

Дејана Б. Нешић
Универзитет у Нишу
Иновациони центар

УДК 316.774:159.953-053.5
DOI 10.46793/Uzdanica20.1.241N

Оригинални научни рад
Примљен: 25. новембар 2022.
Прихваћен: 10. март 2023.

УЛОГА МАСМЕДИЈСКЕ КОМУНИКАЦИЈЕ У ТРАНСФЕРУ ЗНАЊА ОСНОВНОШКОЛСКЕ ДЕЦЕ

Айсиџраќи: Рад се бави трансфером знања стечених путем мас-медија¹ на социјализацију и шири процес едукације. Циљ овог истраживања јесте да се опише и објасни које медијске садржаје ученици узраста од петог до осмог разреда основне школе преферирају и која је намена тих садржаја за њих. Примењена је комбинована метода која се састоји од кратке анкете коју су попуњавали и основношколци и родитељи, и фокус група у којима се разговарало са родитељима. На узорку од 128 ученика (по 50% из градске и сеоске средине) и 118 родитеља обе популације ученика (учешће са по 50% у узорку) постављено је питање о специфичним ТВ емисијама које деца најчешће гледају. Статистичком анализом одговора о најгледанијим програмима установљено је да је за децу кључна функција медија забавна, али да ни образовна није занемарива. Потврђено је да родитељи имају активну улогу у успостављању неопходних критеријума за конзумирање медијских садржаја. Квалитативном анализом разговора у фокус групама дошло се до увида у ставове родитеља о потенцијалном позитивном и негативном утицају медијских садржаја на развој деце. Истраживање је показало да медији поседују изразит еманципаторски потенцијал у образовању и социјализацији, као битан модел за трансфер знања. Дакле, савремени изазови масмедјске комуникације усмерени су ка остваривању медијског потенцијала за креирање алтернативних начина учења од најранијег основношколског узраста. Изазов је и у ограничењу негативног медијског трансфера на социјализацију деце путем различитих програма комерцијалних телевизија.

Кључне речи: медији, масмедјска комуникација, трансфер знања, ученици, родитељи.

УВОД

Трансфер/пренос учења се дешава када „учење у једном контексту побољшава (позитиван трансфер) или подрива (негативан трансфер) сродну

¹ Масовни медији (*massmedia*) су „медији комуникације који своје програме и садржај, путем одређене технологије, пласирају великом броју прималаца (масовној публици)” (Црнобрња 2014: 84). У масовне медије Денис Меквејл (Denis McQuail) убраја: телевизију, радио, високотиражну штампу, филм и у неким условима – грамофонске плоче (Меквејл 1975: 10).

перформансу у другом контексту” (Перкинс, Саломон 1994: 6452, према: Канг 2022). Трансфер учења је значајан, јер „лежи у срцу нашег образовног система” (Брансфорд, Шварц 1999: 61, према: Канг 2022).

У овом раду не говори се о трансферу знања на институционализован начин, већ о специфичној врсти трансфера, која се стиче путем видова алтернативних школи, конкретно телевизије. Из оквира таквог трансфера, фокус је на области социјализације појединца, јер медији делују на понашање, навике, емоционални развој, социјалне односе. Ужа дефиниција социјализације, коју првенствено заступају социолози и антрополози, наглашава важност социјализације за оспособљавање јединке за друштвени живот, тј. стицање вештина, знања, мотива и ставова који су потребни за извршење садашњих и будућих улога појединаца у друштву (Аберле 1961, према: Рот, 1972). Осим овог ефекта социјализације, психолози наглашавају и њену важност за формирање личности. Циглер и Чајлд (Zigler & Child) дефинишу социјализацију „као процес којим индивидуа путем трансакције са другим особама развија своје специфичне облике социјално-релевантног понашања и искуства” (Циглер, Чајлд 1969, према: Рот 2002: 75). За Прајса (Stuart Price), социјализација је деловање медија на субјект, који му представљањем оних норми и понашања које друштво сматра „нормалним”, помажу да се уклопи у друштвени оквир (Прајс 2011).

Важно је рећи да трансфер знања путем медија обухвата позитивне и негативне аспекте. Амбивалентна улога медија у васпитној парадигми изискује посебно сагледавање утицаја који они остварују на развој деце. Деца као специфична медијска публика у контексту њихових „сазнајних способности, емотивног одрастања, моралне зрелости и искуственог аспекта” (Потер 2011: 102–109) имају неизграђене критичке способности, а бивајући изложена различитим медијским садржајима, могу се за живот припремати на неадекватан начин.

ВАСПИТАЊЕ И ОБРАЗОВАЊЕ УЗ ПОМОЋ МЕДИЈА

Дакле, посредством медија, деца стичу чињенице, понашање, вредности и норме, уче начин на који „свет функционише”. Читав низ телевизијских програма представља изворе знања који доприносе формирању њиховог погледа на свет. У многим студијама деца саопштавају да користе те програме као изворе за стицање знања. Јовановић (2005) истиче да су многобројни аутори сагласни да телевизија увећава знање, доприноси реалнијем гледању на свет, олакшава разумевање природних и друштвених збивања. Овај аутор напомиње и негативне последице. Између осталог развија потрошачки менталитет, толеранцију према насиљу које се стално приказује и види, а вероватно код одређеног дела гледалаца развија и склоност ка насиљу. Бер-

тран (Jean Claude Bertrand) сматра да млади предани гледаоци телевизије, телемани, стварност често перципирају као угрожавајућу и оправдано насилну (Бертран 2007).

