

## DIJETE I TELEVIZIJA

### *Sažetak*

*U današnjem svijetu, odrastanje i socijalizacija djeteta nezamisliva je bez medija masovne komunikacije. Istraživanja danas idu u pravcu traganja za negativnim dimenzijama televizijskog konzumentizma, ali i proučavanja njezinih pozitivnih učinaka. Televizija je danas najmoćniji masovni medij i vrlo je popularna među djecom predškolske dobi. Izuzetan je njezin utjecaj na socijalizaciju djeteta, odgoj i obrazovanje, kuituru, opće vrijednosti i stavove. Uz pomoć televizije dijete uspoređuje sebe i svoj svijet sa svijetom junaka s ekrana, otkriva nove načine ponašanja, vrijednosti, nove igre.*

*Rad govori o odrastanju predškolskog djeteta s televizijom kao socijalizacijskim čimbenikom, a popraćen je rezultatima petodnevnoga promatranja 96 studenata predškolskoga odgoja na pedagoškoj praksi u slavonskim dječjim vrtićima.*

Masovni se mediji šire, od pojave tiska, radija, televizije, preko elektroničkih medija, posebice interneta, a pretpostavka je s obzirom na ubrzani razvoj tehnologije i dalje ekspanzije. Oni stvaraju masovni auditorij, a ne publiku, zaključuje McLuhan (1988), stvaraju "opijum za mase", pri čemu se masovna kultura ne bi mogla širiti bez tehnološke osnovice koju čine mediji, a najrašireniji medij danas zasigurno je još uvijek televizija. Djeca odrastaju uz TV-prijamnik kao uz kućnog prijatelja, upijajući slike i riječi koje im nudi. Obiteljski život se odvija uz televizor, uz njega jedemo, raspravljamo, radimo i odmaramo se. Ali, jesmo li svjesni koje nam sadržaje i vrijednosti on nudi, i što ostavlja u našoj podsvijesti?

Oduševljenje djece televizijom kontinuirano se povećava do puberteta, što ne znači da tada prestaje, već se zanimanje preusmjeruje na medije izvan kuće, primjerice na kino. Televizija je medij broj jedan za dječju populaciju, što će se teško promijeniti. Konkurencija su joj možda samo računalne igre, no to je kratkotrajno zanimanje, koje poglavito ovisi o tempu pojavljivanja novih sadržaja. Sigurno je, međutim, naglašava Mikić (2001, 250), da će se fuzioniranjem televizije, filma, računalnih igara, čemu smo već svjedoci, ovo stanje donekle izmijeniti, ali će kućni ekran, svejedno hoćemo li ga zvati televizijskim, računalnim, ili multimedijским, ostati središnja multimedijška stanica.

Gledanjem televizije, djeca pronalaze građu koja djelomice zadovoljava njihovu znatiželju, potrebitost za otkrivanjem svijeta koji ih okružuje, ali i njih samih.

