

UDK: 781.68:159.9-053.5

Pregledni članak

Primljeno 24. 6. 2010.

Prihvaćeno: 18. 10. 2010.

MOZART ILI POCOYO – DRUGI RODITELJI KGOY GENERACIJE

Ana PENJAK, prof.

Katedra za strane jezike
Kineziološki fakultet Sveučilišta u Splitu
e-mail: ana.penjak@kifst.hr

Sažetak: *Otkad se televizija prvi put pojavila, sredinom dvadesetog stoljeća, njezina gledanost, zastupljenost i utjecaj u stalnom su porastu. Sve do 1980-ih društvena istraživanja bila su vrlo jednosmjerna te su upućivala samo na implicitnu teoriju o tome na koji način mi gledamo televiziju. Međutim, posljednjih godina javila se snažna potreba za detaljnim istraživanjem ne samo načina na koji gledamo televiziju nego i utjecaja njezina sadržaja na tzv. rizičnu skupinu, tj. na djecu, a osobito na predškolce. Iako se još uvijek radi o dosta neistraženom području, ipak su brojna istraživanja pokazala povezanost ovog masovnog medija i djece, osobito kada govorimo o utjecaju televizije na kognitivni razvoj djeteta. Cilj je rada uputiti na rezultate dosadašnjih istraživanja te na moguće rješenje ovog danas već pravog fenomena. Naglasak je međutim prvenstveno stavljen na promatranje izloženosti djeteta do treće godine života televizijskim programima, koji, ako su prilagođeni njegovu uzrastu i edukativnog su sadržaja, direktno utječu na razvoj djetetovih kognitivnih vještina kao i na njegov budući uspjeh u obrazovanju. S druge strane, djetetova izloženost televizijskim programima čija je svrha samo puka razonoda povezana je sa slabim kognitivnim razvojem, znatno lošijim uspjehom u obrazovanju i slabijim razvojem vještina kod djeteta. Uvođenje medijskog odgoja i obrazovanja, kao i medijskog opismenjivanja djece, ali i odraslih, pokazuje se kao, zasada, jedino moguće rješenje ovog problema.*

Ključne riječi: *djeca, masovni medij, medijska pismenost, obitelj, televizijski sadržaj*

UVOD

Današnje je društvo nemoguće zamisliti bez medija masovnih komunikacija, čije su funkcije i utjecaji sve brojniji i prisutniji. Brojna istraživanja pokazala su da značajno mjesto u svakodnevnom životu mediji počinju zauzimati već kod djece u prvim godinama života. S druge strane, upravo kada govorimo o odnosu

djece prema medijima, nameće nam se ključno pitanje: kakav potencijalni utjecaj mogu imati mediji na rast, razvoj, odgoj, obrazovanje i proces socijalizacije djeteta, tj. na njegovo integriranje u društveni život još od najranijih dana? (Foster, 1964.) Iako je socijalizacija stalna i kontinuiran proces, ipak je upravo ta najranija životna dob djeteta i najvažnija jer se smatra da se u njoj svako dijete oblikuje u osobu, učeći o vrednotama, poželjnim oblicima ponašanja, ali i o stavovima. Faktore socijalizacije klasificiramo u dvije skupine: one primarne kao što su obitelj i vršnjaci i one sekundarne kao što su škola, crkva, mediji, radna sredina itd. Njihovi utjecaji ovisit će o nizu okolnosti, od kojih je možda najistaknutija dob pojedinca.

Polazeći od definicije medija kao određenog sustava znakova, abeceda, slikovnih simbola, tonova i sl. (Rodek, 2007.), dolazimo do spoznaje da mediji posreduju komunikaciju između naše svijesti i svijeta koji nas okružuje. Stoga autoricu članka upravo u ovom kontekstu najviše zanimaju masovni mediji kao socijalni faktor čiji utjecaj počinje u najranijoj životnoj dobi djeteta. Utjecaj koji televizija, kao najmoćniji oblik masovnog medija, ima na djecu pokazao se, u posljednjih nekoliko godina, fascinantnim (Fiske, 2009.). Pritom se masovne medije promatralo kao:

1. određena sredstva općenja među ljudima koja su i sama podložna razvojnim promjenama;

2. određena sredstva proizvodnje, selekcije i distribucije medijskih sadržaja (prije svega sadržaja masovne kulture) /Žugić, 1988./.

