

Otrokovo razumevanje televizijskih oddaj

*Martina Peštaj**

Otroški in mladinski program, Televizija Slovenija

Povzetek: V zadnjem desetletju so elektronski mediji doživeli nesluten razmah. Televizija je po dosegljivosti, pomembnosti in priljubljenosti na prvem mestu, tako pri odraslih kot pri otrocih. Postala je osrednja točka družinske interakcije in vedno bolj prevzema ključno vlogo v procesu socializacije otrok. Izsledki raziskav kažejo, da začnejo otroci gledati televizijo že v obdobju dojenčka, malčki pa postanejo redni in zvesti televizijski gledalci. Z razvojem so vedno bolj usposobljeni za razumevanje in uporabo televizijskega medija, razlike v dojetanju televizijskih vsebin pa so v veliki meri pogojene z velikimi spremembami v spoznavnem, čustvenem in socialnem razvoju v obdobju zgodnjega otroštva. Proces razumevanja medijskih informacij pri predšolskem otroku poteka od konkretnega k abstraktnemu in hkrati na dveh nivojih: razumevanje televizijske govornice (televizijskih izraznih sredstev) in razumevanje televizijske vsebine. Oba nivoja televizije pomembno sooblikujeta otrokovo razumevanje sveta, kar je zelo dobro vidno tudi pri oblikovanju spolnih stereotipov, kjer ima, kot kažejo raziskave, televizija veliko moč.

Ključne besede: predšolski otroci, televizija, spoznavni razvoj, spolni stereotipi

Child's understanding of television programmes

Martina Peštaj

Children's and Youth Programme, Television Slovenia

Abstract: In the last decade, we have witnessed an unimaginable progress of the electronic media. The television takes the first place by its availability, importance and popularity, both with adults and with children. It has become the focal point of family interaction and is progressively taking on a key role in the process of children's socialization. Various research has proven that children begin watching television as babies and that toddlers are already accustomed and constant viewers. During their development, they become increasingly competent to understand and to use the television media, while the differences in the perception of television contents are mainly conditioned by the period of early childhood. The process of preschool child's understanding of media information goes from concrete to abstract and on two levels at the same time: understanding of formal features and understanding of content. Both levels have important role in child's understanding of the world, what could be observed in forming of gender stereotypes, where, as researches show, the television has a special influence.

Key words: preschool children, television, cognitive development, gender stereotypes

CC = 2820, 2750

*Naslov / Address: Mag. Martina Peštaj, Otroški in mladinski program, Televizija Slovenija, Kolodvorska 2, 1550 Ljubljana, e-mail: martina.pestaj@rtvslo.si

V Sloveniji je, kot kažejo izsledki zadnje obsežne raziskave (Interstat, 2009), po pogostosti spremljanja medijev televizija še vedno na prvem mestu. Televizija je redna spremljevalka našega vsakdanjega življenja in s tem tudi življenja otrok. Tako rekoč vsi otroci imajo dostop do nje in ob njej preživijo veliko časa. Sander (2001) ugotavlja, da je socialno življenje v družini tesno povezano z odnosom do medijev. Nekoč je veljalo, da je glavni dejavnik socializacije otrok družina, zdaj pa njeno mesto vedno bolj prevzema tudi televizija (Callister, Robinson in Clark, 2007).

Otrokovo pridobivanje znanja o televizijskem mediju

Da lahko govorimo o uporabi medija, mora sprejemnik medijski dražljaj razumeti kot ponudbo za komunikacijo (Charlton, 2004). Sposobnost medijskega sprejemanja ima v razvoju osnovo v otrokovi sposobnosti vzpostavljanja skupne vezane pozornosti. Dojenček in odrasli delita pozornost in jo skupaj usmerjata k istemu predmetu oz. dogodku. Starš s tem dobi priložnost dojenčku pokazati, da določena medijska sporočila pomenijo konkretne predmete iz njegove okolice (Charlton, 2004). Prve korake v svet medijev tako otrok praviloma naredi v spremstvu odraslih.

Znanje o mediju je sestavljeno predvsem iz lastnih izkušenj, sposobnosti razvrščanja in udeležbe v pogovorih o mediju. Predelava medijskih sporočil pri otroku ne poteka ločeno od pridobivanja izkušenj v vsakdanjem življenju. Ko otrok premore osnovno znanje o značilnostih medija, pa si z lastnim odkrivanjem in preizkušanjem oblikuje dodatno razumevanje medijske ponudbe. Tako se otroci učijo ravnati z mediji na dva načina: na eni strani jim izkušeni odrasli predstavljajo model, na drugi strani pa z lastnimi izkušnjami z medijem in razvojem miselnih struktur postopno gradijo svoje znanje o mediju.

Otrokovo razumevanje televizijske govornice – televizijskih izraznih sredstev

Otrokova uporaba televizijskega medija in njegova izbira programov, ki jih bo gledal, sovpada z značilnostmi razvojnega obdobja, v katerem se otrok nahaja. Televizija kot medij predstavlja informacije na določene načine (televizijska izrazna sredstva), ki se združujejo v posamezne formate (žanre). Večina kritik televizije gre na račun uporabe neprimernih izraznih sredstev: hitri rezi, preveč vizualnih in zvočnih efektov.

