

Komunikacija sa decom



*Načela i prakse za podršku, nadahnuće,
podsticaj, obrazovanje i isceljenje*



Barbara Kolucki, MA
Dafna Lemiš, PhD

ujedinimo se za decu

unicef 



Sadržaj

Predgovor	iii
Zahvalnice	v
Uvod	vii
Rezime	ix
O autorkama	xi
 PRVI DEO: ZAŠTO DECA I ZAŠTO KOMUNIKACIJA?	1
• Deca su celovita i samostalna ljudska bića.....	3
• Pravo dece na medijsku komunikaciju.....	3
• Različita medijska okruženja dece	5
 DRUGI DEO: ŠTA ZNAMO O DECI I MEDIJIMA	7
• Mediji mogu imati pozitivne i negativne uticaje	9
• Kako mediji mogu podstaći promene	12
 TREĆI DEO: RAZVOJ DETETA I POTREBE I VEŠTINE MEDIJSKE KOMUNIKACIJE	13
• Glavne starosne grupe: rano doba, srednje doba, rano adolescentsko doba.....	16
- Rano doba (od rođenja do šeste godine)	17
- Srednje doba (od sedme do desete godine).....	20
- Rano adolescentsko doba (od jedanaeste do četrnaeste godine)	22
 ČETVRTI DEO: NAČELA I SMERNICE ZA MEDIJSKE SADRŽAJE NAMENJENE DECI	25
• Prvo načelo: medijski sadržaji za decu moraju biti namenjeni deci i prilagođeni njihovom uzrastu.....	28
• Drugo načelo: medijski sadržaji za decu moraju biti usmereni na celovit razvoj deteta	32
• Treće načelo: medijski sadržaji za decu moraju biti pozitivni i naglašavati kvalitet	36
• Četvrto načelo: medijski sadržaji za decu treba da se bave potrebama i sposobnostima sve dece, uključujući i one koja su najugroženija	42
 PETI DEO: KAKO IZBEĆI UOBIČAJENE GREŠKE PRI RAZVIJANJU MEDIJSKIH SADRŽAJA ZA DECU	47
 ŠESTI DEO: DODATNI POZITIVNI PRIMERI I MATERIJALI	57
 Beleške	75
 Anketa za korisnike	77



Predgovor

Dok sam kao mlada stručnjakinja za razvoj radila u sirotinjskim četvrtima Nju Delhija i Bombaja, shvatila sam kakva je moć dece kao pokretača promena, ne samo unutar njihovih porodica, nego i unutar čitave zajednice. Deca od samo osam godina ne samo da su propagirala pranje ruku, već su i navikavala svoje roditelje na mogućnost da bi mogli da uče, igraju se i jedu zajedno sa decom iz drugih zajednica i kasti. Ko god se uverio u trajnost diskriminatornih postupaka širom sveta, shvatiće važnost ove društvene promene. Bila sam uverena da, ako zaista želimo da promenimo svet unutar jedne generacije, moramo da komuniciramo sa decom, a ne samo s odraslima koji se često čvrsto drže svojih stavova i navika. Kao što svi znamo, deca su otvorena, prijemčiva, radoznala, rado probaju nove stvari, neverovatno su maštovita i mogu da se u potpunosti posvete nekom cilju.

Jedino nisam bila sigurna **kako** da komuniciramo s decom, a da poruke koje im prenosimo budu prilagođene njihovom uzrastu 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 rešenja s kojima sam se susretala sadržavali su popriličnu količinu teorije, ali gotovo nimalo konkretnih saveta o tome kako tu teoriju sprovesti u praksi. U potrazi za dečjim medijskim proizvodima, nastalim unutar vaspitnih disciplina, otkrila sam da je naglasak uglavnom bio na komunikaciji s adolescentima. Osim toga, čak i kad se koristio zabavan medij (na primer animacija), rezultati su često bili dosadni i preterano didaktični. Kao da se potpuno zaboravilo na mlađu decu, pogotovo na onu mlađu od deset godina. Bogatstvo i raznolikost kulturnog konteksta u kom deca žive i uče često su zanemarivani nauštrb zapadnjački orijentisanih globalnih prototipa koji su se proširili u svim područjima.

Kad sam se sredinom 1980-ih pridružila UNICEF-u, odlučila sam da poradim na prevazilaženju razlika između teorije i prakse i da pomognem u osmišljavanju smernica i rešenja, koja su mi toliko nedostajala onda kada su mi bila najpotrebnija. UNICEF je, na sreću, organizacija koja podstiče inovacije i spremna je da u njih ulaže. Ovo se putovanje

sastojalo od eksperimentisanja dugog dvadeset i pet godina. Razgovarala sam s decom i dopuštala im da mi budu vodiči. Mnogo sam naučila iz uspeha, ali i iz neuspeha. Takođe sam naučila da prepoznam stručnjake koji u kreiranju medijskih proizvoda za decu kombinuju tehničko znanje s kreativnošću i iskustvom, stručnjake koji razumeju različite kulturne kontekste i one retke odrasle ljude koji se još uvek sećaju kako je biti dete. Moja potraga se završila kad sam pronašla Barbaru Kolucki, primarnu autorku ove publikacije. Sledeći izazov bio je da se nađe neko sa univerziteta ko je i stručnjak za dečje medije, neko ko može da svojim strogim naučnim pristupom poveže bogato praktično iskustvo s verodostojnom teorijom. Koautorka Dafna Lemiš bila je izvrstan izbor za ovu ulogu. Naše zajedničko putovanje bilo je uzbudljivo, puno izazova, ponekad i naporno, ali uvek zabavno.

Iz te saradnje nastala je zbirka materijala *Kako komunicirati s decom*. Ona kombinuje znanja iz područja dečje razvojne psihologije i medijskih studija s analizama medijskih proizvoda za decu, kako bi pružila jednostavne informacije o normama razvoja u različitim fazama dečijeg života. Takođe nam pomaže u razumevanju implikacija ovih normi na ono što možemo najefikasnije preneti deci različitih starosnih grupa i kako to možemo postići. Ova zbirka nam nudi primere dobrih praksi koje su mladi stručnjaci iz celog sveta razvili, često s veoma malim sredstvima, kako bi nam pokazali da možemo poštovati načela ljudskih i dečjih prava, posmatrati dete na sveobuhvatan način, i istovremeno stvarati zanimljive i zabavne medijske proizvode.

Ako se neki pedagog danas zapita kako može da iskoristi moć medija da bi pomogao u preživljavanju, razvoju, participaciji i zaštiti prava dece na pozitivan i podsticajan način, koji poštuje dete, stimulativan je i zabavan za decu i njihove porodice, pronalaženje odgovora može započeti s ovom zbirkom ili njenom internet verzijom na <http://www.unicef.org/cwc/>.

UNICEF i njegovi partneri sve više pažnje posvećuju medijskoj komunikaciji i participaciji dece kao ključnih faktora u poštovanju prava sve dece. Posebno se radi na efikasnijem sprovođenju člana 17. *Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima deteta*, koji priznaje pravo deteta na „pristup informacijama i materijalima iz raznovrsnih domaćih i međunarodnih izvora, posebno onih kojima je cilj promovisanje društvene, duhovne i moralne dobrobiti deteta, kao i njegovog fizičkog i mentalnog zdravlja.”¹ Ako razumemo kako deca različitih uzrasta primaju informacije, kako opažaju, uče, konceptualizuju i reaguju na ono što vide i čuju, onda ćemo osigurati da ono što prenosimo deci – i kako to činimo – postane delotvornije i da osnažuje decu. Ova zbirka materijala je prilog izgradnji tog razumevanja u duhu *Konvencije o pravima deteta*. Nadamo se da ćete uživati u njoj, i da će vam koristiti, kao što je i nama koristio proces njenog nastajanja.

Rina Gil
pomoćnica direktora, Odeljenje za politike i prakse
UNICEF u Njujorku

1 [http://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima\(1\).pdf](http://www.unicef.org/serbia/Konvencija_o_pravima_deteta_sa_fakultativnim_protokolima(1).pdf)



Zahvalnice

Ova knjiga ne bi mogla biti napisana bez podrške mnogih pojedinaca unutar i van UNICEF-a.

Od konceptualizacije i iniciranja pa do završetka ovog projekta, Rina Gil je bila ključna osoba koja je vodila i davala savete tokom različitih faza njegovog razvoja. Posvećena i talentovana Paula Claycomb nadgledala je završetak posla, kao i objavljivanje i javno predstavljanje ove zbirke. Jim Dawson nam je velikodušno ustupio svoje ideje, tehničko umeće i vreme za izradu internet verzije.

Nezavisni stručnjaci koji su posvetili veliki deo svoga vremena pregledu nacrtu dokumenta su, između ostalih, dr S. Anandalakshmy (savetnica za rani razvoj i društveni razvoj, Indija); Glynis Clacherty (istraživačica i stručnjakinja za participativni rad sa decom koja je uspostavila *The Suitcase Project*, Južnoafrička Republika); dr Charlotte Cole (viša potpredsednica odeljenja za međunarodno obrazovanje u neprofitnoj organizaciji *Sesame Workshop*, SAD) i dr Michael Rich (direktor, *Center on Media and Child Health*, Harvard Univerzitet).

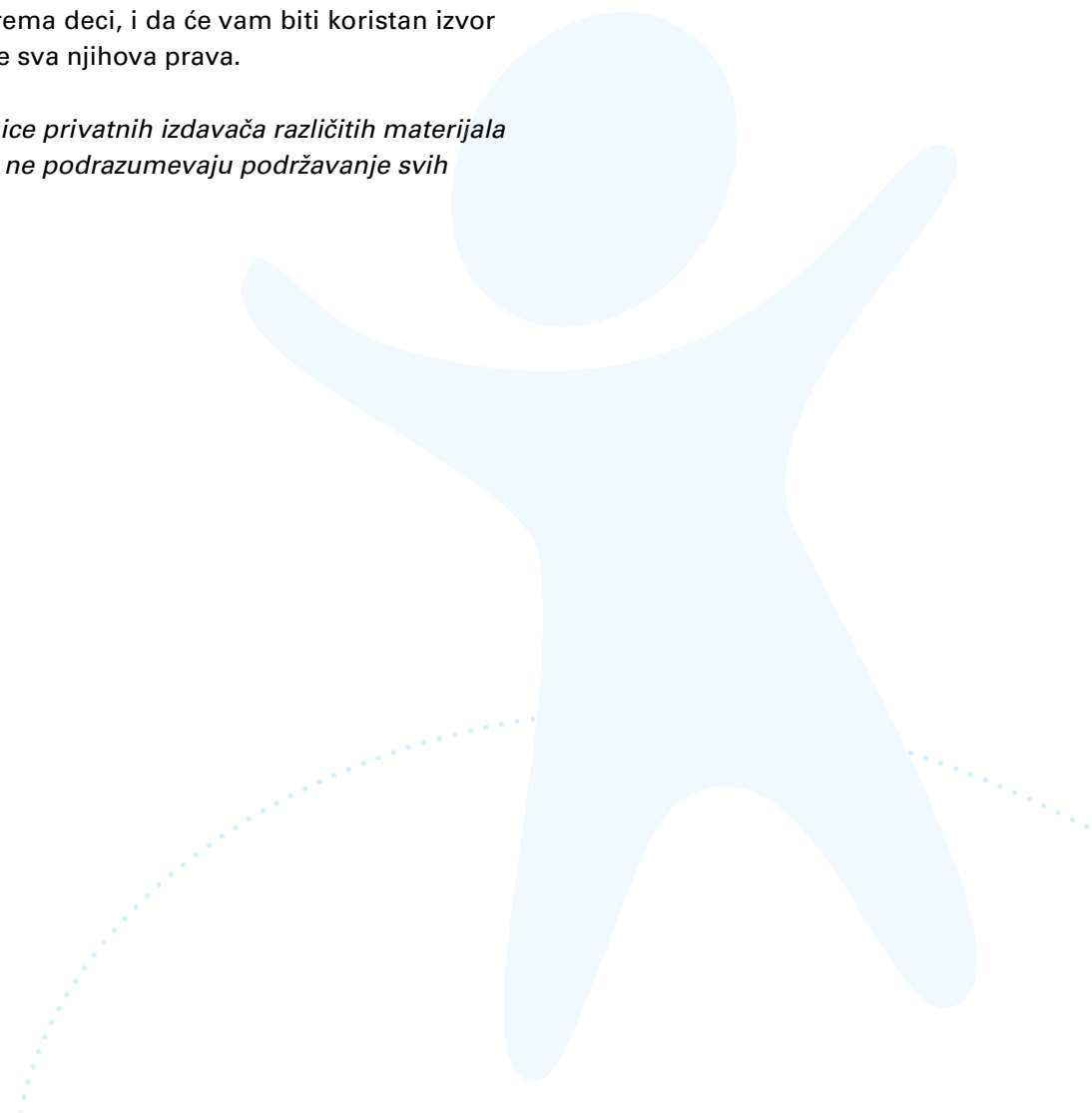
Opšte savete, smernice i kritičke priloge osigurao je UNICEF-ov tim Komunikacija za razvoj: Anna Burlyaeva, Akiko Sakaedani Petrovic, Neha Kapil i Tess Stuart. Lea Girma-Mengistu i RyAnn Waldemarsen ljubazno i efikasno su pružile administrativnu podršku. Internet služba UNICEF-ovog Odeljenja za komunikacije pomogla je u osmišljavanju privlačnog izgleda internet verzije. Regina Doyle je pomogla u lektorisanju, dok je Kerstin Vogdes Diehn spojila svoju kreativnost i dizajnersko umeće kako bi tekstu dala privlačan i veseo izgled.

Zahvaljujemo svim autorima, urednicima, producentima, izdavačima, pedagogima i drugima koji su nam dozvolili da imamo pristup i koristimo njihove materijale. Nadamo se da će biti zadovoljni interesovanjem i upotrebom ove zbirke materijala, a priželjkujemo da je koriste ljudi u svim delovima sveta.

Čestitke i želje za dalji uspeh upućujemo zaposlenim u UNICEF-u i vladama mnogih zemalja koje su organizovale participativne radionice s organizacijama civilnog društva, kao i medijskim stručnjacima i drugim partnerima čiji proizvodi pomažu deci u ostvarivanju vlastitog punog potencijala.

A deci i porodicama koje su nam podarile nadahnuće, dale komentare i odvojile svoje vreme pre, u toku i nakon rada na ovom projektu poručujemo: nadamo se da ćete u ovoj zbirci materijala videti odraz svoje ljubavi prema deci, i da će vam biti koristan izvor u nastojanjima da se ostvare sva njihova prava.

Napomena: Linkovi na stranice privatnih izdavača različitih materijala korišćenih u ovoj publikaciji ne podrazumevaju podržavanje svih njihovih proizvoda.





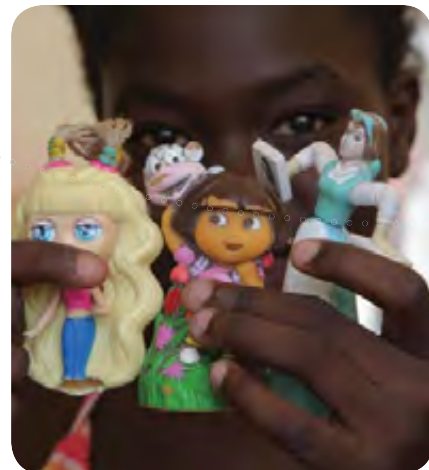
Uvod

Nadamo se da će ova zbirka materijala podstaći i omogućiti nastanak kvalitetnih medijskih proizvoda koji će poboljšati živote dece u celom svetu. Na ovim stranicama želimo da **podržimo** uverenje da su mediji jedan od najmoćnijih izvora u poboljšanju života dece i njihovih porodica.

Ovaj rad bi trebalo da vas **nadahne** da potražite i iskoristite najbolje odgovarajuće medijske postupke, oblike i pristupe. Zasniva se na širokom iskustvu skupljenom na terenu. Razgovarali smo s decom, roditeljima, stručnjacima iz oblasti dečjeg razvoja, starateljima, učiteljima, saradnicima na projektima i drugima i saslušali šta imaju da nam kažu. Istraživanje smo sprovodili u selima, gradovima i na međunarodnom nivou. Imali smo čast da pregledamo mnoštvo materijala, uključujući i materijale za pomoć u podučavanju i obučavanju, vodiče, knjige, videomaterijale, stručne radove, internet linkove, plakate i izveštaje. Zatim smo izabrali „pozitivne primere“ kako bismo ilustrovali načela i smernice i dodali iscrpan popis nadahnjujućih izvora koji predstavljaju širok raspon zemalja, medija i iskustava.

Nadamo se da će vas ova načela i smernice podstaći da bolje slušate decu, porodice i zajednice, da s njima raspravljate, učite od njih i proučite prihvaćena istraživanja i programe kako biste sistematski planirali vlastite pozitivne i važne medijske sadržaje za razvojne strategije. Smatramo da efikasna medijska komunikacija uključuje razumevanje ljudi: njihovih potreba, veština, verovanja, vrednosti društava i kultura, kao i da se radi o dvosmernom procesu razmene ideja i znanja. U radu nas podstiče to što s vama delimo svoje ideje i nadamo se da će vam biti podsticajno njihovo korišćenje.

I na kraju, ova zbirka materijala trebalo bi da omogući proces **učenja** o presudnoj važnosti medijskih sadržaja koji su prilagođeni deci i njihovom uzrastu, koji poštuju celovit pristup, pozitivni su, usmereni na prednosti i inkluzivni. Priložili smo i pregled uobičajenih zamki kako bismo poboljšali ovaj proces učenja i uspostavili bolju dvosmernu komunikaciju.



Strategije Komunikacija za razvoj (Communication for Development, C4D), promovišu ponašanje i društvene promene koje su posebno važne, a u mnogim slučajevima i neophodne za programe razvoja koji žele da postignu *Milenijumske ciljeve razvoja (Millenium Development Goals, MDGs)* i šire ostvarenje prava dece i žena (www.un.org/millenniumgoals), ali s organizacijom strategija Komunikacija za razvoj zajedničke interese imaće svi oni koji se bave razvojem Trećeg sveta i humanitarnim radom, a koji žele da pozitivno utiču i na ekonomske, kulturne, društvene i političke uslove dece putem medijske komunikacije. Tu ubrajamo pomoć deci u **isceljivanju** rana nastalih zbog nepravdi, predrasuda i siromaštva. Isceljenje će biti brže tamo gde se radi na uključivanju marginalizovanih, ranjivih i obespravljenih grupa, a poruke koje šalju mediji nastoje da vrate dostojanstvo, poštovanje kulture i tradicije, iskorenjivanje stereotipa, smanjenje nejednakosti među polovima, promovisanje dečjih, ženskih i ljudskih prava.

Zahvaljujemo se svima, odraslima i deci, anonimnim i imenovanim, stručnjacima i laicima, koji su predlagali, učestvovali i podsticali nastanak ove publikacije.



Rezime

Ova zbirka materijala podržava UNICEF-ove razvojne ciljeve poboljšanja preživljavanja, razvoja i zaštite dojenčadi, dece i njihovih porodica. Posebno je namenjena onima koji medijsku komunikaciju žele da koriste za celovit razvoj deteta.

U **prvom i drugom delu** objašnjavamo kako naš pristup uzima u obzir različite uslove u kojima žive deca u različitim delovima sveta i njihova medijska okruženja. U **trećem delu** izlažemo osobine razvojnih faza i potrebe dece u različitom uzrastu, gde razlikujemo **rano doba** (od rođenja do šeste godine), **srednje doba** (od sedme do desete godine) i **rano adolescentsko doba** (od jedanaeste do četrnaeste godine). Iako sva deca imaju potrebu za podsticajnom društvenom i fizičkom okolinom koja im pruža ljubav i podršku, njihove kognitivne, emocionalne, fizičke i društvene veštine se razvijaju tokom vremena. Kako odrastaju i postaju zreliji, tako se menjaju i njihove potrebe, veštine, interesi i izazovi s kojima se suočavaju. U glavnim crtama izlažemo implikacije ovih promena na potrebe dece za medijskim sadržajima i kako se njima možemo baviti na korisne načine.

Ovaj rad koristi podatke dostupnih izvora iz različitih delova sveta o ulozi medija u svim aspektima života dece, uzimajući u obzir njihove pozitivne i negativne posledice. Smatra se da mediji nisu po svojoj prirodi isključivo dobri ili loši, nego se radi o tehnologiji koju biramo za korišćenje na različite načine.

Na toj teorijskoj osnovi, u **četvrtom delu** nudimo **četiri ključna načela za proizvodnju medijskih sadržaja za decu** i smernice za njihovo sprovođenje. Smernice služe kao „podsetnik“ za proizvodnju medijskih sadržaja za decu i procenu već dostupnih materijala. Obogaćene su pozitivnim primerima iz niza zemalja i medija, pa su namenjene različitim starosnim grupama.

- Prema prvom načelu, „medijski sadržaji za decu moraju biti namenjeni deci i prilagođeni njihovom uzrastu“, čemu su dodate

smernice o korišćenju jezika, likova, zapleta, muzike i humora primerenih deci, podsticanju pozitivne interakcije i kritičkog mišljenja, prikazivanju takvih uzora, kao i promišljenom i razumnom korišćenju posebnih efekata.

- Prema drugom načelu, „medijski sadržaji za decu moraju biti usmereni na celovit razvoj deteta“. Ovom načelu su dodate smernice o korišćenju integrisanog pristupa medijskim sadržajima umesto pojedinačne usmerenosti na različite teme, potrebi da se odraslima ponude pozitivni uzori u njihovim odnosima s decom kao celovitim i samostalnim ljudskim bićima i stvaranju „sigurnih utočišta“
- Prema trećem načelu, „medijski sadržaji za decu moraju biti pozitivni i naglašavati kvalitete“, a podržavaju ga smernice o tome kako uz kompetencije izgraditi i samopouzdanje, koristiti pozitivne uzore, uključiti decu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i vide njene pozitivne primere, i pravilo *ne naškoditi*.
- Prema četvrtom načelu, „medijski sadržaji za decu moraju se baviti potrebama sve dece, uključujući iz najugroženijih grupa“, a podržavaju ga smernice o tome kako je potrebno odražavati dostojanstvo svakog deteta i odrasle osobe, biti inkluzivan, uvažavati i ceniti sve vrste različitosti, pobrinuti se da u sadržajima ne postoje stereotipi i odražavati i negovati pozitivne aspekte lokalnih kultura i tradicija.

U **petom delu** sažeti su načini izbegavanja čestih zamki u stvaranju medijskih sadržaja za decu. Ponuđeno je deset saveta za njihovo sprečavanje u obliku pitanja i odgovora.

I na kraju, **šesti deo** nudi pravo bogatstvo dodatnih pozitivnih primera i izvora (audiovizuelni materijali, knjige, naučni izvori itd.). Pozivamo čitaoce da nas obaveste koji su njihovi omiljeni primeri medijskih sadržaja za decu, kako bismo dodatno poboljšali ovaj rad.





O autorkama



BARBARA KOLUCKI (MA, Učiteljski fakultet Univerzitet Kolumbija, 1975.) kao nastavnik i pedagog bavi se medijima za decu, celovitim razvojem deteta, zaštitom dece, podizanjem svesti 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 zaposlenih, ponajpre za UNICEF, Svetsku banku i druge UN organizacije. Pomogla je u razvoju ili nastajanju nekoliko ključnih medijskih proizvoda za razvojne projekte, uključujući one u Maldivima, Kirgistanu, Mjanmaru i Mozambiku. Šest godina radila je za neprofitnu organizaciju *Children's Television Workshop* (današnja *Sesame Workshop*), zalažući se za uključivanje dece i odraslih sa invaliditetom i za smanjenje predrasuda u njihovim proizvodima. Autorka je nagrađivane knjige *Zajedno na ulici: Aktivnosti za SVU decu*.

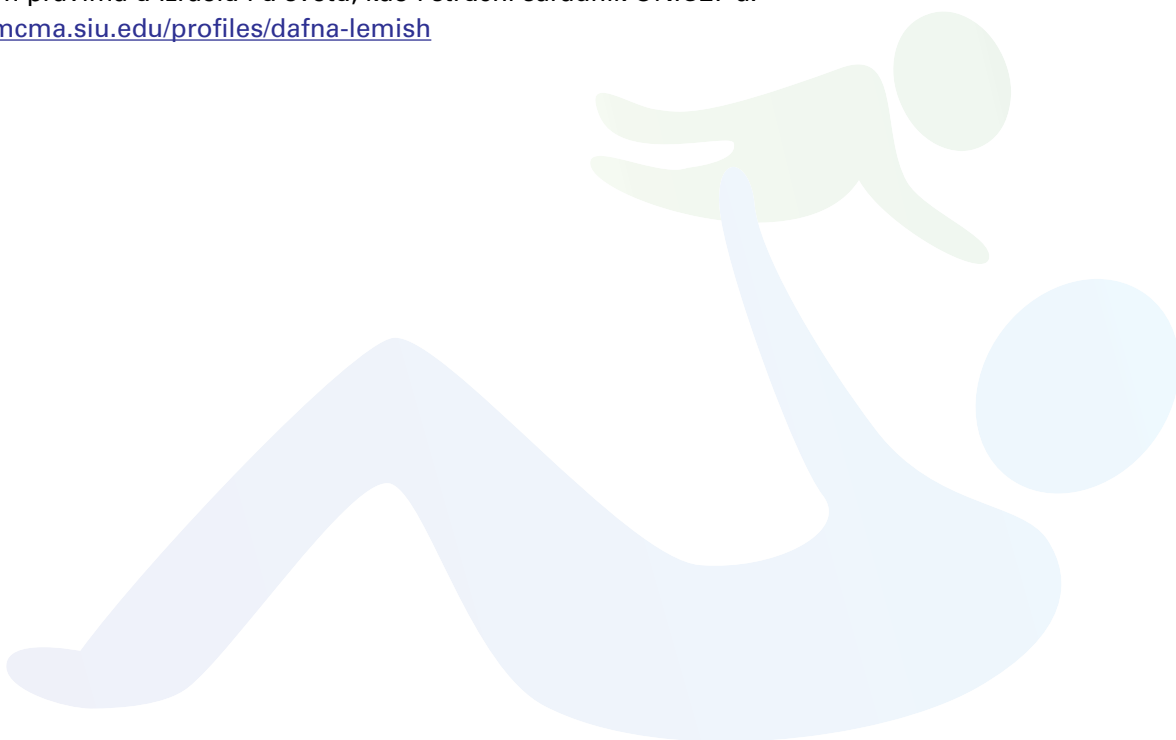
Napisala je nekoliko UNICEF-ovih izveštaja, na primer: *Medijski sadržaji za rani razvoj dece* (UNICEF, 2006., glavna autorka) i *Nešto za čitanje, nešto za učenje: štampani mediji za decu i o deci* (CIE-ZND/UNICEF, 2006., koautorka) i više od četrdeset različitih članaka i prikaza medijskih sadržaja za <http://www.disabilityworld.org>. Takođe je osmislila prve kurseve o deci i medijima na Univerzitetu Hong Kong i Univerzitetu Fordham.