U ranoj dobi (od prve do treće godine) televizija, sudeći po onomu što kažu Greenberg i Reeves (1976.), djeci služi isključivo i samo kao oblik zabave. Unatoč razvijenim teorijama masovnih komunikacija, još uvijek se nije uspjelo doći do konačnih i jednoznačnih rezultata istraživanja o recepciji televizijskog sadržaja. Stoga će se ovim radom nastojati pokazati kako, na koji način i uolikoj mjeri televizija može utjecati i utječe na djecu polazeći od tradicionalnog modela istraživanja medijskog učinka koji se temelji upravo na pretpostavci da mediji mogu imati značajan utjecaj na djecu od njihove najranije dobi.

1. Društvene i okolinske odrednice utjecaja televizije i njezinih sadržaja kod djece najmlađe dobi

Tradicionalna su društva danas gotovo pa u potpunosti pala u zaborav, a društvene su poveznice kao što su obitelj i zajedništvo gotovo iščezle. Ekonomski razvoj i galopirajući napredak tehnologije omogućio je medijima difuziju unutar suvremenog društva namećući ih (medije) kao idealan izvor identiteta i životnoga stila (Tomašić, 2008.). Masovna kultura, čija je svrha prvenstveno profit, služeći se simbolima koji su većini ljudi razumljivi, postat će kulturom koja širi prosječnost i koja ne unapređuje (Wells i Hakanen, 1997.; Fiske, 2009.). A kada

se ljudi prepuste tim utjecajima, postupno počinju gubiti mogućnost samoprosudbe, postajući pasivni objekti kojima je lako upravljati. Međutim, može li se sa sigurnošću tvrditi da su danas roditelji, kao faktor koji je primaran u procesu socijalizacije djeteta, samo pasivni sudionici cijelog procesa, ili su oni vrlo prisutni, aktivni njegovi sudionici? Koliku ulogu roditelji imaju i trebaju imati u medijskom odgoju djeteta od prvih dana njegova života? Kolike su stvarne potrebe djeteta za medijima u toj dobi? Što je to medijsko obrazovanje i medijska pismenost? Sve su to elementi uz pomoć kojih će se pokušati doći do zaključka priče o odnosu djece i medija.

2. Televizija i televizijski sadržaji u životu djeteta – da, ali u kojoj mjeri?

Jedno od glavnih obilježja televizije i njezinih sadržaja jest njezina sveprisutnost i lako rukovanje njome – dovoljan je samo pritisak na gumb da se pred vama otvori čitav novi svijet. U mnogim domovima televizija zauzima “počasno” mjesto, bilo to u sobi za dnevni boravak, kuhinji ili spavaćoj sobi. Televizija svojim relativno malim dimenzijama prisiljava gledatelja da svoj pogled koncentrira na sadržaj na ekranu, istovremeno ga hipnotizirajući. Kod djece se faktor hipnotiziranja može manifestirati na jedan od tri načina. Ona mogu biti hipnotizirana televizijskim sadržajem jer televiziju gledaju na neki od sljedećih načina: kao strast, kao zakrpu i kao tapete. Gledanje televizije iz strasti kod djece bi bilo gledanje određene emisije u kojem ih nitko i ništa ne može omesti: buka, telefon, prijatelji i sl. Gledanje televizije kao zakrpe značilo bi gledati njezin sadržaj iz dosade, dok interes za neki poseban program uopće ne postoji. I naposljetku, gledanje televizije kao tapete značilo bi da je djetetov pogled uperen k televiziji, ali ono je ne gleda nego mu služi jedino kao zvuk iz pozadine.

Ako kao polazišnu točku za proučavanje utjecaja televizije i televizijskih sadržaja na djecu uzmemo teoriju izravnih utjecaja (*direct effects*), unutar koje su ispitivana dva osnovna čimbenika u procesu komunikacije (medijski sadržaj i ponašanje primatelja), onda znamo da mediji utječu na primatelja, ali i to da njihov utjecaj *nije* determiniran ni apsolutan. Stoga Ilišin (Ilišin, 2003.) zaključuje kako roditelji, ali i društvo ipak imaju konačan utjecaj na dijete počevši od njegovih prvih dana.