Wright in Huston (1983, cit. v Huston, Bickham, Lee in Wright, 2007) sta razvila teorijo, po kateri otroci ne procesirajo televizijskih informacij samo prek vsebine, temveč predvsem iz televizijskih izraznih sredstev (npr. slika oz. kader, način uporabe kamere, vizualni in zvočni efekti, animacija). Razumevanje teh sredstev je

odvisno od stopnje otrokovega spoznavnega razvoja in njegovih izkušenj s televizijo. Otroci imajo na začetku svoje medijske poti največ težav ravno z razumevanjem izraznih sredstev. Še posebej je pomembno pri mlajših predšolskih otrocih zelo previdno uporabljati posamezna izrazna sredstva, saj jih lahko določene prvine hitro zmotijo in jim otežijo razumevanje zgodbe.

Proces razumevanja sprejemanja medijskih informacij v zgodnjem otroštvu poteka od konkretnega k abstraktnemu. Zaznava slikovnih sporočil je sprva omejena na zelo majhne celote in šele z razvojem otrokovih spoznavnih funkcij je možno zaznavanje in razumevanje večjih enot in njihovo povezovanje v širši kontekst (Groebel, 1994, cit. v Grüninger in Lindemann, 2000). Zato je toliko bolj problematično nenadzorovano spremljanje televizije, ker otroci v obdobju zgodnjega otroštva na področju zaznavanja in sprejemanja medijskih sporočil še nimajo dovolj izdelanih miselnih struktur, ki bi jim pomagale pri orientaciji. Posamezne slike, zvoki in igre barv naredijo nanje vtis, jih pritegnejo ali prestrašijo, pri tem pa posamezne enote še ne znajo med seboj povezati v celoto. Šele z razvojem miselnih struktur so sposobni povezati predstave in jezikovne znake ter razlikovati med stvarnim, vsakdanjim svetom na eni strani in medijskim na drugi.

Otrokovo razumevanje televizijske vsebine

Otrok pravilno razume filmsko zgodbo, ko ima razvite miselne strukture, ki mu omogočajo razumevanje medija kot izraznega sredstva, razumevanje značilne oblike pripovedi, zmožnost razlikovanja med resničnim in izmišljenim. Ustrezno razumevanje je povezano tudi s sposobnostjo prevzemati in usklajevati različne socialne perspektive. Filmsko zgodbo lahko razume le takrat, ko lahko tisto, kar vidi na zaslonu, poveže z veliko količino dejstev, ki niso neposredno predstavljena, režiser pa predpostavlja, da so dovolj očitna (Charlton in Barth, 1999, cit. v Charlton, 2004). Da bi otrok lahko razumel televizijske zgodbe, se mora znati vživeti v ljudi, ki v njih nastopajo, in si razložiti njihove namene in čustva, torej mora imeti ustrezno razvito empatijo. Otrokom, ki tega še ne obvladajo, so tako razlogi za določeno ravnanje ljudi v medijskem sporočilu povsem nerazumljivi in skriti (Grüninger in Lindemann, 2000).

Za otrokova srečanja s televizijskim medijem je pomemben razvoj še ene socialne dimenzije: teorije uma. Prav sposobnost razlikovanja med mentalnim in fizičnim svetom je osnova za razlikovanje med navideznim in resničnim oz. domišljajskim in stvarnim (Charlton, 2004). Dojenčkom je težko razumeti medijske reprezentacije, ker so s svojim manipuliranjem časa in prostora precej zahtevnejše za razumevanje kot npr. fizična realnost. Podobe na zaslonu pa pogosto težko razumejo tudi tisti otroci, ki so že razvili sposobnost miselnih reprezentacij, saj se podobe lahko bistveno razlikujejo od stvarnosti. Podobe na televiziji so dvodimenzionalne, hkrati je spremenjena njihova oblika in velikost (Pierroutsakos in Troseth, 2003, cit. v Wartella in Robb, 2007).

Raziskave so pokazale (Sturm, 1984, Kail, 1991, cit. v Charlton, 2004), da otroci predelujejo simbole, torej tudi slike, počasneje kot odrasli, zato ob oddajah, ki so namenjene odraslim in so narejene za njihovo hitrost miselne predelave, otrokom zmanjka časa in takšni oddaji težje sledijo. Posebna pozornost bi morala biti namenjena tudi temu, da si otroci vsebine takšnih oddaj ne bi razlagali napačno, ker je ne bi razumeli in bi zaradi tega razvili napačne domneve o pravilnem ali nepravilnem ravnanju, sploh o vsebinah, ki jih v določenem razvojnem obdobju še ne zanimajo ali so zanje preobsežne.

Hitrost predelave je pogosto tudi razlog, zakaj otroci iste vsebine gledajo vedno znova. Hitrost posredovanih informacij, predvsem televizijskih (tudi v oddajah, ki so namenjene predšolskim otrokom) je pogosta tolikšna, da otroci ne dobijo naenkrat odgovorov na vsa vprašanja oz. jim ne uspe v enkratnem zaznavanju predelati vsega videnega (Grüninger in Lindemann, 2000).

Gledalne navade otrok

Otroci najprej pridejo v stik s televizijo v družini. Kaj in kako se bodo o njej učili od staršev, je zelo odvisno od gledalnih (»televizijskih«) navad in komunikacije v družini. Starši in sorojenci niso pomembni le pri izbiri in vrednotenju oddaj, pač pa pomembno vplivajo tudi na otrokovo naklonjenost do določenih programov prek neposrednega vrednotenja programov: kateri so njihovi najljubši žanri, kakšen odnos imajo do posameznih oddaj, kako ocenjujejo voditelje, glavne like oddaj (Sander, 2001).