Полазећи од закључака истраживања Алварада (Manuel Alvarado) и сарадника, установљена су три главна обележја дечје телевизије и три главна вида обраћања деци као последице идеолошког скупа представа друштва о њима². Први је комерцијална страна која циља на децу као на конзументе и то је главни вид обраћања деци. Друго обележје дечје телевизије јесте јавна страна телевизије, која је у мањем опадању. Трећи тип програма условљен је тиме да многа деца више воле програм за одрасле. Тако су, уз уважавање ове дуго непризнате чињенице, у америчку програмску шему, у преподневним терминима, уврштени ситкоми намењени младима и јефтине „сапунице” о животима, проблемима и задовољствима деце. Управо овај трећи тип програма довео је у питање традиционалну представу о деци као „неактивној, аполитичној, бескласној, безрасној и изнад свега потпуно зависној” (Алваро и др. 1987).

МЕДИЈИ И ШКОЛА

У теорији је присутна дискусија о односу медија и школе, као званичног фактора социјализације који државе широм света уводе како би се деца и омладина образовала и васпитавала. Дафна Леммиш (Dafna Lemish) износи низ тема којима је могуће бавити се у оквиру овог домена: које су предности и мане медија као васпитног и образовног инструмента у поређењу са редовним школовањем, колико је ефикасно учење уз медије и на који начин они конкуришу један другом, а како се допуњују, и какве су могућности за интеграцију медија у школски систем и обрнуто (Леммиш 2008).

У контексту „супарништва” медија и школе, често се појављују негативни аргументи на рачун медија, као што су уобичајене појаве убистава на телевизији³, као и на садржај већине видео-игара, чији је главни заплет повезан са „елиминисањем” непријатеља. Са друге стране, аргументи у корист медија предлажу масовно коришћење нових технологија у образовне сврхе, јер се подразумева да ће оне у школу донети знање и позитиван подстицај.

² Идеолошке представе до којих се дошло у овом истраживању о начину на који децу перципира друштвена заједница изражавају став да су она беспомоћна и невинна, док се тинејџери сматрају неодговорнима и бунтовнима. Истраживање ауторки Кораћ и Враћешевих (2006) о слици детета у медијима Србије показало је да су деца невидљива (од 23% деце у укупној популацији, деца су на телевизији присутна са свега 7,9%, а на радију са једва 0,7%), пасивна, угрожена и уопште група којој је неопходна заштита одраслих.

³ На крају основне школе једно дете је у просеку видело око 8.000 убистава и више од 100.000 чинова насиља (Гоне 1998).

Различити аутори (Мејровиц 1995; Постман 1979, према: Лемиш 2008) указују на бројне разлике између школе и телевизије: најпре, институционални циљеви такви су да школа има одговорност да делује образовно и васпитно, док је се комерцијалне телевизијске станице одричу; потом језик, који је у школи говорни или писани, а на телевизији аудио-визуелни; затим хијерархизованост школе као институције у којој се једнообразно следи утврђени редослед напредовања након постизања предвиђеног нивоа постигнућа, док се на телевизији може пратити било који медијски садржај без потребних знања и способности. Школски систем подразумева обавезност похађања и контролу родитеља, док је гледање телевизије на добровољној бази и уз ограничен надзор одраслих. Док школа захтева активне облике учења попут писања домаћих задатака, учење посредством телевизије одвија се у процесу који започиње гледањем, а праћено је когнитивним и афективним процесима, повремено поткрепљеним конверзацијом. Напослетку, учење у школи јесте дугорочно улагање са одложеном наградом, док је гледање телевизије праћено непосредним доживљајем сатисфакције (Лемиш 2008: 225–231).

УЧЕЊЕ ПУТЕМ МЕДИЈА

Јовановић истиче да медији, осим што утичу на формирање карактера деце и значајни су за развој њиховог психичког живота, све више преузимају улогу неформалних едукатора (Јовановић 2005). Ипак, медијско образовање никада не може да надомести садржаје формалног образовања из најмање два разлога. Први је што није систематично, а други јер није целовито. Његова несистематичност огледа се у одсуству кретања од једноставнијих садржаја ка комплекснијим, због чега је тешко правилно обрадити усвојене чињенице и поређати их према приоритету вредности. Непотпуне информације на телевизији реципијентима нуде паушална сазнања из разних области путем којих они стварају мозаичну слику света. Ипак, овај аутор не заговара искључивање медија из образовног процеса, већ сматра да су медији пожељни и ефектни тамо где њихове садржаје прати стручна, веродостојна и добронамерна обрада презентованих података. Дакле, свако ново сазнање мора бити појашњавано додатним информацијама (Јовановић 2005).

Истраживачи су дошли до сазнања да кроз емисију „Улица Сезам”⁴, која спада у програм образовне телевизије, „дечаци и девојчице из породица различитог имовног стања могу да науче да распознају бројке и слова и да она може да прошири речник мале деце” (Тјуроу 2012: 238). Елен Вартела (Ellen Wartella) наводи да и други планирани образовни програми подстичу

⁴ Емисија која се емитује од 1969. године и била је предмет бројних истраживања о томе да ли медији подстичу децу да овладају вештинама учења.

занимање деце за образовне садржаје и уједно их уче неким деловима планираног школског програма (Вартела 1998).