Gunter i McAleer (Gunter i McAleer, 1997.) smatraju kako je prije razgovora o samom televizijskom sadržaju potrebno znati što je dijete u dobi od prve do treće godine u stanju razumjeti i na koji način percipira određene prikazane sadržaje. Autori tvrde da djeca u toj dobi nisu u stanju razlikovati maštu od stvarnosti, te su uvjerena da je onaj sadržaj koji im ponude npr. crtići ekvivalent stvarnosti. Jedan od ključnih razloga krije se u činjenici da djeca u toj dobi nemaju koncept vremena i prostora. Stoga je sve što vide na televiziji za njih stvarno. Kirkorian i sur. (Kirkorian i sur., 2008.) u svom su istraživanju u kojemu su promatrali djecu

od dvije do pet godina došli do zaključka da dijete od dvije godine televizijski svijet doživljuje kao zaseban svijet koji "živi" unutar televizijskog aparata. Nadalje, Flavell i sur. (Flavell i sur., 1990.) također su zaključili da djeca do tri godine nisu bila u stanju razlikovati stvarne predmete i likove od onih na televiziji. Na njihov upit što bi se dogodilo da se televizija u trenutku kada se na njoj prikazuje zdjela puna kokica preokrene, djeca su odgovorila da bi kokice ispale iz zdjele. Tek će u trećoj godini dijete biti u stanju razumjeti da likovi iz crtića nisu stvarni. U četvrtoj će početi razlikovati likove iz crtića od onih iz stvarnoga života. Sva ta zbrka u njihovim glavama trajat će do otprilike desete godine, kada će još uvijek svako četvrto dijete imati poteškoće u razjašnjavanju pojedinih prizora na televiziji i u stvarnosti.

Određena istraživanja (Anderson i sur., 1976.; Kirkorian i sur., 2008.) pokazala su da djeca mlađa od dvije godine malo obraćaju pozornost na televiziju, tj. da njihovu pozornost privlače samo tzv. "tiha formalna obilježja" kao što su npr. zvuk i pokret. Nadalje, isti autori tvrde da dijete od treće godine i dalje pasivno gleda televiziju, ne obraćajući uistinu pozornost na stvarni sadržaj, dok već nešto starije dijete (3-6 godina) televiziju počinje doživljavati kao vrstu pozadinskog društva. Istraživanja su pokazala kako je lagana glazba, npr. klasična, puno bolja opcija pri odabiru pozadinskog društva djetetu prethodno spomenute dobi. Pozitivan učinak koji klasična i općenito vesela i čista glazba ima na djecu poznat je pod nazivom *učinak Mozart*. Rauscher i sur. (Rauscher i sur., 1993.) ustvrdili su da su djeca koja su od prve do treće godine bila izložena ozbiljnoj glazbi, s posebnim naglaskom na glazbu W. A. Mozarta (točnije, njegov Piano koncert u A-molu), bila bolja npr. u prostorno-vremenskom snalaženju. Međutim, Ken će (Ken, 2006.) tu tvrdnju nastojati opovrgnuti zaključujući kako ne postoji značajnija razlika u prostorno-vremenskom snalaženju kod djece koja su slušala Mozartovu glazbu od one koja to nisu. Nadalje, da izloženost Mozartovoj glazbi uistinu direktno utječe na raspoloženje i postizanje općenito boljih rezultata kod iste dobne skupine djece, dokazao je 2009. Schellenberg u svom istraživanju. Lubetzky i sur. (2009) išli su toliko daleko da su došli do zaključka da majka slušajući tijekom trudnoće Mozarta može znatno smanjiti djetetov stres pri rođenju, ali i sve njegove buduće stresove u životu.

I dok brojni stručnjaci smatraju da je dijete bolje izložiti slušanju laganije glazbe, neki to smatraju irelevantnim (McKelvine i Low, 2002.). Ilišin i sur. (Ilišin i sur., 2001.) smatraju da se dijete u današnje vrijeme, unatoč svim našim naporima i zabranama, ne može u potpunosti "obraniti" od televizijskog sadržaja.

Slikovnice, nekoć vrlo popularan medij informiranja djece, danas kao da više ne postoje. I premda se istraživanjima nastojalo upozoriti na važnost pričanja priča i bajki, prvenstveno referirajući se na važnost pri razvijanju dječje mašte i kreativnosti, danas kao da se na to zaboravilo. Steyer i Clinton (Steyer i Clinton,

2003.) kao i Marshall i Werndly (Marshall i Werndly, 2002.) tvrde kako je u posljednjih 40 godina televizija postala novi roditelj u pričanju priča; ona je ta koja priča većinu priča, većinu vremena. Televizija je današnji medij masovne distribucije zamamnih slika i zasljepljujućih prizora. Današnja se generacija djece rađa u okruženju u kojemu je upravo televizija zauzela središnje mjesto u svakom kućanstvu. Stoga Buckingham (Buckingham, 2005.) zaključuje kako je svijet crtića zamijenio svijet bajke, dok je televizija dobila ulogu naratora, tj. roditelja. Ali, je li svijet crtića u potpunosti valjana zamjena za slikovnice? Od čega se sastoji svijet crtića, a od čega svijet slikovnica?