DAFNA LEMIŠ (PhD, Univerzitet države Ohajo, 1982.) je profesorka i predsednica Odeljenja za radio-televiziju na Univerzitetu Južni Ilinois u Karbondejlju, osnivačica i urednica časopisa *Journal of Children and Media* i naučnica pri organizaciji *Center on Media and Child Health*. Predavala je na Odseku komunikacija na Univerzitetu Tel Aviv, gde je bila i šefica odseka. U svom naučnom radu i podučavanju bavi se decom, medijima, slobodnim vremenom i medijskim prikazima polova, o čemu je objavila više od 120 članaka i poglavlja.



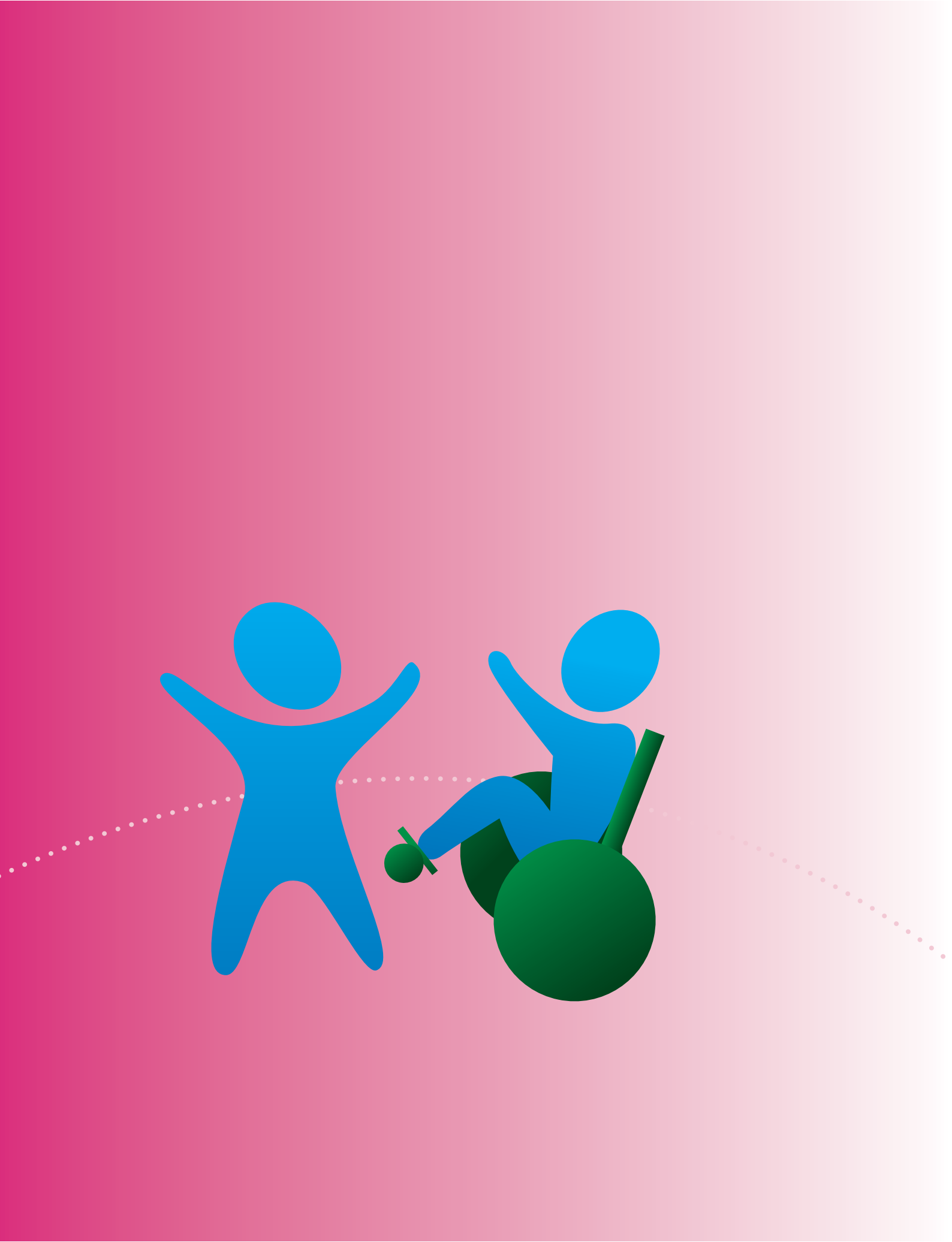
Neke njene novije knjige su *Pol na ekranu dečje televizije: Mišljenja producenata širom sveta* (Routledge, 2010.); *Čudesan telefon u zemlji čuda: Mobilna telefonija u Izraelu* (sa Cohen i Schejter; Hampton Press, 2008.); *Deca i televizija: Globalna perspektiva* (Blackwell, 2007.); *Deca i mediji u doba sukoba i ratova* (urednica uz Götz; Hampton Press, 2007.); *Mediji i dečji izmišljeni svetovi: Harry Potter i Pokémon susreću se u Diznilendu* (sa Götz, Aidman i Moon; Lawrence Erlbaum, 2005.); i *Medijska kultura širom sveta: Politike i prakse* (urednica s Tufte i Lavender; Hampton Press, 2003.). Takođe je aktivna u mnogim akademskim, javnim i civilnim organizacijama koje se bave decom i ženskim pravima u Izraelu i u svetu, kao i stručni saradnik UNICEF-a. <http://mcma.siu.edu/profiles/dafna-lemish>





Prvi deo

Zašto deca i zašto komunikacija?





Deca su celovita i samostalna ljudska bića

Deca i adolescenti nalaze se u jedinstvenom razdoblju ljudskog životnog ciklusa kome moramo posvetiti posebnu pažnju i svoje najbolje resurse i uloge. Oni su najveći „društveni kapital“ svakog društva koje promenom želi postići bolju današnjicu i budućnost svojih članova. Njihovo obrazovanje nudi mogućnost poboljšanja ekonomskih i društvenih prilika; njihova pozitivna socijalizacija u rešavanju sukoba može pomoći u rešavanju društvenih sukoba; njihovo zdravlje i zdrava ishrana propagiraće dugovečnost, niže društvene troškove i poboljšati kvalitet života, a njihova psihološka dobrobit nudi nadu otpornijeg i kulturno raznolikog društva. Većina roditelja se nada da će njihova deca imati bolji kvalitet života od njih i većina ih se trudi da postigne taj cilj. *Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima deteta* iz 1989. godine podseća nas da su deca celovita i samostalna ljudska bića, kao i da u svakoj fazi razvoja zaslužuju ono najbolje što im život može pružiti.

.....

Većina dece može da reaguje na pozitivne medijske sadržaje i razvije sve svoje potencijale.

.....

Deca i adolescenti ipak nisu homogena grupa. Na početku trećeg milenijuma, deca se odgajaju u mnoštvu različitih društvenih prilika, i u svakodnevnom životu se suočavaju sa vrlo različitim izazovima. Za svoju budućnost imaju različite snove i ambicije. Mnoga deca današnjeg sveta ne žive pod zaštitom brižne porodice i ne mogu da iskoriste svoje pravo na pohađanje škole. Druga deca su, uz izuzetno težak svakodnevni život, morala da se nose i sa nezamislivim situacijama i nezgodama. Doživela su traume, diskriminaciju, patnju, okrutnost i zlostavljanje, pa na njima leži odgovornost koja premašuje njihov uzrast (<http://www.unicef.org/rightsite/sowc>). Uprkos tome, većina dece može da reaguje na pozitivne medijske sadržaje i razvija sve svoje potencijale.

Pravo dece na medijsku komunikaciju

Ovaj rad odnosi se na posebnu ulogu medijskih sadržaja u poboljšanju života dece u celom svetu. Kako medijski sadržaji mogu pomoći deci, pogotovo najosetljivijoj, onoj koja žive u nepovoljnim uslovima, u preživljavanju, razvijanju i napredovanju? Kako komunikacija sa

decom može da nadvlada generacijske i kulturne razlike, i pripomogne u dostizanju ciljeva društvenog razvoja?

Prava dece opisana u *Konvenciji*, uključuju različita prava povezana s medijima: pravo deteta da bude saslušano i ozbiljno shvaćeno, pravo na slobodan govor i pristup informacijama, pravo na očuvanje privatnosti, stvaranje kulturnog identiteta i na ponos zbog svoje tradicije i religije. Glasove devojčica i dečaka treba poslušati i shvatiti ozbiljno, bez obzira na to da li žive u siromašnim društvima s manjkom resursa ili u onima gde prevladavaju komercijalizacija i vladavina profita. Potrebno je poboljšati njihov pristup važnim informacijama, kao i mogućnost da izraze svoje potrebe i mišljenja. Medijski proizvodi moraju da poštuju privatnost i dostojanstvo dece, kao i da razvijaju njihovo samopoštovanje i samopouzdanje. Kad se deci pokušava dati „glas“, to ne sme biti samo površan pokušaj koji odražava perspektivu odraslih, nego mora podsticati njihov celovit razvoj i veštine rešavanja problema.

Umesto da o deci razmišljamo kao o malim ljudima koji postepeno postaju odrasli, mnogi svetski stručnjaci za dečji razvoj predlažu da se o njima razmišlja kao o celovitim i zasebnim ljudskim bićima. Moramo, naime, u potpunosti prihvatiti da deca, u svakoj fazi svoga razvoja, imaju jedinstvene potrebe i veštine, kao i vlastite glasove koji zaslužuju da budu saslušani sa uvažavanjem i saosećanjem.



Na primer, prikazivanje dece u televizijskim i radio emisijama, na ilustracijama u knjigama, na plakatima i drugim vrstama medija, ne znaci da su ti materijali nuzno prilagođeni deci. Poruke se moraju prilagoditi tačno određenoj dečjoj publici i moraju uključivati njihove potrebe, gledišta i stavove, kako bi se deca mogla povezati s njima na korisne i delotvorne načine. Znanje sakupljeno tokom godina proučavanja dece i medija pokazuje da su deca aktivni korisnici medija, reaguju na njih, razmišljaju, osećaju i iz njih formiraju vlastita značenja. U svoje susrete s medijima unose čitav niz ukusa, sposobnosti, želja i iskustava. Oni gledaju televiziju i slušaju priče u različitim ličnim, društvenim i kulturnim uslovima, koji takođe utiču na to šta će steći putem tog iskustva. Ne smemo nikada pretpostaviti da se ono što mi, kao odrasli, očekujemo od medija (televizijskih emisija, članaka u časopisima, usmenog pripovedanja, kartaških igara, plakata) i što od njih dobijamo, podudara sa onim kako ih shvataju deca.

Različita medijska okruženja dece

Deca se takođe razlikuju po pristupu različitim oblicima medija kao što su: knjige i časopisi, radio, televizija, kompjuteri, internet, muzički aparati i mobilni telefoni. U ratnim područjima i područjima pogođenim elementarnim nepogodama, deca ponekad nemaju pristup nikakvim medijima, odnosno suočavamo se sa širokim nizom izazova zbog različitog pristupa digitalnim medijima. Neka deca



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

Osim toga, nekoliko novih projekata u različitim delovima sveta, eksperimentalno upoznaje decu s komunikacijskim tehnologijama poput interneta i mobilne telefonije. Međutim, tehnološka i kulturna globalizacija ubrzavaju tempo, pa je pristup različitim medijima sve uobičajeniji, čak i u udaljenim područjima. Ali sam pristup nije dovoljan da bi se za decu ostvarile pozitivne promene. Neće im koristiti samo mogućnost gledanja televizije ili igranja kompjuterskih igara, nego i kvalitet televizijskog i kompjuterskog sadržaja kome su izloženi. Sam pristup mobilnim telefonima i internetu neće deci pružiti mogućnost za rast i razvoj, već će to zavisiti od načina na koji će te medije upotrebljavati i kakve će im veze oni omogućiti. Nije stvar samo u osmišljavanju lutkarske predstave za decu, potrebno je i da poruka bude razvojno i kulturno prilagođena, kao i da može da bude katalizator pozitivnih promena.

Nadalje, iako se često pominju prednosti naprednih tehnologija u dopiranju do velikog broja dece, ponekad će (na primer u siromašnim gradskim četvrtima i osamljenim ruralnim područjima bez struje i drugih usluga) slabije tehnologije možda biti delotvornije u komunikaciji s određenim grupama. Postoji potreba za razvijanjem kreativnih načina ponude sadržaja u nepovoljnim situacijama i efikasnijim uticajem na decu kojoj bi inače pristup medijima bio uskraćen. Jednostavne metode se kreću u rasponu od pokretnih kombija i rikši koje nude video i audio sadržaje, pa do aparata kojima ne treba struja za pokretanje, poput projektora u kom se ručno pokreće izmena fotografija.

Ključni izazovi su nam: kako se možemo približiti deci i obogatiti njihove živote mudrim i odgovornim korišćenjem medija, pritom brinući za njihovu dobrobit i zdrav razvoj? Kako možemo da iskoristimo i različite oblike medijske komunikacije da bismo nešto promenili, posebno za osetljivu decu u nepovoljnom položaju, na načine koji će izgraditi njihovu psihološku otpornost, pomoći im da prežive i napreduju i usmeriti ih put boljeg života?





Drugi deo

Šta znamo o deci i medijima





Sudeći prema detaljnim naučnim istraživanjima o ulozi medija u životima dece, mediji (knjige, novine, časopisi, televizija, radio, bioskop, kompjuterska tehnologija, internet, mobilna telefonija), danas postaju jedno od ključnih sredstava socijalizacije, i utiču na ponašanje, stavove i pogled na svet (1). Oni su glavni pripovedači našeg vremena, jer su poput zbirke izvora informacija i zabave za sve generacije i u svim svetskim kulturama. Naučnici i javnost često imaju različit stav o medijima. S jedne strane, medije smatramo veoma pozitivnim. Velike nade i očekivanja ulažu se u ideju o medijima koji mogu da obogate živote dece, promene nezdrave vrste ponašanja, podstaknu maštu i kreativnost, prošire obrazovanje i znanje, podstaknu inkluziju i toleranciju, smanje razliku između društvenih slojeva i doprinesu razvoju i civilnom društvu. S druge strane, pojavljuje se sve veća zabrinutost da mediji mogu da oslabe čula, maštu i spontanu igru, proizvedu neosetljivost na bol drugih, podstaknu destruktivne vrste ponašanja, održavaju stereotipe, dovedu do propadanja moralnih vrednosti, potisnu lokalne kulture i doprinesu otuđenju od društva.

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

Mediji mogu imati i pozitivne i negativne uticaje

Prema dosad prikupljenim saznanjima o ulozi medija u životima dece, zaista se čini kako oni na decu mogu istovremeno imati i pozitivne i negativne posledice, zavisno od sadržaja koje u njih uključujemo, konteksta u kom se doživljavaju, načina upotrebe i od individualnih osobina dece koja ih koriste. Mediji nisu sami po sebi prirodno dobri ili loši: radi se o tehnologiji koja može da se koristi na različite načine. Iz istraživanja sprovedenih u različitim delovima sveta, zaključeno je kako kvalitetni medijski proizvodi namenjeni deci (televizijski i radio programi, knjige, internet stranice, informativni servisi mobilnih telefona, obrazovne kampanje putem posebnih oznaka na ulicama, lutkarske predstave, dramske predstave itd.), mogu biti efikasni u promovisanju različitih razvojnih ciljeva (2). Na primer, obrazovne televizijske emisije kod predškolske dece dokazano podstiču spremnost za školu, ranu pismenost, kao i delotvorno podučavaju određenim elementima nastavnog programa. Ovaj pristup izrazito je povezan s razvojnom komunikacijom koja

sistematski koristi postupke i strategije medijske komunikacije za promovisanje društvenog razvoja i promena.

UNICEF je takođe eksperimentisao s razvijanjem kreativnih materijala u ključnim projektima (inicijative za propagiranje rodne ravnopravnosti, *Meena* u Južnoj Aziji i *Sara* u Africi; podrška koprodukcijama lokalnih verzija emisije *Ulica Sezam* u Meksiku i na Kosovu, kao i serijama s kulturnim posebnostima poput kirgizijskog animiranog filma *Čarobno putovanje*). Za decu su posebno važne strategije koje sjedinjuju sve prednosti i pozitivne strane zabave i obrazovanja (u engleskom jeziku je taj spoj označen složenicom *edutainment*, od reči *education* i *entertainment*). Tako se privlačnost i popularnost zabave koriste za postizanje društvene promene i promovisanje dobrobiti pojedinca i društva (3).

Teško je proceniti efikasnost ovakvih intervencija, budući da one u velikoj meri zavise od ciljeva projekta i načina na koje se definiše efikasnost. Projekat, na primer, može podstaći ljude da zauzmu drugačiji stav prema nekom problemu ili da budu skloniji prihvatanju poruke o njemu. Projekat može da posluži kao uzor ili utiče na norme podsticanjem drugačije perspektive. Može takođe da promeni okvir u kome posmatramo neki problem (vidi: Prasad, 2009. i Singal et al., 2004.).

Već je dostupno nekoliko značajnih inicijativa koje propagiraju čitanje najmlađima, kako bi se podstakao njihov zdrav razvoj. Ako se deci čitaju knjige koje prikazuju ili propagiraju zdrave načine života, učvršćuje se komunikacija među decom i njihovim starateljima, podstiče njihovo samopouzdanje i sticanje znanja, osnažuje njihova jezička sposobnost i spremnost za školu, održava pismenost kod starije braće i sestara i roditelja (4). Ali, uvek postoji potreba za dodatnim razmatranjima i novim razmišljanjima o boljim načinima komunikacije s decom koja će pomoći u promovisanju njihove dobrobiti.





Dok postižemo pomake uz nove vrste medijske komunikacije, sve je više dokaza o tome da mediji mogu da imaju veoma negativan uticaj na decu i mlade. Na primer, učestalo prikazivanje nasilja na televiziji, u filmovima i video igrama, što je zajednička karakteristika medijskih sadržaja u celom svetu, dokazano utiče na decu na više nivoa – na njihovo ponašanje (povećanje agresivnosti), psihički život (povećanje straha i teskobe u susretu sa svetom u kom žive), kao i društveni život (smanjenje osetljivosti na patnje drugih ljudi i potvrda nasilja kao najboljeg načina za rešavanje međuljudskih sukoba). Čak i kad je nasilje prikazano kako bi se istakla neka moralna ili obrazovna pouka, kako bi se predstavili društveni sukobi ili kršenje dečjih prava, ono može imati negativan uticaj na gledaoce. Medijsko nasilje različito utiče na decu, u zavisnosti od njihovih ličnih osobina, pola, vrsta njihove porodične i društvene okoline kao i njihovog životnog iskustva. Ali, nasilje se sve više povezuje sa mnogim asocijalnim postupcima koji ugrožavaju dobrobit dece i njihov zdrav razvoj (5).

Drugo široko istraženo područje negativnih uticaja odnosi se na kratkoročne i dugoročne uticaje stereotipnih predstava o ljudima u medijskim sadržajima. Stereotipni prikazi dečaka (kao uglavnom nasilnih i pohotnih ili pak, kao onih koji su razumne vođe, koji prvi rešavaju probleme ili su fizički aktivniji) i devojčica (uglavnom kao seksipilnih, zainteresovanih samo za svoj izgled i za ljubav, kao nežnih i emocionalnih, te u podčinjenim i pasivnim ulogama), utiču na način na koji oni razvijaju svoje polne identitete, očekivanja koja imaju od sebe i od pripadnika suprotnog pola, samopoštovanje, način viđenja vlastitog tela, kao i na njihova rana seksualna iskustva (6). Nedostatak realnih prikaza različitosti rasa, naroda, staleža, religija, smetnji u razvoju, geografske pripadnosti, uzrasta itd., povezuje se s propagiranjem ograničenog viđenja sveta, koje svojom diskriminacijom utiče na način na koji deca i adolescenti vide sebe i druge (7).

U medijskim sadržajima je ključno pitanje inkluzije. Budući da mediji odražavaju ko ili šta je u društvima vredno, deca i odrasli bi mogli da postavljaju različita pitanja. Predstavljaju li me mediji često? Ako nije tako, šta mi to govori? Ako se i kada se ugledam, kako sam prikazan, pogotovo ako sam devojčica, pripadam obespravljenoj ili manjinskoj grupi, imam smetnje u razvoju ili pak, živim u izrazito nepovoljnim uslovima? Celo mnoštvo dece koja žive u različitim oblicima teških uslova retko će, ili neće uopšte biti prikazano u medijima. Ako i kada do toga dođe, često su prikazana kao obespravljene žrtve kojima je potreban spas takozvanog „razvijenog sveta“.

Kako mediji mogu podstaći promene

Navedeni primeri ilustruju kako mediji mogu na pozitivan, ali i negativan način da utiču na živote dece u svim oblastima njihovog razvoja: u ponašanju (oponašaju li saradnju s drugima ili agresivnost), društvenosti (sklapaju li prijateljstva ili zlostavljaju svoje kolege u školi ili preko interneta), kognitivnim sposobnostima (usvajaju li veštine potrebne za upis u školu ili kratkotrajno zadržavaju pažnju), pa čak i u odnosu prema telu (uče li o uravnoteženoj ishrani ili usvajaju loše navike). Očito je da medijski uticaj nije isključivo dobar ili loš. Načini uticaja su višestruki i njihova tumačenja zavise od različitih kulturnih vrednosti i viđenja. Je li, na primer, dopisivanje s neznancima preko interneta opasno ili pak širi vidike? Je li seksualno vaspitanje u medijima za mlade spasonosno ili je moralno diskutabilno? Znači li gledanje američkih televizijskih serija sticanje iskustava o drugim kulturama ili narušava tuđe kulturne identitete? Pomaže li deci govor o traumama i smrti da podnesu teška iskustva, ili ih pak traumatizuje i čini još plašljivijim i nepoverljivim prema odraslima? Pomaže li medijsko dokumentovanje kršenja dečjih „prava“ poboljšanju njihovih života ili takva dela, umesto najboljih, prikazuju najgore strane porodice, zajednica i društava tim grupama i ostatku sveta?

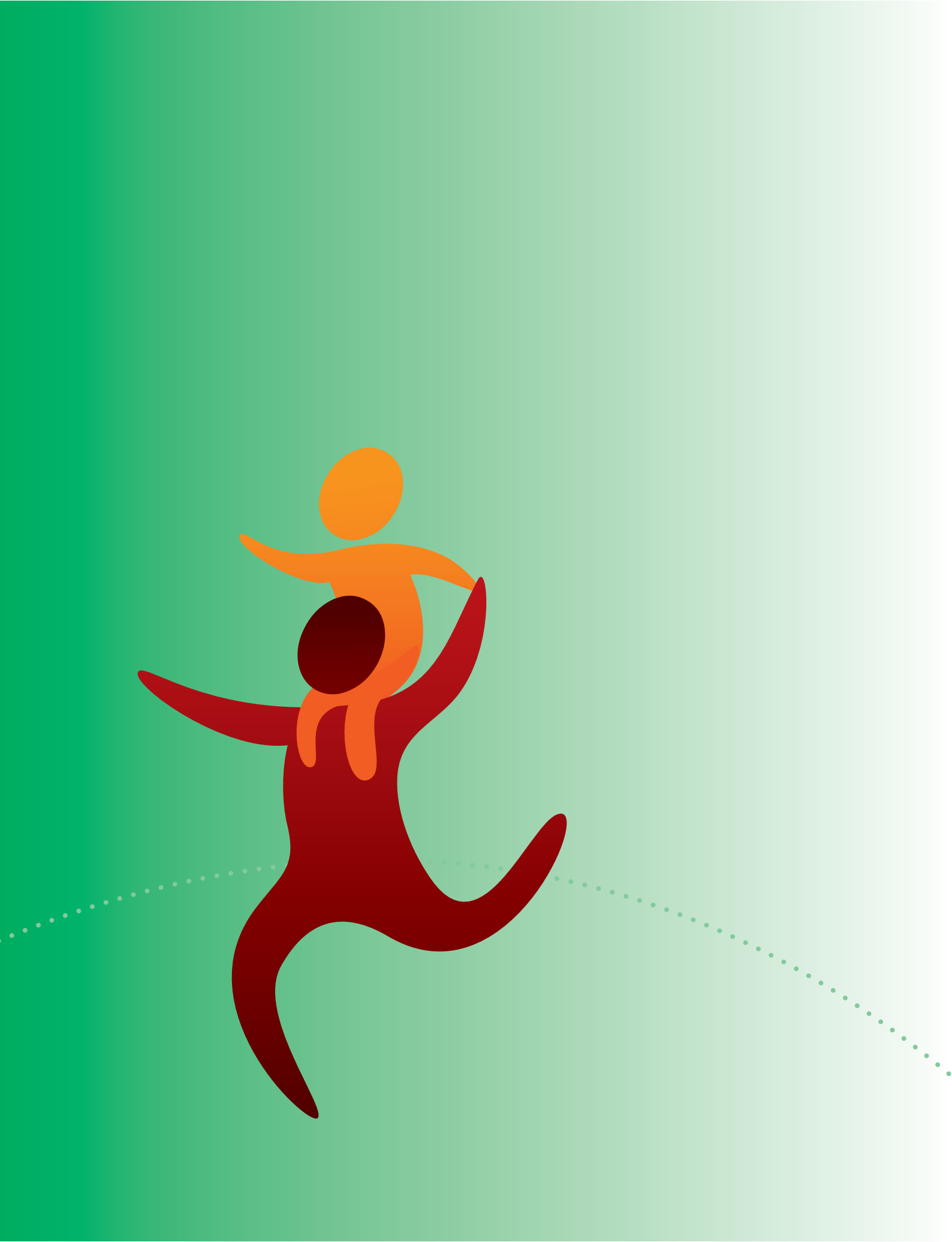
Odgovori na ova i slična pitanja nisu jednoznačni, nego u velikoj meri zavise od mnogih osobina i društvenih varijabli, pa bi ih trebalo ispitati s obzirom na određeno dete i određene okolnosti. Danas se, više nego ikad pre, pojavila potreba za pomnijim proučavanjem pozitivnih i negativnih uticaja medija na živote dece koja žive u lošim ekonomskim uslovima i kriznim situacijama, kako bi se ovi procesi bolje razumeli i kako bi se popravio život dece u celom svetu (8).





