

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sara Lužovec

Otrokovo sprejemanje otroških televizijskih oddaj

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sara Lužovec

Mentorica: doc. dr. Vesna Laban

Otrokovo sprejemanje otroških televizijskih oddaj

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

Atiju, oblečenem v Ljubezen.

Otroci so se v svoji domišljiji sposobni dotikati neba in puhastih oblakov. S pomočjo mentorice doc. dr. Vesne Laban, urednic Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija Anke Bogataj in Jelke Ribarič Grabljevec ter vseh intervjuvanih malih gledalcev otroškega programa sem se jih ob zaključku svojega podiplomskega študija za hip dotaknila tudi sama. Hvala.

Otrokovo sprejemanje otroških televizijskih oddaj

Otroci se z začetkom šolanja prvič dotaknejo samostojnosti. Poveča se njihova vedoželjnost, izrazitejše spremembe pa doživljajo tudi v svojem mišljenju, čustvovanju in doživljanju odnosov. V njihovem prostem času prevladuje gledanje televizije oziroma otroškega televizijskega programa, ki lahko pozitivno ali negativno vpliva na njihov razvoj, zato je kakovost vsebine otroške televizije pomembna. V svojem magistrskem delu sem želela ugotoviti, po kakšnih kriterijih otroci med šestim in osmim letom starosti izbirajo otroške televizijske oddaje in kako te kriterije upoštevajo ustvarjalci oddaj. Zanimalo me je, do kakšne mere ustvarjalci v svojih oddajah kriterije kakovosti tudi realizirajo. Analiza poglobljenih intervjujev je pokazala, da urednici edinih slovenskih televizijskih oddaj, ki sta namenjeni otrokom prvega triletja osnovne šole, dobro poznata svojo ciljno publiko, saj so se njihovi odgovori v večji meri ujemali z odgovori intervjuvanih otrok. Tako urednici kot otroci so izpostavili pomembnost prepleta izobraževalnih in zabavnih elementov v oddajah. Obe slovenski otroški oddaji na javni *Televiziji Slovenija*, *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*, vključujeta tako humor kot poučne elemente, a bi se ustvarjalci glede na rezultate primerjalne analize oddaj lahko še bolj osredotočili na vsebino, ki bi vključevala več nenavadnih preobratov in smešnih zapletov.

Ključne besede: otroci, prvo triletje, otroški televizijski program, kriteriji kakovosti, ustvarjalci otroškega televizijskega programa.

Children's perception of the children television programmes

When they enter school, the children observe, for the first time, their individuality. Their craving for knowledge increases and they undergo profound changes in how they reason, feel and experience relationships. They spend most of their leisure time watching television, i.e. children programmes. This can influence their development both positively and negatively, making the quality of the children's television content a weighty issue. In the Masters thesis, I wanted to establish what criteria children, aged between six and eight, adopt in order to select programmes and how these criteria are satisfied by the programme producers. My primary interest lied in establishing to what extent the programme creators meet these criteria. The analysis of the in-depth interviews indicated that children programme's editors of the only Slovene television programmes dedicated to the children attending the first triad of the elementary school know their target audience very well. This was evident from the matching between their answers and those of the interviewed children. Both editors and children emphasized the significance of the interweaving of educative and entertaining elements within a programme. Both children's programmes of the public *Television Slovenia*, *Studio Kriškraš* and *Ribič Pepe*, employ humorous and didactic elements. Nonetheless, the comparative analysis revealed that the creators could include more unexpected turns and comic entanglements.

Key-words: children, first triad, children television programme, quality criteria, children programme content creators.

Kazalo

1 UVOD	7
2 OTROK IN OTROŠTVO	11
2.1 OTROŠTVO IN SVET ODRASLIH.....	11
2.1.1 DRUŽINA.....	12
2.1.2 ŠOLA.....	13
2.2 SREDNJE OTROŠTVO.....	14
2.2.1 DECENTRALIZIRANO MIŠLJENJE.....	15
2.2.2 URAVNAVANJE ČUSTEV.....	15
2.2.3 MEDOSEBNO RAZUMEVANJE.....	16
2.3 SPREMEMBE OTROKOVEGA ŽIVLJENJA IN STATUSA.....	17
3 OTROK IN TELEVIZIJA	19
3.1 VPLIV TELEVIZIJE NA OTROKE.....	20
3.1.1 OTROCI KOT RANLJIVI UPORABNIKI.....	20
3.1.2 OTROCI KOT ELEKTRONSKI STROKOVNJAKI.....	22
3.2 POZITIVNI VPLIV TELEVIZIJE.....	24
3.2.1 VPLIV STARŠEV NA OTROKOV ODNOS DO TELEVIZIJSKIH VSEBIN.....	25
4 UČENJE OB TELEVIZIJI	27
4.1 EFEKTIVNO UČENJE PREK TELEVIZIJE.....	28
4.2 NAPAKE PRI VKLJUČEVANJU POUČNIH VSEBIN V PROGRAM.....	30
4.2.1 POUČNA VSEBINA PRELOMI OTROKOM PRIVLAČNO ZGODBO.....	30
4.2.2 NEPRIMERNO IZKORIŠČANJE »NEZNANJA« OTROK.....	31
4.3 UČENJE KOOPERATIVNEGA SODELOVANJA.....	31
4.4 UČENJE V OČEH OTROK.....	32
5 KAKOVOST OTROŠKEGA TELEVIZIJSKEGA PROGRAMA	34
5.1 RAZLIČNI POGLEDI NA KAKOVOST.....	34
5.2 TANKA MEJA MED KAKOVOSTJO IN TRŽENJEM.....	35
5.3 KRITERIJI KAKOVOSTI Z VIDIKA USTVARJALCEV.....	37
5.4 KRITERIJI KAKOVOSTI Z VIDIKA UPORABNIKOV.....	41
6 OTROCI KOT KRITIČNI GLEDALCI	46
6.1 OTROCI SOUSTVARJAJO TELEVIZIJO.....	49
6.2 OTROCI KOT SODELAVCI.....	50
7 METODOLOGIJA	52
8 ANALIZA REZULTATOV	56

8.1 ANALIZA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV Z OTROKI	56
8.1.1 LIKI.....	56
8.1.2 ODNOSI MED LIKI	57
8.1.3 HUMOR	57
8.1.4 UČENJE OB TELEVIZIJSKIH VSEBINAH.....	57
8.1.5 PODAJANJE TELEVIZIJSKIH VSEBIN.....	58
8.2 ANALIZA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV Z UREDNICAMA	58
8.2.1 JASNOST PRI PODAJANJU VSEBIN.....	59
8.2.2 HUMOR	59
8.2.3 LIKI.....	59
8.2.4 REŠEVANJE KONFLIKTOV IN PROBLEMOV	59
8.2.5 SPOZNAVANJE SVETA IN DOMAČE KULTURE.....	60
8.3 PRIMERJALNA ANALIZA IZPOSTAVLJENIH KRITERIJEV KAKOVOSTI V ODDAJAH <i>STUDIO KRIŠKRAŠ</i> IN <i>RIBIČ PEPE</i>	61
8.3.1 ODDAJA <i>STUDIO KRIŠKRAŠ</i>	61
8.3.2 ODDAJA <i>RIBIČ PEPE</i>	64
9 RAZPRAVA	67
10 SKLEP	73
11 LITERATURA	75
PRILOGA A: Poglabljeni intervju s šestletno K.	81
PRILOGA B: Poglabljeni intervju s šestletno I.	83
PRILOGA C: Poglabljeni intervju s šestletnim M.....	86
PRILOGA Č: Poglabljeni intervju s sedemletnim A.	89
PRILOGA D: Poglabljeni intervju s sedemletnim G.	92
PRILOGA E: Poglabljeni intervju s sedemletno P	94
PRILOGA F: Poglabljeni intervju z osemletnim GA.	95
PRILOGA G: Poglabljeni intervju z osemletnim AL.	100
PRILOGA H: Poglabljeni intervju z osemletno L.	102
PRILOGA I: Poglabljeni intervju z urednico Jelko Ribarič Grabljevec.	104
PRILOGA J: Poglabljeni intervju z urednico Anko Bogataj	106

1 UVOD

Ko otrok s šestim letom prvič prestopi prag šole, začne doživljati pomembne in intenzivnejše spremembe na področju mišljenja, čustev in medosebnih odnosov (Smrtnik Vitulić 2009). Na nek način se loči od staršev in naredi nov korak na poti k osamosvojitvi (Neuss 2009). Vse do osmega leta je njegovo življenje zaznamovano z usvajanjem različnih vidikov situacij, prepoznavanjem čustvenih stanj in navezovanjem tesnejših poznanstev. Vešč opazovanja tako nabira novo znanje, spreminja svoje vedenje in misli (Callister in dr. 2007). Njegov dan je razpet med šolskimi obveznostmi in prostim časom. Ena od njegovih najljubših prostočasnih dejavnosti je spremljanje televizijskega programa (Fuhs in dr. 2012, Keyton in dr. 2007, Wartella in Robb 2007), saj naj bi pred televizijo preživel več časa kot ob katerikoli drugi dejavnosti (Callister in dr. 2007). Prav otroški televizijski program je otrokom do osmega leta najljubši (Keyton in dr. 2007). Z naraščanjem sposobnosti dekodiranja zvočnih in vizualnih televizijskih sporočil je njihovo gledanje televizije prijetnejše in dovtetnejše (Orde 2012). Ker otroci v prvih letih šolanja natančno opazujejo okolje, v katerem živijo, črpajo informacije in si nabirajo odločilne življenjske izkušnje (Fuhs in dr. 2012), je toliko bolj pomembno, kakšna je televizijska vsebina, ki otrokom v prvi vrsti predstavlja vir zabave, ne zavedajoč se, da se ob njej tudi učijo (Keyton in dr. 2007). Televizija ima tako moč oblikovanja otrokovih idej o tistem, kar predstavlja (Lassner 2010, Callister in dr. 2007).

O medijski potrošnji otrok obstajata dve skrajni poziciji (Ribak 2007, Buckingham 2000). Nekateri strokovnjaki (npr. Postman 1987, Meyrowitz 1985) odnos med otrokom in elektronskimi mediji (predvsem televizijo) opredeljujejo kot negativnega, saj menijo, da mediji s svojo močjo ranijo otrokovo nedolžnost. Otroka si poskušajo podrediti in izkoristiti (Buckingham 2000). Njihovi nasprotniki se naslanjajo na idejo, da prav otroci posedujejo močno obliko medijske pismenosti in so vse prej kot pasivne žrtve. Novi mediji jim ponujajo nove možnosti za kreativno ustvarjanje, komuniciranje in samoizpopolnjevanje. Ti avtorji (Tapscott 2009, Papert 1993, Rushfoff 1999) v otrocih vidijo naravno modre osebnosti, v medijih pa sredstva za izražanje njihove moči.

Pri obeh pozicijah je nekaj resnice, toda znotraj vsake se porajajo pomembne dileme. Otrokovo življenje in njegov status sta se v zadnjih letih spremenila tako znotraj družine in šole kot ekonomsko in politično, vendar se sprememb ne da posploševati (Doplehar 2009, Buckingham 2000). Z otrokovim razvojem se spreminja tudi njegovo razumevanje televizije ter vsebina in količina tega, kar gleda (Jordan 2007). Zato je pomembno, da vemo, po kakšnih

kriterijih otroci izbirajo televizijske oddaje. Otrokovo pozornost pritegnejo zgodbe z močnim subjektom, junaki, s katerimi se lahko poistovetijo, samo ime oddaje, ganljivi/zabavni/vznemirljivi prizori, ki nagovarjajo njihova čustva, tehnična in vizualna dovršenost, vsebina, primerna za njihovo starost (Plenk 2009). Otrokom so bližje televizijski programi, ki ponujajo zabavne vsebine, šele kasneje jih privabijo tudi izobraževalne tematike (Orde 2012). Vsebina oddaje mora ustrezati publiki, ki jo nagovarja, in njenim razvojnim značilnostim, zato obstajajo različna merila kakovostnih oddaj za otroke (Grewenig 2009, Hackl 2005). Če jih ustvarjalci otroških oddaj upoštevajo, lahko s svojimi vsebinami pozitivno vplivajo na otrokov razvoj (Hüther 2012, Fisch in dr. 2010).

Pomembno je, da televizijski producenti umeščajo aktivnosti otroške publike znotraj družbenih kontekstov – v povezavi z ostalimi družbenimi silami v otroških življenjih in v povezavi s spreminjajočo se naravo tehnologije, medijskih institucij in tekstov – ter da otroke pripravijo na rokovanje z mediji, da jih bodo razumeli in da bodo sami postali aktivni udeleženci (Buckingham 2000).

Raziskave, povezane z otroki in s televizijo, so večinoma splošne (Kabadayi 2006), navezujejo se na otrokove navade in pogostost gledanja televizije (Wartella in Robb 2007, Kabadayi 2006) ter na vpliv televizije na otrokovo vedenje (Wartella in Jennings 2000), pozablja pa se na otrokove kulturne potrebe po izobraževanju in informiranosti (Buckingham 2000).

Ker gledanje televizije prevladuje v vsakdanjiku sodobnega otroka (Atwal in dr. 2003) in ker ima televizija sposobnost spodbujati njegov pozitivni razvoj, tako njegove kognitivno/intelektualne kot emocionalno/družbene potrebe (Hüther 2012, Buckingham 2000), je vsebina televizijske ponudbe pomembna.

V magistrskem delu se bom osredotočila na otroke, stare med šest in osem let, torej na tiste, ki so ravno stopili na svojo pot izobraževanja. Izpostavila bom njihovo razumevanje televizijskih programov in njihova pričakovanja. Prav tako bom predstavila pogled televizijskih ustvarjalcev, ki pogosto poudarjajo pomembnost kakovosti oziroma medijske ponudbe (Mikos 2009). Zanimalo me bo, če konstruktivno razmišljajo o tem, kako televizijo izkoristiti kot družbeno-kulturni izobraževalni medij oziroma kaj televizija lahko prispeva in česa ne more k zdravemu razvoju otrok. Ker bi morala vsaka otroška oddaja zaradi pozitivnega spodbujanja otrokovega razvoja in zaradi spreminjanja njegovega razumevanja

upoštevati starost in razvojno stopnjo svoje ciljne publike, bom analizirala, kako kakovostne so otroške oddaje javne *Televizije Slovenija*, namenjene otrokom prvega triletja osnovne šole.

Magistrsko delo bom vsebinsko razdelila na teoretični in praktični del. V drugem poglavju teoretičnega dela se bom dotaknila koncepta otroštva, na katerega poleg medijev odločilno vplivata družina in šola. Znotraj pojma otroštvo bom dodatno osvetlila srednje otroštvo in spremembe v otrokovem razvoju, ki so za to obdobje značilne. V tretjem poglavju bom izpostavila otroka v odnosu do televizije. Je televizijski vpliv pozitiven ali negativen? Četrto poglavje bom namenila izobraževalni funkciji televizije. Kako učinkovito je lahko učenje prek televizije? Predstavila bom tako mnenje strokovnjakov kot mnenje otrok, ki so bili vključeni v mednarodne raziskave Levije in Götzeve (2012) ter Hollerjeve in dr. (2012a). Če se seznanimo z otrokovim pogledom na televizijske vsebine, lažje razumemo, kako on vidi otroške oddaje, kaj se iz njih nauči in zakaj, ter to pri ustvarjanju programa upoštevamo (Holler in dr. 2012a).

V petem poglavju bom analizirala kriterije kakovosti otroške televizije. Predstavila bom razmišljanja televizijskih ustvarjalcev in jih primerjala s pričakovanji otrok, in sicer s pričakovanji članov otroške žirije s festivala otroškega filma in televizije *Goldener Spatz*. Plenkova (2009) je izpostavila njihovih sedem kriterijev, po katerih izbirajo program, ki ga bodo gledali. V šestem poglavju bom poudarila pomen vloge otroških kritikov oziroma vloge otrok kot soustvarjalcev otroških televizijskih programov.

V praktičnem delu naloge bom raziskovala, kakšna je vsebina otroškega televizijskega programa v Sloveniji. Osredotočila se bom na aktualni slovenski otroški oddaji *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*, ki sta namenjeni otrokom, starim od šest do osem let. To sta namreč edini otroški oddaji, ki nagovarjata omenjeno ciljno publiko in nastajata v produkciji *Televizije Slovenija*. S pomočjo polstrukturiranih poglobljenih intervjujev z urednicama bom ugotovila, po katerih kriterijih kakovosti oddaji nastajata. Nato bom nestrukturirane intervjuje izvedla še s skupino otrok, starih med šest in osem let. Zanimalo me bo, kaj jim je najbolj všeč v otroških oddajah oziroma kaj pogrešajo. Na koncu bom s primerjalno analizo desetih epizod oddaje *Ribič Pepe* in desetih epizod oddaje *Studio Kriškraš* preverila, če so kriteriji, ki mi jih bosta podali urednici, resnično upoštevani oziroma če jih oddaji vključujeta. Prav tako bom preverila, koliko so upoštevana pričakovanja intervjuvanih otrok.

V zaključku bom svoje ugotovitve povzela, kritično ovrednotila in podala temeljne vzgibe za morebitno izboljšanje kakovosti slovenskega otroškega televizijskega programa, znotraj katerega sem kot urednica zaposlena tudi sama.

2 OTROK IN OTROŠTVO

Pomen koncepta otroštva je izredno kompleksen, zato je predmet nenehnih razprav in bojev znotraj javnega diskurza, medosebnih odnosov in družine. »Otrok« ni le naravna in univerzalna kategorija, ki jo je preprosto determinirala biologija (Buckingham 2000, 6). Nima fiksirane definicije, saj varira skozi čas, kulturo in družbo (O'Connor 2014, 96). Kroflič (2011) meni, da je oblikovanje podobe otroštva eden od osrednjih elementov diskurzivnih praks, ki odločilno vplivajo na delovanje družbenih institucij, kot so družina, šola, družbena politika, akademska gibanja.

2.1 OTROŠTVO IN SVET ODRASLIH

Otroštvo in njegov razvoj sta odvisna od celotnega življenjskega sistema, ki ga po Bronfenbrennerju (v Svetin Jakopič 2005, 395) tvorijo mikrosistemi (družina, prijatelji, šola), mezosistemi (tj. interakcija med mikrosistemi), eksosistemi (npr. lokalne oblasti, družbena politika), makrosistemi (npr. ideologija, kultura, vedenjski vzorci naroda, družbenega razreda) in otrok sam.

Vsi poskusi opredeljevanja koncepta otroštva se utelešajo znotraj institucionalnih in družbenih praks, ki pomagajo producirati oblike vedenja, ki so tipično »otroške«. Šola je primer družbene institucije, ki učinkovito konstruira in definira, kaj pomeni biti otrok, in sicer otrok določene starosti (Buckingham 2000, 7). Prav tako družina postavlja jasne definicije pravic oziroma odgovornosti odraslih in otrok. Včasih si te nasprotujejo. Otroški svet je pogosto strogo ločen od odraslega (O'Connor 2014, 96). Po eni strani od otroka pričakujejo, da bo odrasel ter se vedel zrelo in odgovorno, po drugi strani je omejen z leti, zato za določena spoznanja še ni »dovolj star«. Prepovedi in omejitve se najpogosteje nanašajo na tabu teme, kot so smrt, spolnost, alkohol, politika (Buckingham 2000, 7).

Koncept otroštva se finalizira v hrapavem objemu odraslega sveta. Če bi sodobna družba otroke resnično spodbujala, da se do določene mere osamosvojijo ter uidejo pritiskom in pričakovanjem odraslih, bi morala spremeniti svoj pristop (Fuhs in dr. 2012, 4–10). Kot meni Kroflič (2011, 1), bi morala družba otroke prepoznati kot bitja, ki so zmožna aktivno sodelovati pri formiranju lastne samopodobe. Posledično bi se tako v raziskovalnih in vzgojno pragmatičnih situacijah, v katere so vključeni otroci, slišal tudi njihov glas (prav tam).

Kdo torej najintenzivneje zaznamuje otrokov pogled na svet? Mediji vsekakor niso edini nosilci vpliva v otroških življenjih. Mnogo bolj jih oblikujeta družina in družba (Fisch in dr.

2010, 45), zato se pri ustvarjanju otroškega televizijskega programa doprinosu teh vplivov ne da zanemariti.

2.1.1 DRUŽINA

Družinsko življenje močno vpliva na otrokovo razumevanje družbenih in medosebnih odnosov, na njegovo moralno občutljivost in čustvene potrebe ter posledično na družbeno vedenje (Verbnik Dobnikar 2009, 443). Družina je torej prostor, kjer se formirajo otrokovi identitetni temelji. Otrok namreč iz simbiotičnega razmerja z materjo vstopa v svet ostalih primarnih družinskih članov, s katerimi komunicira (Gomezal in Kobolt 2012, 327). Z odraščanjem so pred družino postavljene vedno nove naloge spreminjanja sistema (Poljšak Škraban 2002, 388).

Odnos z očetom, s sestrami, z brati in z drugimi sorodniki otroku omogoča, da preizkuša vedno nove korake v naraščajočo avtonomnost. Zato je tako zelo pomembno, kako kakovostna so razmerja med njimi in v kolikšni meri zadovoljujejo otrokove osnovne potrebe po varnosti, sprejetosti in hkrati zaupanju (Gomezal in Kobolt 2012, 327).

Le z njihovo pomočjo zmore otrok postopoma osvajati zunanji svet in si v njem pridobivati nove izkušnje, ki razširjajo oziroma bogatijo njegovo izkustveno in vedenjsko polje (Gomezal in Kobolt 2012, 327–328).

Verbičeva (1997, 87–89) družino opredeli kot otrokov prvi družbeni sistem, v katerem razvije razmerje do samega sebe. Vsi člani skupaj ustvarjajo v sistemu dinamično napetost, zato je za uspešnost delovanja potrebno neprestano vzpostavljati ravnotežje – med pozitivnim in negativnim, med problemi in rešitvami, med avtonomijo in povezanostjo, navzven in navznoter (Poljšak Škraban 2002, 372). To je osnovna funkcija družine, ki naj bi prehajala iz roda v rod in uravnovešala tudi generacije med sabo (Verbič 1997, 87–89).

Če v otroštvu posameznika prednjačijo pozitivne izkušnje, bo kot zrela osebnost veliko lažje sprejemal kompromise; vzpostavljanje novih stikov in komunikacija mu ne bosta povzročala prevelikih težav (Verbič 1997). Ne da se namreč spregledati dejstva, da doživetja iz matične družine, predvsem interakcija med zakoncema, otroka in njegov razvoj neizbrisno zaznamujejo za vse življenje (Poljšak Škraban 2002, 374).

Martinškova (2012, 357) družino definira kot posebno družbeno skupino, za katero so značilni intimnost in medgeneracijske vezi. Znotraj skupine se prepletata potreba po avtonomiji in povezanosti. Harmonijo v posamezniku in v družini ustvari uravnoteženje obeh

potreb (Poljšak Škraban 2002, 377). Treba je poiskati zlato sredino. Vsaka družinska skupnost ima svoje posebnosti, strukturo, značilnosti, značilne faze razvoja, pravila. Ravnoesje na eni strani podirajo in na drugi gradijo različni dejavniki. Mednje spadajo rojstva, odraščanje, bolezni, staranje, smrt. Na družinsko »podnebje« vpliva razporejenost moči (Martinšek 2012, 357).

Vsaka družinska skupnost ima svojo razporeditev vlog in vsak družinski član svojo vlogo (Poljšak Škraban 2001, 415). Kdo ima pravico in možnost odločanja ter čigava dolžnost je, da se prilagaja preostalim članom družine? Moč je odvisna od družinske hierarhije, razvojnih nalog članov in prioritetenih okoliščin. Vsaka družina ima svojo lestvico vrednot, a se hkrati sooča z družbenimi spremembami, torej s spremembami v družbeni skupnosti oziroma v širši družbi (Martinšek 2012, 358).

Zaradi interakcije z zunanjim svetom družinski člani ne živijo v izolaciji, zato se morajo pripraviti na nove življenjske situacije, ki zahtevajo usvajanje novih življenjskih vzorcev (Ekström 2011, 7).

2.1.2 ŠOLA

Otrok tudi v zunanjem svetu potrebuje dovolj pozitivnih izkušenj in zavedanje, da ima pravico do svojih misli in čustev. Kot meni Verbnik Dobnikarjeva (2009, 443), se tako krepi otrokovo samospoštovanje, njegov občutek lastne vrednosti za razumevanje, sporazumevanje in dogovor o določenem ravnanju. Ob vstopu v šolo oziroma v obdobju odraščanja v otrokovih očeh narašča pomen vrstnikov (Smrtnik Vitulić 2009, 388). Prek njih se mu ponujajo nove možnosti za preizkušanje identitete. V teh identitetnih delavnicah otroci družbeno konstruirajo dejanskost s tem, ko po svoje selekcionirajo družbo in v njej iščejo prostor zase (Verbnik Dobnikar 2009, 443). Ena takih skupin je razred, v katerem otrok preživi velik del svojega časa in je ta prav zato pogosto poligon za učenje družbenih odnosov izven družine. Tam je skrb za kakovostno reševanje konfliktov in družbeni razvoj otrok v rokah vzgojiteljev in učiteljev (prav tam).

Sprejetje v vrstniško skupino in položaj v njej sta za vsakega otroka izjemno pomembna. Družba sovrstnikov je vir naklonjenosti, sočutja, razumevanja in moralne usmeritve. Je kraj za eksperimentiranje in okolje, v katerem se otroci dotikajo samostojnosti oziroma neodvisnosti od staršev (Martinšek 2012, 361). Na razvoj družbeno usmerjenega vedenja vplivajo otrokove spretnosti reševanja medosebnih problemov, ki se s starostjo razvijajo in so povezane s pozitivnimi interakcijami med vrstniki, otrokovim nudenjem pomoči in izražanjem skrbi za

druge. Razvoj prijateljskih odnosov je tesno povezan z razvojem družbene kognicije (Martinšek 2012, 361–362).

Kriterij, po katerem šolarji izbirajo svoje prijatelje, je, da so jim že v osnovi podobni. Ponavadi jih povezujejo ista starost, spol, sorodnost interesov itd. Sčasoma se ta podobnost zaradi procesov socializacije oziroma vrstniškega vplivanja običajno le še okrepi (Košir 2011, 117).

V razredni skupnosti ni odločilen samo otrokov odnos z vrstniki. Osrednje interakcije potekajo med učiteljem in učencem, med učiteljem in celotnim razredom ter med učencem in razredom. V tem trikotniku se izmenjujejo družbeni procesi, ki jih na eni strani določajo osebne značilnosti udeležencev, na drugi strani pa institucionalne značilnosti – značilnosti šolskega in družbenega sistema (Martinšek 2012, 360).

Učitelj lahko, kot nosilec avtoritete, z ustreznim delovanjem prispeva k zadovoljevanju potreb po sprejetosti in pripadnosti pri učencih (Košir 2013, 88). Ni pa edini, ki ustvarja razredno atmosfero. Martinškova (2012, 359–360) meni, da v razredu potekajo interakcije tako na formalnem kot na neformalnem nivoju. Namen interakcij na formalnem nivoju je doseganje določenih uradnih ali javno izraženih ciljev, kot je izobraževanje. Neformalni nivo po Martinškovi (2012, 360) vključuje številne neformalne interakcije med učenci, ki se pogosto razvijajo brez učiteljevega vpliva. Tovrstni odnosi so posledica pričakovanj in potreb učencev po družbeni sprejetosti, prijateljstvu, pripadnosti in izmenjavi interesov (Martinšek 2012, Košir 2013).

Na dobro počutje učencev v razredu vpliva zadovoljenost njihovih motivov, in sicer njihove potrebe po storilnosti (npr. uspešno rešiti nalogo, dobiti dobro oceno), potrebe po moči (npr. biti član skupine, ki jo drugi občudujejo) in potrebe po sprejetosti (npr. preživljati čas s prijatelji). Pozitivno vzdušje je treba vzdrževati, saj gre za načrtno, procesno delo, ki upošteva tudi razvojne faze (Martinšek 2012, 360).

2.2 SREDNJE OTROŠTVO

Smrtnik Vituličeva (2009, 384) otroke, stare od šest do osem let, uvršča v obdobje srednjega otroštva, ko naj bi se izrazitejše spremembe odražale na področju otrokovega mišljenja, družbenih odnosov in čustev. Smrtnik Vituličeva (2009, 385–389) izpostavi tri najpomembnejše spremembe, ki se jih bom podrobneje dotaknila v nadaljevanju. Otrokovo mišljenje postaja vse bolj decentralizirano, saj začne otrok upoštevati različne vidike situacij

in opaža psihološke razlike med ljudmi. Druga sprememba se nanaša na otrokovo postopno učenje uravnavanja ali nadzorovanja čustev. Otrok se začne zavedati, kje, kdaj in kako lahko svoja čustva izrazi. Z odraščanjem postajajo otrokove interakcije z vrstniki vse bolj raznovrstne, kompleksne in medsebojno povezane. V tem obdobju vrstniki v otroških očeh pridobijo pomembnost. Otroci tako prek druženja preverjajo svoje medosebne odnose, kar je tretja velika sprememba v tem obdobju (Smrtnik Vitulić 2009, 384).

2.2.1 DECENTRALIZIRANO MIŠLJENJE

Otroci med šestim in enajstim letom starosti lahko z uporabo miselnih operacij rešujejo probleme, ki si jih znajo predstavljati. Večjo težavo jim prinesejo abstraktne situacije. V mišljenju šolskih otrok je veliko manj egocentrizma kot pri predšolskih otrocih. Da so ga otroci presegli, je razvidno iz njihovega reševanja matematično-logičnih problemov, kjer se šolski otroci lažje osredotočijo na različne vidike situacije in jih pri različnih logičnih nalogah tudi upoštevajo (Smrtnik Vitulić 2009, 386).

Začnejo se zavedati, da učenje in vaja lahko izpopolnita njihovo znanje. Nakopičene nove informacije poskušajo uporabiti pri reševanju novih problemov in pri situacijah, ki jim do sedaj niso bile znane (Eccles 1999, 33).

Otroci so v tem obdobju že zmožni razumeti, da smo si ljudje različni, da imamo različne fizične podobe in da o istih stvareh različno razmišljamo. Zavedajo se, da lahko drugi isto situacijo občutijo in interpretirajo drugače kot oni sami (Eccles 1999, 33–34). Toda pri presojanju namer, čustev in misli oseb okrog sebe se pogosto zmotijo. Psihološko dogajanje pri posameznikih še vedno povezujejo z njihovimi zunanjimi izrazi ali vedenjem. Kljub zavedanju, da obstajajo različni pogledi na neko osebo/dejanje/dogodek, še vedno pogosto verjamejo, da je le eden od pogledov pravilen, ostali pa napačni. Običajno za pravilnega izberejo svoj lastni pogled oz. pogled avtoritete (starši in učitelji). Usklajevanje različnih družbenih perspektiv je pri posameznikih sprva težko, šele kasneje v razvoju postane preprostejše in hitrejše (Smrtnik Vitulić 2009, 386).

2.2.2 URAVNAVANJE ČUSTEV

Otroci začnejo že v zgodnjem otroštvu izražati najrazličnejša osnovna čustva, kamor uvrščamo veselje, žalost, jezo in strah. Tudi zapletenejša čustva, kot so krivda, ljubosumje, ponos, sram, jim niso popolnoma tuja. Čemu otrok pripisuje večjo pomembnost, je odvisno od njegovih razvojnih značilnosti (Kinadeter 2014, 7).

Otroci z večjo sposobnostjo regulacije čustev imajo bolj pozitivne odnose z učitelji, vrstniki, okolico. Njihovo vedenje je navadno manj problematično. Glede na raziskave ti otroci lažje usvajajo nove informacije (Graziano in dr. 2010).