Дафна Лемиш истиче да су званичне институције и образовни системи у целом свету признали потенцијал телевизије да подучава, што је нарочито важно у случају мање привилегованих. Она истиче да „школовање” посредством екрана и образовна телевизија, ипак, доводе у сумњу многе наше конвенционалне претпоставке о прописаним педагошким методама (Лемиш 2008).

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА И СТРУКТУРА УЗОРКА ИСПИТАНИКА

Предмет истраживања су ставови деце и родитеља о различитим производима медијске културе у оквиру телевизијског програма, као и родитељски назови у координисању процесом рецепције медијских садржаја од стране њихове деце.

Проблем истраживања односи се на утврђивање дечјих преференција у коришћењу медијских садржаја и на сагледавање родитељске улоге у овом процесу.

Циљ истраживања је описати и објаснити потенцијалне позитивне и негативне аспекте процеса трансфера на социјализацију и едукацију путем телевизије.

ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА

Очекује се значајна улога масмедјјске комуникације у трансферу знања на различите аспекте развоја деце основне школе.

1. Претпоставља се да су ефекти трансфера комерцијалних и забавних програма израженији у односу на ефекте трансфера масмедјјског образовања.
2. Претпоставља се да родитељи имају значајну улогу у усмеравању процеса трансфера знања путем медија.

ОРГАНИЗАЦИЈА, ТОК, МЕТОДЕ И ИНСТРУМЕНТИ ИСТРАЖИВАЊА

У истраживању су примењене метода анкетања и метода разговора. Сходно методама истраживања, подаци су прикупљени употребом анкете и интервјуа са фокус групом.

Истраживање је спроведено у две основне школе: „Беле-кула” у Нишу и „Војислав Илић Млађи” у Трупалу. Узорак за анкетање од 246 испитаника обухватио је групе различитог узраста, потом децу из сеоске и градске

школе (по 64 из сваке школе) и родитеље из сеоске и градске школе (по 58 из обе школе). Истраживање је спроведено на територији града Ниша, а обухваћене су једна градска и једна приградска школа.

Узорак фокус група састојао се у одабиру две групе родитеља из ових школа (осам из приградске и десет из градске). Дискусија је вођена уз помоћ унапред припремљеног сета питања. Дужина расправе о свакој теми била је уједначена и ограничена уз настојање да се активира сваки од учесника. Истраживање је протекло у пријатној атмосфери и без проблема.

За обраду добијених података коришћене су технике дескриптивне статистике и квалитативна анализа одговора испитаника.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У складу са проблемом и хипотезама истраживања најпре се приказују резултати са анкетног упитника, а онда резултати који су добијени разговором са фокус групом.

ПРИКАЗ РЕЗУЛТАТА СА АНКЕТНОГ УПИТНИКА

У овом делу дају се резултати прикупљени одговорима ученика и родитеља. Наиме, од ученика се очекивало да одговоре на питање које ТВ емисије најрадије гледају, и да ли гледају ријалити емисије као специфичну врсту програма, док је од родитеља тражено да одговоре на питање које емисије њихова деца највише гледају.

Одговоре ученика на прво питање даје Табела 1.⁵

Ученици су одговорили да најрадије гледају квизове, на другом месту су такмичарски ријалити формати у којима учесници пласирају одређену врсту талента или умећа, на трећем је образовно-научни програм, затим Дизни канал и на петом месту су музичко-забавне емисије. Уочава се да су доминантне забавне емисије, али међу њима су највише рангирани квизови, те се потврђују налази истраживања Алварада и сарадника (1987) о таргетирању дечје публике комерцијалним програмима, јер су квизови најгледанији програм и за одрасле, а уједно и најјефтинији у продукцијском смислу (Мек Квин 2000). Међутим, квизови у себи имају елементе едукативног, док је према одговорима испитаника и научно-образовни програм високо котиран међу децом основне школе. У наредном нивоу рангираности, иако са мањим процентом гледаности, такође су емисије намењене одраслој популацији: до-

⁵ Реч је о питању отвореног типа, где су у накнадној статистичкој обради резултата сви добијени одговори, према критеријуму извесне сличности датог програма, груписани у категорије наведене у Табели 1.

Табела 1. Фреквенце, проценти и ранг гледаности различитих ТВ емисија од стране ученика

| Врсте – тип емисија | Фреквенција | Процент | Ранг |
|---|-------------|---------|------|
| Дизни канал: цртани филмови, ситкоми, дечје серије; цртани филмови на домаћим каналима | 20 | 15,4 | 3 |
| Емисије о животињама | 4 | 2,4 | 14 |
| Такмичарски ријалити формати | 24 | 18,5 | 2 |
| Селебрити култура и емисије о моди, ријалити о славнима, токшоу емисије са естрадним звездама | 4 | 2,4 | 14 |
| Образовно-научни програм | 19 | 14,6 | 4 |
| Стране серије | 4 | 3,2 | 12 |
| Дискавери канал: „преображај” ријалити, „направи сам” емисије | 4 | 3,1 | 13 |
| Квизови и аутентичне људске приче | 34 | 26,4 | 1 |
| Форензичке серије, емисије о криминалу | 8 | 6,2 | 7 |
| Индијске, турске, шпанске серије | 7 | 5,5 | 8 |
| Музичко-забавне емисије | 15 | 11,6 | 5 |
| Домаће серије | 10 | 7,9 | 6 |
| Емисије о природи и преживљавању у природи | 5 | 3,9 | 11 |
| Музички програм | 6 | 4,7 | 9 |
| Спортски програм | 2 | 1,6 | 15 |
| Филм (блокбастери, акциони, хорор...) | 3 | 2,4 | 14 |
| Домаће дечје емисије снимане некада, дечје серије | 0 | 0 | 17 |
| Ријалити и псеудоријалити емисије (<i>Фарма, Велики брајџ, Луга кућа...</i>) | 3 | 2,4 | 14 |
| Емисије о аутентичним људским причама | 1 | 0,8 | 16 |
| Народна музика и Пинк музички канал | 6 | 4,6 | 10 |
| Емисије о аутомобилизму | 1 | 0,8 | 16 |