Treći deo

Razvoj deteta i potrebe i veštine
medijske komunikacije





Danas se veći naglasak stavlja na kontekst u kom deca odrastaju i u kome se razvijaju, na mikro okolinu njihove kuće i makro okolinu društva i kulture koji ih okružuju.

Kad govorimo o uticaju medija na decu, moramo voditi računa o njihovom uzrastu i razvojnoj fazi. Deca stižu kognitivne, emocionalne, fizičke i društvene veštine tokom odrastanja. Kako rastu i postaju zreliji, menjaju se i njihove potrebe, sposobnosti, interesi i izazovi (9). Razvoj deteta direktno je povezan s načinom na koji ono može imati koristi od medija. Dužina zadržavanja pažnje se, na primer, povećava sa uzrastom deteta. Dvogodišnjaci će tako moći da slušaju priču samo nekoliko minuta, deca predškolskog uzrasta će biti pažljivija, a starija deca će i duže ostati koncentrisana. Isto tako, mlađa deca će razumeti veoma jednostavan jezik i konkretne slike, dok će starija deca moći da razumeju složenije jezičke i vizuelne 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 dečjeg razvoja, svi ljudi prolaze kroz ista razvojna razdoblja prema čvrsto određenom hronološkom redosledu, iako genetika i/ili okolina mogu da ubrzaju ili uspore brzinu prelaska iz jednog razdoblja u drugo.

Razdoblja se shvataju kao hijerarhijska i integrativna, odnosno naprednija razdoblja se temelje na prethodnima, a napredak dovodi do „reorganizacije“ različitih veština. Osim toga, ova razdoblja se posmatraju kao univerzalna: iako deca odrastaju u potpuno različitim kulturama i sredinama i imaju različite genetičke mape, čini se da svi prolaze kroz ista razdoblja, istim redosledom.

Postoje različite razvojne teorije koje naglašavaju kognitivni, fizički, emocionalni, društveni i moralni razvoj deteta. Novije teorije koje se zasnivaju na novim istraživanjima na području dečjeg razvoja, pokazale su da deca imaju bolje sposobnosti i moć razumevanja, nego što se mislilo ranije. Nova saznanja dovode u pitanje koncept razvojnih razdoblja i nude alternativne načine za objašnjavanje razlika u razvoju. Umesto da se posmatra zaostajanje deteta za ostalom decom i odraslima, naglasak se stavlja na proučavanje načina na koje deca dolaze u dodir sa svojom okolinom i kako se ti odnosi tokom vremena menjaju.

Danas se veći naglasak stavlja na kontekst u kom deca odrastaju i u kome se razvijaju, na mikro okolinu njihove kuće i makro okolinu društva i kulture koji ih okružuju. Ovi pristupi proveravaju osnovne pretpostavke razvojnih teorija i zaključuju kako na razvoj deteta više mogu uticati okolina i razlike u kulturama, nego što smo to pre pretpostavljali (10). Neki stručnjaci, na primer, smatraju da bismo već u najranijem razdoblju njihovog života morali posvetiti veću pažnju mentalnim potrebama dece i drugim područjima života, uključujući društvenu pravdu. Preživljavanje, rast i razvoj neraskidivo su povezani: zavise jedni od drugih i potrebno im je da su medijski sadržaji integrisani i da poštuju celovit pristup.

Osim toga, u području neurologije i proučavanja mozga, došlo je do ogromnog napretka, što nam je pružilo nove podatke u različitim područjima: od toga, kako uticaj okoline deluje na strukturu mozga i celokupni razvoj novorođenčadi, pa do toga, kako struktura mozga može uticati na ponašanje i razumevanje poruka kod mladih.

Glavne starosne grupe: rano doba, srednje doba, rano adolescentsko doba

Koncentrisaćemo se na tri glavne starosne grupe, uzimajući u obzir da one nisu čvrsto određene. Prelaz iz jedne u drugu je promenljiv i individualan i unutar svake postoje velike razlike. Govorićemo o ranom dobu, kao godinama od rođenja do šeste godine (u većini društava školovanje dece počinje u njihovoj šestoj ili sedmoj godini); srednjem dobu, između sedme i jedanaeste (u većini društava pubertet i adolescencija započinju u jedanaestoj i dvanaestoj godini), kao i o ranom adolescentskom dobu, između dvanaeste i četrnaeste godine. Neki stručnjaci za rani razvoj uključuju i osmogodišnjake u grupu ranog doba, ali korišćenje grupe 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 decom i medijima, i kao najvažnije, najpraktičnije je u pogledu smernica za oblikovanje kvalitetnih medijskih sadržaja za različite starosne grupe. Izostavili smo starije adolescente, budući da mnogi od njih već imaju obaveze i životne stilove, slične kao kod odraslih osoba. Medijske proizvode koji služe njihovim različitim interesima trebalo bi proučavati odvojeno i potpunije nego što je moguće u ovoj publikaciji.

I konačno, moramo imati na umu da su „priroda“ i „vaspitanje“ povezani. Ovi faktori utiču na okolinu u kojoj deca odrastaju, na stepen rane odgovornosti, njihovu samostalnost, prilike za istraživanje i različite načine na koje uče nove stvari o sebi i svetu koji ih okružuje, kao i na kasnije postupke koje će imati priliku da preduzmu.





Sada ćemo proučiti ove tri starosne grupe tako što ćemo sažeto prikazati njihove jedinstvene osobine, potrebe za medijskom komunikacijom koje iz njih proizlaze i navesti kakve implikacije one mogu imati kod korišćenja medija za zdrav razvoj i dobrobit dece.

Rano doba (od rođenja do šeste godine)

Iako UNICEF i njegovi partneri imaju dugogodišnje iskustvo u kreiranju medijskih sadržaja za decu školskog uzrasta i adolescente, sadržaji za najmlađu grupu uglavnom su bili usmereni na staratelje (članove porodice, vaspitače, zdravstvene radnike). Ali knjige, pesme i drugi jednostavni i kreativni oblici medijskih sadržaja primereni njihovoj razvojnoj fazi, mogli bi podsticati celovit razvoj deteta, istovremeno odraslima biti uzor za savesno starateljstvo. Mišljenja se razilaze, po pitanju, u kolikoj meri smeju i treba li uopšte deca (pogotovo ona mlađa od dve godine) da budu izložena elektronskim medijima, kao i mogu li imati koristi od njih. Ono što ipak nije sporno, ogroman je pozitivan potencijal interakcije s odraslima i braćom i sestrama kroz razgovor i korišćenje primerenih knjiga, pesama i pripremi koje odgovaraju potrebama najmlađih.

Najranije godine su jedno od kritičnijih razdoblja u razvoju čoveka i naša predanost u ovoj fazi uspostaviće temelje za kasnije sticanje znanja. Dovoljno podataka potpomaže pozitivan potencijal kvalitetnih medija, pogodnih za predškolski uzrast, koji pomažu u pripremi dece za upis u školu, a uz to podstiču i društveni, emocionalni, kognitivni i fizički razvoj.



Glavne razvojne osobine

Rano doba (od rođenja do šeste godine)

Kognitivne	Ponašanje/fizičke osobine	Društvene/emocionalne	Komunikacijske potrebe
• prva iskustva u svemu: oblicima, bojama, ljudima, životinjama, zvukovima, ritmovima, mestima • razvoj jezika • razvoj svesti i osetljivosti na razlike u polu, rasi, smetnjama u razvoju, kao i rano oblikovanje društvenih stavova • teško razlikovanje mašte od stvarnosti, teško razumevanje uzročnosti (kako jedan postupak dovodi do drugog) • koncentrisanje na konkretne aspekte stvarnosti (sve što može da se vidi, čuje i dotakne) • teško razumevanje televizijskih formi i konvencija (krupni plan, repriza, retrospekcija, balončići sa neizgovorenim mislima) • sve više svesni rodni razlika	• uče kroz delovanje 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 nezavisnost i učenje (npr. izrezivanje, bojenje, vezivanje, pranje) • uče da izraze i kontrolišu osećanja	• doživljavaju nove, često i zastrašujuće emocije • razvoj od potpune zavisnosti od drugih do odvajanja i samostalnosti • sve veća svest o vlastitim i tuđim emocijama • sve više shvataju da drugi misle i osećaju drugačije od njih • igraju se s drugima, uče da rešavaju jednostavne sukobe i sarađuju • iskazuju znakove empatije, prosocijalnog ponašanja i spremnosti da pomognu drugima	• znati da su voljeni i na sigurnom • steći pozitivna osećanja o sebi i drugima • znati da je raspon osećanja i strahova koje doživljavaju normalan • osećati se dobro zbog novih znanja i iskustava • steći otpornost tako što će znati da se sami oporave i potraže pomoć

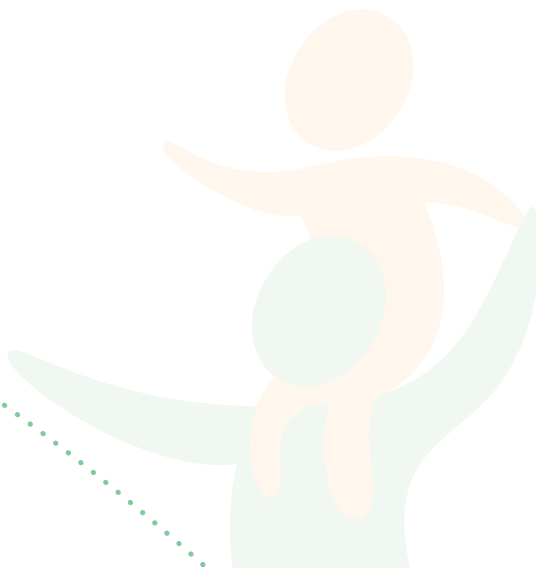


Glavne razvojne osobine

Rano doba (od rođenja do šeste godine)

Implikacije za medijsku komunikaciju

- koristiti jednostavan jezik pun razumevanja
- ponuditi primere istraživačkog duha i želje za učenjem
- ponuditi primere pouzdanog istraživanja, radoznalosti i sigurnosti u novostečenim veštinama
- prilagoditi se povećanom zadržavanju dečije pažnje
- održavati razigranost i prikazivati kako se može učiti kroz igru
- koristiti mnogo ponavljanja, ritmova i pevanja
- održavati raznoliki, ali ne prebrzi tempo
- koristiti svakodnevna iskustva – priče o drugoj deci, porodicama, životinjama i uobičajenim, svakodnevnim događajima i navikama
- koristiti igre zamišljanja, maštovite igre i igranje različitim materijalima
- uvesti i naglašavati svakodnevne zdrave higijenske navike
- prikazati decu koja su im slična, te decu koja se od njih razlikuju, podstaći da se igraju i rade zajedno kao ravnopravne osobe
- prikazati brižne i odane odrasle osobe i sigurne odnose
- podsticati aktivnosti: pevanje, tapšanje, ples, pokret
- uključiti interakcije s pitanjima i odgovorima, podsticati razgovor
- predstaviti napredan i nestereotipn govornik o polovima i takav prikaz dece i odraslih
- prikazati jednostavne primere dece koja uz pomoć odanih roditelja iskazuju širok raspon emocija, ovladavaju svojim strahovima i na zdrav način se nose s teškim pitanjima
- uključiti primere samopouzdanosti i otporne dece koja su poštena i koja znaju da se zauzmu za sebe i za druge
- prikazati decu kako čine jednostavne izbore i izražavaju svoja kreativna mišljenja



Srednje doba (od sedme do desete godine)

U srednjem razdoblju deca postepeno postaju sve nezavisnija i samostalnija ljudska bića koja mogu istraživati svet oko sebe. Koriste jezik na prefinjeniji način; usvajaju ogromnu količinu novih informacija; stiču čitav niz novih veština, uključujući pismenost, službeni školski program, kao i znanje o svetu i ljudima koji u njemu žive. Postepeno se oslobađaju egocentričnog pogleda na život u kojem se oni nalaze u središtu, pa mogu sebe da zamisle na tuđem mestu. Radoznali su, razvijaju društvene veštine i prijateljstva, ali se susreću i s praksom isključivanja kao što su polni i rasni stereotipi, nasilje među vršnjacima i maltretiranje. Samostalnije istražuju svoju okolinu, pa su i dalje skloni nezgodama. Znaju da preuzmu veću odgovornost za svoje ponašanje, postepeno se navikavaju na odgađanje nagrade i usvajaju zadatke koji razvijaju samopouzdanje i nezavisnost.

Sve što deca u ovom razdoblju vide i čuju kod kuće, u školi, u svojoj zajednici i u medijima, utiče na njihovo ponašanje, njihove stavove i viđenje sveta. Krajem ovog razdoblja kod nekih, pogotovo kod devojčica, već počinje adolescencija, pa ih potresaju nenadane telesne i emocionalne promene.





Razvojne osobine

Srednje doba (od sedme do desete godine)

Kognitivne	Ponašanje/fizičke osobine	Društvene/emocionalne	Komunikacijske potrebe
• lakše razlikuju maštu i stvarnost • razumeju unutrašnju motivaciju likova • razumeju uzročnost (kako jedan postupak dovodi do drugoga) • koriste složeniji jezik • razvijaju veštine rešavanja problema i kritičkog mišljenja • razvijaju sposobnost razumevanja televizije i drugih medijskih formi i konvencija (upotreba različitih planova i montaže, zvukova, muzike, itd.)	• postepeno stiču veću samostalnost u svakodnevnoj brizi o sebi, uključujući higijenu, ishranu, brigu o vlastitim stvarima • uče da prate pravila igre i interakciju • pokazuju veći interes za učešće u predstavama i sportovima • pokazuju veću zaokupljenost izgledom svoga tela i imidža • preuzimaju veću odgovornost za svoje postupke	• prijatelji postupno zauzimaju središnju ulogu u njihovim životima • još uvek su im potrebni odrasli koji ih podstiču i pozitivni uzori • radije biraju prijatelje istog pola • uče o razlici između dobra i zla, te o moralnim odlukama • postaju isključivi i primenjuju stereotipna shvatanja okoline	• da neguju pozitivna osećanja koja imaju o sebi, drugima i svetu • da istražuju i isprobavaju vlastite ideje, veštine i talente • da nauče kako da koriste vlastite potencijale na pozitivne načine • da znaju da se njihova osećanja i strahovi razumeju i uvažavaju

Implikacije za medijsku komunikaciju

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • prikazati duže i napetije priče • ponuditi priče koje u središtu imaju dečje likove • prikazati kako su učenje i uspeh u školi prilika za razvijanje novih, zanimljivih veština i talenata • koristiti humor za oči i uši, te kognitivne „zavrzlake“ (npr. logičke mozgalice, zagonetke, brzalice) • uključiti interaktivno rešavanje problema i kritički način razmišljanja • pružati uzor u prosocijalnom ponašanju što uključuje ljubaznost, rešavanje sukoba i brigu o drugima | <ul style="list-style-type: none"> • ponuditi snažne, pozitivne uzore odraslih i dece, s visokim etičkim normama • uvoditi osetljive teme koje prikazuju kako se druga deca na kreativne i zdrave načine nose s društvenom pravdom ili teškim pitanjima poput smrti, besa, zlostavljanja, smetnji u razvoju itd. • pokazati kako deca mogu da nešto promene u svojim i tuđim životima, čak i u teškim situacijama (realne junakinje i junaci) • ponuditi priče o prijateljstvu, odanosti i kako „učiniti pravu stvar“ |
|---|---|

Rano adolescentsko doba (od jedanaeste do četrnaeste godine)

Mnogi ljudi smatraju da adolescencija može biti burno i naporno razdoblje u kome mladi moraju istovremeno da podnose fizičke, društvene, emocionalne i kognitivne promene. Ovo je razdoblje prelaska u odraslo doba i adolescenti mogu često da doživljavaju promene raspoloženja i agresivne ili emocionalne ispade. Često su podeljeni između racionalne misli i iracionalnog rizika, između odrasle odgovornosti i detinjastih nestašluka.

Novija istraživanja o razvoju mozga u ovom životnom razdoblju dovode do zaključka da adolescenciju karakterše potraga za uzbuđenjima i povećano preduzimanje rizika. Osim toga, složeno razmišljanje još nije uspostavljeno s obzirom da kod mlađih adolescenata izvršne funkcije tek treba da se razviju pa oni teško pokazuju racionalne sposobnosti planiranja, određivanja prioriteta, donošenja odluka i procenjivanja posledica svojih postupaka. Hormonalne i fizičke promene, koje se povezuju s pubertetom, kao i sve veće osećanje privlačnosti i interesa za seks i intimne odnose, dovode do nastanka parova i početka seksualnih iskustava, u onim društvima koja to dopuštaju.

Adolescenti se, u zavisnosti od kulture, više oslanjaju na svoje prijatelje nego na porodicu. To im može pomoći u definisanju identiteta i može se izraziti kroz mnoštvo postupaka izdvajanja (jedinствен stil odevanja, muzičkog ukusa, učešća u društvenim grupama i pokretima, širenje mreže poznanstava putem interneta, kreiranje vlastitih likovnih i pisanih dela). Potraga za identitetom takođe je izvor istraživanja i izražavanja mišljenja i osećanja o širokom spektru problema. Pritisak vršnjaka zato ima glavnu ulogu u donošenju odluka i obrascima ponašanja, uključujući asocijalna i nezdrava ponašanja koja mlade dovode u opasnost (agresivnost, zloupotreba alkohola i droga, nezaštićen seks, i slično).

U zapadnim društvima, gde se podstiče razvoj autonomije, individualizma i samopouzdanja, takve promene mogu postati izvor sukoba između adolescenata i njihovih porodica. U tradicionalnijim društvima, gde prevladuje pogled na društvo kao zajednicu i gde se od adolescenata očekuje prilagođenost, manje su prilike za stres. U nekim delovima sveta adolescenti imaju jako malo vremena da se posvete sebi jer moraju pomoći u izdržavanju svoje porodice, dok u nekim krajevima pak, imaju više vremena za druženje i provođenje vremena sa svojim prijateljima.

Adolescencija je očigledno u velikoj meri kulturno uslovljena, pa odrastanje poprima različite oblike u različitim društvima. Kulturne razlike bitno utiču na to kako je biti dete ili adolescent u određenoj fazi razvoja, pa je važno da i naši medijski proizvodi u skladu s tim budu specifični. Svim kulturama ipak je zajednička činjenica da su adolescentima u toku odrastanja još uvek potrebne odane i saosećajne odrasle osobe koje će ih savetovati, poslužiti im kao pozitivni uzori, jasno postaviti granice i očekivanja i voditi ih ka odabiru najboljih rešenja.





Glavne razvojne osobine

Rano adolescentsko doba (od jedanaeste do četrnaeste godine)

Kognitivne	Ponašanje/fizičke osobine	Društvene/emocionalne osobine	Komunikacijske potrebe
• sposobnost apstraktnog i logičkog razmišljanja kakvo imaju odrasli • sve više brinu o budućnosti i istražuju različite mogućnosti • stepen pismenosti ne mora se slagati s hronološkim uzrastom	• sve veća nezavisnost i odvajanje od autoriteta odraslih (zavisno od kulture) • interes za fizičke izazove • eksperimentisanje s novim vrstama ponašanja, uključujući i one rizične • eksperimentisanje s identitetima povezanim s polom, rasom, verom, staležom itd.	• često su pod uticajem vršnjačke kulture • imaju jaka uverenja i načela u moralnim nedoumicama • pobuna protiv autoriteta • razvijanje romantičnih i seksualnih veza (zavisno od kulture)	• da se uključe u život odraslih i informišu, između ostalog, o rizičnim vrstama ponašanja i odgovornom odnosu prema seksu • da imaju snažne pozitivne uzore s visokim moralnim standardima • da znaju da se njihova mišljenja i ideje prepoznaju i poštuju • da uče iz svojih grešaka kako bi ispravili autodestruktivna ponašanja

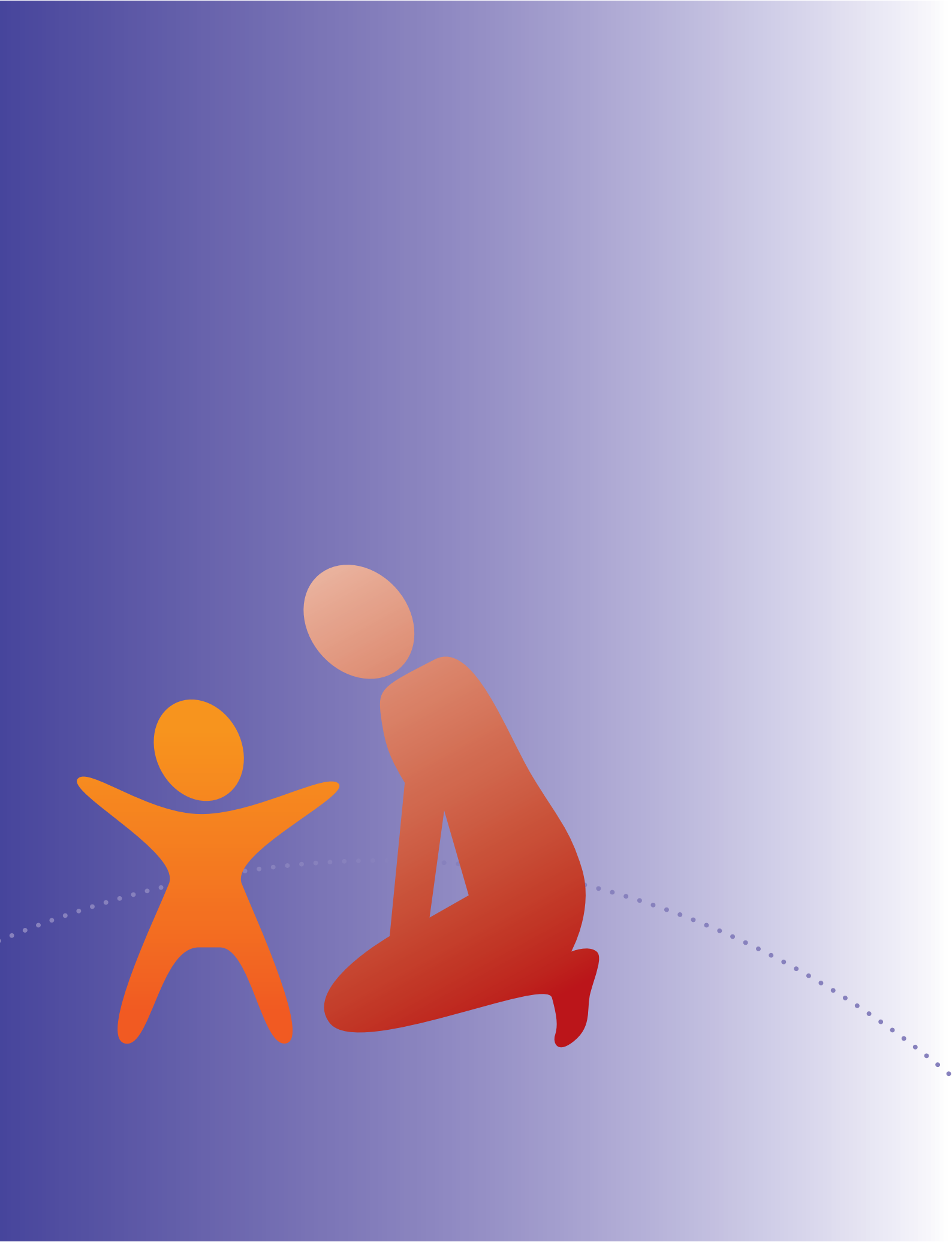
Implikacije za medijsku komunikaciju

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• prikazati pozitivna ponašanja vršnjaka i drugih mladih koji su otporni i pozitivni• predstaviti suprotna gledišta, mišljenja i perspektive• uz predstavljanje sve veće nezavisnosti, nastaviti prikazivanje pozitivnih odnosa između roditelja i dece i podršku odraslih• prikazivati likove s visokim samopoštovanjem, pogotovo devojčicama, decu iz grupa u nepovoljnom položaju, te decu sa smetnjama u razvoju i invaliditetom• prikazivati mlade i odrasle u napredno shvaćenim polnim ulogama | <ul style="list-style-type: none">• razgovarati o problemima određene starosne grupe (zloupotreba droga, nezaštićeni seksualni odnosi, nasilje, romantične veze, maltretiranje i diskriminacija, prijateljstva)• govoriti s poštovanjem, a ne moralizatorski, ne govoriti s visine• ponuditi jednostavnije, ali jednako zanimljive sadržaje za decu s nižim stepenom pismenosti• ponuditi zahtevne priče s kreativnim idejama, problemima i rešenjima• koristiti puno humora i kreativnosti |
|---|---|



Četvrti deo

Načela i smernice za medijske
sadržaje namenjene deci





Kao što se moglo zaključiti iz prethodnog dela, medijski sadržaji za decu moraju voditi računa o različitim sposobnostima i potrebama različitih starosnih grupa, odnosno moraju biti usmereni na decu i prilagođeni njihovom uzrastu. Kvalitetni medijski sadržaji mogu podržavati postojeće razvojne programe i prioritete, pokrivajući određene potrebe i kompetencije. Tu pripadaju: pomoć deci da nauče kad treba prati ruke i kako da to čine na ispravan način; da se odnose prema svima s poštovanjem, načini sprečavanja iskorištavanja 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 koji se odnose na konkretne potrebe i kompetencije.