Pri otrocih v srednjem in poznem otroštvu prevladujejo realistični strahovi, npr. strah pred poškodbami ali telesno nevarnostjo. V njih se začne prebujati zavest o minljivosti življenja. Bojijo se smrti. Zelo jih gane, kadar pogine kakšna živalca, njihov hišni ljubljencek. Z odraščanjem se intenzivnost doživljanja žalosti še stopnjuje, saj spoznajo, da so nekatere izgube trajne. Znajo se tudi veseliti. Ponavadi jih osrečijo dogodki, povezani s šolo, z vrstniki, z uspehi (Smrtnik Vitulić 2009, 386– 387).

Kako pogosto in intenzivno je otrokovo doživljanje jeze, je odvisno od vsakega posameznika. Treba je upoštevati njegovo sposobnost spoprijemanja z neprijetnimi situacijami, njegove potrebe, ki so lahko blokirane, njegovo telesno in čustveno stanje. Če jeza postane nekontrolirana, lahko preraste v agresijo (Fuhs in Peklo 2014, 50).

Otroci začnejo v tem obdobju razumeti, da se ljudje razlikujemo po doživljanju in izražanju čustev. Vedno bolj spoznavajo, da svojih čustev ne morejo povsem nadzorovati, saj niso odvisna le od njihove volje in zavestnega delovanja, ampak tudi od nezavednih procesov. Navajajo se, kje, kdaj in kako je primerno čustva izraziti ter kdaj se jih bolj spodobi prikriti (Smrtnik Vitulić 2009, 387).

2.2.3 MEDOSEBNO RAZUMEVANJE

Šola v tem razvojnem obdobju otroka nosi velik pomen, saj prek vzgledov, spodbud, usmerjanja, nagrajevanja ali kaznovanja oziroma omejevanja šolarji osvajajo načine vedenja, skladne z merili družbenega okolja (Svetin Jakopič 2005, 396). Pričakovanja in šolska pravila se od družinskih nekoliko razlikujejo, saj je otrok postavljen pred nove zahteve glede učne uspešnosti, delavnosti in vedenja (Vidmar 2011, 31). Mora se prilagoditi obema sistemoma pričakovanj, zato pogosto razvije dve različni obliki vedenja. Pri tem je pomembno, da otrok ta vedenja sprejme in da razume, zakaj se vedenje v različnih kontekstih nekoliko razlikuje (Smrtnik Vitulić 2009, 388). V šoli ima priložnost sprejeti vrstnike, ki prihajajo iz različnih kulturnih okolij, z navadami in s pričakovanji, ki niso enaka njegovim. Spoznava, da se otroci razlikujejo glede na osebne značilnosti in sposobnosti ter da imajo nekateri težave na učnem področju ali na drugih področjih delovanja, npr. pri ravnanju s čustvi (prav tam).

Otroka družbene izkušnje, ki si jih pridobi v interakcijah z učitelji in vrstniki, spodbujajo k učenju strpnosti v medosebnih odnosih. Kot piše Koširjeva (2011, 117), začnejo otroci v šolskem obdobju bolj selektivno in subjektivno izbirati vrstnike, s katerimi se bodo družili, kot v predhodnem. Postane jim pomembno, da so sprejeti in priljubljeni. Priljubljen pa je tisti, ki ga veliko vrstnikov mara ne glede na to, ali ga tudi zaznavajo kot priljubljenega. Termina družbena sprejetost ne smemo izenačiti s prijateljstvom. Prijateljstvo je prostovoljen, intimen in dinamičen odnos, ki ga zasnujeta zaupanje in sodelovanje (Košir 2011, 130).

Hierarhična organiziranost fantovskih prijateljskih skupin svojim članom omogoča učinkovito učenje in prakticiranje dominacije, dekliške prijateljske skupine se bolj spodbujajo k razvoju sodelovanja. Smrtnik Vitulićeva (2009, 388) meni, da so konflikti med prijatelji pomembni za posameznikov družbeni razvoj, saj mu omogočajo izmenjavo različnih perspektiv, želja in ciljev. Prek konfliktnih situacij otrok preizkuša različne strategije za razrešitev nasprotij in se nauči vzajemnega prilagajanja. Otroci, ki so občutljivejši za potrebe drugih, so družbeno spretnější, zato imajo prednost pri sklepanju prijateljstev v primerjavi z vrstniki, ki teh veščin še niso razvili (Smrtnik Vitulić 2009, 389).

Obstoj in kakovost prijateljskih odnosov se naslanjata na šolsko prilagojenost. Učenci, ki so vzpostavili več stabilnih prijateljstev, raje hodijo v šolo. Njihovo mnenje o šoli je bolj pozitivno, manj imajo težav s prilagodljivostjo šolskemu sistemu (Košir 2011, 133).

2.3 SPREMEMBE OTROKOVEGA ŽIVLJENJA IN STATUSA

V času postmoderne, ko prihaja do vse večje globalizacije, fragmentacije, pluralizacije in individualizacije, se koncept družine spreminja (Doplehar 2009, 39). Zadnja desetletja se radikalne spremembe dogajajo v odnosu družbe do otrok, in (posledično) tudi odnos otrok do samih sebe (Buckingham 2000, 21). Tehnične inovacije omogočajo brezmejne možnosti na vseh področjih, toda včasih se zdi, da je selektivnost zgolj navidezna (Doplehar 2009, 39). Prav družbeno zasičenje, ki ga povzroča vsa nova tehnologija, prinaša s seboj dvome o tem, kakšna je posameznikova vloga v družbi (prav tam). Kdo sploh so otroci danes?

Kot piše Buckingham (2000, 62), jih nekateri opredeljujejo kot nedolžne in ranljive, potrebne zaščite in kontrole, drugim pa se zdijo naravno modri in prostega duha. Oba pogleda bom podrobneje predstavila v naslednjem poglavju.

Vsekakor je treba otroke obravnavati znotraj njihovega domačega okolja, znotraj njihovega odnosa do izobraževanja in znotraj njihovega prostega časa (Buckingham 2000, 71). Ne sme

se zanemariti niti družbenih faktorjev, kot so spol, rasa oziroma etničnost in geografska nameščenost (prav tam), niti zavedanja, da na svoj razvoj vpliva tudi otrok sam s svojim soustvarjanjem okolja (Svetin Jakopič 2005, 395).

Če se osredotočimo predvsem na otrokovo preživljanje prostega časa, se je v zadnjih desetletjih zelo »privatiziralo« (Buckingham 2000, 71). Otroci so se z javnih površin (tj. igranje na ulici ali na igrišču) preselili v domače (tj. dnevna soba) oziroma intimne prostore (tj. otroška soba). Verjetno predvsem zaradi strahu staršev pred povečanim prometom in nasiljem nad otroki. Bolj kot samo nasilje se je v zadnjih letih povečala prav starševska anksioznost (prav tam).

Prva zabava otrok so tako za veliko večino postali mediji, predvsem televizija, računalnik oziroma splet in video igrice (Atwal in dr. 2003).

3 OTROK IN TELEVIZIJA

Televizija je, poleg spleta, še vedno eden od vodilnih medijev na svetu (Atwal in dr. 2003, 1–3). Kot navajata Wartellova in Robb (2007, 35–43), je gledanje televizije dominantna aktivnost tudi v življenju otrok. Skoraj vedno zapolnjuje del otrokovega prostega časa. Da bo svoje proste ure preživel pred televizijskim ekranom, se otrok odloči sam (Fuhs in dr. 2012, 4).

Glede na raziskave, ki jih navajajo Keytonova in dr. (2007, 262), je pri otrocih gledanje televizije še vedno najpogostejša izbira, kar se tiče medijev, ki so jim dosegljivi. V zgodnjem otroštvu jo v povprečju gledajo dve uri na dan. Nato se gledanost poveča še za eno oziroma za dve uri. Do osmega leta starosti je otroški program najpriljubljenejši televizijski žanr za otroke (prav tam).

Študija *The Kaiser Family Foundation* iz leta 2006 (Wartella in Robb 2007, 35–43) poroča, da skoraj ena tretjina ameriških otrok, starih šest let in manj, živi v gospodinjstvih, kjer je televizija prižgana skoraj ves dan, naj jo kdo gleda ali ne.

Prav tako je raziskava Jordanove (2007, 47) pokazala, da 75 odstotkov otrok gleda televizijo več kot eno uro na dan. Z leti se gledanje še poveča. V njeno raziskavo je bilo vključenih 180 ameriških otrok, starih med šest in trinajst let, iz različnih etničnih in geografskih okolij, ki televizijo gledajo tri ure na dan (prav tam).

Tudi *Unescova* globalna študija je med letoma 1996 in 1997 prišla do rezultata, da otroci 50 odstotkov svojega časa raje preživijo ob mediju kot ob katerikoli drugi izvenšolski aktivnosti, izključujoč čas, ki ga preživijo z družino, s prijatelji, ob branju ali delanju domače naloge. Ko otroci zaključijo prvi razred, jih večina naslednja tri šolska leta najraje preživi ob gledanju televizije (Callister in dr. 2007, 143).

Vse naštetе raziskave dokazujejo, da otroci uporabi medijev posvečajo veliko svojega časa, celo veliko več kot drugim aktivnostim, razen spanju (Fisch 2007, 55). Tudi dostop do televizijskega daljinca jim ni onemogočen (Atwal in dr. 2003, 2).

Prav zaradi tako razširjenega gledanja televizije je Ameriška akademija leta 1999 priporočila, naj bo otrokovo gledanje televizije zaradi potrebe po zdravem razvoju omejeno na dve uri dnevno (Wartella in Robb 2007, 42).

3.1 VPLIV TELEVIZIJE NA OTROKE

Ker je gledanje televizije pri otrocih še vedno tako priljubljeno, vprašanja vpliva ne gre zanemariti. Ali se televizijska vsebina konkretno dotakne otroških življenj?

Kot meni Jordanova (2007, 45), je veliko razprav na temo televizijskega vpliva na otrokovo domišljijo, na agresivno vedenje ipd. Risankam in oddajam, usmerjenim k akciji, so namreč pogosto pripisovali, da v otrocih sprožajo impulzivnost oziroma zaletavost, zaradi česar postanejo manj analitični (Wartella in Jennings 2000, 34).

Kot piše Buckingham (2000, 4), nekateri medije opredeljujejo kot primarno sredstvo za prenašanje diskusij o spreminjanju narave otroštva, s čimer nedvomno prispevajo k širjenju občutka strahu in panike. Po drugi strani se javnost pogosto nagiba k tezi, da so prav mediji krivi za nedisciplinirano in agresivno vedenje otrok, saj s svojimi vsebinami rušijo zdrave družbene meje ter spodbujajo nasilje in seksualnost (Orde 2014, 54–55).

Zadnja leta sta v ospredju dve popolnoma izključujoči si težnji. Ena se oklepa poudarjanja otroških pravic oziroma zaščite le-teh. Druga kliče po večji discipliniranosti oziroma okrepitevi družbene vzgoje (Buckingham 2000, 4).

Kakšen pa je odnos strokovnjakov do medijskega vpliva na otroke? Že od nekdaj so razdeljeni na dva nasprotujoča si tabora. Eden zagovarja otroke kot naivne in ranljive uporabnike, drugi kot entuziastične strokovnjake in odlične poznavalce medijske tehnologije (Ribak 2007, 71).

3.1.1 OTROCI KOT RANLJIVI UPORABNIKI

Kot piše Elwell (2013), Postman elektronske medije vidi kot nosilce moči, ki umažejo otrokovo čistost. Avtorjev zelo skrajni pogled je pogosto izenačen s pogledom prestrašenih staršev. Družbena vloga otrok se počasi potaplja v moderni industrijski družbi. Meja med odraslostjo in otroštvom se mu zdi vedno bolj zabrisana, saj otroštvo ni biološka kategorija (Postman v Elwell 2013). Tisk, ki je spodbujal pismenost, izgublja moč in svoje mesto predaja televiziji, ki jo lahko gledajo in razumejo vsi, celo tisti, ki še ne znajo brati. Informacije, ki jih gledalec absorbira, so nekontrolirane. Otrokom tako skrivnosti in problemi odraslega sveta niso več prikriti (Meyrowitz in Osborn 1990). Kot navaja Elwell (2013), je Postman prepričan, da je televizija negativno vplivala na intelektualne in emocionalne kapacitete otrok, spodbudila nekontrolirano emocionalno odzivanje na politične kandidate, reklamne ponudbe ipd.

Postman (1987, 64) zato starše poziva, naj v družinah ohranjajo vrednote lepih manir, primernega izražanja, jezika in stila, saj so nosilci odgovornosti. Drugače se lahko zgodi, da nove generacije ne bodo več sposobne razmišljati konceptualno, deduktivno in selektivno, da bodo izpuhtele vrednote, kot sta razum in red, ter da bo iz javnih debat izginil zrel diskurz (prav tam).

Postmanovi somišljeniki so televizijo v preteklosti pogosto opisovali kot mogočno tehnologijo, ki otrokom predstavlja ekskluzivnosti svetovne zakladnice znanja in jih hkrati prikrajša za nedolžnost njihovega otroštva (Matthews 2009, 3). Tudi kasnejše razprave so opozarjale na vpliv škodljivih medijskih vsebin.

Meyrowitz (1985) televizijo vidi kot sredstvo, ki razgrinja dogajanje v zaodrju. Nič ne ostane skrito. Za razliko od tiska, ki otrokom dovoljuje, da ostanejo ločeni od odraslih, televizija deluje ravno obratno. Z ustvarjanjem novih družbenih situacij ni več pomembno, kje smo in kdo je z nami. S tem se ne briše samo meja med odraslimi in otroki, ampak tudi med moškimi in ženskami, med posameznimi državljani in njihovimi političnimi predstavniki (Meyrowitz in Osborn 1990). Otrok in psihologija, povezana z njim, je družbeni konstrukt, ki odraža nekatere specifične (in vedno bolj vprašljive) kulturne vrednote (Meyrowitz 1985).

Po Meyrowitzu (1985, 6) zidovi domov niso več izolatorji, ki bi družine ločevali od širše skupnosti in družbe. Družinski člani imajo prek medijev dostop do drugih sfer. Na nek način so prisiljeni, da pred javnostjo počnejo stvari, ki jih lahko spravijo v zadrego (Meyrowitz in Osborn 1990). Posledice sprememb v medijih so vidne tudi v družbenem vedenju posameznikov. Meyrowitz (1985, 332) opozarja, da povezava med neko situacijo in vedenjem posameznika ni zanemarljiva, tako kot ni zanemarljiv vpliv novih medijev na vedenje. Če se variabilni X premakne, mu variabilni Y skoraj gotovo odgovori na svoj način (prav tam).

Kot pišejo Otto in dr. (1997, 223–230), tudi Sanders zagovarja odklonilen odnos do gledanja televizije. Slednje po njegovo zavira otrokovo sposobnost razvijanja lastnih glasov in domišljije. Tako nazaduje otrokova pismenost. Elektronski mediji so blokirali osnovno potrebo bo kreativnem branju in pisanju. Zamenjali so verbalno komunikacijo med starši in otroki, ki leži v osrčju oralnosti. Sandersu (v Otto in dr. 1997, 223–230) se rešitev ne zdi lahka, vsekakor pa je odvisna od staršev in učiteljev. Začeli smo pozabljati, da je vsaka informacija lahko brana na popolnoma drugačen način ter da otrokom pisanja in branja ne bi smeli približevati kot njihovo dolžnost. Zaslepljeni smo z mislijo, kako bo tehnologija v povezavi s trdim delom doprinesla k perfekciji v pismenosti, namesto da bi oživili naravno

igrivost jezika. Ta je veliko bolj privlačna od nedosegljive popolnosti. Otroci bi morali namesto gledanja televizije razvijati svojo igrivost in k jeziku pristopati kot k umetnosti (prav tam).

Mediji so znotraj negativnega pogleda predstavljeni kot enodimenzionalna ideologija, ki ne služi družbenemu dobremu, ampak je namenjena zgolj individualnim ciljem. Buckingham (2000, 32) opozarja, da je pogled tovrstnih kritikov zelo enodimenzionalen, da zanemarija otroke ter njihovo sposobnost nasprotovanja in upora proti družbenim pritiskom.

Kasneje so avtorji začeli zagovarjati medijem bolj naklonjene definicije, in sicer so mlade ljudi opredelili kot medijev veščo publiko.

3.1.2 OTROCI KOT ELEKTRONSKI STROKOVNJAKI

Televizijo lahko opišemo kot okno sveta, enooko pošast ali kot čudežno škatlo (Kabadayi 2006, 147). Drugi skrajni pogled namreč vidi otroke kot nosilce medijske pismenosti. Nova tehnološka odkritja otroke spodbujajo h kreativnosti, samopotrjevanju in medsebojni interakciji. Odrasli jih pri tem ne bi smeli omejevati, nasprotno, morali bi jim prisluhniti oziroma jih dohiteti (Buckingham 2000, 41).

Tapscott (2009, 21) splet v primerjavi s televizijo oceni kot veliko bolj praktičnega, saj ne poneumlja svojih uporabnikov. Televizija predstavlja le eno plat sveta, splet je veliko bolj demokratičen, interaktiven, saj gradi nove skupnosti. Televizijska generacija je konzervativna, nefleksibilna in centralizirana, zato je njeno občinstvo postalo manjše in bolj diskriminirano. Omejeno je pri izbiranju vsebin (Tapscott 2009, 19–21). Tehnološki napredek ima pomemben doprinos pri spremembah modelov učenja. Ob gledanju televizije učenec nima kontrole – oddajo mora preprosto gledati od začetka do konca. Še knjige so bolj fleksibilne. Z analizo digitalnih medijev je Tapscott (2009, 119) odkril njihovo mogočno moč in prilagodljivost pri učenju. Splet je obogaten z interaktivnostjo in neomejenim prostorom, ki otroke vabi k raziskovanju. Do informacij, ki jih potrebujejo, lahko dostopajo zelo hitro (Tapscott 2009, 40). Vsak otrok je obravnavan kot individualist, ki ima možnost, da pridobiva novo znanje ne glede na svoj učni uspeh, talente, starost (Tapscott 2009, 21).

Nove generacije so torej po Tapscottovo (2009, 6) doživele preporod, zato so spontane, intuitivne. Vladajo jim demokratičnost, svoboda izbiranja in izražanja, odprtost, inovativnost, kolaboracija. Vseeno se Tapscott (2009, 126) zaveda, da niti splet ne more zakrpati luknje, ki ločuje bogate in revne.

Papert (1993, 13–37) v prvem poglavju knjige *Mindstorms: Children, Computers and Powerful Ideas* otroka definira kot aktivnega graditelja lastnega intelektualnega sistema. Material za napredek išče v modelih in metaforah, ki mu jih ponuja obkrožujoča kultura. Na njegov intelektualni razvoj so najučinkoviteje vplivali računalniki, saj so formalno znanje konkretizirali, personalizirali in ga tako približali uporabnikom. Otrok ni več le v poziciji poslušalca razlag oziroma pasivnega televizijskega gledalca, ampak sam aktivno izbira med vrsto različnih znanj in mišljenj (Papert 1993, 20–21).

Digitalni jezik je po Papertu (1993, 27) otrokom blizu zato, ker se ga lahko učijo po naravni poti, kot se učijo svojega maternega jezika. Oba sta sestavljena iz določenih metafor, podob, načinov mišljenja. Anksioznost družbe, da so otroci omejeni na digitalizirano stvarnost, je odveč. Nove generacije se bodo osvobodile zastarelih načinov mišljenja in računalnike izkoristile sebi v prid (Papert 1993, 26–37). Kot navaja Buckingham (2000, 50), je proti fundamentalnim napadom zoper otrokovo svobodo in proti blokiranju spletnih vsebin tudi Katz, ki neposredno izzove celo argument, da so spletne seksualne vsebine za otroke škodljive. Kriviti medije za povečan kriminal se mu zdi odvrčanje pozornosti od resničnih vzrokov (Katz v Buckingham 2000, 50–52). Prav nove tehnologije lahko učinkovito poskrbijo za centralizirano kontrolo. Zato odrasli otrokom ne bi smeli preprečevati njihove uporabe, ampak jim omogočiti, da se soočijo s tovrstnimi vsebinami in da so jim kos. Z otroki bi morali po Katzu (v Buckingham 2000, 51) poiskati ravnotežje med pravicami in odgovornostmi.

Vseeno Katz po pisanju Buckinghama (prav tam) ne trdi, da bi moral nov medij preprosto zamenjati stare, saj spodbuja interakcijo medijev. Zagovarja nekatere pozitivne vidike tako tiska kot televizije, njihovo sposobnost kreiranja splošne kulture in oskrbovanja javnosti s povezanostjo, racionalnostjo in kontekstom, ki nas usmerja znotraj informacij (prav tam).

Rushkoff (1999) mlade prepoznava kot ključno upanje za družbeno evolucijo. Oni imajo naravno adaptivne sposobnosti, ki jim omogočajo, da se soočijo s problemi postmodernizma. Oni razumejo skrivno delovanje tehnologije. Odrasli bi se morali zato odpovedati funkciji vzgojiteljev in se sprijazniti, da zdaj oni dohitevajo otroke. Rushkoff (prav tam) poudarja, da gledati svet mladih ne pomeni obračati se nazaj v preteklost, ampak strmjeti naprej v prihodnost. Novi mediji nam pri tem lahko samo pomagajo, saj delajo za nas. Otroci lažje sprejmejo kulturne spremembe kot nekaj naravnega, celo pričakovanega. Zato imajo odprto pot, da postanejo samosvoji kulturni producenti, ki izvajajo kontrolo nad svetom. Zakaj bi

pasivno opazovali linearen televizijski program, če se lahko samostojno sprehajajo po spletnih vsebinah? Mediji so njihovi partnerji v kulturni evoluciji, zato tehnologija odraža njihove želje in prioritete. Ponujena jim je široka paleta različnih področjih znotraj globalne skupnosti, kjer lahko izživljajo svojo kreativnost (prav tam).

Buckingham (2000, 54) opozarja, da vsi omenjeni avtorji zanemarjajo empirična vprašanja o tem, kako so nove tehnologije načrtovane, sproducirane, tržene in koliko jih otroci dejansko uporabljajo. Ali novi mediji resnično odpirajo raznovrstnost in svobodo izbire ali zgolj narašča njihova številčnost? Večina jih ponuja podobne vsebine. Po Buckinghamovo (prav tam) se ne sme zanemariti niti družbenega konteksta, v katerem so nove tehnologije nastale in v katerem so uporabljene, niti družbenih razlik, ki jih karakterizirajo.

3.2 POZITIVNI VPLIV TELEVIZIJE

Kot meni Matthews (2009, 3), večina raziskav, ki se osredotočajo na televizijski vpliv, pogosto spregleda velik potencial koncepta, kot je otroštvo. Prav tega bi bilo treba proučevati, da bi lažje razjasnili, kako profesionalni konzervativni pogled oblikuje manufakturo otroškega programa. V ospredje analiz bi bilo treba postaviti otroke (prav tam). Ali gledanje televizije malim gledalcem res (samo) škoduje?

Kabadayi (2006, 147) piše, da ima televizija poleg nekaterih negativnih vplivov, kot so pasivno učenje, poučevanje o stereotipih, predstavljanje nerealnih pogledov na življenje, lahko tudi pozitiven učinek na otrokov razvoj, in sicer z motiviranimi izobraževalnimi programi, posredovanjem informacij o svetu okrog njih itd. Ne moremo namreč mimo dejstva, da je televizija najbolj učinkovit množični medij, ki vpliva na otrokovo vedenje (prav tam) in na otrokovo percepcijo realnosti (Callister in dr. 2007, 143–144).

Glede na mednarodno raziskavo Götzejeve in dr. (2012, 50) večina otrok največ informacij dobi prav s televizije. V raziskavo so bili vključeni otroci, stari od pet do trinajst let, iz osemnajstih držav. 84 odstotkov otrok je za cunami na Japonskem (po katerem so jih povpraševali) izvedelo prek televizije. Tako kot odrasle, se jih je televizijsko poročilo dotaknilo, a so si ga zaradi razlik v kognitivnih sposobnostih in v hitrosti procesiranja, ki jih ločujejo od odraslih (Mares in Acosta 2010), razlagali drugače. Da se otroci z dogodki in z vsem, kar se dogaja okrog njih, primerno soočijo, potrebujejo otroške televizijske vsebine, ki jim z dodatnimi razlagami in opisi osvetljujejo svet (Götz in dr. 2012, 50). Zato je toliko bolj pomembno, kakšna je televizijska vsebina, ki je ponujena otrokom, ne glede na žanr.

Odgovornost je tako v rokah ustvarjalcev kot staršev. Z otroškimi oddajami, kot je *Sesame Street*, otroci veliko pridobijo, saj se ob spodbudi svojih najljubših televizijskih junakov naučijo prepoznavati črke in številke (Kabadayi 2006, 149). Starši jih pri tem lahko dodatno spodbujajo. Njihova prisotnost je toliko bolj pomembna ob spremljanju programa, ki ima lahko potencialno negativni vpliv. Naj kot primer navedem strah otrok ob spremljanju katastrofalnih dogodkov pri poročilih. Starši so otroka dolžni pomiriti z dodatno razlago in mu odgovoriti na njegova vprašanja.

3.2.1 VPLIV STARŠEV NA OTROKOV ODNOS DO TELEVIZIJSKIH VSEBIN

Diskusije o televizijskih vsebinah so med starši in otroki izredno pomembne. Davis (1990/91) predlaga pet osnovnih tez, ki pomagajo razvijati otrokovo medijsko pismenost:

1. »Ti si pametnejši od televizije«. Otrok se mora zavedati, da je televizija le aparat, ki ga lahko ali spodbudi h kreativnosti ali se ob njej dolgočasi. Pomembno je, da televizijsko sporočilnost primerja z resničnim življenjem. Tako pride do spoznanja, da se resnično življenje od televizijskega pogosto zelo razlikuje. Ob tem razvija filtre skepse, ki mu pomagajo selekcionirati vsebino.

2. »Televizijski svet ni resničen.« Otroci, mlajši od sedem let, so željni verjeti v iluzijo. Šele v drugem razredu začnejo razvijati sposobnost razlikovanja med resničnim in fiktivnim. Starši morajo zato pri pogovoru z njimi posebej poudarjati neresnično naravo televizije. Pri filmih jih je treba opozoriti na dramatičnost, ki jo dodatno stopnjuje strašljiva glasba, na umetne buške in kri, narejeno iz paradižnikove mezge. K temi je treba pristopiti taktično in otroka le spodbuditi, da se o stvareh začne spraševati sam. Mnenj se mu ne sme vsiljevati.

3. »Televizija nas uči, da so nekateri ljudje bolj pomembni od drugih.« Otrok se mora zavedati, da obstaja tudi svet izven televizije in da je ta resničen. Odločati se mora med različnimi pogledi in mnenji. Ni nujno, da so vsi ljudje, ki jih vidimo na ekranu, edini, ki imajo prav. Predvsem komercialne televizije vsiljujejo ideale postavnih, vitkih mladenk in mladeničev. Takih v vsakdanu skoraj ne srečamo.

4. »Na televiziji se vse ves čas ponavlja.« Način produkcije in tehnične značilnosti televizije so ves čas enaki. Romantiko vedno spremlja romantična glasba, napete trenutke dramatični zvoki, humoristične serije so opremljene z (vnaprej) posnetim smehom, igralci se v filmih prebujajo naličeni. Otroka je treba spodbujati, da vse to analitično opazuje.

5. »S televizijo vedno nekdo poskuša zaslužiti.« Marketinška naravnost komercialnih televizij briše meje med vsebino in oglasi. Ustvarjalci želijo pritegniti čim več gledalcev in posledično tudi čim več sponzorjev. Z otrokom se lahko prediskutira, kdaj in zakaj se med samim programom pojavljajo določeni oglasi, kakšna je njihova sporočilnost itd.

Davis (1990/91) znotraj svojih tez izpostavi le eno plat televizije. Osredotoči se predvsem na komercialno usmerjene televizijske postaje in njihovo marketinško naravnost. Popolnoma pozabi na televizijski doprinos v primarni socializaciji otroka. V nadaljevanju magistrskega dela bom poskušala predstaviti enega od najbolj pozitivnih televizijskih vplivov (če je program kakovosten), in sicer izobraževalno funkcijo televizije.

4 UČENJE OB TELEVIZIJI

Učenje si pogosto razlagamo kot nekaj kognitivnega in formalnega. Povezujemo ga s študijem, pomnjenjem dejstev, matematičnih formul (Hüther 2012, 14). A to je samo majhen delček učenja. Človeško učenje ni omejeno samo na neposredno izkušnjo, ampak smo sposobni tudi opazovanja, s pomočjo katerega si nabiramo novo znanje in veščine, spreminjamo svoje vedenje in misli (Callister in dr. 2007, 144). Tega so še toliko bolj veščji otroci.

Najpomembnejša izkušnja učenja vedno zaznamuje celotno naše telo, vključujoč naša čustva. In najbolj prijetno čustvo, ki nas lahko spremlja ob učenju, je entuziazem. Predvsem odrasli ga imajo pogosto blokiranega (Hüther 2012, 14). Otroci so veliko bolj odprti in se učijo vsakič, ko gledajo televizijo, neodvisno od tega, ali jim starši to dovolijo oziroma ali si to želijo televizijski producenti (Fuhs in dr. 2012, 4). Kaj pa jih lahko televizija nauči?

Kot piše Lassner (2010, 46), medijske prezentacije oblikujejo mnenja in ideje o tistem, kar predstavljajo. Otroci ob tem razvijajo svoj koncept realnosti, zato potrebujejo orientacijo in spodbudo, prepleteno s spoštovanjem do njihove medijske socializacije (prav tam). Od ustvarjalcev se pričakuje, da jim bodo ponudili vsebine, ki bodo v njih spodbudile pozitivna čustva o njihovi samopodobi in jim pomagale razvijati emancipacijo, da bodo uspešno našli svoj prostor v svetu. Če bodo otrokove izkušnje v povezavi z učenjem dobre, ne bodo razvili odklonilnega odnosa (Hüther 2012, 15).

Med gledanjem televizije ni nujno, da mali gledalci v vsakem primeru občutijo navdušenje (Götz 2009, 46). Vsekakor je dober indikator njihovega interesa za nek program njihova pozornost. Visoka kakovost v smislu izobraževalnega doprinosa ni vedno spremljevalka pozornosti in užitka. Pomembno je, da si otrok vsebino oddaje zapomni in o njej razmišlja še po samem ogledu (Götz 2009, 48). Veliko raziskav je dokazalo, da izobraževalni otroški program pomaga otrokom pri usvajanju jezika, matematike, znanosti in družbenih ved (Fisch in dr. 2010, 42).

Vpliv poučnih televizijskih vsebin na otroke je pred začetkom šolanja večji. Otroci kot prvošolci naredijo nov korak na poti k osamosvojitvi. Ločijo se od staršev in začnejo iskati svoj smisel bivanja, upajo si kaj narediti tudi sami, hkrati pa ne želijo izgubiti starševske ljubezni in občutka varnosti. Uravnovežiti toliko dejavnikov je vse prej kot lahko (Neuss 2009, 15). Spremeni se tudi njihov odnos do televizijskih vsebin. Z vstopom v šolo otroci namreč

izgubijo zanimanje za izobraževalne programe. Takrat začnejo razvijati druge preference gledanja, zato favorizirajo programe, ki temeljijo na verbalnem humorju in odnosih (Orde 2012, 38).