маће серије, форензичке серије и емисије о криминалу, а иза њих индијске, турске и шпанске серије. Ови подаци указују на то да деца нису неактивна и потпуно зависна публика, како се традиционално веровало, већ да су способна да се сусрећу са сложеним питањима. Ово налази поткрепљење у одликама Пијажеове (Jean Piaget) теорије о развоју интелигенције, јер је узорак овог истраживања по својој старосној доби (12 до 15 година) у периоду формално-логичких операција у мишљењу (Пијаже 1978). И овај податак се подудара са резултатом истраживања Алварада и сарадника (1987) о томе да деца радо гледају програм за одрасле. Истовремено, закључак је и да деца подражавају родитељски модел у избору програма. По рангираности следи музички програм. Деца донекле воле да гледају и емисије о природи и аутентичном искуству преживљавања у природи, потом стране серије, али и емисије по моделу „направи сам” или „пре и после” (тзв. ријалити „преображај”) на Дискавери каналу (*Discovery channel*), што говори о радозналости деце и

спремности да упијају нова знања, а што је олакшано визуелним медијем какав је телевизија. Остале врсте програма су знатно мање заступљене.

Одговоре ученика на друго питање приказује Табела 2.

Табела 2. Фреквенце, проценти и ранг гледаности ријалити програма од стране ученика

| Емисије | Фреквенција | Процент (%) | Ранг |
|--|-------------|-------------|------|
| Не гледам | 79 | 59,8 | 1 |
| <i>Твоје лице звучи јознајшо, Икс фактор, Ја имам јаленајш, Први Тлас Србије</i> | 31 | 23,5 | 2 |
| <i>Сурвајвер (Survivor)</i> | 6 | 4,6 | 4 |
| <i>Фарма, Све за љубав, Тренујак исјине, Луда кућа, Проводација, Брачни судија</i> | 13 | 9,9 | 3 |
| <i>Велики брајш</i> | 4 | 3,1 | 5 |

Из Табеле 2 уочава се да је више од половине испитаника изјавило да не гледа ријалитије, што је охрабрујући податак са аспекта социјализације младих, који су у процесу одрастања и као такви врло пријемчиви за прихватање различитих сугерисаних вредносних модела. Додатно, скоро четвртина деце изјавила је да гледа само ријалити емисије у којима се учесници такмиче презентацијом одређених вештина. Ипак, трећи по гледаности су сензационалистички ријалити формати попут сада већ укинуте Фарме, која је у каснијој фази замењена сличним форматима под другачијим називом, у којима је граница примитивног понашања, агресивности, вербалног и чак физичког насиља померана све више, противно конвенцијама јавне комуникације и прихватљивих социјализацијских модела. Треба имати у виду да су, према Колбергу (Lawrence Kohlberg) деца на овом узрасту на конвенционалном нивоу моралности, у оној фази када се морално расуђивање заснива на прилагођавању понашања оном што већина сматра прихватљивим (тзв. друштвеним нормама), те су овакви медијски модели врло опасни по социјализацију младих.

Деца су занимљиви и ријалити формати попут *Све за љубав, Тренујак исјине, Луда кућа, Проводација, Брачни судија*, које карактерише одређена доза кича („сладуњавост” форме, јавно провадацисање, разоткривање брачне интима широком аудиторијуму и сл.), уз нарушавање границе приватно–јавно коришћењем приватности да се публика војерски сензибилише. У духу онога што Хана Арент (Hannah Arendt) истиче као важност заштите интима за достојанствен живот појединца (Арент 1991; Арент 1958), поједини формати попут *Тренујка исјине*, где се пред широким аудиторијумом разоткривају најинтимније тајне такмичара који у замену за то могу да освоје одређени новчани износ, врло су неповољан вредносни медијски модел.

Одговоре родитеља о томе које три емисије њихова деца најчешће гледају приказује Табела 3.⁶

Табела 3. Фреквенце, проценти и ранг мишљења родитеља о гледаности ТВ емисија свог детета