Slikovnice su, s obzirom na svoj način oblikovanja ponuđenog sadržaja, potpuna suprotnost crtićima na televiziji. Bacivši pogled na slikovnicu, uočit ćemo da je njezin svijet napravljen po principu jednostavnih crteža, jakih boja i malo teksta napisanog jednostavnim, kratkim riječima. Svijet je slikovnica jednostavan, slike i prizori polagani su, maštoviti i prilagođeni djetetu određene dobi. Dok npr. dvogodišnje dijete lista slikovnicu, njegov će se pogled najvjerojatnije zaustaviti na svakoj stranici, iako ne podjednako, kako bi pomno promotrio određeni prizor. Slikovnica djetetu pruža sve potrebno vrijeme kako bi ono zadovoljilo svoju znatiželju i radoznalost. S druge strane, samo kratak pogled na neki crtić dovoljan je da nam odmah postane jasno od čega je načinjen taj svijet – to su prekrasne, primamljive i zasljepljujuće slike i prizori koji prebrzo slijede jedan za drugim ne dopuštajući djetetu da se usredotoči i analizira onaj dio koji je njemu zanimljiv. Jake boje, likovi koji uglavnom izražavaju samo snažne emocije, nasilje itd., samo su neki od prisutnih elemenata svakog crtića. Singer i Singer (Singer i Singer, 2001.) smatraju kako crtići *novije generacije* nisu prilagođeni brzini djetetova razumijevanja, s jedne strane, ali ni mogućnosti perceptivnog obuhvaćanja i analiziranja određenih značenja i vrijednosti, s druge strane. Sve se svodi, kako tvrdi Mihajlovski (Mihajlovski, 2008.), na princip: evo ti rješenja i odgovora na sva moguća pitanja. Tako upakirane pokretne slike ne potiču kod djeteta proces samostalnog prikupljanja, sistematizacije, obrade informacija i, povrh svega, donošenja zaključaka, nego je sve usmjereno na djetetovu podsvijest, koja te informacije brzo guta i prihvata, bez mogućnosti oblikovanja vlastitih ideja, potreba i vrijednosti. Signorielli (Signorielli, 1991.) zaključuje da na taj način dijete postaje uskraćeno u kvaliteti i kvantiteti riječi, što se poslije može odraziti na njegovu sposobnost izražavanja u svakodnevnom životu. U prilog ovomu ide i istraživanje koje je 1980. godine proveo američki psiholog L. K. Meringoff (Laniado & Pietra, 2005.). U njegovu su istraživanju djeca mlađe dobi bila izložena slušanju bajke na radiju, s jedne strane, i gledanju te iste bajke na televiziji, s druge strane. Naime, djeca koja su bila izložena slušanju bajke na radiju zapamtila su više podataka od onih koji su sadržaj pratili putem televizije. Došlo se do zaključka da je sadržaj koji je djeci bio izložen u obliku radijske

emisije ili putem čitanja bio bolje prihvaćen jer je omogućio djetetu da onaj sadržaj koji mu nije bio drag zanemari ili ublaži, dok je isti takav sadržaj prikazan na televiziji za dijete bio prebrutalan, preagresivan i nije ga bilo moguće izbjeći. Nadalje, nerealno brzi ritam izmjene prizora može imati posljedice na normalan razvoj dječjeg mozga, koji se prve tri godine ubrzano razvija, točnije na problem u koncentraciji, koji se počne pojavljivati u sedmoj godini života. To je potvrdilo istraživanje koje su 2004. godine proveli Christakis i sur. (Christakis i sur., 2004.). Istraživanje je provedeno na 1278 djece od godinu dana i 1345 djece od tri godine. Djeca od godinu dana bila su izložena gledanju televizije prosječno 2,2 sata po u danu, a trogodišnja djeca tjedno su bila izložena gledanju televizije prosječno 3,6 sati. Istraživanje je pokazalo da je 10 posto djece (1-3 godine) koja su bila izložena gledanju televizije u sedmoj godini imalo problema s koncentracijom, što je poznato i pod nazivom ADHD sindrom (od eng. *Attention Deficit/Hyperactivity Disorder*, u prijevodu: deficit pažnje/hiperaktivni poremećaj). Barr i sur. (Barr i sur., 2010.) nedavno su došli do sličnog zaključka. U svom istraživanju u kojemu su ispitanici bila djeca iste dobne skupine kao i u istraživanju Christakisa i sur. (Christakis i sur., 2004.) dokazali su da su djeca koja su do četvrte godine svakodnevno bila izložena televizijskom sadržaju neprimjerenom za njihov uzrast, kao i sadržajima namijenjenima odraslima, u četvrtoj godini pokazala znatno lošije sposobnosti u izvršavanju kognitivnih zadataka od onih koji tome nisu bili izloženi.