Ustvarjalci otroških programov po celem svetu ponujajo izobraževalne oddaje na zelo različne načine, v prevladi so predvsem didaktične metode (Fuhs in dr. 2012, 6). Nekateri formati znanje zavijejo v fikcijo ali ga predstavijo znotraj igre. Pogosti so tudi dokumentarni filmi, kjer na podlagi osebnih zgodb spoznamo določeno temo. Zgodbe se dotaknejo gledalca, ki se na določenih točkah s protagonistami celo identificira. Potencialno zahtevne teme so pogosto razložene na lahek način, ki je podprt s humorjem, glasbo, plesom (Fuhs in dr. 2012, 7–8). Otroci radi opazujejo druge otroke, ko se samoiniciativno spopadajo z določenim učnim procesom (npr. obdelovanje vrta). Pomembno je, da je junak pri tem vesel in skoncentriran na delo. Male gledalce pritegne tudi neposreden poziv k aktivnemu sodelovanju. Všeč jim je, kadar jih liki neposredno ogovarjajo ali pozivajo k čemu (Fuhs 2012, 8).

Kot pišejo Fuhs in dr. (2012, 9–10), je potrebno otroke z otroškimi oddajami stimulirati pri njihovem procesu samorazvoja in jih spodbujati, da k učenju pristopajo z radoživostjo. Ponuditi jim je treba čim več različnih učnih okolij, saj se otroci med seboj razlikujejo. Ne sme se jih zabavati na otročji način, ampak jim je treba dovoliti oziroma privoščiti resno mesto za učenje. Humor, radovednost, vznemirljivost, identificiranje so pomembni za uspeh. Izogibati se je treba poučevanju, poniževanju, pridiganju in drugim pritiskom (Fuhs in dr. 2012, 10).

Znanje se bo tako dotaknilo otrokovih življenj z novimi dejstvi in spoznanji, vizualno jim bo približalo neznana področja (Götz in Schwartz 2012, 25).

4.1 EFEKTIVNO UČENJE PREK TELEVIZIJE

Nekateri strokovnjaki menijo, da bi morali izobraževanje razlikovati od učenja (Orde 2012, 38). Poučen je lahko tudi program, ki v prvem planu ni namenjen izobraževanju. Vsekakor mora biti prilagojen starostni skupini. Dejstvo je, da si bodo otroci zapomnili tisto, kar se jim bo zdelo pomembno (Hüther 2012, 15). To je za ustvarjalce velik izziv, saj otroke odbija vse, kar diši po klasični ideji o učenju. Ne smemo spregledati, da pri usvajanju znanja pomembno vlogo igrajo tudi kulturno okolje, v katerem otroci odraščajo, izkušnje in predznanje. Novo znanje je nadgradnja starega, zato je pomembno, da ustvarjalci programa izhajajo iz tistega, kar je otrokom že znano. Predznanje je most za predstavitev drugačnih, neznanih kultur (Fisch in dr. 2010, 44).

Fuhs in drugi (2012, 4–6) nam ponujajo naslednje vidike učinkovitega učenja:

Učenje je proces prisvajanja.

V procesu prisvajanja otrok operira znotraj okolja okrog sebe in ga usvaja korak za korakom. Informacije najprej absorbira, procesira in del njih integrira v svoj kognitivni sistem. Novo znanje se testira in nato zavrne ali potrdi (odvisno od otrokovih prejšnjih izkušenj oziroma vzorcev procesiranja). Otrok tako sprejme ponujene televizijske vsebine in si skreira njihove pomene. Osvojeno znanje skonstruira po svoje in ga poveže skupaj z zunanjim svetom.

Pomembno je, da otrok novo znanje lahko preplete z že obstoječim, šele nato si, na podlagi odnosa staro-novo, izriše primerne zaključke (Orde 2012, 40).

Učenje se vedno navezuje na procese oblikovanja identitete.

Učenje ni samo absorbiranje informacij, ki jih spremljajo čustva. Je pomemben člen pri gradnji identitete. Da pa bi se otroci temu odprli, se morajo počutiti varne. Morajo se prepoznati v ponujenih vsebinah, morajo čutiti, da se jih jemlje resno kot individualiste in da njihova samopodoba ni ogrožena.

Učenje je uspešno, če ni prisiljeno.

Otrok ne pritegnejo palica in korenček, lekcije in moraliziranje. Učenje ob doživljanju negativnih čustev ne bo prineslo uspeha. Otroci se največ naučijo, kadar jim je dana svoboda za preizkušanje in odkrivanje sveta okrog njih. Treba jim je ponuditi atraktivno učno okolje v podobi pisanega igrišča, znotraj katerega se lahko svobodno razvijajo. Pripraviti jim je treba pot za procese učenja, nato pa stopiti ob stran in otrokom dati proste roke.

Različni načini učenja.

Otroci se učijo na različne načine. Nekateri si najhitreje zapomnijo številke in dejstva, drugi imajo radi zgodbe. Otroke z razvitim logičnim razmišljanjem najbolj pritegnejo logični problemi. Senzibilni otroci se radi ukvarjajo z eksistenčnimi vprašanji in čustvi. Esteti se zagledajo v dizajn, vzorce in usklajenost barv. Akcijo pa postavljajo v ospredje otroci, ki so stalno v gibanju.

Učenje deklic se razlikuje od učenja dečkov.

Otroci odraščajo ob oznakah, kot so deklica – deček, domačin – tujec, star – mlad, bogat – reven. Stereotipi o naštetih kategorijah oblikujejo njihovo samopodobo in njihove učne steze znotraj sveta. Dečki naj bi se bolje znašli v racionalnem učnem okolju, kjer vladajo dejstva in številke, deklicam so bližje odnosi in čustva. Vse pa je treba znati motivirati, da bodo do učenja pristopali z entuziazmom in avtonomijo.

Upoštevač vse vidike, televizija lahko predstavlja dragoceno priložnost za bogatenje otrok z izobraževalnimi izkušnjami prek izobraževalnih medijev. Otrokom na tak način lahko približa literaturo, matematiko, znanost ipd.

Televizija s kakovostnimi poučnimi vsebinami prevzame vlogo vzgojitelja oziroma dominantnega usmerjevalca po primarni socializaciji otrok in mladostnikov, pri čemer zamenja druge tradicionalne vire, kot so šole, verske in druge skupnosti. Vseeno je treba poudariti, da gre za oblike neformalnega izobraževanja, čeprav bi nekatere lahko uporabili tudi formalno v razredu (Fisch 2007, 55).

Fuhs in drugi (2012, 9–10) opozarjajo na napake, ki se lahko pojavijo pri umeščanju izobraževalnih vsebin v program.

4.2 NAPAKE PRI VKLJUČEVANJU POUČNIH VSEBIN V PROGRAM

4.2.1 POUČNA VSEBINA PRELOMI OTROKOM PRIVLAČNO ZGODBO

V oddajah z vključeno poučno vsebino navadno nastopajo otrokom prijazni liki, ki se znajdejo znotraj potencialno problematične vsakodneвне situacije (Fisch 2005, 13). Dogajanje iznenada prelomijo racionalne oblike podajanja znanja. Fokus ni več na zabavni zgodbi, ampak na sistematičnem prenašanju poučnih dejstev. Oddaja tako postane zmes pristrčne zgodbe in prisiljenega vsiljevanja znanja, ki zgodbi pokvari okus. Dialog postane monolog, ki zveni zelo resno, monotono, suhoparno. Ustvarjalci programa »grenko tableto znanja« nerodno zavijejo v bleščeč papir, a ko ga otroci odvijajo in tableto pogoltnejo, je okus še vedno grenak (Fuhs in dr. 2012, 9). Gledalci izgubijo motivacijo in zamenjajo program. Na tem mestu se pojavi vprašanje, ali otroke sploh jemljemo kot resne, samostojne učence. Zakaj bi morala biti izobraževalna vsebina tako dolgačasna, da jo je treba sladkati z nečim, kar ne spada zraven? Privlačnost je treba poiskati v vsebini sami in jo povezati z zanimivimi formami predstavitve.

Otroci morajo oddajo od začetka do konca spremljati z entuziazmom. Otrok si bo zapomnil tisto, kar se mu bo zdelo pomembno (Hüther 2012, 15).

4.2.2 NEPRIMERNO IZKORIŠČANJE »NEZNANJA« OTROK

Nekatere otroške oddaje za protagoniste postavijo otroke, ki nečesa ne znajo, in so tako povod za nadaljnjo razlago. Mali gledalci se skupaj z »nevednim« junakom počutijo ponižane, manjvredne, saj se z njim (svojim predstavnikom) identificirajo. Nevarno je, da bodo negativna čustva vedno povezali z izkušnjo učenja in posledično z vsebino. Tako je njihova absorbcija znanja otežena. Pri predstavljanju napak in zmot, temelječih na neznanju, je treba biti previden in tolerant. Otroški svet, njihovi interesi in čustva niso zanka, na katero lahko obesimo izobraževalni program, ki otroke jemlje manj resno kot odrasle ideje o učenju (Fuhs in dr. 2012, 10).

4.3 UČENJE KOOPERATIVNEGA SODELOVANJA

Ker sem v središče svojega magistrskega dela postavila otroke, stare med šest in osem let, torej otroke na začetku svojega šolanja, ne morem mimo pomembnosti njihovega vključevanja v skupine (tj. razred). Kot je bilo že poudarjeno, je zanje izredno pomembno, kakšno je njihovo mesto med vrstniki (Smrtnik Vitulić 2009). Otroci morajo zato usvojiti večšine kooperativnega sodelovanja v skupinah, drugače se kot odrasli težje vključujejo znotraj določenega družbenega okolja.

Vprašanje je, če sta družina in šola kot učno okolje dovolj. Pri obeh so vodje odrasli, ki omejujejo otrokovo izkušnjo pri kooperativnem udejstvovanju za doseg nekega cilja. Tudi otrokova raba televizije lahko služi kot vir neformalnega učenja družbeno kooperativnih veščin. Raziskave rabe otroške oddaje *Sesame Street* so pokazale, da se otroci pred vstopom v šolo naučijo pomembnih veščin (kot so črke in številke), ki pozitivno vplivajo na njihov prehod v obdobje šolanja (Wartella in Robb 2007, 35–43).

In ker je medij v prvi vrsti prepoznan kot proizvajalec zabave, se otroci sploh ne zavedajo, da se ob gledanju učijo (Keyton in dr. 2007, 259). Večina otroških televizijskih oddaj vključuje skupino raznolikih karakterjev, ki kljub svoji različnosti sodelujejo med sabo in težijo k določenemu cilju. Dinamika skupinske interakcije postane kritična za razumevanje televizijskega sporočila glede skupinske kooperativnosti. Vsekakor je treba biti previden pri izbiranju programa za otroke (Grewenig 2009, 7–9). Pri kooperativnosti je najpomembnejše, da posameznik prepozna, da je del skupine in da se morajo vsi deli skupine truditi za doseg skupnih ciljev. Sposoben mora biti razumeti prepričanja, namene in želje ostalih (Keyton in dr. 2007, 260).

Raziskave (Keyton in dr. 2007, 260–274) so pokazale, da se večina oddaj opira na pozitivne in prijateljske skupine, torej so te pogostejše od negativnih in sovražnih. Tovrstne oddaje vsebujejo funkcionalne veščine družbene kooperativnosti, ki junakom pomagajo izpolnjevati aktivnosti in naloge ter hkrati ohranjati njihova prijateljstva. Kadar se pojavijo negativne interakcije, jih skupaj rešijo. Najprimernejša rešitev je najpogosteje situacijski humor. Poudarek je torej na prijateljstvu, enakosti in nevtralnosti (prav tam).

Otroci od šestega leta naprej so že sposobni o programskih vsebinah razmišljati konceptualno (Smrtnik Vitulić 2009). Znajo že poiskati povezave med tistim, kar junaki govorijo, in motivacijami oziroma posledicami dialoga. Bolje že opazujejo vedenje znotraj situacij. Ob tem razvijajo shemo procesiranja televizijskih vsebin in hkrati shemo vedenja v skupinah (Keyton in dr. 2007, 260–274).

Če televizijo gleda več otrok skupaj, se med njimi razvije spontana interakcija. Komentarji, družbeno znanje in kultura, ki krožijo po skupini, so zelo pomembni faktorji pri medijski socializaciji (Caronia 2009, 267). Otroci si od televizijskih junakov sposojajo ideje, koncepte in jih prilagajajo svojim interpretacijam. Oddaja jih na prav poseben način poveže v majhno skupnost. Odzivi posameznikov na vsebino, ki jih delijo z ostalimi udeleženci, so zelo pomembni (Keyton in dr. 2007, 260–274). Kolektivna dostopnost televizijskega teksta dovoljuje otrokom, da dajejo in hkrati jemljejo od ostalih udeležencev interpretativne okvirje ter tako osmišljajo televizijo. Otroci ob njej aktivno sodelujejo. Vseeno pa jih vsebina varno vodi, da ne zaidejo s poti (Caronia 2009, 267–279).

4.4 UČENJE V OČEH OTROK

Mednarodna raziskava, pri kateri je sodelovalo pet držav (Nemčija, ZDA, Argentina, Kuba, Velika Britanija) in 1412 otrok, starih med sedem in enajst let, je v svoje središče postavila vprašanje, ali se otrokom zdi učenje prek televizije smiselno in kateri program je zanje izobraževalen. Otroci so kot poučne oddaje najpogosteje omenjali oddaje o živalih, šele na drugo mesto so postavili izobraževalni otroški program. Otroci sami zaznavajo širok spekter žanrov, primernih za bogatenje znanja (Holler in dr. 2012a, 11).

Veliko otrok je izpostavilo risanke kot program, od katerega se največ naučijo. Prav tako so jim blizu tipi ustvarjalnih oddaj, kot je *Art Attack*. Z njihovo pomočjo razvijajo svoje ročne spretnosti (Schosser 2005, 44). Skoraj polovica anketiranih otrok je na vprašanje, kaj so se naučili ob gledanju programa, odgovorila, da splošna dejstva s področij biologije, tehnologije in zgodovine. Ena tretjina anketirancev je omenila vedenje, usvajanje družbenih veščin in

primerne interakcije z drugimi ljudmi. Manjši je odstotek tistih, ki jim je televizija približala umetnost, šport, glasbo, matematiko. Nekaj je tudi takih, ki so se naučili nekaj o nevarnostih in strahu. Rezultati se od države od države razlikujejo (Holler in dr. 2012a, 12).

Levijska in Götzeva (2012, 58–60) sta v svojo analizo vključili 222 otrok iz 8 držav (tj. iz Slovenije, Izraela, Koreje, Japonske, ZDA, Dominikanske republike, Kolumbije, Argentine), starih od šest do trinajst let. Na primeru cunamija na Japonskem sta jih vprašali, kaj želijo gledati v kakovostnih poučnih oddajah za otroke. Na prvo mesto so postavili razlage kompleksnih dogodkov (kot so naravne katastrofe), da jih bodo lažje razumeli. Razlage morajo spodbujati otroško domišljijo in vključevati humorne formulacije. Dejstva naj bodo prilagojena otroški perspektivi dojemanja sveta (Grewenig 2009, 8). Slovenski otroci so izrazili željo po boljši razlagi ozadja dogodka in pojasnitvi posledic, ki sledijo. Mnogo otrok iz vseh držav zanimajo osebne zgodbe in izkušnje posameznikov. Radi bi vedeli, kako se oni soočajo z določenim problemom. Večina bi si jih želela, da se zgodba zaključi z upanjem oziroma s pozitivnim občutkom in da jim jo predstavi voditelj. Ta je lahko tudi animirani lik (Levi in Götz 2012, 58-60).

Odraslemu ne more biti že na prvi pogled jasno, kaj se je otrok naučil in zakaj, niti kako bo to znanje uporabil v svojem vsakdanu. Treba se je naučiti gledati z njihove perspektive in razumeti, kako oni vidijo oddaje (Holler in dr. 2012a, 12).

5 KAKOVOST OTROŠKEGA TELEVIZIJSKEGA PROGRAMA

Kakovost se v otroškem televizijskem programu in v medijih nasploh odraža na različne načine. Vsekakor ni mogoče primerjati kakovostnega časopisa s tabloidom ali televizijskega dnevnika z glasbeno oddajo. Kakovost ni odvisna samo od žanra in načina produkcije, ampak tudi od svoje uporabnosti in vrednosti za naslovnike (Mikos 2009, 4). Prav tako ni determinirana samo s kriteriji estetike in umetnosti. Ne da se je objektivizirati, saj je pogojena tako zgodovinsko, kot tudi družbeno in kulturno (Plenk 2009, 21).

5.1 RAZLIČNI POGLEDI NA KAKOVOST

Otroški televizijski program mora biti odlično sproduciran na tehnični ravni, hkrati pa mora obljubljeni zanimivo zgodbo (Plenk 2009, 22–24). Ali bo uporabniku program resnično všeč, ali bo zadovoljil njegova pričakovanja, fantazije in želje, pa ne bo jasno, dokler si programa ne bo ogledal. Od kod torej izvira pravi pomen kakovosti, ki zaobjema tudi pomembnost vsebine?

Na tej točki lahko ločimo dve poziciji medijskih študij (Neuss 2009, 13):

- strukturalistično in
- poststrukturalistično oziroma konstruktivistično.

Strukturalisti zagovarjajo program kot avtonomno strukturo s predpisanim pomenom. Program nosi pomen že sam po sebi. Konstruktivisti so pomen programa našli v gledalcih: pomen prvič vzide, ko je program viden, in sicer v gledalčevi glavi. Pomen je torej produkt interakcije med programom in gledalcem (prav tam). Zaradi spreminjajočih se kulturnih, zgodovinskih in družbenih vplivov se skozi čas generirajo različni pomeni.

Sodobni uporabnik je v primerjavi s preteklostjo pridobil na moči (Buckingham 2000). Posledično se je spremenila definicija odnosa med programom in sprejemnikom le-tega. Slednji je postal aktiven, zato pritegne veliko pozornosti. Poststrukturalisti menijo, da se občinstvo samo odloča, kaj kakovost je, in samo izbira, kaj bo gledalo. Ratingi so postali barometer kakovosti (prav tam). Tisti, ki kakovost nepreklicno pripisujejo produktu samemu, so do omenjenega argumenta kritični. Najboljši primer za nasprotujoča si pola so javne in komercialne televizije. Prve so zagovornice kakovosti samega produkta, druge se zanašajo na meritve gledanosti (Neuss 2009, 13).

Kakovost si torej vsak interpretira po svoje. Definicija ustvarjalcev programa se razlikuje od definicije staršev, učiteljev, otrok. Medijski kriticizem pomembno vpliva na javne razprave o kriterijih kakovosti. V razprave se vključujejo tako ustvarjalci kot uporabniki. S tem se vzpostavlja pomemben dialog, ki poskuša razjasniti, kaj je v določenem historičnem okvirju in v družbenem okolju razumljeno pod konceptom kakovosti (Mikos 2009, 6).

5.2 TANKA MEJA MED KAKOVOSTJO IN TRŽENJEM

Zadnja leta se je trg intenzivno fokusiral na najmlajše (Buckingham 2000, 147). Oglaševalci so prišli do spoznanja, da otroci sicer nimajo lastnega dohodka, vseeno pa s svojo posebno karizmatično močjo lahko pomembno vplivajo na odločitve odraslih družinskih članov.

Otroški program je pogosto tarča za konflikte interesov (Steemers 2009, 53). Lahek dostop do televizije in želja po zabavnih oddajah sta po vsem svetu sprožila kloniranje in kopiranje programov, vzporedno pa se razvijajo tudi novi formati (McMillin 2010, 22).

Naraslo je število televizijskih programov, ki so namenjeni izključno otrokom, vprašljiva pa je njihova različnost oz. kakovost (Buckingham 2000, 147). Večina programov namreč ponuja zelo podobne vsebine. Medijska globalizacija je s svojimi hibridnimi prezentacijami globalnega in lokalnega, modernega in tradicionalnega resno ogrozila etnične in spolne manjšine (McMillin 2010, 22).

Meje med izobrazbo in zabavo ter med vsebino in oglaševanjem so vedno bolj zabrisane (Steemers, 2009, 53). Kljub zatrjevanju ustvarjalcev, da je njihov program produkt kreativne integritete, izobraževalnih elementov in prilagojenosti starostni skupini, se med starši pogosto pojavljajo sumi o privabljanju otrok kot potrošnikov (prav tam).

Kritiki so ponovno razdeljeni na dva tabora. Prvi trg definirajo kot škodljivo žarišče, kjer ni prostora za otrokove interese in potrebe (Buckingham 2000, 150).

Kline (1995) v svojem delu *Out of the Garden* poudari, da otroško igro vedno bolj definirajo oziroma kreirajo marketinški strategji. Po njegovo (prav tam) tudi televizija vedno bolj modificira tradicionalne formule in vzpostavlja svojo lastno kulturno pomembnost. Že prvi televizijski ustvarjalci so pristno otroško fikcijo predelali v skladu s tehničnimi, družbenimi in ekonomskimi potrebami svojega medija. Prilagodili so jo tistemu, kar otroci »hočejo« gledati. Cilj je lahko dosežen že prek poenostavljene zabave. Otroke je prevzel blišč *Hollywooda* in *Disneyja*, ki je dobro izkoristil otroško fascinacijo nad animacijsko fikcijo (Kline 1995, 111). V ospredju je tako bolj vsebina, kot kakovost in okus. Mali gledalci imajo premalo izkušenj,

da bi sami selekcionirali televizijske izdelke. Ustvarjalci pa vedno bolj pozabljajo na svoje izobraževalno poslanstvo (Grewenig 2009, Kline 1995).

Podoben odnos do marketinškega vpliva imata tudi Leiss in Jhally; s Klinejem so v prispevku *The Evolution of Cultural Frames for Goods in the Twentieth Century* prišli do zaključka, da so marketinški produkti komunikatorji, prek katerih poteka celoten diskurz (Kline in dr. 1985, 6). Oglaševalci namreč ustvarjajo celo vrsto kulturnih simbolov in upajo, da se bodo dotaknili potrošnikov. Na ta način oblikujejo vzorce življenjskega sloga. Obstoj le-teh pa hrabri zavedanje, da je v potrošniški družbi zasajeno sistematično in integrirano območje družbenega vedenja, orientirano okrog praks potrošnje (prav tam).

Kot piše Williams (1980, 335), oglaševalci promovirajo nove vrednote, predvsem potrošništvo in materializem, ter s tem ustvarjajo nove »lažne« potrebe. Williams (1980, 320) tak sistem imenuje magični sistem, saj so realnim predmetom, ki se prodajajo, podeljene »magične« funkcije. Hrana telo poživi s posebno energijo in z veseljem, šamponi lase spremenijo v bleščeče niti, igrače so skoraj živ in enakovreden sopotnik otrok.

Popularna otroška oddaja pogosto postane blagovna znamka, ki ponuja majice, igrače, zvezke, video igrice (Steemers 2009). Ne zgodi se redko, da televizije v tak način samopromocije prisilijo preveliki stroški produkcije, ki jih brez samotrženja ne bi mogli pokriti. Eden prvih, ki je odkril čar trga, je (že prej omenjeni) *Disney*, in sicer leta 1930. Ustvarjalci *Disneyja* so ugotovili, da več denarja prinesejo produkti, povezani z vsebino, kot vsebina sama. Otroci hočejo imeti junake, ki jih vidijo na ekranu, tudi doma. Kline (1995) opozarja, da se prav prek igrač otrokom ponuja določen stil in hkrati z njim nove vrednote.

Včasih se zdi, da so nekatere oddaje, predvsem za predšolske otroke, v celoti narejene zgolj za doseg komercialnih ciljev in da jih niti približno ne zanimajo razvojne in izobraževalne potrebe otrok (Steemers 2009, 54). Strokovnjaki se prilagajajo za novice nezainteresiranim mladostnikom in privilegirajo lahkotne zabavne vsebine, ob katerih se pozabi na vse skrbi (Matthews 2009, 15).

Scenaristi morajo v takih primerih pri umeščanju likov dati prednost zahtevam trga. Med pisanjem scenarijev razmišljajo, kako se bo izpostavljeni lik najučinkoviteje vključil v verigo prodajnih izdelkov ter pri tem pozabljajo na »resnično osebnost in integriteto« junakov, s katerimi otrok naveže emocionalen odnos (Steemers 2009, 55). Glede na Steemersovo raziskavo (prav tam) v Veliki Britaniji med producenti najdemo tako take, ki v ospredje

postavljajo posel, kot tiste, ki se še vedno skušajo inspirirati s kreativnostjo in se povezati s publiko. Torej se ne da spregledati niti pomembnosti otroškega programa v življenju otrok niti prizadevanj strokovnjakov, da realizirajo svojo produkcijo. Odnos med televizijo in otroki je veliko bolj kompleksen, kot je videti na prvi pogled (Matthews 2009, 15).

Drugi skrajni pogled se naslanja na tezo, da prav trg služi otrokom in mladostnikom, da jih hrabri in zadovoljuje ter jih zalaga z vsebinami, ki jih hočejo gledati. Postavlja jih v pozicijo svobodnih agentov, ki sami izbirajo in oblikujejo svojo usodo (McMillin 2010, 23). Sem spadajo vsi ustvarjalci komercialnih otroških televizijskih programov, ki se v prvi vrsti oklepajo zapovedi trga in otroške televizije spreminjajo v popularne blagovne znamke.

Buckingham (2000, 151) opozarja, da skomercializiran program, gledano splošno, za otroke ne predstavlja pomembnega vira informacij. Na njihovo znanje (npr. o prehrani) ima majhen vpliv. Kljub temu, da so sladkarije v oglasih predstavljene kot nekaj zdravega, otroci vedo, da ni tako. Ne smemo zanemariti niti njihove visoke selektivnosti, včasih že izbirčnosti, in njihovih različnih interpretacij. Otroci že zelo zgodaj ločijo oglase od ostalega programa. Okrog sedmega leta je njihov odnos do oglaševanja lahko že ciničen. Skeptični so do produktov in jih ocenjujejo kot zelo nerealistične (prav tam).

Kot sem že izpostavila v prejšnjih poglavjih, imajo največji vpliv na otrokovo izbiro starši. Če je družina naravnana materialistično, je več možnosti, da se bo oglaševanje intenzivneje dotaknilo otroka. To ne pomeni, da trg ne nosi niti delčka odgovornosti, saj se otrokove družbene in kulturne potrebe neizogibno izražajo oziroma definirajo prek njegovih odnosov z materialnimi proizvodi (Buckingham 2000, 166).

Televizija ima prav zato pomemben vpliv pri oblikovanju oziroma kultiviranju človeških pogledov na družbeno realnost, saj je dominantno simbolično okolje za mnoge (Callister in dr. 2007, 144). Otroci, ki večino svojega prostega časa preživijo ob gledanju televizije, se bodo prej prepustili televizijskim vplivom, ki bodo pregnetli njihovo realnost, kot tisti otroci, ki program spremljajo manj (prav tam). V takih primerih ima televizija potencial transformiranja procesa socializacije, ko na nek način nadomesti družino kot tradicionalno primarni dejavnik v tem procesu (Kabadayi 2006, 149).

5.3 KRITERIJI KAKOVOSTI Z VIDIKA USTVARJALCEV

Osnovno vodilo sodobnih medijev postaja maksimizacija dobička (Grewenig 2009, 7). Kakovost je torej tisto, kar imajo gledalci radi. Ratingi in oglaševalci odločajo, kaj vključuje

dober otroški program (Steeemers 2009, Grewenig 2009). Na vsakem koraku se poudarja »svobodo« izbiranja, ki je znotraj globalizacijske verige izdelkov zelo omejena. V ospredju je moda »univerzalnega« zahodnega sveta, zanemarjeni pa so npr. lokalna kultura, etnična različnost, jezikovna specifičnost (McMillin 2010, 23).

Celo javni zavodi so začeli slediti splošnim zapovedim trga, saj si nihče več ne more privoščiti programa, ki ne bo dosegel občinstva (Grewenig 2009, 7). Vseeno se ne sme pozabiti na vrednote, kot so izobraževanje, informiranje, nacionalna kultura, zabava. Grewenig (prav tam) se sprašuje, če ni ravno otroški televizijski program najbolj pomemben za celotno družbo. Javni servisi so odgovorni do javnosti. Večkrat je bilo omenjeno, da je otroke treba jemati resno. A vseeno ne smemo spregledati dejstva, da se da otroke tudi najlažje zavesti. Sami še ne morejo predvideti posledic svojih dejanj v taki meri kot odrasli, zato potrebujejo usmerjanje (McNeal 1990/91). Če damo otroku izbirati med sladico in zelenjavo, bo (razen izjem) izbral sladico. Dolžnost javnih servisov je »postaviti dobro uravnoteženo dieto z zdravimi jedmi, ki so dobrega okusa« (Grewenig 2009, 7).

Grewenig (2009, 7–9) predstavi deset kriterijev kakovosti za dober otroški televizijski program:

1. Komunikacija z otroki v njihovem lastnem življenjskem okolju

Otrokom je treba prikazovati osebne odnose, karakterje in lokacije, ki so jim znane. Treba jim je predstavljati njim lastno kulturo.

2. Narediti zabavno za otroke

Televizija je medij zabave. Otroke je treba znati nasmejati in se z njimi igrati.

3. Oskrbeti otroke z modeli karakterjev

Dober otroški program mora otrokom ponuditi like, s katerimi se lahko identificirajo. Liki morajo biti nosilci sposobnosti, ki bi jih radi imeli tudi gledalci. Biti morajo pozitivni in lahko prepoznavni. Tudi njihove neobičajne lastnosti lahko doprinesejo k otrokovemu razvoju.

4. Pokazati otrokom svet in jih fascinirati

Ko otroci vstopajo v šolo, so v povprečju prepričani o svoji kompetentnosti in so na splošno zainteresirani za učenje o različnih stvareh (Smrtnik Vitulič 2009, 386). Televizija je lahko njihovo okno v svet. Pokaže in pojasnjuje jim pojave, ki se jim zdijo neverjetni (pristanek na

Luni, eksotične živali ...). Ampak razlaga mora biti prilagojena njihovem razumevanju. Le tako jim razširi obzorje znanja.

5. Informirati otroke

Otroke zanima, kaj se dogaja po svetu. Vedo, da se kdaj zgodi tudi kakšna nesreča, naravna katastrofa. Zanj po navadi izvedo iz poročil za odrasle. Otroška televizija jim lahko ozadje dogodkov pojasni na enostavnejši način.

6. Učiti otroke

Televizija ni šola, ponuja le enosmerno komunikacijo. A je vseeno lahko izobraževalna. Učenje lahko otrokom približa na zabaven, vznemirljiv način.

7. Otrokom približati estetiko

Otroci so odprtega duha, njihov okus še ni popolnoma izoblikovan. Treba jim je predstavljati različne žanre, spodbujati njihovo domišljijo, jih očarati s fantazijskimi elementi.

8. Otroci potrebujejo dogodke

Dobri otroški program ponuja material za nadaljnje razprave in s tem kreira dogodke v otrokovem življenju. Otroci tako razpravljajo o stvareh, ki so jih videli na televiziji, tudi še kakšen teden po ogledu.

9. Biti dostopen otrokom

Otrok se nikoli ne sme gledati zviška. Z njimi je treba vzpostaviti prijateljski odnos. Vedeti morajo, da imajo odprto pot za vprašanja, komentarje. Treba jim je ponuditi naslov ali elektronski naslov, kamor lahko pošljejo svoje misli, risbice itd. Treba jih je povabiti k sodelovanju.

10. Motivirati in mobilizirati otroke

Otroke je treba z vsebinami tako navdušiti, da tudi sami postanejo aktivni. Če nekdo spremlja športno oddajo, naj ga ta spodbudi, da se tudi sam začne ukvarjati s športom. Televizija tako otroke seznani z možnostmi in s področji, del katerih lahko postanejo tudi sami. Sploh manjši otroci s spodbudami postanejo veliki izumitelji in raziskovalci.