| Врсте – тип емисија | Фреквенција | Процент | Ранг |
|--|-------------|---------|------|
| Дизни канал: цртани филмови, ситкоми, дечје серије; цртани филмови на домаћим каналима | 36 | 32,4 | 1 |
| Емисије о животињама | 19 | 17,1 | 4 |
| Такмичарски ријалитији | 28 | 25,2 | 3 |
| Селебрити култура и емисије о моди, ријалити о славнима, ток-шоу емисије са естрадним звездама | 12 | 10,8 | 6 |
| Образовно-научни програм | 28 | 25,2 | 3 |
| Стране серије | 13 | 11,7 | 5 |
| Дискавери канал: „преображај” ријалити, „направи сам” емисије | 11 | 9,9 | 7 |
| Квизови | 29 | 26,1 | 2 |
| Форензичке серије, емисије о криминалу | 4 | 3,6 | 14 |
| Индијске, турске, шпанске серије | 8 | 7,2 | 11 |
| Музичко-забавне емисије | 9 | 8,1 | 10 |
| Домаће серије | 11 | 9,9 | 7 |
| Емисије о природи и преживљавању у природи | 14 | 2,6 | 16 |
| Музички програм | 6 | 5,4 | 13 |
| Спортски програм | 7 | 6,3 | 12 |
| Филм (блокбастери, акциони, хорор...) | 10 | 9 | 9 |
| Домаће дечје емисије снимане некада, дечје серије | 4 | 3,6 | 14 |
| Ријалити и псеудоријалити емисије (<i>Фарма</i> , <i>Велики брајџ</i> , <i>Луѓа кућа</i> ...) | 3 | 2,7 | 15 |
| Емисије о аутентичним људским причама | 2 | 1,8 | 17 |
| Народна музика и Пинк музички канал | 10 | 9 | 9 |
| Емисије о аутомобилзму | 2 | 1,8 | 17 |
| Информативни програм | 2 | 9,8 | 8 |

На овом питању испитаницима је дата могућност давања три одговора. Према родитељском увиду, најгледанији су Дизнијев канал, дечије серије и цртани филмови на домаћим каналима, али и ситкоми, као врста програма за одрасле. Високо рангирани су и квизови, док су следећи, изједначени по гледаности, образовно-научни програм и ријалитији у којима се млади људи такмиче пласирајући, кроз сценски наступ, неки свој таленат. Четврте су емисије о животињама, а стране серије су на петом месту. Значајан

⁶ И ово питање је било отвореног типа, али је родитељима сугерисано да наведу три емисије које њихова деца најчешће гледају, а потом су у накнадној статистичкој обради резултата сви добијени одговори према критеријуму извесне сличности датог програма груписани у категорије наведене у Табели 3.

податак, добијен на основу изјашњавања родитеља, јесте да десетина деце гледа емисије о селебрити култури, ријалити програме о славнима, ток-шоу емисије са естрадним звездама. Ово иде у прилог закључку о одређеним медијски пласираним узорима (*role models*) потрошачког друштва и, додатно, о „естрадизацији” српског друштва у којем су истински узор из света науке, уметности и слично замењени популарношћу, материјалним богатством и угодним животом. Остали видови програма који нису занемарљиво рангирали (нешто испод десетине укупног узорка) припадају програму намењеном одраслима (домаће серије, филмови, стране серије, информативни програм), што такође указује на то да деца често гледају програм који прате њихови родитељи, те да су они креатори њихових медијских конзумерских навика, и они који посредно усмеравају на пожељне вредности из широке медијске понуде. Занимљив податак је да дечје емисије реализоване у оквиру некадашњег образовног програма РТС-а (*Полејарац, Приче из Нейричаве, Фазони и форе, Мејла без грешке*) гледа релативно мали проценат ученика. Утешно је да родитељи процењују да ријалити и псеудоријалити емисије (*Фарма, Велики брајџ, Луда кућа...*) гледа још мањи и скоро безначајан проценат деце.

РЕЗУЛТАТИ ФОКУС ГРУПА

Фокус групе са родитељима деце узраста од петог до осмог разреда одржане су у две основне школе на нивоу града Ниша: градској школи „Теле-кула” и приградској школи у Трупалу „Војислав Илић”. У фокус групама је учествовало између 8 и 10 родитеља. У Табели 4 дате су полне и старосне карактеристике родитеља, учесника у фокус групама, и њихове деце – ученика ових школа.

Табела 4. Полна и старосна структура родитеља и њихове деце – учесника у фокус групама

| НИШ | | ТРУПАЛЕ | |
|----------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| Родитељ | Деца | Родитељ | Деца |
| Саговорница 1, мајка | син, 14 | Саговорница 9, мајка | син, 14 |
| Саговорница 2, мајка | син, 13 | Саговорница 10, мајка | ћерке, 12 и 14 |
| Саговорник 1, отац | син, 13 | Саговорница 11, мајка | син, 15 |
| Саговорница 3, мајка | ћерка, 13 | Саговорница 12, мајка | ћерка 12, син 11 |
| Саговорница 4, мајка | ћерка 13, син 12 | Саговорник 3, отац | син, 14 |
| Саговорник 2, отац | ћерка 14 | Саговорница 13, мајка | син, 11 |
| Саговорница 5, мајка | ћерка, 12 | Саговорница 14, мајка | ћерка, 11 |
| Саговорница 6, мајка | ћерка, 11 | Саговорница 15, мајка | син, 11 |
| Саговорница 7, мајка | ћерке, 10 и 14 | | |
| Саговорница 8, мајка | син, 10 | | |

При дефинисању узорка вођено је рачуна да буду заступљени мајке и очеви, самохрани родитељи различитог образовног и социјалног статуса, и да су родитељи деце узраста од 11 до 14 година, како би се овим пригодним узорком покрила целокупна ученичка популација виших разреда основних школа. Узорак се састојао од 18 родитеља (8 у приградској и 10 у градској школи). Како се из Табеле 4 види, узорак фокус група из обе популације имао је више мајки него очева јер су се тако одазвали. Учесници у фокус групама углавном имају више од једног детета. У табели су наведени само узрасти деце који се уклапају у потребе узорка.