3. Obiteljski odnosi: uloga i mogućnosti roditelja u medijskom informiranju djece najmlađe dobi

Ne tako davno roditelji su bili ti koji su svojoj djeci prenosili najveći dio spoznaja potrebnih za život. Danas je međutim situacija znatno drukčija. Nove tehnologije i mediji, pod okriljem procesa globalizacije, zauzeli su dobrim dijelom mjesto koje je nekoć pripadalo samo roditeljima, obitelji, crkvi i školi (Turtuainen i sur., 2007.). U susretu s novim otkrićima, nepreglednom količinom podataka, slika, prizora i mogućnosti roditelji su, u većini slučajeva, u odgoju djeteta postali sumnjičavi. U nemogućnosti da odluče kako ispravno postupiti u određenim situacijama, oni često odlaze u drugu krajnost i počinju sve više dopuštati a sve manje zabranjivati. Najgore u cijeloj toj priči jest to da su djeca počela percipirati svoje roditelje kao nedovoljno kompetentne, pa nas stoga i ne čude ovakve izjave: "Mama, ti ne razumiješ jer toga u tvoje vrijeme nije bilo" ili "Tata ti si metuzalem i živiš u nekom drugom svijetu" i sl. No, jesu li djeca uistinu postala, kako je to Sokrat kazao prije 2400 godina, pravi mali tirani koji uživaju u luksuzu vremena i ništa ne pomažu u kući, koji se suprotstavljaju roditeljima i muče nastavnike?

Svaki se roditelj danas, u XXI. stoljeću, nalazi pred golemim izazovom. Od

njega se očekuje da svojim iskustvom pomogne djetetu da shvati kako i na koji način najbolje iskoristiti neizmjerne mogućnosti televizije i izvore koje im ona svakodnevno nudi (Kirkorian i sur., 2008.). Nadalje, roditelj bi također trebao dijete upozoriti na dobre i loše strane televizije, trebao bi ga poučiti da televizija može biti od pomoći u procesu napredovanja i rasta samo ako djeca znaju odabrati ispravan i njima prikladan sadržaj. S obzirom na to da svako dijete nešto zna ali i ne posjeduje znanje, uloga roditelja veoma je važna kako bi dijete uistinu i steklo znanje.

Naime, polazeći od biheviorističke sheme podražaj – reakcija (S-R), tj. od sheme koja tvrdi da određeni podražaj (u ovom kontekstu sadržaj koji emitira televizija) izaziva kod recipijenta (u ovom slučaju djeteta) određenu reakciju, dolazimo do toga da je recipijent pasivni konzument koji te sadržaje prima i obrađuje (Rodek, 2007.). Dijete je stoga upravo idealan pasivni recipijent koji nije u stanju birati sadržaj koji bi bio u skladu s njegovim potrebama i dobi. Time se uspostavlja linearan odnos između djeteta i televizije koji onda televiziji omogućuje da odigra veliku ulogu u procesu socijalizacije. Tome u prilog ide i sve veća medijska ponuda, od crtanih filmova pa do reklama, kojoj su djeca svakodnevno izložena. Prema istraživanjima što ih je financirao RAI (Laniado i Pietra, 2005.), većina ispitane djece mlađe dobi pokazala je veći interes za igranjem vani nego za sjedenjem pred televizorom. S druge strane, većina je roditelja (njih 80%) u istom istraživanju iskazala svoje neslaganje s činjenicom da im djeca veći dio svog slobodnog vremena provode upravo pred malim ekranom.

Angele Rodica u svom je istraživanju "Media Education a Challenge for Broadcasters and Education" iz 2009. prepoznala cijeli ovaj problem – upozorila je na važnost medijske pismenosti te je ponudila moguće rješenje problema, tj. način na koji bi djecu trebalo učiti upravo toj vrsti pismenosti. Australija, Novi Zeland i Kanada samo su neke od zemalja koje su u njezinu prijedlogu prepoznale moguće rješenje ovog već pravog fenomena. One trenutačno spadaju među najnaprednije zemlje, u kojima je medijski odgoj i obrazovanje sastavni dio školskih predmeta, bilo kao izborni predmet bilo kao sastavni dio predmeta materinskog jezika (Kubey, 1997.). U Americi se program medijske pismenosti odvija samo u pojedinim regijama ili lokalnim područjima, i to samo na bazi informiranja, dok se u sredinama poput Kine, Hong Konga i Singapura otišlo toliko daleko da se posebna pozornost posvećuje promicanju sigurnog načina čitanja ne samo televizije nego i interneta i njegovih sadržaja. U Japanu je u proteklih nekoliko godina zabilježen nagli porast interesa za medijski odgoj i medijsku pismenost, a u Europi su se zasad istaknule Irska, Velika Britanija i Švedska. U Irskoj je tako medijska pismenost naziv školskog predmeta u prvom razredu osnovne škole, dok je u Velikoj Britaniji taj isti predmet, koji se nalazi u sklopu predmeta engleski jezik, obavezan tek od trećeg razreda osnovne škole (Leaning, 2009.). U Švedskoj, koja je godinama bila uzorom mnogim zemljama, od 2000.