## TELEVIZIJA KAO SOCIJALIZACIJSKI ČIMBENIK

Brunner (2000) smatra da djeca koja imaju kontakt s televizijom, više i intenzivnije sudjeluju u doživljajima svijeta odraslih, tako da se kao posljedica toga može očekivati i brža socijalizacija. Socijalizacija u najširem smislu znači integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, što podrazumijeva proces učenja stavova, vrijednosti i poželjnih oblika ponašanja. Ona se događa posredstvom mehanizma učenja, koji se definira kao "promjena u ponašanju ili u potencijalu ponašanja nekog organizma u određenoj situaciji, koja se vraća natrag u ponovljenim iskustvima organizma u toj situaciji" (Bower i Hilgard, navedeno prema Gudjons, 1994, 171). Proces socijalizacije je najintenzivniji u doba djetinjstva i rane mladosti, kada se pojedinac oblikuje kao osoba i kada "utječe na modifikiranje raznih već stvorenih svojstava" (Zvonarević, 1989, 93). Pri tom su važne biološke (psihofizičke) zadanosti i potencijali pojedinca, kao i značajke socijalne okoline u kojoj individua sazrijeva, naglašava Ilišin (2001, 12). Upravo utjecaji iz socijalne okoline najviše zaokupljaju pažnju znanstvenika i javnosti. Posebna se pozornost, stoga, usmjerava na socijalizacijske čimbenike, koji se dijele na primarne i sekundarne. Primarni socijalizacijski čimbenici su roditelji i vršnjaci, a sekundarni su dječji vrtić, škola, mediji, radna sredina, različite udruge i sl. (Dekker, 1991). Neupitno je da od rođenja započinje utjecaj roditelja bez konkurencije, posebice u ranom djetinjstvu, sve ranije započinje i utjecaj vršnjaka, zatim odgojno-obrazovnih ustanova, a televizija kao socijalizacijski čimbenik ima sve veći pozitivan i negativan utjecaj u životu djece u suvremenom društvu. Navikavanje na televiziju događa se brzo i neprimjetno, pa djeca vrlo rano iskazuju želju za gledanjem i nauče se koristiti televizorom.

## UGROŽENOST OBITELJI I OSTALIH SOCIJALNIH ČIMBENIKA

Istraživanja pokazuju da je televizija ugrozila odgojnu ulogu obitelji i odgojno-obrazovnih institucija, upozorava Mušanović (2004). Razlozi su, dobrim dijelom, socijalne prirode, smatraju psiholozi. Društvene institucije i ekonomski uvjeti diktiraju obiteljski život, a način obiteljskog života utječe i na to koliko djeca koriste televiziju. Ta situacija je tipična i za naše društvo. Studije utjecaja statusa obitelji na gledanost televizije potvrdile su da televiziju najviše gledaju djeca iz socijalno ugroženih obitelji, naglašava Todorović (2004). Televizija je u domu stvorila nov način komuniciranja, druženja i okupljanja, jednu vrstu parasocijalne komunikacije, ističe Todorović (2004), kad viđeni program postaje na stanovit način regulator obiteljskog života. Jedna od najvećih teškoća s kojom se suvremena obitelj susreće u svom odgojnom djelovanju jesu ostali odgojni čimbenici. Među njima prednjači televizija, jer se na nju troši najviše vremena, dok su ostali samo popratne pojave.

## RAZLIČITE ULOGE TELEVIZIJE

Televizija je preuzela velik dio uloga koje su pripadale raznim kulturnim institucijama u prošlosti, obiteljima, odgojno-obrazovnim institucijama i različitim klubovima. Zato već sada postaje jasno da se ona mora proučavati kao nova vrsta ljudske aktivnosti koja teži biti pristupačna svakoj životnoj dobi te svim društvenim slojevima. Ona u velikoj mjeri utječe na emocionalni i intelektualni život pojedinca, određuje njegov stav prema svijetu, a može i ozbiljno ugroziti čovjekovu individualnost. U takvoj jednosmjernoj komunikaciji sve je prilagođeno tzv. prosječnom korisniku. Bourdieu (1994) smatra da televizija proizvodi intelektualnu pasivnost. Nill Postmen to zove *now...this* stilom, jer se očekivalo da će televizija obrazovati i prosvjećivati mase, a umjesto toga ona ih samo (trajno) zabavlja (prema Bourdieu 1994).

Nažalost, događa se da se TV koristi i kao dadilja. Svjedoci smo kriza suvremene obitelji, prezaposlenosti roditelja ili nezaposlenosti koje dovode do depresije, letargije, straha za preživljavanjem i sl., a time i do nekvalitetno provedenog vremena s djecom tijekom dana, pa je televizija uvijek tu kao pomoć i zamjena. Tako se skraćuje put djeteta do ovisnika o televiziji koja ga smiruje kad plače ili kad roditelji nemaju vremena.