Tudi Merrow (1990/91) vidi v televiziji velik potencial kakovostnega medija, ki bi otrokom lahko služil v izobraževalne namene. Izpostavil je 6 elementov (prav tam):

- prilagoditev termina oddaj z otroškimi vsebinami na čas, ko otroci dejansko gledajo televizijo,
- raznovrstnost vsebine, ki pritegne otrokovo pozornost in hkrati upošteva njegove kulturne in razvojne potrebe,
- fokus (tj. različni programi za različne starostne skupine),
- inovativnost pri eksperimentiranju z novimi formati,
- dostopnost (tj. stopiti v stik z otroki, da lahko na lastne oči spoznajo procese produkcije, ustvarjanja programa).

V Nemčiji so s pomočjo 25 intenzivnih strukturiranih intervjujev s producenti in uredniki nemških otroških programov poskušali najti odgovor na vprašanje, kaj nemški ustvarjalci otroške televizije razumejo pod pojmom kakovost pri njihovem vsakodnevnem delu (Hackl 2005, 52–57). Odgovore so združili glede na podobnost in prišli do naslednjih rezultatov (prav tam):

1. Dobra vsebina, pravi subjekti, vznemirljiva zgodba:

- prilagojenost ciljni publiko,
- biti blizu otrokovi lastni perspektivi,
- jemati otroke resno,
- izogibanje pretirani didaktični usmerjenosti,
- otroci se morajo nekaj naučiti/izkusiti nekaj novega,
- pripovedovanje zgodb, prepletenih s humorjem,
- zabavati otroke,
- izpostavljati pozitivne vrednote,
- upoštevati otrokove navade gledanja televizije,
- spodbujati otroško domišljijo in njihove sanje,
- ustvarjati oddaje, primerne za vso družino.

2. Tehnična dovršenost:

- dober scenarij in primeren dramaturški razvoj,
- biti drzen in vznemirljiv,
- primeren estetski videz,

- unikatni slog,
- biti moderen,
- biti primerljiv s trgom,
- brez produciranja cenениh in površnih izdelkov.

3. Kakovost v procesih produkcije:

- delati predano in z ljubeznijo,
- dobra ekipa,
- kreativne ideje,
- poglobljene raziskave,
- spremljati tudi dogajanje na trgu.

Kot je razvidno iz zgoraj naštetega, nemški televizijski ustvarjalci pri naštevanju kriterijev kakovosti niso popolnoma odmislili trga, saj tako javni kot zasebni sektor operirata znotraj tega. Grewenig (2009, 9) opozarja, da javni sektor vseeno ne bi smel zanemariti svojega poslanstva in pri tem izpostavi tri odločilne faktorje:

1. Proračun.

Javni servisi morajo preudarno oziroma strateško rokovati s financami, da ne izgubijo v tekmi s privatnimi televizijskimi hišami.

2. Časovne luknje.

Otroci in družine niso manjšina, zato bi otroškemu programu morali nameniti primerne termine, ne pa z otroškimi oddajami krpati časovnih lukenj.

3. Priznanje.

Tisto, kar otroke zanima, bi odrasle morale zanimati še toliko bolj. Otroška televizija je nosilka družbene odgovornosti. Treba bi ji bilo nameniti večjo pomembnost v javnem prostoru. O njej bi bilo treba razpravljati, ji namenjati kritiko in priznanje v obliki nagrad za najboljše oddaje itd.

5.4 KRITERIJI KAKOVOSTI Z VIDIKA UPORABNIKOV

Televizijski program je zelo odvisen od potešitve gledalčevih pričakovanj. Lažje je postaviti splošne kriterije kakovosti za informativne programe, kot so relevantnost, sprejetost, točnost, profesionalnost ipd., kot za fiktivne filme in televizijske serije (Mikos 2009, 4). Kot dodaja

Mikos (2009, 4–5), kakovost programa kot zedinjena lastnost ne obstaja, ampak je produkt različnih faktorjev, ki so nameščeni znotraj različnih stopenj koncepta kakovosti (estetika, dramaturgija, tehnična dovršenost ...). Redkokateri program je idealen na vseh področjih kakovosti. Od gledalčeve čustvene zrelosti in stopnje sposobnosti učenja je odvisno, kako bo nek produkt sprejel (Wilson 1993). Ali bo izvrstna estetika zakrila šepajočo dramaturgijo, ali bo izbor igralcev prevladal nad tehničnimi spodrsaljaji? Odločitev je v rokah uporabnikov (Mikos 2009, 4).

Težko je torej naštetati vse ključne kriterije dobrega otroškega programa. Vseeno se ob pomoči raziskav poskušamo definiciji vsaj približati (Neuss 2009, 14–15). Pomemben je lahko že sam izbor termina predvajanja oddaje (Mikos 2009, 6). Treba je premisliti, kako bi jo umestili v vsakodnevni ritual ciljne skupine, ki jo oddaja nagovarja (prav tam). Otroci in družine niso v manjšini, zato potrebujejo ustaljene termine (Grewenig 2009, 9). Naj kot primer navedem večerne risanke, ki so postale del vsakodnevnega rituala tako za otroke kot za starše (Mikos 2009, 6).

Pomembno je upoštevati, katero starostno skupino nagovarja določen program. Res je, da je televizijska ponudba izjemno pestra in raznolika, a je treba znati strogo ločevati televizijske žanre in jih prilagoditi posamezni starostni skupini otrok, njihovim sposobnostim razumevanja in temam, ki vodijo njihovo vedenje (Neuss 2009, 16).

Če male gledalce privabi oziroma popolnoma očara vsaj en element v oddaji, jo bodo gotovo spremljali. Zaradi priljubljenega voditelja neke oddaje bodo otroci npr. spregledali tehnične in druge spodrsaljaje. Vseeno pa ne gre zanemariti načina podajanja vsebine, saj mora biti gledalcem razumljiva in se jih mora dotakniti. Kot piše Mikos (2009, 4–5), je za otroke zelo pomembno, da se nekaj naučijo, ne samo, da je tema zanimiva ali zanje nova. Starejši kot so otroci, večja so njihova pričakovanja in zahteve po kakovosti. Po Mikosu (2009, 5) je težje pritegniti njihovo pozornost, še toliko bolj znotraj fiktivnih žanrov. Tu je odločilna lahko že sama izbira igralcev, s katerimi se bodo (ali pa ne) identificirali. Privlačijo jih predvsem zgodbe, v katerih ima »majhen otrok« posebno moč, ki je odločilna v boju za pravico (npr. *Harry Potter*). Če se otrokom nek lik tako prikupi, da jih navdahne za dnevno igro, je to velik uspeh (npr. *Mojster Miha*). V takih primerih se zdi, da je kakovost estetike včasih sekundarnega pomena. V Sloveniji bi na tem mestu lahko izpostavili priljubljeni lik ribiča Pepeta, ki ga bom podrobneje izpostavila kasneje.

Otrokom je blizu vsebina, ki v ospredje postavlja teme njihovega razvoja. Vsako obdobje odraščanja je zaznamovano s konkretnimi družbenimi okoliščinami in z otrokovim (za tisto obdobje) značilnim razumevanjem sveta okrog njega. Teme, ki otroke pritegnejo znotraj kateregakoli televizijskega žanra, so (Neuss 2009, 14–15):

- *Biti majhen in postati velik.*

Otroci svet ločujejo na majhno in veliko, na palčke in velikane, na močne in šibke. Zato si želijo prerasti majhnost in postati veliki.

- *Pravičnost in morala.*

Otroci odraščajo v okolju, iz katerega srkajo ideje o vrednotah in normah. Na vsakem koraku se jim ponujajo vprašanja o pravilih, morali, pravičnosti. Celo risanke so zasičene s shemami o dobrem in zlem.

- *Biti sam ali ločitev.*

Prvi občutek, s katerim se otrok sooči, je strah pred zapustitvijo. Nekateri se z njim spopadajo celo življenje. Otroci pogosto obsojajo sami sebe za nastali konflikt znotraj družine. Mediji otrokom lahko ponudijo ohrabrajajoče rešitve za take negativne emocije.

- *Spol.*

Vprašanja, povezana s spolom, se pri otrocih pojavijo okrog petega leta starosti. Fantje imajo pri iskanju svoje identitete več težav kot deklice. Zato se jih stereotipne opredelitve veliko bolj dotaknejo, pri čemer imajo zopet pomembno vlogo mediji.

- *Smrt in umiranje.*

Otroci se s smrtjo srečujejo spontano in nepričakovano. Zanima jih, zakaj je umrl ptiček, kaj se je zgodilo s pomendrano mravljo ipd. Radi bi našli njim logično razlago.

- *Družbeni strahovi.*

Z vstopom v šolo se otrok na nek način oddaljuje od staršev. Soočiti se mora z novimi strahovi in problemi. Junaki, kot je *Pika Nogavička*, ga hrabrijo na poti k samostojnosti.

- *Odnosi.*

Otroci želijo biti v družbi sprejeti taki, kot so. Zato si iščejo prijatelje, se povezujejo v skupine s podobnimi interesi. Družinsko življenje, kakršnega jim predstavljajo mediji, primerjajo s svojo družino.

Otrokom so še posebej blizu televizijske družine. Identificirajo se s karakterji, formirajo parasocialne odnose in okušajo čustvene povezave z njimi. Od blizu sledijo njihovim fiktivnim življenjem, razpravljajo o epizodah s svojimi vrstniki in celo poskušajo oponašati vedenje in modo svojih najljubših likov (Callister in dr. 2007, 143). Od njih se učijo o družinskem življenju, pravilih, vlogah, odnosih in rišejo primerjave s svojimi družinami. Majhni otroci so omejeni v svoji sposobnosti ločevanja dejstev od fikcije, zato televizijske družine jemljejo zelo resno in ob njih gradijo svoje izkušnje.

Poseben odnos imajo otroci do fiktivnih zgodb, ki pripomorejo k bogatenju njihovega domišljjskega sveta. Znotraj njih ne smemo spregledati naslednjih komponent (Luthi v Neuss 2009, 15–16):

1. Enodimensionalnost.

Razlike med resničnostjo in fikcijo v zgodbah ni. Super moč je sprejeta kot nekaj popolnoma običajnega. Vile in palčki se družijo z ljudmi.

2. Površnost detajlov.

Tradicionalne zgodbe niso ujete v času in prostoru. Nikoli ne vemo natančno, kdaj in kje se zgodba dogaja. Čas in prostor nista pomembna, torej so zakoni narave in človeška logika izključeni. Otroci imajo tako možnost, da zgodbo nadaljujejo in dajo prosto pot svoji domišljiji.

3. Uporaba »formul«.

Termin formula se nanaša na čarobne izreke in fraze, kot so: *in živila sta srečno do konca svojih dni*. Slednje otrok lahko predvidi vnaprej, kar ga napolni z občutkom varnosti in domačnosti.

4. Polarizacija.

Karakterji in situacije so v zgodbah predstavljeni zelo skrajno in v ekstremnih opozicijah (grdo – lepo, dobro – slabo).

5. »Biti na repu«.

Otrokom so blizu liki, ki so majhni, ubogi, šibki, ker se z njimi identificirajo. Razumejo njihova občutja majhnosti in nebogljenosti.

Na podlagi vseh zgoraj naštetih kriterijev lahko pridemo do zaključka, da želijo otroci ob spremljanju tako fiktivnega kot informativnega ali dokumentarnega otroškega programa čutiti, da so upoštevani. Da se v vsebini najde mesto zanje. Da jih junaki opogumljajo pri novih korakih v samostojnost. Ne marajo krivic in so zagovorniki pravičnosti. Z vstopom v šolo želijo sklepati nova prijateljstva, ki jih radi primerjajo s televizijskimi prijateljstvi. Če pride do konfliktov, jih lahko rešijo in s tem postajajo zrelejši. Od otroških oddaj pričakujejo, da jih bodo hrabrile pri njihovem razvoju in jim hkrati pripeljale nasmeh na obraz.

6 OTROCI KOT KRITIČNI GLEDALCI

Kot meni Plenkova (2009, 21), so kakovosti posvečene številne analize oziroma razprave kritikov, ki pa redkokdaj vključujejo otroke same. Prav njih bi bilo treba začetni jemati resno in za izbere otroških produktov vključevati otroško žirijo (prav tam).

Odrasli neko informacijo razumejo drugače kot otroci, saj je razlika v njihovih kognitivnih sposobnostih in v hitrosti procesiranja velika (Mares in Acosta 2010, 232). Namesto da se trudimo razumeti oziroma razlagati otrokovo dejansko rabo medijev, bi se morali seznaniti z otrokovim pogledom oziroma njegovim prepričanjem, zakaj gleda nek konkreten program (Linebarger in dr. 2008, 37).

Z upoštevanjem otroških mnenj bi zelo pripomogli k njihovemu osamosvajanju. Glede na raziskave, ki jih navaja Dopleharjeva (2009, 40), so bili otroci, vključeni v proces sprejemanja odločitev, čeprav so odločitve na koncu sprejeli oziroma potrdili starši, bolj avtonomni in bolj sposobni razmišljati o čutenjih ter se bolj odgovorno odločati, kot otroci, ki niso imeli možnosti sodelovanja pri odločitvah. Prvi so kot mladostniki postali bolj samozavestni, trdni, bolj zaupajo vase, sposobni so navezati tople in tesne odnose (prav tam).

Otroci televizijo v veliki večini povezujejo z zabavo (Keyton in dr. 2007), knjige pa z učenjem (Linebarger in dr. 2008, 37). Prav percepcija medija in motivi za njegovo rabo lahko odločilno vplivajo na tip vsebine, ki je izbrana znotraj posameznega medija in ki prevlada nad ostalimi vsebinami. Linebargerjeva in dr. (2008, 38) ugotavljajo, da je malo raziskav v ospredje postavilo otrokove motive za rabo medijev. Glede na njihovo raziskavo, v katero je bilo vključenih 74 ameriških otrok, starih med štiri in osem let, otrokove odločitve reflektirajo splošna prepričanja o tem, kakšna oseba bi izbrala določen tip medija (Linebarger in dr. 2008, 41–48). Predvsem dečki so se opirali na stereotipne odgovore, da pametni berejo knjige, neumni in leni gledajo televizijo. Deklice so bile pri svojih odgovorih bolj samosvoje. Predvsem mlajši otroci, ki še niso osvojili kategorizacije širokega spektra stereotipnih dimenzij, so bili v svojem razumevanju manj stereotipni (Linebarger in dr. 2008, 50).

Glede na rezultate raziskave lahko sklepamo, da igra vsebina medijev ključno vlogo pri determiniranju medijskih vplivov na otroke (Linebarger in dr. 2008, 51). V zabavo morajo biti zavita nova spoznanja, ki jih bodo otroci z zanimanjem prepoznavali. Kaj sploh je tisto, kar otroke pritegne?

Plenkova (2009, 21–25) izpostavi sedem elementov, ki vplivajo na otrokov izbor programa, ne glede na televizijski žanr. Elementi so rezultat raziskave, v katero so bili vključeni otroci otroške žirije s festivala *Goldener Spatz*, tj. festivala otroškega filma in televizije v Geri in Erfurtu (prav tam):

1. Zgodba z močnim subjektom.

Za otroke je eden od najpomembnejših kriterijev pri izbiri televizijskega programa močan subjekt oz. zgodba. Ta mora biti vabljiva, drugačna, nova. Dogajanje radi primerjajo s svojimi izkušnjami (tj. ali bi se tudi njim lahko zgodilo kaj podobnega). In prav to lastnost pripisujejo kakovostnemu programu. Celo fantastične zgodbe in teme se morajo dotikati njihovega izkustvenega polja in vsakodnevnega življenja. Otrokom je pomembno tudi, da se lahko naučijo česa novega in da zgodba ne vključuje preveč nasilja. Ne želijo se izogibati resnim temam, kot sta bolezen in smrt. Sami radi odkrivajo pozitivne elemente ob pomoči subjekta.

2. Dramaturgija.

Otrokom se zdi pomemben kriterij vsebinske povezanosti. Zgodba mora imeti rdečo nit, ki ji lahko sledijo. Prizori se morajo povezovati v smiselno celoto. Male gledalce zmotijo manjkajoče razlage oziroma manjkajoča pojasnila, vsebinski lapsusi, nejasne situacije. Bližje jim je vsebinska linearnost, ki poveča njihov občutek varnosti. Tako vedo, da se v zgodbi ne bodo izgubili.

3. Ime programa ali oddaje.

Otroci posebno pomembnost namenjajo že samemu imenu programa oziroma oddaje. Že ta lahko odloči, ali bodo določeno oddajo spremljali ali ne. Radi iščejo povezavo med tistim, kar so gledali, in naslovom oddaje ali filma. Če ni povezave, vsebini težko sledijo, zato se začnejo med gledanjem dolgočasiti.

4. Igralci ali karakterji.

Otroci se skoraj vedno postavijo v kožo glavnega akterja, naj bo ta fiktiven ali resničen. Odzovejo se na njegov karakter. Morajo mu zaupati, zato je njegova kredibilnost odločilnega pomena. Pomembna je njegova avtentičnost. Znotraj fiktivnih žanrov so dobri igralci za otroke velikokrat celo bolj pomembni kot liki, ki jih utelešajo. Njihova igra mora delovati zelo pristno.

Otrokom so blizu karakterji, ki se od ostalih razlikujejo po svojih specifičnih lastnostih. Te so lahko značajske ali fizične. Ne marajo stereotipnih značajev, ki se jih da prehitro razbrati (npr. nekdo je dober, drugi pa slab).

Zelo velik vpliv na otrokov izbor oddaje (naj bo informativnega ali zabavnega značaja) imajo voditelji, ki morajo svojo vlogo opravljati z odliko. Lastnosti, ki jih otroci pri njih spoštujejo, so: pogum, aktivnost, spontanost, kredibilnost, človeškost, dobra pripravljenost, širokomiselnost. Njihovo vedenje ne sme biti nenaravno ali pretirano (Plenk 2009, 23).

Glede na rezultate mednarodne raziskave, v katero je bilo vključenih 24 držav oziroma 2839 otrok, starih med sedem in deset let, si 84 % deklic želi žensko voditeljico in 85 % dečkov moškega voditelja (Holler in dr. 2012b, 30). Večina jih meni, da mora biti mlad/a (malo starejši/a od njih) in normalne teže. Barva las mora biti v skladu z njihovo (če je otrok svetlolas, naj bo tudi voditelj/ica). Podobno je pri barvi oči in barvi kože. To je značilno za otroke v tem obdobju odraščanja (tj. srednje otroštvo), kar sem že opredelila v prejšnjem poglavju. Otroci se najlažje povezujejo s sebi podobnimi.

V Nemčiji glede na analizo v oddajah za otroke in mladostnike prevladujejo moški voditelji (Schlote in Gröller 2008, 26). Med ženskimi voditeljicami redkokatera igra tipično »žensko vlogo«, za katero so značilni emocionalna kompetentnost, mirno pojasnjevanje in fokusiranje na komunikacijo. Večina jih je razigrano aktivnih in pripravljenih na nove izzive, torej podobnih moškim voditeljem (prav tam).

Pri animiranih likih otroke pritegneta ljubka podoba in primeren glas. Animacija mora biti z vsebino povezana, dizajn pa barvit in živahen. Pritegnejo jih tudi glasbeni elementi, ki popestrijo vizualno podobo (Plenk 2009, 21–25).

5. Čustva ob gledanju.

Vsebina televizijske oddaje mora naslavljati otrokova čustva, kjer sta v ospredju predvsem veselje in vznemirjenje. Še posebej jih pritegnejo nepredvidljivost začetka in konca, presenetljivi obrati v zgodbi in naraščajoča napetost skozi celotno oddajo oz. program. Otroci vznemirjenje skoraj vedno povezujejo s pozitivnimi čustvi, v zgodbah pa ne smejo manjkati niti dotiki sentimentalnosti in ganljivosti. Najbolj jim odgovarja koktajl različnih, nasprotujočih si občutij, ki so jim ponujeni (Plenk 2009, 21–25).

6. Stil in tehnična dovršenost.

Predvsem pri animacijah so otroci pozorni na kreativne elemente in harmonično celoto. Prednost dajejo barvitemu in živahnemu dizajnu. Dobro zaznavajo tudi glasbo, ki mora biti v skladu z ostalimi elementi, torej mora dopolnjevati vsebino. Pozorni so celo na masko igralcev, kjer so zagovorniki naravnega videza. Močan »make up« se jim zdi primeren za domišljajske zgodbe. Podobno je s kostumi, ki ne smejo biti starinski (razen če je to v skladu z vsebino).

Nekateri otroci opazijo celo tehnične nepravilnosti.

7. Primerno ciljni publiki.

Mladi gledalci so zelo občutljivi na to, ali je neka oddaja resnično namenjena njim. Zavedajo se, da vsako obdobje odraščanja kliče po drugačnih vsebinah. Želijo si, da bi jim ustvarjalci otroških programov pripravili vsebine, ki so namenjene izključno njim in ki so zanje primerne. Seveda pa se strinjajo, da obstaja program, ki je namenjen celotni družini in ga lahko spremljajo v krogu družine.

Iz vsega zgoraj naštetega lahko sklepamo, da so otroci zelo kompetentni kritiki (Plenk 2009, 25), ki jih je vredno upoštevati.

6.1 OTROCI SOUSTVARJAJO TELEVIZIJO

Otroci so vedno radi v središču dogajanja in vse radi preizkušajo na lastni koži (Merrow 1990/91). Televizija jih zato ne bi smela samo zalagati z informacijami oz. razlagami (Schosser 2005, 44), ampak bi jim morala omogočiti, da se vključujejo v vse procese nastajanja otroškega programa (Merrow 1990/1991). To bi jih pritegnilo in razširilo njihova izkustvena obzorja (Schosser 2005, 44). Merrow (1990/91) meni, da bi televizija morala preseči miselnost izobraževalnih institucij, ki otroke vidijo kot prazne čaše, v katere se vliva znanje. S svojo »industrijo znanja« jih poskušajo preoblikovati v obrušene diamante, namesto da bi z njimi sodelovali (prav tam).

Televizija bi morala otrokom predstavljati »prave« otroke, otroke pri vsakodnevnih opravilih, otroke, ki so veseli in žalostni (Fürst 2009, 11). Televizijski ustvarjalci bi se morali inspirirati z opazovanjem otroških svetov in se z otroki pogovarjati. Fürstova (2009, 12) poudarja, da otroštvo ne bazira na ideji, ki otroka postavlja v pasivno vlogo nekoga med čakanjem, da odraste. Otroštvo ni samo priprava na odraslost. Na otroke bi morali gledati kot na neodvisna bitja z lastno voljo (prav tam).

Ko otroci gledajo druge otroke na televiziji, ko vidijo, da so njihove vloge pomembne, jih to opogumlja (Bult 2009). Vliva jim moč, da nekaj zmorejo tudi sami, da bodo s poskušanjem in z vztrajnostjo dosegli cilj (Fürst 2009, 12). Dober primer so otroški dokumentarni filmi, v katerih življenje ni vedno pravljica. Včasih smo žalostni, včasih se poškodujemo, ampak zaradi tega nismo ogroženi. Vse to je življenje, ki nam vedno znova ponuja, da ga raziskujemo in razvijamo svoje talente. Taka bi morala biti tudi kakovostna televizija. Otroka bi morala postaviti v središče svojega sveta. Poskusi odraslih, ki jim pripovedujejo svoje zgodbe, se jih ne bodo nikoli zares dotaknili (Bult 2009, 10).

Otroški televizijski program bi moral biti delavnica za spodbujanje samozavesti – če si viden, pomeni, da obstajaš, in če si vprašan, pomeni, da nisi nepomemben (Fürst 2009, 12). Če ti je dan prostor v medijih, pomeni, da ti je dano mesto v družbi (prav tam).

6.2 OTROCI KOT SODELAVCI

Otroški svet se ustvarjalcem veliko bolj približa, če so otroci njihovi sodelavci. Kanadski televizijski ustvarjalec J. J. Johnson (2009, 17) je delo z njimi opisal kot popolnoma nepredvidljivo, a hkrati polno radoživosti. Nikoli ne morejo skriti svoje avtentičnosti in igrivosti. Morajo pa čutiti, da so na snemanju zaželeni in pomembni. Radi dajejo svoje predloge oziroma ideje, komunicirajo s celotno snemalno ekipo, spremljajo celoten proces nastajanja filma (prav tam).

Britanski televizijski producent Mick Robertson (2009, 20) poudarja, da je treba otrokom, ki bodo nastopili pred kamero, dati čas. Vsak izmed njih ima veliko za povedati, a za pogum potrebuje čas in potrpljenje. Z njim se je potrebno veliko družiti, ga spoznavati, mu pojasniti vse podrobnosti o postopkih produkcije, mu natančno razložiti, kaj se od njega pričakuje in kdo so ljudje, s katerimi se bo srečal med nastajanjem oddaje oz. filma. Le tako si pridobiš otrokovo naklonjenost. Mora se počutiti varnega in spoštovanega (Robertson 2009, 20).

Podobnega mnenja je tudi Naomi Kubo (2009, 19), ki pravi, da je treba spoštovati otrokovo individualnost in otroke obravnavati kot enakovredne osebe. Če jim zaupaš, bodo oni zaupali tebi in razvijali svoje talente. Otroci so odlični opazovalci, zato najprej razvijejo svoje razumevanje, šele kasneje lahko to ubesedijo. Pred kamero se morajo igrati, zato jim je treba pripraviti primerno igrišče. Ponavljanje jih utruja, pade jim koncentracija, čemur se je treba prilagoditi (prav tam).

Pomembno je, da je na snemanjih prisotna tudi oseba, ki zna otroka motivirati in sprostiti. Člani ekipe so pomemben dejavnik za uspešnost končnega izdelka. Nizozemska režiserka Simone van Dusseldorp (2009, 18) pravi, da mora vsak prevzeti svojo odgovornost. Tudi otrok, ki tako ve, da se ga jemlje resno. Pri pohvalah je treba biti objektiven in ga z njimi nagraditi le, ko si jih res zasluži.

7 METODOLOGIJA

Raziskave, ki se nanašajo na otroke in televizijo, v ospredje postavljajo predvsem pogostost otrokovega gledanja televizije (npr. Callister in dr. 2007, Keyton in dr. 2007, Wartella in Robb 2007, Fisch 2007) ter splošne vplive televizije na otroke in mladostnike (npr. Jordan 2007, Meyrowitz 1985, Buckingham 2000). Primanjkuje pa raziskav, ki bi se konkretno osredotočile na otroke, stare od šest do osem let (tj. na otroke, ki začenjajo svojo pot šolanja), na njihov odnos do televizijskih otroških oddaj in na njihove kulturne potrebe po širjenju obzorij (Buckingham 2000, Hüther 2012), saj prav oni doživljajo pomembne in intenzivne spremembe na področju mišljenja, čustev in medosebnih odnosov (Smrtnik Vitulič 2009). V mojem magistrskem delu bo zato poudarek na tej starostni skupini otrok, na njihovem razumevanju televizijskega programa in na njihovih pričakovanjih. Prvo raziskovalno vprašanje se glasi:

RV 1: Po kakšnih kriterijih otroci med šestim in osmim letom starosti (glede na svojo razvojno stopnjo) izbirajo televizijske otroške oddaje?

Strokovnjaki poudarjajo pomembnost kakovosti otroškega programa oziroma medijske ponudbe (npr. Buckingham 2000, Fisch in dr. 2010, Grewenig 2009, Hackl 2005). Kakovostni program otroke motivira za različne dejavnosti in jim pomaga pri pridobivanju znanja (npr. Hüther 2012, Holler in dr. 2012a). Ustvarjalci televizijskega programa bi morali konstruktivno razmišljati o tem, kako televizijo izkoristiti kot družbeno-kulturni izobraževalni medij oziroma kaj televizija lahko prispeva in česa ne more prispevati k izobraževanju in socializaciji otrok (npr. Kabadayi 2006, Lassner 2010). Zaradi otrokovega razvoja in zaradi sprememb v njegovem razumevanju (npr. Mikos 2009, Neuss 2009) mora vsaka televizijska otroška oddaja upoštevati starost in razvojno stopnjo svoje ciljne publike (Neuss 2009). Ker obstaja vrzel v raziskovanju medijske ponudbe za otroke, si zastavljam drugo raziskovalno vprašanje:

RV 2: Kako ustvarjalci otroških oddaj na TV Slovenija, ki so namenjene otrokom, starim od šest do osem let, upoštevajo ključne kriterije kakovosti, ki jih postavlja njihova ciljna publika?

Otroci do osmega leta starosti najraje gledajo otroške televizijske oddaje (Keyton in dr. 2007). Te pogosto prepletajo tako humor kot izobraževanje (Grewenig 2009). Tudi slovenski otroški oddaji *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*, ki nastajata v produkciji *Televizije Slovenija* in sta edini namenjeni otrokom, starim od šest do osem let, sta mozaični in vsebujeta tako humorne

vložke kot izobraževalne elemente. Sestavljeni sta iz posameznih rubrik. Vključujeta tako fikcijo kot resnični svet. S primerjalno analizo obeh oddaj bom poskušala ugotoviti, do kakšne mere so upoštevani tako kriteriji kakovosti s strani ustvarjalcev, ki jih bom izluščila s pomočjo poglobljenih intervjujev z urednicama, kot pričakovanja intervjuvanih otrok. Moje zadnje raziskovalno vprašanje se torej glasi:

RV 3: Katere kriterije kakovosti vključujeta otroški oddaji na TV Slovenija, namenjeni otrokom, starim od šest do osem let?

Ker se prvo raziskovalno vprašanje nanaša na otrokovo sprejemanje otroških oddaj in ker se samo s teoretičnim zaledjem ne da predstaviti pristnega otrokovega razmišljanja, je moja prva raziskovalna metoda *poglobljeni nestrukturirani intervju*. Ta spada h kvalitativnemu pristopu, katerega prvo načelo je, da raziskovalec prisluhne ljudem, ki jih raziskuje (Mesec 2009, 14). To so v mojem primeru otroci, stari od šest do osem let. Za nestrukturirani intervju sem se odločila zaradi odprtosti spraševanja, ki se približa prijateljskemu pogovoru (Neuman 2007, 296). Otroci so namreč občutljivi sogovorniki in med pogovorom potrebujejo veliko spodbude. Lažje se odprejo, če z njimi vzpostavimo prijateljski odnos. Spraševalcu je dovoljeno, da pokaže interes ob odgovorih, lahko se pošali in hkrati kontrolira oziroma usmerja pogovor (Neuman 2007, 297). Ker gre za kvalitativni pristop, ni potrebno veliko število oseb kot enot kakšne socialnodemografske definirane kategorije z namenom, da bi s preštevanjem prišli do posplošenih ugotovitev, ampak raziščemo majhno število primerov in jih primerjamo med seboj (Mesec 2009, 27).

K sodelovanju sem povabila devet otrok, starih od šest do osem let. Vsi otroci so poznali tako oddajo *Studio Kriškraš* kot oddajo *Ribič Pepe*. Vsi so vsaj pri eni od oddaj tudi aktivno sodelovali. Vprašanja so se nanašala na otroške oddaje, ki jih radi gledajo oziroma ki jih ne marajo gledati (npr. *katere so njihove najljubše oddaje in zakaj jih pritegnejo, česa ne marajo v oddajah, kakšni liki so jim všeč, kaj se jim v oddajah zdi smešno, katere teme jih zanimajo*). Iz intervjujev sem poskušala izluščiti tiste elemente, ki v oddajah pritegnejo otrokovo pozornost in zanimanje.