godine medijska pismenost uvrštena je među obvezne predmete od prvog razreda osnovne škole. U Hrvatskoj se, iako ne postoje konkretni sustavni programi medijskog opismenjivanja i obrazovanja nastavnika i učitelja, medijski odgoj provodi u sklopu nastave hrvatskog jezika od prvog do osmog razreda osnovne škole (Erjavec i Zgrabljic, 2000.).

Pojam *medijske pismenost* nameće nam se kao vrlo važan dio cijele dosadašnje priče. Sam bi se pojam mogao najlakše objasniti uz pomoć medijskog teksta. Čitanje i razumijevanje medijskog teksta sastoji se od nekoliko različitih, mogli bismo to tako nazvati, svladanih jezika, tj. oblika komunikacije – vizualnih slika (u pokretu ili u mirovanju), audio (zvuka, govora...) i pisanog dijela. Cilj ovakva opismenjivanja kao što je medijsko nije zabrana konzumiranja medijskog sadržaja nego osvješćivanje mladih naraštaja kako i na koji način upravljati medijskim sadržajima pristupajući im istovremeno vrlo kritički i promišljeno (Miliša i sur., 2009.). Nadalje, i medijsko obrazovanje kao i medijsko opismenjivanje ima zadaću razviti sposobnost kritičkog razmišljanja o nekom sadržaju, bila u pitanju slika, simboličko značenje ili zvuk, s jedne strane, i svjesnost o postojanju raznih oblika medijskih poruka s kojima se svakodnevno susrećemo, s druge strane. Medijskim se obrazovanjem također nastoji stvoriti aktivnog sudionika cijelog procesa (Potter, 2004.). Ovaj oblik obrazovanja ljudima bi trebao pomoći u shvaćanju načina na koji mediji filtriraju njihova uvjerenja, percepcije, sadržaje popularne kulture, kao i snažnog utjecaja koji mediji imaju na njihove osobne odluke. Trebao bi poučiti mlade naraštaje da razviju kritičko mišljenje o konzumiranju medijskih sadržaja, ali i potaknuti u njima kreativnost u stvaranju vlastitog medijskog teksta. Sposobnosti koje se stežu zahvaljujući tom obrazovanju najčešće se opisuju upravo kao medijska pismenost (Miliša i sur., 2009.). Stoga je medijsko obrazovanje proces učenja i poučavanja o medijima, a medijska pismenost samo je njezin konačni rezultat. Može se zaključiti da medijsko obrazovanje i medijska pismenost spadaju u novu generaciju obrazovanja, koja se pokazuje kao nužna za normalan razvoj nadolazećih generacija suvremenog društva. Povećanjem medijske pismenosti zasigurno bi se smanjila i potencijalna šteta u procesu socijalizacije i razvoja od prvih dana života koja može nastati upravo nekontroliranom konzumacijom medijskih sadržaja. Primijeniti ovakav oblik obrazovanja na konkretan slučaj djece u prvim godinama života značilo bi naučiti ih kako čitati televizijske sadržaje i na koji način razumjeti ono što se prikazuje na ekranu. Takvo čitanje započinje upravo čitanjem crtića, gdje se uloga roditelja ponovno nameće kao ključna. Naime, roditelj u takvoj situaciji ne bi trebao previše tumačiti nego bi trebao postavljati pitanja o onome što je dijete u stanju razumjeti i osjećati. Primjerice: “Zašto se bojiš lopuže lisca?”, “Što misliš, je li lopuža lisac pravi ili izmišljeni lik?”, “Zašto misliš da je izmišljen?”, “A gdje on živi?”, itd.