Z otrokovim razvojem se spreminja količina in vsebina tega, kar gleda na televiziji (Huston, Bickham, Lee in Wright, 2007). Na to vplivajo otrokove spoznavne sposobnosti, dejavniki iz njegovega vsakdanjega življenja in osebne želje, pa tudi individualne značilnosti in socialno-kulturni okvir. Gledanje televizije v predšolskem obdobju narašča, vrhunec doseže v obdobju med osmim in trinajstim letom, z mladostništvom pa začne počasi upadati (Huston, Bickham, Lee in Wright, 2007). Otroci že zelo zgodaj prevzamejo televizijske navade in jih ohranijo vsaj skozi obdobje osnovne šole.

Vloga televizije v zgodnjem razvoju otrok

V zadnjih letih je vedno bolj opazen nov trend v televizijskem mediju: programi za dojenčke in malčke. Skladno s tem se je povečalo tudi število raziskav, ki se ukvarjajo z vplivom televizije na razvoj dojenčkov in malčkov, čeprav je tovrstnih raziskav še vedno zelo malo.

Zanimanje dojenčkov za televizijo se začne v 4. ali 5. mesecu starosti. Odzivajo se na gibanje in barve na zaslonu ter na določene zvoke. Ko se začnejo

plaziti, se plazijo proti televiziji, kot bi se proti igračici (Matsui, 1991, cit. v Götz, 2007). Dojenčki že razvijejo naklonjenost do različnih programov in se selektivno odzivajo na programe, ki jih imajo radi: prepoznajo uvodno glasbo svoje priljubljene oddaje, se prenehajo igrati in se pomaknejo proti televiziji (Lemish, 1987). Med 6. in 10. mesecem starosti se njihova pozornost usmeri na podobe in zvoke, ki jim kaj pomenijo (glasovi junakov v določeni oddaji, zvok bobna, smeh). Med 10. in 11. mesecem se začnejo pogovarjati z liki, nekoliko kasneje pa se tudi ritmično gibajo ob glasbi in pesmicah.

Koncept gledanja televizije se bistveno spremeni s prehodom iz obdobja dojenčka v obdobje malčka (Meltzoff, 1988). Do približno leta in pol so malčki sposobni usvojiti posamezne posnetke in kratke akcijske sekvence, če se reprezentacija povezuje z njihovo izkušnjo. S starostjo in bogatjenjem gledalnih izkušenj se razumevanje televizijskega medija razvija v skladu s kakovostjo reprezentacije (Huston idr., 2006; Fish, 2004; Rice idr. 1984, cit. v Götz, 2007). V tem obdobju otrok s svojim čedalje bogatejšim besednjakom začne poimenovati televizijske like in se s starši pogovarjati o tem, kar vidi na zaslonu. Takrat se začne njihov razvoj medijske kompetentnosti.

Televizija in spolni stereotipi

Največja prednost televizije je v tem, da otroke močno pritegne, tako zaradi svoje predstavnosti oblike, kot tudi zaradi vsebine (Huston idr., 2007). Otroci niso zgolj pasivni, temveč zelo dejavni uporabniki tega medija, zato je razumljivo, da tudi televizija pomembno vpliva na njihovo vsakdanje življenje. Televizija pomembno sooblikuje tudi otrokovo dožemanje socialnih kategorij v povezavi s sabo in drugimi, med katerimi je osnovna delitev na moški in ženski spol (Schaffer, 1996). Otroci se o razlikah med spoloma učijo iz vedenja odraslih, pa tudi iz drugih dejavnikov njihovega vsakdanjega življenja. Mednje zagotovo sodi tudi stereotipno prikazovanje moških in ženskih likov na televiziji (Katz in Walsh, 1991) kar posredno vpliva na oblikovanje spolnih stereotipov že zelo zgodaj v razvoju otrok (Oppliger, 2007). Izsledki obsežne metaanalize so pokazali, da obstaja pozitivna povezava in sicer z naraščanjem izpostavljenosti spolno stereotipnemu prikazovanju vlog narašča spolno stereotipno vedenje otrok (Oppliger, 2007). Bolj pomembna kot dolgotrajna izpostavljenost tovrstnim televizijskim sporočilom je intenzivnost izpostavljenosti. Metaanaliza je potrdila pomen socialnega učenja, kar pa obratno pomeni tudi, da lahko televizija z ustreznimi modeli veliko naredi na področju zmanjševanja spolnih stereotipov.

Doslej najobsežnejša medijska analiza televizijskih programov za otroke (Götz idr., 2008), v kateri so analizirali glavne like otroških igranih programov v 24 državah sveta, je prinesla dve glavni ugotovitvi: ženski liki so slabše zastopani kot moški, njihova televizijska podoba pa je zelo stereotipna. Slovenski del raziskave je pokazal

enako (Peštaj, 2008); tudi pri nas je v programih za otroke opazno pomanjkanje ženskih likov, večina med njimi pa je prikazana stereotipno.

Manj spolno določeni liki na televiziji

Na področju ustvarjanja kakovostnih programov za otroke lahko v zadnjih letih opazimo nekaj zanimivih trendov. Spolni stereotipi so zavestno kršeni ali celo zamenjani s svojim nasprotjem, junaki pa so bistveno manj spolno opredeljeni (Götz, Holler in Bachmann, 2008). V teh primerih tako njihove osebnostne značilnosti kot tudi njihov videz ne ustrezajo spolnim stereotipom in otrokom prepuščajo presojo o njihovem spolu. Pogosto otroci izberejo takšnemu junaku spol, enak svojemu, kar je odličen način razbijanja spolnih stereotipov in ustvarjanja likov, ki so privlačni tako za deklice kot za dečke.

