



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

“UTJECAJ TELEVIZIJE NA RAZVOJ I OBRAZOVANJE DJECE
PREDŠKOLSKE DOBI”
-magistarski rad-

Kandidat:

Dženita Aganović

Broj indeksa: 843/II-K

Mentor:

Doc.dr.Belma Buljubašić

Sarajevo, mart, 2019.

SADRŽAJ

1. TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR RADA	5
1.1. Problem istraživanja	7
1.2. Predmet istraživanja	7
1.4. Naučni i društveni ciljevi istraživanja	11
1.4.1. Naučni cilj istraživanja	11
1.4.2. Društveni cilj istraživanja	11
1.5. Sistem hipoteza i indikatora	12
1.6. Metode istraživanja.....	13
1.7. Vremensko, prostorno i disciplinarno određenje.....	15
1.7.1. Vremensko određenje predmeta istraživanja.....	15
1.7.2. Prostorno određenje predmeta istraživanja.....	15
1.7.3. Disciplinarno određenje predmeta istraživanja	15
2. MEDIJI I NJIHOV UTJECAJ NA DRUŠTVO.....	16
2.1. Mediji.....	16
2.2. Društvene mreže	18
2.2.1. Youtube.....	18
2.2.2. Facebook.....	19
2.2.3. Instagram	20
2.3. Važnost i razvoj televizije.....	22
2.4. Televizija i internet – konkurenti u 21. stoljeću	27
3. UTJECAJ TELEVIZIJE NA RAZVOJ I OBRAZOVANJE DJECE PREDŠKOLSKE DOBI	30
3.1. Utjecaj televizije na razvoj djece.....	30
3.1.1. Socijalni razvoj djece predškolske dobi	33
3.1.2. Emotivni razvoj djece predškolske dobi	35
3.1.3. Društveni razvoj djece predškolske dobi	35
3.2. TELEVIZIJA I UČENJE U RANOM DJETINJSTVU	36
3.3. Televizija u slobodnom vremenu djece	38
3.4. Razumijevanje i praćenje sadržaja	40

4.UTJECAJ TELEVIZIJE NA PONAŠANJE DJECE.....	42
4.1.Uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije	42
4.2.Televizija u dječijem vrtiću	45
4.3.Uticaj televizijskog oglašavanja na ponašanje djece	46
4.4. Pozitivne i negativne strane televizije	49
4.4.1.Pozitivne strane televizije.....	49
4.4.2.Negativne strane televizije	50
4.5.Nasilje u animiranim filmovima	51
5.ETIČNOST TELEVIZIJSKIH SADRŽAJA.....	54
5.1.Javni servis.....	54
5.2.Medijska pismenost	61
6.EMPIRIJSKI DIO	62
6.1.Analiza ankete	62
6.2.Analiza bosanskohercegovačkih televizijskih sadržaja za djecu.....	73
6.3.Anketni upitnik za roditelje	84
7.Zaključna razmatranja.....	92
8.Bibliografija	95
9.Biografija	99
<i>Osnovne informacije:</i>	99
10. Prilozi (dodaci)	101
Anketa II	104
11.Popis grafikona.....	109
12.Izjava o plagijarizmu	110

1. Uvod

U savremenom načinu života, mediji su nezaobilazan faktor svih ljudi. Tehnički napredak u velikoj mjeri utječe na javnost i prodire u mnoge aspekte života. Samim tim, oblikuje stavove, kako kod odraslih ljudi, tako i kod djece. Sve brži razvoj medija dovodi do promjena vezanih za utjecaj medija na konzumente medijskih sadržaja, a naročito djecu, kao najosjetljiviji dio populacije. S' obzirom na to da tehnologija nezaustavljivo raste, da se mijenjaju mediji i medijski sadržaji, istražila sam kakav je današnji trend gledanja televizije od strane djece predškolske dobi te na koji način televizija djeluje kada je u pitanju emitovanje dječijeg programa. Bez obzira na nagli razvoj tehnologije i pojavu interneta televizija se smatra, još uvijek, najprisutnijim medijem u svijetu i vrlo je popularna među djecom predškolske dobi. Kako su mediji sve više povećavali utjecaj na svakodnevni život, tako se i mijenjao odgoj i obrazovanje djece. "Djeca i televizija predstavljaju globalno pitanje iz mnogih ubjedljivih razloga. Kao prvo, djeca oba pola, svih uzrasta, rasa, religija, klasa kao i geografskih religija, gledaju televiziju redovno, nevjerovatno uživaju u njoj i od televizije nauče više nego od bilo kog drugog faktora u procesu socijalizacije."¹

U posljednjih nekoliko godina, sve više smo svjedoci ozbiljnog utjecaja televizije na javnost. Porast broja TV prijemnika u svijetu te sve veći broj domaćinstava koji raspolažu ovim tehničkim sredstvom ukazuje na to da je televizija postala sastavni dio života svih ljudi. Medijima, a samim tim i televiziji, su od najranije dobi izložena i djeca, pa je neminovno da imaju ogroman doprinos u njihovom odrastanju i socijalizaciji. Televizija veoma brzo osvaja djecu, a razlog je u njenom karakteru. Naime, televizija na efikasan način zadovoljava potrebe ljudi, a da oni često nisu svjesni toga. Uzmemo li u obzir da djeca, kao najosjetljiviji dio populacije, nemaju sposobnost samostalnog kritičkog prosuđivanja, onasamim tim postaju laka "meta" televizijskim stručnjacima.

¹Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 9.

Masovni mediji su se, u samom procesu odrastanja djece i njihovog razvoja i učenja, nametnuli kao neizbježan faktor. Moderno društvo je sve bogatije novim medijima čija se primjena znatno odražava na našu svakodnevnicu, tako da svaka nova generacija od samog rođenja odrasta uz medije i postaje ovisna o njihovim sadržajima. Samim tim, djeca sve brže savladavaju korištenje određenih medija, što možemo shvatiti kao pozitivnu stranu, s obzirom na to da dijete time razvija i jača/poboljšava svoje mentalne sposobnosti.

Nema sumnje da su masovni mediji postali dio našeg svakodnevnog života i da je nemoguće posmatrati i proučavati bilo kakve aspekte života djece izvan okvira medija. Svjesni smo dane možemo izaći iz tog svijeta, međutim, postavlja se pitanje možemo li se ipak zaštititi od negativnih utjecaja koje nam donose mediji? Možemo li spriječiti da negativno utječu na našu svakodnevnicu? Ovim pitanjima se bave mnogi stručnjaci, a zaštita od televizije u negativnom smislu je moguća samo ukoliko je pravilno koristimo. Gledanje TV programa je stvar izbora svakog gledaoca, tako da svako za sebe može da izabere ono najbolje. Kako to postići? Jedna od ključnih stvari je, svakako, medijska pismenost koja nam pomaže da shvatimo suštinu medija i raspoznamo granicu dobrog i lošeg. "Nije pretjerano reći da budućnost modernog društva i stabilnost njegova unutarnjeg života umnogome ovise o održavanju ravnoteže između snage tehnika komuniciranja i sposobnosti vlastite reakcije pojedinca."²

²McLuhan, Marshall: Razumijevanje medija, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2008, str.24.

1.1. Zašto sam odabrala ovu temu?

Razlog zbog kojeg sam odabrala upravo djecu predškolske dobi je taj što su sposobnosti razumijevanja sadržaja različite kod djeteta od dvije, pet, deset ili petnaest godina. Dvogodišnje ili trogodišnje dijete je, za razliku od desetogodišnjeg, u svakom slučaju, manje sposobno zaštititi se od utjecaja TV sadržaja. Razvoj savremenih tehnoloških sredstava dovodi nas u situaciju u kojoj su mediji ti koji serviraju negativno mišljenje, odnosno potiču javnost na negativnu percepciju, a djeca se nalaze u ulozi “upijača” svih informacija od strane medija.

Živimo u vremenu u kojem se djeca, kao najranjiviji dio publike, nalaze u opasnosti kao nikada ranije. Primjera radi, možemo zamisliti osmogodišnjeg dječaka iz 1990. godine. U tom vremenu, on poznaje kućni telefon, radio i televiziju. Televiziju gleda uglavnom uz prisustvo roditelja, ne posjeduje TV prijemnik u svojoj sobi. S druge strane, osmogodišnji dječak u 2018. godini posjeduje vlastiti mobilni telefon. U slobodno vrijeme se zabavlja uz tablet, računar, a kako bi roditelji mogli nesmetano da gledaju TV programe ili obavljaju svoje obaveze, velike su šanse da posjeduje televizor u svojoj sobi. Postavlja se pitanje: da li je televizija na neki način komercijalizirala djetinjstvo?

Razvoj tehnologije je doveo do pojeftinjenja tehnoloških stvari, a to znači da ljudi imaju veće mogućnosti za posjedovanjem više TV uređaja u domu. Ovakvim pristupom je zasigurno smanjena komunikacija među članovima porodice, kao i roditeljski nadzor sadržaja koje njihova djeca gledaju. S obzirom na to da nisu sposobna samostalno prosuđivati, djeca u najranijem dobu, zavise od drugih koji ih uče, izdržavaju i usmjeravaju. Međutim, koliko su medijski obrazovani oni od kojih djeca zavise? Medijska pismenost je nužna i kod roditelja i kod odgajatelja u vrtićima.

U doba sve manjeg roditeljskog nadzora, kreatori medijskih programa treba da obrate pažnju kako i na koji način prave sadržaje. Prostor između djetinjstva i odraslog doba se više ne može tačno vremenski odrediti. Djeca sve brže sazrijevaju, a granica kada prestaje djetinjstvo je odavno pomjerena. Sjetimo se vremena prije pojave televizije, kada su djeci bile pristupačne isključivo dječije knjige, u kojem su likovi uglavnom bili pozitivni, a djeca su pronalazila u njima uzora. Osim toga, roditelji su morali kupiti knjigu da bi je dali djeci, što znači da su imali

moćnost izbora onog najboljeg za njihovu djecu. Danas, u vrijeme prezaposlenosti roditelja, nepoznavanja nove tehnologije, teško je kontrolisati koje sadržaje djeca gledaju te šta rade na internetu.

Ovaj rad nastoji ukazati na nepravilnosti u emitovanju dječijeg programa, na pozitivne i negativne strane televizije, a koje utječu na razvoj i obrazovanje djeteta predškolske dobi. Pažnja je posvećena i ulozi roditelja i odgajatelja u ovom segmentu.

2. TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR RADA

Teorijsko metodološki okvir rada se sastoji od nekoliko cjelina.

Rad započinje uvodom, u kojem sam pojasnila zašto sam odabrala upravo ovu temu te zašto je televizija važna kao predmet istraživanja.

Prvi dio obuhvata teorijsko metodološki okvir rada u kojem sam predstavila i kocept rada kroz prijavu teme. To podrazumijeva predmet i problem istraživanja, kategorijalno pojmovni aparat, naučni i društveni ciljevi, sistem hipoteza i indikatora, metode istraživanja koje su korištene u okviru rada, anketa, intervju kao i vremensko i prostorno određenje.

U drugom dijelu sam opisala medije kao važnu sastavnicu života, kao i značajnije društvene mreže koje su se u posljednje vrijeme nametnule kao neizbježne, a to su Youtube, Facebook i Instagram. Nakon toga slijedi uvod u televiziju, historijat, razvoj i važnost televizije kao socijalizacijskog agensa u savremenom društvu. S' obzirom na to da je internet najpopularnija savremena platforma na medijskoj sceni, istražila sam da li je i u kojoj mjeri prevazišao televiziju. Na temelju prikupljene literature i proučavanja odabrane teme istraživanja, kao i šestomjesečnog promatranja TV sadržaja, konceptualno sam opisala televiziju kroz njene prve korake sve do danas, uporedila sa novim medijima, to jeste internetom. S' obzirom na to da televiziju ne možemo ukinuti, možemo li naučiti da živimo s njom a da pritom izbjegnemo sve negativne stvari koje ona nosi sa sobom?

U trećem dijelu je opisan utjecaj televizije na razvoj djece predškolske dobi. Utvrđeno je u kojoj dobi djeca počinju biti svjesni televizije te kada započinje njen utjecaj. U sklopu toga, opisan je socijalni, emotivni te društveni razvoj djece najranije dobi. Ovaj dio je obuhvatio i utjecaj televizije u slobodnom vremenu djece kao i način praćenja i razumijevanja sadržaja koje djeca gledaju.

Četvrti dio se bavi ulogom roditelja i odgajatelja prilikom djetetovog gledanja televizije. Ovaj dio je baziran i na sve popularnijoj stvari današnjice – oglašavanju, koje postaje sve popularnije kod djece. Objašnjeno je u kojim slučajevima djeca traže proizvode sa reklama te kako to utječe

na njih. Pored toga, obuhvaćene su pozitivne i negativne strane utjecaja televizije na život predškolskog djeteta, kao i nasilje u animiranim filmovima.

U petom dijelu je opisana etika televizijskih sadržaja u sklopu javnog servisa te komercijalnih televizija, kao i medijska pismenost svih gledatelja, odnosno recipijenata.

Šesti dio obuhvata empirijski dio. Anketa je obavljena se roditeljima najstarije grupe u vrtiću “JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje Bugojno” S’ obziromna to da sam u prvom poglavlju pisala o tome da li je internet porazio televiziju, putem online ankete sam dobila podatke o tome šta pojedini ispitanici misle, te prikazala rezultate. Pored šestomjesečnog praćenja programa na bh.televizijama, metodom analize sadržaja sam istražila koliko javni servis i komercijalne televizije emituju sadržaje namjenjene djeci, u kojim terminima te kakve su kvalitete ti sadržaji. Na osnovu korištenja navedenih metoda istraživanja ankete i intervjua, napisala sam dobivene rezultate. Cilj istraživanja jeste utvrditi količinu i navike gledanja televizije, djetetove preferirane sadržaje te da li gledanje TV programa utječe na ponašanje, razvoj i obrazovanje djece predškolske dobi. Namjera je bila da ukažem na to koliko postoji zapravo kvalitetnog televizijskog programa upućenog djeci, da li je taj sadržaj prilagođen vremenu kad djeca sjede ispred TV ekrana .

Sedmi dio sadrži zaključna razmatranja dobivenih rezultata te priloge u kojima se nalazi forma anketa kao i intervju sa direktoricom vrtića u kojem sam provela istraživanje.

2.1. Problem istraživanja

Problem ovog istraživanja između ostalog, je nepostojanje kvalitetnih edukacijskih programa koji bi na pravilan način učestvovali u odgoju djece i njihova najranija razmišljanja. Pri tome se može ukazati na nedostatak kvalitetnog stručnog kadra, nedostatak edukativnog programa koji je od ključnog značaja. Nažalost, u današnjem, modernom, svijetu su najčešće zastupljeni programi koji kod djece stvaraju agresivnost, maštanje o nekom nerealnom svijetu, a sve manje se kreiraju kvalitetni crtani filmovi ili edukacijske emisije. S obzirom na to da tehnologija nezaustavljivo raste, da se mijenjaju mediji i medijski sadržaji, istražiti ću kakav je današnji trend gledanja televizije od strane djece u toj dobi. Upravo iz tog razloga je proizašao moj interes za istraživanjem ovog problema.

2.2. Predmet istraživanja

Predmet ovog istraživanja jeste uloga televizije u svakodnevnom životu djece predškolske dobi. Pritom su postavljena dva osnovna cilja: da se ustanovi koliko djeca gledaju televiziju, kako roditelji i odgajatelji reaguju na djetetovo gledanje televizije te način na koji televizija djeluje kada je u pitanju obrazovanje i razvoj djece. Pretpostavlja se da je televizija važan agens socijalizacije u savremenom društvu. To znači da mediji ostvaruju značajan utjecaj na javnost pri čemu su djeca onaj segment populacije koji pobuđuje najveći interes javnosti. Takođe, istražuje se i poruka koju mediji prenose javnosti te kakav utjecaj ta poruka vrši na korisnika, u ovom slučaju djecu. Istražuje se i dječije ponašanje i navike gledanja televizije. Nastojat ću ukazati kako je ova tema od globalnog značaja te zbog čega je vrijedna kao predmet naučnog istraživanja i ukazat ću na glavne odrednice koje se tiču obrazovanja i razvoja djece predškolske dobi kroz prizmu televizije.

U okviru određenog predmeta istraživanja potrebno je objasniti tipski model predmeta istraživanja koji se sastoji od nekoliko činilaca. Osnova za pristupanje izradi tipskog modela predmeta istraživanja je da je predmet istraživanja svih društvenih nauka društvo, sa raznih

aspekata a utjecaj medija je definitivno problem društva i problem sa kojim se bave mnoge društvene nauke.

2.3. Kategorijalno-pojmovni aparat

“**Televizija**” - je telekomunikacijski sistem za emitovanje i primanje pokretnih slika i zvuka sa velikih daljina. Riječ televizija dolazi od grčke riječi tele - daleko i vizija - gledanje. Ovaj pojam se odnosi na sve aspekte televizijskog programa i transmisije.”³

“**Televizijski program**”-je naziv za različite televizijske sadržaje koje emitira određeni televizijski kanal ili mreža u obliku specifičnih televizijskih emisija, najčešće u tačno određenom vremenskom terminu. Danas se televizijski program može podijeliti u četiri glavne skupine: kulturno-obrazovni, zabavni, sportski i informativni. “⁴

Učenje - “Učenje je svjesno i namjerno ponavljanje nekog sadržaja, sa ciljem sticanja znanja ili vještina. To je trajna ili bar relativno trajna, promena individue, koja se pod određenim uslovima može manifestovati u njenoj aktivnosti i koja je rezultat predhodne aktivnosti individue.”⁵

Rano djetinjstvo (predškolska dob) - “Razdoblje čovjekovog životnog ciklusa između dojenačke dobi i srednjeg djetinjstva koje traje do 6. godine života.”⁶

Odgoj – “Zbir procesa putem kojih jedna skupina ili zajednica – mala ili velika – svoje sposobnosti i želje prenosi kako bi osigurala svoj neprekinuti opstanak i razvoj. Odgoj je društvena kategorija i moguće ga je posmatrati kao stalno obnavljanje iskustava u cilju proširivanja i produbljivanja društvenog sadržaja.”⁷

Obrazovanje - Najšire shvaćeno, obrazovanje obuhvata sve postupke koji doprinose sticanju iskustva i njegovog uobličavanja u saznanje, koje služi oformljivanju ličnosti. Obrazovanje je *segment vaspitnog procesa* kojim se stiče, usavršava, uobličava i proširuje iskustvo dece i

³<http://www.wikiwand.com/bs/Televizija> (pristupljeno:22.01.2018. u 16:30 h)

⁴<http://www.sspakrac.hr/index.php/odabrano-mainmenu-32/ueniki-radovi/234-opet> (pristupljeno : 19.01.2018. u 18:39 h)

⁵<https://www.sedmagimnazija.com/UCENJE%20size%202.doc>(pristupljeno : 22.01.2018. u 16:50 h)

⁶<http://struna.ihji.hr/naziv/rano-djetinjstvo/23493/>(pristupljeno: 16.01.2018. u 17:05)

⁷<https://mullasadra.ba/psiholosko-pedagoske-teme/77-psiholosko-pedagoske-teme/2103-znacenje-i-definicija-odgoja>(pristupljeno: 22.01.2018. u 18:00)

prenose im se odabrana saznanja koja je čovečanstvo tokom svog razvoja prikupilo i strukturiralo.⁸

⁸<https://mojapedagogija.wordpress.com/2011/11/21/obrazovanje/> (pristupljeno 25.01.2018. u 11:40)

2.4. Naučni i društveni ciljevi istraživanja

2.4.1. Naučni cilj istraživanja

Naučni cilj istraživanja podrazumijeva doprinos razvoju masovnih medija i televizije kao jednog od najvažnijih aspekata ljudskog života. Potrebno je utvrditi koji su to kvalitetni TV programi za djecu, kako poboljšati sistem odabira programa za ovu vrstu populacije. Istraživanjem se nastoji prikazati pozitivni i negativni utjecaj televizije na razvoj i obrazovanje djece najranije dobi te razlozi iz kojih proizilaze promjene u ponašanju djece koja prekomjerno gledaju TV.

2.4.2. Društveni cilj istraživanja

Društveni cilj istraživanja je analizirati bosansko-hercegovačke televizije i njihov trenutni status. Televizije, odnosno njihove osnovne funkcije su pod negativnim uticajem instant novinara i urednika koji, zahvaljujući tehnološkoj revoluciji, koriste produkciono najjeftinije oblike za kreiranje televizijskih programa. Danas se u globalizacijskim procesima mijenja i definicija novinara. Do skoro to su bili ljudi koji su za taj posao bili obučeni. Danas uz pomoć savremene tehnologije, „novinar“ može biti svako. Takvim pristupom današnji žurnalizam gubi izvornu svrhu postajući sve više dioglobalne zabavne industrije. Imajući na umu prethodno rečeno, smatram da rezultati ovog istraživanja mogu značajno koristiti brojnim stručnjacima koji se bave ovim pitanjima kao i čitateljima ovog rada. Cilj je na temelju rezultata ponoviti i potrebu za neprestanim učenjem o medijima na svim razinama društva, s' obzirom na njihovu ulogu u razvoju čovjeka.

2.5.Sistem hipoteza i indikatora

Generalna hipoteza: Televizija kao, još uvijek, najzastupljeniji i najpopularniji medij kod djece predškolske dobi emitovanjem nekvalitetnog programa ne ispunjava jednu od svojih osnovnih zadaća: informisanje i edukovanje.

Posebna hipoteza 1: Potencijalni utjecaj televizije u savremenom društvu u najvećem broju slučajeva počinje od najranije životne dobi pojedinca.

Posebna hipoteza 2:Javni servis kao najgledaniji medij zanemaruje obrazovnu ulogu. Za razliku od komercijalnih televizija, javni servisi su dužni da imaju redakciju i obrazovni program kako vlastite, tako i koprodukcijske proizvodnje.

Posebna hipoteza 3: Najosjetljivija skupina društva – djeca, gledajući televiziju mogu biti izložena negativnim sadržajima koji mogu biti štetni za njihov razvoj, kao što je npr. nasilje.

Posebna hipoteza 4: Sa djecom predškolskog uzrasta se najlakše manipuliše iz razloga što oni nemaju sposobnost kritičkog prosuđivanja i razlikovanja dobrog od lošeg sadržaja.

Posebna hipoteza 5:Današnji televizijski sadržaji u većini slučajeva nisu primjereni djeci predškolske dobi. Programska šema televizijskih stanica ne obuhvata emitovanje kvalitetnog obrazovno/edukativnog programa za djecu uzrasta do 6.godina.

Posebna hipoteza 6:Uređivačke politike gotovo svih televizija svode se isključivo na profit. Programska politika, kako komercijalnih tako i javnih servisa, prvenstveno je usmjerena na komercijalni program te emisije niske kvalitete, tzv.jeftinu produkciju.

Indikatori: Intenzitet korištenja televizije i programski sadržaji koje djeca preferiraju indikatori su potencijalnog utjecajamasovnih medija na djecu. Takođe, indikatori su TV stanice, odgojno-obrazovne ustanove, akademska zajednica, ministarstvo kulture, RAK.

2.6. Metode istraživanja

U okviru ovog rada koristila sam sljedeće metode: hipotetičko deduktivnu metodu, metodu analize (sadržaja) dokumenata, deskriptivnu metodu, metodu kompilacije, metodu ispitivanja i metodu promatranja.

Hipotetičko deduktivna metoda – Zbog svoje važnosti neizbježna je metoda u istraživanju. Ova metoda se primjenjuje jer se njen predmet odnosi na društvenu stvarnost i jer ona počiva na selektivnom i provjeravanom, potvrđenom društvenom iskustvu u raznim vremenima, na raznim mjestima i od mnoštva subjekata.

Metoda analize (sadržaja) dokumenata – Ovu metodu ću koristiti prilikom istraživanja svih dostupnih dokumenata relevantnih za temu rada. Ovom metodom otkrivamo smisao, značenje i značaj podataka promišljanjem sadržaja i forme dokumenata.

Deskriptivna metoda - ili opisivanje, je jedan od ciljeva nauke i služi za pojašnjavanje predmeta istraživanja. Potrebno je pojasniti predmet istraživanja, odnosno ulogu televizije u životu djece predškolske dobi.

Metoda kompilacije – je postupak preuzimanja tuđih rezultata naučno/istraživačkog rada, odnosno tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja. Ova metoda će biti korištena kako bi se došlo do upoznavanja sa saznanjima drugih autora o istoj temi.

Metoda ispitivanja – bi podrazumjevala kombinaciju blagog i neutralnog ispitivanja u cilju što većeg zbližavanja sa ispitanicima ali i zadržavanja korektnog i poslovnog odnosa. Sa ispitanicima sam koristila pismeno i usmeno ispitivanje, a od tehnika *intervju*. Intervju sam obavila sa direktoricom vrtića “JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje Bugojno”.

Intervju koji je korišten je usmjereni orijentacioni.

Metoda promatranja– Ova faza predstavlja prvu fazu naučno/istraživačkog rada gdje se posmatranjem upoznajemo sa određenim problemom. Najbolje je koristiti sintetičko (kompleksno) posmatranje predmeta istraživanja pomoću kojeg se mogu pratiti aktivnosti, u ovom slučaju programski sadržaji (i stvarno stanje – problemi sa kojima se suočavaju) .

Anketa - je važna tehnika metode ispitivanja. Njen predmet su, u pravilu, masovne pojave a njene odlike su sistematičnost, relativna kratkotrajnost i ekonomičnost.⁹U okviru ovog istraživanja, instrument za prikupljanje podataka je bio anketni upitnik koji je, u ovom slučaju, sadržavao pitanja za roditelje djece koja borave u vrtiću “JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje Bugojno”, koji je bio pismenog tipa. Pored toga, provela sam online anketu među ispitanicima različitih dobnih skupina, a pitanja su bila usmjerena na internet i televiziju, kao glavne konkurente u savremenom dobu.

Također, pratila sam bh. televizijske programe kroz razdoblje od šest (6) mjeseci, a za detaljnije istraživanje sam koristila metodu analize programskih sadržaja koji se plasiraju na javnom servisu te na dvije komercijalne televizije. Istraživanje je obuhvatilo dva dana, a opisani su svi dječiji sadržaji ponaosob.

⁹Termiz, Dževad: Metodologija društvenih istraživanja, Sarajevo: Grafit, 2004.

2.7. Vremensko, prostorno i disciplinarno određenje

2.7.1. *Vremensko određenje predmeta istraživanja*

Ovo istraživanje je obuhvatilo period od oko šest mjeseci (6), a izvori kojima sam se koristila u ovom istraživanju su stručne literature, eseji, kolumne, internetski izvori...

2.7.2. *Prostorno određenje predmeta istraživanja*

Istraživanje je obuhvatilo Bosnu i Hercegovinu zbog medija koji su raspoređeni unutar države, a terenski se vršilo na području grada Bugojna.

2.7.3. *Disciplinarno određenje predmeta istraživanja*

Ovo istraživanje je intradisciplinarnog karaktera. Provodilo se prvenstveno kroz komunikologiju kao nauku sa osloncima na psihologiju i sociologiju. Samo uvidom u pomenute naučne discipline možemo relno sagledati i istražiti ulogu i uticaj televizije na razvoj i obrazovanje djece predškolske dobi.

3. MEDIJI I NJIHOV UTJECAJ NA DRUŠTVO

3.1. Mediji

Mediji su najmoćnije sredstvo današnjice, svakodnevno su uz nas i u velikoj mjeri utječu na naš život. Savremeni čovjek je najviše ovisan o medijima i teško se može odvići od njih. Može se reći da je potreba za komuniciranjem i potreba za medijima u današnjem svijetu veća nego ikada ranije. Mnogim ljudima je prva jutarnja aktivnost pogledati novosti i “nahriniti mozak” informacijama. Potreba za medijima, izgleda, neće nikada prestati. Niti jedan novi medij neće moći zamijeniti ili ukloniti postojeći, jer, kako kaže McLuhan, medij je poruka. (McLuhan, 1989.)