Postoji li bolji ili korisniji način bavljenja ovim problemima u komunikaciji s decom? Znamo li šta deluje, a šta ne? Raspravlja se, na primer, o delotvornosti korišćenja „straha“ u komunikaciji s decom i odraslima. Istraživanja pokazuju, kako poruke koje pobuđuju strah, mogu biti beskorisne ili imati dejstvo bumeranga i podstaći negativno ponašanje, ako se preterano koriste i ako ne nude prihvatljiva rešenja za situaciju koja pobuđuje strah (11).

Postoje li dobri primeri korisnih medijskih sadržaja za decu? Zašto su uspešni? Jesu li prikazivali stvarne uslove života i preneli osećaj kulturne autentičnosti, verno odražavajući ličnu perspektivu prikazanih likova? Kakva načela i smernice možemo koristiti kako bismo svoje proizvode učinili što delotvornijim, pogotovo za decu u najnepovoljnijem položaju? Nabrojaćemo integrisana načela, smernice i primere dobrih praksi za stvaranje korisnih medijskih proizvoda za decu, na temelju iscrpnog prikaza stotina projekata i proizvoda koje su proteklih godina razvili UNICEF i druge organizacije, kao i proizvođači širom sveta.

Izabrali smo niskobudžetne proizvode sa skromnim, ali jasnim razvojnim ciljevima, kako bismo istakli 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 dečje publike. Ovaj rad naglašava emocionalne i društvene potrebe dece koja pate. Ako se deca ne osećaju voljenom, sigurnom ili samopouzdanom i nemaju zdrave veštine za rešavanje stresa, biće im mnogo teže da prežive i da

se kognitivno i fizički razvijaju. Ako pak, vide da su prikazana s dostojanstvom i ako se podstiču i odgajaju u pravcu razvijanja kritičke svesti, biće bolje pripremljena da prave zdrave izbore i aktivno učestvuju u društvu. Smatramo da sve čemu su deca izložena ima potencijal u motivisanju učenja i rasta.

Nakon načela za medijske proizvode za decu koji naglašavaju njihove kvalitete, slede smernice koje su povezane s odgovarajućim načelima koje ih dodatno podržavaju. Smernice bi trebale da podrže, nadahnjuju, podstiču, obrazuju i pomažu u ozdravljenju.

Takođe prilažemo nekoliko ideja o tome kako bi se ove smernice mogle koristiti u praksi na mnogim prioritetnim područjima i u svim vrstama projekata. Svaku smernicu podržava pozitivan primer, koji je ujedno praktičan i primenljiv u različitim kulturnim kontekstima i uključuje geografsku, starosnu, polnu i medijsku različitost.

Peti deo sadrži pregled čestih zamki u razvijanju medijskih sadržaja za decu i služi kao podsetnik o svemu što smo naučili i predstavili. Šesti deo sadrži dodatne pozitivne primere koji podržavaju ova načela i smernice.



NAČELO 1

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DECU MORAJU BITI NAMENJENI DECI I PRILAGOĐENI NJIHOVOM UZRASTU

Deca trebaju i imaju pravo na jasne i zanimljive medijske sadržaje koji se odnose na decu, a ne na odrasle. Kao što smo već napomenuli, deca u različitim razvojnim razdobljima imaju različite potrebe i interese i uče na različite načine iz različitih medija i materijala. To znači da im je potreban pristup raznim žanrovima i sadržajima. Važno je imati na umu da samo dodavanje dečjih likova ili oblika namenjenih deci, kao što je korišćenje animacije ili stripova, ne znači da je nešto automatski „primereno deci“

Čak i zemlje, bez dovoljnog pristupa ili resursa, danas mogu same da naprave raznolik niz jeftinih proizvoda za decu u skladu s *Konvencijom o pravima deteta*, tako što će proizvesti nešto primereno svakoj starosnoj grupi.

Smernice za prvo načelo

1a) Koristite jezik, likove, zaplete, muziku i humor primerene deci

Deca najbolje uče kada je medijski sadržaj krojen prema njihovom određenom razvojnom dobu, njihovim potrebama i interesima. Izvor kvalitetnih i delotvornih medijskih sadržaja je u razumevanju osnova

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1a) Koristite jezik, likove, zaplete, muziku i humor primerene deci

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

- za decu od perioda dojenja do šeste godine, korišćenjem jednostavnog jezika s opisnim rečima i rečima koje se odnose na osećaje, korišćenjem ponavljanja, ritma i pesme, ljudskih i životinjskih likova
- za decu od perioda dojenja do šeste godine, korišćenjem rima, zagonetki, brzalice i jednostavnih šala kako bi sadržaj bio što zanimljiviji
- za decu od sedme do desete godine, korišćenjem priča o prijateljstvu, novim veštinama i talentima, svakodnevnim događajima koji su prilika za rast, te iskušavanjem vlastitih vrednosti i veština kritičkog mišljenja
- za adolescente od jedanaeste do četrnaeste godine, korišćenjem pozitivnih uzora s visokim moralnim merilima, priče o uravnoteživanju uticaja porodice i /prijatelja/medija, nepedagoški oblici i pomoć u usmeravanju potrebe za eksperimentisanjem i nezavisnošću u zdrave životne odluke
- za sve grupe, kreiranje medijskih sadržaja koji decu podstiču na gledanje, zamišljanje, slušanje i izradu stvari, kojih se inače ne bi setili.



dečjeg razvoja i načina na koji se, zajedno s učenjem, on može što kvalitetnije podsticati. Takođe, svaka starosna grupa ima svoje jake strane i interese koji se mogu prevesti u najprimerenije zaplete, likove i sadržaje. Za svaku starosnu grupu ključan je nivo konceptualne složenosti, gde naprednije starosne grupe mogu da razumeju i traže kompleksnije sadržaje, kontekste i oblike.

Pozitivan primer: koristite jezik, likove, zaplete, muziku i humor primerene deci

„Sisimpur” (Bangladeš)

To je koprodukcija televizijske serije Ulica Sezam, namenjena najmlađima. Naglasak je na podsticajnim situacijama i rešenjima svakodnevnih problema, primerenih dečjem uzrastu. Serija izbegava polne stereotipe i stereotipe smetnji u razvoju; prikazuje brižne staratelje i odrasle osobe kao i decu i adolescente koji se aktivno angažuju 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) Podstaknite interakciju i ponudite uzore

Interaktivna medijska komunikacija znači da se kod dece podstiču pažnja i učestvovanje u pripovedanju ili nekom drugom mediju. Participativna komunikacija, kao i participativno obrazovanje pristupačnije je deci, pa njima i adolescentima nudi mogućnost da se uključe kognitivno, fizički i emocionalno, pogotovo u poređenju s didaktičkim oblicima komuniciranja. Iako su neke komunikacijske tehnologije, poput pisanja bloga i SMS poruka, posebno osmišljene da budu interaktivne, interakcija se takođe može dodati tradicionalnim medijima poput knjiga, drama, lutkarskih predstava, pesama, radija i televizije. Što više pozivamo publiku da se izrazi, koristi pokret tela, razmišlja kritički i deli svoj stav, to smo bliže participativnoj komunikaciji.



Pozitivan primer: podstaknite interakciju i ponudite uzore

Kanadski pevač, kompozitor i izvođač muzike za decu Rafi Kavukian, milionima ljudi poznat je jednostavno kao Rafi. On je bio inovator u muzici za decu i porodice, nudeći deci kvalitetnu muziku i poštujući ih kao kompletne osobe. Njegova dela izgrađuju samopouzdanje zahvaljujući verbalnom i fizičkom učešću publike, na primer podsticanjem dece da zapevaju poznate i popularne „akcione pesme” u kojima uče o zdravim navikama, stiču određene kognitivne veštine, uče da poštuju različitosti i savlađuju teške emocije. Zahvaljujući godinama rada s decom i pedagogima, Rafi je razvio vlastitu filozofiju *Poštovanja deteta*, koju svako može podržati kako bi pomogao u **stvaranju** zdravog sveta prilagođenog deci.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1b) Podstaknite interakciju i ponudite uzore

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

- voditelj ili lik u priči može o stvarima direktno da raspravlja s gledaocima/slušaoциma, da postavlja pitanja deci i da im dovoljno vremena za odgovor
- da podstiče pevanje, vežbanje, pokret, ples i druge oblike pantomime
- da se u tekst ugrade pitanja i uključe interaktivne aktivnosti na kraju programa (pisanje, crteži, fotografije itd.)
- da se uključe spontani komentari iz publike na koje je moguće odgovoriti na više načina
- da se vodi načelom da *svako može podučavati druge*, odnosno treba podstaći decu 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. Na primer, krupni plan ili približavanje koriste se kako bi gledaoci obratili pažnju na nešto važno, a određeni ugao snimanja omogućuje nam da nešto vidimo iz drugačije perspektive. U današnjoj komercijalnoj televizijskoj kulturi brz tempo, stalna izmena kadrova, stop animacija, vizuelni i zvučni efekti, postaju pravilo i često mogu da umanje utisak o važnim porukama. Ako je video, audio ili štampani proizvod pretrpan informacijama ili prebrzim tempom, ovi posebni efekti mogu odvratiti pažnju umesto da je usredotoče, čime proizvod gubi svoju potencijalnu vrednost. Iako je potrebno da se privuku nove generacije medijskih potrošača istančanog ukusa, važno je i održavanje ravnoteže koja će uključiti učenje za decu bez preopterećenja njihovog uma.

Pozitivan primer: koristite posebne efekte promišljeno i razumno

„Triggerfish” animacije je serija televizijskih spotova nastalih u okviru „Takalani Sesame”, južnoafričkoj verziji *Ulice Sezam*. Animirani likovi imaju crnu boju kože i afrički tip kose, u igri koriste autohtonu muziku, žičane igračke i obične predmete. Spotovi su jednostavni, jasni i njihov tempo je primeren maloj deci. Podstiču kreativnost i saradnju. Njihov lokalni stil razlikuje ih od većine uvoznih serija i primer su kulturno primerenog medijskog proizvoda.

www.takalanisesame.com

Kako teoriju pretvoriti u praksu

1c) Koristite posebne efekte promišljeno i razumno

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

- da se koriste posebni vizuelni i zvučni efekti samo kada služe podučavanju ili isticanju ključnih poruka i relevantnih aspekata neke poruke (pod efektima se misli na krupne planove, upotrebu različitih objektivna i uglova snimanja, zvukova i sl.)
- da se testiraju svi proizvodi pre prikazivanja, kako bi se osiguralo da poruka zauzima centralno mesto i da je jasna
- da se eksperimentiše sa sadržajima koji su sporog tempa i navode na razmišljanje, posebno za malu decu, onu koja su tek naučila da čitaju i pišu u starijem uzrastu, i decu koja žive u teškim uslovima.



NAČELO 2

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DECU TREBA DA UZMU U OBZIR CELOVIT RAZVOJ DECE

Istraživanja na području zdravlja, ishrane, psihologije, dečjeg razvoja i antropologije potvrđuju isprepletenost različitih aspekata dečijeg razvoja. Fizički i društveni, emocionalni i kognitivni razvoj, neraskidivo su povezani. Može se dogoditi da je dete bistro, ali je zanemareno ili zlostavljano. Dete može biti uvek sito, ali svejedno čeznuti za ljubavlju. Može biti voljeno, ali u fizičkom i emocionalnom pogledu krhko. Medijski proizvodi koji uspevaju da uravnoteže i skrenu pažnju na sve razvojne potrebe najviše će koristiti deci, od perioda dojenja do perioda adolescencije. U mnogim zemljama je stvaranje celovitih medijskih proizvoda isplativ način za upoznavanje sa potrebama dece i staratelja u nekoliko interdisciplinarnih pitanja.



Smernice za drugo načelo

2a) Koristite integrisani pristup medijskim sadržajima umesto usmerenosti 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 vodič može da se primeni u stvaranju medijskih sadržaja na različite načine, uključujući ponudu različitih načina za rešavanje jednog problema. Na primer:

- vakcinisanje – pokažite kako deca mogu sama da se umire (koncentrisati se na lepe misli, izabrati ruku u koju će primiti injekciju, stiskati igračku, pevušiti), kako biste spojili zdravlje, samopoštovanje, mogućnost izbora i emocionalnu otpornost
- pranje ruku – koristite pesmu koja traje koliko i rođendanska pesma kada se otpeva dvaput zaredom; nabrajajte reči za svaki prst (koristeći povezane reči poput napred-nazad, gore-dole; koristite zanimljive reči poput kožica i epiderma, te pobedničke fraze poput *svaka čast i isprali smo sve bacile*, kako biste spojili zdravlje, spremnost za školu i samopouzdanje
- ishrana – koristite fraze poput *ako jedemo hranu svih duginih boja*, bićemo jaki i pametni, kako biste spojili zdravlje, ishranu, spremnost za školu i samopouzdanje
- svest o polovima, stavovi i prakse – dajte primer starijih muškaraca i žena kako podstiču i hvale mlade kada brane jedni druge, umesto da su nasilni ili se udružuju protiv negativnih vršnjaka, kako biste spojili rodnu ravnopravnost, zaštitu dece, samopouzdanje i životne veštine.



jednostavni načini uključivanja aspekata celovitog razvoja deteta, čak i kada je pažnja usmerena na jednu temu. Deca shvataju i doživljavaju učenje na integrisane načine, koristeći sva svoja čula i mentalne procese. Razvijanje medijskih sadržaja koji ujedno zadovoljavaju njihove emocionalne, društvene, kognitivne i telesne potrebe, opravdano je u naučnom i praktičnom smislu.

Deca opažaju glavne ili namerne poruke, ali uče i iz slučajnih ili nenamernih elemenata zapleta (na primer, ponašaju li se likovi u skladu s tradicionalno zadatim rodnim ulogama, kako staratelji vizuelno reaguju na dečje strahove i greške itd.), zato je bitno obratiti pažnju na sve aspekte neke poruke, one očite, ali i one skrivene.

Pozitivan primer: koristite integrisani pristup medijskim sadržajima

Plakat [Operimo ruke](#), namenjen indonezijskoj deci školskog uzrasta, nastao je u okviru radionice za jačanje potencijala u celovitom razvoju deteta. Grupa je odabrala devojčicu koja će biti lik na plakatu; podelila je tačan način pranja ruku na korake (nakvasi, nasapunjaj, dobro izribaj, isperi); osmislila pamtljiv stih uz svaku fotografiju i za kraj odabrala fotografiju devojčice koja ponosno pokazuje svoje čiste ruke. Jedna od dodatnih aktivnosti bilo je komponovanje stihova pesme koja se može pevati u školi ili kod kuće dok se peru ruke. Plakat integriše higijenu, rano učenje uz stihove i izgradnju samopouzdanja, pogotovo kod devojčica. Može se koristiti kao uzor za učenje različitih veština kod dece i odraslih.



2b) Prikažite pozitivne primere odnosa odraslih prema deci

Medijski sadržaji za decu trebali bi da starateljima i odraslim osobama pruže pozitivne uzore interakcija s decom. To je uvek važno, posebno u zajednicama u kojima deca žive u teškim okolnostima i iz različitih razloga nemaju staratelje koji brinu o njima, ili u situacijama gde postoji malo pozitivnih alternativa u medijima (gde mediji predstavljaju uglavnom negativne prikaze staratelja koji opominju decu, svađaju se ili su nasilni). Takvi medijski sadržaji namenjeni su roditeljima, ostalim odraslim članovima porodice, profesorima, zdravstvenim i socijalnim radnicima i drugima. Ako medijski prikaz kao uzor, uglavnom nudi negativne i nasilne odrasle osobe, to se može shvatiti kao „norma“, iako širom sveta postoje odrasli koji podržavaju svoju decu i brinu o njima.



U svakoj zajednici postoje uzori staratelja koji podstiču razvoj i psihološku otpornost i koji deci prenose veštine koje će im pomoći u rešavanju svakodnevnih kriznih situacija, na primer, ako ih neko od vršnjaka vređa ili iskorišćava, ako imaju HIV/AIDS, ili preživljavaju u uslovima elementarnih nepogoda i kriznih situacija.

Pozitivan primer: uzori za odnose odraslih prema deci

„U školi, a šta ako...?“ (neprofitna organizacija za rani razvoj i istraživanje *The Early Learning Resource Unit*, Južnoafrička Republika, www.elru.co.za), dečja je knjiga o devojčici Ncebakazi koja hoda uz pomoć štaka. Razgovara sa svojom majkom dok pripremaju njenu



Kako teoriju pretvoriti u praksu

2b) Prikažite pozitivne primere odnosa odraslih prema deci

Ovaj vodič može da se primeni u medijskim sadržajima na različite načine, uključujući prikazivanje pozitivnih interakcija između odraslih i dece, na primer:

- nežne i brižne odrasle osobe saopštavaju deci bez roditeljskog staranja i osetljivoj deci istinu o njihovim obolelim ili umirućim roditeljima, prihvataju sve njihove emocije i pomažu im da podnesu tugu
- otac koristi jednostavan jezik i igre o raznovrsnoj zdravoj hrani, brojanju, razvrstavanju, deljenju s drugima itd., kako bi priča imala i zabavne i poučne koncepte i vrednosti
- roditelji, pedagozi i drugi članovi zajednice oslobađaju se vlastite napetosti i suočavaju s besom na zdrav način kako bi dali pozitivan primer rešavanja stresa
- neuobičajeni staratelji iz stvarnog života, bave se osetljivim i teškim temama poput iskorišćavanja, HIV-a/AIDS-a i nasilja tako što slušaju decu, dopuštaju deci da im budu vodiči, i tako podstiču izgradnju samopouzdanja i psihološke otpornosti
- mlađi adolescenti komuniciraju s odraslima u koje imaju poverenje putem SMS poruka, internet stranica, radija, plakata, kol-centara itd., kako bi im pomogli u preživljavanju i rešavanju nasilja i iskorišćavanja.

uniformu i pribor za prvi dan osnovne škole. Ncabakazi se pita hoće li učitelj vikati, hoće li joj se deca smežati i šta će biti ako ne uspe da dođe do toaleta. Koristeći umirujuće reči, humoristične i maštovite ilustracije, priča prepoznaje i uvažava stvarne strahove devojčice, i podržava je dok ona kreativno zamišlja probleme i rešenja. Istovremeno, predlaže jednostavne pripreme i promene uz pomoć kojih učitelji i deca mogu da uključe decu sa smetnjama u razvoju i invaliditetom.

[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 okviru medijskih sadržaja

„Sigurna utočišta“ su mesta na koja se osetljiva deca mogu povući kada su u krizi. To mogu biti fizički, mentalni ili emocionalni prostori u kojima deca znaju da ih neko sluša i razume kako se osećaju. To su mesta na kojima se deca osećaju zaštićeno i sigurno od opasnosti i mogu razviti osećaj poverenja prema svetu i zauzeti optimističan stav prema svom životu. Potreba za „sigurnim utočištem“ može postojati kod dece koja žive u kriznim situacijama, zlostavljane dece i dece čije rane ili strahovi proizlaze iz diskriminacije zbog smetnji u razvoju i invaliditeta, nacionalnosti, pola, rase, vere, kaste, itd. Deci su potrebna sigurna utočišta kako bi se mogla razvijati i rasti. U zemljama u razvoju, iscrpljenim roditeljima i porodicama ponekad je teško obezbediti takva mesta za decu. Medijski sadržaji sa „sigurnim utočištima“ važni su za kvalitetan razvoj i učenje koji se temelje na osećanju sigurnosti i zaštićenosti. Iako najmlađa deca ne govore o osetljivim ili teškim temama, ona često u sebi nose mnoštvo emocija koje mogu imati negativan uticaj u svim sferama njihovog razvoja. Iako medijska komunikacija ne može da zameni međuljudsku interakciju ili posebnu terapiju, može da pomogne deci da shvate kako nisu sama, i da im primer kako da se suoče s problemima ili se uteše. Sigurna utočišta mogu umiriti i napraviti makar i kratkotrajan pomak od postojećeg bola.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

2c) Stvorite „sigurna utočišta“ u okviru medijskih sadržaja



Ovaj vodič može da se primeni u medijskim sadržajima na različite načine, na primer:

- naglašavanjem dobre strane ljudi, prikazivanjem topline, brige i sreće koja se može pronaći u malim stvarima
- pripovedanjem u prvom licu o teškim emocijama i iskustvima poput strahova, bolesti ili smrti (npr. *Moja mama je umrla od AIDS-a i želim da vam ispričam svoju priču; U mom gradu se ovih dana puno ratuje. Ponekad se jako bojim. Nabrojaću vam neke stvari koje radim kada me je strah; Naučio sam da vređam decu, jer nikad nisam mogao drugima reći šta mi je zaistapo trebno. Zlostavljali su me kod kuće. Potrebna mi je vaša pomoć da prestanem da se ovako ponašam; Kad su me zlostavljali, osećao sam se potpuno sam. Naučio sam da se zauzmem za sebe, da ne krivim sebe, da potražim pomoć, i da kažem „ne“.*)

Pozitivan primer: stvorite „sigurna utočišta“ u okviru medijskih sadržaja „Ako vidiš nešto, reci nešto“ (Bold Creative za Nickelodeon UK, <http://boldcreative.co.uk/>) je serija kratkometražnih filmova o vršnjačkom nasilju, nastala u okviru kampanje protiv vršnjačkog nasilja u Velikoj Britaniji. Filmovi su nastali nakon istraživanja koje je uključivalo radionice u osnovnim školama i razgovore s decom, tako da predstavljaju različita gledišta: onih koji vrše nasilje, onog nad kojim se vrši nasilje i svedoka nasilja. Prvu priču nam govori mali Markus koji je nasilan prema svom vršnjaku sve dok dečakova majka ne porazgovara s njim o posledicama takvog maltretiranja, što je dovelo do toga da Markus počne da razmišlja o svom ponašanju. Desetogodišnja Alaska je žrtva nasilja na igralištu i pokušava da shvati zašto druga devojčica iskaljuje svoj bes na nju. Keli je svedok nasilja i pobrinuće se da odrasla osoba interveniše. Mark opisuje kako se zbog nasilja vršnjaka oseća kao da se nalazi u kavezu koji se neprestano smanjuje. Svi filmovi daju nude rešenja za zaustavljanje nasilja, uključujući traženje pomoći od učitelja ili pozivom na SOS telefon. Ovo su primeri „sigurnog utočišta“ u kojima se mogu prepoznati i deca koja vrše nasilje i ona nad kojima se vrši nasilje, koji mogu da pomognu da se razumeju i osećanja drugih, i koji nude praktične savete za promenu ponašanja i isceljenje rana.

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

(zaštita dece, psihološka otpornost, zdrave životne veštine)



NAČELO 3

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DECU MORAJU DA BUDU POZITIVNI I NAGLAŠAVAJU KVALITETE

Medijski sadržaji koji naglašavaju kvalitet, trude se da prikažu i neguju moć i potencijal svakog deteta, umesto da se koncentrišu na nedostatke ili probleme. U korišćenju ovog načela, cilj nije samo u podučavanju, nego i da se razvije psihološka otpornost i sposobnost rešavanja problema na zdrav način, bez obzira da li se radi o velikim ili malim životnim izazovima. Takav medijski sadržaj neće se usmeriti samo na probleme, nego će ponuditi i predstaviti mogućnosti i rešenja. Bez obzira na državu i situaciju, naglasak na kvalitetima znači stvaranje medijskih sadržaja koji decu podstiču na maštu ili nov način viđenja stvari; deca tako počinju da razmišljaju o mogućnostima koje imaju danas i koje će imati u budućnosti; njihova energija pretače se u pozitivne misli i postupke. Ovakvi medijski sadržaji mogu da donesu promene.



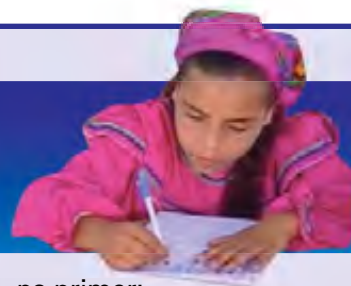
Smernice za treće načelo

3a) Uz kompetencije izgradite i samopouzdanje

Samopouzdanost dete verovatno će bolje usvajati znanje i želeće da nauči više. U većini medijskih sadržaja namenjenih razvoju, posebno u onim namenjenim deci, naglasak je dosad gotovo isključivo bio na podizanju svesti i izgradnji veština. Međutim, ako deca često vide i čuju da su

Kako teoriju pretvoriti u praksu

3a) Uz kompetencije izgradite i samopouzdanje



Ovaj vodič može da se primeni u medijskim sadržajima na različite načine, na primer:

- upotrebom zapleta, reči, vizuelnih prikaza i primera koji uz kompetencije izgrađuju i samopouzdanje jer koriste jezik koji podržava samopouzdanje (*Tako sam ponosan što nisi prilazila pilićima; Uplašio sam se, ali tačno sam znao šta trebam da uradim kada mi je neko ponudio drogu; Vidi kako sam dobro oprala ruke; Ti si uzor drugima da ne osećaju pritisak za upuštanje u nezaštićen seks.*)
- uključivanjem ideja o *velikim stvarima koje mala deca mogu da naprave kako bi nešto promenila*, posebno u medijskim sadržajima namenjenim deci u kriznim situacijama (npr. tako da znaju za sigurno mesto gde mogu dobiti pomoć, da znaju šta trebaju da ponesu kada izlaze iz kuće ili iz škole, da zapamte svoje ime i adresu)
- predstavljanjem načina na koje deca i odrasli teše jedni druge i pružaju jedni drugima podršku u svakodnevnim situacijama putem jednostavnih reči, dela, igre i učenja
- pokazivanjem primera odraslih osoba i dece koji jedni drugima zahvaljuju, jer su *najbolja odrasla osoba* ili *najbolje dete*, bez obzira na životne okolnosti.



cenjena i da su važna, uče da izgrade temelje za kritičko mišljenje i ljubav prema učenju koja će trajati čitav život. Važnije je ono što deca mogu biti, nego šta sve moraju naučiti. Samopouzdanje promovise veštine rešavanja stresa, pronalaženja rešenja i ispunjava potencijal svakog deteta, bez obzira na okolnosti u kojima ono živi. Samopouzdanje pokazuju psihološki otporni pojedinci s osobinama maštovitosti, upornosti, optimizma, odlučnosti i kreativnosti.