Če bi se želeli izogniti spolnemu razvoju otroka v smeri vedno večjih in močnejših spolnih stereotipov, bi pri otroku morali poskušati doseči spolno fleksibilnost (Katz, 1996). Zaradi vpliva, ki ga ima televizija na socializacijo otrok, je nujno razmišljati o njeni vlogi pri odpravljanju spolnih stereotipov tudi že v zgodnjem otroštvu. Z razumevanjem podobnosti in razlik med deklicami in dečki ter obsežno in premišljeno izbiro junakov oddaj in njihovih dejavnosti je že dosežen prvi, odločilni korak v smeri zmanjševanja spolnih stereotipov pri otrocih.

Namen raziskave je bil preučevanje vloge televizije pri razvoju in učenju otrok v zgodnjem otroštvu, natančneje njen učinek na razvoj spolnih vlog in s tem povezanih stereotipov pri predšolskih otrocih ter na vlogo televizije pri načinih otrokovega izražanja spolnih stereotipov. Zanimalo nas je, kakšen spol pripisujejo otroci določenim televizijskim likom in predvsem, katera merila uporabljajo pri določanju spola. Posebej smo želeli ugotoviti tudi, ali je otrokov spol dejavnik, ki vpliva na njegovo določanje spola televizijskim likom. Za celovitejši pogled smo najprej opredelili stanje gledalnih navad otrok med njihovim prvim in petim letom starosti, kot ga opažajo njihove matere, in življenjski slog mater.

Metoda

Udeleženci

V prvo raziskavo, *Televizija v zgodnjem otroštvu*, smo vključili 108 mater otrok, starih od 1 do 5 let. V vzorcu otrok je bilo 54 deklic in 54 dečkov, v pet starostnih skupin (od 1 do 5 let) pa so bili razporejeni približno enakomerno. Materam smo vprašalnike posredovali preko vzgojiteljic v različnih vrtcih po Sloveniji, nekaterim pa tudi osebno.

V drugo raziskavo, Zaznavanje spolnih vlog likov v oddajah za otroke, smo vključili 48 otrok, starih 3, 4 in 5 let. Po starosti in spolu so bili povsem enakomerno porazdeljeni, izbrali pa smo jih v dveh naključnih vrtcih v Ljubljani. Pred izvedbo smo od vseh staršev otrok, ki so sodelovali v raziskavi, dobili pisno soglasje za udeležbo v raziskavi.

Pripomočki

V raziskavi sta bila uporabljena dva vprašalnika: *Televizija v zgodnjem otroštvu* (Peštaj, 2008) in *Zaznavanje spolnih vlog likov v oddajah za otroke* (Peštaj, 2008).

Vprašalnik *Televizija v zgodnjem otroštvu* je namenjen materam otrok med prvim in petim letom starosti in obsega področja: podatki o otroku, vprašanja o gledalnih navadah otroka (npr. ali sme otrok gledati televizijo, ali ima televizor v svoji sobi, kdaj je začel gledati televizijo, kako pogosto jo gleda), podatki o materi. Vprašalnik vsebuje 19 vprašanj. Pri podatkih o otroku in sebi so matere napisale ali označile ustrezne odgovore. Pri vprašanjih o gledalnih navadah otrok so prav tako označile ustrezne odgovore.

Vprašalnik *Zaznavanje spolnih vlog likov v oddajah za otroke* je pripravljen za vodene intervjuje z otroki. Vprašalnik, ki vsebuje 32 vprašanj, je dopolnjen s 13 barvnimi slikami z liki iz oddaj za otroke: zajec iz risanke Hopla - spolno nedoločeni lik (beli zajec z rožnatim smrčkom, v modri majici z rdečimi gumbi) se je pojavil na dveh slikah z dvema različnima elementoma: rožami in televizijo, morski prašiček Linny (ženskega spola, z oranžno čepico in modrim ogrinjalom), želva Tuck (moškega spola, z mornarskim klobučkom, rdečim ogrinjalom in modrimi čevlji) in račka Ming-Ming (ženskega spola, rumena, z roza kljunom, pilotsko čepico in zelenim ogrinjalom) iz risanke Wonder Pets! - spolno nedoločeni liki, slonica Eli (roza barve z modrim nahrbtnikom) in psička Lili (oranžna z vijoličastimi lisami in črnim smrčkom) iz risanke Pokec – spolno netipična lika, pingvini z različnimi barvami kljunov (modri, zeleni, rdeči, oranžni in rožnati) iz risanke Ozi Bu - kot celota spolno stereotipni liki, Angelina balerina - spolno stereotipen ženski lik, Mojster Miha - spolno stereotipen moški lik, Fifi - spolno manj stereotipni ženski lik, Franček - spolno manj stereotipni moški lik, Pika Nogavička – po osebnostnih lastnostih spolno nevtralni, nedoločen lik).

24 vprašanj otroka ob slikah (zajec iz risanke Hopla, Linny, Tuck in Ming-Ming iz risanke Wonder Pets!, Eli in Lili iz risanke Pokec, pingvini iz risanke Ozi bu) sprašuje po spolu lika na sliki in po tem, kako ve, da je lik deček oz. deklica. Pri osmih vprašanjih otrok med slikami Angeline balerine, Mojstra Mihe, Frančka, Fifi in Pike Nogavičke izbira, kateri lik bi želel biti on sam, katerega bi želel za prijatelja/prijateljico in katera lika sta najbolj podobna dečkom oz. deklicam, ki jih pozna. Liki iz animiranih oddaj za otroke so bili izbrani posebej za namen raziskave in predstavljajo različne točke na kontinuumu spolno določen – spolno nedoločen oz. netipičen lik.