“U kolokvijalnom jeziku izraz medij označava sredstvo prenošenja informacija ili sredstvo komuniciranja. Stručno rečeno, mediji su složeni pojam koji označava sustave javnog informiranja što služe za raspršivanje vijesti i audio-vizualnih sadržaja u svrhu informiranja, obrazovanja i zabave najširih slojeva stanovništva. Masovni mediji (skraćeno masmediji) naziv je za medije široke potrošnje i široka opsega u koje pripadaju: internet, novine, radio i televizija.”¹⁰

(Kečo Isaković, 2006:23) u svojoj knjizi “Izazovi mas-medija” naglašava važnost Marshall McLuhan-a, za kojeg kaže da je “stavio medije u centar društvenih zbivanja i koji im je dodijelio magičnu moć. McLuhan je predvidio tzv. nadolazeće medije, medije koji danas u mnogo čemu upravljaju ili bar u jednom dijelu određuju naše živote. Kad je, pedesetih godina XX stoljeća tvrdio da će svijet postati jedno veliko globalno selo, bio je kritiziran i od teoretičara i od praktičara medija.”

Mi smo danas svjedoci da je bio upravo. Nagli razvoj tehnologije je omogućio svakom korisniku, u bilo koje vrijeme, dostupne informacije i komunikaciju putem medija. Luhan nije mogao predvidjeti u kojem smjeru će ići mediji i do koje će granice napredovati, međutim, itekako je

¹⁰ Izvor: [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 05.11.2018. u 10:20 h)

bio svjestan da će upravljati našim životima. “Čitav čovjekov život jeste, zapravo, nastojanje da se pomoću raznih medija prilagodi medijima kako bi bolje i lakše živio.”¹¹

Da bismo funkcionisali u savremenom dobu, primorani smo prilagoditi se svakom novom mediju. Praksa je pokazala da su ti mediji naročito interesantni djeci i da ih svakodnevno koriste. U tom slučaju, roditelji bi trebali ići u korak sa tehnologijom. Kako možemo vaspitati djecu i reći im šta je dobro, a šta loše, ukoliko ne poznajemo modernu tehnologiju? Koliko zapravo propuštamo stvari u odgojnom procesu djece zbog nepoznavanja novih medija? Zbog manjka vremena i sve bržeg načina života, roditelji su prestali biti glavni odgajatelji djece.

“Još od “Dijalektike prosvjetiteljstva – 1947”, kada su Horkheimer i Adorno izrekli svoje negativne ideje o medijima, traje negativan odnos prema industriji kulture, gotovo ne dajući joj šansu da postigne pozitivne poene u društvenoj ili estetskoj misli.”¹²

Kada je riječ o medijima uopšte, manipulacija je, prema mnogima, glavno sredstvo kojim se služe svi mediji. “Društvena konvencija, sistem vrijednosti jednog naroda u jednom vremenu, jeste plodna osnovica za širenje svakojake propagande i manipulisanje ljudima. Dovoljno je američkom televizijskom gledalištu reći da neka zemlja prijeti amerikancima pa da lideri, zahvaljujući medijima, dobiju podršku za bilo kakvu namjeravanu akciju.”¹³Oduvijek se pokušavalo manipulirati ljudima na razne načine i metode. Djelovati na javnost, natjerati ih da misle drugačije, uvijek je bio cilj. Šemso Tucaković u svojoj knizi “Propagandno komuniciranje” navodi mišljenje Henry-a Alfreda Kissingera koji kaže da “svako doba ima svoj lajtmotiv, skup ideja koje objašnjavaju svijet, koje nadahnjuju ili umiruju pojedince nudeći im objašnjenje za raznolika zbivanja koja djeluju na njih.U srednjem vijeku to je bila vjera; u vrijeme prosvjetiteljstva to je bio razum; u 19. i 20. stoljeću to je bio nacionalizam. Vodeće koncepcije našeg doba su znanost i tehnologija.”¹⁴ Jedno od najmoćnijih oružja današnjice jeste tehnologija.

¹¹Kečo, Isaković, Emina: Izazovi mas-medija, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2006, str. 23.

¹²Kečo, Isaković, Emina: Izazovi mas.-medija, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2006, str. 186.

¹³Ilić, Miodrag: Rađanje televizijske profesije, CLIO, Beograd, 2006, str.345.

¹⁴Tucaković, Šemso: Propagandno komuniciranje, Studentska štamparija Univerziteta, Sarajevo, 1999, str. 278.

3.2. Društvene mreže

Ono što danas najviše zabrinjava jeste nova cyber kultura koja odgaja djecu na svoj način. Društvene mreže su postale neizostavan dio naših života te najpopularniji vid komunikacije, kao i oglašavanja. Međutim, sve društvene mreže nose sa sobom negativne posljedice koje mogu utjecati na ljude, a naročito djecu koja nisu svjesna tih posljedica. “Društvena mreža definira se kao vrsta internetskog servisa, koji se najčešće javlja u obliku platforme, prozora ili web stranice. Društvena mreža je internetski prostor, koji služi za međusobno povezivanje korisnika.”¹⁵ Društvene mreže stalno napreduju u smislu poboljšavanja opcija i mogućnosti. Postaju sve popularnije u svijetu najviše zbog svoje jednostavnosti u komunikaciji sa drugim ljudima.

Svakako, među djecom su najpopularnije Youtube, Facebook i Instagram. Ove društvene mreže imaju istu namjenu, samo se koriste na drugačiji način. Tako, recimo, korisnicima Facebook služi najviše za komunikaciju sa drugim ljudima, Instagram za dijeljenje fotografija, dok se Youtube koristi za dijeljenje video snimaka, slušanje najtraženijih pjesama koje se nalaze na “trendingu”, gledanje spotova...

2.2.1. Youtube

Youtube je danas glavna platforma za izražavanje svih ljudi širom svijeta i svojom dostupnošću je omogućio da svi mogu postavljati šta god žele i kad god žele. “YouTube je pokrenut u februaru 2005. godine osobnim sredstvima od strane trojice bivših djelatnika Paypala, Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim. Popularnost YouTubea je vrlo brzo narasla te ga je 2006. godine Google kupio za 1.65 milijardni američkih dolara i od tada je pod Google grupacijom. Prvi YouTube video isječak objavio je 23. aprila 2005. godine Jawed Karim, jedan od osnivača, pod nazivom „Me at the zoo“ koji prikazuje upravo Jaweda u zoološkom vrtu San Diego kako stoji ispred slonova.”¹⁶

¹⁵Ljubičić, Sanja: Usporedba promotivnih funkcionalnosti društvenih mreža, završni rad, Split, 2016, str.2..Dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A601/datastream/PDF/view>

¹⁶Nakić, Andrea: Uloga društvenih mreža u obavljanju marketinških aktivnosti, diplomski rad, Pula, 2017, str. 15. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu:2130/preview> (pristupljeno: 03.08.2018. u 14:07 h)

Ukoliko pogledamo prvobitnu svrhu ove platforme, ne djeluje zastrašujuće i ne bi trebalo negativno da utječe na društvo. Međutim, Youtube uskoro osmišljava novu strategiju za privlačenje javnosti. “Od 2007. godine na YouTubeu je pokrenut partnerski program koji omogućava korisniku tj. vlasniku objavljenog videozapisa, da dijeli prihod ostvaren od oglašavanja, pritom YouTube uzima 45% prihoda. Videozapisi mogu ostvarivati prihode ukoliko dostignu više od 10 000 pogleda, na način da pojedini pogled vrijedi određen iznos.”

Ovo postaje interesantno naročito mladim ljudima, tinejdžerima, koji počinju snimati tzv.vlogove i time prikazivati svoj privatni život. Želja za popularnošću i što većim brojem pregleda, dovodi do toga da se svakim danom povećava broj mladih ljudi koji snimaju sadržaje za Youtube. Zabrinjavajuće je da mnogi roditelji i ne znaju da njihovu djecu možda gleda cijeli svijet.

Iz tog razloga, nužno je potrebno da svakodnevno razgovaraju sa djecom, da budu upoznati o načinu korištenja ove mreže kako bi mogli preventivno djelovati ukoliko njihovo dijete bude u opasnosti.

2.2.2. Facebook

Facebook je internetska društvena mreža koju je 2004.godine osnovao Mark Zuckerberg. “U svojim počecima, Facebook je bio namijenjen samo studentima sveučilišta na Harvardu koji su tim putem mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati informacije. Kasnije, mnoga druga sveučilišta, srednje škole i velike kompanije širom svijeta priključile su se mreži. Danas ova stranica za društveno umrežavanje ima 845 miliona korisnika.”¹⁷

“U određenim slučajevima, korištenje facebooka može da ima negativan utjecaj na raspoloženje ljudi, a korisnici koji više vremena provode na ovoj društvenoj mreži imaju problema sa

¹⁷ Simonovski, Filip: Vizualizacija kompleksnih društvenih mreža, diplomski rad, Vraždin, 2012, str.12. Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/573991.zavrzni_rad_fsimonov.pdf (pristupljeno 07.08.2018. u 12:09 h)

psihičkim zdravljem, zaključak je direktora za istraživanja u Facebook-u, Davida Finsberga i naučnika Moira Burka.”¹⁸

Svakako, prednosti ove društvene mreže su umrežavanje sa prijateljima što omogućava lakšu komunikaciju. Pored toga, besplatna mogućnost reklamiranja, slanje pdf dokumenata su dobre strane facebooka. Ono što možemo nazvati negativnim stranama facebooka su sigurno nezaštićenost profila kao i mogućnost preuzimanja tuđih fotografija i ličnih podataka. Postoje brojne stranice na ovoj mreži koje ispoljavaju mržnju na osnovu vjeroispovjesti, političkog opredjeljenja i slično. Jedina kazna koju određeni korisnik može dobiti za takve stvari je ukidanje profila i to ukoliko dovoljan broj ljudi putem opcije prijavi taj profil. Možda i najveći problem ove mreže jeste lažiranje tuđeg identiteta. Ova mreža nam omogućuje da kreiramo profil pod bilo čijim imenom i predstavimo kao vlastiti. Ovdje se posebno djeca smatraju ugroženim zbog njihove nemarnosti i lakovjernosti koja ih može dovesti u opasnost.

2.2.3. Instagram

Instagram je, za razliku od prethodne dvije, mreža namijenjena isključivo pametnim telefonima. Relativno je novijeg je datuma i trenutno najpopularnija među djecom i omladinom. “Nastala je 2010.godine a stvorili su je Mike Krieger i Kevin Systrom. Sam dokaz njene popularnosti jeste i kupnja kompanije od strane Facebook-a u 2012.godini za milijardu dolara.”¹⁹ Kao i na Facebook-u, i ova mreža omogućava korisniku “lajkove” tako da on može vrlo brzo postati ovisan o popularnosti koju dobije. Međuvršnjačko nasilje, odnosno poznatije kao *cyberbullying*²⁰ je opasnost na koju roditelji trebaju najviše obratiti pažnju. Ukoliko ne označimo naš profil na “privatno”, tada je naš profil dostupan svim korisnicima, zajedno sa podacima koje postavimo. Također, gledanje tuđih fotografija na različitim mjestima je problem iz kojeg može proizaći anksioznost, manjak samopouzdanja, nezadovoljstvo vlastitim životom koje najviše

¹⁸ Prilagođeno: <https://www.azra.ba/aktuelno/55005/historijsko-priznanje-facebook-otkrili-kako-drustvena-mreza-utjece-na-ljude/> (pristupljeno: 07:08.2018. u 12:30 h)

¹⁹ Izvor: https://www.horizont.com.hr/novost.php?n_id=5&n_naslov=instagram-i-kako-ga-koristiti-za-promociju-vlastitog-brenda (pristupljeno:05.08.2018. u 19:08 h)

²⁰ Naziv dolazi od engleske riječi za nasilničko ponašanje – bullying, a radi se postavljanju neprimjerenih i uvredljivih poruka i fotografija na internetu ili slanju istih na mobitel ili druge komunikacijske uređaje. Dostupno na: <https://net.hr/danas/hrvatska/cyberbullying-znate-li-sto-je-to/> (pristupljeno: 20.09.2018. u 11:20h)

može utjecati na djecu. Instagram može negativno utjecati na djevojčice koje upravo gledanjem savršenih modelastvaraju komplekse od nerealnih fotografija. Samim tim, zaključuju da je njihov izgled nezadovoljavajući. Koristeći se različitim filterima i programima za uljepšavanje ublažavaju osjećaj nezadovoljstva.

3.3. Važnost i razvoj televizije

Da bismo mogli govoriti o važnosti televizije te njenoj svrsi, potrebno je, prije svega, odrediti njenu definiciju.

(Mek Kvin, 1998:13) kaže da je “televizija kao i većina izuma, kombinacija tehnoloških dostignuća, a nikako djelo jednog stvaralačkog genija. Počiva na radiju, filmu, fotografiji, zracima katodnih cijevi i elektronskim kamerama.”

(Kečo Isaković, 2006:56) u svojoj knjizi “*Izazovi mass medija*” navodi da je televizija medij novijeg datuma. Pripreme za razvoj televizije počele su u 19.stoljeću a 20.stoljeće se smatra početkom upotrebe televizije. “Televizija je, jezički gledano, medij koji je lahko objasniti! Tele – *daljina*, vision – *gledanje*, dakle, gledanje na daljinu je televizija!”

“1883. godine Poul Nipkov se bavi usavršavanjem električnog telegrafa i pokušava stvoriti neku vrstu televizije-prenos slike i tona na daljinu. Važan korak za razvoj televizije učinio je ruski fizičar Boris Rosing koji je 1906.godine uspio prenijeti sliku iz jedne prostorije u drugu. U Londonu je Campbell Swinton 1911., uz pomoć zračenja iz katodne cijevi, takođe prebacio sliku iz prostorije u prostoriju!”²¹

²¹Kečo, Isaković Emina: *Izazovi mas-medija*, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2006, str. 56

Ovdje su dvije fotografije na kojima je prikazan TV prijemnik 1930. i 1940. godine.



1930.1940²²

Pojavljivanjem televizije, život čovjeka se promijenio upotpunosti.

Danas je gotovo nemoguće zamisliti porodicu koja ne posjeduje TV prijemnik. Uz dizajn današnjeg TV prijemnika, koji se uklapa u naš moderni svijet, televiziju prate i brojne opcije koje su nam dostupne. Možemo reći da je televizija dostigla jedan potpuno moderni nivo. Međutim, nije uvijek bilo tako. Trebalo je proći dosta vremena da bi televizija danas tako izgledala i imala sve te pogodnosti.

Televizija ima snažan utjecaj u oblikovanju stavova, uvjerenja, mišljenja i prodire u sve aspekte ljudskog života. Moć televizije se ogleda u njenoj sveprisutnosti. Ona nam u isto vrijeme omogućava istovremenost i osjećaj prisutnosti na mjestu koje se prikazuje, što je njena pozitivna stvar, dok se kao negativna posljedica može navesti jednosmjernost.

²² Izvor: <http://www.tvhistory.tv/> (pristupljeno: 12.08.2018. u 11:09)

Činjenica je da je pojava interenta smanjila broj mlađih gledalaca televizije, no promjene na medijskoj sceni i prilagođavanje televizije tehnološkim promjenama svakako ne dozvoljavaju da ona izgubi na važnosti. Televizija je postala univerzalna za sve gledaoce, bez obzira na starost ili materijalnu situaciju.

McLuhan je, pedesetih i šesdesetih godina, u svojim tekstovima govorio da su svi mediji zapravo ništa drugo nego produžeci ljudskog tijela. Prema njegovom mišljenju, radio je produžetak ušiju, novine očiju, a televizija produžetak i ušiju i očiju.(McLuhan,1964.).

Ovi podaci nam govore o tome koliko je Mc Luhan isticao važnost televizije još u tom periodu.Istina, televizija nam je iz korijena promijenila živote.Vratimo li se u prošlost, tačnije 80-te i 90-te godine, zasigurno možemo reći da je televizija svojom sveprisutnošću obilježila ovaj period.Uz potpuno novu dimenziju, postala je važan pokretač socijalizacije te kao takva zauzela zavidno mjesto u savremenom društvu. “Televizija je toliko moćan medij da, kako pokazuju istraživanja, u većini zemalja ljudi pod njenim utjecajem mijenjaju svoj izgled, ali i mišljenje.”²³

Ono što televiziju razlikuje od ostalih medija jeste živa slika, mogućnost prenosa događaja koji se dešavaju uživo u bilo kojem dijelu svijeta, što je ogromna prednost u odnosu na radio i novine. Kako je televizija sve više dobivala na važnosti, tako se i povećavalo ulaganje u proizvodnju programa. Međutim, broj televizija u svijetu je sve veći, a programi sve sličniji. Vrlo je malo kvalitetnih edukativnih programa, a svijetom je zavladao kič i metoda “copy paste”. Fenomen “rijaliti” programa je zavladao, a umjetnici i intelektualci imaju sve manje prostora na ekranu. Da li nam je televizija zaista donijela mnogo više negativnih nego pozitivnih stvari?

(Matković, 1995:15) navodi primjer: “Izgradnja tunela ispod La Manchea je trajala šest godina i stajala 17 milijardi dolara, a u istom razdoblju, engleska i francuska javna televizija su potrošile ukupno 34 milijarde dolara. Od tog silnog novca ostalo je samo nekoliko kamiona kasete snimljenog programa koje su pažljivo pohranjene u arhiv. Televizija je divovski žderač vremena i novca.”

²³ Sigman, Aric: Daljinski upravljani, Velika Mlaka, Ostvarenje doo. 2010, str.51

S obzirom na to da je čovjek društveno biće koje teži ka prihvatanju od strane okoline i društva, neminovno je da kao takav želi biti upoznat sa svim dešavanjima, a televizija je odlično sredstvo za saznavanje mnogih informacija. Utoliko, čovjeku je televizija mnogo bliska i smatra je dijelom svakodnevnog života. “Ne imati televizijski prijemnik shvata se znakom ekscentričnosti, a ne materijalne oskudice.”²⁴ U prosjeku, današnji čovjek ne može zamisliti život bez nje. Rijetki su domovi u kojima ne postoji TV prijemnik, a sve više se praktikuje korištenje više TV uređaja u jednom domu. Sve ovo nam ukazuje na ovisnost o ovom mediju i jednu vrstu navike koje se moderni čovjek teško može odreći.

(Fransis, 1997:13) smatra da je “televizija otišla predaleko, da su mediji, ponijeti tržišnom logikom, prije nekoliko godina počeli da ruše ono što su strpljvo gradili gotovo jedan vijek - demokratski poredak zasnovan na poštivanju vrijednosti, ali i ljudi koji ga predstavljaju i brane, na budnom praćenju promjena javnog mnijenja i na poštovanju manjina.”

(Mek Kvin, 1998:15) navodi dva opšta stava, optimistički i pesimistički, kada su u pitanju televizija i masovni mediji uopšte. Pesimisti, prema Dejvidu, ističu jednoobraznost medijske produkcije i njenu ulogu u pasiviziranju. Imaju negativan stav prema televiziji smatrajući da je ona neka vrsta opijuma za mase, a naročito kritikuju nasilje i pornografiju. Optimisti, s druge strane, izdvajaju ono najbolje što televizija nudi. Porede je sa elizabetanskim pozorištem koji je, u svoje vrijeme, bio popularan za sve slojeve društva.

Svakako, danas su brojniji optimisti iz ovog stava, ali ukoliko pogledamo situaciju u cijelom svijetu, mnogi ljudi nesvjesno traže spas u gledanju televizije. Siromaštvo, sve veća stopa nezaposlenosti i još mnogo toga su razlozi današnje ovisnosti, ako pričamo o pretjeranom gledanju TV, ili gledanju tzv.”beskorisnih” sadržaja. Gledatelj zapravo traži bijeg od stvarnosti, alternativu koja će mu pomoći da nakratko zaboravi probleme, a nije teško shvatiti da su to TV stručnjaci prepoznali i da imaju sposobnost da kreiraju takve sadržaje.

“Uvođenje televizije i njeno širenje od sredine 20.vijek a prihvatilo se dijalektički, u svim društvima na sličan način. S jedne strane, postojala su velika nadanja i visoka očekivanja da će

²⁴Matković, Damir: Televizija – igračka našeg stoljeća, AGM, Zagreb, 1995, 14 str.

televizija obogatiti dječije živote, podsticati njihovu maštu i kreativnost, širiti njihovo obrazovanje i znanje, ohrabrivati multikulturalnu toleranciju, sužavati društvene jazove. S' druge strane, bila je velika bojazan o moći televizije da zatupi osjećanja, razvije indiferentnost prema patnjama drugih, ohrabri destruktivna ponašanja, doprinese društvenom otuđenju.”²⁵

Unatoč pojavi novih medija, televizija je još uvijek sveprisutna u životima svih ljudi i važan faktor u razvoju i obrazovanju djece. Ona svojim sadržajima svakodnevno vrši utjecaj na javnost, a posebno djecu. Nažalost, sve je manje kvalitetnih edukacijskih programa koji bi na pravilan način učestvovali u razvoju djeteta.

Televizija treba da iskoristi posvećenost djece na način da kreira emisije koje će ujedno zainteresovati, zabaviti i edukovati dijete. Djeca se identifikuju i poistovjećuju sa likovima iz crtanih filmova i čak emotivno vezuju za mnoge junake. Iz tog razloga je neophodno da TV stručnjaci znaju prilagoditi i kreirati sadržaje koji su prikladni za taj uzrast. Pri tome, sadržaj ne treba izgubiti efekat zabave jer bit je da djeca, prije svega, imaju pozitivne reakcije na sadržaj.

“Historija je tako htjela da je TV postala sredstvo informiranja, potom političke, pa ekonomske propagande, i na kraju, vrsta neprijatelja prave kulture! – (Kritička teorija društva daje joj negativnu historijsku odrednicu). U svakom slučaju, televizija postaje neodvojivi dio života modernog čovjeka i gotovo sva stvarnost i naš život moraju biti promaknuti kroz prizmu televizije, da bi uopće bili historija! Time je televizija već i pokazala svoju pravu važnost.”²⁶

²⁵Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.10.

²⁶Kečo, Isaković Emina: Izazovi mas-medija, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2006, 59 str.

3.4. Televizija i internet – konkurenti u 21. stoljeću

“Internet se smatra najznačajnijim izumom novog doba, pa se obično kaže da je usud naše i bliskih nam generacija da živimo u “inteligentnoj okolini”, “svjetskom selu”, “elektroniziranom staništu”.²⁷

Život u dvadeset prvom stoljeću je donio izrazite promjene na medijskoj sceni. Unatoč pretpostavci mnogih da će internet upotpunosti nadvladati televiziju i da će ona doživjeti propast, to se nije dogodilo, bar ne upotpunosti. Istina je da je internet svojom brzinom, efikasnošću, novim mogućnostima kakve ljudi do tada nisu vidjeli, postao mnogo praktičniji, lako dostupniji, zanimljiviji. Ključna stvar je u postojanju dvosmjerne komunikacije, odnosno povratne informacije, koja je bila gotovo nezastupljena na televiziji.

Gledatelj prilikom gledanja određenog sadržaja na televiziji nema mogućnost sudjelovanja, izuzev izravnog uključanja u neke emisije, dok s druge strane, internet pruža nove mogućnosti. Gledatelj od nijemog gledanja u TV ekran postaje sudionikom određene rasprave, ima mogućnost sudjelovanja.

Web 2.0 tehnologija omogućila je potpunu dvosmjernu komunikaciju, kada korisnici postaju i publika i stvaratelji sadržaja. Internet je uveliko omogućio slobodu izražavanja, neovisno o rasnoj, vjerskoj, dobnoj strukturi ljudi, stepenu obrazovanja, porijeklu. Ovdje se dovodi u pitanje vrlo bitna stvar koja postaje predmetom mnogih svjetskih istraživanja, a to je manipulacija. Pomenuta sloboda izražavanja nosi sa sobom i pozitivne i negativne strane. Zarobiti što veći broj gledatelja, dati im “hljeba i igara”, zabaviti ih, cilj je svakog osnivača određenog sadržaja. To je ono što povezuje i internet i televiziju, i stvaratelji sadržaja na internetu i televizijski stručnjaci znaju tačno šta hoće.

Svaki sadržaj, poruka, reklama, film, napravljeni su sa određenom svrhom, a najčešći motiv je zarada, a populacija koja ih najviše zanima jesu zapravo djeca. Istina je da djeca mogu mnogo naučiti i na televiziji i na internetu, ali problem leži u dostupnosti, necenzurisanju, neprilagođenosti sadržaja, ali i prezaposlenosti roditelja ili nedovoljnom posvećivanju pažnje

²⁷Fejzić, Čengić F., Kurtić, N., Borić, F., Šimić, S., Smailović, F., Sefo, M., Turčilo, L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008, str. 207.

djetetu. Smatram (riječ “smatram” ne mozes koristit i izbacit je) da je televizija daleko “bezopasnija” za razliku od interneta, iako se i tu odavno krše pravila u emitovanju.

Najveća promjena koju je internet donio, a koja je poražavajuća za televiziju, jeste brzina donošenja informacija. Dok je javnost, prije pojave interneta, za neki događaj saznavala isključivo iz vijesti koje su se emitovale u tačno određeno vrijeme, to više nije slučaj. Danas se informacije odmah nakon događaja pojavljuju na svim društvenim mrežama i portalima. “Smatra se da se na danas u svijetu oko 70 % informacijske populacije redovito informira na WWW ponudama informacija, zavisno od struka koje se koriste za informiranje. U početku su ga koristili kao dodatni medijum, ali danas su WEB stranice nezaobilazni dio savremenog čovjeka koji je toliko ušao u svakodnevni život-od poručioaca roba i namirnica, do rezervacije putovanja...”

Jasno je da su novi mediji olakšali život savremenog čovjeka, međutim, istovremeno povlače za sobom mnogo negativnih posljedica. Dvosmjerni mediji, kako sam već navela, smanjuju pravo na privatnost, informacije su lako dostupne i svako može iskoristiti bilo čije lične podatke.

Tako (Alvin Dej, 2004:64,65) navodi primjer da je tokom zimske olimpijade 1993.godine nekoliko novinara optuženo za neetičko postupanje jer su pročitali elektronsku poštu klizačice Tonje Harding. “Ona je, naime, bila zanimljiva javnosti jer je bila pod istragom za navodno učešće u zavjeri protiv njene američke suparnice Nensi Kerigan. Novinari su došli do njene lozinke za elektronsku poštu, a svoj postupak pravdali tako što su tvrdili da nisu čitali poruke već da su samo htjeli da provjere da li se tim porukama može pristupiti.”

“Nijedan nosač informacija, bilo postojeći bilo onaj koji se tek postavlja, ne može biti siguran da će još dugo pružati isključivo usluge radi kojih je bio postavljen.”²⁸ To znači da se ni internet ni televizija ne mogu držati prvobitnih motiva zbog kojih su i napravljeni.

(Lemiš, 2008:15) je 2007. godine u svojoj knjizi “Deca i televizija” predviđala da će “televizija i u godinama koje slijede i dalje predstavljati medij od centralnog značaja u životima djece, sa kompjuterom koji izdaleka kaska za njom.”

²⁸Bal, Fransis: moć medija, CLIO, Beograd, 1997, str. 37.

Internet je u veoma kratkom vremenskom periodu osvojio i djecu i odrasle. Možda mu niko nije ni predviđao tako veliku ekspanziju u svijetu i utjecaj koji donosi novo informaciono doba.

“U decembru 2006., TIME je osobom godine proglasio svakog korisnika interneta, upućujući sa naslovne stranice poruku cybernautima, koja, prije svih, vrijedi za novinare u novomedijskom svijetu: “Vi kontrolišete informacijsko doba. Dobrodošli u vaš svijet!”²⁹

²⁹Fejzić, Čengić F., Kurtić, N., Borić, F., Šimić, S., Smailović, F., Sefo, M., Turčilo, L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008, str. 214.

