriznim situacijama itd.

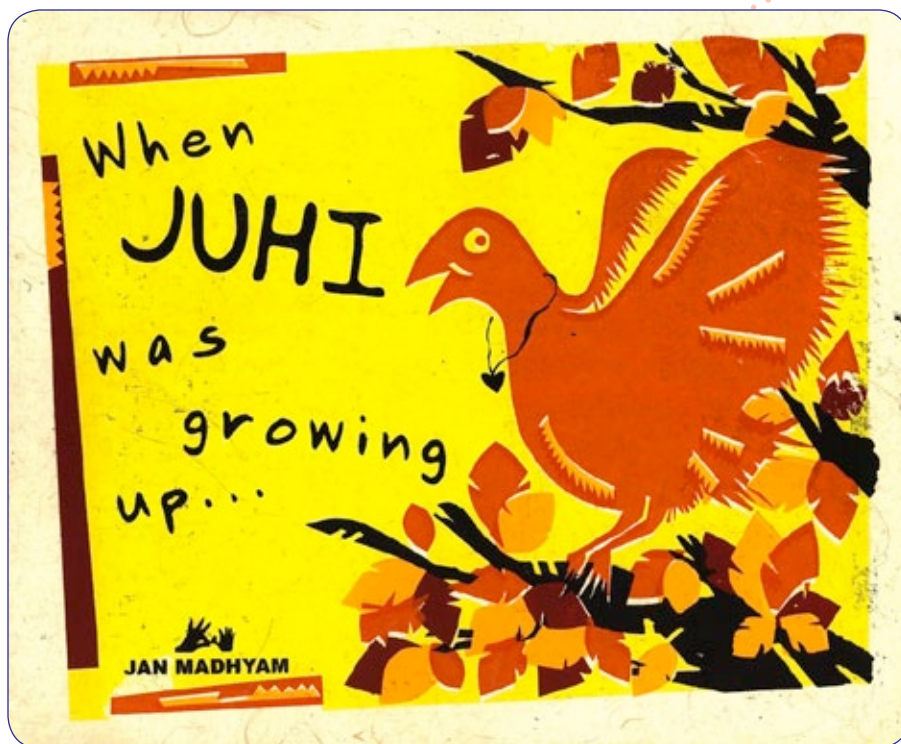
www.vimeo.com/24175760

(zaštita djece, krizne situacije, HIV/AIDS)

Na visokoj nozi

kratkometražni (dvominutni) animirani film, 2007., autorice i producentice Bevin Carnes

Priča bez riječi nadahnuta stvarnim iskustvima autorice kada su je zbog različitosti zadirkivali i maltretirali u djetinjstvu. Ženski lik robota ne može marširati s ostalim robotima jer joj otpadne jedna noga. Isprva je bijesna i pokušava nekako vratiti nogu na mjesto, ali na kraju otkriva kako je može iskoristiti kao propeler i kretati se dalje i brže od ostalih. Dobitnik studentskog Oscara 2007. godine.



www.vimeo.com/24118292

(zaštita djece, psihološka otpornost, teškoće u razvoju)

Sport, a ne cigarete

radijski prilog, nastao 2010. u sklopu radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a za Oceaniju u Fidžiju

Javna obavijest u kojoj nekoliko mladih nudi svoje mišljenje o tome zašto mladi ne bi smjeli pušiti. Poruka je pozitivna, a inkluzivna skupina mladih ističe kako je važno biti tjelesno aktivan, snažan, samostalno se brinuti o svome tijelu i slušati roditelje. <http://youtu.be/leZiPa9e3Wg> (životne vještine, zdravlje, raznolikost, teškoće u razvoju)

Juhino odrastanje

knjiga, 2000., organizacija Jan Madhyam

Knjiga o seksualnom zlostavljanju pisana jednostavnim jezikom, osmišljena za djevojčice i mlade koji su nadomak odrasle dobi, a imaju intelektualne teškoće ili teškoće u učenju te su slabijeg ekonomskog statusa. Knjiga je korištena u lokalnim radionicama i lutkarskim predstavama kako bi pomogla djevojčicama u stjecanju samopouzdanja i vještina otpora u susretu sa zlostavljačem. Uz glumljeni tekst postavljaju se pitanja temeljena na situacijama iz stvarnog života. Rad je poseban jer se u sadržaje o seksualnom zlostavljanju i iskorištavanju rijetko uključuju potrebe ili razvojne faze djevojčica s teškoćama u razvoju.

[http://www.unicef.org/cwc/files/When_Juhi_Was_Growing_Up\(1\).pdf](http://www.unicef.org/cwc/files/When_Juhi_Was_Growing_Up(1).pdf)

(preživljavanje djece, ravnopravnost spolova, teškoće u razvoju, opismenjavanje)

Stvoriti svijet

projekt pripovijedanja priča (traje i danas), autorice Laure Simms, izvorno za organizaciju Mercy Corps

Projekt koji spaja tradicionalne i suvremene priče kako bi djeci pomogao u sebi pronaći sigurna mjesta, pogotovo djeci koja su iskusila traume ili elementarne nepogode. Obučava ljude kako koristiti stare mitove, bajke i osobne priče u promišljanju gubitka, trauma, pomirbe, tolerancije i istraživanja društvenih problema. Pripovjedači rade s djecom koja su bila ili jesu izbjeglice te djecom koja su preživjela elementarne nepogode. Uvedeno u Rumunjskoj, Sijera Leoneu, Haitiju, Winnipegu i New Yorku (nakon 11. rujna 2001.) www.laurasimms.com
(zaštita djece, psihološka otpornost)