Vprašanja sem sproti prilagajala, da so jih izbrani otroci razumeli. Če so bili redkobesedni, sem jih spodbujala s pomočjo sugestivnih vprašanj. Pred intervjuji sem jih poskušala razvedriti. Vse otroke sem intervjuvala julija 2014, tri v njihovem domačem okolju, ostale pa v prostorih *Televizije Slovenija*. Zaradi varovanja osebnih podatkov otrok ne bom izpostavljala s pravimi imeni, ampak le z začetnicami njihovih imen.

Najprej sem intervjuvala brata, šestletnega M, rojenega leta 2008, in osemletnega GA, rojenega leta 2006, iz okolice Medvod. Obiskala sem ju v njunem domačem okolju. Nato sem v prostorih *Televizije Slovenija* intervjuje opravila še s šestletno K iz Ljubljane, šestletno I iz Ljubljane (obe sta rojeni leta 2008), sedemletno P iz Ljubljane, sedemletnim A iz Ljubljane, sedemletnim G iz Škofljice (vsi so rojeni leta 2007) in z osemletno L iz Ljubljane, rojeno leta 2005. L je sestra šestletne K. Nazadnje sem v okolici Kamnika opravila intervju še z osemletnim AL, rojenim leta 2005.

Ker je vloga subjekta pri ustvarjanju posamezne otroške oddaje ključna, sem odgovor na drugo raziskovalno vprašanje iskala ob pomoči *poglobljenih polstrukturiranih intervjujev*. Ti imajo vnaprej določena vprašanja, ki jih zastaviš vsem intervjuvancem (Neuman 2007, 297), a so vseeno dovolj odprta za pridobivanje globljih informacij. Tako sem dobila konkreten vpogled v nastajanje otroške oddaje. Šele po opravljenih intervjujih z urednicama je mogoče ugotoviti, v kakšni meri otroške oddaje ustrezajo svoji ciljni publiko oziroma ali upoštevajo otrokove kriterije znotraj svojih oddaj.

Polstrukturirana intervjuja sem opravila z urednico otroške oddaje *Studio Kriškraš* Anko Bogataj in urednico otroške oddaje *Ribič Pepe* Jelko Ribarič Grabljevec. Gre za urednici in soustvarjalki edinih dveh otroških oddaj, ki sta namenjeni otrokom, starim med šest in osem let, in ki nastajata v produkciji *Televizije Slovenija*. Vprašanja so se nanašala na kriterije kakovostne otroške oddaje, na pričakovanja otrok, na morebitne izboljšave programa, na pozitivne elemente oddaj *Ribič Pepe* in *Studio Kriškraš* ter na morebitne ovire, ki preprečujejo izboljšanje programa.

Jelka Ribarič Grabljevec je na *Televiziji Slovenija* zaposlena že od leta 1985. Urednica oddaje *Ribič Pepe* je postala pred šestimi leti. *Ribič Pepe* pa ni edina oddaja, ki ji urednikuje, saj je tudi urednica mladinske oddaje *Razred zase*. V preteklosti je bila urednica oddaj *S soncem v očeh*, *Pepi vse ve*, *Bine*.

Anka Bogataj je svoje delo na *Televiziji Slovenija* začela pred dvanajstimi leti, pri oddajah *Enajsta šola* in *Knjiga mene briga*. Oddajo *Studio Kriškraš* je zasnovala sama in ji urednikuje od leta 2008. Koncept oddaje se je z leti spreminjal in se razvil v lutkovno mozaično oddajo.

Intervjuja z urednicama sem opravila v prostorih Otroškega in mladinskega programa na *Televiziji Slovenija*. Na vprašanja sta mi odgovarjali pod enakimi pogoji.

Na podlagi kriterijev urednic in elementov, ki so jih kot pomembne gradnike oddaj izpostavili otroci, bom preverila kakovost otroških oddaj *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*. Analizirala bom deset epizod oddaje *Ribič Pepe* iz sezone 2013/14 in deset epizod oddaje *Studio Kriškraš* iz sezone 2013/14. Kot metodo bom uporabila primerjalno analizo, ki se opira na opise in razlage podobnosti oz. razlik znotraj rezultatov (Smelser 2002, 645). Pozorna bom tako na podobnosti kot na elemente, s katerimi oddaji odstopata od izpostavljenih kriterijev. Ugotavljala bom povezave med vsebino oddaj (tj. pojavom) in njenimi vzroki (tj. kriteriji kakovosti urednic) oziroma med vsebino oddaj in njenimi morebitnimi koristnimi posledicami za otroke (Durkheim v Mazman 2008, 77–78).

8 ANALIZA REZULTATOV

8.1 ANALIZA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV Z OTROKI

Vseh devet intervjuvanih otrok je potrdilo, da radi gledajo otroške televizijske oddaje. Iz pogovorov je bilo mogoče razbrati, da vsaj približno ločujejo televizijske žanre, a temu ne posvečajo posebne pozornosti. K otroškemu programu vključujejo oddaje, risanke, filme. Nekateri (M, K, AL, L) so izpostavili, da imajo najraje risanke oziroma animacijo. G rad gleda grozljivke oziroma otrokom prilagojene risanke, v katerih nastopajo vampirji in volkodlaki. Vsem devetim otrokom so všeč vsebine, ki vključujejo tako humor kot poučne elemente. Šestletna K je povedala, da v otroških oddajah vedno nekaj zanimivega naredijo, I meni, da se ob njih lahko zabavaš in hkrati kaj naučiš, G misli, da so zanimive, P je všeč, kadar se junaki zabavajo, istega mnenja sta AL in L. AL, M in I so poudarili, da ne marajo oddaj za odrasle in filmov s prizori nasilja. Tudi GA, A in G so opozorili, kako pomembno je, da je otroški program prilagojen ciljni publiki. A je rekel, da so nekatere risanke za triletnike, G pa, da so nekatere risanke za tiste, ki so bolj otročji. V nadaljevanju bom izpostavila otroški pogled na televizijske junake, na odnose med njimi, na humor v oddajah, na teme v oddajah in njihov odnos do vsebine.

8.1.1 LIKI

Intervjuvanim otrokom so blizu tako lutke v živalskih podobah kot ljudje v vlogi junakov. I, A in GA so med izbiro kolebali. Le AL je povedal, da mu lutke na pogled niso najbolj všeč in da ima raje animirane junake. GA-ju so ljudje malo bližje zato, ker so mu bolj podobni in se zato z njimi lažje poistoveti. Nekaj otrok bi za glavnega junaka postavilo osebo moškega spola. I je določila, da bi skupino otrok vodil sedemnajstletnik. Ta bi moral biti resen in hkrati nagajiv. Skupaj bi se podajali na različne pustolovščine v naravo, kjer bi spoznavali živali. G bi za voditelja izbral sebe. Bil bi vodja svoje skupine, vrstnikom bi določal naloge in jim jih pomagal izvrševati. Tudi GA v vlogi glavnega lika vidi svojega vrstnika.

AL-u je najbližje zamisel o skupini vrstnikov, kjer bi bilo med fanti tudi eno dekle. Ukvarjali bi se s športom, natančneje z nogometom. A bi v ospredje postavil enega junaka, ni pa se mogel odločiti, ali dekle ali fanta. Ta bi počel različne stvari. Nekaterim je bila bližje ideja o lutkah. M bi kot glavna junaka izpostavil lutki fanta in deklince, starih osem let, torej starejših od sebe. Njun dom bi bilo otroško igrišče.

L in P lutke vidita v živalskih podobah. L so najbližje konji, delfini in morski psi, P pa zajčica, hrček, ovca in konj (vsi, razen zajčice, ponovno moškega spola). Le K bi za glavno

junakinjo določila osemletno (od sebe starejšo) deklico, ki bi svet reševala pred sibirskimi tigri. Bila bi vetrovna princesa z bleščečimi lasmi in z bleščečo uniformo. Ogrinjalo bi ji omogočalo letenje.

8.1.2 ODNOSI MED LIKI

Vseh devet intervjuvanih otrok odnosom daje velik pomen. Radi vidijo, da junake povezuje prijateljstvo in da si med seboj pomagajo. Ne marajo krivičnosti. I je sicer dodala, da si junaki lahko kdaj pa kdaj tudi ponagajajo. M in P sta zagovarjala samo prijateljske odnose, prav tako A, čeprav je dodal, da bi se morali junaki sicer med seboj dobro razumeti, če pa se ne bi, se pač ne bi. G dovoljuje prepire, a ne prepogoste. Ker rad gleda grozljivke, ga ne moti, če so liki kdaj zlobni. L bi med svoje živalske junake pomešala dva ali tri zlobne, in sicer odrasle ljudi, ki bi zgodbo zapletli. GA in AL sta omenjala tudi kazni, kadar nekdo prekrši pravila ali ne uboga.

Otroci so besedno zvezo *lepa zgodba* izenačili prav s prijateljskimi oziroma s pozitivnimi medsebojnimi odnosi. K je povedala, da je lepa zgodba umirjena in da se kot pri klasični pravljici na koncu vse srečno izteče. Za P je lepa zgodba prepletena s prijateljskimi odnosi in lepimi pogovori. AL je povedal, da v lepih oddajah ne delajo grdih stvari. Ne zdi se mu zabavno, kadar so junaki nesramni drug do drugega. Za L lepa zgodba vsebuje zaplete, ki se na koncu razrešijo.

8.1.3 HUMOR

Vseh devet intervjuvanih otrok ima rado zabavne oddaje. To sta še posebej izpostavili P in L. Otroci so povedali, da se najbolj nasmejijo smešnim zapletom in nerodnostim likov. K ima rada zabavna presenečenja, ko se, na primer, kaj pokvari in gre nato vse narobe. I najbolj zabavajo smešni izumi in liki, ki radi nagajajo. Pri tem je izpostavila kolobarnike iz oddaje *Studio Kriškraš*. Zabavne so ji tudi pesmice (npr. *Mala mal'ca* iz *Studia Kriškraš*). M in A so smešni liki, ki počnejo smešne stvari in ki so nerodni. Oba sta kot primer zabavnega junaka navedla Kakaduduja iz oddaje *Ribič Pepe*. G in GA imata rada smešne zaplete in situacijsko komiko. L nasmejijo nerodneži in liki s smešnimi glasovi. AL pa se zabava ob junakih, ki počnejo čudne stvari in se jim ob tem vedno kje zalomi. Omenil je *Mr. Beana*.

8.1.4 UČENJE OB TELEVIZIJSKIH VSEBINAH

Intervjuvani otroci so povedali, da se iz oddaj lahko tudi kaj naučijo. Zelo so bili enotni pri temah, ki jih zanimajo. Večina (K, I, M, A, GA, P) jih je izpostavila naravo oziroma živali in ročne spretnosti. K zanima, kako se izdelava papirnatega zmaja, igrače, šotor in lopato. I ima

rada nenavadne izume in pustolovščine v naravi. A bi se rad iz oddaj naučil lepo risati in pravilno striči. G je povedal, da so oddaje, ki te kaj naučijo, večinoma na »enki«, tj. na prvem programu *Televizije Slovenija*. Zanimajo ga čarovnije, glasba in ustvarjanje. Tudi AL rad gleda oddaje o ustvarjanju in o izumih, kjer dobi dobre ideje.

L bi rada izvedela kaj novega s področij matematike in znanosti, povedala pa je, da jo zanima prav vse. P je izpostavila, da bi se morali iz oddaj naučiti, kako biti prijazen drug do drugega, torej pozitivnih medosebnih odnosov.

8.1.5 PODAJANJE TELEVIZIJSKIH VSEBIN

Intervjuvani otroci ločujejo med realnostjo in fikcijo. G je namreč poudaril, da se ne boji kostkotov in vampirjev, ker ve, da niso resnični. Če bi bili resnični, pa bi se jih bal. Povedal je še, da so mu včasih všeč grdi konci, predvsem pri grozljivkah. Zdi se mu pomembno, da prijazni premagajo zlobne. To se zdi pomembno tudi GA-ju.

AL je povedal, da lutke nekdo ustvari in vodi, torej se zaveda, da niso živa bitja. K je pojasnila, da so ji včasih žalostni konci še bolj všeč kot veseli, ker če je vse samo srečno, je to klasična pravljica. L je povedala, da zgodba ne sme preveč spominjati na pravljico. Da mora biti polna zapletov, ki se morajo na koncu razrešiti. AL ima rad srečne konce, a brez zapletov ne gre. Pravi, da je na začetku ponavadi vse v redu, nato se vse poslabša in kasneje ponovno izboljša. Kot primer je navedel lov na mamuta – lačni praljudje so ga lovili in lovili in ko so že skoraj obupali, jim je končno uspelo.

GA se zaveda, da so liki kdaj srečni, kdaj žalostni in da tudi pogumnim kdaj ne uspe. P, A, M in I imajo radi samo srečne konce. I ne mara, kadar kdo umre.

I in M sta povedala, da ju pri vsebinah otroških oddaj nič ne moti, ne marata pa programa za odrasle. P, G in L se strinjajo, da so to dolgočasne oddaje, kjer se ne zgodi nič zabavnega. G-ja moti, če so vsi ves čas resni in če se ves čas dogajajo iste stvari (tj. monotonost). GA in K sta opozorila na predolge vsebine. GA-ja zmoti tudi preveč govorjenja in preglasni junaki. A ne gleda otroških oddaj in risank, ki so za mlajše. Povedal je, da noče, da bi ga imeli za norca. K se je spomnila tudi na reklame. Moti jo, ker mora vedno toliko časa čakati na najbolj zanimive dele.

8.2 ANALIZA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV Z UREDNICAMA

Obe intervjuvani urednici, tako Anka Bogataj (2014) kot Jelka Ribarič Grabljevec (2014), sta izpostavili, da kakovostne televizijske otroške oddaje vsebujejo preplet tako izobraževalnih

elementov kot zabavnih vložkov. Bogatajeva (prav tam) je dodala, da so ključnega pomena iskrenost do gledalcev, dobro poznavanje ciljnih skupin, njihovih razvojnih lastnosti, potreb, želja in zmožnosti percepcije. Prav tako se je po mnenju Bogatajeve (prav tam) treba zavedati, da se otroci učijo v vsakem trenutku, pa čeprav je morda neka oddaja definirana zgolj kot zabavna.

V nadaljevanju bom predstavila kriterije, ki sta jih obe urednici izpostavili kot pomembne.

8.2.1 JASNOST PRI PODAJANJU VSEBIN

Bogatajeva (prav tam) je poudarila pomembnost jasnosti vsebine, saj v nasprotnem primeru gledalca zmedemo ali mu posredujemo napačno sporočilo. S tem izgubimo njegovo pozornost in zaupanje. Na tem mestu je Bogatajeva (prav tam) kot pragonilo kakovostne otroške oddaje izpostavila temeljito poznavanje ciljne publike. Ribarič Grabljevska (2014) je povedala, da moramo otroku ponuditi znano okolje, ki ga lahko primerja s svojimi doživetji, hkrati pa mu moramo omogočiti, da razvija ideje za nova spoznanja. Vsaka oddaja mora imeti po besedah Ribarič Grabljevske (prav tam) logičen začetek, sredino in konec.

8.2.2 HUMOR

Ribarič Grabljevska (prav tam) je med svojimi kriteriji kakovosti humor postavila na prvo mesto in povedala, da zaradi dolgoletnega dela z otroki zna oceniti, kaj se zdi otrokom zabavno. Tudi Bogatajeva (2014) humorja ni izpustila. Dodala je (prav tam), da se z ekipo trudijo v oddajo *Studio Kriškraš* vključiti zgodbe, začinjene s humorjem in z veliko mero zabave. Po besedah Ribarič Grabljevske (2014) se v oddajah *Ribič Pepe* otroci razvedrijo ob plesnih vložkih in glasbi.

8.2.3 LIKI

Ribarič Grabljevska (prav tam) je povedala, da mora kakovostna otroška oddaja vsebovati otrokom prijazne like, ki s svojim karakterjem pritegnejo pozornost, a ne smejo biti sladkobni. Otrok se mora po njenem mnenju (prav tam) z likom poistovetiti in najti vzporednice s samim seboj. Tudi Bogatajeva (2014) je izpostavila pomembnost vzornikov, od katerih se otroci učijo v čustvenem in izkustvenem pomenu. »V oddaji *Studio Kriškraš* se otroci lahko na več nivojih učijo od svojih vrstnikov in hkrati od studijskih likov, ki jim dajejo pozitiven zgled v medosebnih odnosih,« je še povedala Bogatajeva (prav tam).

8.2.4 REŠEVANJE KONFLIKTOV IN PROBLEMOV

Ribarič Grabljevska (2014) se zdi pomembno, da oddaja izpostavi nek za otroka nerešljiv problem oziroma težavo, ki mora biti na koncu seveda razrešena. Srečen konec otroka pomiri.

S tem se očiščuje svojih strahov in bojazni. Ribarič Grabljevska (prav tam) je na tem mestu omenila otroško oddajo *S soncem v očeh*, ki jo je delala v preteklosti. Opozorila je (prav tam), da je treba paziti tudi pri humorju. Če nek lik na primer pade, se mora pobrati in se ne sme poškodovati oziroma mora biti na koncu z njim vse v redu (prav tam). Tudi Bogatajeva (2014) je omenila zgodbe, ki otroke očiščujejo strahov in jim pomagajo reševati probleme. Obe urednici (2014) sta izpostavili pomembnost, da s televizijskimi otroškimi vsebinami krepimo otrokovo samozavest in ga spodbujamo k samostojnosti.

8.2.5 SPOZNAVANJE SVETA IN DOMAČE KULTURE

Bogatajeva (2014) je povedala, da otroci radi gledajo svetove, podobne njihovim, hkrati pa si želijo preseči meje poznanega in zato srkajo vsakršne informacije, ki so podane na njim razumljiv in zanimiv način. Po njenih besedah (prav tam) je pomembno spodbujati otrokovo željo po raziskovanju, postavljanju vprašanj in soudeleževanju. Spodbujati jih je treba k razmišljanju z osupljivimi dejstvi znanosti, narave in tehnologije, jih obveščati in se jim približati na estetski ravni. Tudi Ribarič Grabljevska (2014) je izpostavila, da morajo oddaje otroke spodbujati k postavljanju dodatnih vprašanj, k razmišljanju in povezovanju starih in novih znanj. Ribarič Grabljevska (prav tam) namreč meni, da je spoznavanje sveta pomemben dejavnik v otrokovem razvoju in da mu že bližnji travnik predstavlja pravo pustolovščino. Ali to upoštevata v svojih oddajah? Po besedah Bogatejeve (2014) otrokom v oddaji *Studio Kriškraš* predstavljajo živali v za to namenjeni rubriki, poskušajo jim približati bralno kulturo itd. Bogatajevi (prav tam) se zdijo pomembne tudi vsebine, ki utrjujejo tradicijo in nacionalno kulturo. S tem se strinja Ribarič Grabljevska (2014), saj poskušajo v oddajah *Ribič Pepe* slednjo obuditi. Lansko sezono so po njenih besedah (prav tam) v oddaje vključili slovenske ljudske pesmi, letos pa se bodo posvetili pozabljenim otroškim igram. Po besedah Ribarič Grabljevske (prav tam) je treba otrokom širiti obzorja na zabaven in izkustven način, nikakor pa ne ex cathedra.

Pri delu Bogatajevo (2014) najbolj omejuje neizprosen tempo ustvarjanja tedenske oddaje, prilagajanje času in tehnološkim spremembam. Prav tako bi si želela bolj predano ustvarjalno ekipo, katere vsak posameznik bi resnično čutil otroški svet (prav tam). Tudi Ribarič Grabljevska (2014) občuti pomanjkanje ustvarjalnega entuziazma, kakovostnih scenarijev in navsezadnje denarja.

8.3 PRIMERJALNA ANALIZA IZPOSTAVLJENIH KRITERIJEV KAKOVOSTI V ODDAJAH *STUDIO KRIŠKRAŠ* IN *RIBIČ PEPE*

V televizijskih oddajah *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe* sem iskala in primerjala med seboj tiste elemente, ki so jih intervjuvani otroci in urednici izpostavili kot kakovostne oz. kot pomembne gradnike otroških oddaj, in sicer:

- Otrokom so bližje junaki moškega spola.
- Otroci imajo radi skupine prijateljev, od katerih se lahko učijo.
- Otrokom so blizu njihovi vrstniki, s katerimi se poistovetijo.
- Otroci imajo radi zaplete, a pričakujejo, da se bodo razrešili.
- Otroci ločujejo med resnostjo in zabavo.
- Otroci se nasmejijo nerodnim situacijam in nerodnim posebnem.
- Otroci imajo radi nenavadne izume, naravo oz. živali, uganke, pustolovščine in ročne spretnosti.
- Otroci imajo radi srečne konce (čeprav se jih večina zaveda, da v življenju ni vedno tako).
- Otrokom je treba širiti obzorja in jih očiščevati strahov.
- V otrocih je treba obujati odnos do domače kulture.
- Otroci imajo radi preplet poučnih in zabavnih elementov.

8.3.1 ODDAJA *STUDIO KRIŠKRAŠ*

Analizirala sem prvih deset delov oddaje *Studio Kriškraš* iz sezone 2013/14. Oddaje so bile na sporedu vsako soboto, od 5. 10. 2013 do 7. 12. 2013. Oddaje so dolge okrog 25 minut. Voditelji oddaje so lutke, in sicer živali. Poleg njih v oddaji s svojimi dokumentarnimi otroškimi zgodbami sodelujejo tudi otroci. Njihovi portreti so razdeljeni na tri prispevke. V vsaki oddaji se s svojo najljubšo dejavnostjo predstavi en ali dva otroka, stara med pet in osem let. Lutka ježa Juša v posebni rubriki predstavlja živali iz ljubljanskega živalskega vrta. Ostale rubrike, ki sestavljajo oddajo, so: spot *Mala mal'ca*, *Galerija*, kjer so predstavljene otroške risbe, *Izumiteljski kotiček*, kjer glavna junaka Črtek in Bor izmenjaje s Črtico izumljata nenavadne stvari, *Živa risbica* (animacija, sestavljena iz otroških risb), *BBB* (tj. *Bober Bor bere*), kjer so predstavljene kakovostne otroške slikanice, in *Kulturni brlog*, v katerem Bor predstavlja različne kulturne dogodke za otroke.

V oddaji se mešajo tako poučni (rubriki *BBB*, *KB*, *Juševe živali*) kot zabavni elementi (velikanska zobna ščetka, ki Boru v vsaki oddaji umije zobe, pesem *Mala mal'ca*, norčije

kolobarnikov, Črtica pogosto zamenjuje besede, Črtek je neroden, Borček ima nenavadne zamisli itd.), kar so kot pozitiven kriterij izpostavili tako intervjuvani otroci kot urednici oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014).

Glavni liki v oddaji so: krtek Črtek, krtica Črtica, bober Bor, veverica Šviga, jež Juš in štirje kolobarniki (Lužoslav, Blatoljub, Brkomir in Deževina). Gre za skupino, ki jo povezujejo prijateljske vezi. Med sabo se vsi liki dobro razumejo in se skoraj nikoli ne sprejo. Najbolj nagajivi so kolobarniki, ročne lutke, narejene iz nogavic. Kolobarniki ne govorijo, a pogosto ušpičijo kakšno neumnost. Če pride do konflikta, ga do konca oddaje rešijo.

Naj izpostavim tiste lastnosti junakov in situacije v oddajah *Studio Kriškraš*, ki se ujemajo s pričakovani intervjuvanih otrok:

- Junaki so stari približno toliko kot ciljna publika.
- Prevladujejo junaki moškega spola (šest živali moškega spola in tri ženskega).
- Junaki se med seboj odlično razumejo in se imajo radi.
- Kadar pride do konflikta, ga skupaj rešijo (npr. v osmi oddaji je Črtek prek telefona kot vesoljec strašil Črtico in Švigo, ker je hotel priti do sladkarij; ko sta voditeljici odkrili ukano, sta se oblekli v vesoljki in ga prestrašili; na koncu se jima je Črtek opravičil in vse je bilo v najlepšem redu).
- V nekaterih delih so junaki smešno oblečeni (npr. v deveti oddaji je Bor oblečen v baletko, Črtek pa v metulja).
- Kdaj so nerodni in se jim zato kaj ponesreči (npr. nedeljuoč »poink« v prvi oddaji, sredi pete oddaje Borček zaspi in začne smrčati, Črtica se v sedmi oddaji kot gostiteljica nerodno vede, sama poje piškote za goste).

Glede na odgovore intervjuvanih otrok so junaki oddaje *Studio Kriškraš* za to ciljno publiko primerni. Z njimi se lahko poistovetijo in v njihovi družbi nabirajo novo znanje oziroma nadgrajujejo starega (npr. vsako oddajo spoznajo novo žival, v peti oddaji so se učili računati, v četrti so spoznavali svet not, v sedmi so se na zabaven način učili bontona, v šesti so izvedeli, kako ravnati s hišnim ljubljencem). Tudi glede na odgovore urednic (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) je otrokom v oddaji *Studio Kriškraš* ponujeno varno okolje med njihovimi vrstniki in pozitiven zgled v odnosih.

Že pri opisu junakov sem se dotaknila tudi humorja. Intervjuvani otroci so izpostavili situacije, ko se kateremu od likov kaj zalomi, ko je kdo neroden in komedijo zmešnjav. V

oddaji *Studio Kriškraš* take situacije niso redke (npr. v deveti oddaji se Črtek in Borček učita plesati balet, v deseti oddaji se kolobarnika med šivanjem zapleteta v nit, v sedmi oddaji se Črtica in Deževina med pospravljanjem žgečkata z omeli).

Pri poučnih temah so otroci izpostavili naravo oz. živali, pustolovščine, nenavadne izume in ročne spretnosti. Rubrika o živalih je v oddaji *Studio Kriškraš* kratka. Gre sicer za uganko, ob kateri otroci lahko tudi sami ugibajo, katero žival bo Juš predstavil. Ko je žival razkrita, o njej ne izvemo prav dosti. Nenavadni izumi (npr. koncertomat v četrti oddaji, pomanjševalnik velikih stvari v drugi oddaji) nastajajo v rubriki *Izumiteljski kotiček*, a so pogosto neuspešni oziroma se izumiteljema kaj zalomi. Otrokom tako prej burijo domišljijo, kot pa jih naučijo izdelati nekaj praktičnega. Na male pustolovščine se podajajo otroci v prispevkih, ko raziskujejo naravo (npr. Tin in Lina v drugi oddaji, Žak v tretji oddaji, Aljaž in Nika v peti oddaji). Oddaja s tem spodbuja željo po raziskovanju in širjenju obzorij, na kar sta v intervjujih opozorili urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014).

Vsebine se pogosto vrtijo okrog izpostavljenega problema ali težave, katere pomembnost sta poudarili urednici oddaj (prav tam). Na koncu se rešitev vedno najde (npr. v šesti oddaji, ko izgubljen mucek najde dom pri dečku, v četrti oddaji, ko se Šviga nauči igrati klavir) in pravičnost zmaga nad vsem ostalim (npr. v drugi oddaji, ko kolobarnika zlepit in okrasita Črtičino vazo, ki sta jo razbila, in se opravičita; v osmi oddaji, ko Črtica in Šviga spregledata Črtkovo potegavščino), kar so zagovarjali tudi intervjuvani otroci. V nekaterih analiziranih epizodah oddaje *Studio Kriškraš* so ključni zapleti premalo izraziti oz. jih zakrijejo podzgodbe (npr. v tretji oddaji junaki ugotavljajo, čigava stopinja se je znašla na voditeljskem pultu; ob tem Bor izgubi dinosavra, Črtek poskuša začeti oddajo ...).

Intervjuvani otroci so povedali, da želijo jasne zgodbe z zapletom in nato razpletom. Več podzgodb jih lahko zmede, saj ne vedo, na kaj v oddaji bi se osredotočili. Nekaj analiziranih epizod nima jasno začrtanega problema (npr. v peti oddaji, kjer junaki le štejejo in šele proti koncu začnejo iskati največji račun na svetu; v šesti oddaji Črtek le govori o svojem novem hišnem ljubljencu, a ga nikoli ne pokaže). Glede na intervjuja z urednicama (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) bi morala vsaka oddaja odpreti za otroka pomemben problem (kot je npr. v četrti oddaji Švigin problem, da ne zna igrati klavirja; v šesti oddaji se zgodba pleče okrog mucka, ki se je izgubil) in mu z reševanjem pomagati očistiti strahove oziroma dileme.

Analizirana oddaja *Studio Kriškraš* ni monotona, saj jo popestrijo številne rubrike. Junaki se veliko smeji in zabavajo, torej se redko resni, kar bi verjetno zadovoljilo pričakovanja intervjuvanih otrok.

8.3.2 ODDAJA RIBIČ PEPE

Analizirala sem prvih deset delov oddaje *Ribič Pepe* iz sezone 2013/14. Oddaje, dolge približno 20 minut, so bile na sporedu vsako soboto, od 5. 10. 2013 do 7. 12. 2013. Voditelj oddaje je ribič Pepe, družbo mu delata lutka, in sicer kakadu Kakadudu in lisjak Foksner. Ne manjkajo niti otroci. Vidimo jih v vlogi pevcev, plesalcev, pomočnikov v rubriki *Mali spretni prstki* oziroma v vlogi statistov in opazovalcev. Studijske dele prekinjajo naslednje rubrike: *Mali spretni prstki*, *Zapojmo še vsi skupaj*, *Foksnerjev kviz*, *Gremo okrog sveta*.

Vsi trije junaki so moškega spola. Ribič Pepe je umirjen starejši gospod, dober prijatelj otrok. Zna risati, izdelovati različne stvari, plesati in peti. Se pa zaradi njegove starosti otroci z njim težje poistovetijo. Nihče od intervjuvanih otrok namreč kot idealnega junaka ni omenil nekoga, ki je toliko starejši od njih. V njihovih očeh je verjetno bolj vzgojitelj ali učitelj, ki veliko zna in ve. Ker ima toliko različnih talentov, je lahko otrokom vseeno pozitiven vzgled. Otroci so v intervjujih izpostavili, da jih ročne spretnosti in risanje zanimajo. Prav tako imajo radi glasbo in ples, na kar sta opozorili urednici oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014).

Kakadudu je vrstnik otrok, a se zaradi trme, odrezavosti (npr. v tretji oddaji reče, naj otroci in Pepe kar sami zapojejo kitico o nesramnici, ki trga rožice), domišljavosti (npr. v prvi oddaji se hvali, da poje z angelskim glasom, čeprav poje slabo; v četrti oddaji reče, da niso vsi rojeni za petje tako kot on; v vseh delih poudarja, da je super faca) in pritoževanja (npr. v tretji oddaji reče, da je od učenja na smrt utrujen) otrok z njim težje identificira. Nekaj intervjuvanih otrok ga je izpostavilo kot smešnega junaka, ki smešno govori. Ves čas tekmuje in se prepira z lisjakom Foksnerjem (v prvi oddaji mu reče FFF, kar pomeni: figo freško Foksi; v tretji oddaji mu reče, da ga v znanju prekaša z zavezanimi očmi in da bo pozelenel od zavisti; v sedmi oddaji mu reče, da nima pojma o lepoti in da je lep in pameten on).

Foksnerju je starost težko določiti. Njegova vloga naj bi bila bolj negativna (saj sta ga v preteklih sezonah Kakadudu in Pepe celo lovila), a je karakterno zelo podoben Kakaduduju, ki je pozitiven lik. Včasih ga Kakadudu preglasi in zato Foksner užaljen odide. Njun spor ostaja iz oddaje v oddajo nerazrešen, kar intervjuvanim otrokom glede na njihove odgovore ni všeč.