4. UTJECAJ TELEVIZIJE NA RAZVOJ I OBRAZOVANJE DJECE PREDŠKOLSKE DOBI

4.1. Utjecaj televizije na razvoj djece

Kako bi se moglo raspravljati o utjecaju medija na djecu predškolske dobi, potrebno je, prije svega odrediti ko se smatra djecom predškolske dobi. "Djeca su onaj segment populacije u koji, pravno gledajući, ubrajamo sve osobe u dobi do navršenih 18.godina života. Gledajući pak iz sociopsihološkog raskursa, u djecu se ubrajaju svi pojedinci u dobi do 15.godine kada započinje razdoblje mladost. Djetinjstvo, dakle, obuhvata prvih petnaest godina ljudskog života, a to se životno doba dijeli u četiri razdoblja: rano djetinjstvo (do 6.godine), djetinjstvo srednje dobi (od 6.do 10.godine) i kasno djetinjstvo (od 10.do 12.godine) nakon čega nastupa rano adolescentsko doba."³⁰ Prve godine života, odnosno razvoj djece u toj dobi kroz prizmu televizije, je ono na šta je baziran ovaj rad.

"Kao razvoj razumijemo slijed promjena u osobinama, sposobnostima i ponašanju djeteta poradi kojih se ono mijenja te postaje sve veće, spretnije, sposobnije, društvenije, prilagodljivije itd. Na dijete se nekad gledalo kao na "čovjeka u malom. Danas znamo da to nije tako i da se čovjek razvija i mijenja od začeca do smrti. Tako je cilj razvojne psihologije, jednog od najvećih među brojnim područjima psihologije, opisati ponašanje čovjeka u svakoj tački razvoja te otkriti uzroke i procese koji dovode do promjena u ponašanju."³¹

Potencijalni utjecaj televizije na djecu započinje od samog rođenja. Dijete uočava televiziju prije nego što shvati njenu funkciju. Rađa se u domu gdje roditelji već svakodnevno gledaju televiziju. Ovakva sveprisutnost televizije omogućava djetetu da se već u prvom mjesecu života susretne sa TV prijemnikom.

³⁰Ilišin V., Marinović-Bobinac A., Radin F.: Djeca i mediji, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2001, str.11

³¹Starc, B., Čudina-Obradović, M., Pleša, A., Profaca, B. i Letica, M.:Osobine i psihološki uvjeti razvoja djeteta predškolske dobi, Golden market, Zagreb, 2004, str. 13. dostupno na: <http://www.gmtk.hr/web/pedeef/042.pdf> (pristupljeno: 05.09.2018. u 09:40 h)

Što se tiče navikavanja, djeca se sve brže zbližavaju sa televizijom i ona im postaje prijatelj, sastavni dio života. Djeca već u najranijem dobu izražavaju želju za gledanjem određenih sadržaja te imaju svoje omiljene crtane filmove.

Teško je utvrditi da li je tek rođeno dijete svjesno osoba, predmeta, ili bilo čega što ga okružuje. Da li je novorođenče svjesno samog sebe i kada počinje stvarati vezu sa ljudima koji se brinu za njega? (Olport, 1991:60) raspravlja o tačnom vremenu kada se ličnost javlja prvi put. Tvrdi da “pojavljivanje ličnosti ne možemo tražiti u novorođenčetu jer se ono ne razlikuje mnogo od fetusa. Njegovo prvo postignuće je nezavisno disanje. Prvi socijalni osmijeh kada dijete napuni dva mjeseca je možda momenat od kojeg se datira pojava ličnosti”.

“Djeca do 18 mjeseci starosti nisu sposobna shvatiti radnju televizijskih sadržaja. Pozornost djece u toj dobi privlače televizijski sadržaji sa brzom izmjenom zvukova, scena i svjetla. Od 18 mjeseci do treće godine života djeca postaju vjerni korisnici medijskih sadržaja kojima će se i u kasnijoj životnoj dobi rado vraćati. Od treće do pete godine života djeca počinju prepoznavati televizijske žanrove te su svjesna da su crtani filmovi namjenjeni upravo njima. No čak i u toj životnoj dobi mnoga djeca neće prepoznati promjenu žanra (poput umetnutih reklama u crtane filmove) već će sve sagledati kao cjelinu.”³² To znači da djeca do 18 mjeseci nemaju sposobnost iskazivanja želje za gledanjem sadržaja. Televiziju gledaju u pozadini sa povremenim osvrtnjem na zvukove ili svjetlost. Dakle, djeca nisu i ne mogu biti svjesna sadržaja koje gledaju upotpunosti i zbog toga je potrebno da ih roditelji usmjeravaju i razgovaraju sa njima o prikazanim sadržajima. O utjecaju reklama na djecu kao i ulozi roditelja u tom procesu bit će riječ u narednom poglavlju.

Granice u odrastanju djece su pomjerene odavno, djeca sve ranije izražavaju svoje želje i imaju svoje mišljenje o mnogim temama koje ne bi trebale biti predmet interesovanja u tom periodu. Evidentno je da djetinjstvo nestaje nevjerovatnom brzinom. “Djeca danas sve više žive u svijetu koji je lišen djetinjstva.”³³

³²<https://www.medijskapismenost.hr/kako-djeca-doživljavaju-ono-sto-vide-na-televiziji-od-1-do-18-godine/>
(pristupljeno: 11.07.2018. u 16:15 h)

³³Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 16.

Na sazrijevanje i razvoj djece uopšte, utječu mnogi faktori, kao što su biološki, genetski, ali i okruženje u kojem se dijete nalazi. Dijete usvaja ono što mu se servira, tako da je uloga roditelja ključna u načinu odrastanja djeteta. Da li će dijete imati negativne posljedice u kasnijoj fazi života, u velikoj mjeri zavisi od roditelja. “Problem prve godine života je u tome da se na čvrstim i prirodnim osnovama uspostavi zavisnost. Ako je ta potreba zadovoljena, onda je dijete u mnogo povoljnijem položaju u kasnijim godinama kada ulazi u period samoaktualizacije. Ako ona nije zadovoljena, onda će se kroz čitav život ispoljavati pohlepnost, težnja za svojinom i slični naponi da se zadobije nježna zavisnost koja je individui u početku života bila uskraćena.”³⁴ Ova zavisnost se odnosi i na televiziju. Nije moguće izbjeći da dijete svakodnevno gleda sadržaje na televiziji. Roditelji svakako ne mogu ni promijeniti programske sadržaje koji se emituju, ali svakako uz pravilan pristup mogu naučiti djecu kako da gledaju televiziju.

“Danas na dijete gledamo kao na cjelovito biće, a na njegov razvoj kao složenu pojavu koja je više nego broj pojedinih aspekata razvoja. Ovaj pristup se naziva holistički i postavlja sljedeće principe:

- Razvoj počinje prije rođenja.
- Razvoj ima više međusobno povezanih dimenzija.
- To uključuje tjelesni, spoznajni, emocionalni i socijalni razvoj koji utječu jedan na drugi i razvijaju se uporedno. Stoga svaka razvojna intervencija utječe na dva područja razvoja.
- Razvoj se odvija predvidljivim koracima i učenje se pojavljuje u prepoznatljivim sekvencama unutar kojih postoji veliki individualni varijabilitet u brzini ravoja i stilu učenja djeteta.
- Razvoj i učenje se pojavljuju kao rezultat djetetove interakcije s ljudima i predmetima iz okoline.
- Dijete je aktivni nositelj vlastitog razvoja.”³⁵

³⁴ Gordon V. Olport: Sklop i razvoj ličnosti, ŠIDP „Kultura“, Beograd, 1991, str. 63.

³⁵Starc, B., Čudina-Obradović, M., Pleša, A., Profaca, B. i Letica, M. : Osobine i psihološki uvjeti razvoja djeteta predškolske dobi, Golden market, Zagreb, 2004, str. 13-14. Dostupno na:<http://www.gmtk.hr/web/pedeef/042.pdf> (pristupljeno: 12.09.2018. u 16:40 h)

Svako dijete prolazi kroz određene faze koje se mogu razlikovati na osnovu genetskih karakteristika, faktora okruženja kao i kognitivnih sposobnosti djeteta.

Da li će dijete biti socijalno kompetetno, zavisi od njegove sposobnosti razlikovanja i ispoljavanja emocija, utjecaja okoline te prilagođavanja, poznavanja i poštovanja društvenih normi i moralnih principa.

4.1.1. Socijalni razvoj djece predškolske dobi

U razvoju djeteta, ključno doba je ono u kojem dijete počinje da shvata stvari iz okoline, a to je doba ranog djetinjstva. Kako bi se dijete pripremilo za uključivanje u život zajednice i prilagođavanje društvu i okolini, potrebno je obezbjediti mu kvalitetno djetinjstvo. Najvažniji proces u dobu ranog djetinjstva je socijalizacija. “Socijalizacija, u najširem smislu, znači integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, što podrazumjeva proces učenja stavova, vrednota i poželjnih oblika ponašanja.”³⁶

“Socijalni razvoj znači stjecanje zrelosti u socijalnim odnosima koji se ostvaruju procesom učenja u težnji da se čovjek prilagodi grupnim standardima a odvija se kroz proces socijalizacije djece koji predstavlja veoma značajnu fazu u njihovom razvoju.”³⁷

“Na socijalizaciju djeteta djeluju porodica, predškolske odgojne ustanove, škole, društvo vršnjaka, mas-mediji i slično.”³⁸ Televizija kao medij u današnjem vremenu, pored interneta, ima jednu od važnih uloga u socijalizaciji djece najranije dobi. Mnogi televizijski sadržaji su zasigurno pozitivni činioci socijalizacije, a to su prije svega, oni koji imaju odgojnu, edukativnu, zabavnu ali i informativnu vrijednost. Međutim, svjedoci smo i velikog broja sadržaja koji prikazuju elemente nasilja koji mogu utjecati na djetetov razvoj. Tako *Enver Demirović* u svojoj knjizi “*Metode novinarstva*” kaže da je “zadatak socijalizacije, odnosno indoktrinacije da čovjeka kao biće totaliteta parcijalizira, svede na nekoliko funkcija, spriječi ga da dođe do svijesti o cjelovitosti svoga bića. To ide od djetinjstva, od poimanja privatne svojine u verziji

³⁶Ilišin V., Marinović-Bobinac A., Radin F.: Djeca i mediji, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2001, str.12.

³⁷Pehar, Lidija: Psihološke posljedice reforme osnovne škole, Sarajevo. Službeni list BiH, 2007, str.92.

³⁸Tomić, Ruža: Komunikacija sa djecom delikventnog ponašanja, Tuzla, OFFSET, 2005, str.28.

koju dijete treba da percipira kao prirodnost, i kojom sve mjeri, od ljubavi, prijateljstva, jednakosti, slobode, rada...”³⁹

“Socijalni psiholozi će jednodušno kazati kako su tri vrste najnegativnijih sadržaja štetni za djecu i mlade. To su prije svega: nasilje, reklamerstvo i seks na TV-u. Ukoliko ih djeca konzumiraju sama bez uzimanja moralne pouke o viđenom sadržaju, nema nimalo sumnje da će posljedice po razvoj djece i njihovu kasniju socijalizaciju biti porazni.”⁴⁰ Dakle, dijete je izloženo svim mogućim posljedicama koje nudi televizija. O tome kakav će biti njen utjecaj, zavisi od više faktora. S’kim dijete gleda televiziju je jedno od najvažnijih pitanja. Ukoliko je dijete izloženo TV sadržajima bez prisustva roditelja, negativne posljedice su vrlo moguće. Osim toga, u razvoju djeteta je neophodan razgovor sa odraslima. Kada bi dijete moglo raspravljati sa roditeljima o gledanim sadržajima, bila bi smanjena mogućnost negativnog utjecaja. Ukoliko im se to ne omogući, dolazi do pogrešnog shvatanja i zaključivanja o određenom sadržaju.

³⁹Demirović, Enver: Metode novinarstva, DES, Sarajevo, 2000, str.236.

⁴⁰Fejzić, Čengić F.,Kurtić, N.,Borić, F.,Šimić,S., Smailović,F.,Sefo,M.,Turčilo,L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008, str.36.

4.1.2. *Emotivni razvoj djece predškolske dobi*

Djeca gledajući TV program prvenstveno otkrivaju svoju emociju. Već u prvim mjesecima života, pokazuju zadovoljstvo ili strah pri gledanju određenih sadržaja. Iskazivanje želje za gledanjem televizije nastaje uglavnom kad dijete razvije sposobnost govora i djelomičnog raspoznavanja. Već je spomenuto da djeca do 18 mjeseci nemaju sposobnost shvatanja sadržaja, međutim, imaju reakciju na zvukove i svjetlost. Reakcije na sadržaj u tom periodu života mogu biti smijeh ili plač.

“Šest osnovnih emocija koje se javljaju u ranom djetinjstvu su: radost, interes/iznenađenje, ljutnja, strah, tuga i gađenje.”⁴¹ Za zdrav emotivni razvoj djece u ovoj dobi je potrebno da nauče kontrolisati svoje emocije u određenim situacijama.

Ovdje najprije mislim na ljutnju. “Emocionalna kompetencija, dakle, uključuje dječiju sposobnost prikrivanja emocija.”⁴² Rekla bih da je potrebno i raspoznavanje emocija. Dijete u toj dobi često nije sposobno da razlikuje, recimo, ljutnju i strah, gađenje i tugu i obrnuto, i tu nastaje problem. Ovakva zbunjenost može dovesti do depresije. Da bi se to izbjeglo, roditelji u prvim godinama života trebaju dijete usmjeravati i regulisati dječije osjećaje. Već kasnije, dijete u kontaktu sa drugom djecom i okolinom, počinje da modifikuje i usklađuje svoje emocije kako bi se prilagodilo situaciji.

4.1.3. *Društveni razvoj djece predškolske dobi*

“Da je čovjekova ličnost stoprocentno genetička, jednom je rekao jedan genetičar. On je bio upravu. Mada je isto tako tačno i da je čovjekova ličnost stoprocentno prizvod sredine., u smislu da utjecaj sredine i učenje ulaze u svaku crtu i svaki čin.”⁴³ Ne samo utjecaj sredine, već i utjecaj predškolskih ustanova, ali i medija utječe na društveni razvoj djece predškolske dobi.

⁴¹ Izvor: https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf (pristupljeno:05.10.2018. u 23:05h)

⁴² Izvor:https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf (pristupljeno: 15.09.2018. u 17:20h)

⁴³ Prilagođeno: Gordon, V.Olport: Sklop i razvoj ličnosti, ŠIDP „Kultura“, Beograd, 1991, str.64.

Utjecaj društva na razvoj djeteta je neizbježan. Ukoliko neizgrađena ličnost, to jeste dijete, doživi psihičko ili fizičko maltretiranje od strane vršnjaka ili čak roditelja, to će zasigurno ostaviti negativne posljedice na njegov kasniji život. S' druge strane, zdrava okolina te odrastanje u mirnim okolnostima mogu dovesti do pozitivnog djelovanja u kasnijem dobu života. Pored porodice, jedan od najvažnijih utjecaja na razvoj djeteta imaju vršnjaci i odgajatelji u vrtićima. "Djeca koja su u predškolskoj ustanovi uključena u složenije igre i aktivnosti, ponašaju se manje agresivno i povučeno"⁴⁴, što znači da je od velikog značaja uključivanje djeteta u različite aktivnosti i druženje sa vršnjacima. Igra ima iznimno važnu ulogu u odrastanju. Veoma važno je da dijete razvije osjećaj uvažavanja drugih u igri, shvata njihove potrebe.

4.2. TELEVIZIJA I UČENJE U RANOM DJETINJSTVU

Pod učenjem se podrazumijeva proces usvajanja znanja i vještina, novih sadržaja koje čovjek stječe vlastitim naporom i ulaganjima. Smatra se veoma važnim u životu svakog čovjeka, a počinje od ranog djetinjstva. Vrlo često ljudi kažu da čovjek kao jedinka uči cijeli svoj život i nadograđuje svoje znanje, ali nikada ne nauči dovoljno da bi prestao sa učenjem. O tome koliko je učenje važno govore i neke od starih poslovice kao što je: "Dijete se savija dok je mlado." Smatram da je učenje u ranom djetinjstvu vrlo važno i da u mnogome utječe na kasniji period života.

"Učenje se definiše kao proces svjesno usmjeren na pribavljanje, razumijevanje, i usvajanje činjenica, pojmova, zaključaka, stavova i generalizacija o predmetima, pojavama i načinima postupanja sa njima, prerađenim, uopštenim i sređenim u sisteme znanja. Učenje podrazumijeva preradu i uobličavanje iskustva, uviđanje, otkrivanje, proricanje u suštinu pojava, restrukturiranje već postojećih saznanja i uspostavljanje asocijacija među znanjima.

⁴⁴ Izvor: https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf (pristupljeno: 12.08.2018. u 17:30 h)

Na taj način učenje je uslov i način stjecanja i razvoja znanja, vještina, navika i sposobnosti potrebnih djetetu za život, uključivanje u društvene odnose, formalno obrazovanje i samoobrazovanje.”⁴⁵

Učenje u ranom djetinjstvu podrazumijeva početak raspoznavanja i razlikovanja. Recimo, dijete od jedne godine počinje da prihvata ili odbija igračke koje mu se nude, ili već ima svoje omiljene. Tako je i sa gledanjem televizije. Djeca u toj dobi već imaju omiljene crtane filmove.

O važnosti učenja govorio je i (Olport, 1991:66) koji je rekao da “čak učimo i kako da učimo”. Od rođenja počinjemo da učimo mnoge stvari. Učimo da pričamo, hodamo, jedemo, plivamo. Učimo kako da se ponašamo i učenjem razvijamo svoju filozofiju života. U današnjem vremenu, dijete je od rođenja naučeno na televiziju. Dakle, djetetu je televizija nametnuta i ono je shvata kao sastavni i obavezni dio svakodnevnice.

Dijete će naučiti ono što mu je nametnuto, s’ obzirom na to da nema mogućnost izbora. Olport kaže: “Individua će naučiti ono na šta se usmjerila da uči”.⁴⁶

Televizija nas upotpunosti zaokuplja jer stvara osjećaj blizine mjestu koje se prikazuje i bliskosti sa ličnostima koje se prikazuju. Važan je izvor informacija i smatra se edukatorom prije svega zbog svoje prostorne neograničenosti. Posredstvom televizije možemo postati sudionik događaja koji se emituje. Time djeca mogu bolje razumjeti doživjeti određene situacije. Međutim, kada bi TV stručnjaci kreirali samo sadržaje edukativnog karaktera, djeca bi izgubila interes za televizijom. Zbog toga trebaju kreirati zabavne sadržaje koji će sadržavati obrazovnu komponentu.

“Učenjem dijete unosi red u kaotično stanje koje ga okružuje.”⁴⁷ Učenje u ranom djetinjstvu treba da bude spontano i usmjereno kroz igru. Kako se formiraju govorne sposobnosti djeteta, formira se i njegova želja za znanjem. Dijete prvi prvim izgovorenim riječima počinje da postavlja pitanja o različitim stvarima. Tad već naviknuto na televiziju, počinje polako raspoznavati sadržaje te preferirati određene programe za djecu. Televizija može biti odlično sredstvo za učenje, međutim, mnogi sadržaji koji se prikazuju ili nisu prikladni za djecu, ili

⁴⁵ Kamenov, Emil: Predškolska pedagogija, knjiga I, Beograd, zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 1987, str. 25-26.

⁴⁶ Gordon, V. Olport: Sklop i razvoj ličnosti, ŠIDP „Kultura“, Beograd, 1991, str. 81.

⁴⁷ Stevanović, Marko: Predškolska pedagogija, knjiga II, Tuzla, OFFSET, 2001, str. 85.

nemaju obrazovnu funkciju. Iz tog razloga roditelji trebaju učiti djecu da sami biraju one sadržaje koji će im biti od koristi. Mnogo je obrazovnih mogućnosti koje televizija može ponuditi, ali to zavisi od onih koji kreiraju i emituju program.

U ovom radu je predstavljena analiza programskih sadržaja za djecu na javnom servisu te na dvije komercijalne televizije i utvrđena njihova odgojno-obrazovna uloga.

4.3. Televizija u slobodnom vremenu djece

Polazeći od pretpostavke (Ilišin, 2001:91), najveća izloženost utjecaju televizije dešava se u slobodnom vremenu kao prostoru gdje se posvećuje pažnja aktivnostima po vlastitom izboru. Martinić smatra da je slobodno vrijeme sastavnica društvenog života te da “u njemu i oko njega dolaze do izražaja iste pozicije, životne opredjeljenosti koje su karakteristične i za društvenu situaciju općenito.”⁴⁸

U našem društvu slobodno vrijeme je shvaćeno kao vrijeme odmora, zabave, gledanja TV sadržaja, igranje video igrica, druženje sa prijateljima i porodicom. Tada prestaju radne obaveze i ljudi se okreću stvarima koje ih ispunjavaju i odmaraju. Međutim, slobodno vrijeme je veoma pogodno za razvoj vještina, učenje i usavršavanje sposobnosti. S druge strane, pretjerano “ljenčarenje”, neproduktivno korištenje interneta i gledanje televizije, može dovesti do pasivizacije društva. Postoji veća vjerovatnoća da će pretjerano gledanje TV programa potisnuti one aktivnosti koji bi možda više koristili djeci (npr. čitanje knjige ili izrada domaćeg zadatka).

(Đorđević, 1958:8), prema podacima V.Šrama, navodi podatke o tome koliko vremena djeca provedu pred TV ekranom. Prema tim podacima, “učenici osnovnih i srednjih škola, provedu u prosjeku 12-24 sata sedmično u gledanju TV programa. U SAD je utvrđeno da već dijete od tri godine provede pred ekranom 45 minuta dnevno.” Ovi podaci jasno pokazuju kako se vrijeme provedeno pred TV ekeanom povećava u zavisnosti od dobi djece. Dijete koje je naviklo od rođenja na TV ekran, kada dođe do faze samostalnog raspoznavanja, njegovo oduševljenje a

⁴⁸Ilišin, V., Martinović-Bobinac A., Radin F. Djeca i mediji, Institut za društvena istraživanja, str.32.

samim tim i vrijeme pred TV ekranom se povećava. Gledanjem televizije, djeca svaki put iznova nadograđuju usvojene vještine.

O važnosti televizije govori (Lemiš, 2008:15), koja ističe da televizija ostaje dominantan medij čak i u onim kulturama u kojima su računari dostigli visok nivo rasprostranjenosti. “U novijim studijama u SAD i Evropi ukazuje se na to da djeca i dalje provode značajno više vremena gledajući televiziju nego što upražnjavaju bilo koju drugu slobodnu aktivnost;kada im je dosadno ili su usamljena, više vole da se okrenu televiziji kao mediju koji se podrazumijeva;ukoliko imaju izbora, radije bi za sljedeći rođendan poželjeli sopstveni televizor.”

Djeca većinu slobodnog vremena provedu pred TV ekranom, međutim, jesmo li se ikada zapitali kakav učinak imaju sadržaji koji im se prikazuju? Ili još važnije pitanje: Utječe li televizija na smanjenje aktivnosti djece? Da li gledanje televizije oduzima vrijeme koje bi možda bilo produktivnije iskoristiti za kognitivni razvoj? Način života u 21.stoljeću je jako brz, i ako se ima u vidu činjenica da je i slobodno vrijeme odraslih nedovoljno organizovano, jasno je da je u tom slučaju i utjecaj medija na djecu mnogo ozbiljniji.

(Lemiš, 2008:151) ističe neke od karakteristika gledanja televizije među djecom: “ona koriste gledanje TV-a kao način da umanje tenziju, bol ili uznemirenost;gledanje TV-a podstiče da se ona više gleda; djeca gube osjećaj za samokontrolu i za vrijeme dok gledaju TV; ona organizuju svoj dnevni raspored u zavisnosti od programa; i ona im nedostaje kada su na putu.”

4.4. Razumijevanje i praćenje sadržaja

Vrlo važno pitanje jeste kako djeca usvajaju sadržaje koje gledaju, na šta usmjeravaju pažnju i kako razumiju određeni sadržaj? Prije svega, da bi dijete pratilo neki sadržaj, mora pokazati određeni interes, to jeste, mora pokazati zainteresovanost za taj sadržaj. Glavni razlozi gledanja televizije kod djece je zabava. Djeca vole da se poistovjećivaju sa junacima i to im pobuđuje interes za gledanjem televizije.

“Do druge godine života dijete se nalazi u senzomotornom razdoblju u kojem stvara mentalne reprezentacije o okolini kroz vlastito djelovanje pa tako dijete može dodirivanjem ekrana shvatiti da je lik lutke na televiziji drugačiji nego kada dodirne svoju igračku.”⁴⁹

Djeca predškolske dobi nemaju baš jasnu predstavu o tome šta je stvarno, a šta nije. Za njih je sve što vide na televiziji stvarno. Kako djeca rastu, povećava se želja za gledanjem kao i njihova sposobnost praćenja programa. “Djeca do treće godine vjeruju kako je audiovizuelni sadržaj zapravo prozor u svijet i sve ono što je prikazano drže stvarnim. Razlikovanje se postupno usavršava sa djetetovim misaonim razvojem i iskustvom u korištenju medija sve do 12. ili 13. godine života.”⁵⁰

Međutim, šta je sa djecom uzrasta mlađeg od godinu dana koje, u toku igre, samo u pozadini čuju zvukove sa televizije ili povremeno bace pogled na sliku? Kako na njih utječe televizija te da li pasivno gledanje može utjecati na djecu? “Zainteresovanost za televiziju počinje od samo rođenja”⁵¹, tvrdi Dafna Lemiš. “Primjećeno je da novorođenčad od nekoliko nedjelja reaguju na zvuke koji dolaze sa TV prijemnika tako što prestaju da uzimaju hranu i okreću glavu ka njemu. Bebe se i dalje, u prvih nekoliko mjeseci svog života, u velikoj mjeri uglavnom oslanjaju na zvučne signale prilikom usmjeravanja pažnje na televiziju, u trajanju od nekoliko sekundi.

Međutim, izuzetno zanimljivi sadržaji, kao što su reklame, živahne muzičke melodije na početku programa i emisije prilagođene vrlo mladim gledaocima mogu da zadrže njihovu pažnju duže vrijeme.”

⁴⁹ Benko, Petra: Televizija u životima predškolske djece, diplomski rad, Zagreb, 2015, str.12. Dostupno na: <https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg:79/preview> (pristupljeno: 10.10.2018. u 14:20h)

⁵⁰ <http://www.medijskapismenost.hr/kako-djeca-razlikuju-medijski-prostor-od-stvarnosti/> (pristupljeno: 07.09.2018. u 17:50h)

⁵¹ Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 70.

Ove stvari su zasigurno primijetili TV stručnjaci te svakodnevno možemo primijetiti brojne sadržaje sa karakterističnim melodijama koje su često suviše, ali privlače pažnju. Ove melodije najčešće čujemo u okviru reklama. “Osobita sklonost ka poznatom sadržaju, koji se nebrojeno puta prati sa zadovoljstvom, intezivira se u toku druge godine života.”⁵²

⁵²Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 71.

5. UTJECAJ TELEVIZIJE NA PONAŠANJE DJECE

5.1. Uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije

Ukoliko se osvrnemo na prošlost, tačnije nekoliko decenija ranije, kada su žene uglavnom ostajale kod kuće dok su muškarci obavljali poslove, možemo shvatiti da djeca nisu bila u velikoj mjeri prepuštena sama sebi. To jeste, imali su stalan nadzor i kontrolu. Promjene koje su se desile u savremenom načinu života gdje su, u većini slučajeva, oba roditelja radno aktivna, dovele su do slabije mogućnosti nadzora aktivnosti djece, što naravno dovodi i do toga da djeca mogu samostalno birati sadržaje koje će gledati. Kao što prezaposleni roditelji nemaju vremena da prate svoju djecu, tako i, s druge strane, porodice slabijeg materijalnog stanja, nastojeći da zadovolje osnovne potrebe svoje djece, ne razmišljaju o tome šta njihova djeca rade u slobodno vrijeme. “Roditeljsko angažovanje oko dječijeg gledanja TV-a može imati najmanje tri nivoa. Prvi je *nivosvjesnosti i zajedničkog gledanja*, a odnosi se na stepen prisutnosti roditelja u blizini u toku gledanja programa, oni su upoznati sa sadržajem programa koji njihova djeca gledaju i čak gledaju programe s njima. Drugi nivo je *nivo nadzorakoji* se odnosi na roditeljevo nadgledanje i ograničavanje dužine gledanja TV-a, vrijeme gledanja i sadržaj programa, kažnjavanje ili nagrađivanje djeteta. I treći nivo je *nivo poučnog posredovanja* koji se odnosi na stepen u kojem roditelji posreduju između djece i TV sadržaja – razgovorom, objašnjavanjem, izazivanjem emocija, razumijevanjem informacija, itd.”⁵³ Sva tri nivoa uključuju angažovanje roditelja tako da nijedan nije pogrešan, niti su sva djeca ista. Roditelji moraju pronaći pravi način kako da utječu na djecu da pravilno koriste televiziju i kako da usvoje ono najbolje što ona nudi. Prepoznati način i metode koje će najbolje funkcionisati i dovesti do rezultata je najvažnija stvar, pa čak i ukoliko to znači zabrana gledanja TV-a. “Pokazano je da je gledanje televizije sa djecom poželjna aktivnost.”⁵⁴

Ukoliko roditelji gledaju TV sadržaje sa djecom, mogu da diskutuju o tom sadržaju i u tom slučaju djeca imaju mogućnost da pitaju roditelje ukoliko im nešto nije jasno i samim tim postoji

⁵³ Prilagođeno: Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.42-43.