Roditelj bi zatim trebao pomno saslušati djetetove odgovore, na temelju kojih bi trebao spoznati djetetovu razinu razumijevanja i sposobnost praćenja. Poželjno je i da on iskaže svoje osjećaje i mišljenja o određenom pitanju. Time bi roditelj dao djetetu do znanja da mu je stalo do njegovih osjećaja i da ga je u stanju razumjeti, a dijete bi na taj način stjecalo povjerenje u sebe i u roditelje, upoznavajući istovremeno svijet oko sebe kroz jednu drugu prizmu – prizmu osjećaja i ljubavi. Na taj način dijete istovremeno učimo kako čitati televiziju, ali i kako o tom sadržaju razgovarati.

4. Zaključak

Iz prethodnog je teksta razvidno da su mediji postali sastavnim dijelom svačije svakodnevice. Ubrzanim razvojem i modernizacijom društva uloga medija jača iz dana u dan ne samo u životima odraslih nego, u posljednjih nekoliko godina, upravo i u životima mladih i djece. Nadalje, brojne su rasprave oko toga treba li djecu u najranijoj dobi upoznati s televizijskim medijem ili ne. I usprkos mnogim studijama i raspravama na ovu temu, roditelji danas i dalje nisu sigurni što im je činiti. Dok neki vjeruju da ne postoji dovoljno dokaza o direktnoj štetnosti televizije za djecu mlađe dobi, drugi se na tu tvrdnju zgražaju i ne znaju otkud bi počeli kad je riječ o negativnim efektima televizijskog medija na djecu. Međutim, iako se uloga televizije u životu svih nas, a osobito kod djece mlađe dobi, pokazala više štetnom i opasnom nego korisnom, ona je ipak nužna. "Djetinjstvo sadašnjih generacija sve se više miješa sa zrelim godinama i tako nastaju mali muškarci i malene žene. To su djeca trećeg tisućljeća koja već od dječjeg vrtića svijet gledaju svjesnim i ispitivačkim očima, uskraćeni za spontanost i nevinost" (Laniado i Pietra, 2005.: 24-25) – riječi su kojima je redovni profesor psihologije Sveučilišta u Utrechtu otvorio 11. europsku konferenciju razvojne psihologije. Otuda i potječe ova neizgovorljiva skraćenica iz naslova – KGOY, od Kids Grow Older Younger, tj. djeca koja odmalena postaju velika. Stoga, kada sagledamo sve izložene činjenice, dolazimo do zaključka da roditeljima ne preostaje ništa drugo nego da sami odluče kako žele odgojiti dijete i u kojoj mjeri žele da njihovu djetetu televizija zamijeni prijatelje i društvo, imajući uvijek na pameti da televizija ipak ima više negativnih nego pozitivnih utjecaja na djetetov rast i razvoj.

LITERATURA

1. Anderson, D. R., Lorch, E. P., Field, D. E., Gollins, P. A., Nathan, J. G. (1986.): Television Viewing at Home: Age Trends in Visual Attention and Time with TV. *Child Development* 57 (4): 1024-33.
2. Barr, R., Lauricella, A., Zack, E., Calvert, S. L. (2010.): Infant and Early Childhood Exposure to Adult-Directed and Child-Directed Television Programming. *Relations with Cognitive Skills at Age Four*, 56 (1): 21-48.
3. Buckingham, D. (2005.): *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*, Cambridge: Polity Press.
4. Christakis, D. A., Zimmerman, F. J., DiGiuseppe, D. L., McCarty, C. A. (2004.): Early Television Exposure and Subsequent Attentional Problems in Children. *Pediatrics*, 113 (4): 708-713.
5. Erjavec, K., Zgrabljčić, N. (2000.): Odgoj za medije u školama u svijetu: Hrvatski model medijskog odgoja. *Medijska istraživanja*, 6 (1): 89-107.
6. Fiske, J. (2009.): *Television Culture*, London: Routledge.
7. Flavell, J. H., Flavell, E. R. (1990.): Do Young Children Think of Television Images as Pictures or Real Objects? *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 34 (4): 399-419.
8. Foster, J. E. (1964.): Father Images: Television and Ideal. *Journal of Marriage & Family*, 26 (3): 353-355.
9. Greenberg, B. S., Reeves, B. (1976.): Children and the Perceived Reality of Television. *Journal of Social Issues*, 32 (4): 86-97.
10. Gunter, B., McAleer, J. (1997.): *Children and Television*, London: Routledge.
11. Haralambos, M., Holborn, M. (2002.): *Sociologija - Teme i perspektive*, Zagreb: Golden marketing.
12. Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001.): *Djeca i mediji: Uloga medija u svakodnevnom životu djece*, Zagreb: IDIZ.
13. Ilišin, V. (2003.): Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja*, 9 (2): 9-34.
14. Ken, H. (2006.): Mozart effect in preschool children. *Early Child Development and Care*, 176 (3-4): 411-419.
15. Kirkorian, H. L., Wartella, E. A., Anderson, D. R. (2008.): Media and Young Children's Learning. *The Future of Children*, 18 (1): 39-61.
16. Kubey, R. (1997.): *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives*, New Jersey: Transaction Publishers.
17. Laniado, N., Pietra, G. (2005.): *Naše dijete, videoigre, Internet (Što učiniti ako ga hipnotiziraju?)*, Rijeka: Mala biblioteka.
18. Leaning, M. (2009.): *Issues in Information and Media Literacy: Education, Practice and Pedagogy*, California: Informing Science Press.
19. Lubetzky, R. (2010.): Mozart Benefits Preterm Infants. *Child Health Alert*, 28: 3-4.
20. Lukić, S. (1973.): *Analiza funkcija sredstava masovnog komuniciranja u životu djece i omladine*, Zagreb: Centar za vanškolski odgoj, Savez društva "Naša djeca" SR Hrvatske.