Odnosi med vsemi tremi liki naj bi bili kljub stalnim prepričanjem Kakaduduja in Foksnerja prijateljski. A nerazrešen odnos lahko otroke zmede, takšne situacije pa se v analiziranih oddajah večkrat pojavljajo. Naj izpostavim prizor iz druge oddaje, ko ribič Pepe žabama (tj. lutkama), ki glasno pojeta brez posluha, pove, da ne znata peti. Žabi sta užaljeni, a pri tem ostane. Nihče ju ne potolaži oziroma jima ne pojasni, da ni mislil nič hudega. Otrok lahko dobi občutek, da ne sme peti, če nima absolutnega posluha.

Pepe se redko odzove s komentarjem na besedne spopade svojih prijateljev (npr. v peti oddaji Kakaduduja opozori, naj neha nergati). Naj kot primer navedem prizor iz četrte oddaje, ko Kakadudu reče, da raje ne omenja posameznikov, ki so grozni pevci, in doda, da je to Foksner. Foksner ga izzove na boj v znanju in ga ozmerja s »ptič prevzetni«. Nihče pa ju ne pomiri ali vsaj spodbudi k premirju. Foksner zelo pogosto na koncu oddaje užaljen oddrvi (npr. v tretji oddaji, ko reče, da odhaja zelen od besa; v šesti oddaji, ko reče, da odhaja ves pobit; v sedmi oddaji, ko reče, da ga moti Kakadudujevo obnašanje; v osmi oddaji, ko reče, da užaljen odhaja). Nekajkrat pa odide tudi dobre volje (v prvi, drugi, peti in deseti oddaji).

Zabavni elementi so v analiziranih oddajah prisotni, a ne prav pogosto v podobi situacijske komike. Smešni so prizori, ko Kakadudu poje znano pesem z napačnim besedilom (npr. v prvi in četrsti oddaji) oz. ko poje razglašeno (npr. v prvi in drugi oddaji), smešne so nerodnosti junakov (npr. ko v sedmi oddaji Kakadudu z muholovcem po nesreči lopne Pepeta; v tretji oddaji, ko je pogumnega Kakaduduja strah, da je sam, in zato glasno kliče Pepeta), a so redke.

Nerazrešene odnose med liki rešujejo tiste rubrike, iz katerih se otroci lahko kaj naučijo. V rubriki *Mali spretni prstki* otroci spoznavajo, kaj vse se lahko naredi iz materialov, ki jih imajo doma oziroma ki so jim dostopni (npr. v prvi oddaji so izdelali papirnate barčice, v drugi oddaji žabje čepice, v četrsti oddaji ptičke, v peti oddaji volčje maske). V *Foksnerjevem kvizu* lahko skupaj z junakoma iščejo pravilne odgovore in nadgrajujejo svoje znanje s področja narave in živali (npr. v drugi oddaji so tema kviza žabe, v četrsti oddaji ptice selivke, v peti oddaji volkovi, v šesti oddaji gobe), v rubriki *Zapojmo še vsi skupaj* pa usvajajo različne glasbene zvrsti in spoznavajo besedila slovenskih ljudskih pesmi, kar krepi njihov odnos do nacionalne kulture.

Na tem mestu bi ponovno izpostavila Kakadudujev karakter in njegov problematičen odnos do pridobivanja novega znanja oziroma njegovo prepričanje, da že vse ve (npr. v drugi oddaji reče, da on o žabah ve vse in da ga v petju ne prekaša nihče; v tretji oddaji reče, da njega to ne zanima, ker ne hodi v hribe; v peti oddaji reče, da se ve, kdo prekaša vse – on; v šesti oddaji

reče, da o gobah ve vse), kar je za otroke negativen vzgled. Urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) namreč zagovarjata like, ki bi otroke spodbujali k raziskovanju in razmišljanju.

Intervjuvani otroci so izpostavili pomembnost vsebinskih zapletov in presenetljivih preobratov. V analiziranih oddajah *Ribič Pepe* slednjih nisem našla, niti ni razreševanja problemov, katerih pomembnost sta poudarili urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014).

9 RAZPRAVA

Glavni cilj mojega magistrskega dela je bil ugotoviti, ali vsebina slovenskega otroškega televizijskega programa, namenjenega otrokom, starim od šest do osem let, ustreza starosti ciljne publike oziroma do kakšne mere se ujemajo kriteriji kakovosti ustvarjalcev programa s pričakovani otroki, ki jih nagovarjajo. Ker v slovenski televizijski produkciji nastajata samo dve oddaji, namenjeni otrokom prvega triletja osnovne šole, in sicer na *Televiziji Slovenija*, sem se osredotočila nanju. Rezultati analize poglobljenih intervjujev z urednicama in z otroki ter primerjalna analiza obeh oddaj zaradi premajhnega vzorca intervjuvancev ne morejo veljati za reprezentativne, bodo pa ugotovitve vseeno izpostavile določene iztočnice, ki so lahko spodbuda pri nadaljnjih raziskavah oziroma smernice pri kakovostnem ustvarjanju oddaj za to starostno skupino.

Naj se najprej osredotočim na rezultate poglobljenih intervjujev z otroki, saj sem jih postavila v središče svoje raziskave. Kot piše Smrtnik Vituličeva (2009), začnejo otroci v obdobju med šestim in osmim letom starosti upoštevati različne vidike situacij, različne karakterje, različna čustvena stanja in se postopno učiti uravnavanja čustev. To so s svojimi odgovori potrdili. Naj kot primer navedem GA-ja, ki je rekel, da so junaki včasih veseli, drugič žalostni, I-o, ki ima rada malo resne in malo nagajive junake, ter G-ja in K-o, ki sta opozorila, da konec ne more biti vedno srečen. K je dodala, da je tako samo v pravljicah. Da jim je učenje uravnoveženih čustev pomembno, je razvidno iz P-jinega odgovora, ki se opira na željo naučiti se, kako biti prijazen drug do drugega.

Vsi intervjuvani otroci so izpostavili tudi pomembnost prijateljev. V tem obdobju vrstniki za otroke nosijo velik pomen (Košir 2011, Smrtnik Vitulič 2009). Treba je izpostaviti le razliko med odgovori šestletnikov, ki vzornike vidijo v malo starejših junakih (osemletnikih), ter sedem in osemletnikov, ki se najlažje poistovetijo z junaki svoje starosti. Vsem devetim intervjuvanim otrokom se zdi prijateljstvo nekaj najbolj dragocenega, nekaj, kar premaga vse konflikte in težave; nekaj, kar je treba skrbno varovati. V tem obdobju otroci še vedno verjamejo, da mora dobro premagati zlo in da je samo ena pot prava, vse ostale so nepravilne (Smrtnik Vitulič 2009, 386). So zagovorniki pravičnosti. G je povedal, da so v eni od risank dobri vojaki na koncu pokončali zlobne, GA je razložil, da je bil grozni Gašper kaznovan za svoje lumparije, K pa bi s svojo pogumno junakinjo rešila svet pred sibirskimi tigri.

Odgovori intervjuvanih dečkov se niso dosti razlikovali od odgovorov deklic. Le GA in G sta povedala, da rada gledata tudi nekatere risanke, ki vključujejo orožje in nasilje. Ostalim deklicam in dečkom se zdi pomembno, da zgodbe niso preveč nasilne (Plenk 2009).

Iz intervjujev je razvidno, da so otroci odlični opazovalci in poslušalci. Posamezne prizore in dialoge med televizijskimi junaki, ki so se jim vtisnili v spomin, so opisali zelo natančno. Njihovo pozornost je torej treba znati pritegniti, hkrati pa upoštevati njihove kulturne in razvojne potrebe (Merrow 1990/91).

Vsi intervjuvani otroci so potrdili, da še vedno najraje gledajo otroški program (Keyton in dr. 2007). Čeprav začnejo z vstopom v šolo dajati prednost televizijskemu programu, ki temelji na humorju in odnosih (Orde 2012, 38), se ob gledanju oddaj še vedno radi česa naučijo. I je povedala, da se ob gledanju otroških oddaj lahko zabavaš in hkrati tudi kaj naučiš. Na tem mestu lahko zavrnem trditev Keytonove in dr. (2007), ki pravijo, da televizijska vsebina otrokom v prvi vrsti predstavlja vir zabave, ne zavedajoč se, da se ob njej učijo. Otrokom se zdijo različni televizijski žanri primerni za širjenje znanja, tudi risanke (Holler in dr. 2012a, 11).

Otrok se ne sme zabavati na otročji način (Fuhs in dr. 2012, 10), kar so izpostavili sami. Intervjuvanec A je povedal, da ne gleda risank za triletnike, da ga ne bi imeli za norca. Ne marajo niti programa za odrasle, na kar so opozorili intervjuvanci M, I in AL. Zavedajo se, da odrasle vsebine zanje niso primerne, torej sami pozivajo k temu, naj ustvarjalci otroške televizije poznajo publiko, ki jo nagovarjajo. Zelo so občutljivi na to, ali jim je neka oddaja resnično namenjena (Plenk 2009). Želijo, da jih družba sprejme take, kot so (Neuss 2009, 15), in da jih jemlje resno, kot oni resno jemljejo življenje (Bult 2009). V tem obdobju se že začnejo zavedati, da življenje ni pravljica, kar je bilo razbrati iz njihovih odgovorov (npr. I je izpostavila smrt papige v filmu *Gremo mi po svoje*).

Eden od intervjuvanih otrok (tj. G) je opazil razliko med komercialnim programom in javno televizijo. Povedal je, da na »enki« (tj. prvi program *Televizije Slovenija*) predvajajo oddaje, kjer se kaj naučiš, na drugih programih (kot primer je navedel »štiristko«) pa najdemo risanke s kostkoti, vampirji in podobnimi vsebinami. Grewenig (2009, 7) opozarja, da javni servisi ne bi smeli pozabiti na svoje poslanstvo in na zavedanje, kako pomemben je otroški program za celotno družbo.

Glede na intervjuje otroke pritegnejo televizijske vsebine, ki vključujejo: močan subjekt oziroma junaka njihove starosti (Plenk 2009), s katerim se lahko identificirajo, skupino prijateljev, ki skupaj rešujejo težave (Callister in dr. 2007), odnose (Neuss 2009), pravičnost (Neuss 2009), zgodbe s smešnimi zapleti in nerodnosti junakov, živali in naravo, pustolovščine, nenavadni izume in ročne spretnosti, uganke, in jasno dramsko strukturo, primerno ciljni publiki (Plenk 2009).

Intervjuvanim otrokom (tako deklicam kot dečkom) so bližje junaki moškega spola oz. skupina vrstnikov, ki jih povezujejo prijateljske vezi. Radi imajo junake, ki se kljub svoji »majhnosti« oziroma mladosti s posebno močjo borijo za pravico (Mikos 2009). Intervjuvanka K si je izmislila junakinjo, vetrovno princeso, ki bo svet rešila pred nevarnimi sibirskimi tigri. Nekaterim (AL, GA, G, K, I) je bolj všeč, da so televizijski junaki ljudje, drugim (L, P, M), da so lutke, predvsem živali. Intervjuvanec A se ni mogel odločiti. Bližje jim je znano okolje, kjer se počutijo varne (M je omenil otroško igrišče). Iz varnega gnezda se odpravijo skupaj z junaki in do zdaj osvojene izkušnje nadgrajujejo z novimi.

Kot sem navedla že na začetku razprave, v slovenskem prostoru za otroke, stare od šest do osem let, nastajata dve otroški televizijski oddaji, in sicer *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*. Z intervjuvanjem urednic sem preverila, do kakšne mere ustvarjalci teh dveh oddaj upoštevajo razvojno stopnjo in pričakovanja svoje ciljne publike. Njune odgovore sem primerjala z odgovori otrok in ugotovila, da so si zelo podobni. Urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) sta glede na ujemanje odgovorov seznanjeni s pogledom otrok te starosti in njihovim prepričanjem, kdo in zakaj gleda nek konkreten program (Linebarger in dr. 2008). Kot kriterije kakovosti sta izpostavili močne in pozitivne like, s katerimi se otroci lahko identificirajo, humor, pozitivne zglede v odnosih, jasne zgodbe, ki v ospredje postavijo za otroke pomemben problem, ki se na koncu razreši, vsebine, ki spodbujajo željo po raziskovanju in širjenju obzorij znanja (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014).

Urednici (prav tam) sta prepričani, da mora oddaja poleg zabave zagotavljati še izobraževalne elemente, informiranje in prebujanje občutka za nacionalno kulturo (Grewenig 2009, 7). Tudi intervjuvani otroci menijo, da se ob televiziji lahko tako zabavajo kot kaj zanimivega naučijo.

Kot enega najpomembnejših kriterijev kakovosti sta urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) izpostavili jasnost zgodbe, kar se zdi pomembno tudi intervjuvanim otrokom. Iz odgovorov AL-a, L-e in K-e je razvidno, da razumejo dramsko zgradbo oz. dramaturgijo zgodbe, tj. začetek, zaplet, vrh, razplet in konec.

Pri izboljševanju kakovosti oddaj urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) vidita največjo oviro v pomanjkanju dobrih scenaristov, ki poznajo ciljno publiko, in v pomanjkanju ekipnega entuziazma, kar so nemški uredniki otroških programov v analizi Hacklove (2005) vključili med elemente kakovostne otroške televizije.

Otroški oddaji *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe* vključujeta kar nekaj kriterijev kakovosti, ki sta jih izpostavili urednici oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) oziroma ki so jih izpostavili intervjuvani otroci. V oddaji *Studio Kriškraš* prevladujejo liki moškega spola (Črtek, Bor, Juš, Lužoslav, Blatoljub, Brkomir), v oddaji *Ribič Pepe* so vsi liki moškega spola (Pepe, Kakadudu, Foksner). Kot pišeta Schlote in Gröller (2008, 26), tudi v Nemčiji glede na analizo prevladujejo moški voditelji otroških oddaj. Pri obeh slovenskih oddajah gre za skupino prijateljev, le da je prijateljstvo v oddaji *Ribič Pepe* včasih nejasno. Junaki v oddaji *Studio Kriškraš* so vrstniki svoje ciljne publike. Med seboj si pomagajo, se radi skupaj zabavajo in se učijo. Ker se otroci skoraj vedno postavijo v kožo glavnih akterjev (Plenk 2009), so pozitivni odnosi med njimi toliko bolj pomembni. Intervjuvani otroci so sicer v večini kot junake favorizirali prave ljudi in ne lutk, a oddaja *Studio Kriškraš* v otroških prispevkih predstavlja tudi otroke v domačem okolju in njihove zgodbe, s katerimi se gledalci lahko poistovetijo. Kot piše Fürstova (2009, 11), je zelo pomembno, da otroške oddaje vključujejo »prave« otroke pri vsakodnevnih opravilih in v različnih čustvenih stanjih.

V oddaji *Ribič Pepe* je ribič resnična oseba. Za otroke predstavlja pozitiven zgled, saj ima veliko talentov, je prijazen in umirjen, se pa zaradi razlike v letih otroci z njim težje poistovetijo. Še bolj problematična sta Kakadudu in Foksner, čeprav sta dva intervjuvana otroka (A in M) Kakaduduja izpostavila kot smešen lik, enemu (GA-ju) pa se zdi preglasen. Odnos med Foksnerjem in Kakadudujem je kompleksen. Kakadudu naj bi bil kljub svoji domišljavosti in odrezavosti pozitiven junak, Foksner, ki mu je v marsičem podoben, pa negativen. Iz oddaje v oddajo se njuni prepiri nadaljujejo in niso nikoli razrešeni. Niti Pepe ju ne spodbuja k premirju oziroma to stori zelo redko.

Kot piše Plenkova (2009), otroke nejasne situacije in manjkajoča pojasnila zmotijo. Predvsem na Kakadudujeve provokacije bi se moral Pepe vedno odzvati in mu na lep način pojasniti, da niso primerne. Spodbujati bi ga moral k potrpežljivosti in k zavedanju, da ni sam na svetu. Poleg tega je Kakadudu prepričan, da je najbolj pameten ter da vse zna in ve, s čimer v otrocih prebudi napačno sporočilo. Otroke bi moral namreč spodbujati, da k učenju pristopajo z radoživostjo in entuziazmom (Fuhs in dr. 2012, Hüther 2012). Že sami z vstopom v šolo

izgubijo nekaj zanimanja za programe, ki vključujejo izobraževalno noto (Orde 2012, 38), in imajo odpor do vsega, kar spominja na klasično idejo učenja (Fisch in dr. 2010, 44).

Humor v oddaji *Ribič Pepe* se najpogosteje pojavlja pri komunikaciji oziroma na verbalni ravni. Malo je situacijske komike oz. nerodnosti junakov, kar so kot smešno izpostavili intervjuvani otroci. V oddaji *Studio Kriškraš* je komičnih situacij več. Ena od intervjuvanih otrok (I) je izpostavila norčije kolobarnikov in nenavadne izume v *Izumiteljskem kotičku*, ko se izumiteljema skoraj vedno kaj zalomi. Humornih nenavadnih zapletov bi bilo lahko v oddajah čim več, saj je televizija medij zabave in mora zato otroke znati nasmejati (Grewenig 2009, 7–9). Pomembnost humorja so v intervjujih potrdili tako urednici oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) kot vsi intervjuvani otroci.

Otroci med gledanjem televizije sprejemajo televizijske vsebine, si v glavi kreirajo njihove pomene, usvojeno znanje pa oblikujejo po svoje in ga povežejo z že obstoječim (Fuhs in dr. 2012, 4). Zato jim je potrebno pripraviti varno in privlačno okolje, v katerem se bodo svobodno razvijali, česar se zavedata urednici obeh oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014). Oddaja *Studio Kriškraš* otroke spodbuja k raziskovanju okolice in k širjenju svetov domišljije. Ob svojih vrstnikih se učijo pozitivnih medosebnih odnosov in reševanja zanje pomembnih problemov. Z lutko bobrom Borom spoznavajo različne aktualne kulturne dogodke. Ker je bober Bor strasten bralec otroških knjig, v otrocih prebujata pozitiven odnos do bralne kulture. Jež Juš ima rad živali, zato se vedno javlja samo s terena in predstavlja živali na otrokom razumljiv način. Rubrika vključuje uganko, kar intervjuvanka K vidi kot zabaven element. Vsi intervjuvani otroci so izpostavili svojo simpatijo do živalskega sveta, zato bi lahko to rubriko še razširili, ker je zelo kratka. Njena dolžina je minuta in pol, zato o živali ne izvemo veliko. Z rubriko *Izumiteljski kotiček* junaka Črtek in Bor v vlogi zmedenih profesorjev zabavata otroke z nenavadnimi izumi, ki se jima pogosto ponesrečijo. Rubrika bolj kot ročne spretnosti krepi otroško domišljijo.

V oddaji *Ribič Pepe* se otroci lahko veliko naučijo s področja ročnih spretnosti. Pepe v vsaki oddaji nariše več risb z različnimi motivi (včasih v različnih slikarskih tehnikah, ki so otrokom tudi predstavljene). V rubriki *Mali spretni prstki* v družbi otrok vsakič izdelata kaj novega iz otrokom dostopnih materialov. Prikazan je celoten postopek izdelave na otrokom razumljiv način. Prav tako otroci lahko širijo svoje znanje v rubriki *Foksnerjev kviz*, kjer Pepe Kakaduduju in Foksnerju zastavlja različna vprašanja s področja narave in živali. Na otrokovo koncentracijo lahko kot moteč element tudi med kvizom vpliva večkrat omenjena

tekmovalnost med kakadujem in lisjakom. Drži pa, da si otroci zapomnijo tisto, kar se jim zdi pomembno (Hüther 2012, 15). Rubrika *Zapojmo še vsi skupaj* je namenjena učenju slovenskih ljudskih pesmi, ob katerih otroci usvajajo splošne lastnosti glasbenih zvrsti. Glasbeni in plesni vložki so otrokom všeč, kar sta v intervjujih potrdili tako urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) kot ena od intervjuvanih otrok (tj. I). Ročne spretnosti so vsi intervjuvani otroci izpostavili kot všečne. Kot pišejo Hollerjeva in dr. (2012a), je glede na mednarodno raziskavo, kjer so sodelovali otroci iz 5 držav, veliko anketirancev kot tip zanimive izobraževalne oddaje izpostavilo prav tip ustvarjalnih oddaj. In rubrika *Mali spretni prstki* je spodoben primer ustvarjalne televizijske vsebine.

Otroci imajo radi močne zgodbe, ki so vabljlive, drugačne in nove, a povezane v smiselno celoto (Plenk 2009, 21). Obe slovenski otroški oddaji bi morali biti bolj pozorni na jasno podajanje otrokom privlačnih zgodb. Ustvarjalci oddaje *Studio Kriškraš* bi morali paziti, da se vse dogajanje vrti okrog enega osrednjega problema. Podzgodbe niso potrebne, saj gledalce lahko zmedejo. Otroci namreč zaradi občutka varnosti potrebujejo vsebinsko linearnost (Plenk 2009, 22). Vsaka oddaja bi morala vsebovati nek ključen zaplet in stopnjevanje napetosti, ki bi ju še dodatno podkrepili humorni vložki. Predvsem oddaja *Ribič Pepe* redko izpostavi nek za otroke pomemben problem. Tako intervjuvani otroci kot urednici oddaj (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) so potrdili pomembno vlogo le-tega. Problem mora biti na koncu razrešen, saj je večina intervjuvancev (A, M, I, P, L, AL) opozorila, da imajo radi samo srečne konce. Všeč pa jim je, da jih do srečnih koncev vodijo presenetljivi obrati in naraščajoča tenzija skozi celotno televizijsko vsebino (Plenk 2009, 21–25). Razplet v prid junakov po mnenju urednice Jelke Ribarič Grabljevec (2014) otroke pomiri in jih očisti strahov.

Po mnenju urednic (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) lahko televizija s kakovostnimi otroškimi oddajami krepi otrokovo samozavest in ga spodbuja k samostojnosti. Če otrok čuti, da je upoštevan in da so upoštevana njegova pričakovanja, se bo ob televizijskih junakih razvijal in pogumno stopal po poti v odraslost (Neuss 2009, 14–15).

10 SKLEP

Začetek šolanja za otroke predstavlja prvi korak na poti v samostojnost (Neuss 2009). V tem obdobju začnejo doživljati intenzivne spremembe na področjih mišljenja, čustvovanja in navezovanja poznanstev (Smrtnik Vitulić 2009). Ker v svojem prostem času najraje gledajo televizijo oz. televizijski otroški program (Keyton in dr. 2007) in ker ima prav slednji sposobnost spodbujati otrokov pozitivni razvoj, je njegova vsebina pomembna (Buckingham 2000).

V preučevanju otrokovega sprejemanja otroške televizije se pogosto spregleda starostno skupino od šest do osem let (tj. obdobje, ko so otroci najbolj dovzetni za dogajanje okrog njih), zato sem želela s poglobljenimi nestrukturiranimi intervjuji ugotoviti, po kakšnih kriterijih otroci prve triade izbirajo otroške televizijske vsebine. Njihove odgovore sem primerjala z odgovori intervjuvanih urednic otroških oddaj *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*, ki edini nastajata v produkciji *Televizije Slovenija* in nagovarjata prav to ciljno publiko. S primerjalno analizo oddaj sem nato preverila, do kakšne mere so kriteriji realizirani.

Vsi intervjuvani otroci so potrdili, da radi gledajo otroške oddaje. Sklenem lahko, da so jim najbližje: junaki moškega spola oziroma skupine vrstnikov, ki jih povezuje prijateljstvo; zgodbe z njim pomembnimi, a rešljivimi problemi; nenavadni in smešni zapleti; komedije zmešnjav; izumi in uganke; ročne spretnosti; narava in živali; pustolovščine; jasne, njim prilagojene vsebine in srečni konci.

Odgovori intervjuvanih otrok so se z odgovori urednic obeh slovenskih otroških oddaj ujemali, zato lahko sklenem, da urednici (Bogataj 2014, Ribarič Grabljevec 2014) dobro poznata ciljno publiko, ki jo oddaji nagovarjata. Zavedata se (prav tam), da se da televizijo izkoristiti kot družbeno-kulturni izobraževalni medij, ki lahko otroke motivira in jim pomaga pri širjenju obzorij. Ključne kriterije kakovosti, ki jih glede na svojo razvojno stopnjo postavlja ciljna publika, poskušata kar se da upoštevati. Pri tem ju ovira pomanjkanje dobrih scenaristov, ki bi bili specializirani za pisanje scenarijev za otroške oddaje oziroma ki bi dobro poznali potrebe konkretne ciljne publike, in pomanjkanje ekipnega entuziazma (prav tam).

Otroški televizijski oddaji *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe* vključujeta kar nekaj izpostavljenih kriterijev kakovosti (npr. junake moškega spola, skupino prijateljev, živalsko tematiko). Obe oddaji prepletata tako zabavne kot izobraževalne elemente. Oddaja *Studio Kriškraš* otroke

spodbuja k raziskovanju, k izumljanju nenavadnih domišljjskih kreacij, k reševanju konfliktov in k pozitivnim prijateljskim odnosom. Oddaja *Ribič Pepe* otroke zabava z glasbo in plesom, vabi jih, da se preizkusijo v ročnih spretnostih in risanju, svoje znanje o naravi in živalih pa lahko nadgrajujejo ob kvizu. Ustvarjalci oddaje *Ribič Pepe* bi se morali še dodatno osredotočiti na problematične odnose med liki in jih popraviti, saj so ravno odnosi za otroke v tem obdobju najbolj pomembni.

Glede na analizirano lahko sklenem, da bi se morali obe otroški oddaji bolj osredotočiti na vsebino, ki bi vključevala nenavadne preobrate in smešne zaplete. Zgodba bi se morala vsakič znova vrteti okrog enega izpostavljenega problema, ki bi ga junaki na koncu rešili s skupnimi močmi.

Zaradi majhnega vzorca intervjuvanih otrok ugotovitev naloge ne morem posplošiti na vse otroke, stare od šest do osem let. Kljub temu pa že majhen vzorec nakaže, da se odgovori otrok te starosti med seboj pokrivajo in hkrati ujemajo s psihološkimi karakteristikami srednjega otroštva. Ker menim, da otrokovo razmišljanje, njegov odnos do otroških oddaj in razumevanje le-tega lahko pripomore k izboljšanju kakovosti oddaj, bi bilo v nadaljnjih raziskavah vzorec smiselno razširiti in raziskati tudi razlike znotraj te starostne skupine, predvsem med šestletniki in osemletniki. S tem bi preverili, do kakšne mere osemletniki v razmišljanju že odstopajo od šestletnikov. Prav tako bi se lahko osredotočili na razlike med spoloma. Kot metodo bi ponovno izbrala poglobljeni nestrukturirani intervju, saj v fokusnih skupinah bolj sramežljivi otroci ne bi prišli do besede oz. bi se zaprli vase ali pa bi ponavljali odgovore glasnejših vrstnikov.

Prav tako bi lahko podrobneje analizirali otroške oddaje in jih primerjali s tujimi otroškimi oddajami ali pa bi se pri analizi osredotočili le na konkreten televizijski žanr.

S poglobljenimi polstrukturiranimi intervju s scenaristi bi lahko razčistili, zakaj se ne izpopolnjujejo v tovrstnem pisanju za otroke oziroma zakaj jih tovrstno pisanje ne zanima pretirano. Tako bi morda našli kakšno rešitev, ki bi pripomogla k izboljšanju kakovosti scenarijev.

Z dodatnimi raziskavami bi povečali zanesljivost rezultatov in dobili še več idej za kakovostne vsebine otroških televizijskih oddaj oziroma bi izboljšali obstoječe stanje oddaj na *Televiziji Slovenija*.

11 LITERATURA

1. Atwal, Kam, Andrea Millwood-Hargrave, Jane Sancho, Leila Agyeman in Nicki Karet. 2003. *What Children Watch: An Analysis of Children's Programming Provision Between 1997-2001, And Children Views*. Dostopno prek: http://www.ofcom.org.uk/static/archive/itc/research/what_children_watch.pdf (8. maj 2014).
2. Buckingham, David. 2000. *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Polity Press.
3. Bult, Jan-Willem. 2009. Put the child and its competences in the middle. *TelevIZion* 22 (E): 10.
4. Bogataj, Anka. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 27. junij.
5. Callister, Mark A., Tom Robinson in Bradley R. Clark. 2007. Media Portrayals of the Family in Children's Television Programming during the 2005-2006 Season in the USA. *Journal of Children and Media* 1 (2): 142–161.
6. Caronia, Letizia. 2009. Coviewing in an Italian Classroom: Language, Interaction, and Making Sense of Television. *Journal of Children and Media* 3 (3): 267–285.
7. Dahlberg, Gunilla in Peter Moss. 2007. *Beyond Quality in Early Childhood Education and Care*. Dostopno prek: http://www.teacherswork.ac.nz/journal/volume5_issue1/moss.pdf (30. april 2014).
8. Davis, Francis J. 1990/91. *Five Important Ideas To Teach Your Kids About TV*. Dostopno prek: <http://www.medialit.org/reading-room/five-important-ideas-teach-your-kids-about-tv> (3. maj 2014).
9. Doplehar, Urška. 2009. Vloga staršev pri osamosvajanju mladostnika. *Socialna pedagogika* 13 (1): 37–65.
10. Dusseldorp, Simone van. 2009. Casting the right children and allow them to show their talent. *TelevIZion* 22 (E): 18–19.
11. Eccles, Jacquelynne S. 1999. *The Development of Children Ages 6 to 14*. Dostopno prek: https://www.princeton.edu/futureofchildren/publications/docs/09_02_02.pdf (30. april 2014).
12. Ekström, Karin M. 2011. On the »catwalk of consumption«: Children and parents in consumer culture. *TelevIZion* 24 (E): 4–8.
13. Elwell, Frank W. 2013. *Neil Postman on the Disappearance of Childhood*. Dostopno prek: <http://www.faculty.rsu.edu/users/f/felwell/www/Theorists/Essays/Postman1.html> (30. april 2014).

14. Fisch, Shalom. 2005. Children's learning from television: It's not just »violence«. *TelevIZion* 18 (E): 10–14.
15. --- 2007. Educational Media in The Twenty-First Century. *Journal of Children and Media* 1 (1): 55–59.
16. ---, Hsueh Yeh, Zhou Zongkui, Chi Jin, Maissa Hamed, Zeinab Khadr, Gabriela Martinez Noriega, Adriana Hinojosa Céspedes, Allison Druin in Mona Leigh Guha. 2010. Crossing borders: Learning from educational media in 4 countries. *TelevIZion* 23 (E): 42–45.
17. Fuhs, Burkhard in Maria Peklo. 2014. »Anger is sometimes good, sometimes bad.« *TelevIZion* 27 (E): 50–53.
18. ---, Maya Götz, Leonie Herwartz-Emden, Elke Schlote in Angelica Speck-Hamdan. 2012. Spaces for learning – without a wagging finger. *TelevIZion* 25 (E): 4–10.
19. Fürst, Kalle. 2009. Children's TV with real children in leading roles. *TelevIZion* 22 (E): 11–12.
20. Gomezel, Anita in Alenka Kobolt. 2012. Vpliv družine na mladostnikovo identiteto. *Socialna pedagogika* 16 (4): 323–354.
21. Götz, Maya. 2009. Constructing entry points to knowledge. *TelevIZion* 22 (E): 46–48.
22. ---, Andrea Holler, Diana Nastasia in Sorin Nastasia. 2012. »I want to know how high the wave really was«. *TelevIZion* 25 (E): 49–53.
23. Graziano Paulo A., Rachael D. Reavis, Susan P. Keane in Susan D. Calkins. 2010. *The Role of Emotion Regulation and Children's Early Academic Success*. Dostopno prek: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3004175/> (2. maj 2014).
24. Grewenig, Siegmund. 2009. 10-point plan for quality. *TelevIZion* 22 (E): 7–9.
25. Hackl, Christiane. 2005. Qualitätsverständnis von ProduzentInnen im Kinderfernsehenbereich. *TelevIZion* 18 (2): 52–57.
26. Holler, Andrea, Maya Götz, Anne Egerer in Veronika Geiger. 2012a. Sponge Bob or Willi wants to know it all? *TelevIZion* 25 (E): 11–13.
27. --- in Judith Schwarz. 2012b. »This is the TV presenter I'd like to have«. *TelevIZion* 25 (E): 30–31.
28. Hüther, Gerald. 2012. Learning enthusiastically. *TelevIZion* 25 (E): 14–15.
29. Johnson, J. J. 2009. World adventures with Kids. *TelevIZion* 22 (E): 17–18.
30. Jordan, Amy B. 2007. Heavy Television Viewing and Childhood Obesity. *Journal of Children and Media* 1 (1): 45–54.