⁵⁴Lemiš, Dafna:Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.44.

veća mogućnost razumijevanja sadržaja.“Majke koje su sa svojom djecom gledale obrazovnu seriju za predškolsku djecu *Ulica Sezam* podsticale su pažljivije praćenje serije, efikasnije učenje uz nju, kao i mnogo više uživanja u gledanju!”⁵⁵

U gotovo svakom domu, televizija je uključena tokom cijelog dana, te ona postaje dijelom svih aktivnosti. “ U Sjedinjenim Državama, na primjer, ubrzano širenje televizije tokjom pedesetih i šezdesetih godina XX vijeka dostiglo je tačku zasićenja tokom devedesetih godina kada je 98 odsto stanovništva posjedovalo bar jedan televizijski prijemnik a 65 odsto njih imalo više od jednog prijemnika. Ranije je za porodice iz srednje klase gledanje televizije predstavljalo porodičnu manifestaciju i obično su je gledali svi zajedno u dnevnoj sobi. Kasnije su mnogi Amerikanci imali male sobe ili specijalne prostorije za gledanje TV-a.”⁵⁶

S pravom možemo reći da se televizija nametnula kao jedan od glavnih odgajatelja. U vremenu prezaposlenosti roditelja, ili nezaposlenosti koji dovode do depresije, straha za budućnost, televizija je tu kao “najjeftinija” dadilja.

Roditelji je koriste kako bi smirili dijete, a nastavljali obavljati svoje aktivnosti. Ovaj način ne bi bio pogrešan ukoliko roditelji nadgledaju sadržaje koje njihova djeca gledaju i upozoravaju na samostalan odabir nasilnih. “Iskustva iz prostora u Aziji (Kina, Tajvan, Koreja) govore da u tamo još uvijek očuvanije porodične veze i da djeca češće gledaju TV sa porodicom, dok su nažalost, iskustva u SAD-u takva da djeca češće gledaju TV sa prijateljima ili sami.”⁵⁷

Dakle, jedna od najvećih roditeljskih odgovornosti u 21.stoljeću jeste kako pronaći balans između televizije i djece. Ukoliko roditelji zaista preuzmu odgovornost i kontrolišu djecu pri gledanju TV sadržaja, svakako može biti više od pomoći nego da djecu prepuste samoj sebi. Djetetu je televizija zanimljiva i to je sve što oni znaju o njoj i iz tog razloga im je potrebno vodstvo odraslih koji će voditi brigu o tome kada i koliko gledaju televiziju te usmjeravati na kvalitetne sadržaje. Roditelji trebaju donijeti pravila u gledanju televizije.

⁵⁵Lemiš, Dafna:Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.48.

⁵⁶Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.30-32.

⁵⁷Fejzić, Čengić F.,Kurtić, N.,Borić, F.,Šimić,S., Smailović,F.,Sefo,M.,Turčilo,L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008, str. 36.

“Zlatna pravila gledanja televizije:

1. prikupite što više informacija o programu za djecu;
2. kao što djeci biramo slikovnice, birajmo im i TV program;
3. TV gledajte zajedno s djetetom / djecom i o tome razgovarajte s njima;
4. gledanje TV prilagodite djetetovim aktivnostima, a ne obrnuto;
5. TV treba uključiti kada se prikazuje neki zanimljivi program, a ne da bude stalna zvučno/slikovnapozadina;
6. treba paziti na osvjetljenje u sobi i na udaljenost djeteta od televizora.”⁵⁸

Neminovno je učešće roditelja u procesu razvoja djeteta u ranom djetinjstvu. Utjecaj roditelja je sveobuhvatan jer se proteže kroz sva područja života: od usvajanja higijenskih navika do formulisanja životnih ciljeva. Nažalost, televizija većinom svoju moć ne iskorištava u odgojno-obrazovne svrhe i zbog toga je vrlo važno da roditelji, u najranijem dobu djeteta, vrše selekciju programa i tako uče djecu da gledaju samo ono što će im biti od koristi.

⁵⁸ Izvor: http://www.djecjivrtic-ivanic.hr/documents/za-roditelje/preporuke/Utjecaj_medija.pdf (pristupljeno: 04.09.2018. u 20:50 h)

5.2. Televizija u dječijem vrtiću

Važnu ulogu u procesu odrastanja djece čine i njihovi odgajatelji u vrtićima. Zato je važna medijska pismenost ljudi koji provode vrijeme sa djecom. Odgajatelji bi trebali razgovarati sa djecom o sadržajima koje gledaju i potaknuti medijsku osviještenost kod roditelja. Svakodnevni razgovor i analiziranje onoga što su djeca gledala mogu biti vrlo korisni. U pedagoškom djelovanju, odgajatelji bi trebali obratiti pažnju na dječije oponašanje određenih likova. Danas mnoga djeca zamišljaju da su likovi iz crtanih filmova i nerijetko pokušavaju živjeti onako kako je prikazano u crtanom filmu. Samo razgovor sa djecom može spriječiti dugoročne posljedice koje mogu dovesti do nekontrolisanog ponašanja. Televizija u vrtiću svakako nije poželjna metoda za zabavljanje djece. Međutim, ona je sveprisutna u njihovim životima i odgajatelji bi svakako trebali obratiti pažnju na dječije ponašanje izazvano televizijskim sadržajima. Stoga je važno da odgajatelji budu medijski osviješteni kako bi mogli reagovati na nepoželjno dječije ponašanje. Ako uzmemo u obzir činjenicu da djeca u vrtiću provedu većinu dana, nužno je da odgajatelji budu upoznati sa sadržajima koje djeca gledaju i kod kuće, posmatraju njihove reakcije na spominjanje određenog crtanog filma i redovno razgovaraju sa njima na tu temu. Djeca nemaju sposobnost razlikovanja stvarnog od nestvarnog. Iz tog razloga, pored roditelja, i odgajatelji trebaju razgovarati sa djecom o televizijskim sadržajima, postavljati im pitanja i dozvoliti im da pitaju. Medijska kompetencija ne važi samo za roditelje, ona treba važiti i za odgajatelje u vrtićima.

U svrhu što kvalitetnijeg saznanja o problemu koji istražujem, posjetila sam "JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje u kojem sam obavila razgovor sa direktoricom vrtića Edinom Bajrić.

Prema riječima direktorice, u vrtiću boravi 68 dječaka i 64 djevojčice. Djeca su raspoređena u nekoliko grupa, u zavisnosti od uzrasta. Ustanova ima jedan TV prijemnik, koji se, kako kaže direktorica, rijetko upotrebljava. Gledanje televizije u ovom vrtiću ne traje duže od sat vremena dnevno. Najstarija grupa, uzrasta od 5-6 godina, nikako ne gleda TV u vrtiću, niti izražava želju za gledanjem, dok najmlađi u ovoj ustanovi, uzrasta do 3 godine, sat vremena dnevno gledaju crtane filmove. Usmeni intervju koji je proveden sa direktoricom vrtića je prikazan u prilogu.

5.3. Uticaj televizijskog oglašavanja na ponašanje djece

Televizija kao medij u savremenom dobu ima veoma snažan utjecaj na sve uzraste, i djecu i odrasle, i shodno tome potiče nas na kupovinu proizvoda koji nam često nisu ni potrebni. Odrasli ljudi se donekle mogu i oduprijeti takvim pozivima na kupovinu, međutim, djeca su zbog njihove neiskusnosti vrlo podložna i pod svaku cijenu žele proizvode koje vide na televiziji.

“Prva službena, plaćena reklama na televiziji emitirana je u Americi 1. jula 1941. godine na kanalu WNBT prije bejzbolske utakmice između Brooklyn Dodgersa i Philadelphia Philliesa. Bio je to kratak, jednostavan oglas za satove Bulova. Kompanija je reklamu platila devet dolara. Tako je rođena reklamna industrija, koja je do danas okrenula milijarde dolara. Danas je toliko prestižno dobiti reklamu u “prime timeu”, za vrijeme događaja koje gleda najviše ljudi, da se sekunde plaćaju nevjerovatnim iznosima.”⁵⁹

“Animirane filmove i igrice prate reklamni materijali koji podstiču njihovu upotrebu, ali u isto vrijeme i razvijaju snažnu potrebu za njima. Djeca žele da jedu samo iz posude na kojoj se nalazi nasmiješen njihov omiljeni lik iz crtanog filma, a na spavanje odlaze u oslikanoj pidžami, držeći u naručju svog heroja.”⁶⁰

Što se tiče kupovine, djeca zavise od roditelja i mogu dobiti ono što im oni obezbjede. Reklame potiču djecu da zahtjevaju od roditelja kupovinu proizvoda pa bismo mogli pretpostaviti da djeca koja više gledaju televiziju više i traže proizvode od roditelja. Međutim, to ne mora biti nužno istinito ukoliko, s druge strane, pretpostavimo da roditelji koji često razgovaraju sa djecom o kupovini i stvaraju svijest i razumijevanje pri kupovini kod djece. Apsolutno je nemoguće izolovati djecu od marketinških poruka, ali ono što roditelji mogu učiniti jeste da nauče djecu da budu “razumni potrošači”. To znači da nauče djecu da razmisle o proizvodu koji se reklamira..

⁵⁹ Izvor: <https://www.azra.ba teme/45148/televizija-nekad-sad-prva-serija-je-imala-budzet-25-dolara-prva-reklama-kostala-je-samo-devet-dolara/> (pristupljeno: 01.11.2018. u 13:00h)

⁶⁰ Izvor: <http://odsek.medijststudije.org/wp-content/uploads/2011/03/Zbornik-Digitalne-tehnologije-FINAL.pdf#page=301> prilagođeno (pristupljeno: 05.11.2018. u 09:40h)

“Komercijalna televizija doživljava djecu uglavnom kao tržište za reklamiranje proizvoda. Razvoj oglašavanja kao oblasti doveo je do jačanja sve većeg broja različitih oblika oglašavanja i trgovine posredstvom programa”⁶¹

Kreatori marketinških poruka često koriste likove iz crtanih filmova za reklamiranje proizvoda. Zašto su djeca najzanimljiviji potrošači u okviru marketinga? Postoji priča o petogodišnjaku kojeg su pitali šta bi on poželio kad bi imao mogućnost od zlatne ribice tražiti jednu želju. Njegov odgovor je glasio:”Tampax tampone, jer bih onda mogao plivati, jahati na konju ili učiniti šta god želim.”⁶²

Ova priča samo dokazuje koliki utjecaj ima oglašavanje na djecu, čak i kad ona nisu svjesna kakav je proizvod niti čemu služi. Problem leži u tome što su reklame izgubile svoju prvobitnu svrhu. Upoznavanje konzumenta, tj. potencijalnog kupca, sa proizvodom je odavno prestao biti cilj. Reklame danas manipulišu ljudskim osjećanjima, nameću vrijednosti i uspjevaju u svojim namjerama. “Ciljani uzrast djece sistematično je opadao do tačke da sada nijedan uzrast nije zaštićen od sila oglašavanja, čak ni bebe gledaoci od nekoliko mjeseci, za koje televizijski program služi da namamljuju njihove roditelje da im kupuju stvari.”⁶³

Dakle, reklame je nemoguće izbjeći. Digitalizacija te sve veći broj dostupnih kanala omogućuje gledaocu izbor te izbjegavanje reklama u datom momentu. Međutim, proizvođači programa nisu gubili vrijeme i ne samo da su iskoristili vrijeme predviđeno za marketing, već njihove reklame možemo vidjeti i u mnogim emisijama. “To se postiže u vidu sponzorstva (korištenjem jasnih poruka u okviru programa), plasiranja proizvoda (prikazivanjem ili ubacivanjem marke proizvoda u emisiju), ili tipom programa koji se emituje. CNN-ova emisija “Pogled u budućnost”, koju finansira kompanija IBM, jeste tipičan primjer sjedinjavanja reklama sa programom. Naglasak je na karakteristikama najnovijeg kompjuterskog programiranja i kompjuterske opreme danas dostupne na tržištu.”⁶⁴

⁶¹Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.132.

⁶²<https://www.medijskapismenost.hr/odgoj-malih-potrosaca-kako-reklame-djeluju-na-djecu-predskolske-dobi/> (pristupljeno: 08.09.2018. u 15:25h)

⁶³Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 132.

⁶⁴227 strana, naci knjigu

“Propagandisti i oglašivači su shvatili da pravi novac koji je povezan sa dječijim segmentom tržišta leži u njihovom utjecaju na odluke pri kupovini. Zbog njihove kupovne moći i zbog njihovog utjecaja pri kupovini, propagandisti i oglašivači su postali sve promišljeniji u njihovim strategijama i pokušajima kako utjecati na te dolare.”⁶⁵, ističe dr.David Walsh u dokumentarnom filmu “Djeca potrošači – komercijalizacija djetinjstva”, koji zapravo prikazuje čemu su danas djeca izložena u Americi.

Film se bazira na prikazivanju sve veće oglašivačke propagande u Americi, koja stalno pomiče granice u nastojanju da bude što prisutnija u dječijim razmišljanjima, a sve u svrhu stvaranja što većeg profita.

“Riječ je o ljudima koji žele uvjeriti našu djecu da život znači kupovanje, da život znači dobivanje. Tako to postaje filozofija od kolijevke do groba: neka dođu do njih rano, neka dođu do njih često. Neka dođu do njih na što je moguće više mjesta kako bi ih dobili. Ne samo kako bi im prodali proizvode i usluge, nego kako bi ih preobratali u doživotne kupce.”⁶⁶ Ovo nam govori samo koliko su unaprijed smišljene strategije da bi određeni proizvod dobio stalne kupce.

“U emisijama namjenjenim djeci ili emisijama koje gleda veliki broj djece ne može se reklamirati proizvod ili usluga niti se koristiti nikakva metoda reklamiranja koja bi ih mogla fizički, moralno ili duševno povrijediti. Ne smiju se koristiti metode reklamiranja koje bi se zasnivale na dječijoj znatiželji i osjećaju pripadnosti.”⁶⁷, navodi se, između ostalog, u Kodeksu ITV o reklamiranju.

⁶⁵ Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=llw-VBC8KOM> (pristupljeno: 08.08.2018. u 16:30h)

⁶⁶Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=llw-VBC8KOM> (pristupljeno: 08:08.2018. u 16:35h)

⁶⁷Matković, Damir:Televizija-igračka našeg stoljeća, AGM, Zagreb, 1995, str.158.

5.4. Pozitivne i negativne strane televizije

5.4.1. Pozitivne strane televizije

Da li će utjecaj televizije na djecu biti pozitivan ili negativan, zavisi najviše od vremena izloženosti djece TV programima kao i nadzora roditelja ili odgajatelja kada je dijete pred TV ekranom. Međutim, sam nadzor nije dovoljan. Roditelji bi trebali razgovarati sa djecom o sadržajima te im objašnjavati stvari koje vide na TV, jer pravilno upravljanje može dovesti do napretka. Ukoliko odgajatelji, roditelji ili bilo koje druge osobe odgovorne za djecu imaju razvijenu svijest o pozitivnim i negativnim efektima televizije te im pristupaju na pravilan način, dijete može usvojiti sve pozitivne stvari koje nam nudi ovaj medij.

(Sigman, 2010:85-86) objašnjava potencijalno pozitivne posljedice medija na djecu: "Na edukativnoj konferenciji u Velikoj Britaniji čulo se kako djeca gledaju televiziju toliko da likove iz serija počinju smatrati zamjenskom obitelji. Roditeljima se često govori da mogu spriječiti negativne utjecaje televizije gledanjem i raspravljanjem o televiziji sa djetetom. Televizijskoj industriji i znanstvenicima koje finansijski podupire sviđa se ta uputa roditelja jer konačno mogu reći: dopustite djeci da gledaju televiziju s vama."

Televizija uistinu ima mnogo pozitivnih stvari, ukoliko se primjenjuje na pravilan način. Djeca mogu naučiti strani jezik, abecedu, proširiti riječnik i slično. Edukativni program namjenjen djeci proširuje njihovo znanje. Crtani filmovi mogu pozitivno utjecati na dječije učenje. Crtani film "Hello Kitty" je osvojio cijeli svijet. Sveske, olovke, naljepnice, majice, brojni su predmeti u znaku "Hello Kitty-a". Razumljivo je da će djeca koja vole gledati ovaj crtani, lakše pristati na učenje, npr., brojeva ukoliko su u znaku ovog lika.

Također, djeca prepričavanjem sadržaja koji su gledali, razvijaju kritičko razmišljanje. Opisivanjem događaja koji su gledali, obogaćuju fond riječi te izražajne sposobnosti. Primjera radi, "Učilica", edukativna emisija za djecu koja se više ne emituje, je pružala djeci i zabavu ali i mnoge korisne stvari iz različitih oblasti.

5.4.2. *Negativne strane televizije*

Televizija na ljude ima negativan učinak onoliko koliko joj to oni dozvole. Ovo pravilo važi i za djecu. Još je i McLuhan govorio: “Proizvodi moderne znanosti nisu sami po sebi dobri ili loši; njihovu vrijednost određuje način na koji se upotrebljavaju.”⁶⁸

(Sigman, 2010:2-3) je u svojoj knjizi “Daljinski upravljani” naveo da mediji imaju više negativnih utjecaja na život čovjeka. “Prema statistici, ljudi dnevno provedu u prosjeku 4 sata gledajući televiziju. a do kraja 75. godine života, pred televizijom je prosječni čovjek proveo 12,5 godina. Prosječno šestogodišnje dijete provelo je čitavih godinu dana svog života pred televizijom. Naime, danas većina naše djece doslovno više gledatelevizijske junake nego svoje roditelje.”

Uopšteno, podaci su zastrašujući, naročito ukoliko televiziju posmatramo kao sredstvo koje negativno utječe na djecu. Uz svakodnevno gledanje, recimo, nasilnih sadržaja, djeca postaju tolerantnija prema agresiji i nasilje smatraju normalnim. Obzirom da djeca nisu sposobna samostalno kritički raspoznavati sadržaje te razlikovati stvarno od nestvarnog, prilikom gledanja takvih sadržaja, mogu se javiti određeni strahovi i problemi prilikom spavanja. “Televizija je ponudila veliki strah, kada se negativno koristi zatupljuje osjećanja, jača indiferentnost za patnje drugih, srozava moralne vrijednosti, potiskuje lokalnu kulturu...”⁶⁹

“Postoje mnogi televizijski elementi koji bude emocije straha: opasne situacije, povrede, tjelesne deformacije, strah samog lika i mnogi drugi. Djeca mogu da pokažu svoj strah, ne samo u situaciji dok gledaju program, već i izvan njega – noćnim morama, u situacijama koje su slične određenoj televizijskoj sceni i slično. Neki traumatizirajući momenti sa televizije ostaju u njima dugo godina i mogu da utječu na njihova shvatanja i ponašanja u konkretnim situacijama.”⁷⁰

⁶⁸McLuhan, Marshall: Razumijevanje medija, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2008, str.16.

⁶⁹Fejzić, Čengić F., Kurtić, N., Borić, F., Šimić, S., Smailović, F., Sefo, M., Turčilo, L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008, str.36.

⁷⁰Lemiš, Dafna: Deca i televizija., CLIO, Beograd, 2008, str.96.

5.5. *Nasilje u animiranim filmovima*

“Animirani film je filmska vrsta u kojoj se animacijom uvjetuje percepcija prizornoga kretanja. U njemu se zamjedbu kretanja ne dobiva snimanjem prizora u pokretu (živim snimanjem), nego se pokret dobiva pojedinačnim snimanjem (sličica po sličicu), posebno pripremljenih faznih promjena statiče situacije; iznimka je piksilacija.”⁷¹

U savremenom društvu svaka nova generacija djece je bogatija sa nekim novim medijima. To sa sobom nosi, prema mom mišljenju, više negativne posljedice. Mjesta za igru napolju je sve manje, a većina djece tvrdi da ih je sramota igrati se vani jer je to “prestalo biti u modi”. Druženje se uglavnom svodi na igranje playstationa, gledanje TV sadržaja, bez previše razgovora. Širom svijeta djeca se dive junacima iz crtanih filmova, sa oduševljenjem ih oponašaju te žele postati kao oni. Problem leži u sve većem broju nasilnih likova, od kojih djeca postaju agresivna i sklona ispoljavanju te agresivnosti. “Kako žive u virtualnom svijetu, ne razvijaju optimalno emocionalnu inteligenciju ni samopouzdanje, a istraživanja su pokazala da im manjka kreativnosti, te im se povećava mogućnost razvoja depresije i nesigurnosti.”⁷²

U gotovo svim crtanim filmovima, borba rješava problem. Junaci ruše sve pred sobom da bi došli do cilja, ne birajući sredstvo. U dječijoj glavi se stvara ovakav stav: “Nije uredu udariti nekoga, ali ako dobar lik udari lošeg, onda je to uredu.” Gledajući ovakve sadržaje, djeca stječu dojam da mogu uraditi šta god požele da bi dobili, recimo, određenu igračku. Pa čak i ako to znači ozlijediti prijatelja. Emisije koje su kreirane na ovakav način, mogu zbuniti djecu koja pokušavaju razumjeti razliku između dobrog i lošeg. S jedne strane, većina roditelja uči djecu da nije uredu udariti nekoga, dok s druge strane, televizija uči drukčije. Takođe, kreatori crtanih filmova često nasilne sadržaje pretvaraju u komične, tako da ono što je nasilno postaje prihvatljivo i ne izgleda tako loše.

(Lemiš, 2008:114) navodi da razlog za zabrinutošću nije samo količina nasilja na televiziji. Ono što zabrinjava jeste vrsta nasilnih postupaka i okolnosti pod kojima se odvijaju. Ona takođe navodi primjer: “Obimnom studijom kojom su proučavani američki televizijski programi (koje prate ljudi u mnogim zemljama širom svijeta) došlo se do zaključka da tri četvrtine nasilnih

⁷¹ Izvor: <http://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=43> (pristupljeno: 12.07.2018 u 12:09 h)

⁷² Izvor: [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 12.07.2018. u 13:10 h)

likova ne dobije kaznu zbog svojih postupaka; u otprilike polovini prikaza činova nasilja nije prikazana povreda niti patnja žrtve; samo je otprilike jedna šestina prikazala dugoročne posljedice nasilja, kao što su one emocionalne ili ekonomske prirode; i samo je djelić programa (4 odsto) koji su prikazivali nasilje, iskoristio priliku da ga kritikuje ili razmara nenasilne opcije za rješavanje problema.”

U animiranim filmovima likovi rijetko osjećaju bol, nakon ozljede se dižu i nastavljaju borbu, u potpuno normalnoj figuri, bez vidnih posljedica. Mlađa djeca ne razlikuju maštu od stvarnosti, tako da postoji mogućnost da, gledajući ovakve sadržaje, nesvjesno ozlijede sebe ili drugog. “U Izraelu je jedan sedmogodišnji dječak, koji je slomio kičmu, viknuo prije nego je skočio kroz prozor: “Vidite kako leti Supermen”.⁷³

Neosporna je činjenica da većina djece od najranije dobi gleda sadržaje u kojima se nalaze neskriveni elementi nasilja kao i to da su takvim sadržajima izložena tokom cijelog života. Osim toga, djeca najmlađe dobi se uvijek plaše strašnih likova koji su u crtanim filmovima uglavnom izopačeni i prikazani kao čudovišta. Možemo li djeci objasniti da to nisu stvarni likovi već izmišljeni, ukoliko ona nemaju izgrađen stav i sposobnost raspoznavanja? “Djeca u cijelom svijetu obično na televiziji vide mnogo više nasilja nego što bi ikada mogli da iskuse u stvarnom životu.”⁷⁴

“Jasno oblikovani lik veoma je važna komponenta u dječijoj umjetnosti, a odsustvo takvih junaka u akcionim programima predstavlja veliki problem. Većina ovih emisija nema jednog junaka kojeg stvarno uspjete da upoznate, a njihove su priče vrlo zbunjujuće i nekoherentne. Dobri momci često djeluju nasilno i zloslutno.”⁷⁵

“U svijetu su više nego kod nas provedena brojna istraživanja o učincima medijskoga nasilja na djecu. Ona su dokazala da medijsko nasilje potiče strah i utječe na psihološke traume kod djece,

⁷³Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str. 112.

⁷⁴Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.114.

⁷⁵ Alvin Dej, Louis: Etika u medijima, primjeri i kontraverze, Medija centar, Beograd, 2004, str.402.

uključujući tjeskobu, depresiju i posttraumatski stres. Djeca izložena medijskom nasilju smatraju da je svijet puno opasniji nego što uistinu jest.”⁷⁶

⁷⁶ Izvor: [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 17.07.2018. u 18:10h)

6. ETIČNOST TELEVIZIJSKIH SADRŽAJA

6.1. Javni servis

Javni servis u Bosni i Hercegovini se sastoji od tri javna emitera: Radio-televizije Bosne i Hercegovine (BHRT) koji djeluje na razini cijele države i dva entitetska: Radiotelevizije Federacije Bosne i Hercegovine te Radio-televizije Republike Srpske.

“Javni servis je izrastao iz državne radio-difuzije zasnovane na eminentno državnim interesima, odnosno interesima koje uspostavlja i verifikuje sistem vlasti.”⁷⁷ Uloga javnog servisa je da u interesu građana informiše, obrazuje i zabavlja. Prema zakonu o Javnom RTV sistemu, “osnovni zadatak javnih RTV servisa jeste da plasmanom raznovrsnih i vjerodostojnih informacija istinito informiraju javnost o političkim, privrednim, socijalnim, zdravstvenim, kulturnim, obrazovnim, naučnim, religijskim, ekološkim, sportskim i drugim događajima, podstiču demokratske procese, osiguraju odgovarajuću zastupljenost nepristrasnih vijesti i programa o aktuelnim dešavanjima, u udarno i u drugo vrijeme, informativnog, kulturnoumjetničkog, obrazovnog, dječijeg, sportskog i zabavnog programa, te da programi najvišeg kvaliteta budu dostupni javnosti u Bosni i Hercegovini.”⁷⁸ Televizije koje su u sastavu javnog servisa su dužne da proizvode i emituju sadržaje od javnog interesa. Za razliku od komercijalnih televizija koje su orjentisane prvenstveno na profit, dužnost javnog servisa je da u službi građana obezbjeđuje kvalitetan i raznovrsan program. Poštovati osnovna ljudska prava, dostojanstvo, nepristrasno emitovati sadržaje, poticati obrazovanje i medijsku pismenost su glavne odrednice kojeg bi se trebao držati javni servis.