TV-prijamnik i njegovi popratni uređaji, DVD ili videorekorder, inventar su svakoga doma. Djeca često imaju i osobne uređaje, pa se i na taj način otuđuju od obitelji u vlastitu domu. Oni su kućni prijatelji. "Žvakaća guma" za oči, kako je televiziju zanimljivo definirao arhitekt Frank Loyd Rait. Ona je još uvijek najprivlačniji medij jer tri milijarde ljudi u svijetu redovito prati televiziju bar dva do tri sata dnevno (Todorović, 2004). Mušanović (2004) iznosi rezultate istraživanja o posjedovanju TV-prijamnika u Americi gdje prosječno na jednu obitelj dolazi 2.24 televizora, a 54% djece ima TV u svojoj sobi. Rezultati promatranja studenata predškolskog odgoja u slavonskim dječjim vrtićima iskazuju sljedeću opremljenost TV-prijamnikom: u 72% dječjih vrtića postoji samo jedan TV u zajedničkoj prostoriji, 7% dječjih vrtića nema TV-prijamnike, 12% ima po 2 ili 3 TV-a, a 9% vrtića ima TV-prijamnik u svakoj sobi, i to obično u manjim, ruralnim sredinama.

## ZAOKUPUENOST TELEVIZIJOM

Granica između stvarnog i izmišljenog nije pouzdana, a dijete koje odrasta zagledano satima u ekran nije sigurno u koju od te dvije stvarnosti više vjeruje. Problem je utoliko složeniji što se i izmišljeno i stvarno spoznaju istim osjetilima i pokreću iste ili srodne psihološke procese u našim mozgovima, upozorava Brunner (2000). Djeca se na sve moguće načine bore protiv ograničavanja vremena koje provode uz TV. Širom svijeta djeca provode prosječno tri sata dnevno ispred ekrana. Televizija dominira životom djece kako u urbanim, tako i seoskim sredinama, širom svijeta. pa nije čudo što je postala snažan čimbenik socijalizacije. Indikativan je i podatak da se gledanjem televizije i srodnim medijskim aktivnostima djeca količinski duže bave

nego igrom i statusnim obvezama, ako pohađaju školu, a što upućuje na izuzetan utjecaj medija na odgoj uopće (Ilišin 2001). Dnevno višesatno gledanje televizije za današnju djecu je sasvim normalna pojava, a to vrijedi i za predškolce. Dnevna konzumacija programa iznosi u prosjeku od jednog do tri sata, pri čemu prednjače djeca od 11 i 12 godina, isliče Mikić (2001). MTV i VIVA postali su najpopularniji televizijski programi među djecom i mladima. Oni stalno emitiraju glazbene spotove, filmove o idolima, a uz neprestanu izmjenu voditelja, tj. videodžokeja. Sličnim putem krenula je i hrvatska TV-Nova. Stoga ne čudi da rezultati provedenog promatranja u dječjem vrtiću govore o dječjim idolima kao što su Edo Majka, Thompson. Škoro, Rafo, Severina, Nera, Kedžo i sl., Rezultati promatranja u slavanskim dječjim vrtićima o vremenskoj količini gledanja televizije vrlo su različiti. U 48% dječjih vrtića djeca uopće nisu gledala TV, 13% je gledalo jednom do 20 minuta, 21% gledaloje dva do tri dana tjedno po 15 minuta i to u određeno vrijeme kad je crtani film, 17% ih gleda svaki dan po pola sata, 9% ih gleda i do dva sata dnevno. Iz iznesenih rezultata može se zaključiti da se televizija uglavnom ne gleda često u dječjim vrtićima. Međutim, u 9% dječjih vrtića to je zabrinjavajuće puno vremena.

Mikić (2001) iznosi tri razloga kod djece za gledanje televizije: humor, neustrašivi junaci i akcija. To otkriva što djeca očekuju od televizije, a to je zabava, relaksacija, vic, napetost, zanimljivost, mogućnost poistovjećivanja s junacima, otkrivanje novih svjetova. Sve to zadovoljava njihovu znatiželju. Od televizijskih žanrova prednost daju crtanim serijama i filmovima. "Dječaci u crtanim filmovima preferiraju akcijske prizore, a djevojčice to smatraju 'dječjim serijama'. One više vole filmove koji obiluju emocijama i melodramatičnošću. Pritom ne zanemaruju humor, tempo i napetost, ali ne vole gledati grube borbe i filmove koji obiluju trikovima" (Mikić, 2001, 251). Što se tiče programa u promatranim dječjim vrtićima, to su crtani filmovi, emisija Dobro jutro Hrvatska, serija Smogovci, a gledaju se i reprize Story Super Nove.