21. Marshall, J., Werndly, A. (2002.): *The Language of Television*, London: Routledge.
22. McKelvin, P., Low, J. (2002.): Listening to Mozart does not improve children's spatial ability: Final curtains for the Mozart effect. *British Journal of Developmental Psychology*, 20 (2): 241-258.
23. Mihajlovski, S. (2008.): Tranzicijsko društvo i stvaratelji kulture. *Metodički ogledi*, 15 (2): 71-77.
24. Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009.): *Mediji i mladi*, Zagreb: Sveučilišna knjižara.
25. Potter, W. J. (2004.): *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, California: Sage.
26. Rauscher, F. H., Shaw, G. L., Ky, K. N. (1993.): Music and spatial task performance. *Nature*, 365, 611.
27. Rodek, S. (2007.): Modeli istraživanja medijskog učinka u odgoju i obrazovanju. *Školski vjesnik*, 59 (1-2): 7-15.
28. Rodica, A. (2009.): Media Education: A Challenge for Broadcasters and Education. *Revista Romana de Comunicare si Relatii Publice*, 11 (2): 109-115.
29. Schellenberg, G. (2009.): What's really about the 'Mozart Effect'? *Noise & Vibration Worldwide*, 40: 24.
30. Signorielli, N. (1991.): *A Sourcebook on Children and Television*, New York: Greenwood Press.
31. Singer, D. G., Singer, J. L. (2001.): *Handbook of Children and the Media*, California: Sage.
32. Steyer, J. P., Clinton, C. (2003.): *The Other Parent: Inside Story of Media's Effect on Our Children*, New York: Atria Books.
33. Tomašić, A. (2008.): Kulturne vrednote u masovnim medijima. *Medianali*, 2 (4): 165-174.
34. Turtiainen, P., Karvonen, S., Rahkonen, O. (2007.): All in the Family? The structure and Meaning of Family Life among Young People. *Journal of Youth Studies*, 10 (4): 477-493.
35. Žugić, Z. (1988.): *Informacijsko društvo*, Beograd: CIDID.
36. Wells, A., Hakanen, E. A. (1997.): *Mass Media and Society*, USA: Ablex Publishing Corporation.

UDC: 781.68:159.9-053.5

Review article

Accepted 24th of June 2010

Confirmed: 18th of October 2010

MOZART OR POCOYO – OTHER PARENTS OF THE KGOY GENERATION

Ana PENJAK, prof.

The department of foreign languages
The Faculty of Kinesiology Split
e-mail address: ana.penjak@kifst.hr

Summary: Since the first appearance of television in the mid-twentieth century, its ratings, frequency and impact have been increasing constantly. Until the 1980s social studies were mostly unidirectional pointing out only the implicit theory of the way we watch television. However, in recent years the need for detailed scientific research of not only the way we watch television, but also the impact of its content on the so-called 'risky group' of preschoolers, has been increasing. Although it is still a quite unexplored area, numerous studies have indicated the correlation between the mass media and children, especially when discussing the impact of television on children's cognitive development. The aim of this study is to point out the results of the previous researches, as well as to offer a possible solution of this phenomenon. The emphasis is, however, placed on the observation of three-year-olds' exposure to television programs which, if adjusted to their age with educational content, can directly influence their cognitive skills as well as their future success in education. On the other hand, children's exposure to television programs, whose purpose is just a mere pastime, is associated with the underdevelopment of cognitive and other skills, including a poor success in education at a particular level of a child's development. The importance of introducing the media education and literacy to children and adults is at this point the only possible solution to this problem.

Key words: children, mass media, media literacy, family, television contents