Pozitivan primer: uz kompetencije izgradite i samopouzdanje

„Fatma” (Egipatska radio-televizija) je televizijski film o desetogodišnjoj devojčici koja žarko želi da pohađa školu. Njen otac je protiv toga, ali Fatma mu se suprotstavlja na samopouzdan, samouveren način koji je istovremeno i pun poštovanja i kreativan. Svim njegovim argumentima suprotstavlja se ispitivanjem i spretnim veštinama rešavanja sukoba. Nakon pregovaranja, njen otac napokon pristaje i vidimo da je Fatma odlučna da uči uprkos svemu. Umorna je zbog mnoštva kućnih obaveza i njeni rezultati u školi u početku nisu tako dobri. Pratimo kako stiče samopouzdanje i ponos uz pomoć porodice i škole. Ovaj niskobudžetni film bavi se osnovnim obrazovanjem, rodnom ravnopravnošću, zaštitom dece i rešavanjem sukoba životnim veštinama. Može da se koristi kao primer neuobičajenog izuzetka, osobe koja ima hrabrosti da se zauzme za ono za što misli da je dobro za nju i druge i ima hrabrosti da učini pravu stvar i potrudi se da ostvari svoje ciljeve. Ovaj film je nastao u okviru međunarodne koprodukcije dokumentarnih filmova za decu u proizvodnji Evropske radio difuzne unije (*Eurovision Children Documentary series*).

<http://vimeo.com/24881635>

3b) Koristite pozitivne uzore

Deca 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 primeri (nasilje, stereotipi, ruganje, nesigurna ili nezdrava ponašanja i prakse), koji završavaju kratkim porukama kako gledaoci **ne bi trebalo** da rade ono što je upravo prikazano. Umesto da se deci govori šta **ne smeju** da rade i prikazuje samo problem, korisnije bi bilo prikazati pozitivne primere onoga što želimo da deca čine (na primer 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 vodič u medijskim sadržajima može da se primeni na različite načine, između ostalog:

- umesto da se prikazuju deca koja se upuštaju u opasna ponašanja i zatim ispaštaju zbog svoje greške (npr. upale šibicu i opeku se), prikazati decu 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 povreda)
- umesto prikazivanja zastrašujućih situacija i slika, ponuditi načine na koje deca mogu da sebi pomognu kad se plaše (da porazgovaraju s pouzdanom odraslom osobom, otpevaju pesmu, sete se neke lepe uspomene itd.)
- prikazati primere dece kako aktiviraju ljude u svojoj zajednici (npr. na ulici zatrpanoj đubretom svi zajedno, od najmlađeg deteta do najstarije odrasle osobe, pronalaze mesto za odlaganje otpada; slepo dete uči svoje vršnjake kako mogu da sigurno pređu ulicu ako pažljivo slušaju zvukove s obe strane i ispred sebe)
- dati primere u kojima adolescente održavaju odrasli mentori, i žene i muškarci (npr. pomaganje adolescentkinjama koje žive u teškim uslovima i izložene su seksualnom iskorišćavanju)
- davati primere brižnih muškaraca koji rano ili osnovno obrazovanje čine zanimljivim, te pokazuju kako deca mogu da steknu ogromnu količinu znanja s malim sredstvima

Pozitivan primer: koristite pozitivne uzore

„Razgovor s mladima: Kolaž” (organizacija *The Heroes Project*, Fondacija porodice Kaiser, inicijativa Avahan Fondacije 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 decom adolescentskog uzrasta. Majke i sinovi, očevi i ćerke, svi 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 Erni ne može da zaspi jer zamišlja kako je u njegovoj sobi čudovište (koje gledaoci ne vide). Zatim zapeva pesmu o tome kako će loše stvari nestati. Iako Erni na kraju zaspi, istraživanje je pokazalo da su deca obratila veću pažnju na čudovište i na strah nego na umirujuću pesmu. Ovo iskustvo je tvorce serije naučilo da Rešenje moraš učiniti podjednako upadljivim kao i sukob, inače ga niko neće ni primetiti.

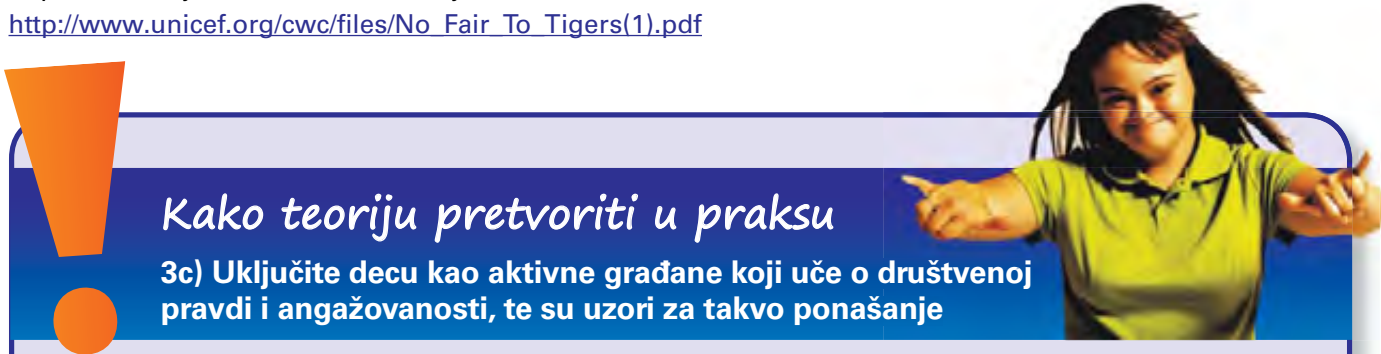
www.sesameworkshop.org



3c) Uključite decu kao aktivne i angažovane građane koji modeliraju socijalnu pravdu i mobilišu društvo

Participacija dece nije samo njihovo pravo nego i neverovatna mogućnost u pokazivanju vlastitih kvaliteta i pomaganju svojoj porodici, vršnjacima, zajednici i svetu. Ali način na koji vodimo i odgajamo decu da učestvuju u projektima i proizvode medijske sadržaje uticaće na uspeh tih sadržaja. Decu treba podsticati da podele s drugima svoje jake strane i svoja rešenja, a ne samo probleme. Takođe bi ih trebalo podsticati da razmišljaju i deluju i lokalno i globalno. Kad se podučavaju da kreiraju vlastite medijske sadržaje, mogu se podsticati i na razvijanje vrednosti, moralnosti i načela jednakosti, poštenja i poštovanja drugih. Deca mogu biti uzor i predvodnici mlađoj deci kad se podstiču na razmišljanje „izvan okvira“ i na nestereotipne i kreativne načine.

Pozitivni primeri: uključite decu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i angažovanju i koji su uzori za takvo ponašanje
„Nije pošteno prema tigrovima“ (No Es Justo los Tigres, Eric Hoffman, Redleaf Press, SAD), deo je niza knjiga protiv pristranosti, *Anti-bias Books for Kids*, namenjenih deci predškolskog i osnovnoškolskog uzrasta, dostupnih na španskom i engleskom jeziku. Glavni likovi su devojčica Mandi koja koristi invalidska kolica i njen plišani tigar koji je prljav i neuredan zbog svojih „pustolovina s divljim životinjama“. Kad Mandi ode po „hranu“ za svog tigra, pred prodavnicom nailazi na tri velike stepenice i pita se kako će se popeti u kolicima. Mandi (i njen tigar) se slože da to *nije fer/no es justo*. Ona trgovcu objasni da bi htela da uđe, ali to može samo ako postoji rampa. Deca uče da budu pravedna, da se zauzmu za sebe i rešavaju probleme i postaju svesna da mogu i sama pokrenuti promene, čak i u mlađem uzrastu. Mandi je pozitivan i snažan lik koji deci pomaže da se informišu o njenoj konkretnoj teškoći, ali i o opštim principima diskriminacije. Knjiga pokazuje da treba uvesti pitanja društvene pravde, i podstiče samopouzdanje kod dece u reagovanju na nepravdu. Takođe je dobar primer dvojezičnog izdanja i može se koristiti za promovisanje stranih i autohtonih jezika.



Kako teoriju pretvoriti u praksu

3c) Uključite decu kao aktivne građane koji uče o društvenoj pravdi i angažovanosti, te su uzori za takvo ponašanje

Ovaj vodič u medijskim sadržajima može da se primeni na različite načine, na primer:

- da se podstaknu i obuče mlađi adolescenti da putem različitih medija govore o vršnjacima u svojoj zajednici koji se zauzimaju za druge (npr. brane devojčice kojima se drugi rugaju jer se igraju sa autićima ili dečake koje vređaju jer se igraju sa lutkama)
- da se prikažu adolescenti kako uče o diskriminaciji i društvenoj pravdi od snažnih i psihološki otpornih odraslih osoba koje su ranije bile marginalizovane (osobe s invaliditetom, obolele od HIV-a/AIDS-a, osobe koje su preživele zlostavljanje itd.)
- da se podrže deca u stvaranju priča o deci koja su bila u teškim situacijama (dijagnostikovano im je rak ili HIV, imaju smetnje u razvoju i invaliditet, preživeli su elementarnu nepogodu, izgubili voljenu osobu), ali su preživeli i napreduju
- da se prikažu grupe dece koja donose „ispravne“ odluke (npr. popisuju vršnjake koji ne zlostavljaju druge, pozivaju novu učenicu da im se pridruži u igri, pozivaju stidljivog ali nadarenog drugara da bude vođa njihovog benda).

3d) „Ne naškoditi“

Tanka je linija između onoga što deci nude istiniti prikazi stvarnosti s korisnim informacijama i poukama i prikazivanja previše eksplicitnih ili direktnih informacija koje će decu nenamerno povrediti ili

dodatno traumatizovati. Čak i kod starije dece, uvek je bolje preterati u prikazivanju pozitivnih rešenja i brižnih odraslih osoba koje nude fizičku i emocionalnu „zaštitu“ kada se predstavljaju osetljiva pitanja (npr. oružani sukob, seksualno i druge vrste zlostavljanja, krizne situacije itd.).

Pozitivan primjer: ne naškoditi

„Priča devojčice Nozipho“ (Soul Buddyz TV, Južnoafrička Republika, www.soulcity.org.za), deo je društvenog projekta i materijala za učenje o devojčici koja svedoči o nasilnoj pljački. Strip u fotografijama namenjen je učenicima sedmog azreda. Koristeći mali broj reči, ali mudro ih birajući, prikazuje devojčicu kojoj na putu prema školi na probu hora, nasilnik zapreti nožem. Umesto preterane eksplicitnosti u prikazu zločina ili jednostavnog moralisanja o pravu deteta na zaštitu, strip se koncentriše na ono šta Nozipho oseća i šta 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 adolescenata, kao i važnost podrške u teškim situacijama i odlukama. U više navrata postavlja pitanja čitaocu i nudi jednostavne i deci prilagođene podatke o tome kako na nekoga mogu uticati loši događaji. Takođe predlaže različite načine za rešavanje takvih osećanja. Završava pričom o „All Stars“, grupi za podršku namenjenu deci koja su doživela traumu. Predstavljajući tešku temu na pažljiv način, strip nadahnjuje, motiviše i podstiče rešavanje problema. Radi se o dobrom primeru predstavljanja mnoštva osetljivih pitanja povezanih sa zaštitom dece, kao i pružanja odgovora na nasilje, iskorišćavanje 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 vodič može da se primeni u medijskim sadržajima na različite načine, između ostalog:

- predstavljanjem medijskih sadržaja o uobičajenim dečjim strahovima (od zlostavljanja, napuštanja, kriznih situacija, doktora, škole, vršnjačkog nasilja itd.), ali bez eksplicitnih, nasilnih, preterano dramatičnih scena, te smanjivanjem „zastrašujućih“ delova na manje od deset odsto celokupnog proizvoda
- kao primer da se ponude nežne odrasle osobe pune ljubavi, koje slušaju ono šta deca i adolescenti imaju da im kažu o teškim iskustvima i osećanjima, koje s njima saosećaju, oslobađaju ih osećaja krivice, priznaju njihov strah, stid i krivicu, ali i psihološku otpornost i vrednost i pokušavaju da sa njima na kreativan način pronađu različite načine rešavanja problema
- da se kao primer pokretača promena u zajednicama koje žive u vanrednim okolnostima (sukobi, elementarne nepogode itd.), uključe druga deca, bez preteranog naglašavanja bola i patnje.



NAČELO 4

MEDIJSKI SADRŽAJI ZA DECU TREBA DA SE BAVE POTREBAMA I SPOSOBNOSTIMA SVE DECE, UKLJUČUJUĆI NAJUGROŽENIJE GRUPE

Mediji odražavaju ko i šta se ceni u nekom društvu. Takav je slučaj s prikazima ljudi, kao i s prikazima kultura i tradicija. Važno je da medijski proizvod deci dopušta da sebe čuju i vide pozitivno prikazane, za razliku od medijskih sadržaja koji naglašavaju marginalizaciju, stid i negativne i podcenjivačke odnose. Dobri medijski proizvodi uključuju pozitivne prikaze dece različitih kultura i narodnosti, kao i različitog socioekonomskog statusa, decu sa smetnjama u razvoju i invaliditetom i decu koja proživljavaju traume, patnje ili žive u vanrednim okolnostima. Trebalo bi da i marginalizovane grupe takođe predoče svoja vlastita kreativna rešenja i kompetencije, a ne samo grupe na pozicijama moći ili s povlašćenim položajem. Potrebno je svesno odlučiti kako će se deca iz osetljivih i obespravljenih grupa uključivati u sve oblike i vrste medijskih sadržaja kao njihovi uobičajeni učesnici. Bilo da se radi o javnom obaveštenju o pranju ruku, dokumentarcu o sprečavanju HIV-a/ AIDS-a, lutkarskoj predstavi o pružanju otpora onima koji vrše nasilje, igri kroz koju se uče životne veštine ili igranom filmu o pripremljenosti za krizne situacije, potrebno je pomeriti granice kako bi se prikazale potrebe i sposobnosti sve dece.



Smernice za četvrto načelo

4a) Izrazite dostojanstvo svakog deteta i odrasle osobe

Važno je nastojanje da se uključe sva deca, ali je podjednako važan i izbor **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 namenjeni deci, čak i u najsiriromašnijim zemljama, decu koja žive u nepovoljnim uslovima često prikazuju isključivo kao žrtve kojima je potrebna pomoć, u situacijama koje prikazuju njihove probleme, teškoće i nedostatke. To se odnosi na decu koja žive u siromaštvu, imaju smetnje u razvoju, žive u kriznim situacijama ili im je potrebna posebna zaštita od nasilja, zlostavljanja i iskorišćavanja. Na isti način, medijski sadržaji za decu s različitim temama (higijena, rano učenje, životne veštine), po pravilu uključuju veći broj dečaka nego devojčica, veći broj dece iz srednje i više klase i veći broj dece koja se smatraju privlačnom, nego dece koja su prosečna i uobičajenija u svojim zajednicama. Moramo da promenimo takvo pogrešno predstavljanje i uložimo svestan napor da ne bismo pogoršali već oslabljeno samopoštovanje ili osećaj nejednakosti među decom i adolescentima koji pripadaju najosetljivijim i marginalizovanim grupama.

Kako teoriju pretvoriti u praksu

4a) Izrazite dostojanstvo svakog deteta i odrasle osobe



Ovaj vodič može da se primeni u medijskim sadržajima, na različite načine uključujući i pokazivanje pozitivne interakcije između odrasle osobe i deteta, na primer:

- da se podrže učenici koji su pripadnici nacionalnih manjina u preuzimanju glavne uloge ili uloge vođa u školskim predstavama
- da se pomogne adolescentima lošeg ekonomskog statusa u pisanju blogova za mlađu decu u svojoj zajednici
- da se predstavle priče o roditeljima s invaliditetom koji svoju decu vode u prodavnicu ili školu, a pritom se ponašaju kao da su njihova invalidska kolica avioni ili brodovi
- da se prave dramske forme o siromašnoj deci koja su nedavno izgubila roditelje, kako bi dete u privilegovanim položaju saosećalo u njihovoj tuzi i učestvovalo u oporavku
- da se pokaže da gluva deca koja koriste znakovni jezik imaju vlastitu „gluvu kulturu“ na koju su ponosna.

Pozitivan primer: izrazite dostojanstvo svakog deteta i odrasle osobe

„Čupav i srećan i druge priče o meni“ (HBO televizija, SAD), poseban je „porodični projekat“ namenjen promovisanju samopouzdanja i poštovanja drugih ljudi. Svako dete ponosi se svojom jedinstvenošću u animiranim pričama ili igranim sekvencama. Učestvuju afroamerička deca, deca sa smetnjama u razvoju i invaliditetom, dečak koji voli da pleše, kao i priče o tome kako izdržati zadirkivanje ili zlostavljanje. Deca takođe objašnjavaju kako rešavaju probleme i napreduju.

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



4b) Budite inkluzivni: uvažavajte i cenite sve vrste različitosti

Deca u veoma ranom uzrastu postaju svesna razlika. Delimično je tako zbog iskustava iz stvarnog života u porodicama i zajednicama, a delimično zbog različitih vrsta medija. Ako nekoga ne prikazujemo u medijskim sadržajima, nagoveštava se da ti ljudi ne postoje ni u društvenoj svesti; poruka je takođe jasna ako je neko prikazan negativno ili isključivo kao stereotip. Inkluzija se može postići pomoću eksplicitnih (direktnih) i implicitnih (indirektnih) slika i poruka. Važno je da se eksplicitno pruže praktične informacije, iskreno i istinito odgovori na pitanja kao i da se obrade i uključe posebne priče o razlikama. Podjednako je važno da se implicitno uključi različit svet kao nešto svakodnevno, bez ikakvog spominjanja razlika.

Deca koja se susreću s pozitivnim i inkluzivnim medijskim sadržajima, uglavnom lakše razgovaraju o osetljivim temama poput pola, smetnji u razvoju, nacionalnosti i rase. Takođe je verovatnije da će ih zanimati

Kako teoriju pretvoriti u praksu

4b) Budite inkluzivni: uvažavajte i cenite sve vrste različitosti



Ovaj vodič može da se prilagodi medijskim sadržajima na različite načine kako bi se pokazale eksplicitna i implicitna inkluzija, korišćenjem formalnih i neformalnih medija, prikazujući devojčice i dečake, bez smetnji i sa smetnjama u razvoju, različitih ekonomskih statusa i narodnosti, koji žive kod kuće i na ulici, ali su svi uključeni u različite aktivnosti učenja, na primer:

- implicitno – deca amputiranih udova koja se suočavaju sa životom u ratno ili poratno doba, bez spominjanja njihovog invaliditeta; kampanja za prevenciju širenja virusa H1N1 koja uključuje dečake i devojčice različitih sposobnosti i društvenih grupa; predstavljanje devojčice koja voli školu, svoje prijatelje i zajednicu, a uz to ima oštećenje sluha
- eksplicitno – takmičarski kviz u kojem različita deca daju tačne odgovore, a voditelj objašnjava kako *Sva deca imaju potencijal za postizanje dobrih rezultata ako im se pruži prilika i ako su marljivi*, a na kraju pobeđuje dete iz manjinske grupe; dečak obolio od AIDS-a sedi s mlađom decom, odgovara na pitanja o svojoj bolesti, životu, o tome šta je naučio i daje im savete.

razvijanje veza s drugima i da će ih poštovati kao sebi jednake. Kao što bi trebalo postići ravnotežu polova u medijskim sadržajima, dobra mera implicitne inkluzije je barem deset odsto. Na primer, kako biste osigurali pravedan prikaz smetnji u razvoju, prikazite bar jedno od desetoro dece i odraslih koji žive s invaliditetom, posebno s vrstom invaliditeta koja je česta u tom određenom društvu.

Pozitivan primer: budite inkluzivni tako što ćete uvažavati i ceniti sve tipove različitosti

„Medijske inicijative za decu” (Peace Initiatives Institute, SAD), niz je obaveštenja na državnoj televiziji i u drugim medijima o tome kako treba prihvatiti i uvažavati razlike, *kako bi između sukobljenih društava nastalo veće razumevanje, i smanjila se količina nesuglasica*. Prvi projekat sproveden je u Severnoj Irskoj i Republici Irskoj i doživeo je uspeh svojom kombinacijom kratkometražnih crtanih filmova i drugih masovnih medija, uz nastavni program koji deci predškolskog uzrasta pomaže da prihvate i poštuju druge. U crtanim filmovima su predstavljeni različiti oblici inkluzije i različitosti: katolička i protestantska deca, deca različitih narodnosti, dete s invaliditetom. Procena uspešnosti ovog projekta pokazala je, kako su deca koja su gledala crtane filmove i učestvovala u eksperimentalnom nastavnom programu pozitivno napredovala u prepoznavanju razlika i pokazivanjem volje u igri sa svom decom. Pokazalo se i da će deca koja su učestvovala u projektu pre prepoznati isključenost i znati kako se oseća isključeno dete, pa će više od ostalih da se igraju s detetom koje je bilo isključeno (14).

www.pii-mifc.org





4c) Pobrinite se da u medijskim sadržajima nema stereotipa

U tradicionalnim pripovetkama, kao i u modernim medijima, stereotipi su oblici koje pronalazimo u gotovo svakoj zemlji. Uključuju društveni status, narodnost, bolesti, smetnje u razvoju, veru, uzrast ili pol. Čak i ako nemaju nikakve veze s glavnom porukom, stereotipi suptilno i nesvesno podržavaju stavove koje ljudi imaju o sebi i drugima. Stereotipi mogu svekrve prikazivati kao gundala, starije muškarce kao sklone besu, siromašne kao prljave, dečake kao zlostavljače, ljude s invaliditetom kao da im je uvek potrebna pomoć, a neprivlačnu i debelu decu kao „lošu” ili neinteligentnu. Kada se suprotstavimo ovim stereotipima i svesno ih promenimo, menjamo i okvir razvojnog medijskog sadržaja: stvaramo dobre prakse i bežimo iz stereotipnih kalupa, te humanizujemo, nadahnjujemo i učimo poštovanju razlika.



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 cenila svako dojenče i dete u toj zemlji, i starateljke savetovala da deca moraju biti zdrava i voljena, samopouzdana i prekrasna. Svesno su odabrana deca tamnije boje kože, pogotovo devojčice, u zemlji u kojoj se svetlija put smatra znakom lepote. Na stranici s „prekrasnim bebama” prikazano je dete s teškoćama u učenju i dete koje je rođeno prerano. Projektni tim raspravljao je o tome kako se prema roditeljima bolesne dece, deci s malom težinom pri rođenju i deci sa smetnjama u razvoju i invaliditetom obično odnosimo sa sažaljenjem. Retko im se kaže, ako im se uopšte ikada išta i kaže, Vaša beba je prekrasna! Namera knjige je da svako prikazano dete i porodica čuju te reči. Ovo je primer predstavljanja i uvažavanja širokog spektra razlika koje postoje u svim zajednicama, i podržavanja preživljavanja, razvoja i zaštite dece.

[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 vodič na različite načine može da se primeni u medijskim sadržajima podržavanjem i zalaganjem za medijske sadržaje koji su progresivni, nestereotipni, te poštuju sve kulture. Na primer:

- fizički aktivna baka uči svoje muške i ženske unuke da igraju fudbal i peku tradicionalni hleb
- dečak ili devojčica vređaju drugu decu, ali od roditelja saznaje da je bolje da postane vođa kojem se digne prijatelji i zajednica
- adolescent saznaje pravo značenje reči „muškarac” posmatrajući nežnog i brižnog strica, koji deli svoju oskudnu imovinu kako bi pomogao pripadniku druge narodnosti nakon krizne situacije
- slepi otac brine za svoju ćerkicu na isti brižan i uspešan 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 rešenja sa zapada ili rešenja onih koji su obrazovani i važni u nekoj zajednici, predstavljeni kao glavni ili jedini način viđenja sveta. Važno je međutim, poštovati i promovisati pozitivne prakse svih kultura i ljudi. Mogu se pronaći mnogi praktični i logični razlozi u praksama koje se danas smatraju „zastarelim“. Zapravo se krug života često obrće, pa se veoma stare tradicionalne prakse (primera radi, masaža dojenčadi), opet reklamiraju kao moderna medicinska čuda. Zapravo, neka anglocentrična zapadnjačka rešenja često izviru iz starih, bogatih kultura. Lokalne, usmene priče propagirale su pismenost i održavale vezu među ljudima; zajednički konsenzus na sastancima grupe, oblikovao je neke uobičajene prakse u današnjim načinima rešavanja sukoba; priče iz Afrike, Južne Amerike, Azije i arapskog sveta, zapravo iz svake regije na kugli zemaljskoj, otvaraju vidike i poštuju lokalne i međunarodne kvalitete.