Od 1977. godine televizija je kroz video, preko filmova na kazetama još više iskorišten medij. Tako započinja razdoblje velike videokonzumacije. Svaka takva pojava uz svoju korisnost sadrži i negativne pojave. Često se može čuti kritika kako video razvija pasivno gledanje, povećava izolaciju promatrača, smanjuje međuljudsku komunikaciju, smanjuje osobnu inicijativu, a neki idu i tako daleko da naglašavaju kako video na neki način "paralizira" ljudsku maštu i smanjuje kreativnost. Ove primjedbe odnose se na djecu koja žive u takvom obiteljskom okružju u kojem su zapostavljena i usamljena, orijentirana sama na sebe. Plemčić (1982) upozorava da se djeca s takvim socijalnim i psihičkim predispozicijama često ne snalaze u svijetu koji ih okružuje, te jedino u TV konzumaciji pronalaze svoj svijet.

Video je uz televizor ušao i u dječji vrtić, a često video kasete donose upravo djeca kako bi ugodaj gledanja "dobrog" crtića, ili filma određenoga žanra, podijelili s prijateljima. Ovdje je neosporna uloga i strategija odgojitelja. Činjenica je da rezultati promatranja u dječjem vrtiću govore da se u 14% vrtića video gleda svaki drugi dan do sat vremena, u 27% vrtića 2 puta tjedno po pola sata, a u 59% vrtića se uopće

nije gledao video u promatranih pet dana. U jednom vrtiću je to bila edukativna emisija o minama, vezano uz temu odgojno-obrazovnog rada.

## UTJECAJI TELEVIZIJE NA DIJETE

Mediji mogu imati na djecu pozitivan i negativan učinak, a kakav će on biti, ovisi ponajprije o tomu na koji im način konzumenti pristupaju. U tome je vrlo značajna uloga starijih osoba, prije svega roditelja, dječjeg vrtića i škole, onih osoba koje mogu pomoći u tome da djeca na ostanu samo pasivni promatrači, nego da aktivno vrednuju informacije. Niz je čimbenika koji utječu na to hoće li poruka koju dijete prima putem medija, imati pozitivan ili negativan utjecaj na razvoj njegove ličnosti. Roditelji na to ponajbolje mogu utjecati odabirom sadržaja koji će dijete gledati. Najednom okruglom stolu o utjecaju medija koji je održan u Zagrebu 1999. godine spomenut je alarmantan primjer jednosatne dječje televizijske emisije u kojoj je »otkriveno« čak 26 scena nasilja (Europska konvencija o kulturi, 1996). Takvi sadržaji mogu kod djece izazvati strah, agresivnost, intelektualnu pasivnost i emocionalne krize, mogu negativno utjecati na razvoj mašte i kritičkog razmišljanja, pa čak ostaviti i somatske posljedice. Zbog negativnih poruka s televizije dijete može imati poremećaje spavanja, prehrane, a kod djece koja provode pred televizorom duže vrijeme, može se zabilježiti povećani kolesterol pa i sklonost povredama i depresiji (Todorović, 2004). Nadalje, mogu pokazivati različite patološke simptome kao što je agresivno ponašanje, loš i isprekidan san, noćne more i apetit za proizvodima koji se reklamiraju.