Postopek

Vprašalnik Televizija v zgodnjem otroštvu je bil v tiskani obliki (v vrtcih) in elektronski obliki (osebno) razdeljen materam, ki so ga rešile individualno in ga vrnilo osebno po elektronski pošti ali oddale vzgojiteljici v vrtcu.

Vprašalnik Zaznavanje spolnih vlog likov v oddajah za otroke je služil kot osnova za vodene intervjuje z otroki. Intervjuji so potekali v vrtcu, v prazni igralnici, vsak intervju s posameznim otrokom je bil individualen in je v povprečju trajal 20 minut.

Rezultati

Z vprašalnikom Televizija v zgodnjem otroštvu smo zbrali podatke o življenjskem slogu mater in stanju gledalnih navad otrok, ki so bili vključeni v raziskavo.

Matere, ki so sodelovale v raziskavi, so bile vse starejše od 25 let, tretjina (33,6 %) jih je bila starejša tudi od 35 let. Majhen odstotek mater (7,5 %) je samohranilk, polovica (51,9 %) jih ima končan dodiplomski študij, dobra tretjina (36,1 %) pa srednjo šolo. Skoraj vse matere (91,6 %) so zaposlene, največ otrok (90,7 %) med njihovo odsotnostjo obiskuje vrtec. Tri četrtine mater (74,1 %) v naši raziskavi s svojimi otroki živi v mestnih naseljih. Skoraj polovica družin (47,2 %) ima dva otroka, nekaj manj (39,8 %) enega, približno desetina (11,1 %) pa tri otroke.

Skoraj vse matere (98,1 %), ki so sodelovale v raziskavi, svojim otrokom dovolijo gledati televizijo. Nekaj mater (3,7 %) je navedlo, da imajo otroci, mlajši od pet let, televizijo celo v svoji sobi. Polovica mater (50,5 %) je ocenila, da so njihovi otroci začeli gledati televizijo med 1. in 2. letom starosti, tretjina (33,6 %) jih je začela gledati med 2. in 3. letom. Pred 1. letom je svojim otrokom televizijo dovolila gledati desetina vprašanih mater (10 %), tako rekoč vsi otroci (99 %) pa so gledali televizijo pred 4. letom.

Četrtina mater (28,7 %) je ocenila, da njihovi otroci gledajo televizijo vsak dan, enako število (28,7 %) jim jo dovoli gledati tri do štiri dni v tednu, nekaj manj (17,6 %) pet do šest dni, še manj (13 %) pa en do dva dni v tednu. Malo mater (10,2 %) dovoli otrokom gledati televizijo redkeje kot enkrat na teden. Dnevno gledanje je v večini primerov (92,7 %) omejeno na eno uro, le redki (7,3 %) jo gledajo dve do tri ure.

Matere v naši raziskavi so poročale, da njihovi otroci v skoraj polovici primerov (48,5 %) nikoli sami ne gledajo televizije. Manjše število (18,4 %) jih je ocenilo, da so njihovi otroci v zadnjih desetih dnevih dvakrat sami gledali televizijo, še manjše število (9,7 %) pa navaja, da so bili pred televizijo sami enkrat ali trikrat.

Podatki, zbrani z vprašalnikom Zaznavanje spolnih vlog likov v oddajah za otroke prinašajo mnenja otrok o spolu posameznih likov s televizije in njihova lastna merila, po katerih so jih razvrščali po spolu.

Tabela 1. Ocena spola zajca iz risanke Hopla ($N = 48$)

Zajec (risanka Hopla)	Rože %	TV %
Moški spol	72,9	72,9
Ženski spol	27,1	27,1

Otroci so v obeh primerih zajcu pogosteje določili moški spol. Glavni dejavnik izbire je bil modra barva majice, kar je, kot so povedali v komentarjih ob slikah, barva za dečke. V obeh primerih, pri sliki z rožami ($\chi^2(1) = 2,637, p = ,104$) in sliki s televizijo ($\chi^2(1) = 0,105, p = ,745$) razlika med dečki in deklicami pri izbiri spola lika zajca ni bila statistično pomembna.

Tabela 2. Ocena spola morskega prašička Linny, želve Tucka in račke Ming-Ming iz risanke Wonder Pets! ($N = 48$)

Risanka Wonder Pets!	Linny %	Tuck %	Ming-Ming %
Moški spol	72,9	77,1	35,4
Ženski spol	27,1	22,9	64,6

Za morskega prašička in želvo so otroci pogosteje navajali moški spol, glavni dejavniki izbire pa so bili kapa, modro ogrinjalo in modri čevlji (tipično deška oblačila). Da je Ming-Ming ženskega spola so utemeljili z roza barvo kljuna in rumeno barvo lika (dekliske barve). Pri nobenem liku (Linny: $\chi^2(1) = 0,949, p = ,330$), Tuck: $\chi^2(1) = 0,118, p = ,731$) in Ming-Ming: $\chi^2(1) = 0,820, p = ,365$) razlika pri določanju spola med deklicami in dečki ni bila statistično pomembna.

Tabela 3. Ocena spola slonice Eli in psičke Lili iz risanke Pokec ($N = 48$)

Risanka Pokec	Eli %	Lili %
Moški spol	31,3	80,9
Ženski spol	68,8	19,1

Več otrok se je odločilo, da je slonica ženskega spola, predvsem zaradi roza barve lika. Za psičko je večina otrok mnenja, da je moškega spola in to predvsem zaradi dejstva, da je kužek. Razlika med odgovori deklic in dečkov ni statistično pomembna pri liku Eli ($\chi^2(1) = 0,873, p = ,350$), pri liku Lili pa zaradi nizkih rezultatov v nekaterih kategorijah statistične razlike med spoloma otrok pri določanju spola liku Lili nismo mogli izračunati.