ZA RANU MLADENAČKU DOB

Sprečavanje dječje paralize

obavijesti javne televizije, 1989., UNICEF u Nepalu

Dio istraživačkog projekta o cijepljenju protiv dječje paralize koji prikazuje različite načine informiranja djece i odraslih. Studija uspoređuje negativni, stereotipni način izvještavanja utemeljen na strahu s pozitivnim primjerima u kojima djeca i odrasli oboljeli od dječje paralize govore o sebi. Ljudi otvoreno govore o životu s dječjom paralizom i naglašavaju važnost cijepljenja. Prema istraživanju, gledateljima se više svidjela samouvjerenost ljudi s invaliditetom nego obavijesti u kojima ljudi bez invaliditeta koriste strah kao motivaciju za cijepljenje. Pojedini prilozi usmjereni su na stariju djecu koja su često zadužena za brigu o mlađoj braći i sestrama te su primjer osviještenog prikazivanja spolova (stariji dječaci brinu o mlađoj djeci). Usprkos tome što je serija starijeg datuma, ovo su bitni primjeri korištenja pozitivnih iznimki i izgradnje samopouzdanja u očuvanju zdravlja i sprečavanju bolesti/invaliditeta. www.vimeo.com/24175313
(preživljavanje djece, cijepljenje, zaštita djece, teškoće u razvoju)

Jednominutni klinici

kratkometražni (jednominutni) televizijski prilozi (različite godine), u proizvodnji UNICEF-a i Zaklade Europske komisije

Priloge su stvorili mladi koji su pohađali tečajeve za izražavanje kreativnosti; ilustriraju načela komuniciranja s djecom te su pogodni za mlade i mlađe adolescente, npr. „Čišćenje Zemlje” (Libanon): dječak preoblikuje televizijske programe tako da više nisu nasilni nego pristupačni djeci i pozitivni; „Zlatno srce” (Tajvan): dječak dalekozorom „fotografira” ljude pa tako i siromašnu majku i dijete koji jedno drugo nose u srcu; „Sarajevo noću” (Sarajevo): tri mladića odlaze na kavu kod džamije, pravoslavne crkve i katoličke crkve, svatko ulazi u svoju bogomolju, a nakon toga se ponovno nalaze kao prijatelji.

- Čišćenje Zemlje: <http://vimeo.com/26073661>
- Zlatno srce: <http://vimeo.com/26073795>
- Sarajevo noću: <http://vimeo.com/26723722>

(preživljavanje i razvoj djece, zaštita djece, raznolikost)





Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!

knjiga za mlade, 2000., u proizvodnji Ministarstva obrazovanja i UNICEF-a u Maldivima

Integrativan, rodno osviješten pristup aktivnostima za stariju maldivsku djecu koja „paze“ na svoju mlađu braću i sestre (uključuje primjere starije djece s teškoćama u razvoju koja brinu o mlađoj djeci) i pritom se zabavljaju i uče. U tri godine nakon kampanje s mladima je provedeno istraživanje o zanimljivosti, interesu i razumijevanju te procjena uspješnosti projekta. Dio strategije za razvoj sadržaja povezanih s ranim razvojem, namijenjenih djeci, starijoj braći i sestrama te odraslima (16).
http://www.unicef.org/cwc/files/Ten_Terrific_Things-Maldives.PDF
 (preživljavanje i razvoj djece, zaštita djece, ravnopravnost spolova, teškoće u razvoju)



Budite spremni/Prodajmo zajedno

niz knjiga, 2007., autori myanmarski mladi, u proizvodnji UNICEF-a u Myanmaru

Knjige se temelje na istinitim iskustvima ranjive mladeži koja živi u nepovoljnim uvjetima, a namjera je podržati „životne vještine i opismenjavanje“. Teme su maltretiranje vršnjaka, spremnost na elementarne nepogode, rizik od HIV-a i pritisak vršnjaka. Pisano jednostavnim jezikom za niske razine pismenosti, primjereno neformalnom obrazovanju djece koja ne idu u školu.
http://www.unicef.org/cwc/files/Be_Prepared-Disaster_Preparedness.pdf
http://www.unicef.org/cwc/files/Lets_Sell_Together.pdf
 (zaštita djece, osnovno obrazovanje, ravnopravnost spolova, krizne situacije, psihološka otpornost)

Izvori na internetu

AUDIOVIZUALNI MEDIJI

RadiJoJo

internetska stranica osnovana 2003., sadrži obrazovne/zabavne radijske programe, različite aktivnosti te online sadržaj za djecu staru od 3 do 13 godina, s podrškom njemačke radijske emisije za djecu i s djecom

Djeca i tinejdžeri uz pomoć odraslih proizvode vlastite emisije te ih se potiče na slanje audiodatoteke, fotografija, videomaterijala, crteža, da uključe lokalni kulturni sadržaj, razgovaraju s vršnjacima iz drugih zemalja, nauče nešto o sebi i drugima te postanu aktivni, globalni građani. Scenariji su usmjereni na jednaki položaj djece u svim dijelovima svijeta: dvonacionalni i višenacionalni projekti u Afganistanu, Sudanu, Ugandi, Turskoj, Kini, Ukrajini, Vijetnamu, Brazilu, Gani, Rusiji i drugim zemljama, potiču globalno obrazovanje i kulturnu razmjenu. Teme su zdravstveni odgoj, mirovni odgoj, dječja književnost, etno glazba i politička osviještenost. Pobjednik na UNICEF-

ovu Međunarodnom dječjem danu u radijskom i televizijskom programu (*International Children's Day of Broadcasting, ICDB*) 2009. godine.