31. Kabadayi, Abdülkadir. 2006. Analysing the types of TV programmes viewed by children from different socio-economic strata based on their self-report in the Turkish context. *Educational Media International* 43 (2): 147–164.
32. Keyton, Joann, Ron Warren, Alison Alexander nad Douglas A Behrend. 2007. Group Behavior in Television Sitcoms. *Journal of Children and Media* 1 (3): 260–274.
33. Kinadeter, Birgit. 2014. Clear and brief: emotions. *TelevIZIon* 27 (E): 6–7.
34. Kline, Stephen. 1995. *Out of the Garden: Toys and Children's Culture in the Age of TV Marketing*. London: Verso.
35. ---, William Leiss in Sut Jhally. 1985. *The Evolution of Cultural Frames for Goods in the Twentieth Century*. Dostopno prek: <http://faculty.quinnipiac.edu/CHARM/CHARM%20proceedings/CHARM%20article%20archive%20pdf%20format/Volume%202%201985/3%20leiss%20kline%20jhally.pdf> (29. maj 2014).
36. Košir, Katja. 2011. *Pregled preučevanja vrstniških odnosov pri šolskih otrocih in mladostnikih*. Dostopno prek: http://www2.arnes.si/~anthropos/anthropos/2011/1_2/06_kosir.pdf (1. maj 2014).
37. Košir, Katja. 2013. *Socialni odnosi v šoli*. Dostopno prek: http://www.ljudmila.org/subkulturni-azil/front/img/admin/file/frontier/Kosir_Katja_-_Socialni_odnosi_v_soli.pdf (1. maj 2014).
38. Kroflič, Robi. 2011. *Podobe otroštva*. Dostopno prek: <http://www2.arnes.si/~rkrofl1/Predavanja/PODOBE%20OTRO%C5%A0TVA2.pdf> (27. april 2014).
39. Kubo, Naomi. 2009. If you trust children, they will trust you. *TelevIZIon* 22 (E): 19.
40. Lassner, Anne. 2010. Meet the »Children of the World. *TelevIZIon* 23 (E): 46–47.
41. Levi, Michaela in Maya Götz. 2012. Was it a monster coming through the water? *TelevIZIon* 25 (E): 58–60.
42. Linebarger, Deborah L., Ariel Chernin in Jennifer Kotler. 2008. »Lazy kids watch TV«: Children's perceptions of media and non-media activities. *Journal of Children and Media* 2 (1): 37–55.
43. Matthews, Julian. 2009. Negotiating News Childhoods. *Journal of Children and Media* 3 (1): 2–17.
44. Mares, Marie-Louise in Elizabeth Acosta. 2010. Teaching Inclusiveness Via TV Narratives in the US. *Journal of Children and Media* 4 (3): 231–247.
45. Marinšek, Jana. 2012. Vstopanje šole v sodelovalen odnos s starši. *Socialna pedagogika* 16 (4): 355–371.

46. Mazman, Ibrahim. 2008. *Max Weber and Emile Durkheim: a Comparative Analysis On the Theory of Social Order and the Methodological Approach to Understanding Society*. Dostopno prek: <http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/x1/i.mazman.pdf> (1. junij 2014).
47. McMillin, Divya C. 2010. Media globalization and diversity. *TelevIZion* 23 (E): 22–24.
48. McNeal U., James. 1990/91. *From Savers to Spenders: How Children Became a Consumer Market*. Dostopno prek: <http://www.medialit.org/reading-room/savers-spenders-how-children-became-consumer-market> (1. julij 2014).
49. Merrow, John. 1990/91. *Teach Kids To Make TV*. Dostopno prek: <http://www.medialit.org/reading-room/teach-kids-make-tv> (3. maj 2014).
50. Mesec, Blaž. 2009. *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Dostopno prek: <https://sites.google.com/site/kvalitativnametodologija/kvalitativna-metodologija/uvod-v-kvalitativno-raziskovanje-v-socialnem-delu-knjiga-> (29. junij 2014).
51. Meyrowitz, Joshua. 1985. *No Sense of Place: The Impact of the Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
52. --- in Barbara Osborn. 1990. *Altered States: How Television Changes Childhood*. Dostopno prek: <http://www.medialit.org/reading-room/altered-states-how-television-changes-childhood> (1. julij 2014).
53. Mikos, Lothar. 2009. Quality is a matter of perspective. *TelevIZion* 22 (E): 4–6.
54. Neuman, Lawrence W. 2007. *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Pearson.
55. Neuss, Norbert. 2009. Tackling the themes of children. *TelevIZion* 22 (E): 13–16.
56. O'Connor, Jane. 2014. An Analysis of British Newspaper Coverage of the Teenage Swimming Gold Medallists at the London 2012 Olympics. *Journal of Children and Media* 8 (2): 95–109.
57. Orde, Heike vom. 2012. Children, learning and educational TV. *TelevIZion* 25 (E): 38–41.
58. --- 2014. Does television cause aggressive behaviour? *TelevIZion* 27 (E): 54–57.
59. Otto, Wayne, Rick Erickson in Ken Smith. 1997. *The Fate of Reading in an Electronic Age*. Dostopno prek: http://www.americanreadingforum.org/yearbook/yearbooks/97_yearbook/pdf/19_Otto.pdf (30. april 2014).
60. Papert, Seymour. 1993. *Mindstorms: Children, Computers and Powerful ideas. Second Edition*. New York: Basic Books.
61. Plenk, Astrid. 2009. »I think it's very good, because ...«: Children's perspectives on quality in film and television. *TelevIZion* 22 (E): 21–25.

62. Poljšak Škraban, Olga. 2001. Očetovstvo in razvoj očetovske identitete. *Socialna pedagogika* 5 (4): 415–422.
63. --- 2002. Mladostnik/ca v družini in medsebojno doživljanje družinskih članov. *Socialna pedagogika* 6 (4): 369–394.
64. Postman, Neil. 1987. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Methuen Publishing.
65. Ribak, Rivka. 2007. Children and New Media. Some Reflections on the Ampersand. *Journal of Children and Media* 1 (1): 68–76.
66. Ribarič Grabljevec, Jelka. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 27. junij.
67. Robertson, Mick. 2009. Reassure them that you will not embarrass them. *TelevIZIon* 22 (E): 20.
68. Rushkoff, Douglas. 1999. *The Children of Chaos*. Dostopno prek: <http://www.rushkoff.com/playing-the-future/> (1. maj 2014).
69. Schlote, Elke in Monika Gröller. 2008. Presenting the same faces in the same roles? *TelevIZIon* 21 (E): 26–27.
70. Schosser, Susanne. 2005. Television: the medium to start active learning. *TelevIZIon* 18 (E): 44–46.
71. Schwartz, Judith in Maya Götz. 2012. I got it!: What children get out of an educational programme. *TelevIZIon* 25 (E): 23–25.
72. Smelser, J. Neil. 2002. *On Comparative Analysis, Interdisciplinarity and Internationalization in Sociology*. Dostopno prek: <http://comparsociology.com/wp-content/uploads/2013/02/Smelser-On-Comparative-Analysis-Interdisciplinarity-and-Internationalization-in-Sociology.pdf> (31. maj 2014).
73. Smrtnik Vitulić, Helena. 2009. Razvojno psihološki pomen iger v srednjem in poznem otroštvu. *Socialna pedagogika* 13 (4): 383–398.
74. Steemers, Jeanette. 2009. The thin line between market and quality. *TelevIZIon* 22 (E): 53–56.
75. Svetin Jakopič, Simona. 2005. Obravnava otrok in mladostnikov z vedenjskimi motnjami na centru za socialno delo: pomoč ali prisila. *Socialna pedagogika* 9 (4): 391–422.
76. Tapscott, Don. 2009. *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. Dostopno prek: http://socioem.ge/downloads/komunikaciisteoria/eng/Grown_Up_Digital__How_the_Net_Generation_Is_Changing_Your_World_%28Don_Tapscott%29.pdf (1. maj 2014).
77. TV Slovenija, 1. program. 2013a. *Ribič Pepe: Barčica po morju plava 1*. Ljubljana, 5. oktober.

78. --- 2013b. *Ribič Pepe: Žabe svatbo so imele 2*. Ljubljana, 12. oktober.
79. --- 2013c. *Ribič Pepe: Na planincah sončece sije 3*. Ljubljana, 19. oktober.
80. --- 2013č. *Ribič Pepe: Jager pa jaga 4*. Ljubljana, 26. oktober.
81. --- 2013d. *Ribič Pepe: Lisička je prav zvita zver 5*. Ljubljana, 2. november.
82. --- 2013e. *Ribič Pepe: Sijaj, sijaj, sončece 6*. Ljubljana, 9. november.
83. --- 2013f. *Ribič Pepe: Šmentana muha 7*. Ljubljana, 16. november.
84. --- 2013g. *Ribič Pepe: Kako se polžeku mudi 8*. Ljubljana, 23. november.
85. --- 2013h. *Ribič Pepe: Jaz pa grem na zeleno travco 9*. Ljubljana, 30. november.
86. --- 2013i. *Ribič Pepe: Marko skače 10*. Ljubljana, 7. december.
87. --- 2013j. *Studio Kriškraš: Narobe svet 1*. Ljubljana, 5. oktober.
88. --- 2013k. *Studio Kriškraš: Igre v naravi 2*. Ljubljana, 12. oktober.
89. --- 2013l. *Studio Kriškraš: Dinosaurova stopinja 3*. Ljubljana, 19. oktober.
90. --- 2013m. *Studio Kriškraš: Koncert 4*. Ljubljana, 26. oktober.
91. --- 2013n. *Studio Kriškraš: Vse lahko preštejemo 5*. Ljubljana, 2. november.
92. --- 2013o. *Studio Kriškraš: Izgubljeni mucek 6*. Ljubljana, 9. november.
93. --- 2013p. *Studio Kriškraš: Obisk 7*. Ljubljana, 16. november.
94. --- 2013r. *Studio Kriškraš: Skrivnostni vesoljec 8*. Ljubljana, 23. november.
95. --- 2013s. *Studio Kriškraš: Balet 9*. Ljubljana, 30. november.
96. --- 2013š. *Studio Kriškraš: Šivanje 10*. Ljubljana, 7. december.
97. Verbič, Marija. 1997. Procesi identifikacije v družini. *Socialna pedagogika* 4 (1): 85–103.
98. Verbnik Dobnikar, Tatjana. 2009. Učitelj v vlogi mediatorja. *Socialna pedagogika* 13 (4): 441–464.
99. Vidmar, Maša. 2011. Socialna kompetentnost in učna uspešnost v prvih razredih osnovne šole. *Šolsko polje* 22 (1–2): 31–54.
100. Wartella, Ellen in Nancy Jennings. 2000. Dostopno prek: http://www.princeton.edu/futureofchildren/publications/docs/10_02_01.pdf (3. maj 2014).
101. --- in Michael Robb. 2007. Young Children, New Media. *Journal of Children and Media* 1 (1): 35–43.
102. Williams, Raymond. 1980. *Advertising: the magic system*. Dostopno prek: <http://xroads.virginia.edu/~DRBR2/rwilliams.pdf> (1. maj 2014).
103. Wilson J., Barbara. 1993. *What's Wrong with the Ratings?* Dostopno prek: <http://www.medialit.org/reading-room/whats-wrong-ratings> (1. julij 2014).

PRILOGA A: Poglobljeni intervju s šestletno K (3. julij 2014).

Ali rada gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ja.

Zakaj so ti všeč?

Zato, ker zmeraj nekaj zanimivega naredijo.

Kaj je to zanimivo?

Hura za Hopka je včasih razvozlal uganko, enkrat so imeli gasilsko cev, ker niso zaprli gasilci vode, pa je kar sem opletala pa tja, pa so jo imeli za kačo. In potem je en policaj bil moker kot kobilice, ker ga je kača poškopila, ker je bil v parku kot da požar, pa so kobilice tekle, pa so hitro mogli it pogasiti, potem so pa šele ugotovili, da so to bile kobilice, in potem so bile tako premočene kot tisti policaj, potem so razvozlali uganko. Da je samo gasilska cev.

So ti všeč uganke in presenečenja, tako da ne veš, kaj se bo zgodilo?

Ja.

Kakšni junaki pa so ti všeč v oddajah? Imaš raje, da lutke vodijo oddajo, ali da so pravi ljudje?

Meni je bolj tako narisane.

Risanke?

Ja.

Kaj pa če bi imela ti svojo oddajo, pa bi jo lahko kakršenkoli junak, ki bi si ga izmislila, vodil, kakšen bi bil ta junak?

To bi bil tak junak, da bi rešil svet pred sibirskimi tigri.

Pa bi bila to punca ali fant, kdo bi bil to?

Ja, bolj bi bila punca. Ja.

Koliko stara?

Osem let.

Kakšna bi bila? Kako bi izgledala? Kako bi bila oblečena, kakšne lase bi imela?

Lase bi imela svetleče, iz bleščic, imela bi ogrinjalo, s katerim bi lahko letela, pa bi bila vetrovna princesa, in potem bi lahko se preoblekla v bleščečo uniformo.

Kakšne oddaje so ti pa dolgočasne? Kaj ti je v oddajah dolgočasno?

Meni je bolj dolgočasno pri Hopku, ker vedno govori, najprej je pesmica pred zanimivim delom, potem je pa tako dolga, pa tako.

Če je predolgo, ti potem ni všeč?

Ja, tako, ker je predolga, ne, potem moraš dolgo časa čakati.

Pa še kaj, mogoče? Česa še ne maraš?

Da je pred zanimivim delom ful dolgo, pa moraš zelo dolgo čakati ... Na primer, reklame, da prideš do tistega dela.

Kaj te pa zanima v oddajah, kaj bi si želela izvedeti?

Kako delaš kakšno igračo, kako narediš papirnatega zmaja, kako narediš šotor brez vsega, kako si lahko narediš lopato.

Kaj pa živali, narava, šola, kaj te še zanima?

Mene zanima, kako sibirski tigri lahko opazijo tudi neslišen zvok, pa golobi. Tudi če človek hodi po tiho, pa ga še vseeno lahko opazi sibirski tiger, pa ga začne napadati, golob pa odleti.

Kakšna mora biti zgodba? Ti je bolj všeč, da na koncu ni jasno, kakšen je konec, ali da je bolj vesel ali žalosten konec?

Bolj tako žalosten, ker smo mi enkrat šli gledat *Kako izuriti svojega zmaja 2*, pa je bilo ful carsko, ko je bil en vladar, pa so tistemu Vikiju ubili očeta, ampak mamu so pa našli, pa so izvedeli, da brezzobi je bil pod eno tako ogromno bodico, in potem je ta mama bila žalostna, potem je pa videla nekaj modrega in potem je opazila, da je brezzobi bil čisto moder, pa je tak ful močen ogenj v njo bruhal.

Potem imaš rada bolj žalostne ali vesele konce?

Tam je bil žalosten konec, tako da bolj žalostne.

Kaj pa se ti zdi smešno?

Smešno se mi pa zdi, na primer, če je tako gosenica, potem se pa kar prekucne, pa brca s svojimi nogami, da bi se nazaj dala, pa ni niti nič drugega. Kot da je samo na hrbtu, pa nič drugega.

Potem so ti smešni taki, bolj nerodni junaki?

Ja, ja. Ja, (*smeh*), tudi če junak leti, a ne, na primer, s takim turbo gasom, potem, čez nekaj časa, ko so že skoraj pri luni, pa takoj neha – pok. Potem pa padejo.

Kaj je pa zate lepo? Kakšna bi bila lepa oddaja?

Lepa je pa taka, bolj, umirjena, pa da se vse srečno konča, kot na primer pri klasičnih pravljicah, pač so tako dobri konci. Enkrat je bila taka zgodba s skalo in mladeničem, ki ga je

slišala gora, pa mu je želela najprej, da bi imel veliko bogato hišo. In res, zgodilo se je. Potem si je želel biti princ, potem si je želel biti sonce, potem oblak, potem skala, potem pa spet to, kar je bil.

PRILOGA B: Poglobljeni intervju s šestletno I (3. julij 2014).

Ali rada gledaš otroške oddaje?

Ja.

Zakaj so ti všeč?

Zato ker se lahko zabavaš ali pa kaj naučiš noter.

Kakšne oddaje pa najraje gledaš?

Recimo, *Ribič Pepe* ali pa ...

Kakšni junaki so ti všeč? Ali raje vidiš, da nastopajo v oddajah ljudje ali da so živali ali da so lutke ali da so otroci?

To, da so ljudje.

Otroci ali odrasli?

Ali pa živali ...

Tudi živali? Kaj ti je potem bolj všeč, če bi imela, na primer, svojo oddajo in bi lahko sama izbrala, kdo bo v njej glavni junak, koga bi si izbrala? Kakšen bi bil tvoj junak?

Recimo ...

Bi bila to lutka ali bi bil človek, punčka, fantek, ali bi bila to kakšna žival?

Lutke. Pa bi zaigrala Janko ali Metka, ali pa nekaj takega.

Kaj pa, če bi si lahko čisto svojega junaka izmislila? Kakšen bi bil?

Ne vem.

Bi bila kakšna žival ali človek?

Človek.

Fantek ali punčka?

Fantek.

Bi raje videla, da je on sam v oddaji ali da mu še kdo družbo dela? Da je več prijateljev skupaj? Kaj bi ti bilo všeč?

Da bi bilo več prijateljev skupaj.

Bi ti bilo všeč, da bi se razumeli med sabo ali da bi si tudi nagajali?

Lahko bi si kdaj pa kdaj nagajali, samo bi pa bili tudi pridni.

Kaj se pa tebi zdi smešno? Kaj te nasmeji?

Recimo, pri krtku Črtku, ko ustvarjata krtek Črtek in Bor, pa ko nastane nekaj.

Misliš na *Izumiteljski kotiček*, kjer izumljata stvari?

Ja, ja.

To ti je všeč? To se ti zdi smešno?

Ja.

Kaj je še smešno?

Ko tako poink naredi. Pri poinkcu. Pa kolobarnik, pa tista pesmica, ko malicajo.

Kolobarniki so ti všeč, ker nagajajo?

Ja (*smeh*).

Kaj se ti zdi dolgočasno? Kakšnih oddaj ne maraš?

Filmi, ki so za odrasle, mi niso všeč. Pa enkrat sem videla tako risanko, ko sem mislila, da je najprej oddaja, ko začne se tako, ko je tak hlevček, kot hišica mala, ki je že podrt, pa je dom za živali, za ptice in za netopirje. Potem en fantek za hipec naredi tako, da je to prava hiša z mlinom.

To ti je bilo všeč?

Ja (*smeh*).

Kaj se želiš iz oddaj naučiti? Kaj te zanima?

Ne vem. Vse.

Kaj, na primer? So to živali, narava, pustolovščine, izdelovanje česa, promet, šola, matematika? Kaj te zanima?

Narava in pustolovščine.

Kaj ti je v naravi všeč?

V naravi, ko poslušam ptice, pa ko slišim kaj.

Kaj pa izdelovanje česa? Te tudi to zanima, kako nekaj nastane?

Ja, iz papirja imamo na *Ipadu* in me zanima tam, kako se to naredi.

Kaj je zate lepa oddaja?

Ne vem.

Kakšen imaš rada, da je konec v oddaji ali v zgodbi?

Da je vse srečno.

Da se vsi dobro počutijo?

Ja. Tam, na primer, v filmu *Gremo mi po svoje* je papiga umrla.

To ti ni bilo všeč?

Ne.

Kaj pa tvoj junak, za katerega si rekla, da bi bil fant, koliko bi bil star?

Mislím, da sedemnajst.

Kaj pa njegovi prijatelji, bi bili tudi toliko stari? Ali bi bili mlajši?

Mlajši ali pa večji.

Se torej ta fant druží tudi z otroki?

Ja.

Kakšen bi bil, kako bi se obnašal, kako bi se razumel s prijatelji? Bi bil prijazen, zgovoren, tih, resen?

Tak, ki kdaj pa kdaj ponagaja kaj, pa bi bil resen.

Drugače resen?

Ja.

Kakšne oddaje bi najraje gledala, če bi jih sama naredila? Da so o živalih, da so različne rubrike, da gredo na kakšno pustolovščino, ali da so samo lutke, ki govorijo?

Da gredo na pustolovščino in zraven srečajo še kakšne živali.

Pa da se kaj pošalijo zraven?

Ja.

Kaj te moti v oddajah? Česa ne bi gledala (poleg filmov za odrasle)? Te pri *Studiu Kriškraš* kaj zmoti, ali pri *Ribiču Pepetu*, pri kakšni risanki?

Ne.

Ti je vse všeč?

Ja.

PRILOGA C: Poglobljeni intervju s šestletnim M (2. julij 2014).

Kakšni televizijski junaki so ti všeč?

Meni je Kriškraš.

Kakšne junake imaš raje: živali, lutke, ljudi?

Lutke.

Naj bodo lutke kot ljudje ali kot živali?

Kot ljudje.

Naj bo ta junak fantek, punčka, mogoče več prijateljev skupaj? Kaj ti je bolj všeč?

Fant in punca.

Raje vidiš, da sta prijatelja ali da se kdaj skregata?

Prijatelja.

Potem ne maraš, da se junaki kregajo med sabo? Raje vidiš, da so prijazni?

Ja. Prijazni so.

Kakšna bi bila tvoja idealna junaka, če bi ju opisal? Koliko bi bila stara, kako bi bila oblečena?

Lepa.

Koliko bi bila stara?

8 let.

Kaj to pomeni, da sta lepa? Morata biti v kaj posebnega oblečena?

Barvasta.

Kaj tebe nasmeji v oddajah, kaj se ti zdi smešno? Se spomniš kaj takega?

Cofko Cof, da pade.

Ti je všeč, če se udari ali raje vidiš, da je konec srečen?

Da je na koncu srečno.

Kaj je še smešno?

Ribič Pepe.

Kaj je dolgočasno? Kakšnih oddaj ne maraš gledati?

Ne vem.

Ti je všeč, če veliko govorijo?

Ja.

Kaj je smešno?

Kakadudu.

Zakaj? Ker smešno govori, ker smešne stvari počne?

Ker smešne stvari počne.

Kaj pa pri *Smrkcih* (ki si jih omenil)? Kaj ti je smešno?

Napoj.

Zakaj je to smešno?

Zato ker je Klada zmeraj nekaj podrl.

Če je kdo neroden, se ti zdi smešno?

Ja.

Kaj te dolgočasi? Kdaj greš stran od televizije?

Da se lovci napadajo, da lovci streljajo živali.

Kaj te zanima? Kaj bi si želel iz oddaj izvedeti? Npr. živali, avtomobili, narava, obleke?

Narava.

Te zanima, kako stvari izdelujejo?

Ja.

Kaj bi hotel izvedeti, kako se izdelava? Hiša, avto, motor?

Avto, motor, hiša.

Vse te zanima, kako se kaj naredi?

Ja.

Kaj ti je še všeč?

O vlakih.

Te ves promet zanima?

Saj imam zdajle gor vlake. Ki jih zdajle gledam.

Kaj ti je všeč pri naravi?

Ko sonček sije.

Živali te zanimajo?

Ja.

Kaj se ti zdi dolgočasno? Rekel si že, da ne maraš, če se streljajo in tepejo.

Ja.

Kaj te nasmeji? Smešne besede?

Ta Klada vedno nekaj naklepa.

Da se zgodi kaj takega, kar ti ne pričakuješ?

Ja.

Ti sploh rad gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ne.

Zakaj ne?

Zato ker so to za odrasle, ne za tamale.

Kaj pa otroške oddaje?

Ja, te malo tudi gledam.

Jih rad gledaš?

Ja, malo jih. Tudi risanke.

Zakaj?

Ker je to zares dobro.

Kaj te še zanima?

Gugalnica, ker se previsoko guga.

Imaš rad, da je vesel ali žalosten konec v zgodbi?

Gusarji.

Kakšne zgodbe se ti zdijo lepe?

Jaz pa nekaj vem. O vlakih, ampak o Tomažkih.

Kaj veš?

Da je tamle tobogan, pa se spuščamo, gugalnica, vrtiljak in novo ograjo imamo.

Potem bi ti bilo všeč, če bi se kakšna otroška oddaja dogajala na igrišču?

Ja.

Da bi bila gugalnica in vrtiljak?

Ja, trampolin je še pri nas. Negro zdajle gleda in ribnik.

PRILOGA Č: Poglobljeni intervju s sedemletnim A (3. julij 2014).

Ali rad gledaš otroške oddaje na televiziji?

Še kar.

Zakaj?

Zato ker malo v teh oddajah igram.

Kdaj jih gledaš najraje?

Ko je *Ribič Pepe* (*smeh*).

***Ribiča Pepeta* najraje gledaš? Zakaj ti je všeč?**

Ja. Kakadudu.

Zakaj ti je všeč?

Zato, ker je neumen bolj.

Kaj še?

Zato ker govori o tistih tristo morskih kužkih.

Kakšni junaki so ti všeč v oddajah? Kakšni junaki se ti zdijo zabavni?

Krtek Črtek, Kakadudu, potem je ribič Pepe.

Kakšni junaki so ti bolj všeč? Ti je bolj všeč, da so lutke, živali ali pravi ljudje, ki nastopajo v oddajah?

Bolj enako.

Vseeno ti je?

Lutke ne, samo živali in ljudje.

Kaj pa, če bi si sam lahko svojo oddajo izmislil, kakšna bi bila?

(*Smeh.*) Ta je pa težka.

Kakšen junak bi bil tebi najbolj všeč?

Ne vem.

Koliko bi bil star, bi bil žival, človek?

Najbrž bi bil človek.

Fant, punca, ali bi bilo več prijateljev skupaj?

Še ne vem.

Raje vidiš, da je en junak ali da jih je več skupaj, da se družijo?

Da je eden.

In da počne različne stvari?

Ja, tako.

Kaj se ti zdi smešno? Kaj te nasmeji v oddajah?

Če gledaš kakšno oddajo *Ribič Pepe*, je Kakadudu najboljši. Ali če gledaš Kriškraš.

Kaj se ti tam zdi smešno?

Jaz sem nastopal tam, samo krtek Črtek.

Je smešen, ker smešno govori?

Smešno počne kaj.

Kaj?

In ko štejem v različnih jezikih.

Kaj je v oddajah dolgočasno? Kaj te dolgočasi? Kakšnih oddaj ne maraš?

Nodija. (*Smeh.*) Če kakšno snemam, mi gre najbolj na živce, če moram samo sedeti in nekaj gledati.

Česa še ne maraš gledati?

Pri *Nodiju.* (*Smeh.*) Ali pa pri *Čebelici Maji.*

Zakaj ti ni všeč?

Pri *Nodiju* je ful nekaj za triletne otroke, pri *Čebelici Maji* pa isto.

Kaj te dolgočasi? Se spomniš kakšne situacije?

Dolgočasno je zato, ker to gledajo triletni otroci in da me ne bi imeli za norca.

Kaj želiš iz oddaj izvedeti?

Najbolj se bi rad naučil risati, ker ne znam nič. Ko sem prišel v šolo, še svinčnika nisem znal držati. Zdaj sem se že malo navadil. Drugače računati znam pa preveč.

Kakšne oddaje bi rad gledal?

Kriškraš, *Ribič Pepe*.

Kakšne teme te zanimajo? Npr. kako se kaj izdelava, narava, živali, avtomobili, obleke?

To, ja. Če dam primer, gosenica. Naredi bubo. Iz bube pa pride metulj. In potem je gosenica metulj.

Živali te zanimajo?

Ja.

Kaj pa izdelovanje? Kaj bi se še rad naučil?

Škarje. Striči.

Zanima te, kako se riše, kako se striže?

Ja, to. Ker mi ne gre.

Kakšne zgodbe so ti všeč?

Špicparkelj, mogoče.

Pravljicne?

Ja, tako nekako.

Da so izmišljeni junaki?

Tako nekako.

Ti je bolj všeč srečen ali žalosten konec zgodbe?

Da se vse srečno razplete. Zakaj bi bilo tako, da bi se žalostno?

Ti ni všeč, če so žalostni?

Ne.

Kakšni bi bili tvoji junaki? Veseli, žalostni, dolgočasni, zgovorni?

Da so dobri vsaj, ti junaki. Da se dobro razumejo med sabo. Če se pa ne, se pač ne.

Bi se ti zdelo smešno, če se kdaj skregajo ali pa če je kdo malo neroden?

Ja, smešno. (*Smeh.*)

PRILOGA D: Poglobljeni intervju s sedemletnim G (3. julij 2014).

Ali rad gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ja.

Zakaj?

Ker so zanimive.

Kakšne oddaje pa najraje gledaš?

Grozljivke. Ampak ne take, da imaš potem nočne more.

Kakšne so te grozljivke?

Take iz risank, da so strašne.

Kakšni junaki so ti všeč v oddajah? Kakšni bi ti bili všeč?

Kostkoti. Vampirji.

Ali so prijazni? Kakšni so?

Hudobni. Volkodlaki.

Se jih ne bi bal?

Če bi bili pravi, se jih bi, ampak teh v risanki ne.

Če bi ti lahko naredil svojo oddajo, kdo bi jo vodil? Tako kot, na primer, vodi krtek Črtek *Studio Kriškraš*, kdo bi vodil tvojo oddajo?

Jaz.

Bi jo vodil sam ali bi imel prijatelje okrog sebe?

Prijatelje.

Fante, punce? Koga bi imel?

Oboje.

Kako bi se med sabo razumeli?

Da bi jim povedal, kako naj delajo in potem jaz isto delam in se razumemo.

Bi se tudi kdaj skregali? Bi si nagajali?

Ne prevečkrat.

Kaj se tebi zdi v oddajah smešno? Kaj te nasmeji?

Če so kakšni nerodni, recimo, v *Pink panterju*. Pri *Pink panterju* mi je najbolj všeč zato, ker je Pink panter najprej pomagal tistemu ta belemu. Ker se je ves čas on z enim avtom peljal z ene poroke in potem je ves čas za njim hodil, ker je bil zaljubljen v njega. Potem je bil pa njegova straža, ker ga prej tisti beli ni maral, potem ga je pa maral, je bil pa njegov pes. Potem je ves čas žvižgal, ker je hotel, da ene babice napada, potem je pa enkrat babicam rekel, da bo obljubil, da ne bo več pomagal tistemu belemu, je pa beli zažvižgal, je pa stara babica, gospa, noter prišla in je tako žvižgal, da bi prišel Pink panter, a ni prišel.

Kaj se ti zdi v oddajah dolgočasno? Česa ne maraš gledati?

Če je ves čas nekaj istega. Da se ves čas isto dogaja. Da je ves čas tako, da se ne smejejo. Da so ves čas samo resni.

Kaj te zanima? Kaj bi si želel iz oddaj izvedeti?