⁷⁷Analitički tim Media plan instituta: Analiza programa tri javna servisa u periodu prime time, ispoljavanje javne uloge – forma, sadržina, ukloni, Sarajevo, 2013. str.2. dostupno na: <http://www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=540&n=ISPOLJAVANJE%20JAVNE%20ULOGE%20%96%20FORMA,%20SADR%8EINA,%20UKLONI> (pristupljeno: 12.11.2018. u 12:06 h)

⁷⁸Član 5, zadatak Javnih RTV sistema, dostupno na [file:///C:/Users/pc/Downloads/Nesluzbeni%20precisceni%20tekst%20-%20Zakon%20o%20Javnom%20radiotelevizijskom%20sistemu%20BiH%20-%20B%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/Nesluzbeni%20precisceni%20tekst%20-%20Zakon%20o%20Javnom%20radiotelevizijskom%20sistemu%20BiH%20-%20B%20(1).pdf) (pristupljeno: 10.10.2018. u 14:50h)

Međutim, da je stvarnost daleko od gore opisane, pokazuje i izjava Olivere Kovačević, voditeljice političkog magazina “Da možda ne” i urednik zabavnog programa RTS-a je za emisiju “Pravo na medije”. Ona tvrdi da je imala mnogo problema pri sastavljanju i kreiranju emisije, kako navodi, najviše zbog vladajuće strukture.

“Vi nikada nećete doživjeti da vas odbije državni funkcioner da dođe pet minuta u dnevnik i saopšti stav. To niko nije odbio. Odbiće samo ako treba da dođe u studio i da se suoči sa drugom stranom, kao što je moja emisija. I zbog toga je naš posao težak. Meni Boris Tadić nikad nije bio gost dok je bio predsjednik Republike. Nije ni Tomislav Nikolić. Mnogo puta nisam mogla da realizujem emisiju kako sam ja željela. Jedno je u pitanju da li smo u nekim spornim odnosima sa određenim ljudima, kao kuća mislim, drugo da li su neki politički pritisci, treće da niste mogli da obezbjedite sagovornike što zbog tih pritisaka neko iz vlasti ne želi da se o tome govori.”⁷⁹

Da situacija ni u našoj državi nije mnogo drugačija, pokazuje i izjava Mirsada Fazlića, novinara Slobodne Bosne, za Balkan Insight koji je rekao da su “najgori problemi u medijima pritisci političkih izvora moći koji rade jedni sa drugima.”⁸⁰ Mnoge njegove kolege dijele mišljenje da je politika, nažalost, diktator medijima u Bosni i Hercegovini. Novinar mostarskog Dnevnog lista također navodi probleme sa kojima se suočavaju i privatne ali i javne televizije, a ističe da su neki u cjelosti pod kontrolom političkih stranaka. “Dok su državni i entitetski emiteri djelomično ili upotpunosti pod političkom kontrolom, lokalni javni mediji su pod apsolutnom kontrolom lokalnih vlada.”⁸¹

⁷⁹Izvor: <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/pravo-na-medije-koja-je-uloga-javnih-medijskih-servisa/>(pristupljeno:01.12.2018. u 17:30 h)

⁸⁰<https://www.radiosarajevo.ba/metromahala teme/bh-novinari-pod-pritiskom-politike/116060>

⁸¹<https://www.radiosarajevo.ba/metromahala teme/bh-novinari-pod-pritiskom-politike/116060>

“Programi javnih emitera su u službi zastupanja i promovisanja uskonacionalnih i političkih interesa entitetskih elita, pri čemu se često uključuju u njihovu političku borbu i obračune. Vlasti i pojedini politički subjekti se direktno ili indirektno miješaju u rad emitera očekujući da oni budu branioci ekskluzivnih nacionalnih ili političkih interesa, čime se sužava prostor za dijalog, a napolitičara i vladajućih struktura, već i od tržišta, oglašivača.”⁸² Dolazimo do situacije gdje se javni servis sve više poistovjećuje sa komercijalnim televizijama i time krši svoju obavezu.

Privatne (komercijalne) televizijske kompanije imaju nešto manju obavezu poštivanja principa koji su obavezni za javni servis, međutim, to ne znači da ne moraju poštovati osnovne principe koje su obavezne za sve. Zadatak svake televizije je da razvija interesovanje ljudi za gledanjem sadržaja, zadovoljavajući pritom potrebu ljudi za tačnim informisanjem ali i zabavom.

Javni servis je dužan da obezbjedi programski sadržaj koji će biti neovisan od državnih interesa, da širi kulturne vrijednosti, da se zalaže za napredak zemlje, da objektivno informiše. Također, dužnost javnog servisa je da obezbijedi kvalitetan odgojno-obrazovni program za djecu.

“U Pravilima Agencije o javnim radio i televizijskim stanicama usvojenim 2011. godine, u članu 3, stav 2 ističe se da će se „najmanje 6% sedmičnog programa javne televizijske stanice sastojati od dječijeg programa sa obrazovnom ili instruktivnom namjenom. Za javne RTV servise u BiH navodi se da su dužni da osiguraju emitovanje "dječijeg i omladinskog programa, kako obrazovnog tako i zabavnog karaktera, odnosno kombinaciju navedenog, u trajanju od najmanje 10 sati sedmično. Privatne TV stanice same formiraju svoje programske ponude i nisu dužne da emituju pojedinačne programske segmente.”⁸³

Djeca kao bitan segment društva ne smiju biti zapostavljena. Za potrebe ovog rada, analizirala sam programske sadržaje dječijeg karaktera na javnom servisu te na dvije komercijalne televizije, a analiza je prikazana u empirijskom dijelu rada.

⁸²<http://www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=540&n=ISPOLJAVANJE%20JAVNE%20ULOGE%20%96%20FORMA,%20ADR%8EINA,%20UKLONI>

⁸³Izvor: http://www.unicef.rs/files/Analiza_televizijskih_programa_za_decu_u_Srbiji.pdf (pristupljeno: 06.09.2018. u 12:45h)

6.2. Etika televizijskih sadržaja

Da bi se moglo raspravljati o etici televizijskih programa, prije svega je potrebno odrediti definiciju etike i razlučiti je od pojma morala. “Riječ *moral* izvedena je od latinske riječi *mos*, *moris* što znači *način života* ili *postupanje*. Riječ *etika*, s druge strane, izvedena je iz grčke riječi *ethos*, što znači *običaj*, *upotreba* ili *karakter*. Etika je zapravo grana filozofije koja se bavi moralnom komponentom ljudskog života i obično se naziva filozofija morala.”⁸⁴ S druge strane, “moral možemo definirati kao sveukupnost važećih moralnih normi, prosudbi i institucija.”⁸⁵ Ono što povezuje etiku sa moralom jesu pozitivne ljudske vrijednosti na koje pozivaju i jedan i drugi pojam.

Šta se može nazvati novinarstvom? Najjednostavnija definicija može biti da je to profesija koja nastoji prikupljati i prenositi informacije i putem različitih medija kako bi se one plasirale javnosti. Bavljenje bilo kojim poslom zahtijeva etičko postupanje, pa tako i novinarstvo. Etika u novinarstvu predstavlja istinito, vjerodostojno, objektivno plasiranje informacija javnosti. Razvojem medija uopšte te razvojem tehnologije i tehnoloških sredstava, svako se danas može nazvati novinarom. Za kvalitetno novinarstvo je potrebno mnogo rada i truda, prakse i konstatnog učenja. Danas, zahvaljujući internetu, svako može postavljati šta želi. Ovakvim principom, svaki čovjek se može naći u ulozi novinara.

“Bosanskohercegovačka medijska scena je u velikim previranjima i promjenama koje su nastupile u 1990-im, a traju do danas. Gotovo je nemoguće upoređivati današnje novinarstvo i stanje u medijima s onim u prethodnom političkom sistemu. Bh. društvo je kompleksno, ljudi su nacionalno opredjeljeni, a samim tim i novinari, što uvijek rezultira naklonjenošću jednoj strani. Korisno je podsjetiti da se kod nas rat najprije odvijao na stranicama novina, radio stanicama i TV ekranima, a tek kada su teorije i propagande ponovljene mnogo puta došlo je do krvavog sukoba. U BiH odsustvo morala i objektivnosti u novinarskom izvještavanju vrlo često je imalo tragične posljedice: protjerivanja, ubistva, pozive na linč, silovanja i sl.”⁸⁶ Novinari često rade u

⁸⁴Luis, Alvin Dej: Etika u medijima, Medijacentar, Beograd, 2004, str.19.

⁸⁵http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/6453/1/Diplomski_-_MIA_KLARIC.PDF

⁸⁶Husić, Irma: Sloboda i odgovornost medija u Bosni i Hercegovini, MedijaManifest, 2011. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/etikaregulativa-novinarstvo-etika/sloboda-i-odgovornost-medija-u-bosni-i-hercegovini> (pristupljeno: 11.10.2018. u 13:50 h)

teškim uslovima, bilo zbog pritiska urednika ili čak vladajućih struktura, bilo zbog ratova ili prirodnih katastrofa. Osim toga, i urednici a i velika konkurencija im stvaraju pritisak kratkog vremenskog roka za objavljivanje, stoga se novinar često može naći u situaciji nesvjesnog neetičkog izvještavanja. Uzimajući u obzir sve ovo, može se zaključiti da novinarstvo nije lak posao. Uskladiti etičke norme sa pritiscima može samo iskusan novinar.

Dužnost novinara je da nepristrasno, objektivno, tačno i istinito prenose informacije putem različitih kanala do recipijenata. Bez istinitog izvještavanja nema ni kvalitetnog novinarstva. Novinari su dužni u svakoj situaciji da iznose samo istinu. Nepristrasnost kao bitna stavka novinarskog izvještavanja se ogleda u tome da se ne pridaje naklonost jednoj strani u priči o kojoj se piše ili izvještava.

Objektivno izvještavanje je princip kojeg se trebaju držati svi novinari. Tačnost se ogleda u tome da svaka rečenica mora biti tačno napisana. Novinar je dužan u najkraćem vremenskom roku ispraviti eventualne greške. Pri tome, trebaju odgovorno stajati iza svojih riječi.”Svaki novinar, tokom svog radnog odnosa, trebao bi se zapitati nekoliko važnih pitanja: Kome ili čemu smo u svom radu odgovorni, ko ili šta nas obavezuje? Šta je osnova novinarske etike na kojoj novinar utemeljuje svoju odgovornost, odnosno etičnost, te takođe svoju slobodu? Šta je novinarstvu cilj i najviše dobro?”⁸⁷ Sloboda medija je ključ svakog uspješnog društva, međutim, dokle treba ići sloboda a da ne ode predaleko? Do čega nas dovodi novinarska pohlepa da zadovolje zahtjeve javnosti objavljujući senzacionalizam predstavljen kao istraživačko novinarstvo? Moć medija je toliko jaka da prodire u sve segmente društva. “Opasnost je da će sama tehnologija postati žrtveni jarac zbog porasta nečasnog ponašanja medijskih radnika i drugih u komunikacijskom lancu, pri čemu zapravo tehnologija može samo da pomogne neetičko postupanje ili da možda ponudi primamljive izgovore za takvo postupanje.”

Vlasnicima medija je najbitnije doći do novca u što kraćem roku tako da ne biraju sredstva za postizanje svojih ciljeva. Jedna od najstrašnijih stvari koja se desila našem društvu jeste ravnodušnost na potresne sadržaje. Ovdje se najprije misli na ravnodušnost ljudi koji emituju te sadržaje pa i same javnosti. Uznemirujući snimci mrtvih ili ranjenih ljudi su svakidašnji prizor na

⁸⁷Brezinščak, Blanka:Etika na televiziji i važnost odgovornosti primatelja, Sveučilište u Zagrebu, 2017. str.7.
dostupno na: <https://repozitorij.hrstud.unizg.hr/islandora/object/hrstud:1239/preview> (pristupljeno: 12.10.2018. u 15:08 h)

TV programima. Ono što je nekada šokiralo javnost, danas se svrstava u najnormalniji program. Urednici i vlasnici TV kuća ovdje itekako krše etičke kodekse, prvenstveno ne razmišljajući o efektu koji može izazvati snimak kod gledaoca koji imaju emotivnu vezu sa žrtvom. Imajući na umu da se ovakvi sadržaji uglavnom emituju u udarnim terminima, urednici trebaju biti svjesni da su tada pred ekranima i djeca.

U demokratskom društvu, mediji predstavljaju društveno odgovorne institucije koje trebaju postupati u skladu sa etičkim normama koje su prihvaćene u društvu. U današnje vrijeme, sve je manje kvalitetnog istraživačkog novinarstva, a novinarstvom vlada senzacionalizam. Da nema društva, ne bi bilo ni medija, stoga oni imaju i moralnu obavezu da ne vrijeđaju javnost ni u kom smislu. “Jer, od informacije se svuda u svijetu zahtijeva isto: da poštuje činjenice i da poštuje publiku. Uprkos prividu, treba se pozvati na slobodu savjesti novinara. Sami treba da odluče da li će izabrati pristup čiji je jedini cilj medijski uspjeh ili pristup koji veću brigu obraća utisku kakav na gledaoce ostavljaju riječ i slika. Samo od njih zavisi da li će se opredjeliti za odgovornost i profesionalizam.”⁸⁸

Kodeks časti koji je usvojen na Skupštini bh. novinara održanoj 10.12.2004. godine ⁸⁹ donosi stavke kojih se trebaju pridržavati svi novinari u svom radu. Između ostalog, kodeks nalaže profesionalnost bh novinara u svojim izvještavanjima kao i objektivnost. “Novinari su dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo i slobodu, uvažavati pluralizam ideja i mišljenja, pridonositi jačanju pravne države i kao demokratski dio javnosti sudjelovati u kontroli nad djelovanjem vlasti i politike.”⁹⁰

Djeca, kao bitan segment društva ne smiju biti zapostavljena. Konvencija o emitovanju televizijskih programa za djecu i omladinu potpisana 2002.godine od strane izraelskih medija, a koju je predstavila Izraelska obrazovna televizija navodi deset zakona o emitovanju programa. Između ostalog, Konvencija nalaže: “Obavezujemo se da ćemo voditi računa o sreći i blagostanju sve djece, iz svih društvenih klasa i religija, bez pravljenja razlika u odnosu na pol, etničku pripadnost ili vjeroispovjest. U duhu zajedničkog sporazuma, proglašavamo da ćemo

⁸⁸Bal, Fransi: Moć medija, CLIO, Beograd, 1997, str 122-133.

⁸⁹ Izvor: <https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinara/> (pristupljeno:07.11.2018. u 16:50 h)

⁹⁰ Izvor: <https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinara/> (pristupljeno:07.11.2018. u 16:55)

isticati usmjeravanje pažnje na specifične potrebe djece i omladine svih uzrasta, koja žive pod različitim okolnostima.”⁹¹

“Etika je najneophodniji oslonac, sastojak i impregnatum, kako postmodernističkog žurnalizma tako i postmodernističkog pojedinca općenito. Pojedinač je središte žurnalizma, novinar je najprije čovjek pa potom profesionalac. Taj čovjek-profesionalac, bez cjelovite etike u svom individualnom sklopu, bez općih vrijednosti svijeta u sebi, ne može preživjeti , niti kao čovjek-profesionalac, niti kao čovjek-novinar.”⁹²

⁹¹Prilagođeno: Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008, str.312. i 313.

⁹²Fejzić, Čengić Fahira: Medijska globalizacija svijeta, GIK „oko“, Sarajevo, 2004, str.207.

5.2. Medijska pismenost

Razvojem tehnologije i tehnoloških sredstava došlo je do promjena u medijima. U prethodnom poglavlju sam naglasila da masovni mediji utječu na čovjeka onoliko koliko mu on dozvoli. Iz tog razloga, medijska pismenost nam može pomoći da usvojimo ono najbolje što nam mediji pružaju, kao i to da izbjegnemo sve one loše stvari koje nam se plasiraju.

“Medijska pismenost se, po svojim osnovnim karakteristikama, obično povezuje sa sposobnošću analiziranja i evaluacije medijskih poruka.”⁹³ Medijski odgoj je nužan, s obzirom na to da svakim danom tehnologija biva unaprijeđena, broj medija se drastično povećava, a takva situacija zahtijeva pravilno korištenje. Znati kritički donositi odluke i neovisno imati sud o nekom sadržaju je preduslov za medijsku pismenost. Raspoznavanje korisnih sadržaja naspram onih koji nisu korisni, uveliko stvara kvalitetan odnos prema medijima.

U svijetu postoji mnogo odraslih osoba koje su medijski nepismene, što je ujedno i jedan od najvećih problema svakog društva. A svakom djetetu su uzor njegovi roditelji, tako da je medijska kompetencija jedna od dužnosti svakog roditelja. Današnjoj djeci u osnovi nije potrebno znanje o korištenju medija. Oni se rađaju uz računare, tablete, mobilne telefone, kao i televiziju. Upravo iz tog razloga, sigurni u vlastito znanje o medijima, često nisu svjesni negativnih utjecaja medija. Nemaju razvijenu svijest o tome šta je dobro, a šta nije. Važno je da djeca od ranog djetinjstva formiraju kritički stav prema medijskim sadržajima. Medijska pismenost kod djece se odnosi na razmišljanje o medijskim sadržajima, crtanim filmovima i emisijama koje gledaju. Kritička medijska pismenost kod djece se treba razvijati od ranog djetinjstva, tako što će uz pomoć odraslih, raspoznavati i analizirati medijske sadržaje, napraviti razliku između stvarnog i izmišljenog.

“Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima djeteta iz 1989. godine državama članicama nameće obavezu da osiguraju komunikaciju prava djece, tj. da im osiguraju slobodu izražavanja koja uključuje: slobodu traženja, primanja, širenja obavijesti i ideja svaje vrste, usmeno ili pismeno, tiskom ili umjetničkim oblikovanjem ili kojim drugim sredstvima prema izboru djeteta”⁹⁴

⁹³Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd 2008, str.276.

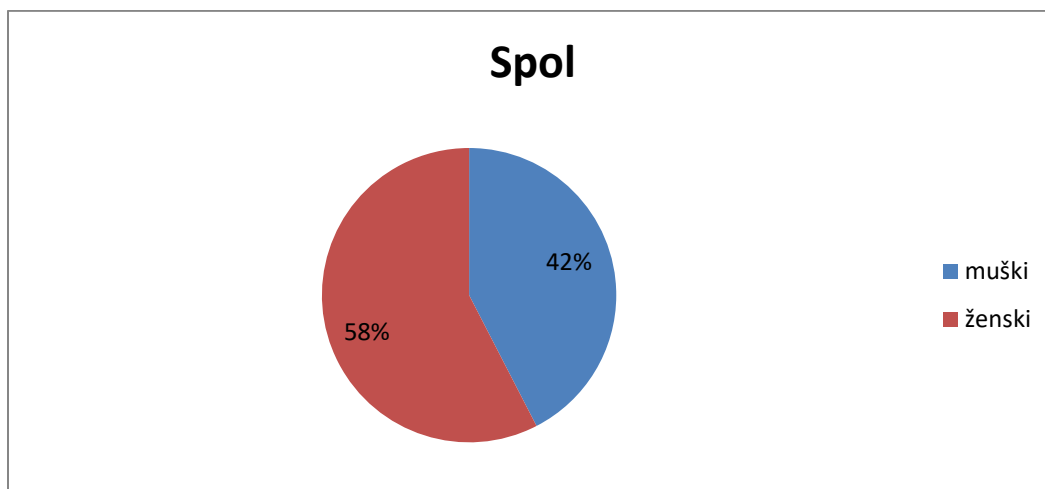
⁹⁴Član 13. Konvencije UN-a o pravima djeteta iz 1989. godine, str.276. (nije fahira, naci knjigu)

6. EMPIRIJSKI DIO

6.1. Analiza ankete

U cilju stvaranja jasnije slike o internetu i televiziji kao glavnim konkurentima u 21.stoljeću, provela sam online anketno istraživanje koje je obuhvatilo nekoliko pitanja. Krajnji cilj istraživanja je bio ustanoviti da li ljudi imaju više povjerenja u internet ili televiziju, kao i to da li je za normalan razvoj djece predškolske dobi štetnija upotreba jednog ili drugog. Anketa je kratka i precizna i sastoji se od devet pitanja, a urađena je 21.08.2018.godine. Ispitanicima je anketa poslana putem e-maila i društvene mreže Facebook. Napominjem da istraživanje nije uopšteno, već da se odnosi samo na ispitanike koji su učestvovali u anketi.

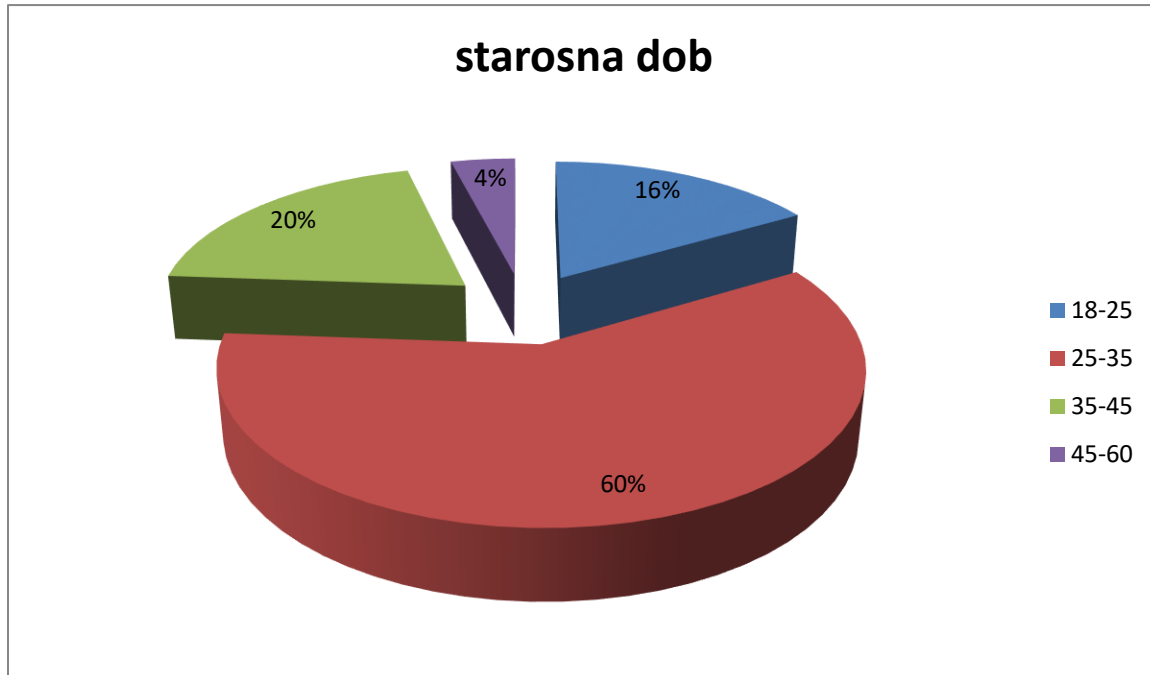
1. Spol : M 14 (42 %) Ž 19 (58 %)



Grafikon broj 1.obrasca

Prvo pitanje se odnosilo na spol ispitanika. Vrlo je važno odrediti rodnu pripadnost pri istraživanju ovakvih podataka te na osnovu toga utvrditi preferencije muškog i ženskog spola. Ovu anketu ispunilo je četrnaest osoba muškog spola(42%) te devetnaest osoba ženskog spola (58 %).

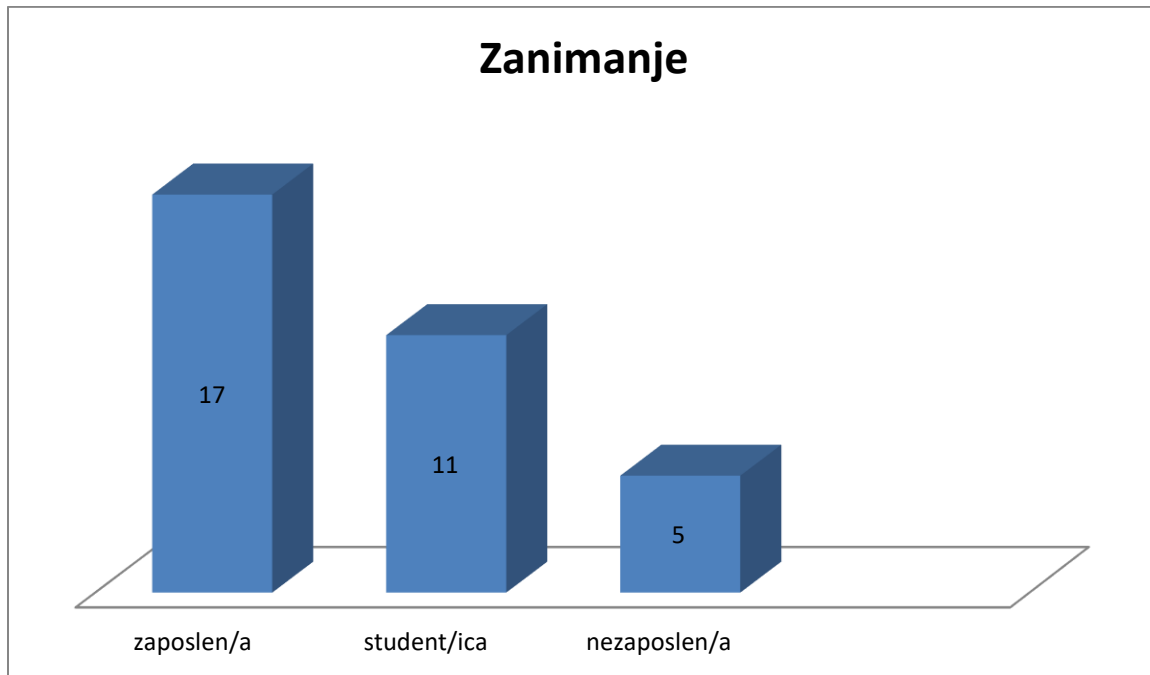
2. Starosna dob: od 18 – 25 godina, 5 (16%), od 25 – 35 godina, 18 (60%), od 35 – 40 godina, 6 (20%), od 45-60 godina, 4 (4 %)



Grafikon broj 2.obrasca

Drugo pitanje bilo je usmjereno na starosnu dob. U anketi su učestvovali osobe od 18-60 godina. Možemo primijetiti da je među ispitanicima najviše osoba između 25-35 godina, tačnije osamnaest, što je 60 % u procentima. Ovaj podatak je iznenađujući, budući da sam zbog online forme očekivala da će najveći broj biti u liniji od 18-25 godina, a zapravo se samo pet osoba (16%) izjasnilo da spada u ovu kategoriju. 20 % ispitanika, to jeste šest osoba je označilo da pripada kategoriji od 35-45 godina. Na kraju, samo četiri osobe čine ispitanike od 45-60 godina, što je bilo i očekivano.

3. Zanimanje: nezaposlen/a 5 (15,2 %), student/ica 11 (33,3 %), zaposlen/a 17 (51,5 %)



Grafikon broj 3.obrasca

Treće pitanje u ovom anketnom ispitivanju se odnosilo na nivo obrazovanja. Rezultati su pokazali da je 5 (15,2 %) ispitanika nezaposleno. Broj studenata koji je ispunio ovu anketu je jedanaest, odnosno 33,3 % dok je sedamnaest ispitanika, odnosno 51,5 % izjavilo da su u radnom odnosu.