www.radijojo.de ili htroehlinger@radijojo.de

(preživljavanje i razvoj djece, osnovno obrazovanje, ravnopravnost spolova, zaštita djece)

Omladinski radio za izgradnju mira

internetska stranica (2004.) s praktičnim informacijama o projektu *SDCG, Search for Common Ground (Potraga za zajedničkim temeljima)*

Omladinski radio za izgradnju mira (*Youth Radio for Peacebuilding*) pripada nizu vodiča namijenjenih radijskim producentima i ostalima koji stvaraju pozitivne radijske programe u Africi za djecu i s djecom (u proizvodnji projekta *Radio for Peacebuilding, Africa Project*). Naglasak je na principu „ne škoditi“, pogotovo u radu s djecom na područjima zahvaćenim oružanim sukobima ili u nasilnim situacijama zlostavljanja. Većina primjera je iz Afrike, ali sadržaj se može prilagoditi drugim programima izgradnje mira za mlade.

www.radiopeaceafrica.org/assets/texts/pdf/manual_03_EN_color.pdf

(zaštita djece, osnovno obrazovanje)

CREATE (Communication Resources, Essentials and Tools for Emergency) Website (izvori za medijsko komuniciranje, osnove i oruđa u kriznim situacijama)

internetska stranica koju je 2005. nakon tsunamija u Indijskom oceanu osnovala Susan Mackay (nekadašnja voditeljica odjela za komunikacije UNICEF-a u Tajlandu)

Postupak i skup alata za brzo osmišljavanje i stvaranje materijala koji je namijenjen lokalnim zajednicama i timovima za komunikacije koji djeluju na područjima s visokim rizikom od elementarnih nepogoda. Bitno je istaknuti slikovnice napravljene korištenjem sličica iz *clip arta* koje se ponajprije distribuiraju u školama, u Tajlandu, Vijetnamu, Kambodži, Fidžiju i Salomonskim otocima s temom ptičje gripe, uz dodatak djetinje poezije i rima koje pojačavaju dojam poruka. Uzor su za lokalne adaptacije i korištenje u drugim sektorima za bitne poruke o zdravlju i higijeni u mnogim zemljama istočne Azije i Tihog oceana.

www.createforchildren.org/

(krizne situacije, zdravlje i higijena, pripremljenost na elementarne nepogode, životne vještine)

Pametne cure na zabavi

internetska igrana serija, 2009., voditeljica Amy Poehler, usmjerena na mlade djevojke (od 8 do 13 godina) i njihove obitelji

U svakoj „web epizodi“ predstavljena je posebna i obična djevojka koja ima neku strast (npr. za pisanjem, vrtlarstvom, plesom, meditacijom, feminizmom). Emisija je zabavan podsjetnik kako djevojke ne moraju biti slavne da bi bile važne ili da bi nešto promijenile. Stranica sadrži i igre. www.hulu.com/smart-girls-at-the-party

(obrazovanje za djevojčice, ravnopravnost spolova, životne vještine, osnovno obrazovanje, psihološka otpornost)



Klub čistih ruku

internetska stranica, pod pokroviteljstvom Nacionalne zaklade za znanost i Crvenog križa u SAD-u

Nudi niz komunikacijskih alata za osvješćivanje prednosti pranja ruku i osobne higijene: obrazovno, interaktivno, sadrži igre, pjesme, animirane web epizode i materijale. www.scrubclub.org/home.aspx (preživljavanje djece, higijena, osnovno obrazovanje)

Sesame Workshop

internetska stranica američke neprofitne organizacije, već 40 godina proizvodi izvrsnu televizijsku emisiju za djecu koja se prikazuje u SAD-u i u više od 140 drugih zemalja

Glavna područja iz lekcije *Ulice Sezam* su psihičko i fizičko zdravlje, uvažavanje i razumijevanje, pismenost i matematička pismenost te emocionalna dobrobit. Sadrži brojne igre i aktivnosti koje podržavaju cjelovit razvoj djeteta te poveznice sa serijom koja se stalno razvija u skladu s trenutnim potrebama predškolske djece. Formativno istraživanje ključno je u proizvodnji serije koja je jedna od najneovisnije procijenjenih emisija za djecu. www.sesameworkshop.org (zdravlje/higijena, spremnost za školu, ravnopravnost spolova, raznolikost, teškoće u razvoju)

Projekt MIDIAQ-MIDIATIVA

internetska stranica koja podržava projekt nevladine organizacije usmjeren na obrazovanje obitelji i javnosti o kvalitetnim televizijskim programima za djecu i mlade u Brazilu

Internetska stranica, poveznice na istraživanja i ostale informacije dio su podrške lokalnim produkcijama koje se brinu za posebne kulturne i druge potrebe djece u Brazilu. Osobito koristan izvor materijala za govornike portugalskog jezika koji se žele povezati s drugim organizacijama te sudjelovati na različitim sastancima, festivalima, itd. www.midiativa.tv/blog/ (osnovno obrazovanje, zaštita djece)