Током разговора, родитељима су наведени примери који су најтипичније илустровали телевизијски програм, и указано је на резултате спроведене анкете о гледаности појединих програма. Примери су послужили као подстицај за разговор о сценама насиља и узнемирујућим сценама које се емитују у различитим жанровима и контекстима. Такође, говорило се и о ријалити и псеудоријалити програмима који се осим емитовања у заштићеном термину, често емитују и током дана, када се деца могу наћи пред телевизијским екранима.

Налази истраживања са фокус групама су следећи.

Сви саговорници сагласни су да је неопходно комуницирати са децом о медијским садржајима. Истичу и да је родитељском контролом могуће смањити потенцијални негативни трансфер непримерених телевизијских садржаја.

Мислим да деца треба да имају избор, уз урбеницију, објашњавање, па мањаш канале... да му укажеш шта је права вредност, причом и ошвореношћу. (Саговорник 1, отац, град)⁷

Како истиче Саговорница 1, породица је најважнији социјализацијски агенс у домену усвајања образаца за коришћења медија.

Што се тиче комерцијалних телевизија, то је ствар избора. Значи, ако родитељ у кући гледа такав програм, неминовно да ће и дете гледати такав програм: турске серије, индијске, шпанске. У том раном узрасту све почиње од интересовања родитеља. (Саговорница 1, мајка, град)

Сви саговорници су свесни измењеног система вредности у друштву, те другачијих критеријума занимљивог медијског програма за децу. Као нарочити проблем истичу емитовање непримерених садржаја у ударном термину.

⁷ За детаљнији преглед одговора родитеља у фокус групама погледати необјављен мастер рад ауторке *Дечији преглед у свей – Улога медија у васпитању и образовању деце*, 2013, Универзитет у Нишу, Филозофски факултет.

Коцка, коцка, коцкица или Невен, мислим да наша деца не би то разумела сад. (Саговорница 2, мајка, град)

Ма гледају они то, али им је досадно. Други систем вредности је, нажалост, целокућној друштва у односу на то кад смо ми расли. Врло је ружно време, јаре, јурњава, нићи родитељи имају времена, једна стихија. На телевизији има света и свачега. У ударном термину пуштају свашта. Сирашно. (Саговорник 2, отац, град)

Како истиче Саговорница 1, медији често остварују негативан трансфер.

По мени, медији имају много велики утицај. Погледајте наше девојчице како су обучене, баш као у тој серији Фолк. Буквално мајка и отац кућују мини хаљине својој девојчици и воде је од дванаест година да њева у бирџама. Ужасно. (Саговорница 3, мајка, град)

Већина родитеља истиче да је у време њиховог одрастања било више образовно-научног програма.

Па нек рејризирају Ојсџанак. Што рејризирају Шојића његесет пуца? Зашто нам сва деца говоре као Шојић? Ја то не моћу да схватим. И моје деце и сва деца. (Саговорница 4, мајка, град)

Родитељи осећају да су у овом осетљивом периоду мање утицајни од вршњачке групе.

Неминовно и у школи дође до размене информација. Аха, ова девојчица гледа ову турску серију, они то преносе. Већ је седми разред, кад све мање имамо ми утицаја на децу, а све више друштво. (Саговорник 2, отац, град)

Родитељи су сагласни да је потребно да се деци понуди већи избор квалитетних медијских садржаја, намењених њиховом узрасту и интересовањима.

Врло слабо има емисија које интересују децу. (Саговорница 5, мајка, село)
Раније су била три канала и онда ниси имао избора, а сада имаш 150 канала и наравно да се РТС2 не гледа. Време се кроз променило и родитељи ништа не моћу да учине. (Саговорница 4, мајка, град)

ПОСЕБНЕ КАТЕГОРИЈЕ МЕДИЈСКОГ САДРЖАЈА (МЕДИИ И АСОЦИЈАЛНИ ВИДОВИ ПОНАШАЊА)

Родитељи као важан проблем издвајају насиље у телевизијским програмима.

Не треба приказивати насиље. Деца су, и у седмом и у осмом, деца. Највећи проблем су ишрице. Поједине су само насиље. Када је дејствију мозак толико сконцентрисан на ту ишрицу и то све преживљава, онда не може да не буде суштрадан аиресиван. (Саговорница 5, мајка, град)

Иако је насиље у цртаним филмовима пласирано уз хумор и деца то не виде као реалност, Саговорница 6 запажа да је на ранијем узрасту то потенцијално опасно.

Али и цртани филмови. Рецимо, моје дете је мислило да ако падне са шестог сираниа може да устане као да се ништа није десило. А да не причамо о филмовима. (Саговорница 6, мајка, град)

Сви родитељи као неприватљиво истичу приказивање сцена конзумације дроге.

Дрога, алкохол, цигарете, све је то иштинито да се приказује. Већ их чујем како међусобно причају како је то добро и доводи их у искушење. (Саговорница 6, мајка, село)

Ипак, мишљења су да је потребно превентивно уврстити едукативне медијске садржаје (о девијантном понашању, сексуалном васпитању) у наставну праксу, у сврху добре информисаности и васпитања деце.

У Војводини сам завршавала школу. Гледали су се филмови: наркоманија, алкохолизам, сада када се појавила, али у школи – лекар, педогог, психолог. Искључиво у том окружењу да се леда – на прави начин, на правом месцу, увод, разрада и закључак. (Саговорница 2, мајка, град)

Родитељи су сагласни да је неопходно померити емитовање (псеудо) ријалити емисија у касније вечерње сате.