Pozitivan primer: odražavanje i negovanje pozitivnih aspekata autohtonih kultura i tradicija

„Ja sam gavran“ (I Am Raven) /David Bouchard, MTW Publishers, Britanska Kolumbija/, je knjiga iz serije o starosedeocima Kanade, namenjena deci školskog uzrasta. Serija je zamišljena tako da promoviše kulturu i dostojanstvo naroda, nekada poznatog pod nazivom „Indijanci“. Ova knjiga je priča o mudrom poglavici koji podiže novi totemski stub. Njime želi ne samo da podseti ko je on, nego i ko su drugi ljudi koji su mu u životu bili važni. Tokom putovanja upoznaje nekoliko ljudi koji pokušavaju da ga uvere u važnost svojih slika. Na kraju, poglavica saznaje ko je njegov totemski duhovni vođa. Knjiga podstiče decu u pronalaženju svog „totema“ i jedinstvenog kvaliteta, i značajan je primer uvažavanja pojedinaca i zajednica, koje nisu deo uobičajene globalne priče. [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 vodič u medijskim sadržajima može da se primeni na različite načine, prikazivanjem autohtonog znanja, lokalne otpornosti, pozitivnih praksi i kulturnog identiteta kao dodatka novim činjenicama i znanju. Na primer:

- predstavljanjem starijih ljudi u društvu kao mudrih osoba sa zadivljujućim znanjima i shvatanjima, kako bi se mladima prenelo da oni razumeju kako je bilo biti mlad
- stvaranjem medijskih proizvoda za sve starosne uzraste dece o ulozi žena inovatorki u njihovim zajednicama
- kreiranjem materijala i scenarija o mudroj deci i odraslima koji su pomogli svojim zajednicama u vremenu krize, korišćenjem pozitivne tradicionalne prakse
- podsticanjem dece da postanu „mali antropolozi“ koji istražuju „dobra stara vremena“ i otkrivaju koje pozitivne stvari su dobili od kulture i nasleđa svojih predaka.





Peti deo

Kako izbeći uobičajene greške
pri razvijanju medijskih
sadržaja za decu?





1. Kako osigurati da moj medijski proizvod bude primeren deci?

Odrasli se teško suzdržavaju da ono što su za njih ključne informacije ne nameću drugima, te jednostavno predstavljaju poruke u medijskim oblicima koji će deci biti zanimljivi i samim tim, po njihovom mišljenju, prilagođene deci. Postoje brojni primeri medijskih sadržaja, primerenih deci, koji se bave prevencijom zlostavljanja i iskorištavanja dece, zdravljem i higijenom, siromaštvom, nasiljem, smrću, bolestima i drugim teškim pitanjima. Ljudi koji proizvode tako bitne informacije, moraju da znaju šta deca određenog uzrasta mogu razumeti i da jasno shvate odgovornost odraslih za poruke koje odgovaraju potrebama dece i adolescenata.

Najkvalitetnije ćemo podržati i zaštititi dečja prava ako medijske sadržaje prilagodimo njihovom uzrastu i istovremeno podstičemo nove veštine kako bismo podržali njihov razvoj i učenje, savetujemo se sa stručnjacima za dečji razvoj i pažljivo posmatramo realnu decu kako bismo procenili primerenost poruke. U praksi se pokazalo, da je dobro prikazati svakodnevne živote dece, njihove interese, želje i iskustva kao osnovu za primeren sadržaj, a zatim, pre konačne produkcije, ispitati s decom glavne ideje.

Na primer, važno je poučiti ljude o značaju vitamina, ali na odraslima je odgovornost da deca budu zdrava, tako da poruka primerena deci, neće biti govor o važnosti A vitamina, nego o tome kako možeš postati snažan, pametan i imati više energije ako se trudiš „da jedeš sve dugine boje“. Umesto poruke o pravima deteta, poruka o društvenoj pravdi primerena detetu može prikazivati decu kako uče da dele stvari sa drugima i budu pravedni kod kuće i u školi. Umesto didaktičke pouke o tome kako su devojčice i dečaci jednaki, poruka o rodnoj ravnopravnosti primerena deci mogla bi, kao uzor svesti o polovima, pokazati dečaka koji je nežan i pošten, kao i devojčicu koja je fizički aktivni vođa.

U praksi se pokazalo da je dobro prikazati svakodnevne živote dece, njihove interese, želje i iskustva kao osnovu za primeren sadržaj, a zatim pre konačne produkcije, ispitati s decom glavne ideje.

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

Svi učimo putem oponašanja. Davanje pozitivnih uzora može da nam pomogne kod usvajanja dobrih vrednosti i ponašanja, a negativni će uzori, na žalost, podstaći i učvrstiti vrednosti i ponašanja koja želimo da promenimo ili izbegnemo. Važno je postići da naši medijski sadržaji deci pokazuju i govore ono što želimo da učinimo, a ne ono što ne želimo od njih. Vizuelno i verbalno predstavljanje negativnih primera ponekad može da dovede do opasnih i neplaniranih negativnih rezultata. Sigurnije je i primerenije prikazivati pozitivne postupke i rešenja. Medijske proizvode, pogotovo one za najmlađe, treba više puta proveravati kako bi se postiglo da sadrže dobre sigurnosne prakse i kako bi se izbeglo vređanje ili bilo kakvo nasilje, čak i ako je učinjeno u šali.

U pregledu tipičnih primera medijskih sadržaja za razvoj, materijali i mediji često su sadržali veći postotak priča koje se bave problemima (ili onim što treba izbegavati), dok se manji deo bavio rešenjima. Osim toga, materijali su često posvećivali veći deo svojih priča „problemu“. Problemi su takođe često vizuelno i verbalno predstavljeni na dramaturški uzbudljive načine, tako da se utisak o njima pojačava i lakše pamti. Predlažemo da se taj običaj promeni da bi veći deo priča naglasak stavio na vizuelno i verbalno zanimljiva **rešenja** uz propagiranje pozitivnih postupaka.

Na primer, umesto da se prikazuje dete koje doživljava stravičnu nesreću jer se igra nagaznom minom, moglo bi se prikazati dete koje uočava minu i istog trena zna da mora upozoriti druge, udaljiti se i obavestiti odraslu osobu. Umesto da se prikazuje devojčica koju napastvuju, iskorištavaju ili zlostavljaju, uzor bi trebalo naći u prikazu samopouzdanе i aktivne devojčice koja uspešno rešava problem već nakon prve naznake maltretiranja.



3. Da li je li korišćenje straha opravdano i delotvorno u medijskoj komunikaciji s decom?

Strah je uobičajena ljudska emocija i kod dece i kod odraslih. Važno je da se navedu, predstave i podrže zdravi načini suočavanja s malim i velikim strahovima koji su deo života, ali uvek treba pažljivo postupati kada se koristi pobuđivanje straha u medijskim sadržajima za decu. Kada se zločesti likovi i čudovišta, prevelika medicinska oprema, bacili i zastrašujuće nasilje, prikazuju uz dodatak dramatične muzike i posebnih efekata, postoji opasnost da će strah zagušiti sposobnost deteta da vidi i čuje poruku. Realno prikazano zlostavljanje, nasilje i ozleđivanje može uticati i na stariju decu, tako da ih zakoči ili traumatizuje.

Važno je obezbediti da medijski sadržaj bude usmeren na zdrave načine kojima deca i adolescenti mogu da rešavaju različite strahove i emocije.



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

Na primer, u ostvarenjima koja se tiču sprečavanja nesreća, umesto da prikazete dete kako gura prst u utičnicu i kako ga udara struja, prikazite dete koje ugleda utičnicu, ali se seti pamtljive fraze o tome da ne sme prilaziti, koju ono ponavlja. Umesto prikazivanja velikog komarca, velike igle ili virusa HIV-a u obliku čudovišta, prikazite decu i mlade koji verbalno priznaju svoje strahove, te govore i čine stvari kojima će savladati strah i očuvati zdravlje. Umesto medijskih prikaza „strašne sudbine“ deteta s dečjom paralizom ili drugom bolešću za koju postoji vakcina, prikazite dete i odrasle kako na direktan način razgovaraju o tome da ne žele da njihovi braća, sestre, deca i unuci obole od iste bolesti i odlučuju da ih treba vakcinisati.

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



Znanje se najbolje usvaja kada je sadržaj predstavljen na zanimljive načine i kroz dobre zaplete. Niko, a pogotovo ne dete, neće kvalitetno učiti iz suvoparnog i moralističkog načina predstavljanja informacija. Načela obrazovanja pristupačnog deci, vrede i za medijske proizvode pristupačne deci. Jedno od tih načela je aktivno učenje u koje su uključene potrebe i stavovi deteta. U osmišljavanju medijskih sadržaja za decu zlatno pravilo glasi, „dobar zaplet znači dobru priču“ i to je najbolji način u zaokupljanju pažnje kod učenika. Sadržaj mora biti zabavan i nadahnjujući, a deca će se radije vraćati takvim pričama i ponavljati naučeno. Stvarajte priče o životima dece i njihovim interesima, kao i ljudima koji su im važni; podstaknite njihovu maštu i radoznalost; učinite likove višedimenzionalnim; podstičite kritičko mišljenje, igru, učenje i delovanje tokom medijskog sadržaja i nakon njega.



Primera radi, umesto materijala koji decu uče slovima i brojevima tako da ih moraju učiti napamet, razvijte igre, pesme, stihove i brzalice koje će im pomoći u pripremi za upis u školu. Umesto brošure koja nabraja činjenice o iskorištavanju i nasilju, napravite zaplet s devojčicom koja poseduje neverovatnu psihološku otpornost ili s dečakom koji se nije ugledao na svoje vršnjake kad su zlostavljali drugo dete.

5. Kako u prezentovanju „obaveznih lekcija“ mogu postići veću kreativnost i pristupačnost deci?

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



te ističu šta je dete pogrešno učinilo, biće manje uspešni od sadržaja koji decu podstiču na usvajanje znanja rešavanjem problema, istraživanjem i maštom. Veoma je značajno da se odrasli prikažu kao pouzdane osobe koje deci pružaju ljubav i podršku, bez obzira koliko ona imaju godina. Odrasle treba prikazati u različitim odnosima s decom, kako razmenjuju ideje i iskustva, pa čak i uče od njih. Potrebno je da se ponekad pokaže da deca i adolescenti takođe imaju odgovore, čemu će se odrasli čuditi, ali će biti i ponosni na njih.

Na primer, umesto da se dete izgrdi jer nije na siguran način prešlo ulicu, prikažite odraslu osobu koja od deteta traži da je nauči kakav je ispravan i siguran način da se pređe ulica. Umesto prikazivanja deteta koje se ponaša kao nasilnik i odrasle osobe koja će mu „održati lekciju“, prikažite grupu dece koja umesto odustajanja počinju sarađivati i koristeći jednostavne veštine rešavanja sukoba, uspevaju da se zauzmu za sebe, bez ponižavanja drugih.

6. Protiv kakvih stereotipa treba da se borim i koje stereotipe moram da izbegavam u svojim medijskim proizvodima?

Važno je razmotriti svaki lik neke priče da bi se izbegle stereotipne uloge. Pregledajte svaku reč i postupak kako biste bili sigurni da: zločesti i zli ljudi nisu uvek predstavljeni kao ružni i neprivlačni; stari ljudi nisu uvek nemoćni i pasivni; siromašna deca nisu uvek tužna; obrazovani ljudi nemaju uvek odgovore na sva pitanja; osobe s invaliditetom nisu uvek usamljene i pripadnici određene narodnosti ili kulture nemaju uvek lošije osobine, ukuse i interese.

Potrudite se da u medijskim sadržajima za decu predstavite dečake i odrasle muškarce u podsticajnim ulogama, poput vaspitača dece i kao osobe koje izražavaju emocije. Devojčice i žene prikažite kao vođe, pokažite kako uživaju u sportovima, vožnji i upravljanju poslovima. Prikažite i žene i muškarce kako pomažu u kućnim poslovima i brizi oko dece. Prikažite decu i odrasle s različitim vrstama invaliditeta



koji mogu da govore u svoje ime i ne oslanjaju se samo na podršku i pomoć nego je i sami mogu pružiti drugima. Uključite osobe različitih narodnosti i iz manjinskih grupa na jednak način kao i pripadnike dominantne grupe.

Što češće prikazujte različite i višedimenzionalne likove. Na primer, umesto da prikazujete stare osobe hrapavog glasa koje se jedva kreću, prikažite baku koja igra fudbal sa svojom unukom ili dedu kako se grli, peva i pleše sa svojim unukom. Umesto da prikazujete kako bogatija deca i odrasli pomažu pripadnicima obespravljenih grupa, pokažite tehnike preživljavanja kojima oni mogu podučiti ostale. Na primer, prikažite siromašnije dete koje pomaže ili se zauzima za bogatije dete.

I na kraju, setite se da je važno da se ostvare raznoliki i mnogostruki prikazi dece i odraslih iz neke grupe da bi se izbegli stereotipi. Različitost unutar grupe, podjednako je važna kao i različitost među grupama.

7. Kako osigurati da deca razumeju moj medijski proizvod?

Manje je često više, jednostavno je obično najbolje, i ostvarenja koja koriste jednostavan jezik, pogotovo u štampi, često uspevaju da dopru do svih, pogotovo do onih u najnepovoljnijem položaju. Iako je naš rad usmeren na decu i mlade s različitim stepenom pismenosti, štampani mediji često su vizuelno i verbalno zatrpani, pa ih je teško razumeti. Možemo i bez reči da deci pokažemo primere ponašanja. Tako se povećava mogućnost da ćemo dopreti i do dece s nižim stepenom pismenosti, nepismene dece i dece koja govore drugim jezicima. Verovatnije je da će svi shvatiti poruku ako je materijal jednostavan, jasan i koristi svakodnevne reči.

Na primer, umesto korišćenja prekrasne fotografije sa sloganima i popisom raznih činjenica o HIV-u/AIDS-u, prikažite osobu koja živi s bolešću, kako uzima lekove i zdravo se hrani, te prima podršku od

porodice i prijatelja. Umesto medijskih sadržaja sa mnogo reči o pripremljenosti na krizne situacije, pokažite kako se svi, od najmlađe dece do starijih odraslih osoba, mogu pripremiti kod svoje kuće i u zajednicama.

Kako bi se postigla autentičnost i razumevanje, potrebno je da se podstiču priče i ideje koje stvaraju deca, predstave pozitivne situacije iz stvarnog života i omogući deci da učestvuju u kreiranju proizvoda.

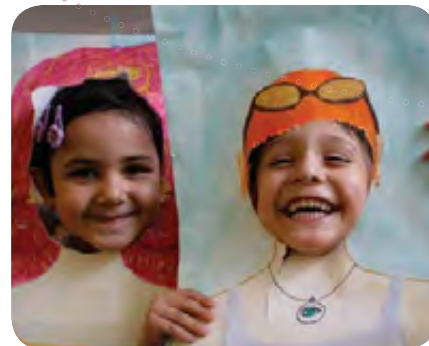
8. Je li oponašanje uspešne komercijalne formule uvek najbolji pristup?

Postoje mnogi uspesi u niskobudžetnim i visokobudžetnim ostvarenjima za decu. Dečja televizija i radio imaju niz izvrsnih emisija sa svih strana sveta. Svi bi mogli mnogo da nauče iz njih, pogotovo po pitanju profesionalizma, ali deci su potrebni raznoliki medijski žanrovi i sadržaji, isto kao što im treba i ujednačena ishrana da bi se u potpunosti razvili. Takođe moramo objasniti da određivanje „uspeha” na osnovu popularnosti i broja gledalaca, ne znači obavezno i kvalitetan dečji proizvod. Sve zemlje i regije imaju svoje autohtone nadarene osobe i istoriju na kojima mogu da kreiraju lokalne medijske proizvode. Iako postoji sve veća potreba za takmičenjem s međunarodnim proizvodima, mnoge zemlje su pronašle mesto za sebe u stvaranju nečeg što je za njih jedinstveno, koristeći vlastite priče, kulturu i tradiciju. Iskustvo je pokazalo da takvi medijski proizvodi mogu biti veoma kvalitetni, a njihovo ostvarenje ne košta mnogo.

Na primer, umesto izrade animiranog filma s brzmom radnjom i mnoštvom posebnih efekata, potražite prijatnog ljubaznog voditelja koji će deci pričati tradicionalne i moderne priče kako bi im pomogao da pobede svakodnevne strahove i teške emocije. Umesto oponašanja „zapadnjačke” pop muzike, osavremenite tradicionalne melodije i prikazite različite članove porodice kako pevaju iste pesme s novim rečima o zdravim načinima ponašanja.

9. Da li je potrebno preliminarno ispitivanje?

Da. Najbolji medijski sadržaji za decu često su vođeni onim što možemo da naučimo od dece. Zato je najvažnije da se provodi vreme sa njima, da ih posmatramo i tražimo njihovu ocenu naših medijskih poruka. Postoje različite vrste istraživanja koja mogu da podrže, poboljšaju i utiču na ostvarenja u ovom području. Uz osnovne informacije pre proizvodnje, ključno je formativno istraživanje. U kontekstu medija za decu, formativno istraživanje može se sprovesti isprobavanjem različitih „nacrtā” medijskog sadržaja. Koristite ih da biste saznali svidaju li se deci određeni likovi, razumeju li poruku, obraćaju li pažnju i tako dalje. Formativna istraživanja omogućavaju nam upoznavanje publike, obezbeđuju da nastali proizvodi odgovaraju potrebama i interesima dece, kao i da se uspešno prenese poruka. Takođe pomažu u sprečavanju „produksijskih grešaka” i nenamernog podučavanja pogrešnim ili negativnim porukama.





Ponekad su pojedina ostvarenja nastala zbog vanredne 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 radio emisije ili multimedijske kampanje koje podržavaju jedinstveni strateški plan i obavezno sprovesti istraživanje i preliminarno ispitivanje.

Na primer, umesto da s malom grupom odraslih osoba odlučujete o sadržaju medijskog proizvoda, bolje je pre proizvodnje provesti malo vremena s decom. Postavljajte im jednostavna pitanja o njihovim interesima, saznajte šta znaju, a šta bi hteli da nauče o određenoj temi. Umesto proizvodnje konačnih materijala, razvijajte prototipe scenarija i nacрте materijala, zatim postavljajte deci jednostavna pitanja o obliku, stilu, interesu i razumevanju.

Ako je moguće, uključite dva pouzdana savetnika ili više njih pri pregledu materijala pre konačne proizvodnje. Osoba sa znanjem o dečjem razvoju ili s velikim iskustvom u stvaranju medijskih proizvoda za decu može pregledati materijale dok ih razvijate. Takva metodologija dokazano je isplativa, ali predstavlja i izvor novih znanja za stvaraoce.



10. Moram li imati posebnu vrstu obrazovanja za izradu kvalitetnih medijskih proizvoda za decu?

U medijima za decu potrebne su posebne veštine, talenat i obuka. Iako u mnogim zemljama nisu zaživele radionice usmerene na jačanje potencijala u proizvodnji materijala za decu, taj pristup se pokazao kao mudar ulog. Primera radi, sve do sada, zaposleni na projektu UNICEF C4D (Communication for Development, komunikacije za razvoj), često su imali veću stručnost i iskustvo u razvijanju proizvoda o deci, umesto s decom i za decu. Osoba koja radi u društvenom marketingu i ne poznaje decu ili neko ko proizvodi televizijske, radio ili igrane drame za odrasle, često se ne može prebaciti na izradu svrsishodnih kvalitetnih proizvoda primerenih deci bez prethodnog edukovanja o načinu proizvodnje i razvoja medija za decu.



U mnogim zemljama se u okviru radionica za jačanje potencijala koristio pristup koji uključuje lokalna ostvarenja i delatnike, učesnike raznih medija i iz svih područja, kao i ljude koji imaju iskustva u direktnom radu s decom (učitelji i osobe iz nevladinih organizacija). Radionice preuzimaju kvalitete svih grupa i povećavaju njihovu svest i kompetenciju o načinu izrade korisnih medijskih proizvoda za decu svih uzrasta. Ove radionice najbolje funkcionišu kada učesnici dobijaju direktno iskustvo u proizvodnji prototipskih ostvarenja i istraživanju dobrih praksi sa svih strana sveta.

Uspešna metoda je uključivanje osoba koje rade na komunikaciji za razvoj u fazu planiranja novih inicijativa i projekata. Tako će proizvod biti ključan za projekat i podržavati sve njegove aspekte, a biće uključena i važna istraživanja o znanju, stavovima i praksama o kritičnim vrstama ponašanja, kao i pristup medijskim proizvodima i njihovo korišćenje.

Jačanje potencijala u komunikaciji za razvoj i istraživanje načina „razmišljanja izvan okvira“, obogaćuje projekte i osigurava strateška i inovativnija rešenja. Prednost je i podsticanje kadra predanih i kreativnih stvaraoca s veštinama, talentom i čvrstim temeljima u razvoju medijskih proizvoda namenjenih deci. To ne samo da ojačava određeni projekat, nego dodaje inovaciju i vrednost proizvodu kao podršku širokom rasponu programa. Na primer, umesto iznajmljivanja proizvoda (jednog dela ili čitave kampanje), firmi koja se ponajpre bavi društvenim oglašavanjem ili medijima za odrasle, treba podržati radionicu usmerenu na jačanje potencijala za lokalno stanovništvo koje radi u medijima i iz svih sektora. Obučavajte učesnike o medijskoj komunikaciji prilagođenoj određenom uzrastu i zajedno radite na razvoju novih sadržaja primerenih određenoj kulturi.



Nekoliko konačnih saveta

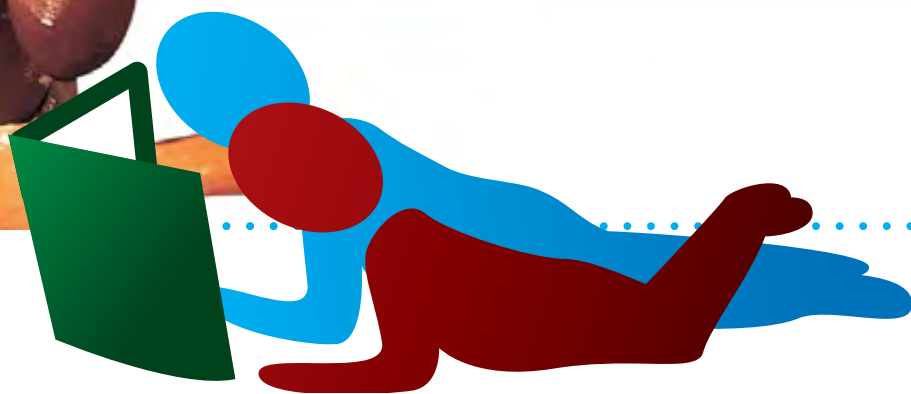
Prvi savet: Ako su vam resursi ograničeni, započnite s proizvodnjom kvalitetnih knjiga za malu decu, prilagođenih nivou razvoja i kulturi, na osnovu predloženih Načela i Smernica. Knjige se kasnije mogu adaptirati u elektronske, digitalne i socijalne medije.

Drugi savet: SVE medije prikazujte neutralno i u istim okvirima. Nisu sve knjige dobre i nije svaki televizijski program loš. Svi materijali bi trebalo da podržavaju celovit razvoj deteta, nadopunjavaju međuljudske odnose i podržavaju najviša merila na temelju prava SVE dece.

Treći savet: Značajno je da se izgrade lokalni kapaciteti za proizvodnju medijskih sadržaja za decu. Multidisciplinarni pristup u kojem stručnjaci s područja zdravstva, odgoja, zaštite i razvoja dece, te umetnici, zajedno rade i stvaraju, često daje i najbolje rezultate.

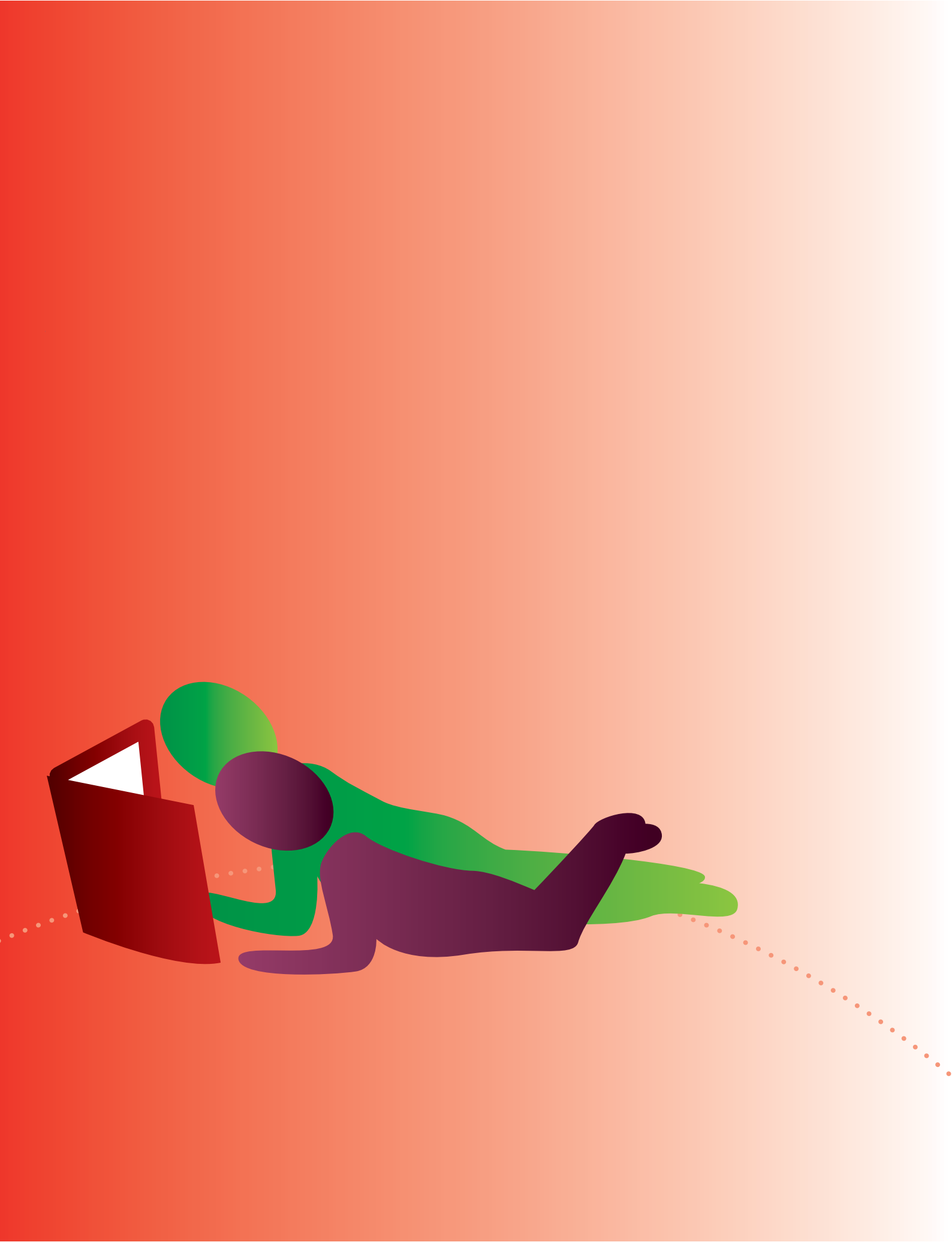
Četvrti savet: Deca su ključni vodiči u proizvodnji kvalitetnih medijskih sadržaja. Posmatrajte ih, na njima ispitajte prototipe i uključite ih u proces stvaranja i tako ćete obezbediti autentičnost i razumevanje.