KNJIGE

Compassion Books

Internetska stranica s brojnim izvorima za djecu i odrasle o temama bolesti, smrti, tuge i različitih gubitaka, uključujući razvod, nasilje, traume i samoubojstva. Nude se knjige, videomaterijali i audiovrpce. Sve materijale proučili su stručnjaci za traume i ljudi koji su iskusili slične gubitke. Uključili smo ovu internetsku stranicu jer je često teško naći materijale o ovakvim temama koji bi bili primjereni djeci. www.compassionbooks.com/store/index.php (zaštita djece, životne vještine, rana pismenost)



Banco del Libro

Internetska stranica koja promiče čitanje i dječju književnost u Venezueli i Latinskoj Americi. Projekt je nastao 1960. i razvio se u jedinstven izvor za govornike španjolskog jezika koji traže knjige

primjerene djeci i njihovoj kulturi. Nakon što je u Venezueli 1999. u bujicama kiše i blata poginulo oko 30 000 ljudi, nastao je i dodatni projekt *Čitanje za život*. U organizaciji izdavačke tvrtke *Ediciones Ekare* podijeljene su vreće pune knjiga, a volonteri su djeci čitali priče. Neka djeca su volonterima rekla kako su prvi put uspjela zaspati nakon što im je netko čitao. <http://www.bancodellibro.org.ve> (na španjolskom) (osnovno obrazovanje, spremnost za školu, krizne situacije, psihološka otpornost)

Ediciones Ekare

Mala nezavisna izdavačka tvrtka osnovana 1978. koja izdaje knjige za djecu na španjolskom jeziku. Jedan od prvih izdavača dječjih knjiga u Latinskoj Americi, a ponajprije izdaje knjige za djecu i mlade, uglavnom povezane s tamošnjom kulturom i drugim narodnostima. Povezani su s *Banco del Libro*, programom za promicanje čitanja u Venezueli. www.ekare.com.ve/index.html

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, zaštita djece)

Male knjige za male ruke

Internetska stranica s informacijama o nekoliko projekata rane pismenosti kojima upravlja Odjel za ranu pismenost (*Early Literacy Unit*) Projekta za proučavanje alternativnog obrazovanja u Južnoafričkoj Republici (*Project for the Study of Alternative Education*, PRAESA). Jedan od projekata čine *Priče iz Afrike*, knjige pisane na lokalnim afričkim jezicima i ukrašene lokalnim ilustracijama. Isti izdavački niz sadrži slikovnice visine i širine od 10 centimetara tako da ih mala djeca mogu obuhvatiti svojim „malim rukama“.

- Voćna salata iz Ruande: http://littlehands.bookslive.co.za/files/2007/08/fruit_salad.pdf

- Druge PRAES-ine knjige: www.praesa.org.za

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, zdravlje/prehrana, zaštita djece)

Kutak za čitanje

Internetska stranica, virtualna knjižara za međunarodnu udrugu Korak po korak (*International Step by Step Association*, ISSA). Cilj inicijative je stvoriti kvalitetne i razvojnim fazama prilagođene dječje knjige na različitim jezicima. Stranica sadrži i širok izbor knjiga koje stvaraju lokalni autori i ilustratori u zemljama u kojima djeluje ISSA (prvenstveno u Srednjoj i Istočnoj Europi te Zajednici Neovisnih Država). Knjige su pisane na 15 jezika. www.issa.nl/rc.html

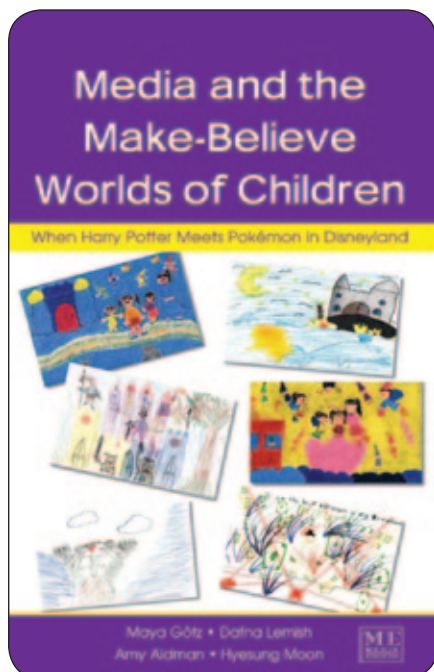
(osnovno obrazovanje, životne vještine, spremnost za školu)

Priprema za školu

Komplet materijala za učenje kod kuće koje je razvio Institut Otvoreno društvo, usmjeren na vještine potrebne za upis u školu. Nude se lekcije i jednostavni materijali za obitelji i druge skrbnike kako bi se podržala rana pismenost i matematička pismenost tijekom svakodnevnih navika i aktivnosti. Sadržaji se temelje na istraživanjima te su dokazano uspješni kod roditelja i učitelja najmlađe djece. Ako ste zainteresirani, materijale možete zatražiti na adresama: Olena vinareva@osf-eu.org i earlychildhood@osf-eu.org

(osnovno obrazovanje, zaštita djece)





International Board on Books for Young People (IBBY)

Internetska stranica s digitalnom knjižnicom kvalitetnih knjiga za djecu iz svih dijelova svijeta. IBBY je neprofitna organizacija i predstavlja međunarodnu mrežu ljudi koji se zalažu za izdavanje i distribuciju kvalitetnih dječjih knjiga za djecu koje predstavljaju sve kulture i jezike. Od 2007. godine, s izložbom „U čast afričkog izdavaštva za djecu“, IBBY organizira i *virtualnu izložbu knjiga*. www.ibby.org/