То је све нечија иштина, то се све износи јавно и, на крају, награда новац. Ништа корисно, ништа иштинито. Браним деци то да ледају. Моја деца не воле то да ледају, значи имам срећу што се ишче тога. (Саговорница 4, мајка, град)

Како истиче Саговорник 4, ријалити програми у којима учесници добијају шансу да се путем талента искажу, јесу примери позитивног трансфера на социјализацију.

Морамо да разграничимо нешто. То је музичко такмичење. А ово је такмичење у не знам чему. У глумцима! (Саговорник 4, отац, град)

НАЛАЗИ ФОКУС ГРУПА – ПОЗИТИВАН МЕДИЈСКИ ТРАНСФЕР НА ЕДУКАЦИЈУ

Родитељи гледајући квалитетне медијске програме са својом децом подстичу позитиван медијски трансфер.

Мени је било мало интересантније да гледам ТВ Нову, док се није укључио ређуларан комерцијални програм, пошто су приказивали Централ парк, па Замбези, како живе у Свалбарду, итд. То је било толико интересантно и за децу. Толико смо се лепих емисија нагледали колико дуго нисмо. (Саговорница 5, мајка, град)

Већина родитеља препознаје значајан медијски потенцијал у едукацији.

Добра је емисија коју води Мемедовић, квиз Трајач. Свиђа ми се што ће на РТС-у да уводе више научних емисија и више историје о Србији, бившој Југославији. Доста је добро ово о неким нашим највишим местима, природи. (Саговорник 4, отац, град)

Да, географија једини разред, преслишавам ја своје деце и оно зна. А одакле ти то? Па, каже, гледао сам на Неиналу (National Channel). (Саговорница 3, мајка, град)

ЗАКЉУЧАК

Веома разноврстан избор медијских садржаја показује да су ученици изложени вишеструким моделима понашања које медији нуде као узор, док истовремено нуде и разноврсне норме и знања из широког дијапазона. Ово имплицира да медији врше позитиван и негативан утицај на ученике, што је у духу основне хипотезе рада о утицају телевизије на различите аспекте развоја деце у основној школи.

Ипак, првих пет изабраних медијских програма као најгледанијих иде у прилог томе да је за децу важнија и веома важна забавна, а тек онда едукативна функција медија. Отуда се може претпоставити да трансфер знања стечених путем медија значајније социјализује него што едукује. Ово иде у прилог првој посебној хипотези рада. Поред тога, ово истраживање покреће питање о данашњој изложености деце ТВ садржајима неприлагођеним узрасту, као виду негативног трансфера знања на социјализацију, што илуструје доминантни став родитеља у дискусији у оквиру фокус група и такође иде у прилог овој хипотези. Српске телевизије обилују разним врстама ријалити програма у којима се различите анонимне и мање анонимне личности медијски промовишу у узор, док су примери јавне комуникације у оваквим програмима често састављени од увреда, псовки и чак агресије као модела

решавања конфликта, што може бити негативна сугестија о начину на који би дечја личност могла да се развија, те је њихово емитовање у ударном термину врло штетно. Важно је истаћи и да се медијски педагози и педагози морају бавити потоњом врстом утицаја медија, превасходно због неизграђених критеријума на узрасту на којем се деца налазе.

Деца и родитељи из обе средине апострофирани су исте најгледаније типове програма, који заузимају првих пет места, чиме је потврђена друга посебна хипотеза рада о родитељима као кључним актерима у усмеравању гледалачких навика. И налази фокус група потврдили су активну улогу родитеља у процесу конзумирања медија у настојању да позитиван утицај медија превагне у социјализацији њихове деце, док истовремено препознају образовни потенцијал појединих медијских формата и заједнички гледају овакве емисије са својом децом.

Закључци овог истраживања су у складу са ставовима Алварада и сарадника (1987) о одређеним видовима обраћања деци путем телевизије, који су у складу са идеолошким конструктима друштва о њима. И ово истраживање показало је да је комерцијална страна телевизије значајан вид обраћања деци као конзументима цртаних филмова, хумора и квизова; да је едукативна функција у благом опадању будући да је образовни програм на трећем месту најгледанијих програма за ученике; да је, сагласно закључцима истраживања Алварада и сарадника, трећи тип програма који деца обожавају да гледају – програм за одрасле. Као високо рангиране по гледаности издвајају се турске, шпанске и друге серије, потом, и у избору образовног програма, реч је о емисијама намењеним одраслима – попут документараца на Хистори (*History*) каналу (скоро половина ученика виших разреда основне школе гледа документарце на Хистори каналу, те на каналу Национална географија (*National Geographic*)), научних емисија о свемиру или популарне забавне емисије о науци и свакодневним животним феноменима *Галилео*. Ово значи да и одређене научне чињенице могу да буду гледане и деци примамљиве, што обезбеђује позитивну трансферну вредност таквог садржаја, а и родитељи имају свест о позитивним ефектима телевизије на усвајање одређених знања, што може бити разлог за будућу примену медија у оквиру наставног процеса.

ЛИТЕРАТУРА

- МекКвејл (1975): Д. МекКвејл, *Социологија масовне комуникације*, Београд: Просвета.
- Пијаже, Инхелдер (1978): Ј. Пијаже, Б. Инхелдер, *Интелигентни развој деце*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
- Алварадо (1987): М. Alvarado, *Television and Video*, Wayland.
- Арент (1990): Н. Arent, *Vita activa*, Zagreb: August Cezarec / Arendt Hannah, *Vita activa oder von tatigen Leben*, Stuttgart, 1960.