Tabela 4. Ocena spola pingvinov iz risanke Ozi Bu ($N = 48$)

Pingvin (risanka Ozi bu)	Rdeči %	Zelen %	Oranžen %	Moder %	Roza %
Moški spol	77,1	83,3	72,9	89,6	6,3
Ženski spol	22,9	16,7	27,1	10,4	93,8

Pingvin z roza kljunom je po mnenju večine otrok ženskega spola, zaradi roza barve kljuna in pentlje, pri ostalih pingvinih so pogosteje navajali moški spol, predvsem zaradi odsotnosti pentlje. Za moški spol lika so se pogosteje odločili pri pingvinih z modrim in zelenim kljunom, prav zaradi (bolj tipično deške) barve. Statistične pomembnosti razlik v določanju spola likov med deklicami in dečki zaradi nizkih rezultatov v nekaterih kategorijah nismo mogli izračunati.

Tabela 5. Izbira otrok, kateri liki bi želeli biti oni sami, kateri lik bi si želeli imeti za prijatelja/prijateljico in kateri lik je najbolj podoben dečkom in kateri deklicam, ki jih poznajo ($N = 48$)

Liki	Ti %	Prijatelj %	Podoben dečkom %	Podoben deklicam %
Angelina balerina	16,7	14,6	4,2	25,0
Fifi	10,4	12,5	2,1	37,5
Franček	18,8	27,1	27,1	4,2
Mojster Miha	29,2	27,1	58,3	4,2
Pika Nogavička	25,0	18,8	8,3	29,2

Pet likov iz risank, ki so otrokom zelo dobro znani, je spolno določenih, vendar zelo različno po stopnji spolne stereotipnosti. Otroci so za lik, ki bi želeli biti oni sami, praviloma izbirali like istega spola, kot so bili sami. Najpogostejša izbira dečkov je bil Mojster Miha, predvsem zaradi orodja, za njim pa Franček, pri katerem je bila dečkom všeč žoga. Deklice so si enako pogosto izbrale Angelino balerino in Piko Nogavičko, predvsem zaradi baleta, čopkov in nogavic. Za lik, ki bi ga želeli imeti za prijatelja oz. prijateljico, so se dečki najpogosteje odločili za Mojstra Miho, in to predvsem zaradi dela in orodja, nato pa za Frančka, pri katerem jih je pritegnil nogomet. Deklice so si za prijateljico največkrat izbrale Piko Nogavičko, zaradi nogavic, in ker je prijazna ter dobra prijateljica. Za Angelino balerino so se odločile zaradi baleta, baletnih čevljev in ker je lepa. Fifi pa so si izbrale, ker je prijazna, ker kuha in zaliva rože. Ugotovimo lahko, da so si tako dečki kot deklice za prijatelje praviloma izbirali istospolne like. Za lik, ki je najbolj podoben dečkom, so največkrat izbrali lika Mojstra Mihe in Frančka, najpogostejša merila za izbiro so bila: lasje, orodje, delo, nogomet, čelada, čevlji. Za lik, ki je najbolj podoben deklicam, so otroci

najpogosteje izbrali like ženskega spola, največkrat pa so se odločili za Fifi, odločilno merilo pa so bili piškoti, ki jih peče Fifi.

Razprava

Televizija je, pa če si to želimo ali ne, eden izmed ključnih dejavnikov razvoja današnjih otrok. Njen vpliv na družino je odvisen od mnogih dejavnikov, družinske gledalne navade pa se spontano prenašajo na otroke (Sander, 2001).

Izsledki vedno več raziskav kažejo, da otroci že zelo zgodaj vstopajo v svet medijev. Zanimanje dojenčkov za televizijo se začne v 4. ali 5. mesecu starosti, malčki pa so tako rekoč že redni televizijski gledalci (Kaiser Family Foundation, 2003, 2006, cit. v Wartella in Robb, 2007). Tudi izsledki naše raziskave so pokazali, da dojenčki začnejo gledati televizijo že pred 1. letom starosti, največji skok pri gledanju pa se zgodi med 1. in 2. letom. Do 4. leta jo gledajo skoraj vsi otroci. Večina otrok jo gleda vsak dan, največ do ene ure.

V primerjavi z izsledki ameriške raziskave so otroci slovenskih mater, ki so sodelovale v raziskavi, začeli gledati televizijo kasneje. V Ameriki (Kaiser Family Foundation, 2003, 2006, cit. v Wartella in Robb, 2007) več kot polovica dojenčkov prične gledati televizijo med 6. mesecem in 1. letom starosti, do 3. leta starosti pa jo gleda že več kot tri četrtine malčkov. V primerjavi z nemško raziskavo (Götz, 2007) je odstotek dojenčkov, ki prične gledati televizijo pred dopolnjenim 1. letom starosti, v naši raziskavi skoraj enak, precejšnja razlika pa je v naraščanju začetka gledanja po prvem letu. Pri nas se je pokazal največji skok med 1. in 2. letom, v nemški raziskavi pa šele med 2. in 3. letom. Kasneje, proti 4. in 5. letu, se odstotki, dobljeni v obeh raziskavah, spet skoraj izenačijo.