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, ravnopravnost spolova, zaštita djece)

CODE

Internetska stranica posvećena promicanju pismenosti u zemljama u razvoju. Nekadašnja *Canadian Organisation for Development through Education* (Kanadska organizacija za razvoj putem obrazovanja), CODE surađuje s lokalnim organizacijama u zemljama u razvoju te podržava učenje, knjižnice i obuku učitelja. Već 50 godina radi na poticanju autohtonog izdavaštva, uključujući distribuciju knjiga za djecu na lokalnim jezicima u 45 zemalja u Aziji, Africi, Latinskoj Americi i Oceaniji, na 60 jezika i dijalekata uključujući i Brailleovo pismo. Stranica redovito promiče knjigu bitnu za preživljavanje i razvoj djece. Dobitnici UNESCO-ve međunarodne nagrade za pismenost. Rade pod geslom: *Ako dijete može čitati i pisati, može naučiti ama baš sve te promicati promjenu za sebe, svoju zajednicu i svoju zemlju.*

www.codecan.org/en/code

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, zaštita djece, HIV/AIDS, ravnopravnost spolova, kulturna raznolikost)

International Children's Digital Library, ICDL

Digitalna knjižnica istaknutih dječjih knjiga nastalih u cijelom svijetu. ICDL promiče toleranciju i uvažavanje djece prema različitim kulturama, jezicima i idejama. Nastao je na sveučilištu Maryland, a danas ima zbirku s više od 1000 knjiga na barem 100 jezika. en.childrenslibrary.org/
(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, kulturna raznolikost)

STRUČNI MATERIJALI

International Clearinghouse on Children, Youth & Media

Međunarodni centar za informiranje izdaje biltene i knjige o medijima i djeci, istraživanjima, praksama, politikama i intervencijama diljem svijeta te novosti o događajima i mogućnostima umrežavanja povezanim s tim područjima. www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php

International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI)

Baza podataka o televizijskim programima za djecu i mlade te obrazovnim emisijama, istraživanjima, člancima, prezentacijama, smjernicama za producente i dr., sa sjedištem u Bavarskoj radioteleviziji u Münchenu. Stranica je na engleskom i njemačkom jeziku. www.IZI-Datenbank.de i http://www.br-online.de/jugend/izi/english/about_us.htm#

Prix Jeunesse International

Internetska stranica s informacijama o nagrađenim televizijskim emisijama i internetskim stranicama iz različitih zemalja te s mogućnostima za učenje i umrežavanje za stručnjake. Svake dvije godine organizira festival kvalitetnih televizijskih programa za djecu pod pokroviteljstvom Bavarske radiotelevizije u Münchenu. www.prixjeunesse.de

Center on Media and Child Health (CMCH)

Internetska stranica dječje bolnice u Bostonu u Massachusettsu (u suradnji s Harvardskom školom narodnog zdravlja i Medicinskim fakultetom Sveučilišta Harvard) nudi najveću besplatnu bazu istraživanja djece, medija i zdravlja, novosti o razvoju u području proučavanja te trenutna pitanja i probleme, uz dodatak praktičnih savjeta za roditelje, pedagoge i skrbnike. www.cmch.tv, <http://cmch.typepad.com/mediatrician/>

The Journal of Children and Media

Međunarodni stručni, multidisciplinarni recenzirani časopis koji izlazi četiri puta godišnje. Sadrži stručne istraživačke radove te prikaze i komentare stručnih pitanja i odluka o medijima i djeci u svim zemljama svijeta. www.tandf.co.uk/journals/titles/17482798.asp

Scope/In the Picture

Internetska stranica/program obuke koji promiče pozitivno i prirodno uklapanje likova djece s teškoćama u razvoju u slikovnice. Dio projekta SCOPE u Ujedinjenom Kraljevstvu koji promiče jednakost za ljude s cerebralnom paralizom. Surađuje s piscima, ilustratorima i izdavačima, potiče ih da u svojim zapletima i ilustracijama uz ostalu djecu prikazuju i djecu s teškoćama u razvoju. Vrijedan izvor za stručnjake koji se bave medijskim sadržajima za djecu uključuje zbirku slika, savjete za pisce i ilustratore, osobna iskustva ljudi koji rade na ovom području i osobne priče djece i odraslih s invaliditetom. www.scope.org.uk/inthepicture

The Joan Ganz Cooney Center Initiative

Centar koji je osnovao stvaratelj dječje televizijske emisije *Ulica Sezam*, s ciljem unapređivanja znanja o načinima na koje djeca uče u digitalno doba. Pomoću istraživanja, inovacija, izgradnje partnerstva i širenja informacija, potiče se učenje i pomaže djeci da odrastu u pismene i odgovorne građane svijeta. Partneri su između ostalog *The Global Schoolhouse Project* i *First Book Literacy Initiative*. Nedavno izvješće *Game Changer: Investing in Digital Play to Advance Children's Learning and Health* (Promjena pravila: ulaganje u digitalnu igru kako bi se unaprijedilo učenje i zdravlje djece) bavilo se interesom djece za igre i digitalne medije te načinima korištenja tog potencijala. www.joanganzcooneycenter.org