Peti savet: Potrebno je da se obavi još istraživanja o uticaju različitih medija na živote dece. Teme istraživanja trebale bi uključivati proučavanje uticaja različitih medija i materijala na širok raspon ponašanja i stavova, a ne samo na ciljeve školskog programa.



Šesti deo

Dodatni pozitivni primeri
i materijali





Nabrojaćemo dodatne pozitivne primere i materijale iz različitih medija koji predstavljaju različite zemlje. Podeljeni su prema starosnim grupama, a ne načelima, a budući da su integrativni, obuhvataju mnoga načela i smernice opisane u ovom vodiču i podržavaju celovit razvoj deteta. Uz poneka odstupanja, uglavnom svi nude pozitivne uzore.

Kad je bilo moguće, dodali smo i naučna istraživanja povezana s primerom. Formativna istraživanja češće su sprovedena za serije, nego za pojedinačne projekte, ali su uključene procene i pojedinačnih projekata i serija.

(Nakon svakog primera u zagradi navodimo glavna UNICEF-ova prioritetna područja ili razvojne ciljeve na koje su usmerene dobre prakse.)

Knjige, filmovi, televizijski prilozi i serije

ZA RANI UZRAST

„Čarobno putovanje”/Keremet Koch

animirana televizijska serija, prvi put prikazana 2006., u proizvodnji kirgiske radio-televizije uz podršku UNICEF-a u Kirgistanu (prva dečja emisija na kirgiskom jeziku, takođe prikazivana u Turskoj na turskoj radio-televiziji TRT, ukupno ju je videlo 250 miliona ljudi na području od Balkana do Kine)

Tradicionalni likovi, Akilai i Aktan, uz postavu likova iz šire porodice i raznolike grupe prijatelja, pozivaju decu da uče o različitim temama, od veština potrebnih za upis u školu, pozitivnih polnih uloga, zdravog odnosa prema 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 dece, rodna ravnopravnost, inkluzija, psihološka otpornost)

Tsehai voli da uči

niskobudžetna televizijska serija za malu decu 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, rodne ravnopravnosti, zaštite okoline, teških emocija, ranog učenja i ličnih vrednosti. Sprovedena su formativna istraživanja o razumevanju pre 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 deteta, osnovno obrazovanje, rodna ravnopravnost, HIV/AIDS, zaštita dece)

Susedstvo gospodina Rodžera

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

Jedna od prvih serija za decu koja je obrađivala osetljiva pitanja na način prilagođen deci, uključujući teme bolesti, razvoda, smrti, smetnji u razvoju i različitosti i koja je prikazivala širok raspon strahova i emocija. Usmerenost na izgradnju samopouzdanja svakog deteta, uključujući marginalizovanu decu i decu koja žive u nepovoljnim uslovima. O seriji je dostupno nekoliko istraživačkih studija. Reprize i internet stranica firme, koriste se kao uzor za dečja „sigurna utočišta” u medijskim sadržajima (FCI pokreće projekte u različitim medijima, obučava staratelje i druge koji s najmlađima rade na različitim porodičnim problemima.). www.fci.org (zaštita dece, zdravlje, smetnje u razvoju, rešavanje sukoba)

1, 2, 3, 4

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

Priča o devojčici koja ide u prodavnicu, peva, nabraja i imenuje životinje, voće, povrće, a podstiče je i hvali brižni otac. Ponavljanje, pamtljiva pesma, jednostavna i inovativna animacija, primer učenja pristupačnog deci i sadržaja primerenog razvojnoj fazi.

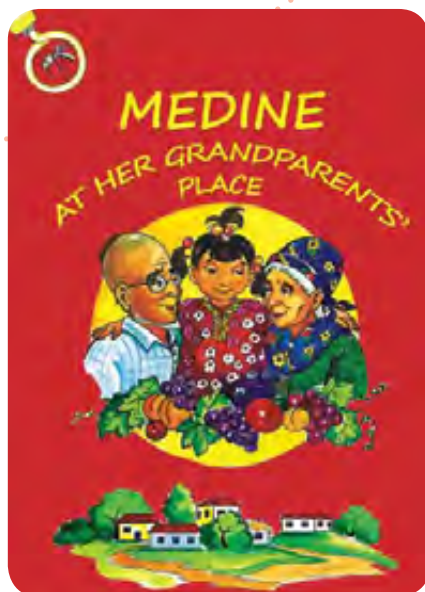
www.vimeo.com/24175110

(celoviti razvoj u ranom detinjstvu, ishrana spremnost za školu, rodna ravnopravnost, savesno starateljstvo)

Papagaj Eliot

animirana epizoda serije „3rd and Bird”, u proizvodnji odeljenja BBC-a za dečji program CBeebies, 2008, Little Airplane Productions, SAD

Priča o crvu Eliotu koji želi da postane deo izviđačke grupe „Papagaji” s geslom *nikad ne odustaj* i pravilom samo za ptice. Eliot i njegovi ptičji prijatelji svojom upornošću i zdravim socijalnim veštinama ilustruju geslo ne odustaj. To što se Eliot razlikuje od ptica među njima ne stvara razliku – on postaje papagaj i otvara put za druge. Ispitivanje pažnje, zanimljivosti i razumevanja obavlja se s malom decom pre produkcije scenarija. <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/3rdandbird/> (različitost, psihološka otpornost)



Kulturne razlike

animirani televizijski prilog iz 2008., nastao u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Kirgistanu

Priča i pesma o suncu koje se igra „skrivača” s decom različitih rasa i mogućnosti u različitim delovima sveta. Dete s kovrdžavom kosom skriva se iza ovce s kovrdžavim runom; slepa devojčica skriva se iza zavese; dete s belim šeširom skriva se iza planine prekrivene snegom itd. Pesma o tome kako se sva deca mogu zajedno igrati, i svi su podjednako važni. www.vimeo.com/24118963
(zaštita dece, različitost, smetnje u razvoju)

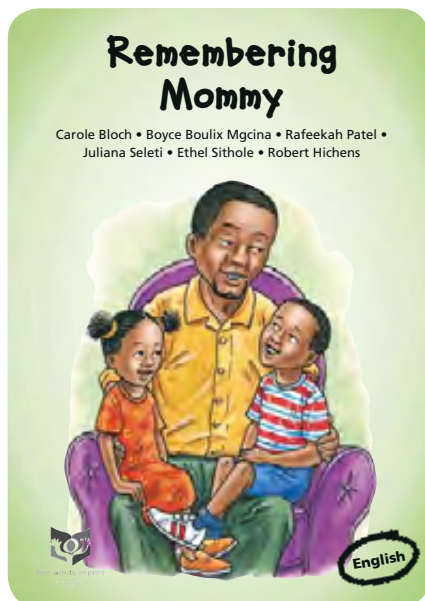
Medine

knjiga, 2009., nastala u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Turkmenistanu

Priča o devojčici i njenom dedi koji žele da idu u ribolov, ali prvo se pripremaju protiv ujeda komaraca: mažu se kremom, oblače odeću dugih rukava i ne hodaju po barama. Nakon povratka kući jedu slasnu ribu koju su ulovili, spavaju ispod mreže protiv komaraca i zamišljaju kako plove prekrasnim morima.

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

(zdravlje, rodna ravnopravnost)



Sećam se mame

knjiga za predškolski i školski uzrast, 2006., nastala u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Južnoafričkoj Republici, izdata u ediciji First Words in Print, izdavačke kuće New Africa Books, Južnoafrička Republika

Knjiga za decu koja su ostala bez roditelja i osetljivu decu, objašnjava temu smrti roditelja na način pristupačan deci i primeren kulturi: prikazuje situacije u kojima devojčici i dečaku nedostaje majka i na koji način njihov otac, učiteljica, baka i druga deca ublažavaju njihovu tugu. Primer razgovora o uspomenama i održavanju navika koje će utešiti decu kad se suoče s gubitkom ili smrću; primer 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 dece, HIV/AIDS, krizne situacije, psihološka otpornost)



Thar Thar se kupa

knjiga za decu u kriznim situacijama, 2005., nastala u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Mjanmaru

Knjiga je namenjena deci koja su preživela cunami 2004. godine. Prikazuje dete koje se boji da uđe u kadu, ali brižna majka puna razumevanja koristi igru i maštu kako bi mu pomogla u oslobađanju od straha. Formativno istraživanje o zainteresovanosti i razumevanju kod male dece provedeno je pre konačnog izdanja.

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

(celoviti razvoj u ranom detinjstvu, krizne situacije, zaštita dece)

Moja mama, moje ćebe

knjiga nastala 2010. u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Lesotu

Predškolska priča o gluvoj majci. Koristeći tradicionalno lesotsko vuneno „ćebe“, u stihovima govori o majčinoj toplini, brizi, humoru i ljubavi. Ova knjiga primer je uključivanja osoba s invaliditetom u materijale koji prikazuju i promovišu samopouzdanje staratelja.

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

(rani razvoj dece, zaštita dece, invaliditet)



ZA RANO I SREDNJE DOBA

Nema više igre s pilićima

obaveštenje državne televizije o ptičjem gripu 2001., u proizvodnji UNICEF-a u Moldaviji

Obaveštenje je predstavljeno sa stajališta i prema interesima deteta, meša igrane scene i animaciju: priča o devojčici kojoj deda s uvažavanjem objašnjava zašto se više ne sme igrati s pilićima. Uvažavanje je ukazano i životinjama odabirom saosjećajnog govora o „zaštiti pilića“, umesto da su prikazani kao izvor „problema“

www.vimeo.com/24175028

(preživljavanje dece, zdravlje/higijena, rodna ravnopravnost)

Perspektivini televizijski spotovi o pristupačnim školama

javna obaveštenja o pristupu školama za decu sa smetnjama u razvoju i invaliditetom, u proizvodnji Perspektive, ruske nevladine organizacije koja podržava inkluziju dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom i osoba s invaliditetom.

Cilj ova tri kratka animirana filma je da pokažu jednostavne načine prilagođavanja koje je potrebno sprovesti kako bi se integrisala deca s oštećenjem vida, sluha ili s telesnim oštećenjem.

<http://www.vimeo.com/26237643>

(smetnje u razvoju, samopouzdanje, životne veštine)



Trinidadski klinci na štulama

televizijski prilog iz emisije Ulica Sezam, SAD

Priča je ispričana u prvom licu o devojčici iz Trinidada koja želi da nauči da hoda na štulama kao i ostala deca 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 Kuk: Poseta doktoru

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

Serija o dečaku prikazuje njegov svet i s gledaocima deli njegova nova iskustva. U ovoj epizodi Daniel posećuje lekara koji na ljubazan

i deci pristupačan način objašnjava kako i zašto ga pregleda. Daniel se boji injekcije, ali doktor je iskren i smiren. Dobar prikaz dečjih prirodnih strahova, znatiželje i načina na koje zdravstveni radnici mogu edukovati decu, podržati njihovo podnošenje stresa i čuvati njihovo zdravlje. www.thisisdanielcook.com/#intro_mcontact@thisisdanielcook.com, www.vimeo.com/24125953

(preživljavanje dece, rodna ravnopravnost)

Moja mala zlatna kutija

knjiga nastala 2010. u okviru radionice pod pokroviteljstvom UNICEF-a, za Okeaniju u Fidžiju



Ova priča nastala je prema stvarnom događaju iz života gluvog učesnika radionice. Prikazuje dečji san, porodične veze i pouku o tome kako se čuva i daje novac. Takođe podstiče mlade čitaoce da slede svoje snove. <http://www.vimeo.com/26307516>

(životne veštine, psihološka otpornost, smetnje u razvoju)

Oven i Mzee: Istinita priča o neobičnom prijateljstvu

Knjigu su nakon cunamija u Indijskom okeanu 2004. zajedno napisali šestogodišnja Isabella Hatkoff, njen otac Craig Hatkoff i dr Paula Kahumbu i ona predstavlja primer priče o „sigurnom utočištu“ za decu koja su doživela gubitak ili im je potrebna nova porodica. Knjiga govori o Owenu, malom nilskom konju koji je razdvojen od svoje porodice za vreme cunamija. Lokalno stanovništvo u Keniji pomaže zarobljenom nilskom konju i vodi ga u park u Mombasi. Tamo se Owen oseća zbunjeno i besno, sve dok ga, privivši se uz njega, ne uteši Mzee, stara gigantska kornjača. Oni postaju nerazdvojni i Mzee poučava Owena kako da živi s ostalim životinjama. Knjigu je izdao Scholastic Press 2006. godine. Takođe je prilagođena za Mjanmar nakon ciklona Nargis 2008. godine. www.scholastic.com/owenmzee/

(krizne situacije, zaštita dece, psihološka otpornost, rana pismenost)

ZA SREDNJE DOBA

Mina: Kako podeliti mango

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



Epizoda serije o devetogodišnjoj devojčici iz Južne Azije koja promoviše položaj devojčica i dečja prava. Meena i njen mlađi brat uče se jednakosti i pravednosti kada na jedan dan zamene uloge. Pomoću humora, slika i emocija primerenih deci prikazuje se svakodnevna diskriminacija devojčica. Meenina majka i baka shvataju da devojčice i dečaci treba da dobijaju jednake količine hrane, a odrasli uviđaju kako Meena i njen brat imaju iste fizičke potrebe i potrebu za učenjem (kvalitativno istraživanje uklopljeno je u inicijativu Meena).

www.unicef.org/rosa/media_2479.htm

(rodna ravnopravnost, dečja prava, ishrana)



Edukacija o ozledama od mina

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

Priča o dva iračka dečaka koji se igraju zmajem i pokazuju pozitivno ponašanje u susretu s minama ili neeksplozivnim sredstvima, na način prilagođen deci, u situaciji prilagođenoj razvojnoj fazi, s primerenim informacijama i dobrim ponašanjima. www.vimeo.com/24174880

(preživljavanje dece, zaštita dece, krizne situacije)

Zbog čega sam srećan

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

Serija se sastoji od šest pozitivnih filmova koji verno prikazuju živote dece u Nepal, Kini, Šri Lanki, Etiopiji, Velikoj Britaniji i okupiranoj teritoriji Palestine i naglašava prednosti, snagu, psihološku otpornost, dečiju radoznalost i zabavu, uprkos neprijateljskim uslovima. Umesto da se spominje šta deci nedostaje, snažno se naglašava dečji potencijal. Koriste se jednostavan produkcijski oblik, lokalni stvaraoci filma i pomoćnici.

www.whatmakesmehappy.tv

(zaštita dece, psihološka otpornost)

Kakav svet želimo

televizijski dokumentarac o dečjim iskustvima u sukobima, 2007., nastao u okviru radionice za decu staru od 7 do 12 godina pod pokroviteljstvom firme Spacetoons Kids TV, UNICEF-a u Iraku i Jordanu

Priča prikazuje stvarna iskustva dece sunita i šiita koja se suočavaju s oružanim sukobom, uz prikaz svakodnevnih zabavnih aktivnosti i prijateljstva u teškim uslovima. Dokumentarac pokazuje kako je produkcijski tim (snimatelji, montažeri, scenaristi, glumci) uključivao i dečake i devojčice. www.vimeo.com/24175875

(zaštita dece, krizne situacije, psihološka otpornost, rodna ravnopravnost)

U susret miru

film, 2006., u proizvodnji javnog servisa KRO Holandija

Priča o srpskoj devojčici koja voli fudbal i razbije prozor u kući hrvatske/muslimanske porodice, čiji sin takođe voli fudbal. Oboje žele da idu u fudbalski kamp, ali njihove porodice ne dopuštaju komunikaciju ili prijateljstvo s nekim „s druge strane”. Kad se mlađa sestra ove devojčice nađe u blizini mine, a dečak i devojčica ipak krenu u kamp, dve porodice uče o prevazilaženju podela nakon rata. Film je dobio nekoliko nagrada na festivalima dečjeg filma. www.vimeo.com/24175372

(zaštita dece, rodna ravnopravnost, rešavanje sukoba, psihološka otpornost, životne veštine)

U kvartu

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

Priča o dablinskoj omladini iz nižeg društvenog sloja čiji će stambeni blok srušiti zbog izgradnje novih modernih stanova. Prikazan je uticaj ovog događaja na njihove živote i kako su, uprkos teškom životu, taj blok zgrada smatrali svojim „domom”. Prikazuje različite strane života dece suočene s drogama i gradskim izazovima, ali vidimo ih i kako se igraju i spremni su da jedni drugima pomognu kao prijatelji i sposobni, otporni pojedinci. Pobjednik „Nagrade srca” na festivalu dečje televizije Prix Jeunesse International 2008. godine. www.vimeo.com/24175061

(zaštita dece, životne veštine, psihološka otpornost)



Moj divni deda

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

Minh, devojčica s dečjom paralizom, postaje „najbolja učenica” u seoskoj školi uz fizičku i emocionalnu podršku svog dede. Niskobudžetno autohtono rešenje problema koje izgrađuje samopouzdanje lokalnog društveno osetljivog stanovništva, primer je uspešnog celovitog pristupa u medijskom sadržaju za decu. Formativno istraživanje sprovedeno je s decom i starateljima pre konačnog izdanja knjige.

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

(preživljavanje dece, zaštita dece, osnovno obrazovanje, smetnje 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 firma Compassion Books, SAD

Primer književnosti „sigurnog utočišta” za decu koja se suočavaju s gubitkom ili smrću voljenih ljudi. Autor se detetu obraća direktnim i nežnim rečima, potvrđujući čitav niz osećanja, te predlaže jednostavne načine za rešavanje problema i oporavak. Tekst ukrašavaju multikulturne ilustracije. Delo služi kao primer ostvarenja za decu o teškim pitanjima poput kriznih situacija, bolesti, napuštanja itd. www.compassionbooks.com, http://www.unicef.org/cwc/files/I_heard_Your_Mommy_Died.pdf (celoviti razvoj deteta, zaštita dece, HIV/AIDS)

ZA SREDNJE DOBA I RANO ADOLESCENTSKO DOBA

Gluvi ljudi mogu sve, samo ne mogu da čuju

obaveštenje državne televizije iz 2003., nastalo pod pokroviteljstvom UNICEF-a u Kini

Serijski osmišljena s ciljem da deci i adolescentima pruži pozitivne uzore gluvih ljudi, npr. gluva učiteljica znakovnim jezikom pripoveda o svom životu, a uzbuđeni mladi učenici znakovnim jezikom objašnjavaju o čemu sve sanjare da će postati kad odrastu; gluva balerina koristi znakovni jezik i pokazuje kako je prekrasan; gledaocima se postavlja pitanje Ko je gluva osoba na ovim slikama? dok im se prikazuju slike doktora, profesora, političara, vatrogasaca, glumice i ronioca, od kojih su zapravo svi gluvi. <http://www.vimeo.com/24167654>

(zaštita dece, različitost, smetnje u razvoju)

Normalno je biti drugačiji

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

Prilog je deo kampanje pod nazivom Normalno je biti drugačiji, čiji je cilj poštovanje različitosti u svetu i uključivanje dece i adolescenata s Daunovim sindromom i drugim smetnjama u razvoju i invaliditetom. U spotu tinejdžerka govori kako je ista kao i druge devojčice, ali i različita od njih, iako priča ima neočekivan kraj.

<http://www.vimeo.com/26113896>

(zaštita dece, različitost, smetnje u razvoju)

Dar

televizijska emisija, 2007., u proizvodnji norveške državne radio-televizije (NRK)

Priča o značaju prijateljstva prikazuje podršku devojčici oboleloj od raka kojoj prijateljice žele pokloniti „savršen dan“. Ona želi da bude manekenka pa je prijateljice iznenade modnim snimanjem i savetima prave manekenke, a na kraju svi slave učešće devojčice 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 dece, krizne situacije, HIV/AIDS)

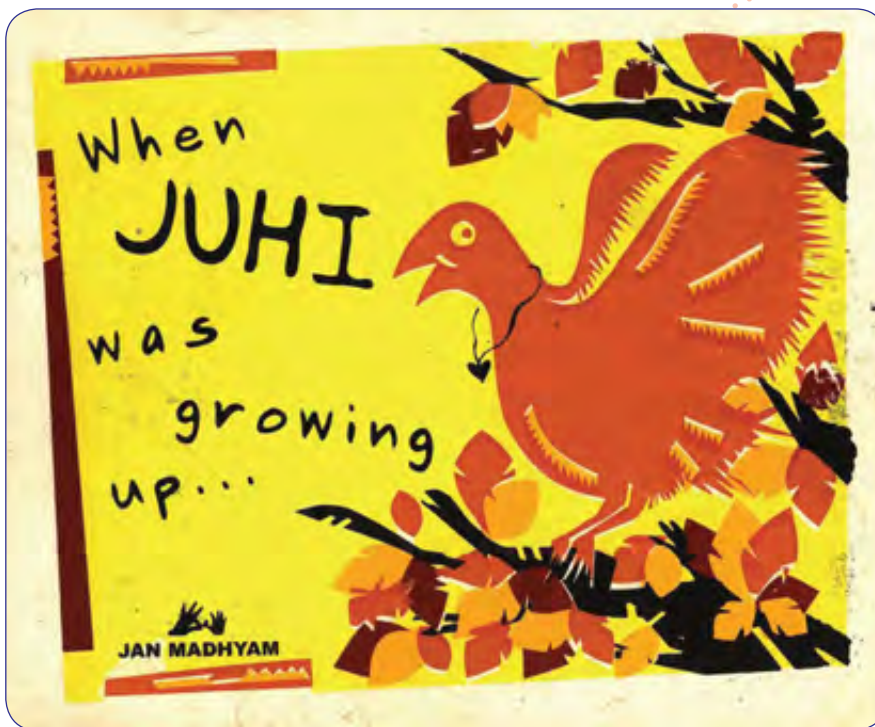
Na visokoj nozi

kratkometražni (dvominutni) animirani film, 2007., autorke i producentkinje Bevin Carnes

Priča bez reči nadahnuta stvarnim iskustvima autorke kada su je zbog različitosti zadirkivali i maltretirali u detinjstvu. Ženski lik robota ne može da maršira s ostalim robotima, jer joj otpadne jedna noga. Najpre je besna i pokušava da nekako vrati nogu na mesto, ali na kraju otkriva da je može iskoristiti kao propeler i kretati se dalje i brže od ostalih. Dobitnik studentskog Oskara 2007. godine.

www.vimeo.com/24118292

(zaštita dece, psihološka otpornost, smetnje u razvoju)



Sport, a ne cigarete

radio prilog, nastao 2010. u okviru radionice za jačanje potencijala pod pokroviteljstvom UNICEF-a za Okeaniju u Fidžiju

Javno obaveštenje u kome nekoliko adolescenata nudi svoje mišljenje o tome zašto mladi ne bi smeli da puše. Poruka je pozitivna, a inkluzivna grupa mladih ističe kako je važno biti fizički aktivan, snažan, samostalno se brinuti o svome telu i slušati roditelje.

<http://youtu.be/leZiPa9e3Wg>

(životne veštine, zdravlje, različitosti, smetnje u razvoju)

Juhino odrastanje

knjiga, 2000., organizacija Jan Madhyam

Knjiga o seksualnom zlostavljanju pisana jednostavnim jezikom, osmišljena za devojčice i adolescente nadomak odraslog doba, koji imaju intelektualne smetnje ili smetnje u učenju, te su slabijeg ekonomskog statusa. Knjiga je korišćena u lokalnim radionicama i lutkarskim predstavama da bi pomogla devojčicama u sticanju samopouzdanja i veština otpora u susretu sa zlostavljačem. Uz glumljeni tekst postavljaju se pitanja utemeljena na situacijama iz realnog života. Rad je poseban jer se u sadržaje o seksualnom zlostavljanju i iskorišćavanju retko uključuju potrebe ili razvojne faze devojčica sa smetnjama u razvoju i invaliditetom.

[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 dece, rodna ravnopravnost, smetnje u razvoju, opismenjavanje)

Stvoriti svet

projekat pripovedanja priča (traje i danas), autorke Simms, izvorno za organizaciju Mercy Corps

Projekat koji spaja tradicionalne i savremene priče kako bi deci pomogao da u sebi pronađu sigurna mesta, pogotovo deci koja su iskusila traume ili elementarne nepogode. Uče ljude kako da koriste stare mitove, bajke i lične priče u promišljanju gubitka, trauma, pomirenja, tolerancije i istraživanja društvenih problema. Pripovedači rade s decom koja su bila ili jesu izbeglice, kao i sa decom koja su preživela elementarne nepogode. Uvedeno u Rumuniji, Sijera Leoneu, Haitiju, Vinipegu i Njujorku (nakon 11. septembra 2001.)

www.laurasimms.com

(zaštita dece, psihološka otpornost)

ZA RANO ADOLESCENTSKO DOBA

Sprečavanje dečje paralize

obaveštenje državne televizije, 1989., UNICEF u Nepalu

Deo istraživačkog projekta o vakcinisanju protiv dečje paralize koji prikazuje različite načine informisanja dece i odraslih. Studija upoređuje negativni, stereotipni način izveštavanja, utemeljen na strahu, s pozitivnim primerima u kojima deca i odrasli oboleli od dečje paralize govore o sebi. Ljudi otvoreno govore o životu s dečjom paralizom i naglašavaju važnost vakcinisanja. Prema istraživanju, gledaocima se više svidela samouverenost ljudi s invaliditetom, nego obaveštenja u kojima ljudi bez invaliditeta koriste strah kao motivaciju za vakcinisanje. Pojedini prilozi usmereni su na stariju decu koja su često zadužena za brigu o mlađoj braći i sestrama, i primer su svesnog prikazivanja polova (stariji dečaci brinu o mlađoj deci). Uprkos tome što je serija starijeg datuma, ovo su značajni primeri korišćenja pozitivnih izuzetaka i sticanja samopouzdanja u očuvanju zdravlja i sprečavanju bolesti/invaliditeta.

www.vimeo.com/24175313

(preživljavanje dece, vakcinisanje, zaštita dece, smetnje u razvoju)

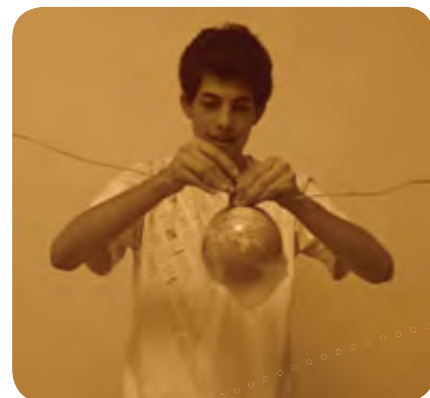
Jednominutni klinici

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

Priloge su napravili adolescenti koji su pohađali tečajeve za izražavanje kreativnosti; ilustruju načela komuniciranja s decom, te su pogodni za decu i mlađe adolescente, npr. „Čišćenje Zemlje” (Liban): dečak preoblikuje televizijske programe tako da više nisu nasilni nego pristupačni deci i pozitivni; „Zlatno srce” (Tajvan): dečak dvogledom „fotografiše” ljude pa tako i siromašnu majku i dete koji jedno drugo nose u srcu; „Sarajevo noću” (Sarajevo): tri mladića odlaze na kafu kod džamije, pravoslavne crkve i katoličke crkve, svako ulazi u svoju bogomolju, a nakon toga se ponovo nalaze kao prijatelji.