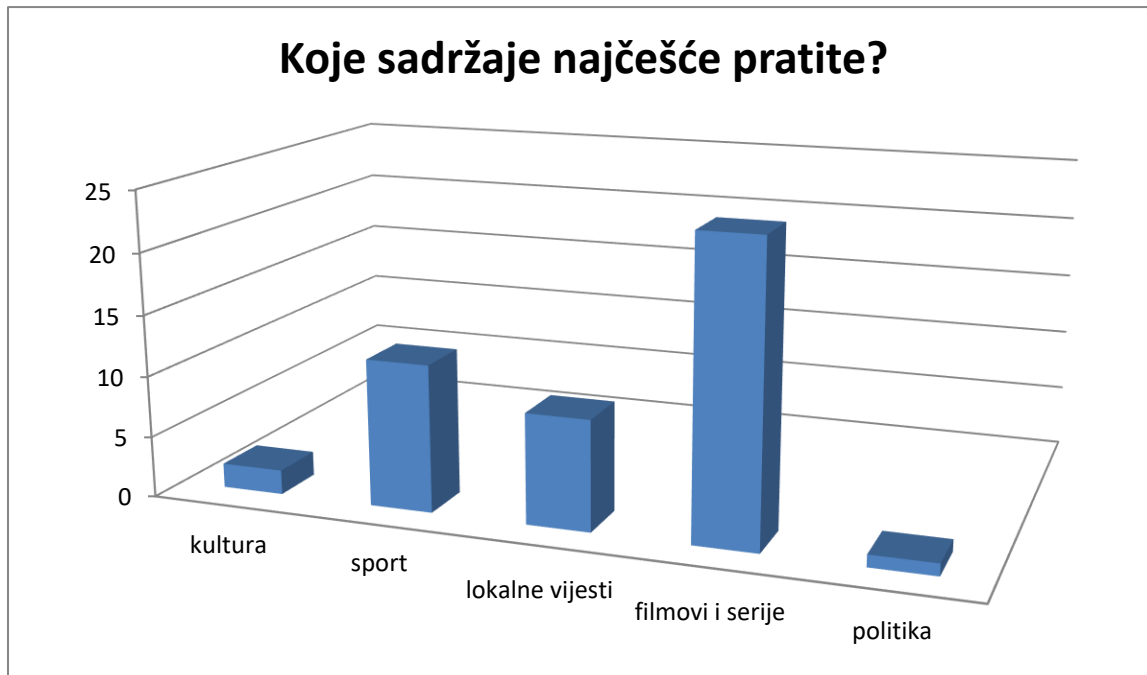
4. **Koliko često gledate televiziju ? Nikako 1 (3 %) , Nekoliko sati dnevno 9 (27,3 %) , Rijetko 23 (69,7 %) , Više od polovine dana 0 (0%)**



Grafikon broj 4.obrasca

Na grafikonu možemo vidjeti da je više od polovine ispitanika, to jest 67% ispitanika izjavilo da rijetko gleda televiziju, a to se može poklopiti sa radno aktivnim ispitanicima koji su u najvećem broju. Devet ispitanika, odnosno 27,3 %, je izjavilo da gleda televiziju nekoliko sati dnevno. Jedan ispitanik je na ovo pitanje odgovorio da ne gleda nikako televiziju. Niti jedan ispitanik nije izjavio da gleda televiziju više od polovine dana što je, ukoliko su ispitanici tačno odgovarali na pitanja, vrlo dobra vijest.

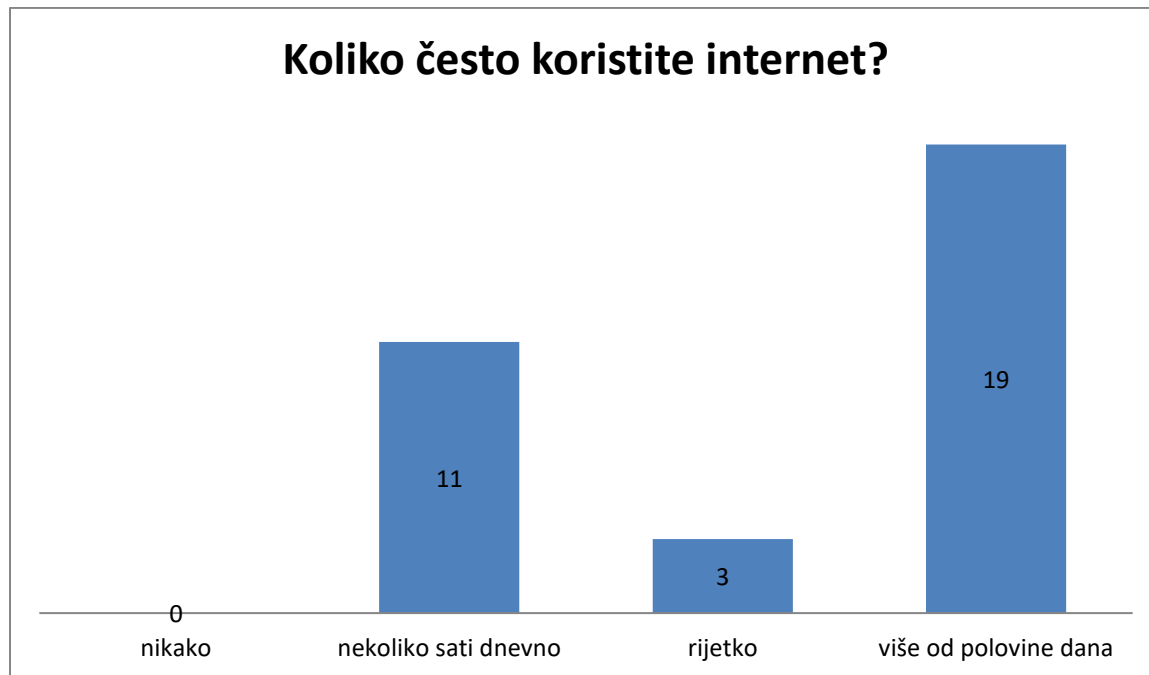
5. Koje sadržaje najčešće birate? **Kultura 2 (6,1 %)**, **Sport 12 (36,4 %)**, **Lokalne vijesti 9 (27,3 %)**, **Filmovi i serije 24 (72,7 %)**, **Politika 1 (3%)**



Grafikon broj 5.obrasca

Peto pitanje odnosilo se na sadržaje koje ispitanici najčešće prate. Na grafikonu možemo vidjeti rezultate koji nisu iznenađujući. Filmovi i serije zauzimaju prvo mjesto sa dvadeset četiri ispitanika odnosno cijelih 72,7 %, dok je na nezavidnom nivou kultura sa 6,1 % i politika sa 3 %, što je poražavajući rezultat. Dakle, samo jedan ispitanik je izjavio da gleda političke emisije na televiziji. S obzirom na to da je u ovom ispitivanju učestvovalo jedanaest studenata, to samo pokazuje koliko je omladina nezainteresovana za politiku u našoj državi. Napominjem da se ovi rezultati odnose samo na ispitanike unutar ankete, ne uopštavam podatke. Ako pogledamo da je četrnaest osoba muškog spola ispunilo anketu, nije začuđujuće da je dvanaest ispitanika izjavilo da najčešće gleda sport. Zabrinjavajuće je da ni omladina, ni stariji ljudi koji su učestvovali u anketi nisu zainteresovani za gledanje kulturnih sadržaja.

6. **Koliko često koristite internet? Nikako 0 (0%), Nekoliko sati dnevno 11 (33,3%), Rijetko 3 (9,1%), Više od polovine dana 19 (57,6%)**



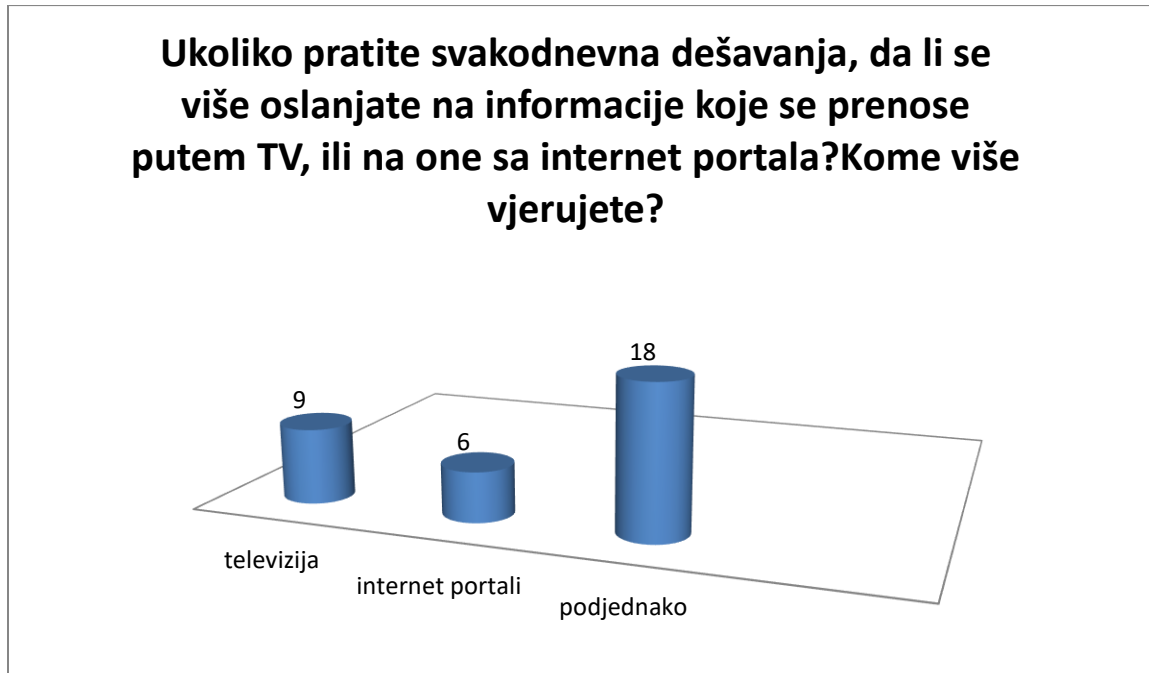
Grafikon broj 6.obrasca

Šesto pitanje odnosilo se na vremensko korištenje interneta. Evidentna je razlika između gledanja televizije i korištenja interneta. Nasuprot televiziji, gdje nijedan ispitanik nije izjavio da gleda televiziju više od polovine dana, internet je u mnogo boljoj poziciji. Devetnaest ispitanika, što je ukupno 57,6%, je izjavilo da koristi internet više od polovine dana. Dok je jedan ispitanik izjavio da nikako ne gleda televiziju, za internet niti jedan ispitanik nije rekao da ga ne koristi. Devet ispitanika je izjavilo da gleda televiziju nekoliko sati dnevno, a jedanaest ispitanika da koriste internet u toj mjeri. Da je internet u velikoj mjeri prevazišao televiziju, govori nam sljedeći rezultat. Dvadeset tri ispitanika su rekla da rijetko gledaju televizijske sadržaje, dok su za internet to potvrdila samo tri ispitanika.

7. U koje svrhe koristite internet (napišite ukratko) ?

Ovo pitanje je bilo otvorenog tipa sa namjerom da se dođe do podataka za šta ispitanici najčešće koriste internet. Zaključak iz odgovora jeste da gotovo svi ispitanici internet koriste uglavnom za zabavu, kako je izjavio jedan ispitanik: “Radi posla i da ubijem dosadu.” Društvene mreže se nalaze u odgovoru skoro svih ispitanika, što nije iznenađujuće. Neki od ispitanika su rekli da je informisanje o dešavanjima u regionu i svijetu najčešći razlog korištenja interneta, a razlog je u neospornoj brzini objave i širenja informacija. Ovdje je evidentna razlika između za razliku od televizije što potvrđuje konstataciju u poglavlju o internetu i televiziji. Ispitanici koji spadaju u kategoriju studenata su izjavili da internet koriste radi provjeravanja fakultetske internet stranice kao i za pomoć pri izradi seminarskih radova. Kao i kod televizije, ni ovdje ispitanici nisu izjavili da gledaju kulturne sadržaje na internetu, što je u najvećoj mjeri poražavajuće u ovom anketnom ispitivanju. I gledanje sporta na internetu se poklapa sa televizijom. Nešto manje od pola ispitanika je izjavilo da gleda sport na internetu. Niti jedan ispitanik nije izjavio da prati političke emisije na internetu što se takođe poklapa sa televizijom. Iznimka su lokalne vijesti za koje su ispitanici pisali da prate na internetu, gdje se može svrstati i politika.

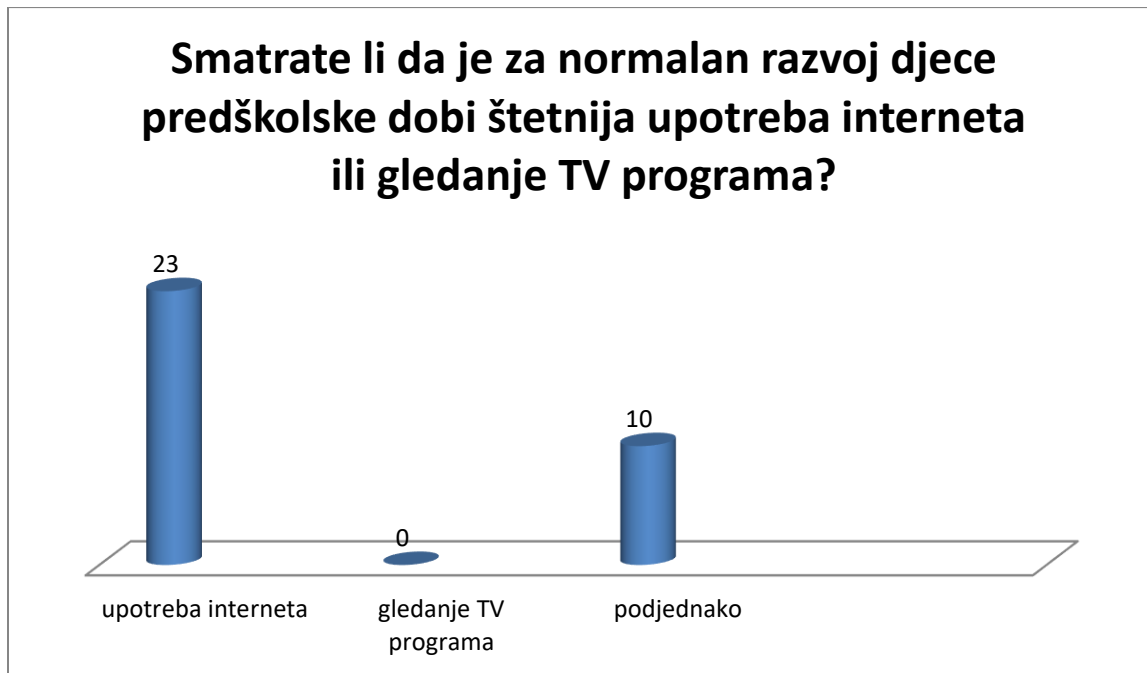
8. Ukoliko pratite svakodnevna dešavanja, da li se više oslanjate na informacije koje se prenose putem TV, ili na one sa internet portala? Kome više vjerujete? Televizija 9 (27,3%), Internet portali 6 (18,2%), Podjednako 18 (54,5%).



Grafikon broj 7. obrasca

Kada je u pitanju povjerenje ispitanika u navedene medije, ispostavilo se da je većina ispitanika podjednako vjeruje i televiziji i internetu. Devet ispitanika, odnosno 27,3 % je mišljenja da je televizija pouzdanija za informisanje od interneta dok je šest ispitanika odnosno 18,2 % izjavilo da više vjeruje internetu. Osamnaest ispitanika, od ukupno trideset tri, je mišljenja da televizija nije vjerodostojnija od interneta i obrnuto. Ekspanzijom interneta, širila se mogućnost objavljivanja informacija. Danas svako ima mogućnost da objavi ono što želi, bez navođenja bilo kakvih izvora o navedenim informacijama. Iz tog razloga, informacije koje nam plasiraju TV kuće, mogu se smatrati nešto pouzdanijim. Zbog ogromne količine informacija iz različitih medija, javnost je okružena mnogim, kako istinitim, tako i neistinitim informacijama. Svaki recipijent mora naučiti kako da razlikuje izvore informacija. Ne možemo zaustaviti ljude da objavljuju, ali zasigurno možemo odabrati one medije koji će nam koristiti. Kritički razmišljati o medijima i iskoristiti dobre strane koje nam nudi, je stvar medijske pismenosti.

9. Smatrate li da je za normalan razvoj djece predškolske dobi štetnija upotreba interneta ili gledanje TV programa? Upotreba interneta 23 (69,7 %), gledanje TV programa 0 (0 %), podjednako 10 (30,3 %)



Grafikon broj 8. obrasca

Deveto, ujedno i posljednje pitanje u ovom anketnom ispitivanju, odnosilo se na štetnost televizije i interneta za normalan razvoj djece. Cilj je bio utvrditi koji od ova dva medija je štetniji prema mišljenjima ispitanika. Rezultati su više nego jasni. Nijedan ispitanik nije naveo da je gledanje TV programa štetnije od upotrebe interneta. Više od polovine ispitanika odnosno 69,7 % je mišljenja da je internet štetniji za razvoj djece. Deset ispitanika smatra da i internet i televizija podjednako utječu negativno na razvoj djece.

I internet i televizija mogu štetno utjecati na razvoj djece, ukoliko se ne koriste na pravilan način. Ostaje ipak činjenica da je savremeno društvo sve bogatije novim medijima, a njihovi sadržaji sve više okupiraju ljude. "Dostupnošću novih medija raste ukupna količina vremena posvećena korištenju medija općenito, ali u znatno manjem opsegu nego kada se svaki medij posmatra

izolirano. Vremenom svaki medij zauzme svoje mjesto u strukturi svakidašnjeg života. Drugim riječima, potiskivanje starih za račun novih medija je kratkotrajno te se nakon stanovitog razdoblja korisnici vraćaju uobičajenoj upotrebi starih medija, ali uz stjecanje navike upotrebe novih.”⁹⁵

Kroz odgovore možemo vidjeti da se skoro svi ispitanici slažu da je internet svojom pojavom zasjenio televiziju, što i nije neobično, s obzirom na to da je pružio ono što su mnogi željeli, a to je mogućnost dvosmjerne komunikacije.

⁹⁵Ilišin V., Marinović-Bobinac A., Radin F.: Djeca i mediji, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2001, str.21.

6.2. Analiza bosanskohercegovačkih televizijskih sadržaja za djecu

Metodu analize sadržaja sam koristila za analiziranje dječijih programakojise emituju na javnom servisu (BHRT, FTV i RTRS) te na komercijalnim emiterima: OBN i TVSA. Analiza je obuhvatila dva dana od čega je jedan petak, a drugi subota. Cilj je prikazati kakva je zastupljenost dječijih programa na ovim televizijama. Posebna pažnja je usmjerena na javni servis koji ima zakonsku obavezu emitovanja prema djeci.

Analiza je provedena 21.12.2018. (petak) i 22.12.2018. (subota). Cilj je bio ustanoviti koliko dječijeg programa dnevno emituju ove TV kuće te kakvi su sadržaji u okviru dječijeg programa. Pored toga, namjera je da ukažem koliko se emituje nasilja u okviru programa namjenjenog djeci. Izdvojit ću animirane filmove koji su pozitivni za djecu, kao i one koji prikazuju scene nasilja.

Prikaz emitovanih sadržaja je praćen na pomenutim televizijama.

Prikaz svih emitovanih sadržaja namjenjenih djeci:

21.12.2018.godine, FTV.

- 08:05 – Super krila, animirana serija
- 08:15 – Pipi duga čarapa, animirana serija
- 08:45 – Pustolovine braće Kratt, animirana serija
- 09:10 – Tomica i prijatelji, animirana serija
- 09:15 – Luna Petrunija, animirana serija
- 09:30 – Super krila, animirana serija
- 09:40 – Miraculus: Pustolovine bubamare i crnog mačka, animirana serija

22.12.2018.godine, FTV.

- 08:05 – Ljetni raspust, japanski igrani film
- 10:05 – U zmajevom gnijezdu, emisija za djecu

Kao što možemo zaključiti, FTV jesvoj dječijij program 21.12.2018. (četvrtak) počela emitovati u 08:05h i trajao je do 10:05h, što znači ukupno 2 h programa namjenjenog djeci. Tog dana zabilježeno je sedam animiranih serija, a niti jedna emisija obrazovnog karaktera za djecu. Pet animiranih serija koje su analizirane, mogu se smatrati pozitivnim za djecu predškolske dobi. Preostale dvije se mogu označiti nekompetetnim sadržajima za djecu te dobi. U jednoj animiranoj seriji su zabilježenescene nasilja, a u drugoj previše fantazije koja može dovesti djecu u nezgodne situacije. 22.12.2018.(petak) dječiji program je započeo u 08:05h i trajao do 10:25h. Emitovan je dječiji film i jedna obrazovna emisija za djecu. Oba sadržaja se mogu označiti pozitivnim, međutim, dječiji film “Ljetni raspust” je više prilagođen djeci iznad šest godina starosti.Zamjerke ovoj televiziji su premalo edukativnog programa za djecu, obrazovnih emisija kroz koje će djeca napredovati u svakom smislu. Animirane serije nisu dovoljne kao program za djecu.

Super krila, animirana serija – Ova animirana serija namjenjena je djeci predškolske dobi. Traje 10 minuta. Radnja prati putovanja crvenog aviona Jetta koji dostavlja pakete djeci širom svijeta. Naravno, na tom putu ga čekaju mnogi problemi i nedaće koje on rješava zajedno sa svojim prijateljima. Kroz pustolovine Jetta i njegovih prijatelja, djeca upoznaju različite zemlje, gradove, kulture i uče o pravim životnim vrijednostima. Ova animirana serija kroz istraživanje se pokazala kao pozitivna strana dječijeg programa upravo iz tih razloga. Važno je napomenuti da ne sadrži scene nasilja.

Pipi duga čarapa, animirana serija – Jedan od najpoznatijih crtanih filmova u svijetu. Prikazuje se u obliku animirane serije i traje oko 30 minuta. Pipi je u svojim pustolovinama hrabra i samostalna djevojčica koja se uspjeva izboriti sa svim problemima koji joj se nameću. Pipi živi sama, bez roditelja, ali je naučila da se brine sama za sebe na pošten način. Također,

Pipi savjetuje svoje prijatelje da ne krađu, ne lažu i ne čine loše stvari, što znači da se i ova animirana serija može označiti pozitivnom.

Pustolovine braće Kratt – Ova američko-kanadska animirana serija traje oko 25 minuta i prati događaje braće Kratt koji imaju vrlo važan zadatak – spašavanje životinja. Braća Kratt spašavaju životinje koje se nađu u opasnim situacijama. Čvrsta ljubav prema životinjama povezuje braću koji prevaziđu sve probleme da bi spasili životinje. Oni se trude spasiti životinje od zlikovaca i različitih loših utjecaja okoline. Seriju možemo označiti pozitivnom iz razloga što djeca svaki put gledajući je, mogu naučiti nešto novo o životinjama i njihovom životu.

Tomica i prijatelji – Serija traje oko 5 minuta i prati radnju u kojoj je Tomas prikazan kao parna lokomotiva. Tomas i njegovi prijatelji pokušavaju riješiti probleme koji im se dešavaju na ostrvu Sodor. S obzirom na to da traje samo 5 minuta, ne može mnogo utjecati na djecu, ali pošto nisu zabilježene scene nasilja, i ova animirana serija se može označiti kao pozitivna.

Luna Petrunija, animirana serija – Serija traje oko 15 minuta i prati avanture djevojčice Lune Petrunije koja živi u ovom svijetu, međutim, pomoću čarobne kutije sa igračkama dospijeva u magičnu zemlju gdje je očekuju nove avanture. Luna u novoj zemlji ostvaruje mogućnosti koje nije mogla u stvarnom svijetu i čudesne stvari koje naš um i naše tijelo mogu postići. Iako nisu zabilježene scene nasilja, ova animirana serija kroz istraživanje nije se pokazala pozitivnom za uzrast djece do 6.godina. Razlog tome je prekomjerno emitovanje imaginacije što može djecu dovesti do nezgodnih situacija. Djeca predškolske dobi nemaju sposobnost razlikovanja stvarnog od izmišljenog, i sadržaji ovakve vrste ih mogu zbuniti.

Miraculus: Pustolovine bubamare i crnog mačka, animirana serija – Serija traje oko 25 minuta. Radnja se odvija u savremenom Parizu. Marinette i Adrien su srednjoškolci, ali su drukčiji od ostale djece. Oni su odabrani da spase Pariz od zla. Povjerena im je misija da uhvate stvorenja koja normalne ljude pretvaraju u zločince. Za vrijeme misije, oni se pretvaraju u junake. Marinette postaje bubamara, a Adrien crni mačak. Ova dva lika su pozitivna, međutim, u seriji su zabilježene blage scene nasilja, tako da ni ova animiranu seriju nije zadovoljila norme pozitivnih dječijih programa.

Ljetni raspust, japanski igrani film – Film traje oko 2h. Radnja prati dječaka koji tokom ljetnog raspusta sa kamerom koju mu je poklonio otac, počinje snimati film. Tokom snimanja upoznaje djevojčicu iz Brazila koja ujedno postaje glavni akter filma. Dječak se zaljubljuje u nju, međutim, razočarenje nastaje kada sazna da se ona ubrzo vraća u Brazil. Ovaj film ne emituje scene nasilja, i može se označiti pozitivnim.

U zmajevom gnijezdu, emisija za djecu – Emisija traje 20 minuta. Ovdje se u ulozi voditelja nalazi Elvir Hadžijamaković-Lilo, koji obilazi djecu u osnovnim školama te različite dječije manifestacije. Emisija je obrazovnog karaktera iz razloga što je pažnja usmjerena na podučavanje djece o zemaljskom muzeju, životinje, različite plesove, umjetnost. Ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi.

Prikaz svih emitovanih sadržaja namjenjenih djeci:

21.12.2018.godine, BHRT

- 07:15 – Oddbods, animirana serija
- 07:20 – Ben 10, animirana serija

22.12.2018.godine, BHRT

- 08:15– BHT slagalica, obrazovna emisija
- 08:40 – Mali čuvari velike zemlje, dokumentarna serija
- 08:50 – Lubenica, animirana serija
- 09:05 – Atlas životinja, obrazovna emisija
- 09:45 – Ne znaš, smisli!, obrazovna emisija

Dječiji program na BHRT 21.12.2018. godine započinje u 7:15 i traje do 07:30, što znači da je ukupno trajao 15min. Emitovane su dvije animirane serije. Sutradan, BHRT dječiji program počinje emitovati u 08:15h i traje do 09:45h. Emitovana je jedna animirana serija i četiri emisije za djecu koje su obrazovnog karaktera. BHRT je, u ovom slučaju, imao najbolji program za djecu od svih analiziranih televizija. Za ova dva dana istraživanja, zabilježen je jedan dječiji sadržaj koji nije primjeren predškolarcima, a bilo je ukupno četiri obrazovne emisije za djecu. Produkcija javnog servisa (BHRT) je dosta kreativnija za razlikud od ostalih emitera, što dokazuje i činjenica da već godinama kreiraju vlastiti edukativno-zabavni program za najmlađe gledaoce.

Oddbods, animirana serija – Serija traje 5 minuta. Radnja prati neobična bića poznata kao Oddbods. Humor i akcija su glavna tema ove serije. Oddbods ne komuniciraju riječima, već gestama. Sedam prijatelja se susreću sa neobičnim stvarima i nezgodnim situacijama u kojima jedni drugima pomažu. Zanimljiv kratki crtani film koji se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi.

Ben 10, animirana serija – Serija traje oko 10 minuta. Ben Tennyson je desetogodišnjak koji želi da živi jednostavnim životom. Kada u meteoritu pronade neobičnu spravu nalik na sat, njegov život se mijenja. Kada jednom stavi sat na ruku, gotovo ga je nemoguće skinuti. Ubrzo on otkriva da se pomoću tog sata može pretvoriti u 10 različitih izvanzemaljskih bića sa različitim moćima i sposobnostima. Ben 10 je vrlo popularna animirana serija u svijetu i naročito dječacima zanimljiva. Priču prati mnogo likova: zlih, dobrih, opasnih i manje opasnih. Ova animirana serija nije primjerena djeci predškolske dobi zbog scena nasilja koje se nalaze u svakoj epizodi. S' obzirom na to da je crtić veoma popularan, mnogo djece širom svijeta imitira junake koji se prikazuju. Djeca vjeruju da su moći Ben Tennyson-a stvarne te pokušavaju da ih ostvare, a kada ne uspiju, javlja se osjećaj krivnje.

BHT slagalica , obrazovna emisija – Emisija traje 25 minuta i zabavno-edukativnog je karaktera. U emisiji se pojavljuju djeca predškolske dobi kao i voditeljica koja im na humorističan način pojašnjava sve ono što ih zanima. Djeca u ovom slučaju uče ali i prezentuju svoje znanje kroz igru slagalice. Sadržaj je BHRT produkcijske proizvodnje što nam pokazuje da ova televizija ipak obraća pažnju na najmlađe gledaoce. Iz tog razloga, sadržaj se može označiti pozitivnim.

Mali čuvari velike zemlje, dokumentarna serija – Emisija traje 10 minuta i edukativno-zabavnog je karaktera. U ovoj emisiji najmlađi posjećuju pećine u našoj državi, planine, parkove, uče o ekologiji, geografiji, prirodnim bogatstvima. U svakoj epizodi djeca mogu naučiti nešto novo i iz tog razloga ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi.