Teaching Tolerance

Internetska stranica/časopis posvećen pomaganju pedagozima u obrazovanju djece o društvenoj pravdi, diskriminaciji i raznolikosti, uključujući prikaze i prijedloge knjiga i audiovizualnih medija. Nedavno je pokrenuta i nova inicijativa o poučavanju različitih učenika („Teaching Diverse Students Initiative“) www.teachingtolerance.org





Bilješke

1. Za sažetke vidi npr. Drotner, K. i Livingstone, S. (ur.), 2008., *The international handbook of children, media and culture*. Los Angeles: Sage; Kirsh, S.J., 2009., *Media and youth: A developmental perspective*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell; Lemish, D., 2007., *Children and television: A global perspective*. Oxford: Blackwell; Mazzarella, S.R. (ur.), 2007., *20 questions about youth & the media*. New York: Peter Lang; Pecora, N., Murray, J.P. i Wartella, E. (ur.), 2007., *Children and television: Fifty years of research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum; Strasburger, V.C., Wilson, B.J. i Jordan, A. (ur.), 2008., *Children, adolescents and the media*. Thousand Oaks, CA: Sage. Za određene znanstvene članke i prikaze vidi *the Journal of Children and Media* na www.tandf.co.uk/journals/titles/17482798.asp
2. Npr. vidi Fisch, S., 2004., *Children's learning from educational television: Sesame Street and beyond*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum; Lemish, D., 2007., *Children and television: A global perspective*. Oxford: Blackwell (peto poglavlje).
3. Npr. vidi Singhal, A., Cody, M., Rogers, E. i Sabido, M. (ur.), 2004., *Entertainment Education and social change: History, research, and practice*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
4. Npr. vidi projekte *Reach out and Read* (www.reachoutandread.org) i *Reading with Children, Save the Children/Bangladesh* i *Something to read, something to learn: Print media for and about young children. An example from the Kyrgyz Republic*. UNICEF-ov Ured za Srednju i Istočnu Europu i Zajednicu Nezavisnih Država www.unicef.org/ceecis/Print_Media_for_and_about_Young_Children_Kyrgyz_Republic.pdf
5. Vidi izvore u prvoj bilješci i npr. Kamalipour, Y.R. i Rampal, K.R. (ur.), 2001., *Media, sex, violence, and drugs in the global village*. Boston: Rowman & Littlefield; Potter, W.J., 1999., *On media violence*. Thousand Oaks, CA: Sage.
6. Vidi izvore u prvoj bilješci i npr. Durham, M.G., 2008., *The Lolita effect: The media sexualisation of young girls and what we can do about it*. Woodstock & New York: The Overlook Press; Lemish, D., 2010., *Screening gender on children's television: The views of producers around the world*. NY: Routledge. (prvo poglavlje); Levin, D.E. i Kilbourne, J., 2008., *So sexy so soon: The new sexualized childhood and what parents can do to protect their kids*. NY: Balantine Books.

7. Vidi izvore u prvoj bilješci i npr. Asamen, J.K., Ellis, M.L. i Berry, G.L. (ur.), 2008., *The Sage handbook of child development, multiculturalism, and media*. Los Angeles: Sage.
8. Vidi *The International Clearinghouse on Children, Youth & Media u centru Nordicom*, Sveučilišta u Göteborgu u Švedskoj, www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php
9. Vidi npr., Brazelton, T. Berry, M.D. i Greenspan, Stanley, I., M.D., 2000., *The Irreducible Needs of Children: What Every Child Must Have to Grow, Learn and Flourish*, Perseus Publishing; www.unicef.org/earlychildhood/files/FINAL_Prog_Comm_for_ECD_Nov06.pdf
10. Vidi npr., Arnett, J.J., 2010., *Adolescence and emerging adulthood: A cultural approach*. NJ: Prentice Hall, Berk, L.E., 2003., *Child development*. NY: Allyn & Bacon; Casper, V. i Theilheimer, R., 2009., *Early Childhood Education: Learning Together*. NY: McGraw-Hill; Korczak, J., 2007. *Loving every child: Wisdom for parents*. Chapel Hill, NC: Algonquin Books. Trawick-Smith, J., 2006., *Early child development: A multicultural perspective*. Pearson Education, Inc.
11. Witte, K. i Allen, M., 2000. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education & Behavior* (prijašnji naziv *Health Education Quarterly*), 27, 608-632.
12. Sisimpur's *Reach and Educational Impact: Evidence from a National Longitudinal Survey of a Sesame Street Project in Bangladesh*. Sesame Workshop, veljača 2009.
13. *Sesame Street*® (*Ulica Sezam*) i njene međunarodne koprodukcije (Sisimpur i Takalani Sesame), s njima povezani likovi, zaštićeni znakovi i dizajn u vlasništvu su i pod licencom organizacije Sesame Workshop. ©2011 Sesame Workshop. Sva prava pridržana. Igrane dječje filmove i animacije ustupio Sesame Workshop (New York, New York).
14. Connolly, P., Fitzpatrick, S., Gallagher, T. i Harris, P., 2006. Addressing diversity and inclusion in the early years in conflict-affected societies: a case study of the Media Initiative for Children—Northern Ireland. *International Journal of Early Years Education*, 14(3), 263-278; Connolly, P., 2009. *Developing Programmes to Promote Ethnic Diversity in Early Childhood: Lessons from Northern Ireland. Working Paper No. 52*. Haag, Nizozemska: Bernard van Leer Foundation.
15. Eakin, A. and Connolly, P., 2011., *A Formative Evaluation of the Animated Children's Television Series Magic Journey, Kyrgyzstan, Belfast*. Centre for Effective Education, Queen's University, Belfast.
16. Acharya, S.; Bhargava, V., 2004. , *First Steps...Maldives: A Giant Leap for Mankind! Evaluation of the ECCD Multi-media Campaign*. UNICEF, maldivska vlada.