Već sa 14 mjeseci djeca oponašaju ono što vide na televiziji i najčešće ne razlikuju maštu od stvarnosti. U tom kontekstu posebno zabrinjava podatak iz američkog istraživanja, o tome da je najveći postotak djece pred televizorom generacija onih između 5 i 14 godina, upozorava Mušanović (2004). Kako su ta djeca najotvorenija i za različite reklamne poruke koje oblikuju njihov stav o svijetu, danas je sve više oglašivača koji to iskorištavaju, te zbog toga završavaju na sudu i plaćaju visoke kazne. Svjedoci smo da se i djeca često iskorištavaju za prikazivanje reklama koje obično nemaju ništa s djetetovim doživljajem svijeta, ali imaju s tržišnom utakmicom i potrošnjom.

## NASILJE NA TELEVIZIJI

Slika u pokretu koja liči stvarnom životu jaka je i ima snažan utjecaj na gledatelja. Nasilje na filmu može se prikazati puno strašnije nego što ono u stvarnom životu može biti. U Americi su provedena istraživanja o tome koliko televizijska publika u određenom vremenskom razdoblju može vidjeti nasilja. Rezultati su pokazali visoke brojke: od 455 glavnih protagonista s TV-programa 50% njih je završavalo u činu nasilja, 10% je ubijeno, a 5% ih je izvršilo samoubojstvo, iznosi Musanović (2004). Agresivni medijski junaci uzori su djeci širom svijeta. Većina djece u svijetu zna tko je Terminator ili Supermen, divi mu se i većina njih želi biti njemu nalik, pa se stoga izrađuju i igračke slične njima. Gotovo sve naučne studije potvrđuju to da nasilje na

televiziji može imati kratkoročan i dugoročan učinak na gledatelja, naglašava Plemčić (1982). Kratkoročno djelovanje objašnjava se modelom "podražaj-reakcija", npr. gledatelj neposredno oponaša ponašanje filmskoga junuka-nasilnika. No, mnogo češći i dublji utjecaj ima dugoročno primanje agresivnih kategorija kao vlastitog shvaćanja i tumačenja cjelokupne stvarnosti. Dugoročnim se utjecajem stvara klima koja je otvorenija i tolerantnija prema nasilju, pa će se nasilje sve više primjenjivati kao način rješavanja problema. Nitko ne može izbjeći, utjecaj televizijskog nasilja ili pak štetu koju uzrokuju oni koji su se njemu prepustili. Gledajući ubojstva i uništavanje stvari, djeca uče da stvari nemaju nikakvu vrijednost, da život životinja nema nikakvu vrijednost, da Život čovjeka nema nikakvu vrijednost i da je planet na kojemu živimo pakao u kojem svatko može umštiti sve i svakoga, samo ako to poželi, naglašava Mušanović (2004)! Agresivno rješavanje konfliktnih situacija koje demonstriraju televizijski junaci, dijete pretvara u scenaraj koji se priziva u pomoć u srodnoj konfliktnoj situaciji, upozorava Plemčić (1982). S obzirom na to da nasilje čini znatan dio televizijskoga programa, ono može imati posljedice na doživljaj stvarnosti i ponašanje djece. Vrijedi li da nas roditelji opominju za nasilničko ponašanje, kada je na bilo prikazano nešto drugo? Netko je to snimio, drugi su kupili, netko treći je odobno prikazivanje na televiziji, netko je kod djeteta stvorio naviku gledanja.

## METODIČKI PRISTUP GLEDANJU TELEVIZIJE

Televizija se danas nameće i kao treći sudodgojitelj, kao autoritet, pored oca i majke. Televiziju ne možemo ukinuti, ali možemo naučiti kako s njom kvalitetno živjeti. Glavni je problem za roditelje kako zajedno s djecom birati najbolje iz TV-programa. Roditelji, s djecom trebaju birati program koji će djeca gledati, te paziti da televizija ne zavlada djetetom, nego da mu ono postane sredstvo, stoga moramo razviti televizijsku kulturu kojoj je cilj stvoriti televizijsku kulturu za sve, predlaže Plemčić (1982). Da bi se to postiglo, nužno je obratiti pozornost na niz često nevidljivih reakcija. U prvom redu treba preispitati sebe kao roditelja, jer djeca uvijek oponašaju svoje roditelje, pa čak i u postupanju s televizijom, te valja obratiti pozornost na to koliko vremena troše na gledanje televizije. Utjecaj je snažniji ukoliko zajednica, posebice neposredno okruženje, podržava vrijednosti, obrasce ponašanja koje televizija prikazuje.