Lubenica, animirana serija – Traje 15 minuta. Radnja je bazirana na prikazivanju likova u obliku biljaka, koji kroz svoje avanture uče najmlađe gledaoce o biljnom svijetu i važnosti očuvanja i njegovanja biljaka. Sadržaj se može označiti pozitivnim i prilagođenim djeci predškolske dobi.

Atlas životinja, obrazovna emisija – Emisija traje 40 minuta. Prikazuje životinje kroz historiju življenja te njihovu borbu za preživljavanje. Ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi.

Ne znaš, smisli!, obrazovna emisija – Emisija traje 15 minuta i obrazovnog je karaktera. Televizijska igra u kojoj petero djece za okruglim stolom pogađaju značenje riječi koje su prilagođene njihovom uzrastu, ali opet dovoljno nepoznate da ih potaknu na razmišljanje. Djeca u krug pogađaju šta znači određena riječ, ukoliko znaju. Ukoliko ne znaju, imaju mogućnost pogađanja, a nakon toga slijedi glasanje takmičara za najbliže rješenje. Sadržaj je pozitivan za djecu predškolske dobi.

Prikaz svih emitovanih sadržaja namjenjenih djeci:

21.12.2018.godine, RTRS

- 10:10 – Anđelina balerina, animirana serija

22.12.2018.godine, RTRS

- 10:05 – OZ, emisija za djecu
- 10:25 – Dvorištanice, crtana serija

Kao što možemo vidjeti, RTRS je na oba dana analize imao vrlo oskudan dječiji program. 21.12.2018., zabilježena je jedna animirana serija koja se može označiti kao pozitivna za dječiji uzrast do 6.godina. Sutradan, program na RTRS produžava dječiji program jednom emisijom za djecu, također pozitivno označenom. Međutim, RTRS je za razliku od ostala dva javna servisa u Bosni i Hercegovini, pokazao da najmanje obraća pažnju na najosjetljiviju skupinu društva – djecu.

Anđelina ballerina, animirana serija – Animirana serija koja traje 15 minuta. Anđelina je prikazana u liku ženskog miša u roznoj haljinici i to je crtani koji je namijenjen pretežno djevojčicama. Ona voli da igra i pleše i želi da postane poznata balerina. Anđelina pohađa dvije škole i prolazi kroz situacije koje očekuju svako dijete. Naporan trud i rad Anđeline može pozitivno da utječe na djevojčice. Razvijanje osjećaja za umjetnost te koraci koje ona pravi, djevojčice mogu iskoristiti na pozitivan način.

OZ, emisija za djecu – Ova emisija za djecu pod nazivom “Ozbiljni zabavnik”, traje 20 minuta. Sudeći po naslovu, daje utisak da je i edukativnog sadržaja, ali i da je zabavna djeci. Emituje se samo subotom, a prikazuju se kulture različitih zemalja pri čemu se naglasak stavlja na geografiju, historiju, jezik, običaje. U emisiji su glavni akteri djeca četvrtih razreda banjalučkih osnovnih škola koja zajedno sa voditeljima putuju u različite zemlje. Ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim.

Dvorištance, animirana serija –Traje 25 minuta, a sadržaj prati nekoliko prijatelja koji se zajedno igraju u dvorištu. Obično se nađu u neobičnim situacijama te su prinuđeni da smisle rješenja kako bi se opet mogli nesmetano igrati. Ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi iz razloga što im daje mogućnost razmišljanja o određenim rješenjima.

Prikaz svih emitovanih sadržaja namjenjenih djeci:

21.12.2018.godine, OBN

- 06:30 – Lego prijateljice, animirana serija
- 06:55 – Dubina, animirana serija
- 07:20 – Mia i ja, animirana serija

22.12.2018. godine, OBN

- 07:15 – Lego prijateljice, animirana serija
- 07:40 – Najljepše pustolovine Nilsa Holgersona, animirana serija
- 08:10 – Dubina, animirana serija
- 08:35 – Mia i ja, animirana serija

Dječiji program na OBN televiziji 21.12.2018. započinje u 06:30 i završava u 07:45h, što znači ukupno 1h i 15 min. Emitovane su tri animirane serije. Nije zabilježena nijedna obrazovna emisija za djecu. Sutradan, ova televizija dječiji program počinje emitovati u 07:15h a završava u 09:00h. Kao što možemo vidjeti, sadržaj je repriziran od prethodnog dana, osim što je emitovana još jedna animirana serija.

Lego prijateljice, animirana serija – Ova animirana serija traje 25 minuta. Bazirana je na doživljajima najboljih prijateljica od kojih je svaka svojstvena na svoj način i ima drukčije

interese i ciljeve u životu. Jedna je društvena, kreativna, voli zabave i organizovana je. Druga voli historiju, književnost, školu. Treća je modno osviještena i voli dizajn, šminku. Četvrta je naklonjena životinjama, dok peta voli muziku. Ova animirana serija jenamijenjena djevojčicama, a može ih naučiti o važnosti prijateljstva, stoga ovaj sadržaj smatram pozitivnim.

Najljepše pustolovine Nilsa Holgersona – Serija traje 30 minuta. Radnja prati tvrdoglavog dječaka Nilsa kojeg je vilenjak pretvorio u minijaturnog čovjeka. Nils se susreće sa brojnim izazovima i uz pomoć svojih prijatelja, koji su u seriji prikazani životinjskom obliku guske, rješava sve probleme. Sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu najranije dobi.

Dubina, animirana serija – Traje 25 minuta. Serija je bazirana na prikazivanju okeanskih dubina u kojoj porodica podvodnih istraživača istražuju sva neistražena područja okeana. Želeći da otkriju šta se to skriva u dubinama, nailaze na mnoge prepreke i probleme koje uspješno rješavaju. Sadržaj je blago edukativnog karaktera jer djecu uči o svemu što donosi okean i iz tog razloga se može označiti pozitivnim.

Mia i ja, animirana serija – Ova serija traje 25 minuta. Glavni lik je djevojčica Mia koja, zahvaljujući visokotehnološkom portalu koji je smislio njen otac, završi u čudesnom svijetu vilenjaka i zmajeva. Radnja prati kraljevstvo koje je nekada bilo idilično, a sada je pod vodstvom kraljice koja želi uhvatiti vilenjake kako bi ostala zauvijek mlada. Hrabri vilenjaci se bore kako bi je zaustavili, a u tome im pomaže djevojčica Mia. Djevojčica se privikava na novi život i novu školu te proživljava mnoge izazove. Ovdje je, kao i u skoro svakom crtanom filmu, očita razlika između dobrih i zlih likova. Međutim, koliko djeca mogu shvatiti da se vilenjaci bore da bi zaštitili zemlju od strašne vještice? Ukoliko dobar lik udari lošeg, kako djeca to definišu i da li primjenjuju u svom životu? Iz tog razloga ovaj sadržaj nije ni dobar, a ni loš. U ovom slučaju roditelji trebaju odreagovati te svakako pregledati sadržaj prije djeteta i svakodnevno razgovarati o svim sadržajima.

Prikaz svih emitovanih sadržaja namjenjenih djeci:

21.12.2018.godine, TVSA

- 09:30 – Kalimero, animirana serija
- 09:45 – Super krila, animirana serija
- 10:00 – Kalimero, animirana serija
- 19:00 – Program za djecu

22.12.2018.godine, TVSA

- 10:00 - Super krila, animirana serija
- 10:15 – Kalimero, animirana serija
- 10:30–Super krila, animirana serija
- 10:45 – Kalimero, animirana serija
- 11:00 – Kokolo, emisija za djecu

Zabilježeno je da dječiji program na dan analize započinje u 09:30h a završava u 10:15h, s'tim da TVSA, za razliku od ostalih analiziranih televizija, ima zabilježen dječiji program u 19:00h koji traje do 19:30h. TVSA je imala ukupno 2h dječijeg programa tog dana. Sutradan, sadržaj se ponavlja, kao i na OBN televiziji. TVSA je 22.12.2018.imala jedan više sadržaj za razliku od prethodnog dana.

Kalimero, program za djecu – Serija traje 15 minuta. Glavni lik je nespretno crno pile, jedino u porodici žutih pilića. Ono što je zanimljivo i karakteristično je da na glavi nosi polovinu ljuske jajeta iz kojeg se izlegao i da stalno govori: “Nepravda!”. Tu je još i njegova djevojka Prisila, koja je razumna i stidljiva. Njegov život prati stalna nevolja i nepopravljiva muka i zapravo ga možemo pronaći i u stvarnom životu kod mnogih ljudi. Kalimero nije jako pametan i situacije iz kojih bi se mnogi izvukli, on ne uspeva. Njegova teorija je da stalno ponavlja: “Nepravda, e to ti

je.” Pile koje se još nije ni susrelo sa pravim životnim situacijama i koje je tek “došlo na svijet”, a već se suočava sa stvarnim životnim problemima. Još jedna interesantna stvar je da je crno pile još davne 1962.godine bilo u jednoj reklamnoj kampanji za sapune. “Godina je bila 1962. ili 1963, isticalo je vrijeme talijanskoga neorealizma, ali je svijet još uvijek bio silno senzibiliziran na autsajderske priče. Kreativni tim snimio je niz reklam-nih crtanih filmova, a svi su imali isti završetak: crno pilence bi se, okupano i umiveno Ava sapunom, pretvaralo u lijepo i čisto, a što je najvažnije i sretno - bijelo pile.”⁹⁶ Ovaj sadržaj označavam pozitivnim, s obzirom na to da nisu zabilježene scene nasilja. Serija je humorističnog karaktera.

Super krila, animirana serija– Ova animirana serija namjenjena je djeci predškolske dobi. Traje 10 minuta. Radnja prati putovanja crvenog aviona Jetta koji dostavlja pakete djeci širom svijeta. Naravno, na tom putu ga čekaju mnogi problemi i nedaće koje on rješava zajedno sa svojim prijateljima. Kroz pustolovine Jetta i njegovih prijatelja, djeca upoznaju različite zemlje, gradove, kulture i uče o pravim životnim vrijednostima. Ova animirana serija kroz istraživanje se pokazala kao pozitivna strana dječijeg programa upravo iz tih razloga. Važno je napomenuti da ne sadrži scene nasilja.

Kokolo, emisija za djecu – Emisija traje 1h. Zabavnog i edukativnog je karaktera i namijenjena upravo djeci predškolske dobi. Gosti emisije su najčešće djeca iz vrtića a teme o kojima se razgovara sa njima se tiču njihovih navika, poznavanja životinja i slično. Ovaj sadržaj se može označiti pozitivnim za djecu predškolske dobi.

⁹⁶ Izvor: <https://www.iutarnji.hr/kultura/film-i-tv/pa-to-je-nepravda-malo-crno-pile-kalimero-ispililo-se-u-kampanji-talijanskog-proizvodaca-deterdenta-da-bi-se-potom-preselilo-u-crtani-film/5582739/> (pristupljeno: 21.12.2018. u 18:00h)

6.3. Anketni upitnik za roditelje

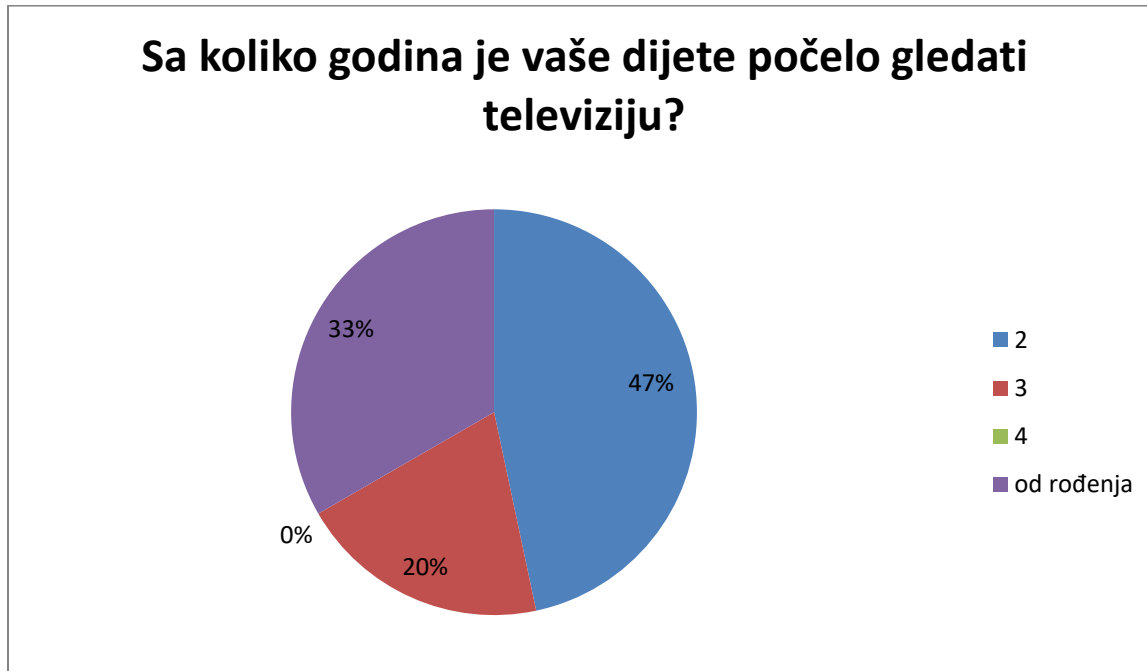
Za potrebe ovog rada, provela sam anketni upitnik sa roditeljima čija djeca borave u vrtiću “JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje Bugojno”, dana 16.08.2018. godine u prostorijama vrtića.

Upitnik je ispunilo ukupno petnaest roditelja koji su bili prisutni. Roditeljisu pismeno odgovarali na sastavljena pitanja upisujući odgovore u anketni upitnik. Upitnik je sadržavao pitanja otvorenog tipa (na posljednjem pitanju gdje su roditelji mogli iznijeti stav o negativnim i pozitivnim stranama televizije) i zatvorenog tipa (nakon što su pročitali pitanje, mogli su zaokružiti odgovor sa kojim se slažu). Osim ankete koju su popunili, roditelji su pristali i diskutovati na ovu temu te opširnije dati svoje mišljenje. Anketa je potpuno anonimna.

Prikazani rezultati temeljeni su na odgovorima roditelja.

Prikaz rezultata

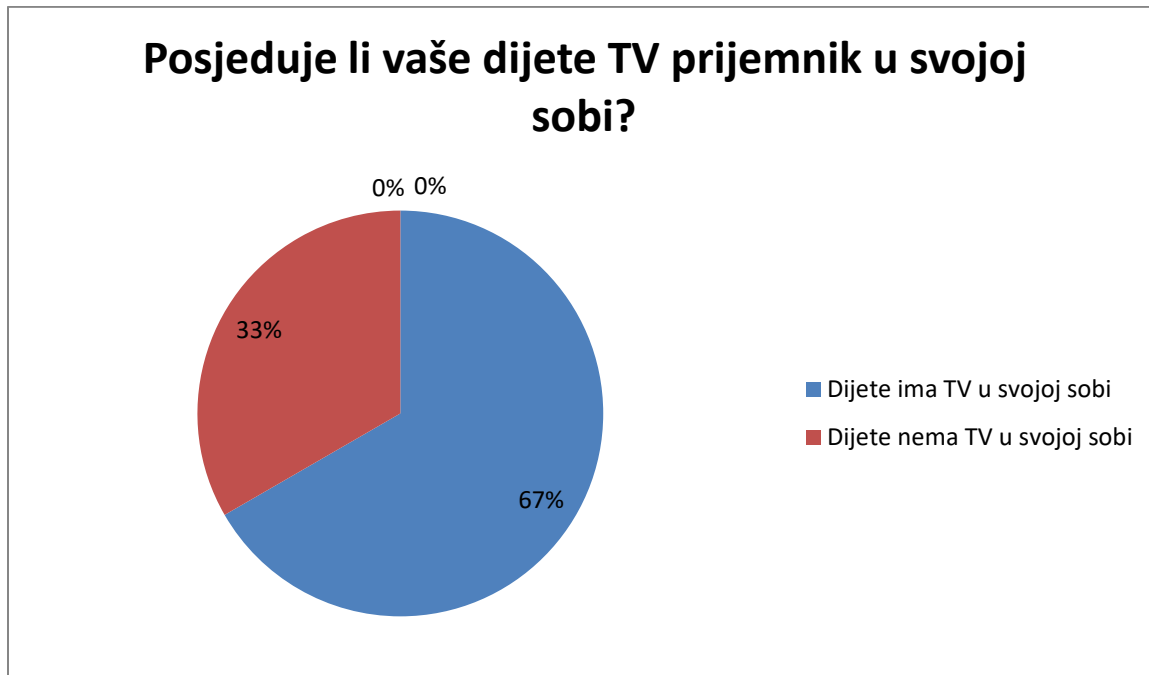
1. Sa koliko godina je vaše dijete počelo gledati televiziju?



Grafikon broj 1.obrasca

Rezultati odgovora na ovo pitanje su pokazali da djeca u prosjeku počinju gledati televiziju sa dvije godine. Sedam roditelja je izjavilo da je njihovo dijete aktivno počinje gledati TV program sa dvije godine. Pet roditelja kaže da je njihovo dijete odmah pri rođenju imalo susret sa televizijom i da je praktično od tada aktivno gleda. Tri roditelja su izjavila da njihovo dijete počinje gledati televiziju od treće godine života.

2. Posjeduje li vaše dijete TV prijemnik u svojoj sobi?



Grafikon broj 2.obrasca

Drugo pitanje, a ujedno i pretpostavljena hipoteza ovog rada, odnosilase na djetetovo gledanje TV programa u vlastitoj sobi. Zapravo, cilj je bio ustanoviti koliko djece posjeduje TV prijemnik u svojoj sobi. 67% (10) roditelja je izjavilo da njihovo dijete ima televizor u svojoj sobi, dok manje od polovine ispitivanih roditelja, to jeste samo 5 (33%), nije omogućilo djetetu TV u svojoj sobi. Uzimajući u obzir važnost poznavanja sadržaja koje dijete gleda, te tri pristupa roditelja prema djeci kada je u pitanju televizija, rezultati su zabrinjavajući. Kada je dijete u svojoj sobi, roditelji svakako imaju manju mogućnost nadzora nad sadržajima koje djeca gledaju. Ispitivani roditelji čija djeca nemaju TV u svojoj sobi su mišljenja da djeca trebaju više čitati knjige, posvetiti se učenju, ali i igri, a gledanje televizije svesti na minimum. (Tabela1. Negativne strane televizije) Roditelji koji su izjavili da djeca imaju televizor u svojoj sobi, kažu da su “mirniji” dok djeca gledaju televiziju, imaju više vremena za odmor, a njihova djeca gledajući programe mogu naučiti dosta stvari. (Tabela1. Pozitivne strane televizije)

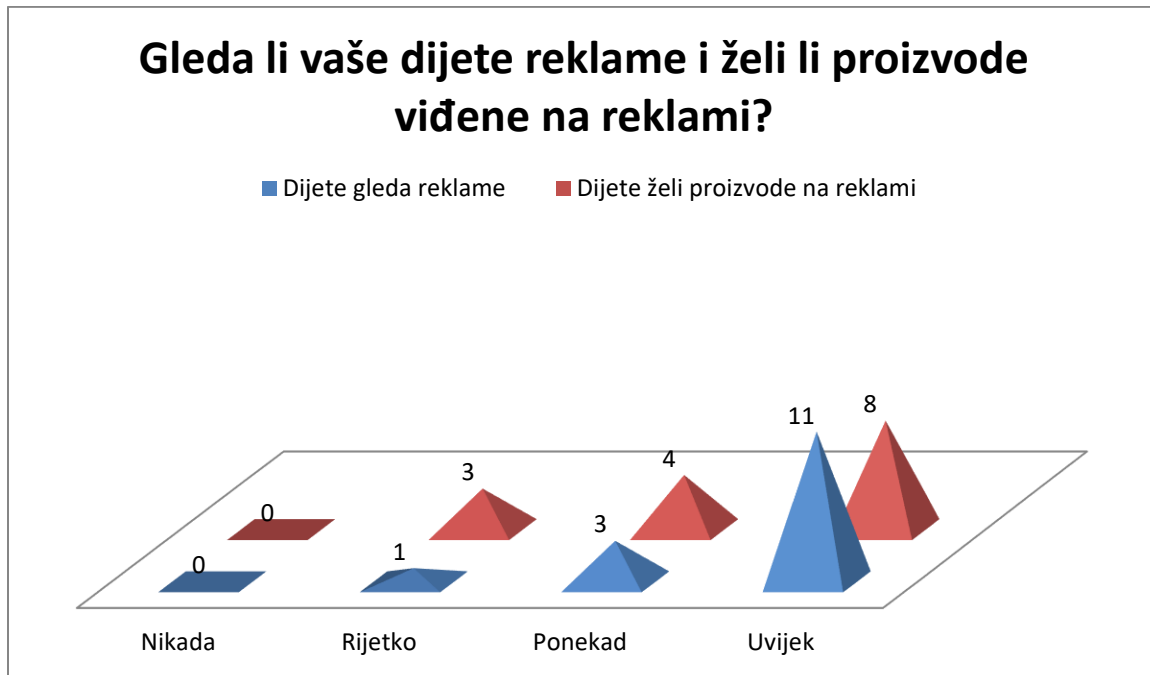
3. Bira li Vaše dijete samo koje sadržaje će gledati ?



Grafikon broj 3.obrasca

53%, odnosno osam roditelja su izjavili da dijete nikada ne bira samo šta će gledati. Ukoliko uzmemo u obzir da većina njih ima televizor u svojoj sobi, mogućnost stalne kontrole sadržaja je gotovo nemoguća, tako da se ne može sa sigurnošću utvrditi iskrenost roditelja pri odgovoru na ovo pitanje. 13% roditelja je reklo da njihovo dijete povremeno bira samostalno sadržaje koje će gledati, a 34% njih je izjavilo da dijete uvijek bira samo šta će gledati na televiziji.

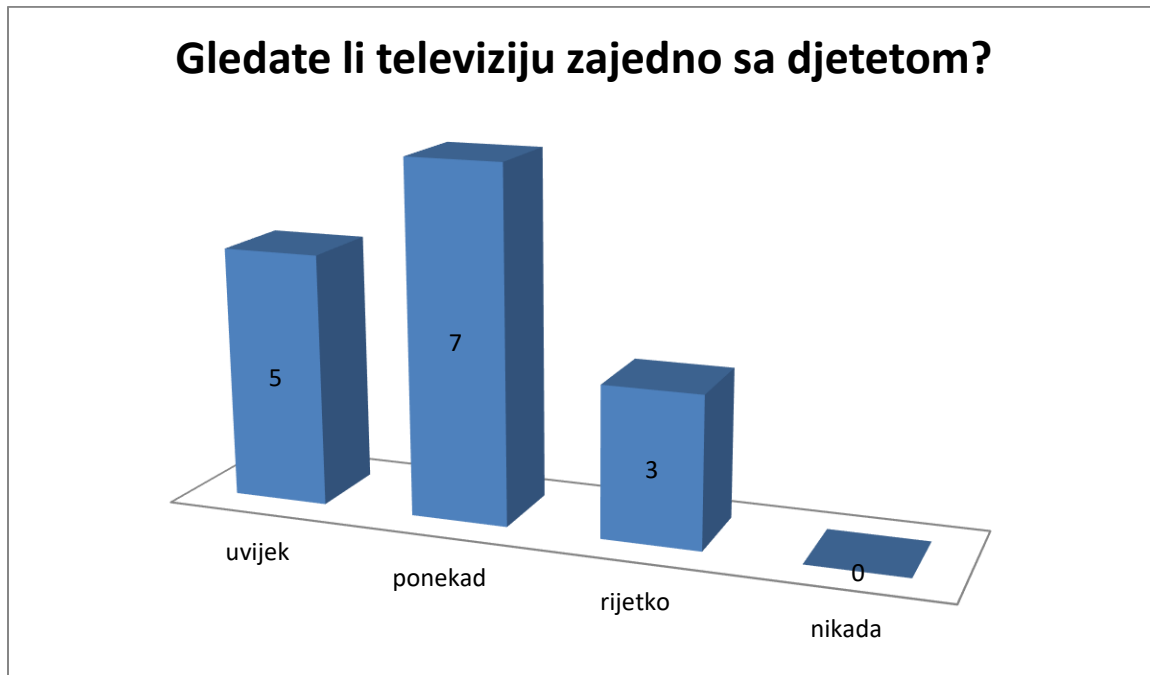
4. Gleda li Vaše dijete reklame i želi li proizvode viđene na reklamama?



Grafikon broj 4.obrasca

Više od polovine roditelja je reklo da njihova djeca uvijek gledaju reklame, a osam roditelja kaže da dijete želi proizvode sa reklama. Prikazom ovih rezultata može se zaključiti da djeca traže proizvode onoliko koliko gledaju reklame, to jest da gledanje reklama posredno utječe na poticanje roditelja da kupe djetetu proizvod. Tri roditelja su izjavila da djeca ponekad gledaju reklame, a četiri da ponekad traže proizvode koje su vidjeli. Jedan roditelj kaže da njegovo dijete rijetko gleda reklame, a tri da rijetko želi proizvode. Nijedan roditelj nije izjavio da njegovo dijete nikada ne gleda reklame, što nije iznenađujuće, kao ni to da nikada ne traži proizvode sa reklama. Ovim rezultatima se potvrđuje pretpostavka da oglašivači mudro kreiraju oglašivački sadržaj te da on itekako utječe na djecu ukoliko ga gledaju.

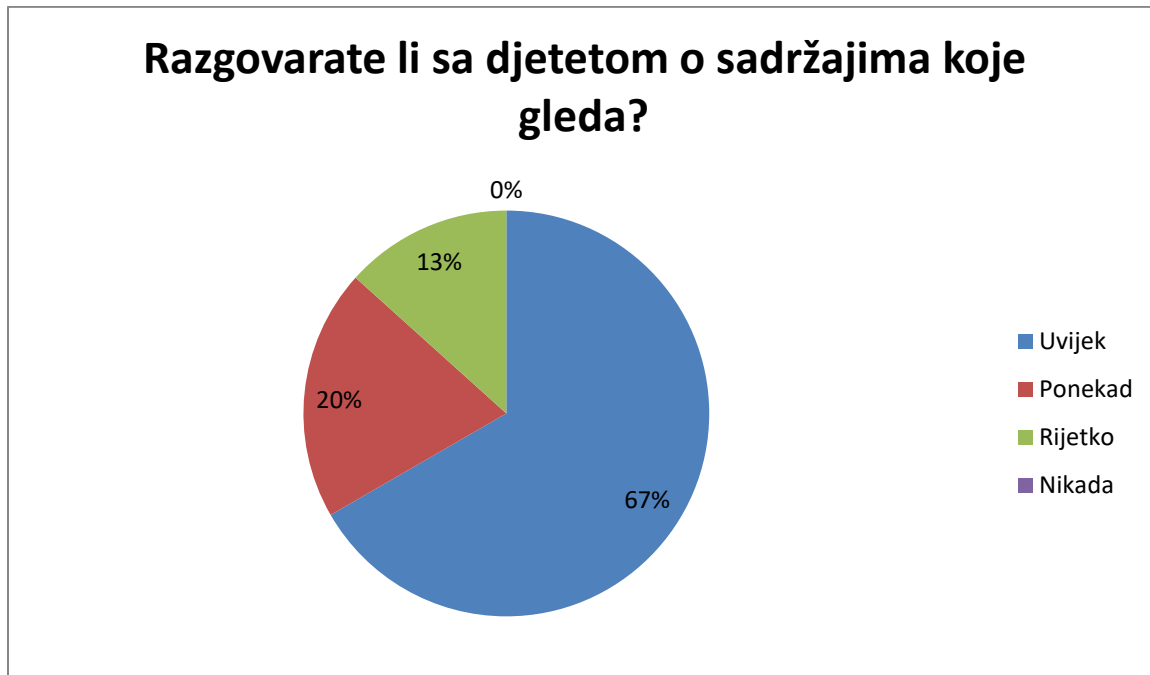
5. Gledate li televiziju zajedno sa djetetom?