Ugotovitve so pomembne tako za starše kot druge odrasle, ki vsak dan prihajajo v stik z otroki, kakor tudi televizijske ustvarjalce, ki skrbijo, da nastajajo vedno novi programi za otroke. Otroci v zgodnjem otroštvu so redni in navdušeni gledalci televizije. Z medijem se učijo ravnati s pomočjo izkušenih odraslih, ki jim predstavljajo model, in prek lastnih izkušenj z medijem. Predelava medijskih sporočil je pri otrocih močno povezana s pridobivanjem izkušenj v vsakdanjem življenju (Charlton, 2004). Velike spremembe v miselnem, čustvenem in socialnem razvoju v obdobju zgodnjega otroštva vodijo do razvojno pogojenih razlik v dojetanju televizijskih vsebin. Za pravilno razumevanje mora imeti otrok razvite miselne strukture: razumevanje medija kot izraznega sredstva, prepoznavanje značilne oblike pripovedi, ločevanje med resničnim in izmišljenim, ustrezno razvito empatijo in moralno presojanje (Charlton, 2004; Grüniger in Lindemann, 2000). Zaradi vseh naštetih razlogov je zelo pomembno, kaj otroci pri določeni starosti gledajo, osnovno vodilo vsem pa mora biti izbira resnično kakovostnih oddaj za otroke, ki upoštevajo njegov razvoj in sposobnosti na različnih področjih.

Področje otroškega razvoja, na katerega ima lahko televizija velik vpliv, je razvoj spolnih vlog in s tem povezanih spolnih stereotipov. Otroci si priljubljene oddaje izbirajo tudi na osnovi likov, ki v njih nastopajo, in praviloma so izbrani liki tisti, ki otroku omogočajo identifikacijo. Televizija pogosto teži k zelo izrazitemu stereotipnemu prikazovanju likov, kar posredno vpliva na oblikovanje spolnih stereotipov že zelo zgodaj v razvoju otrok (Oppliger, 2007). Stereotipne spolne vloge lahko otroci opazujejo v celotni televizijski ponudbi, ne samo v njim namenjenih programih, najbolj toge stereotipe pa predstavljajo reklame (Signorella idr., 1993, cit. v Powlishta, Sen, Serbin, Poulin-Dubois in Eichstedt, 2001).

Nas je zanimalo, kako otroci med 3. in 5. letom starosti določajo spol znanim in neznanim likom iz risank, ki so spolno bolj ali manj določeni in stereotipni. Otroci so si pri določanju spola najpogosteje pomagali s tem, kar so videli na sliki: ocenjevali so barvo in obliko oblačil, zunanjo podobo, predmete in dejavnosti, na osnovi oblačil so sklepali na poklice in tudi tako določali spol. Nekajkrat se je pri znanih likih pojavilo navajanje imena in določanje spola na njegovi osnovi, pa tudi slovensko poimenovanje živali in s tem že določen slovnični spol sta pripomogla k njihovi odločitvi (npr. kužek je moškega spola). V redkih primerih so otroci navajali osebne značilnosti (npr. prijazna, rada pomaga, prijateljska) in z njimi povezani spol. Otroške izbire so bile izrazito stereotipne. Izsledki se ujemajo z izsledki drugih raziskav, ki kažejo, da otroci že v obdobju malčka oblikujejo močne stereotipe, zavejo se tipičnih deških in dekliških dejavnosti ter ločijo osebkke po spolu glede na dejavnost, zunanjo podobo, oblačila, kasneje tudi poklice in še kasneje osebne lastnosti (Powlishta idr., 2001, Ruble in Martin, 1998, cit. v Marjanovič Umek, 2004).

V vseh zgoraj navedenih primerih smo želeli preučiti, ali se spol otroka povezuje z njegovo izbiro spola likov iz risank. Razlika med izbiro deklic in dečkov v nobenem primeru ni bila statistično pomembna. Iz rezultatov je viden le rahel trend, da so deklice spolno nedoločenim likom pogosteje pripisovale ženski spol, dečki pa moški spol. Katz (1996) v svoji raziskavi ugotavlja, da že pri 3 letih malčki kažejo jasno tendenco k izbiranju igrač in igralnih partnerjev istega spola, kot so oni sami. Morda je tudi njihovo določanje spola spolno nedoločenim likom podvrženo podobnemu principu.

Med znanimi, spolno določenimi, a različno spolno stereotipnimi liki so otroci izbirali lik, kateri bi bili radi oni sami, lik, ki bi ga imeli za prijatelja/prijateljico, in lik, ki je najbolj podoben dečkom in deklicam iz njihove okolice. Tudi tukaj so bile izbire predvidljive, razlogi zanje pa stereotipno obarvani. Za lik, v katerega bi se spremenili sami, so najpogosteje izbirali istospolni lik, prav tako za svojega prijatelja. To se ujema z ugotovitvami, da se ločevanje po spolu začne že v obdobju malčka, predvsem zato, ker si otroci iščejo partnerja s podobnim načinom igre, ki je običajno spolno specifična (Katz, 1996). Tudi like, ki so podobni dečkom in deklicam, ki jih poznajo, so določali predvsem po spolu.

Z našimi ugotovitvami se pridružujemo raziskovalcem (glej Reep in Dambrot, 1989, Katz in Walsh, 1991, Oppliger, 2007), ki opozarjajo, da stereotipno prikazovanje

spolnih vlog na televiziji sooblikuje otrokov odnos do ženske oz. moške spolne vloge. Predlagajo, da se moč televizijskega medija izrabi v obrnjeni smeri: načrtno kršeni stereotipi ali celo stereotipi, zamenjani s svojim nasprotjem, ter spolno nedoločeni liki bodo spodbujali otroke k lastni presoji spola. To pa je eden izmed učinkovitih načinov preseganja spodbujanja razvoja spolnih stereotipov pri otrocih. Nekateri ustvarjalci s tem zavedanjem že oblikujejo nove programe za otroke, v katerih upoštevajo priporočila strokovnjakov.