Da so kakšne take oddaje, da te kaj naučijo.

Kaj bi se ti rad naučil?

Čarovnijo.

Kakšne teme te še zanimajo: kako se kaj izdelava, narava, živali, promet, glasba?

Glasba, ustvarjanje.

Kaj pa pri zgodbah: ti je všeč, da se na koncu vse srečno razplete, da ne veš čisto točno, kakšen je konec, da je žalosten konec? Kaj ti je všeč, da se na koncu zgodi?

Grd. Če je pri grozljivkah, je zmeraj tako, kdaj je srečen konec, kdaj pa ne.

Ni nujno, da je vedno srečen?

Ne.

Bi še kaj povedal?

Ja, da je zraven kostkotov in teh oddaj, čeprav jih na enki ni, ampak bolj so na takih drugih oddajah, kot so zdaj, nove prihajajo, na štiristo ali pa kaj, tam so. Na enki so bolj za učiti in tudi kakšne take. Potem na *POP TV*-ju so pa že kakšne take bolj za tiste, ki so še malo otročji, čeprav smo mi tudi taki. Ampak zraven tistih kostkotov je tudi za vojake. Tudi vojaki so mi všeč, da so take pač, da zmagajo tisti vojaki, ki so prijazni, pa da vse ostale pobijejo, pa oni potem vse orožje vzamejo in potem se nikoli ne konča vojna. Da je ves čas do konca, dokler se ne konča, nikoli se ne konča vojna.

PRILOGA E: Poglobljeni intervju s sedemletno P (3. julij 2014).

Ali rada gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ja.

Zakaj?

Ker so mi všeč.

Kaj ti je všeč?

Da pri Križu kražu se zabavajo. Pa *Ribič Pepe* je zabaven, pa mi je to všeč, ker gledam.

Kakšni junaki so ti najbolj všeč? Da v oddajah nastopajo ljudje, recimo otroci, ali da nastopajo živali?

Ribič Pepe.

Kaj pa, če bi ti sama svojo oddajo delala, kdo bi v njej nastopal?

Živali.

Kot lutke?

(Pokima.)

Katere živali bi to bile?

Zajček, hrček, konj in ovca.

Bi bile te živali prijateljice, a bi si kaj nagajale?

Prijateljice.

Bi bili to fantje, punce?

Fantje.

Sami fantje?

Pa zajček punčka.

Bi bili med sabo prijatelji, ali bi kakšen med njimi tudi nagajal?

Prijatelji.

Kaj je smešno v oddajah?

Ko kaj zanimivega govorijo. Pa ko se zabavajo.

Ti je všeč, če je nekdo neroden ali če kdo kaj smešnega govori?

Ja, to mi je všeč, ja.

Se spomniš kakšnega primera?

Ne.

Kaj je dolgočasno v oddajah?

Tisti, ki se ne zabavajo.

Kaj pa, če so resni in veliko govorijo, to ti je všeč?

(Pokima.)

O čem bi se želela kaj novega naučiti?

Kako so prijazni drug do drugega.

Te zanimajo šolski predmeti, te zanima narava, živali?

Ja, šolski predmeti pa živali.

Tudi to, kako se kaj izdelava?

Tudi to, ja.

Kaj je zate lepa zgodba?

Ko so drug do drugega prijazni in se lepo pogovarjajo.

Kakšen konec mora biti?

Na koncu mora biti vse v redu.

PRILOGA F: Poglobljeni intervju z osemletnim GA (2. julij 2014).

Ali rad gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ja.

Zakaj?

Ja, kar tako.

Kakšne oddaje najraje gledaš?

Kriškraš.

Zakaj?

Zato, ker ta krtek Črtek naredi tako (*zamahne z roko, »poinkne«*) in to je dobro.

Kakšni liki so ti všeč, če bi izbral katerokoli oddajo (ali ljudje ali lutke; lik na primer je ribič Pepe)? So ti všeč živali ali ljudje kot junaki? Prijazni, zlobni?

Prijazni »človeki«.

Ljudje so ti bolj všeč kot živali?

Ja.

Zakaj?

Saj so mi tudi živali, samo ... Ne vem.

Zato ker so bolj podobni tebi?

Ja, zato ker so bolj meni podobni.

Se ti zdi čudno, če živali govorijo?

Ja, bolj čudno.

Imaš rad, da se več likov pogovarja med sabo, ali da je samo eden – kaj ti je bolj všeč?

Da se vsi pogovarjajo.

Raje vidiš, da so vsi prijatelji med sabo ali da si tudi nagajajo?

Da so prijatelji.

Ti ni všeč, če bi si nagajali?

Ne.

Kako bi opisal junaka, ki bi ti bil najbolj všeč (če bi sam delal oddajo)? Kakšnega junaka bi izumil, da bi bil zabaven?

To kar vsak dan gledam. (*GA pokaže vodne pištolice.*) Imam tako in tako. Lahko so pa tudi modre.

Kakšen bi bil ta junak?

Ja, poznam enega dobrega fanta. Sem gledal njegov film, ki je kar z motorno žago noter.

Kakšen je ta fant, ki ti je všeč?

Tak, ima veliko pušk.

Pa kaj še? Kako se obnaša?

Kdaj je vesel, kdaj je žalosten, kdaj pa se strelja. Je že bil zadet.

Koliko je star? Je tvojih let, starejši, mlajši?

Ne vem. Mogoče enako kot jaz.

So ti bolj všeč junaki, ki so toliko stari kot ti? Fantje, ki imajo radi pustolovščine?

Ja, saj on jih počne. Dobro. Enkrat sem ga videl, ko so se eni ljudje namaskirali v zombije, potem pa ni mogel ta velike puške, ker je s tako veliko metek ustrelil. Potem na koncu, ko je hotel ustreliti, je vse zombije odneslo.

Je ta junak prestrašen ali pogumen, kakšen je?

Pogumen je. Samo, ko pa pade ...

Kaj se ti v oddajah zdi smešno? Čemu se nasmejiš?

Ja, ful smešno mi je *To so gadi*. To mi je najbolj smešno zato, ker stole privežejo, pa pred vrata tako postavijo drva, da potem nihče ne more noter. Tako mi je ful smešno.

Kaj te še zabava?

Ja, jaz poznam imena. Boris, Jan pa ne vem točno.

Kaj oni počnejo, da tebe nasmeji? Se spomniš?

Ja, enega strica so nahecali, da bodo kamen noter pripeljali, v resnici pa tja, potem pa pride in nekaj vleče, pa pade, potem pa pride in reče: »Ja, Marička, kaj se ti je zmešalo, kdo bo pa pobral že tega hudiča?« Potem je pa rekel ta stric: »Ja, fantje, saj so mi povedali.« Potem pa reče: »Preklemanska banda.« Potem pa oni hitro gredo, tisti jih pa išče. Potem je pa še smešno.

Kaj pa v kakšni otroški oddaji ali v risanki, se spomniš česa smešnega?

Spuži kvadraterk je zelo dober v risanki.

Kaj on počne, da je smešno?

Ja, tako nekaj dela, da tam nekaj gate. Patrik pa Patrik. Ko pa je šel v šolo za umetnost, ga je Marko izzival, da je on naredil grd krog, Spuži pa lep. In ko je pa Marko nekaj strgal, je pa Spuži kar sestavljal. In je sestavil sestavljanke, da je zdaj on spodaj, da se igrata žabice. Potem pa sestavi tako, potem pa reče: »Ti si spodaj.«

Potem ti je všeč, če si junaki nagajajo?

Včasih.

Kaj pa, če se kdo skrega ali reče kaj smešnega?

Ja, ne vem. Tudi pri *Knex*.

So tu smešni pogovori, besede?

Knex je tak, da imajo tak kristal in se skupaj, ker je barven, takšne barve so, in potem se pa samo primejo in se sestavijo v različne. Če je zmaj in potem, ko so jih tisti dobili, se je tisto, kar je zmaj naredil iz ledenih kock ... (*GA nekaj kaže z rokami.*) Potem je pa naredil, potem

pa reče: »Ajde op.« Ne vem, kaj je že rekel. Potem se pa oni postavijo pa tako naredijo. Potem pa gredo oni samo po tihem tja, se splazijo drugam.

Kaj se ti zdi v oddajah dolgočasno? Česa ne bi gledal?

Ja, meni je dolgočasen *Avatar*, pa ne vem, kaj je že. Čopko je tudi malo dolgočasen. Kaj pa *Cofko Cof*, ta je pa tudi še kar smešen.

Zakaj se ti zdi nekaj dolgočasno?

Zato ker, ko najprej gledam Čopka, je preveč dolga ta pesem. Potem pa gledam *Avatarja*, pa more samo nekaj, pa se tam dere.

Se naveličaš, če je predolgo? In če nekdo preveč govori?

Ja. Tudi pri »fuzbalu«. To je pri eni risanki, zato ker se tisti golman samo dere. Potem imajo pa take moči, da tisti golman ima tako veliko roko, da prime hitro žogo. Eden ima »dragon treš«, to je, to je vodni zmaj, pa hitro zadane gol. Je pa tako, da se en zavrti gor, pa samo brčne pa gre v gol. Če pa »dragon treš« in prideta skupaj, potem enako zadeneta gol.

To ti je všeč?

Ja, to pa.

Kaj si želiš izvedeti iz oddaj? Kaj te zanima?

Jaz bi rad vedel, kako *Knex* puška, da ima tak velik krog, pa mora tako, od zadaj. Jaz bi rad to izvedel, kako ta velik krog in noter moraš dati metke, pa ne vem, kako to pride noter, ker ta puška mora imeti veliko metkov. Če je pa taka ta velika, imaš pa tako na tačke, ena pa tudi ne, potem pa pomeriš, pa takole potegneš nazaj, potem pa samo ustreliš.

Kaj te moti pri oddajah *Studio Kriškraš* in *Ribič Pepe*?

Nič mi ni dolgočasno. No malo.

Kaj ti na primer ni všeč pri *Ribiču Pepetu*?

Ko gledam, ker ta Kakadudu ta kljun ves čas nekaj odpira, kadar Pepe kaj reče, ta samo kljun odpira.

Se ti zdi, da ima neprijeten glas?

Ja, tak ...

Kaj te zanima: so ti všeč oddaje o živalih, oddaje, kjer kaj izdelujejo?

O živalih, ko gledam, tam v džungli, pa o morskih, pa zdaj imam slike. Meni so vse živali všeč.

Kaj pa, če se kaj izdeluje v oddajah?

Ja, jaz vem, kako hiša nastane, za avto pa ne vem.

Te to zanima?

Ja, me.

Kakšne zgodbe so ti všeč? Kaj se ti zdi v zgodbah lepo ali grdo?

Ja, pištole, če gledaš prave, ne vem. Ker potem potrebuješ, pri pravih sem videl podobno, kot je bila pri *Knex*, so črne in velike, samo potem sem takoj ugasnil. Ne, dal sem na drugo. Ker te *Knex* pištole lahko sestaviš še v drugačne. Daš dol, če daš od ene tako dol, potem lahko še vedno streljaš, pa še od ene, pa lahko še vedno streljaš.

Se ti zdi zabavno, če v oddajah kdo komu ponagaja, mu kaj nastavi?

Ja, jaz sem že nekaj naredil. Pa se je takoj ustrašil in je samo gor letel.

Si nekoga prestrašil? Je bilo smešno?

Ja, tako mi je bilo smešno.

Kaj ti je še smešno?

Jaz poznam enega junaka v eni dobri risanki, pa mu je ime, tako kot meni, samo da je grozni Gašper. Pa Petru nagaja, Peter pa toži mami, potem ga pa okrega in ga večkrat pošlje v sobo. Ko je pa Peter risal in ga je Gašper prestrašil, potem je pa še mami brke narisal tako na sliki. Potem je pa Petra polil z barvo, pa je bil Peter čisto umazan, potem je pa Gašper naklepal maščevanje, potem pa pride mama, pa mu ugasne, ko je šel spat, mu je pa vse igrače vzela, čisto vse stvari.

Je bil kaznovan?

Ja, potem je bil ful časa v sobi. Drugače je potem na steni nekaj narisal, potem pa je z barvo pobarval steno. In potem si je nekaj izmislil, da je maja barval vrtno hišico. S to rumeno barvo in potem ga je mama vprašala, zakaj je vzela vse igrače in je lahko potem prišel iz sobe. Gašper je tako naredil, da Peter ni smel iz sobe, čeprav je bil ful priden.

V tvojih najljubših oddajah torej nastopajo fantje tvoje starosti?

Ja.

Smešno se ti zdi, če si ponagajajo, a na koncu se pravičnost izkaže?

Ja.

Če nekdo nagaja, je kaznovan?

Ja, tako kot groznega Gašperja, da ga vsakič okregajo in pošljejo v sobo.

PRILOGA G: Poglobljeni intervju z osemletnim AL (5. julij 2014).

Ali rad gledaš otroške oddaje na televiziji?

Ja.

Zakaj?

Ker so zabavne.

Kakšne oddaje rad gledaš?

Že vem. Kriškraš ...

Kakšne še?

Oto, Mini Max, Pop TV zjutraj, ko so risanke.

Kakšnih oddaj ne maraš gledati?

Ko je kaj grozno. Na *A kanalu*, ko so kakšni grozni filmi, jih nimam rad gledati. Zato ker potem nekateri tako zabijajo pa se streljajo.

Kaj če bi si ti sam lahko izmislil svojo otroško oddajo, kdo bi bil glavni junak, kdo bi vodil oddajo (bi bil to človek, otrok, lutka, žival)?

Naslov bi bil *Vražja nogometna družčina* (*op. po njegovi najljubši risanki*), o nogometu.

Kdo bi bil glavni junak? Bi bil to fant, punca ali več prijateljev?

Skupina.

Fantov ali punc?

Fantov in ena punca.

Koliko bi bili pa stari?

Tretji, drugi razred.

Bi bili prijatelji?

Ja.

Vsi prijatelji?

Včasih če gredo v drugo igro igrat, v drug klub, ga kaznujejo, da nočejo, da je več v skupini, da je šel, ne da je povedal.

Kaj pa v tvoji oddaji – bi se tudi kdaj skregali ali bi bili ves čas vsi prijatelji?

Nekateri so nesramni tam noter, pa nagajajo.

Se zdi tebi to zabavno?

Ravno ni zabavno, je pa dobra risanka.

Kaj se ti zdi smešno? Čemu se nasmejiš?

Mister Beanu.

Zakaj?

Zato ker dela čudne stvari, ful je smešen.

Ti je všeč, ker je neroden?

Pa ker dela take čudne stvari in ko je bil v enem filmu, ko so snemali tam in potem so ga dali vojakom, potem je pa čudno dvignil noge, potem se je pa »zahaklal«, to je bilo malo čudno. Ko je bil v kinu, je dal nekaj, je bilo smešno.

Je jedel v kinu?

Ne! Ko je dal kar en film, ki je na cesti še tako čudno delal, sredi ceste.

So smešni taki junaki, ki so malo nerodni in da se jim kaj ponesreči?

Ja.

Kaj te zanima? Ali so to šolske stvari, narava, živali, znanost, matematika, ples, risanje, kako se kaj izdelava?

Kako lahko narišejo v eno knjigo, ampak to s prosto roko, dinozavra, kot da ga vtisnejo. Ali pa, kako naredijo slike v take knjige, na primer o dinozavrih, pa kako oni to naredijo, če ne naredijo s tiskalnikom, kako oni tako dobro to narišejo, da izgleda kot pravi jamski človek ali da izgleda kot tak dober dinozaver.

Katere teme so ti še všeč? Kaj imaš rad?

Ja, ko delam letalo, bi rad naredil rezervna padala, sedeže, da se lahko vozi. Sem imel ravno idejo, če dam v desno, se bo vrvica, če se to tako naredi, se potegne, ko bo v zrak peljal, da se ne potegne ena taka luknjica, ki jo tako izrežemo, potem pa potegne, ko bo veter pihal. Če bo takole, bo šlo potem dol. Če gre pa od spodaj, pa dam v levo in potem imam dva volana, da dva usmerjata, ker mora vsak eno krilo usmerjati. Spodnjo, če gre od spodaj na dol, bo šlo pa gor.

Te zanimajo izumi?

Ja.

Bi gledal otroško oddajo o izumih?

Ja, pravzaprav gledam eno oddajo, tam delajo veliko stvari. Imajo take dobre ideje. Potem je pa še en tak pračlovek. Nekaj ustvarja.

Kakšen konec mora imeti zgodba, da je tebi všeč?

Kdaj je na začetku v redu, potem se pa vse poslabša, potem se vse poboljša in potem je vse v redu.

Konec mora biti srečen?

Ali pa da, na primer, v mamutih pa v jamskih ljudeh mamut lovi jamskega človeka in potem še vedno lovijo. No, jamski človek lovi mamuta pa ga lovijo, pa lovijo, pa lovijo, pa ga še ne ulovijo. In potem nimajo dovolj hrane, potem ga pa na koncu ulovijo pa imajo dovolj hrane in kož za preživeti.

Rad imaš srečen konec?

Ja.

Kaj bi bila zate lepa oddaja?

Tako, da ravno ne delajo grdih stvari.

Kakšno je tvoje mnenje o lutkah, ki vodijo oddajo?

Lutke mi niso ravno tako všeč. Ker jih nekdo ustvari, potem niso take, dobre na pogled. Meni. In potem imam raje, da so narejeni v risankah kot ročna lutka.

Potem imaš raje prave ljudi za voditelje?

Ne, ne ravno prave ljudi, ampak ljudi, ki jih naredijo na računalnikih.

PRILOGA H: Poglobljeni intervju z osemletno L (3. julij 2014).

Rada gledaš otroške oddaje?

Ja.

Zakaj?

Zato, ker so mi všeč.

Kakšne oddaje najraje gledaš?

Najraje gledam take hecne oddaje.

Kakšne so to?

Recimo, če so junaki nerodni.

Kakšni junaki so ti bolj všeč? Je bolje, da so lutke, da so ljudje, da so lutke kot živali?

Živali.

Živali kot lutke?

Ja.

Če bi lahko naredila svojo oddajo, kdo bi nastopal v njej, kakšni bi bili junaki?

Bili bi prijazni, eden ali dva bi bila pa zelo zlobna. Pa bi potem morali reševati.

Bi nastopale samo živali?

Živali bi bile prijazne, ljudje bi bili pa hudobni.

Katere živali bi izbrala?

Konje in delfine, pa kakšne morske pse.

Koliko bi bili ljudje stari? Bi bili otroci ali odrasli?

Odrasli.

Kakšnih oddaj ne maraš?

Dolgočasnih.

Kakšne so to?

Take, kjer ni nič hecnega. Kjer ni nič zanimivega.

Kaj te nasmeji?

Če so junaki nerodni, če hecno govorijo.

Še kaj?

Če s takšnim hecnim glasom ... Recimo, če spreminjajo glasove.

Kaj te pa zanima? Kaj se želiš naučiti?

Vse mi je tako všeč.

Kaj pa najbolj? Živali, narava, promet, šola, matematika, znanost?

O matematiki.

Kaj še?

Potem o znanosti.

Kako kakšna stvar nastane?

Ja, take stvari me bolj zanimajo.

Kakšna je zate lepa zgodba?

Če so kakšni zapleti, potem se nekako vse reši in je takšen srečen konec. Če pa ni potem preveč podobno pravljici že. So mi zgodbe bolj všeč. Pa risanke.

Kaj pomeni, da je nekaj lepo? Da je oddaja lepa?

Mogoče to, da se imajo radi.

PRILOGA I: Poglobljeni intervju z urednico oddaje *Ribič Pepe*, Jelko Ribarič Grabljevec (27. junij 2014).

Kako bi opisali kakovosten otroški program?

Od prvotne zamisli do izvedbe se mnogo kakovosti žal izgubi, potone, zaradi mnogih dejavnikov. Najprej si zamisliš koncept, razmišljaš, opazuješ, ves srečen čakaš odzive, ko je oddaja nared, pa teh ni od nikoder. Ne s strani nadrejenih, ne od gledalcev. No, včasih pa so dela opažena, vendar prepozno. Otroci pa, kdo bi jim zameril, izberejo risanko. No, zdaj pa resno. Vsekakor mora vsebovati prijazne like, da otroka pritegnejo. Nikakor pa ne smejo biti sladkobni. Otrok se mora z likom poistovetiti, najti vzporednico s samim sabo. Oddaja mora nuditi otroku znano okolje, da vzporeja svoja doživetja, morda dobi tudi ideje za nova spoznanja. Spoznavanje širšega sveta je pomemben dejavnik v otrokovem razvoju. Že bližnji travnik mu lahko predstavlja pravo pustolovščino. Oddaja lahko tudi rešuje probleme. Izpostavljena težava, problem, ki smo si ga zastavili, pa mora biti razrešen. Največkrat mora priti pri mlajših do srečnega konca, da je otrok pomirjen. Kot pravljica. In potem so srečno živeli do konca svojih dni. Meni osebno je zelo pomembno, da se otrok ob gledanju zabava. Če pa ga želim česa naučiti, v svojih scenarijih to storim na izkustven in zabaven način, nikakor pa ne ex cathedra.

Kateri so kriteriji kakovostne otroške oddaje?

Na prvem mestu, zabavno mora biti. Ker če je meni zabavno, je tudi otroku zabavno. To sem preverila v skoraj tridesetih letih, to drži. Drugič, krepi občutek otrokove samozavesti. Tretjič, spodbuja, da otroci postavljajo dodatna vprašanja, da razmišljajo in znanja med seboj povezujejo. Da nekaj, kar je izvedel, lahko vzporeja z dogodkom, ki se mu zgodi, recimo, v vrtcu ali v šoli. To se mi zdi pomembno. Četrto, ne olepšuje realnosti, rešuje težave. Petič, mora imeti začetek, sredino in konec. Razrešena stvar mora biti. Šestič, očiščuje strahove in bojazni. Ne morem se zdaj na *Ribiča Pepeta* osredotočiti, lahko pa povem za serijo, za katero

sem pisala scenarije, *S soncem v očeh*. Je bila cela serija na odpravljanju za otroka nerešljivih problemov.

Saj govoriva o otrocih, starih med šest in osem let?

Tako ja. Predšolsko, ja, in prvi, drugi (*razred*).

Katere od teh kriterijev pa najdemo v oddaji *Ribič Pepe*, ki je namenjena prav tej ciljni publiki od prvega do tretjega razreda?

V teh oddajah najdemo veliko naštetega: ples, zabavo, glasbo, spodbujanje nacionalne kulture. Recimo, lansko sezono smo imeli slovenske ljudske pesmi, kjer je postala prava uspešnica *Barčica po morju plava*. V letošnji sezoni, ki jo šele delamo, pa obujamo stare opuščene otroške igre, ki pa se v glavnem dogajajo zunaj. Se pravi, želimo otroke spraviti ven, ne za računalnike. Ni pa seveda reševanja težav v taki meri, kot si želim. Ni zgodbe, ker je pač koncipirana oddaja kot mozaična oddaja.

Kaj pa imajo po vaše otroci v oddajah radi?

Normalno, čim več smeha, da se pleše, posluša glasbo, pesmice, to je sigurno v redu.

Še kaj, mogoče?

Radi imajo smešne stvari, da padajo. Ampak se ne smejo poškodovati. Takoj mora vstati, tako kot pri risanki. Nič se nikomur ne sme zgoditi, ker oni to razumejo, da je to tam. Fikcija. Da to ni zares.

Kako pa bi lahko še izboljšali kakovost otroškega programa na *TV Slovenija*?

Mislím, da je pisanje scenarijev najšibkejša točka. Če je pisec zelo kvaliteten, ga ne moremo dovolj plačati. To je prvo. Da bo popravil petkrat, desetkrat scenarij, to mu tudi preveč časa vzame, tako da to se mi zdi šibka točka, ja.

Kaj vas ovira oziroma omejuje pri tem, da bi vseeno naredili en korak naprej proti izboljšavi?

Zdaj predvsem denar. To seveda ni izgovor, saj pri pisanju, recimo, kadar se jaz lotim tega, imam že to kalkulirano v možganih, da ne smem veliko stati. Denar je pomemben dejavnik.

Toliko večja pozornost na scenariju, ne. Dobre glasbenike je tudi težko dobiti, jih moraš plačati, če hočeš kvalitetna besedila pesmic, moraš pesnika dobiti. Tistega, ki si ga jaz želim, je drag. To je dejstvo. Še entuziazem ekipe. To zna biti tudi večkrat problem. Pojenjava. Ker se ne premikajo stvari, potem pojenjava entuziazem.

Kako potem vidite prihodnost otroškega programa? Pozitivno?

Ja, upam in želim si.

PRILOGA J: Poglobljeni intervju z urednico oddaje *Studio Kriškraš*, Anko Bogataj (27. junij 2014).

Kako bi opisali kakovosten otroški program?

S perspektive socialnega in medijskega okolja, v katerem ustvarjamo kakovosten otroški program, bi lahko rekli, da program prepoznavamo kot vsebine, ki utrjujejo tradicijo in nacionalno kulturo. Prepoznavamo ga kot dobro strukturirane oddaje, ki prikazujejo realnost, zgodbe, ki očiščujajo strahov in pomagajo reševati probleme. Lahko ga vidimo tudi kot formate, ki vsebujejo izobraževalne elemente in so hkrati zabavni. Tovrstni primeri resnično zaznamujejo kakovosten otroški program, vendar le pod pogojem, da so nekako prežeti z iskrenostjo do gledalcev in dobrim poznavanjem ciljnih skupin, njihovih razvojnih lastnosti, potreb, želja in zmožnosti percepcije. Kakovosten otroški program se v nekem konstruktivnem in navdihujočem smislu dotakne gledalca. Spodbudi njegovo željo po raziskovanju, postavljanju vprašanj in soudeležbi. Kakovosten otroški program v našem primeru temelji tudi na zaupanju med televizijo in starši, na kompetenci pri podajanju starostnim stopnjam primernih vsebin in izpostavljanja varnih vrednot.

Kateri so kriteriji kakovostne otroške oddaje?

Neko izhodišče in pragonilo vsake kakovostne otroške oddaje je temeljito poznavanje ciljne publike. Na podlagi nekega jasnega vedenja, komu je oddaja namenjena, je tudi izbor kriterijev potem lažji in bolj dosleden. Najpomembnejši se mi zdi jasnost pri podajanju vsebin, v nasprotnem primeru namreč gledalca zmedemo ali pa mu posredujemo napačno sporočilo, izgubimo njegovo zaupanje in pozornost in potem kaj kmalu naše ustvarjanje nima več pomena. Otrokom, se mi zdi, da posredujemo največ, če jim z nekim premišljenim

subtilnim izborom vsebin, pa mojstrsko uporabo našega medijskega jezika ponudimo možnost, da bolje spoznajo sebe in svet. Za dosego tega pa je potrebno eno tako neskončno zaupanje v otroke. To bi lahko rekli, da je moj drugi kriterij, ali pa morda celo prvi. In ko smo ravno pri tej dilemi – ko gre za otroško oddajo, se mi zdi pomembno prav vse. Prav to zavedanje, kako ne smemo ničesar izpustiti. Vsak detajl, vsak drobec zgodbe, za katerega morda upamo, da bo spregledan, ker z njim nismo najbolj zadovoljni, pa temu nikoli ni tako. S strani otroške publike je opaženo prav vse, zato je ključnega pomena zavedanje, da se otroci učijo v vsakem trenutku, pa čeprav smo oddajo mogoče definirali zgolj kot zabavno. Kriterije kakovosti bi lahko pravzaprav naštevili do onemoglosti, se mi zdi. Kako je ključnega pomena, da je oddaja humorna, kako pomembno je, da otrokom ponudimo vzornike, od katerih se lahko učijo v nekem čustvenem in izkustvenem pomenu, kako lahko otroke spodbudimo k razmišljanju z osupljivimi dejstvi znanosti, narave, tehnologije, kako jih je potrebno obveščati, se jim približati na estetski ravni ter z uporabo teh dodatnih medijev, kot je (na primer) splet. Ob vsem tem pa se mi zdi ključnega pomena, da leži skrivnost kakovostne otroške oddaje ravno v nekem domišljenem prepletanju vseh naštetih elementov v smotno celoto, ki se bo otrokom zdela gledljiva in zanimiva. Morda bi za izhodišče za tovrstno kakovostno podajanje vsebin oziroma neke vrste kriterij imenovali kar »kriterij kriterijev« (*smeh*) – skratka način, kako kakovostne vsebine z nekim inovativnim medijskim prijemom strniti v privlačno televizijsko formo.

Katere od teh kriterijev najdemo v vaši oddaji?

Bistvo in nekako srce oddaje *Studio Kriškraš* so otroške dokumentarne zgodbe. Te tako gledalcem kot ustvarjalcem odpirajo obzorja. Nas ustvarjalce krepijo v zavedanju, kako pomembno je popolno zaupanje v otroke, v njihove neverjetne sposobnosti in talente; gledalce pa navdajajo z občutkom samozavesti in samostojnosti, ki jo potrebujejo za življenje. Otroke navdihujemo z njihovimi, pravzaprav lepotami otroštva in spodbujamo njihovo domišljijo. Za vzornike jim torej predstavljamo vrstnike, od katerih se lahko učijo na več nivojih, oddaja pa predstavlja neke vrste »televizijsko igrišče«, kjer lahko pokažejo vse, kar znajo, vse, kar premorejo, načine, kako razmišljajo ... Lahko so dejansko to, kar so. Ob naštetem pa jim resnično širimo obzorja s spoznavanjem sveta okoli njih, s spoznavanjem živali, na primer v za to namenjeni rubriki, in z uvajanjem bralne kulture. Zgodbe jim skušamo podajati začinjene s humorjem, z veliko mero zabave in predvsem s pozitivnimi zgledi v medosebnih odnosih.

Kaj imajo v vaših oddajah radi otroci (če se osredotočite na otroke, stare od šest do osem let)?

Radi imajo neverjetne domišljjske zgodbe, prepričljive dokumentarne pripovedi. Vsebine, ki pokajo od nekih hudomušnih zapletov in segmente, obogatene z glasbo in zabavnimi prizori. Radi gledajo svetove, ki so podobni njihovim, hkrati pa si želijo preseči meje njim poznane sveta. In čeprav, na primer, prižgejo televizijo za zabavo, jih žene močna radovednost. In odprtih oči srkajo vsakršne informacije, ki so podane na njim razumljiv in zanimiv način.

Kako bi lahko še izboljšali kakovost otroškega programa na *TV Slovenija*?

Morda s širitvijo zavedanja, da je pri kakovostnem otroškem programu pomembno čisto vse. Nič ni zanemarljivo. Otroci so najbolj zahtevna ciljna publika in tudi najbolj iskrena. Ključnega pomena je oblikovanje ekip, ki čutijo in dihajo z vsakim posameznim elementom, ki tvori oddajo, ob tem pa se ustvarjalno bogatijo ... To so ljudje, ki resnično čutijo otroški svet in jim ustvarjanje za in z otroki pomeni največji dar, ki ga premorejo na svoji ustvarjalni poti. Energijo, ki jo vložimo v končni izdelek, začutijo tudi otroci. In zanje se je resnično vredno potruditi.

Kaj vas omejuje pri tem, da bi se razvijali še naprej (da bi rasli v kakovosti)?

Predvsem neizprosno tempo ustvarjanja redne tedenske oddaje in posledično prilagajanja času, tehnološkim spremembam. Zelo razburljiv svet neželenih produkcijskih kompromisov, ki jih je polno na vsakem koraku. Vsak dan.

Kako vidite prihodnost?

Zelo optimistično. Ker resnično verjamem v otroški svet. Na njem sloni prihodnost. In če bo taka prihodnost, kot je otroški svet, potem bo najverjetneje zanimiva, zabavna in mavrična.