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

(preživljavanje i razvoj dece, zaštita dece, različitosti)





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, sa svešću o polovima pristup aktivnostima za stariju maldivsku decu koja „paze“ na svoju mlađu braću i sestre (uključuje primere starije dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom koja brinu o mlađoj deci) i pritom se zabavljaju i uče. U tri godine nakon kampanje s mladima je obavljeno istraživanje o zanimljivosti, interesu i razumevanju, kao i procena uspešnosti projekta. Deo strategije za razvoj sadržaja povezanih s ranim razvojem, namenjenih deci, starijoj braći i sestrama, te odraslima (16).

http://www.unicef.org/cwc/files/Ten_Terrific_Things-Maldives.PDF

(preživljavanje i razvoj dece, zaštita dece, rodna ravnopravnost, smetnje u razvoju)



Budite spremni/Prodajmo zajedno

niz knjiga, 2007., autori mjanmarska omladina, u proizvodnji UNICEF-a u Mjanmaru

Knjige se temelje na istinitim iskustvima osetljive omladine koja živi u nepovoljnim uslovima, a namera je da se podrže „životne veštine i opismenjavanje“. Teme su maltretiranje vršnjaka, spremnost na elementarne nepogode, rizik od HIV-a i pritisak vršnjaka. Pisano jednostavnim jezikom za nizak stepen pismenosti, primereno neformalnom obrazovanju dece 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 dece, osnovno obrazovanje, rodna ravnopravnost, krizne situacije, psihološka otpornost)

Izvori na internetu

AUDIOVIZUELNI MEDIJI

RadiJoJo

internet stranica osnovana 2003., sadrži obrazovne/zabavne radio programe, različite aktivnosti i online sadržaj za decu staru od 3 do 13 godina, s podrškom nemačke radio emisije za decu i s decom

Deca i tinejdžeri uz pomoć odraslih prave vlastite emisije, podstiču se na slanje audiodatoteka, fotografija, videomaterijala, crteža da uključe lokalni kulturni sadržaj, razgovaraju s vršnjacima iz drugih zemalja, nauče nešto o sebi i drugima i postanu aktivni, globalni građani. Scenariji su usmereni na jednak položaj dece u svim delovima sveta: dvonacionalni i višenacionalni projekti u Avganistanu, Sudanu, Ugandi, Turskoj, Kini, Ukrajini, Vijetnamu, Brazilu, Gani, Rusiji i drugim zemljama, podstiču globalno obrazovanje i kulturnu razmenu. Teme su zdravstveno vaspitanje, vaspitanje u duhu mira, dečja književnost, etno muzika i politička prosvetćenost. Pobjednik na UNICEF-ovom Međunarodnom

dečjem danu u radio i televizijskom programu (International Children's Day of Broadcasting, ICDB) 2009. godine.

www.radijojo.de ili htroehlinger@radijojo.de

(preživljavanje i razvoj dece, osnovno obrazovanje, rodna ravnopravnost, zaštita dece)

Omladinski radio za izgradnju mira

internet stranica (2004.) s praktičnim informacijama o projektu SDCG, Search for Common Ground (Potraga za zajedničkim osnovama)

Omladinski radio za izgradnju mira (Youth Radio for Peacebuilding) pripada nizu vodiča namenjenih radio producentima i ostalima koji stvaraju pozitivne radio programe u Africi za decu i s decom (u proizvodnji projekta Radio for Peacebuilding, Africa Project). Naglasak je na principu „ne škoditi“, pogotovo u radu s decom na područjima zahvaćenim oružanim sukobima ili u nasilnim situacijama zlostavljanja. Većina primera 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 dece, osnovno obrazovanje)

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

internet stranica koju je 2005. nakon cunamija u Indijskom okeanu osnovala Susan Mackay (nekadašnja voditeljka odeljenja za komunikacije UNICEF-a u Tajlandu)

Postupak i skup alata za brzo osmišljavanje i stvaranje materijala koji je namenjen lokalnim zajednicama i timovima za komunikacije, koji deluju na područjima s visokim rizikom od elementarnih nepogoda. Bitno je istaknuti slikovnice napravljene korišćenjem sličica iz clip arta koje se ponajpre distribuiraju u školama, u Tajlandu, Vijetnamu, Kambodži, Fidžiju i Salomonskim ostrvima s temom ptičjeg gripa, uz dodatak dečije poezije i rima koje pojačavaju utisak poruka. Uzor su za lokalne adaptacije i korišćenje u drugim sektorima za bitne poruke o zdravlju i higijeni u mnogim zemljama istočne Azije i Tihog okeana.

www.createforchildren.org/

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

Pametne devojke na zabavi

internet igrana serija, 2009., voditeljka Amy Poehler, usmerena na mlađe adolescentkinje (od 8 do 13 godina) i njihove porodice

U svakoj „veb epizodi“ predstavljena je posebna i obična adolescentkinja koja ima neku strast (npr. za pisanje, povrtlarstvo, ples, meditaciju, feminizam). Emisija je zabavan podsetnik o tome, da devojčice ne moraju biti poznate da bi bile važne ili da bi nešto promenile. Stranica sadrži i igre. www.hulu.com/smart-girls-at-the-party (obrazovanje za devojčice, rodna ravnopravnost, životne veštine, osnovno obrazovanje, psihološka otpornost)



Klub čistih ruku

internet stranica, pod pokroviteljstvom Nacionalne fondacije za nauku i Crvenog krsta u SAD.

Nudi niz komunikacijskih instrumenata za spoznaju o prednosti pranja ruku i lične higijene: obrazovno, interaktivno, sadrži igre, pesme, animirane web epizode i materijale. www.scrubclub.org/home.aspx (preživljavanje dece, higijena, osnovno obrazovanje)

Sesame Workshop

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

Glavna područja iz lekcije Ulice Sezam su psihičko i fizičko zdravlje, uvažavanje i razumevanje, pismenost i matematička pismenost te emocionalna dobrobit. Sadrži brojne igre i aktivnosti koje podržavaju celovit razvoj deteta, kao i linkove sa serijom koja se stalno razvija u skladu s trenutnim potrebama predškolske dece. Formativno istraživanje ključno je u proizvodnji serije koja je jedna od najnezavisnije procenjenih emisija za decu. www.sesameworkshop.org (zdravlje/higijena, spremnost za školu, rodna ravnopravnost, različitosti, smetnje u razvoju)

Projekat MIDIAQ-MIDIATIVA

internet stranica koja podržava projekat nevladine organizacije usmeren na obrazovanje porodice i javnosti o kvalitetnim televizijskim programima za decu i mlade u Brazilu

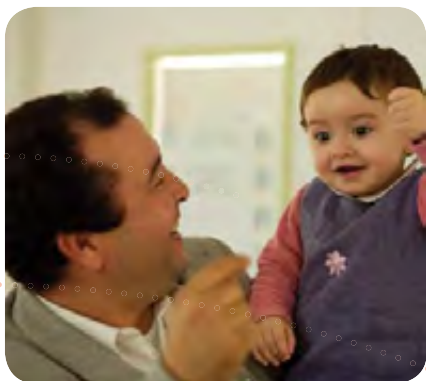


Internet stranica, linkovi za istraživanja i ostale informacije deo su podrške lokalnim produkcijama koje se brinu za posebne kulturne i druge potrebe dece u Brazilu. Posebno koristan izvor materijala za govornike portugalskog jezika koji se žele povezati s drugim organizacijama i učestvovati na različitim sastancima, festivalima, itd. www.midiativa.tv/blog/ (osnovno obrazovanje, zaštita dece)

KNJIGE

Compassion Books

Internet stranica s brojnim izvorima za decu i odrasle na teme bolesti, smrti, tuge i različitih gubitaka, uključujući razvod, nasilje, traume i samoubistva. Nude se knjige, videomaterijali i audiotrake. Sve materijale proučili su stručnjaci za traume i ljudi koji su iskusili slične gubitke. Uključili smo ovu internet stranicu, jer je često teško naći materijale o ovakvim temama koji bi bili primereni deci. www.compassionbooks.com/store/index.php (zaštita dece, životne veštine, rana pismenost)



Banco del Libro

Internet stranica koja promoviše čitanje i dečju književnost u Venecueli i Latinskoj Americi. Projekat je nastao 1960. i razvio se u jedinstven izvor za govornike španskog jezika koji traže knjige primerene deci

i njihovoj kulturi. Nakon što je u Venecueli 1999. u bujicama kiše i blata poginulo oko 30 000 ljudi, nastao je i dodatni projekat Čitanje za život. U organizaciji izdavačke kuće *Ediciones Ekare* podeljeni su džakovi puni knjiga, a volonteri su deci čitali priče. Neka deca su volonterima rekla da su prvi put uspela da zaspu nakon što im je neko čitao.
<http://www.bancodelibro.org.ve> (na španskom)

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, krizne situacije, psihološka otpornost)

Ediciones Ekare

Mala nezavisna izdavačka kuća osnovana 1978. koja izdaje knjige za decu na španskom jeziku. Jedan od prvih izdavača dečjih knjiga u Latinskoj Americi, a ponajpre izdaje knjige za decu i adolescente, uglavnom povezane s tamošnjom kulturom i drugim narodnostima. Povezani su s *Banco del Libro*, programom za promovisanje čitanja u Venecueli. www.ekare.com.ve/index.html

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, zaštita dece)

Male knjige za male ruke

Internet stranica s informacijama o nekoliko projekata rane pismenosti kojima upravlja Odeljenje 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 10 centimetara tako da ih mala deca 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/ishrana, zaštita dece)

Kutak za čitanje

Internet stranica, virtuelna knjižara za Međunarodnu asocijaciju Korak po korak (*International Step by Step Association*, ISSA). Cilj inicijative je da se stvore kvalitetne i razvojnim fazama prilagođene dečje knjige na različitim jezicima. Stranica sadrži i širok izbor knjiga koje osmišljavaju lokalni autori i ilustratori u zemljama u kojima deluje ISSA (prvenstveno u Srednjoj i Istočnoj Evropi, te Zajednici Nezavisnih Država). Knjige su pisane na 15 jezika. www.issa.nl/rc.html

(osnovno obrazovanje, životne veštine, spremnost za školu)

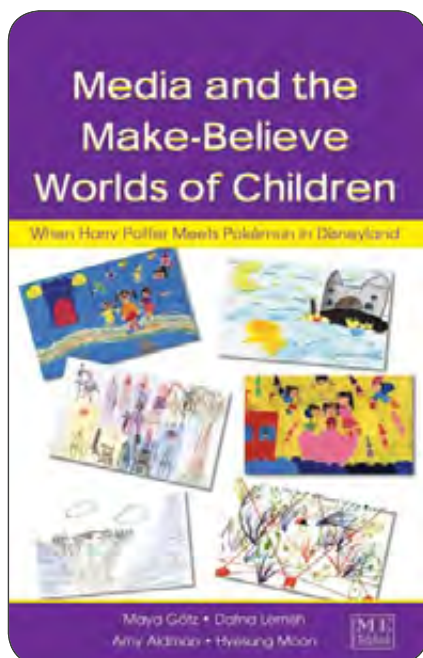
Priprema za školu

Komplet materijala za učenje kod kuće koje je razvio Institut za Otvoreno društvo, usmeren na veštine potrebne za upis u školu. Nude se lekcije i jednostavni materijali za porodice i druge staratelje kako bi se podržala rana pismenost i matematička pismenost tokom svakodnevnih navika i aktivnosti. Sadržaji se temelje na istraživanjima i pokazali su se kao uspešni kod roditelja i učitelja najmlađe dece. Ako ste zainteresovani, materijale možete zatražiti na adresama:

Olena.vinareva@osf-eu.org i earlychildhood@osf-eu.org

(osnovno obrazovanje, zaštita dece)





International Board on Books for Young People (IBBY)

Internet stranica s digitalnom knjižarom kvalitetnih knjiga za decu iz svih delova sveta. IBBY je neprofitna organizacija i predstavlja međunarodnu mrežu ljudi koji se zalažu za izdavanje i distribuciju kvalitetnih dečjih knjiga koje predstavljaju sve kulture i jezike. Od 2007. godine, sa izložbom „U čast afričkog izdavaštva za decu“, IBBY organizuje i virtuelnu izložbu knjiga. www.ibby.org/
(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, rodna ravnopravnost, zaštita dece)

CODE

Internet stranica posvećena promovisanju pismenosti u zemljama u razvoju. Nekadašnja *Canadian Organisation for Development through Education* (Kanadska organizacija za razvoj putem obrazovanja), CODE sarađuje s lokalnim organizacijama u zemljama u razvoju, te podržava učenje, knjižare i obuku učitelja. Već 50 godina radi na podsticanju autohtonog izdavaštva, uključujući distribuciju knjiga za decu na lokalnim jezicima u 45 zemalja u Aziji, Africi, Latinskoj Americi i Okeaniji, na 60 jezika i dijalekata uključujući i Brajevo pismo. Stranica redovno promovise knjigu značajnu za preživljavanje i razvoj dece. Dobitnici UNESCO-ve međunarodne nagrade za pismenost. Rade pod geslom: *Ako dete može da čita i piše, može da nauči ama baš sve, te da promovise promenu za sebe, svoju zajednicu i svoju zemlju.*

www.codecan.org/en/code

(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, zaštita dece, HIV/AIDS, rodna ravnopravnost, kulturna različitost)

International Children's Digital Library, ICDL

Digitalna knjižara istaknutih dečjih knjiga iz celog sveta. ICDL promovise toleranciju i uvažavanje dece prema različitim kulturama, jezicima i idejama. Nastao je na univerzitetu Merilend, a danas ima zbirku sa više od 1000 knjiga na bar 100 jezika. en.childrenslibrary.org/
(osnovno obrazovanje, spremnost za školu, kulturne razlike)

STRUČNI MATERIJALI

International Clearinghouse on Children, Youth & Media

Međunarodni centar za informisanje izdaje biltene i knjige o medijima i deci, istraživanjima, praksama, politikama i intervencijama širom sveta, kao i 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 decu i adolescente, obrazovnim emisijama, istraživanjima, člancima, prezentacijama, smernicama za producente i dr., sa sedištem u Bavarskoj radio-televiziji u Minhenu. Stranica je na engleskom i nemačkom jeziku. www.IZI-Datenbank.de i http://www.br-online.de/jugend/izi/english/about_us.htm#

Prix Jeunesse International

Internet stranica s informacijama o nagrađenim televizijskim emisijama i internet stranicama iz različitih zemalja i s mogućnostima za učenje i umrežavanje za stručnjake. Svake dve godine organizuje festival kvalitetnih televizijskih programa za decu pod pokroviteljstvom Bavarske radio-televizije u Minhenu. www.prixjeunesse.de

Center on Media and Child Health (CMCH)

Internet stranica dečje bolnice u Bostonu u Masačusetsu (u saradnji s Harvardskom školom narodnog zdravlja i Medicinskim fakultetom Univerziteta Harvard), nudi najveću besplatnu bazu istraživanja dece, medija i zdravlja, novosti o razvoju u području proučavanja, kao i trenutna pitanja i probleme, uz dodatak praktičnih saveta za roditelje, pedagoge i staratelje. 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, prikaze i komentare stručnih pitanja i odluka o medijima i deci u svim zemljama sveta.

www.tandf.co.uk/journals/titles/17482798.asp

Scope/In the Picture

Internet stranica/program obuke koji promoviše pozitivno i prirodno uklapanje likova dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom u slikovnice. Deo projekta SCOPE u Velikoj Britaniji koji promoviše jednakost za ljude sa cerebralnom paralizom. Sarađuje s piscima, ilustratorima i izdavačima, podstiče ih da u svojim zapletima i ilustracijama, uz ostalu decu, prikazuju i decu sa smetnjama u razvoju i invaliditetom. Značajan izvor za stručnjake koji se bave medijskim sadržajima za decu uključuje zbirku slika, savete za pisce i ilustratore, lična iskustva ljudi koji rade na ovom području i lične priče dece i osoba s invaliditetom.

www.scope.org.uk/inthepicture

The Joan Ganz Cooney Center Initiative

Centar koji je osnovao kreator dečje televizijske emisije „Ulica Sezam”, s ciljem unapređenja znanja o načinima na koje deca uče u digitalno doba. Pomoću istraživanja, inovacija, izgradnje partnerstva i širenja informacija, podstiče se učenje i pomaže deci da odrastu u pismene i odgovorne građane sveta. Partneri su između ostalog *The Global Schoolhouse Project* i *First Book Literacy Initiative*. Nedavni izveštaj *Game Changer: Investing in Digital Play to Advance Children's Learning and Health* (Promena pravila: ulaganje u digitalnu igru kako bi se unapredilo učenje i zdravlje dece), bavilo se interesom dece za igre i digitalne medije, te načinima korišćenja tog potencijala. www.joanganzcooneycenter.org

Teaching Tolerance

Internet stranica/časopis za pomoć pedagozima u obrazovanju dece o društvenoj pravdi, diskriminaciji i različitosti, uključujući prikaze i predloge knjiga i audiovizuelnih medija. Nedavno je pokrenuta i nova inicijativa o podučavanju različitih učenika („Teaching Diverse Students Initiative”)

www.teachingtolerance.org





Beleške

1. Za rezime 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 naučne 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-ova Kancelarija za Srednju i Istočnu Evropu i Zajednicu Nezavisnih Država www.unicef.org/ceecis/Print_Media_for_and_about_Young_Children_Kyrgyz_Republic.pdf
5. Vidi izvore u prvoj belešci 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 belešci 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 beleški 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, Univerzitet u Geteborgu 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* (raniji 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, februar, 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 zadržana. Igrane dečje 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. Hag, Holandija: 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, Vlada Maldiva.



Anketa za korisnike

Ova zbirka materijala još uvek se doraduje. Zanima nas u kojoj meri ste uspeali da iskoristite ovaj skup načela i da li su vam pomogli materijali koje smo ponudili. Takođe se nadamo da ćemo uz predloge novih materijala uspeti da obnovimo ovaj rad sa još pozitivnih primera iz celoga sveta.

Molimo vas da odgovorite na sledeća pitanja.

Možete ih poslati na adresu:

UNICEF C4D Unit / "Communicating with Children"

3 UN Plaza, New York NY 10017, USA

ili e-poštom na c4dhq@unicef.org

A) Vaša ocena ove publikacije

1. Kako ste saznali za ovaj rad?
2. Molimo vas da u nekoliko reči (i na bilo kom jeziku!) napišete svoje mišljenje o ovom radu. Zanima nas, na primer, je li vam bio od pomoći i ako je tako, na koje načine (u vašoj učionici, na poslu)? Da li ga je jednostavno čitati? Šta vam se sviđa u njemu? Postoji li nešto što vam se ne sviđa? Šta biste hteli da promenite ili dodate?
3. Kako ste ga koristili i kako planirate da ga koristite?
4. Imate li još napomena?

B) Navedite vlastiti primer dobrih materijala za komunikaciju s decom

1. Naslov pozitivnog primera:
2. Zemlja porekla:
3. Jezik/jezici:
4. Autor(i):
5. Proizvodnja/distribucija:
6. Vrsta medija (npr. knjiga, televizijski ili radio program, internet stranica, plakat):
7. Ciljana starosna grupa (npr. rano, srednje, adolescentsko doba):

8. Ciljevi:
9. Sadržaj:
10. Koja načela i smernice iz četvrtog dela slede vaš primer?
11. Postoji li nešto u vašem omiljenom primeru što biste promenili/napravili drugačije? Šta i zašto?

C) Ako ste ovoj zbirci materijala pristupili preko interneta, a hteli biste štampanu verziju, molimo vas da nam javite kako planirate da je koristite, zatim 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!

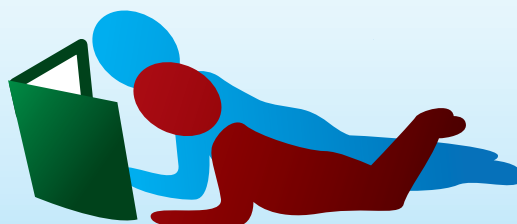


Fotografije

NASLOVNA STRANA (s leva 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 (levo) *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 odojčadi* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
- 4 © UNICEF/NYHQ2009-1855/Pirozzi
- 5 © UNICEF/NYHQ2006-1602/Noorani
- 6 (gore) © UNICEF/NYHQ2010-3038/Pirozzi
- 6 (dole) © UNICEF Južni Sudan/2010./Pirozzi
- 7 © UNICEF/NYHQ2006-2537/Pirozzi
- 10 (levo) *Projekat Dobar početak* © UNICEF Makedonija/2010.
- 10 (desno) © UNICEF/BANA2010-01332/Khan
- 11 (levo) © 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 (dole) © 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 (dole) *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 (dole) © USA 2011./Sesame Workshop
- 30 (gore) © UNICEF Makedonija/2011/John McConnico
- 30 *Keremet Koch (Čarobno putovanje)* © Kirgizijska radiotelevizija/UNICEF 2006
- 31 (gore) © USA 2011./Sesame Workshop
- 31 (dole) © USA 2011./ Sesame Workshop
- 32 *Svi me vole: Yaishova priča* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
- 32 (dole) © UNICEF Uzbekistan/2007.
- 33 © UNICEF/NYHQ2009-0157/Pirozzi
- 33 © UNICEF Indonezija/2007.
- 34 (gore) © UNICEF Butan/2011./K. Gayleg
- 34 (dole) © UNICEF Makedonija /2009.

- 35 (levo) © UNICEF/NYHQ2010-2607/LeMoyne
 35 (dole) *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 (dole) © 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 (dole) *Normalno je biti drugačiji* © Brazil 2010/ Helena Werneck
 41 (levo) *Priča devojčice Nozipho* © Južnoafrička Republika 2007./Soul Buddyz TV
 41 (desno) *Priča devojčice Nozipho* © Južnoafrička Republika 2007./Soul Buddyz TV
 42 (gore) © UNICEF CEE/CIS/2010.
 43 (dole) © UNICEF/NYHQ2009-1585/Taha
 43 (levo) © UNICEF Mjanmar/2001./U Sein Ohn
 44 (gore) © *Media Initiatives for Children/SAD* 2011./Peace Initiatives Institute
 44 (dole) © UNICEF/NYHQ1995-1112/Pirozzi
 45 (gore) © UNICEF/NYHQ2006-0738/Noorani
 45 (sredina) *Maldivske bebe* © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 45 (dole) © UNICEF/Giacomo Pirozzi
 46 (sredina) *Ja sam gavran* © Canada 2010./Bouchard and Everson
 46 (dole) © 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 (dole) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 52 (levo) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000./Y. Hameed
 52 (desno) © Srbija 2008./Sakaedani Petrovic
 53 (levo) © 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 (dole) *Glupi ljudi u Kini* © Kina 2003.
 55 (gore) © Makedonija 2011./J. McConnico
 55 (sredina) © UNICEF/NYHQ2009-1543/Pirozzi
 55 (dole) © 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 (dole) © UNICEF Mjanmar/2005.
 62 (gore) © UNICEF Lesoto/2010.
 62 (sredina) © UNICEF/NYHQ2010-2963/Noorani
 63 (gore) © UNICEF/NYHQ2007-1292/Asselin
 63 (sredina) © UNICEF ROSA/1990.
 64 (levo) © 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* © Liban 2006./Fondacija Europske komisije
 69 (gore) *Deset sjajnih stvari koje VELIKI klinci mogu raditi s malim klincima!*
 © UNICEF Maldivi/2000/Y. Hameed
 69 (sredina) © UNICEF Mjanmar/2007.
 70 (gore) *Normalno je biti drugačiji* © Brazil 2010./Instituto MetaSocial
 70 (sredina) © UNICEF/NYHQ2009-1553/Husseini
 71 (sredina) © UNICEF/NYHQ2008-1571/Pirozzi
 71 (dole) © UNICEF/Tunis2007-0275/Noorani
 72 © UNICEF/NYHQ2010-0753/LeMoyne
 73 *Mediji i dečji izmišljeni svetovi* © SAD 2005./Lawrence Erlbaum Association
 75 © UNICEF Azerbejdžan/Pirozzi/2008.
 77 © UNICEF Srbija/2009./J. Maccak
 79 © UNICEF VN/2004./Khanh



Dečiji fond Ujedinjenih nacija (UNICEF) u Srbiji
Svetozara Markovića 58
11000 Beograd
E-mail: belgrade@unicef.org
Veb sajt: www.unicef.org/serbia
www.unicef.rs