Pričujoča raziskava je prva tovrstna pri nas in predstavlja izhodišče za nadaljnja razmišljanja in raziskovanje otrokove povezanosti s televizijo. Smiselno bi bilo raziskavo gledalnih navad otrok v zgodnjem otroštvu nadgraditi in razširiti na reprezentativen vzorec slovenskih otrok. V raziskavi smo se omejili na kvantitativni vidik gledanja televizije v zgodnjem otroštvu, zanimivo bi bilo preučiti tudi kvalitativni vidik: kakšne oddaje najpogosteje gledajo, katere so najbolj priljubljene, kakšne žanre pogosto izbirajo, kako se odločajo, kdaj in kaj bodo gledali, kateri liki v oddajah so jim všeč in kateri ne ... Z raziskavo smo dobili vpogled v način, kako otroci določajo spol likom na televiziji, še bolj sistematična raziskava na večjem vzorcu otrok, ki bi prikazala pogled deklic in dečkov na televizijske oddaje ter njihove želje in potrebe, povezane z liki, ki se v njih pojavljajo, pa bi bila dobrodošla tudi za ustvarjalce oddaj za otroke.

Literatura

- Callister, M. A., Robinson, T. in Clark, B. R. (2007). Media Portrayals of the Family in Children's Television Programming during the 2005–2006 Season in the US. *Journal of Children and Media*, 1(2), 142–161. doi: 10.1080/17482790701339142
- Charlton, M. (2004). Entwicklungspsychologische Grundlagen. V R. Mangold, P. Vorderer in G. Bente (ur.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (str. 129–150). Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Götz, M. (2007). Television viewing from before birth up to the age of 5. *TelevIZion*, 20(E), 12–17.
- Götz, M., Hofmann, O., Brosius, H. B., Carter, C., Chan, K., Donald, S. H., Fisherkeller, J., Frenette, M., Koljörnisen, T., Lemish, D., Lustyik, K., McMillin, D. C., Walma van der Molen, J. H., Pecora, N., Prinsloo, J., Pestaj, M., Ramos Rivero, P., Mereilles Reis, A. H., Saeys, F., Scherr, S. in Zhang, H. (2008). Gender in children's television worldwide. *TelevIZion*, 21(E), 4–9.
- Götz, M., Holler, A. in Bachmann, S. (2008). Are less gendered characters a way to reach boys and girls? *TelevIZion*, 21(E), 56–57.
- Grüniger, C. in Lindemann, F. (2000). *Vorschulkinder und Medien*. Opladen: Leske + Budrich.
- Huston, A. C., Bickham, D. S., Lee, J. H. in Wright, J. C. (2007). From Attention to Comprehension: How Children Watch and Learn From Television. V N. Pecora, J. P. Murray in E. A. Wartella (ur.), *Children and Television: Fifty Years of Research* (str. 41–63). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- Interstat (2009). *Raziskava o ugledu in verodostojnosti RTV Slovenija ter o pričakovanjih gledalcev in poslušalcev*. Neobjavljeno gradivo. Ljubljana: Radiotelevizija Slovenija.
- Katz, P. A. (1996). Raising Feminists. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 323–340.
- Katz, P. A. in Walsh, P. V. (1991). Modification of Children's Gender-Stereotyped Behavior. *Child Development*, 62, 338–351.
- Lemish, D. (1987). Viewers in Diapers: The Early Development of Television Viewing. V T. R. Linndlof (ur.), *Natural audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects* (str. 33–57). New Jersey: Ablex Publishing Company.
- Marjanovič Umek, L. (2004). Razvoj razlik med spoloma. V L. Marjanovič Umek in M. Zupančič (ur.), *Razvojna psihologija* (str. 495–509). Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- Meltzoff, A. N. (1988). Imitation of Televised Models by Infants. *Child Development*, 59, 1221–1229.
- Oppliger, P. A. (2007). Effects of Gender Stereotyping on Socialization. V R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, J. Bryant (ur.), *Mass Media Effects Reserch: Advances Through Meta-Analysis* (str. 199–214). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Peštaj, M. (2008). *Spol in televizija za otroke. Raziskava o pomenu spola v televizijskem mediju po svetu – Slovenija*. Neobjavljeno gradivo. Ljubljana: Radiotelevizija Slovenija.
- Powlishta, K. K., Sen, M. G., Serbin, L. A., Poulin-Dubois, D. in Eichstedt, J. A. (2001). From Infancy through Middle Childhood: The Role of Cognitive and Social Factors in Becoming Gendered. V R. K. Unger (ur.), *Handbook of the Psychology of Women and Gender* (str. 116–132). New York: John Wiley & Sons.
- Reep, D. C. in Dambrot, F. H. (1989). Effects of Frequent Television Viewing on Stereotypes: »Drip, Drip« or »Drench«? *Journalism Quarterly*, 66(3), 542–550.
- Sander, E. (2001). Medien im Jugendalter. *TelevIZion*, 14(1), 49–56.
- Schaffer, H. R. (1996). *Social Development*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Wartella, E. in Robb, M. (2007). Young Children, New Media. *Journal of Children and Media*, 1(1), 35–44.