Anketa

Ova zbirka materijala još uvijek se dorađuje. Zanima nas koliko ste uspjeli iskoristiti ovaj skup načela i jesu li vam pomogli materijali koje smo ponudili. Također se nadamo kako ćemo uz prijedloge novih materijala uspjeti obnoviti ovaj rad s još pozitivnih primjera iz cijeloga svijeta.

Molimo vas da odgovorite na sljedeća pitanja. Možete ih poslati na adresu:

UNICEF C4D Unit / „Communicating with Children”
3 UN Plaza, New York NY 10017, SAD
ili e-poštom na c4dhq@unicef.org.

A) Vaša ocjena ove publikacije

1. Kako ste saznali za ovaj rad?
2. Molimo vas da u nekoliko riječi (i na bilo kojem jeziku!) napišete svoje mišljenje o ovom radu. Zanima nas primjerice je li vam bio od pomoći i ako je tako, na koje načine (u vašoj učionici, na poslu)? Je li ga jednostavno čitati? Što vam se sviđa u njemu? Postoji li nešto što vam se ne sviđa? Što biste htjeli promijeniti ili dodati?
3. Kako ste ga koristili i kako ga planirate koristiti?
4. Imate li još napomena?

B) Navedite vlastiti primjer dobrih materijala za komuniciranje s djecom

1. Naslov pozitivnog primjera:
2. Zemlja porijekla:
3. Jezik/jezici:
4. Autor(i):
5. Proizvodnja/Distribucija:
6. Vrsta medija (npr. knjiga, televizijski ili radijski program, internetska stranica, plakat):
7. Ciljana dobna skupina (npr. rana dob, srednja dob, mladenačka dob):

8. Ciljevi:
9. Sadržaj:
10. Koja načela i smjernice iz četvrtog dijela slijede vaš primjer?
11. Postoji li nešto u vašem omiljenom primjeru što biste promijenili/napravili drugačije? Što i zašto?

C) Ako ste ovoj zbirci materijala pristupili preko interneta, a htjeli biste tiskanu verziju, molimo vas da nam javite kako je planirate koristiti te navedite svoje ime, adresu i adresu e-pošte (samo radi potvrde) na c4dhq@unicef.org.

D) Neobavezno

Vaše ime, titula, adresa škole/posla i adresa e-pošte:

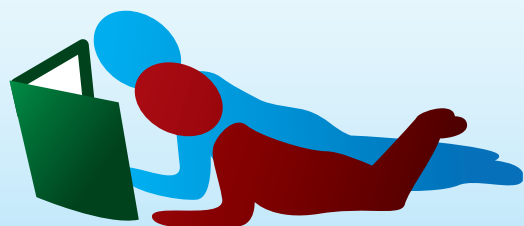
Javite nam se!



Fotografije

- NASLOVNICA (slijeva nadesno) © UNICEF Makedonija 2011./John McConnico;
 © UNICEF/NYHQ2007-0776/EI Baba; *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!* © Maldivi 2000./Y. Hameed; © UNICEF Fidži/2010.
- iii © UNICEF/NYHQ1996-1460/Pirozzi
- v © UNICEF/INDA2011-00107/Crouch
- vii UNICEF Tanzanija/Hiroki Gomi/2011.
- viii (lijevo) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
- viii (sredina) © UNICEF/Neven Vrbanić
- viii (desno) © UNICEF/NYHQ2010-1223/LeMoyne
- ix © UNICEF/NYHQ2009-1680/EI-Bahbahani
- x © UNICEF Indonezija/2007.
- 1 *Masaža dojenčadi* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
- 4 © UNICEF/NYHQ2009-1855/Pirozzi
- 5 © UNICEF/NYHQ2006-1602/Noorani
- 6 (gore) © UNICEF/NYHQ2010-3038/Pirozzi
- 6 (dolje) © UNICEF Južni Sudan/2010./Pirozzi
- 7 © UNICEF/NYHQ2006-2537/Pirozzi
- 10 (lijevo) *Projekt Dobar početak* © UNICEF Makedonija/2010.
- 10 (desno) © UNICEF/BANA2010-01332/Khan
- 11 (lijevo) © UNICEF/NYHQ2009-1828/Markisz
- 11 (desno) © UNICEF/AFGA2009-00736/Noorani
- 12 *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!* © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
- 13 © UNICEF/NYHQ2009-0223/Estey
- 16 (gore) *Gle kako sam sjajan (0-3)!* © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
- 16 (sredina) © UNICEF/NYHQ2011-0126/Noorani
- 16 (dolje) © UNICEF/NYHQ2009-2314/Uddin
- 17 *Gle kako sam sjajan (3-5)!* © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
- 20 © UNICEF/NYHQ2009-0852/Noorani
- 22 (gore) © UNICEF/NYHQ2010-0593/ Pirozzi
- 22 (dolje) *Normalno je biti drugačiji* © Brazil 2010/Helena Werneck
- 25 *Gle kako sam sjajan!* © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
- 28 © USA 2011./Sesame Workshop
- 29 (gore) © UNICEF Butan/2011./Wangdi
- 29 (dolje) © USA 2011./Sesame Workshop
- 30 (gore) © UNICEF Makedonija/2011/John McConnico
- 30 *Keremet Koch (Čarobno putovanje)* © Kirgiska radiotelevizija/UNICEF 2006
- 31 (gore) © USA 2011./Sesame Workshop
- 31 (dolje) © USA 2011./ Sesame Workshop
- 32 *Svi me vole: Yaishova priča* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
- 32 (dolje) © UNICEF Uzbekistan/2007.
- 33 © UNICEF/NYHQ2009-0157/Pirozzi
- 33 © UNICEF Indonezija/2007.
- 34 (gore) © UNICEF Butan/2011./K. Gayleg
- 34 (dolje) © UNICEF Makedonija /2009.