Postoje načini koji mogu pomoći roditeljima i odgojiteljima da se smanji utjecaj televizije na stavove djece, ako ga se već ne može potpuno otkloniti. Kako preventivno djelovati i kakva bi pravila trebalo poslaviti kada je riječ o gledanju televizije? Pažljivo organizirano gledanje televizije je korisno. Potrebno je dogovoriti s djecom pravila o tome koliko vremena mogu gledati televiziju, kada je mogu gledati, koje su im emisije dozvoljene. Kad se pažljivo napravi ovaj raspored, onda se trebaju pridržavati tih pravila, jer znamo da djeca i samoinicijativno uključuju TV kod kuće.

S djecom je potrebno razgovarati, zajednički obaviti kućne obveze, poigrati se i razmijeniti dnevna događanja i sl., a tek onda uključiti TV. Međutim, vrlo često dijete slijedi primjer upravo roditelja, bilo oca ili majke, koji ulaskom u kuću odmah uključe TV. Najprihvatljivije bi bilo gledanje televizije zajedno s djecom. To može biti mnogo zabavnije. Nakon gledanja može se s djecom razgovarati o onome što se gledalo, dobro se zabaviti i nasmijati. Ako roditelji za to ne mogu uvijek naći vremena, mogu to činiti bar povremeno. Kako u odgojno-obrazovnim ustanovama, tako bi i kod kuće bilo poželjno razgovarati s djecom o programu, likovima, moglo bi se raspravljati o glavnoj radnji, što bi oni mijenjali, što ih se najviše dojmilo i sl.

Zajedničko gledanje i rasprava daje priliku da se djeci ukaže na ono što je ispravno i ono što je pogrešno u tim programima. Ovim načinom djeca postaju suci ili bar kritičari, a ne samo bića izgubljena u elektronskim signalima.

U nekim europskim zemljama, primjerice, postoje kampanje za tjedne bez televizije, pa je i to jedna od ideja koja bi se mogla koristiti na razini cijele zemlje, ali i lokalno, u dječjem vrtiću i u roditeljskom domu.

Presudan utjecaj na to kako će dijete primiti medijsku poruku svakako ima društvo, ne samo ono u širem smislu, nego i ono s kojim dijete gleda televizijske emisije. Na taj se način, naime, razgovara o viđenom sadržaju, čuju se različita mišljenja i stvara kritička atmosfera, koja pomaže tome da dijete ono što je vidjelo ne uzima zdravo za gotovo.

## Literatura

- Bourdieu, P. (1994). *A social Critique of the Judgement of the Taste*. London: Routledge & Kegan.
- Brunner, J. (2000). *Kultura i obrazovanje*. Zagreb: Educa.
- Dekker, H. i Meyenberg, R. (1991). *Political socialization theory and research*. Oldenburg: Bis-Verlag.
- Furlan, I. (1974). *Pedagogizacija čovjekove okoline*. Zagreb: Školska knjiga.
- Gudjons, H. (1994). *Pedagogija*. Zagreb: Educa.
- Ilišin, V., Marinović-Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji, uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Zagreb: Idiz.
- McLuhan, M. (1988). *Media as Message*. New York: Free Press.
- Mikić, K. (2001). *Film u nastavi medijske kulture*. Zagreb: Educa.
- Mušanović, E. (2004). *Utjecaji televizije na dijete*. <http://www.nahla.bci>
- Plemčie, Đ. (1982). *Obrazovna djelotvornost televizije*. Zagreb: Školska knjiga.
- Todorović, N. (2004). *Uputstvo za upotrebu televizije*. <http://www.rts.so.vu/cipa/Upulstvo.hlm>
- ... (1996). *Europska konvencija o kulturi*. Zagreb: Ministarstvo kulture Republike Hrvatske.