- Бандура (1976): A. Bandura, *Analysis of Delinquency and Aggressions*, NJ: L. Erlbaum Associates, Hillside.
- Бертран (2007): DŽ. K. Bertran, *Medijska etika i sistemi medijske odgovornosti*, Beograd: Original.
- Брансфорд, Шварц (1999): D. J. Bransford, D. L. Schwartz, Rethinking Transfer: A Simple Proposal With Multiple Implications, In: A. Iran-Nejad, P. D. Pearson (Eds.), *Review of Research in Education*, Chapter 3, Volume 24, Issue 1, SAGE Journals, 61–100.
- Вартела (1981): E. Wartella, The child as a viewer, In: M. E. Ploghoft, J. A. Anderson., C. C. Thomas (Eds.), *Education for the Television Age*, Springfield: IL, 17–28.
- Гоне (1998): Ž. Gone, *Образовање и медији*, Beograd: Klio.
- Јовановић (2005): Z. Jovanović, *Комуникајска култура*, Vranje: Учитељски факултет; Kosovska Mitrovica: Filozofski fakultet.
- Канг (2022): J. Kang, Transfer of knowledge across genre and media: Investigating L2 learners' multiple composing practices, *Journal of English for Academic Purposes*, Vol. 57, Article 101111.
- Кораћ, Врањешевић (2006): N. Korać, J. Vranješević, *Невидљиво дете. Слика детета у медијима*, Beograd: Centar za primenjenu psihologiju.
- Лемиш (2008): D. Lemiš, *Деца и телевизија: Globalna perspektiva*, Beograd: Klio.
- Лоример (1998): R. Lorimer, *Масовне комуникације*, Beograd: Klio.
- Мејровиц (1995): I. Meyrowitz, Talking McLuhan and 'medium theory' seriously: Technological change and the evolution of education, In: S. T. Kerr (Ed.), *Technology and the future of schooling*, Chicago: The University of Chicago Press, 73–110.
- Мек Квин (2000): D. Mek Kvin, *Телевизија*, Beograd: Klio.
- Постман (1979): N. Postman, *The first curriculum: Comparing school and television*, Phi Delta Карра.
- Потер (2011): DŽ. Poter, *Медијска писменост*, Beograd: Klio.
- Прајс (2011): S. Prajs, *Изућавање медија*, Beograd: Klio.
- Рот (2002): N. Rot, *Основи социјалне психологије*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Саломон, Перкинс (1987): G. Salomon, D. N. Perkins, Transfer of cognitive skills from programming: When and how?, *Journal of Educational Computing Research*, 3, 149–169.
- Тјуроу (2012): DŽ. Tjurou, *Медији данас – Увод у масовне комуникације*, Beograd: Klio.
- Циглер, Чајлд (1969): E. Zigler, J. L. Child, Socialization, In: *Handbook of Social Psychology*, Vol. III, 450–589.
- Црнобрња (2014): S. Crnobrnja, *Нови медији и друштвене мреже. Појмовник*, Beograd: Centar za medije i komunikacije.

Dejana B. Nešić

University in Niš

Innovative center

THE ROLE OF MASS MEDIA COMMUNICATION IN THE TRANSFER OF KNOWLEDGE OF ELEMENTARY SCHOOL CHILDREN

Summary: The paper deals with the role of media in education and socialization of elementary school children, that is, with a specific type of transfer that is acquired through alternative forms of learning, especially through television as a medium. Apart from the process of education, the focus of the paper is on the process of socialization of primary school children, because television as a medium and media in general affect behavior, habits, emotional development, and social relations of children and youth.

The research problem is related to children's preferences in choosing media contents and their parents' role in this process. The basic hypothesis of the research is that the role of mass media, specially television, in the transfer of knowledge of elementary school children is significant. Within the framework of specific hypotheses, the existence of both positive and negative effects of the transfer of knowledge acquired through media on the socialization of elementary school children was assumed, as well as the fact that parents have a significant role in the process.

A combined method was used in the research: quantitative survey research and qualitative focus group research. The survey sample of 246 respondents included children from two schools, one rural and one urban (64 from each school), and parents from one rural and one urban schools (58 from both schools). The focus group sample consisted of two groups of parents from these schools (eight from the rural school and ten from the urban one). Techniques of descriptive statistics and qualitative analysis of respondents' answers were used to process the obtained data.

The results of the research showed that the role of mass media communication in the transfer of knowledge is significant for the socialization of children, but also that the role of media (television) is less pronounced when it comes to the education of children, because children are more focused on the entertainment content. The lack of restrictions in media industry and the introduction of the market principle as media regulatory mechanism was expected to be sufficient for achieving the public interest; however, the educational role of media was neglected at the expense of the entertainment role, which becomes a profit generator. Hence, the children's choice of TV programs can be assumed to be caused by the lack of production-designed educational programs in commercial media, intended for children. The fact that almost half of the children involved in the research (attending higher grades of elementary school) watch educational documentaries on foreign channels shows that there is interest in educational programs; however, younger children are not able to follow complex formats, therefore the content needs to be simplified and made suitable for different ages. In addition, the contents should be selected in such a way that they correlate with school curricula.

Keywords: media, mass media communication, knowledge transfer, students, parents.