Grafikon broj 5.obrasca

Na ovo pitanje tri roditelja, odnosno 20%, je izjavilo da rijetko gleda televiziju zajedno sa djetetom. Pet roditelja, 33%, uvijek gleda televiziju sa djetetom, a njih sedam, što je 47%, kaže da ponekad gledaju zajedno TV sa djecom.

6. Razgovarate li sa djetetom o sadržajima koje gleda?



Grafikon broj 6.obrasca

Na pitanje o razgovaranju sa djecom o sadržajima koje gledaju više od polovine roditelja, odnosno 67 % je izjavilo da uvijek razgovara sa djetetom o sadržajima, dok nijedan roditelj nije odgovorio da nikada ne razgovara sa djetetom o programskim sadržajima. 20% je reklo da ponekad razgovaraju sa djecom o sadržajima, dok je za 13% roditelja odgovor bio “rijetko”.

7. Sedmo pitanje je bilo otvorenog tipa i roditelji su mogli iznijeti svoje stavove u vezi utjecaja televizije na djecu te dati pozitivne stvari koje nudi ovaj medij, kao i negativne.

Izjave roditelja o pozitivnim stranama televizije	Izjave roditelja o negativnim stranama televizije
<p>“Učenje engleskog”, “Uče o životinjama”, “Razvijaju kritičko razmišljanje”, “Djeca se zabave pa tako da možemo i mi odmoriti, a i oni pored zabave mogu nešto i naučiti”, “Unapređuju riječnik”, “Zabave se a ujedno i educiraju”, “Uče o prijateljstvu”, “Razvijanje mašte i kreativnosti”, “Ima poučnih crtanih filmova za djecu”, “Uče strani jezik i brojanje”, “Djeca mogu naučiti o prirodi i okolišu”</p>	<p>“Oponašanje negativnih likova iz crtanih filmova”, “Gledaju nasilje pa oponašaju misleći da je to dobro”, “Malo edukativnih emisija”, “Djeca manje čitaju knjige i manje se zabavljaju sa prijateljima vani”, “Opterećuju oči”, “Fizička neaktivnost”, “Nemaju granice u gledanju”, “Strašni snovi zbog gledanja nasilja”, “Ovisnost o televiziji” “Djeca trebaju više čitati knjige, posvetiti se učenju, ali i igri, a gledanje televizije svesti na minimum.”</p>

Tabela 1. Mišljenja roditelja o pozitivnim i negativnim stranama televizije

7. Zaključna razmatranja

Rad je baziran na tome da se ustanovi koliko djeca gledaju televiziju, kako roditelji i odgajatelji reaguju na djetetovo gledanje televizije te način na koji televizija djeluje kada je u pitanju obrazovanje i razvoj djece. Istraženo je kada započinje eventualni utjecaj televizije na dijete, odnosno kada dijete počinje biti svjesno televizije.

Predmet istraživanja u ovom radu je bio uloga televizije u životu djece predškolske dobi. Pritom su postavljeni ciljevi da se ustanovi koliko djeca gledaju televiziju, kako roditelji i odgajatelji reaguju na dječije gledanje televizije. Naravno, pažnja je usmjerena i na bh.programske sadržaje za djecu.

Teorijsko i empirijsko istraživanje na ovu temu je dalo osnov vjerovanju da televizija zaista zauzima veliki prostor u životu djeteta. Istraživanja su pokazala da dijete tek u trećoj godini života počinje raspoznavati i shvatati sadržaje nateleviziji i to je ujedno najvažniji period u kojem roditelji moraju obratiti posebnu pažnju na vrstu sadržaja i način gledanja. U prosjeku, djeca počinju gledati televiziju sa dvije godine. To je period u kojem su djeca radoznala, usvajaju sve što im se prikaže i vrlo je važno da u tim "kriznim" godinama usvoje što više pozitivnih stvari. Prema drugim istraživanjima, dokazano je da se djeca vraćaju na sadržaje koje su gledali u periodu između treće i pete godine života, stoga je neophodno da roditelji vrše selekciju najboljih programa za svoju djecu. Posebna pažnja je usmjerena na IV dio u kojem je navedeno koliko je važna uloga roditelja i odgajatelja u djetetovom gledanju televizije. U radu sam navela koliko je važno da roditelji gledaju sadržaje sa djecom. Djeca gledaju televiziju isključivo zbog zabave te nisu svjesna opasnosti i loših sadržaja koji mogu utjecati na njihovo ponašanje, zdravlje, psihološko stanje. Skoro svakom djetetu su uzor njegovi roditelji, tako da oni moraju obratiti pažnju i na sadržaje koje oni gledaju, a dok su djeca prisutna, ali i na one koje gledaju njihova djeca. Ukoliko roditelji gledaju nasilne programe pred djecom na sasvim normalan način, djeca sigurno neće shvatiti da je to nešto loše. Razgovor je najbolja metoda u odgoju djece, pa tako da to važi i za televiziju. Iz tog razloga sam pokušala istražiti kakav je odnos odraslih prema televiziji.

Analiza bh.programskih sadržaja za djecu koje se emituju na tri javna servisa te dvije komercijalne televizije je pokazala da bh.televizije ne emituju dovoljno kvalitetnog programa za djecu. Na svim analiziranim televizijama dominiraju animirane serije koje se prikazuju u jutarnjem terminu, a obrazovni program je imala jedino BHRT. Generalno, može se zaključiti da je premalo edukativnog sadržaja za djecu do 6.godina starosti, a to se najviše, u ovom slučaju, može primijetiti kod RTRS, OBN i TVSA. Što se tiče javnog servisa, analiza je pokazala da jedino BHRT ne zanemaruje obrazovnu ulogu. Međutim, za razliku od komercijalnih televizija, javni servisi su dužni da imaju redakciju i obrazovni program kako vlastite, tako i koprodukcijske proizvodnje. Dakle, utvrđeno je da je program na javnom servisu, u svakom slučaju, bio boljeg kvaliteta za razliku od komercijalnih televizija. Zamjerke javnom servisu su manjak domaćih programa za djecu, manjak edukativnih i obrazovnih emisija za djecu. Pokazano je da komercijalne televizije najčešće repriziraju dječiji program, pa smo mogli primijetiti da je dječiji sadržaj radnim danom gotovo isti kao i vikendom.

Da li će utjecaj televizije na djecu biti pozitivan ili negativan ne zavisi samo od emitovanih sadržaja. Od velike je važnosti razumijevanje tih sadržaja i razlikovanje stvarnog od nestvarnog. Problem nastaje kada dijete gleda program bez uputa od strane roditelja i bez znanja o mogućim posljedicama. Roditelji trebaju gledati program sa djecom kad god su u mogućnosti, objašnjavati im sadržaje te ih pitati za njihove emocije nakon gledanja programa. Djeca će na taj način naučiti da sami biraju sadržaj koji im odgovara, kao i da prepoznaju onaj koji nije za njih prikladan. Samo na taj način može se smanjiti mogućnost negativnog utjecaja, a televizija postati korisna za njihovu djecu.

Generalna hipoteza koja je glasila: “Televizija kao, još uvijek, najzastupljeniji i najpopularniji medij kod djece predškolske dobi emitovanjem nekvalitetnog programa ne ispunjava jednu od svojih osnovnih zadaća: informisanje i edukovanje.”, je dokazana zajedno sa 6 pomoćnih hipoteza.

Neophodno je unaprijediti dječiji program u Bosni i Hercegovini, prije svega na javnom servisu, ali i na ostalim televizijama. Potrebno je više kulturno-obrazovnog programa koji će biti emitovan i u toku dana, ne samo u jutarnjem terminu. Sadržaj praćenog programa pokazuje da emiteri moraju biti odgovorniji za program koji emituju. Sve televizijske stanice bi trebalo da imaju programe za djecu vlastite produkcijske proizvodnje.Kako bi se promijenila cjelokupna

situacija koja nije zadovoljavajuća, potrebno je mnogo više ulaganja u dječiji program, urednika koji će biti zaduženi za taj program i na profesionalan način obavljati posao. Djeca su najosjetljiviji dio populacije i naša budućnost, stoga ih ne treba zanemariti već im pružiti što kvalitetniji edukativno-obrazovni program.

8. Bibliografija

1. Bal, Fransi: Moć medija, CLIO, Beograd,1997.
2. Demirović, Enver: Metode novinarstva, DES, Sarajevo, 2000.
3. Fejzić, Čengić F.,Kurtić, N.,Borić, F.,Šimić,S., Smailović,F.,Sefo,M.,Turčilo,L., autorska hrestomatija tekstova „Novinarstvo u printanim medijima“, Sarajevo, 2008.
4. Fejzić, Čengić Fahira: Medijska globalizacija svijeta, GIK „oko“, Sarajevo.
5. Gordon V. Olport: Sklop i razvoj ličnosti, ŠIDP “Kultura”, Beograd, 1991.
6. Ilić, Miodrag: Rađanje televizijske profesije, CLIO, Beograd, 2006.
7. Ilišin V., Marinović-Bobinac A., Radin F.: Djeca i mediji, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2001.
8. Jovan Đorđević, Televizija u vaspitanju i obrazovanju, Biblioteka savremena nastava, Beograd, 1958.
9. Kamenov, Emil: Predškolska pedagogija, knjiga I , Beograd, zavod za udžbenike i nastavna sredstva,1987.
10. Kečo-Isaković, Emina: Izazovi mas medija, DES, Sarajevo, 2006.
11. Kvin, Mek Dejvid: Televizija, CLIO, Beograd, 1998.
12. Lemiš, Dafna: Deca i televizija, CLIO, Beograd, 2008.
13. Louis Alvin Dej: Etika u medijima, primjeri i kontraverze, Medija centar, Beograd, 2004.
14. Matković, Damir: Televizija – Igračka našeg stoljeća, AGM, Zagreb, 1995.
15. McLuhan, Marshall: Razumijevanje medija, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2008.
16. Pehar, Lidija: Psihološke posljedice reforme osnovne škole, Sarajevo. Službeni list BiH, 2007.
17. Sigman, Aric: Daljinski upravljani, Velika Mlaka, Ostvarenje doo. 2010.
18. Starc, B., Čudina-Obradović, M., Pleša, A., Profaca, B. i Letica, M.:Osobine i psihološki uvjeti razvoja djeteta predškolske dobi, Golden market, Zagreb, 2004.
19. Tomić, Ruža: Komunikacija sa djecom delikventnog ponašanja, Tuzla, OFFSET, 2005.
20. Tucaković, Šemso: Propagandno komuniciranje, Studentska štamparija Univerziteta, Sarajevo, 1999.

Metodološka literatura

1. Termiz, Dževad: Metodologija društvenih istraživanja, Sarajevo: Grafit, 2004.

Web stranice

1. [file:///C:/Users/pc/Downloads/Neslužbeni%20precisceni%20tekst%20-%20Zakon%20o%20Javnom%20radiotelevizijskom%20sistemu%20BiH%20-%20B%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/Neslužbeni%20precisceni%20tekst%20-%20Zakon%20o%20Javnom%20radiotelevizijskom%20sistemu%20BiH%20-%20B%20(1).pdf) (pristupljeno: 10.10.2018. u 14:50h)
2. [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 05.11.2018. u 10:20 h)
3. [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 12.07.2018. u 13:10 h)
4. [file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/PS%2067%20(1).pdf) (pristupljeno: 17.07.2018. u 18:10h)
5. <http://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=43> (pristupljeno: 12.07.2018 u 12:09 h)
6. <http://odsek.medijkestudije.org/wp-content/uploads/2011/03/Zbornik-Digitalne-tehnologije-FINAL.pdf#page=301> (pristupljeno: 05.11.2018. u 09:40h)
7. <http://struna.ihji.hr/naziv/rano-djetinjstvo/23493/>(pristupljeno:16.01.2018. u 17:05)
8. http://www.djecjivrtic-ivanic.hr/documents/za-roditelje/preporuke/Utjecaj_medija.pdf (pristupljeno: 04.09.2018. u 20:50 h)
9. <http://www.gmtk.hr/web/pedeef/042.pdf> (pristupljeno: 05.09.2018. u 09:40 h)
10. <http://www.gmtk.hr/web/pedeef/042.pdf> (pristupljeno: 12.09.2018. u 16:40 h)
11. <http://www.gmtk.hr/web/pedeef/042.pdf> (pristupljeno: 12.09.2018. u 16:40 h)
12. <http://www.media.ba/bs/etikaregulativa-novinarstvo-etika/sloboda-i-odgovornost-medija-u-bosni-i-hercegovini> (pristupljeno: 11.10.2018. u 13:50 h)
13. <http://www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=540&n=ISPOLJAVANJE%20JAVNE%20ULOGE%20%96%20FORMA,%20SADR%8EINA,%20UKLONI> (pristupljeno: 12.11.2018. u 12:06 h)
14. <http://www.medijskapismenost.hr/kako-djeca-razlikuju-medijski-prostor-od-stvarnosti/>(pristupljeno:07.09.2018. u 17:50h)
15. <http://www.sspakrac.hr/index.php/odabrano-mainmenu-32/ueniki-radovi/234-opet> (pristupljeno:19.01.2018. u 18:39 h)

16. <http://www.tvhistory.tv/> (pristupljeno: 12.08.2018. u 11:09)
17. [http://www.unicef.rs/files/Analiza televizijskih programa za decu u Srbiji.pdf](http://www.unicef.rs/files/Analiza_televizijskih_programa_za_decu_u_Srbiji.pdf)
(pristupljeno: 06.09.2018. u 12:45h)
18. <http://www.wikiwand.com/bs/Televizija> (pristupljeno:22.01.2018. u 16:30 h)
19. <https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinara/> (pristupljeno: 07.11.2018. u 16:50)
20. https://bib.irb.hr/datoteka/573991.zavrzni_rad_fsimonov.pdf
(pristupljeno: 07.08.2018. u 12:09h)
21. <https://mojapedagogija.wordpress.com/2011/11/21/obrazovanje/>
(pristupljeno: 25.01.2018. u 11:40)
22. https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf
(pristupljeno:05.10.2018. u 23:05h)
23. https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf
(pristupljeno: 15.09.2018. u 17:20h)
24. https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/030_dina_borovina.pdf
(pristupljeno: 12.08.2018. u 17:30 h)
25. <https://mullasadra.ba/psiholosko-pedagoske-teme/77-psiholosko-pedagoske-teme/2103-znacenje-i-definicija-odgoja>(pristupljeno: 22.01.2018. u 18:00)
26. <https://repozitorij.hrstud.unizg.hr/islandora/object/hrstud:1239/preview>
(pristupljeno: 12.10.2018. u 15:08 h)
27. <https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg:79/preview>
(pristupljeno: 10.10.2018. u 14:20h)
28. <https://www.azra.ba/aktuelno/55005/historijsko-priznanje-facebook-otkrili-kako-drustvena-mreza-utjece-na-ljude/> (pristupljeno: 07:08.2018. u 12:30 h)
29. <https://www.azra.ba/teme/45148/televizija-nekad-sad-prva-serija-je-imala-budzet-25-dolara-prva-reklama-kostala-je-samo-devet-dolara/> (pristupljeno: 01.11.2018. u 13:00h)
30. <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/pravo-na-medije-koja-je-uloga-javnih-medijskih-servisa/> (pristupljeno:01.12.2018. u 17:30 h)
31. https://www.horizont.com.hr/novost.php?n_id=5&n_naslov=instagram-i-kako-ga-koristiti-za-promociju-vlastitog-brenda (pristupljeno:05.08.2018. u 19:08 h)

32. <https://www.jutarnji.hr/kultura/film-i-tv/pa-to-je-nepravda-malo-crno-pile-kalimero-ispililo-se-u-kampanji-talijanskog-proizvodaca-deterdzenta-da-bi-se-potom-preselilo-u-crtani-film/5582739/> (pristupljeno: 21.12.2018. u 18:00h)
33. <https://www.medijskapismenost.hr/kako-djeca-dozivljavaju-ono-sto-vide-na-televiziji-od-1-do-18-godine/> (pristupljeno: 11.07.2018. u 16:15 h)
34. <https://www.medijskapismenost.hr/kako-djeca-dozivljavaju-ono-sto-vide-na-televiziji-od-1-do-18-godine/> (pristupljeno: 11.07.2018. u 16:15 h)
35. <https://www.medijskapismenost.hr/odgoj-malih-potrosaca-kako-reklame-djeluju-na-djecu-predskolske-dobi/> (pristupljeno: 08.09.2018. u 15:25h)
36. <https://www.sedmagimnazija.com/UCENJE%20size%202.doc>
(pristupljeno:22.01.2018.u 16:50 h)
37. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu:2130/preview> (pristupljeno: 03.08.2018.u 14:07h)

Youtube linkovi:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=IIw-VBC8KOM> (pristupljeno: 08.08.2018. u 16:30h)

9. Biografija

Osnovne informacije:

- Ime i prezime: Dženita Aganović
- Datum rođenja: 21.04.1995.
- Mjesto rođenja: Bugojno
- Adresa: Kožarska 30, Bugojno
- Telefon: 062-679-925
- E-mail: den.nii@live.com

Obrazovanje:

2008-2012

Naziv organizacija, obrazovanja ili osposobljavanja: Gimnazija Bugojno

2012-2018

Naziv organizacija, obrazovanja ili osposobljavanja: Fakultet političkih nauka, Sarajevo

Pravac obrazovanja: Komunikologija

Kvalifikacije: Bachelor komunikologije – žurnalistike

Nivo u državnoj kvalifikaciji: Bachelor komunikologije

Radno iskustvo:

Fakultetsko obrazovanje mi je dalo širok spektar teoretskog znanja ali i uvid u praktične aspekte poslovanja, važnost organizacije i timskog rada. U sklopu fakultetskih obaveza, obavljala sam tromjesečnu praksu na portalu federalna.ba, te izvršavala zadatke na federalnoj novinskoj agenciji FENA. Takođe, volontirala sam u novinama "Dnevni avaz" gdje sam upoznala važnost međuljudskih odnosa u poslovnom okruženju i uveliko razvila svoje sposobnosti. Pored toga, bila sam polaznik akademije za prevenciju maloljetničke delikvencije u sklopu udruženja

PROAKTA sa mnogim seminarima na tu temu te aktivni volonter nevladine organizacije “SUNCE” gdje sam pohađala i kurs engleskog jezika. Honorarno sam radila u agenciji za istraživanje tržišta “GFK”.

Trenutno stanje: Apsolvent druge godine Master studija na Odsjeku za komunikologiju, Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Takođe, trenutno obavljam pripravnički staž u općini Bugojno, služba za privredu, opće i društvene djelatnosti.

Strani jezici: Engleski jezik (pisanje, čitanje i izgovor), Njemački jezik (početni nivo).

Poznavanje rada na računaru: MC Office paket (Word-napredni nivo znanja, Exel-napredni nivo znanja, Power point-napredni nivo znanja)

Socijalne i organizacijske sposobnosti i kompetencije: Za sebe mogu reći da sam dinamična, komunikativna i fleksibilna osoba koja želi da uči i razvija svoje potencijale u svim situacijama.

10. Prilozi (dodaci)

10.1. Prilog I

Anketa I

Poštovani/e,

molim Vas da izdvojite nekoliko minuta za popunjavanje ankete koja je potrebna u svrhu istraživanja i izrade magistarskog rada na temu "Utjecaj televizije na razvoj i obrazovanje djece predškolske dobi".

Prilikom odgovaranja na pitanja molim Vas da date iskrene odgovore kako bih dobila što preciznije podatke. Podaci dobiveni ovim istraživanjem će biti korišteni isključivo u svrhu izrade navedenog magistarskog rada i u druge svrhe se neće koristiti.

Anketa je upotpunosti anonimna u smislu odavanja javnosti bilo kakvih ličnih podataka i odgovora.

Neizmjereno sam Vam zahvalna na izdvojenom vremenu i učešću u ovom istraživačkom radu.

Dženita Aganović

*Obavezno

Spol*

Muški

Ženski

Starosna dob*

15 – 25

25 – 35

35 – 45

45 – 60

Zanimanje*

Zaposlen/a

Nezaposlen/a

Student/ica

1. Koliko često gledate televiziju?*

Nikako

Nekoliko sati dnevno

Rijetko

Više od polovine dana

2. Koje sadržaje najčešće pratite?*

Kultura

Sport

Lokalne vijesti

Filmovi i serije

o Politika

3. Koliko često koristite internet?*

o Nikako

o Nekoliko sati dnevno

o Rijetko

o Više od polovine dana

4. U koje svrhe koristite internet (napišite ukratko) ?*

5. Ukoliko pratite svakodnevna dešavanja, da li se više oslanjate na informacije koje se prenose putem TV, ili na one sa internet portala? Kome više vjerujete?*

o Televizija

o Internet portali

o Podjednako

6. Smatrate li da je za normalan razvoj djece predškolske dobi štetnija upotreba interneta ili gledanje TV programa?*

o Upotreba interneta

o Gledanje TV programa

o Podjednako

10.2. Prilog II

Anketa II

Poštovani/e,

molim Vas da izdvojite nekoliko minuta za popunjavanje ankete koja je potrebna u svrhu istraživanja i izrade magistarskog rada na temu "Utjecaj televizije na razvoj i obrazovanje djece predškolske dobi".

Prilikom odgovaranja na pitanja molim Vas da date iskrene odgovore kako bih dobila što preciznije podatke. Podaci dobiveni ovim istraživanjem će biti korišteni isključivo u svrhu izrade navedenog magistarskog rada i u druge svrhe se neće koristiti.

Anketa je upotpunosti anonimna u smislu odavanja javnosti bilo kakvih ličnih podataka i odgovora.

Neizmjereno sam Vam zahvalna na izdvojenom vremenu i učešću u ovom istraživačkom radu.

Dženita Aganović

1. Sa koliko godina je Vaše dijete počelo gledati televiziju?

o od rođenja

o 2

o 3

o 4

2. Posjeduje li Vaše dijete TV prijemnik u svojoj sobi?

- Dijete ima TV u svojoj sobi
- Dijete nema TV u svojoj sobi

3. Gleda li Vaše dijete reklame?

- Nikada
- Rijetko
- Ponekad
- Uvijek

4. Želi li proizvode videne na reklami?

- Nikada
- Rijetko
- Ponekad
- Uvijek

5. Gledate li televiziju zajedno sa djetetom?

- Nikada
- Rijetko
- Ponekad
- Uvijek

6. Razgovarate li sa djetetom o sadržajima koje gleda?

- Nikada
- Rijetko
- Ponekad
- Uvijek

7. Vaše mišljenje o pozitivnim i negativnim stranama televizije a koje utječu na djecu?
(upisati)

Pozitivne strane: _____

Negativne strane: _____

10.3. Prilog III

Intervju

Tema: "Utjecaj televizije na razvoj i obrazovanje djece predškolske dobi"

1. *Edina Bajrić, direktorica "JU centar za predškolsko vaspitanje i obrazovanje Bugojno"*

Pitanja:

1. Koliko je trenutno upisano djece u vrtić?

- Trenutno je u vrtić upisano 135 djece, od čega 68 dječaka i 64 djevojčice.

2. Da li u prostorijama vrtića imate TV prijemnik i ukoliko imate, koliko često djeca gledaju sadržaje na TV?

- Da, imamo TV u jednoj prostoriji u vrtiću. Tačnije, u prostoriji gdje najviše borave djeca koja su u grupi do tri godine starosti. Djeca koja su u starijoj grupi, od pet i po do šest godina, nikako ne gledaju televiziju za vrijeme boravka u vrtiću, niti izražavaju želju za gledanjem sadržaja. Smatram da to sve zavisi od metoda koju upotrebljavaju odgajatelji. Djeca u predškolskoj dobi su jako osjetljiva i na odgajateljima je velika odgovornost kada je u pitanju način postupanja. Oni moraju imati dobre strategije kako bi i djeca bila zadovoljna, ali i kako bi se postigli zadovoljavajući rezultati. Televizija u našem slučaju nije način zabavljanja djece. Međutim, u grupi do tri godine starosti, djeca sat vremena dnevno gledaju crtane filmove.

3. Da li ste primijetili da djeca oponašaju likove iz crtanih filmova dok borave u vrtiću?

- Iako je gledanje televizije u našem vrtiću svedeno na minimum, ipak, zajedno sa odgajateljicama, često primijetim određene promjene u ponašanju kod djece, a koje su izazvane gledanjem određenih crtanih filmova. Mislim da je najveći problem što su djeca zadivljena uglavnom negativnim likovima koji su najčešće stereotipni, odvažni, hrabri, mogu uraditi šta god žele, a djeca ih vole i imitiraju. Također, prikazivanjem ženskih likova kao lijepih, zavodljivih junakinja djevojčice dobivaju iskrivljenu sliku o ljepoti, ne shvataju da je ta ljepota, uglavnom, samo na televiziji. Oponašanje takvih stvari može dovesti do manjka samopouzdanja i osjećaja manje vrijednosti za sve osobe, ne samo djecu. Iz tog razloga apelujemo na redovne razgovore roditelja sa djecom o gledanim sadržajima, kako ne bi došlo do neželjenih posljedica.

4. Šta su, prema Vašem mišljenju, prednosti a šta nedostaci televizije u životu predškolskog djeteta?

- Vrlo je važno od najranije dobi djecu učiti šta zaista televizija predstavlja, koju ulogu ima u njihovom životu. Naravno, televizija može imati pozitivan učinak na djecu ukoliko se gleda u ograničenim količinama i ukoliko roditelji obraćaju pažnju na vrstu sadržaja. Naša ustanova ima praksu redovnih razgovora pedagoga sa djecom i smatram da svako dijete za normalan razvoj treba imati razgovor sa stručnim licima. U današnjem vremenu, kada su mediji preuzeli vodstvo u odgoju djece, to je više nego neophodno. Što se tiče prednosti koje nam nudi televizija, u prvom redu navodim učenje stranog jezika, zatim učenje abecede, razvijanje kritičkog mišljenja kao i osjećanja prema drugima, prema životinjama... Nažalost, negativnih je mnogo više. Nasilje dominira u mnogim crtanim filmovima, ali i ostalim sadržajima koji su, svakako, dostupni djeci. Televizija im skraćuje vrijeme koje bi trebali iskoristiti za igru. Iz tog razloga, u našem vrtiću se koriste druge metode zabavljanja djece.

11. Popis grafikona

Grafikon broj 1.obrasca- spol

Grafikon broj 2.obrasca – starosna dob

Grafikon broj 3.obrasca – zanimanje

Grafikon broj 4.obrasca – koliko često gledate televiziju

Grafikon broj 5.obrasca – koje sadržaje najčešće pratite

Grafikon broj 6.obrasca- koliko često koristite internet

Grafikon broj 7.obrasca – ukoliko pratite svakodnevna dešavanja, da li se više oslanjate na informacije koje se prenose putem TV, ili na one sa internet portala? Kome više vjerujete?

Grafikon broj 8.obrasca – smatrate li da je za normalan razvoj djece predškolske dobi štetnija upotreba internet ili gledanje TV programa?

Grafikon broj 9.obrasca – sa koliko godina je Vaše dijete počelo gledati televiziju?

Grafikon broj 10.obrasca – posjeduje li Vaše dijete TV prijemnik u svojoj sobi?

Grafikon broj 11.obrasca – bira li Vaše dijete samo koje sadržaje će gledati?

Grafikon broj 12.obrasca – gleda li Vaše dijete reklame i želi li proizvode viđene na reklamama?

Grafikon broj 12.obrasca – gledate li televiziju zajedno sa djetetom?

Grafikon broj 13.obrasca – razgovarate li sa djetetom o sadržajima koje gleda?

12. Izjava o plagijarizmu

Kao studentica magistarskog studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu potpisujem izjavu da sam upoznata sa Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo i Etičkom kodeksu Univerziteta u Sarajevu.

Ovom izjavom potvrđujem da sam magistarski rad napisala samostalno i koristeći se isključivo navedenom bibliografijom, te da ovaj rad nije korišten pri bilo kakvom drugom ocjenjivanju.

Saglasna sam da jedan primjerak mog rada bude javno dostupan preko biblioteke Fakulteta političkih nauka.

Mjesto/datum _____

Potpis _____