- 35 (lijevo) © UNICEF/NYHQ2010-2607/LeMoyne
 35 (dolje) *Ako vidiš nešto, reci nešto* © UK 2009./Bold Creative za Nickelodeon UK
 36 (gore) *Ako vidiš nešto, reci nešto* © UK 2009./Bold Creative za Nickelodeon UK
 36 (dolje) © UNICEF Lesoto/2010.
 37 *Fatma* © Egipat 2005./Egipatska radiotelevizija
 38 © UNICEF Uzbekistan/2007.
 39 © UNICEF/NYHQ2009-1926/Pirozzi
 40 (gore) *Nije pošteno prema tigrovima/No Es Justo los Tigres* © SAD 1999./
 Redleaf Press
 40 (dolje) *Normalno je biti drugačiji* © Brazil 2010/ Helena Werneck
 41 (lijevo) *Noziphina priča* © Južnoafrička Republika 2007./Soul Buddyz TV
 41 (desno) *Noziphina priča* © Južnoafrička Republika 2007./Soul Buddyz TV
 42 (gore) © UNICEF CEE/CIS/2010.
 43 (dolje) © UNICEF/NYHQ2009-1585/Taha
 43 (lijevo) © UNICEF Mijanmar/2001./U Sein Ohn
 44 (gore) © *Media Initiatives for Children/SAD* 2011./Peace Initiatives Institute
 44 (dolje) © UNICEF/NYHQ1995-1112/Pirozzi
 45 (gore) © UNICEF/NYHQ2006-0738/Noorani
 45 (sredina) *Maldivske bebe* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 45 (dolje) © UNICEF/Giacomo Pirozzi
 46 (sredina) *Ja sam gavran* © Canada 2010./Bouchard and Everson
 46 (dolje) © UNICEF Turkmenistan/2009.
 47 © UNICEF Fidži/2011.
 50 © UNICEF/NYHQ2006-2918/Pirozzi
 51 (gore) *Svi me vole: Yaishova priča* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 51 (sredina) © UNICEF/NYHQ2008-1570/Pirozzi
 51 (dolje) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 52 (lijevo) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 52 (desno) © Srbija 2008./Sakaedani Petrovic
 53 (lijevo) © UNICEF/NYHQ2008-0291/Markisz
 53 (desno) © UNICEF/NYHQ2008-0183/Davey
 54 (gore) © UNICEF/NYHQ2008-1796/Pirozzi
 54 (sredina) *Vidi kako sam super (3-5)!* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 54 (dolje) *Gluhi ljudi u Kini* © Kina 2003.
 55 (gore) © Makedonija 2011./J. McConnico
 55 (sredina) © UNICEF/NYHQ2009-1543/Pirozzi
 55 (dolje) © UNICEF/NYHQ2010-0603/Noorani
 56 © UNICEF Makedonija/2011./J. McConnico
 57 *Vidi kako sam super (3-5)!* © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
 61 (gore) © UNICEF Turkmenistan/2009.
 61 (sredina) © UNICEF Južnoafrička Republika/2006.
 61 (dolje) © UNICEF Mijanmar/2005.
 62 (gore) © UNICEF Lesoto/2010.
 62 (sredina) © UNICEF/NYHQ2010-2963/Noorani
 63 (gore) © UNICEF/NYHQ2007-1292/Asselin
 63 (sredina) © UNICEF ROSA/1990.
 64 (lijevo) © UNICEF Makedonija/2011./John McConnico
 64 (desno) © UNICEF /Tunis2007-0274/Noorani
 65 © UNICEF Vijetnam/2003.
 67 *Juhino odrastanje* © Indija 2000./J. Madyham
 68 *Jednominutni klinci* © Libanon 2006./Zaklada Europske komisije
 69 (gore) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
 69 (sredina) © UNICEF Mijanmar/2007.
 70 (gore) *Normalno je biti drugačiji* © Brazil 2010./Instituto MetaSocial
 70 (sredina) © UNICEF/NYHQ2009-1553/Huseini
 71 (sredina) © UNICEF/NYHQ2008-1571/Pirozzi
 71 (dolje) © UNICEF/Tunis2007-0275/Noorani
 72 © UNICEF/NYHQ2010-0753/LeMoyne
 73 *Mediji i dječji izmišljeni svjetovi* © SAD 2005./Lawrence Erlbaum Association
 75 © UNICEF Azerbajdžan/Pirozzi/2008.
 77 © UNICEF Srbija/2009./J. Maccak
 79 © UNICEF VN/2004./Khanh



Scan this QR code or visit
www.unicef.org/cwc.



unicef 

Ured za Hrvatsku, Radnička cesta 41/7, Zagreb

