

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Barbara Oprčkal

Otroški program na Televiziji Slovenija:

Analiza oddaje Ribič Pepe

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Barbara Oprčkal

Mentorica: doc. dr. Vesna Laban

Otroški program na Televiziji Slovenija:

Analiza oddaje Ribič Pepe

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

Zahvala

Za vse nasvete, spodbudo, potrpežljivost in strokovno pomoč se iskreno zahvaljujem svoji mentorici doc. dr. Vesni Laban.

Hvala vsem staršem in otrokom, psihologinji in specialni pedagoginji dr. Blanki Colnerič ter ustvarjalcema oddaje Ribič Pepe, ki so mi pomagali pri pridobivanju podatkov za nastanek mojega magistrskega dela.

Zahvaljujem se moji družini, ki me je na moji študijski poti podpirala, me spodbujala in vedno verjela vame.

Hvala tudi tebi, Primož. Ob tebi je vedno bilo vse lažje.

Otroški program na Televiziji Slovenija: Analiza oddaje Ribič Pepe

Če je nekoč veljalo, da je glavni dejavnik primarne socializacije otrok družina, je danes slika povsem drugačna, saj je to vlogo med množico elektronskih medijev prevzela tudi televizija. Živa beseda in gibljiva slika imata mnogo večji vpliv kot katerikoli drugi medij, vpliv pa je še toliko večji zaradi količine časa, ki ga otroci in mladi preživijo pred televizijo. Zato je še posebej pomembno, da je televizijska vsebina kakovostna in hkrati primerna za ciljno publiko. Kakšno vsebino ponujajo ustvarjalci oddaje Ribič Pepe in kako jo razumejo otroci, katerim je namenjena, je bilo vprašanje, na katerega sem iskala odgovor v svojem magistrskem delu. Z analizo tem sem analizirala peto sezono oddaje, nato pa skupaj z otroki različnih starosti pogledala eno izmed epizod. S poglobljenimi intervjuji sem nato preverila razumevanje osrednje teme oddaje. Poglobljene intervjuje sem opravila tudi z ustvarjalci oddaje in psihologinjo. Ključna ugotovitev je, da otroci različno razumejo vsebino, ki jim je ponujena, pri tem pa starost ne igra glavne vloge, kot sem sprva predvidevala, ampak predvsem izkušnje in znanje, ki so ga že pridobili. Izredno pomembna je zato tudi vloga staršev, ki bi otroke morali naučiti pravilno in kritično gledati televizijske programe.

Ključne besede: otroci, televizija, oddaja Ribič Pepe, socializacija, razvojna psihologija

Children's program on TV Slovenia: Analysis of the show Ribič Pepe

Family used to be considered the main factor in primary socialization of children. But today this role was taken over also by television. Words and images have a much bigger impact than any other medium. And the impact is even greater due to the amount of time that children spend watching TV. Therefore, it is important that television provides quality content and also appropriate for the target audience. I decided to analyse what kind of content is offered/provided by the creators of the show Ribič Pepe and how children understand it. In order to get the answer I analysed the fifth season of the show and then watched one episode with children of different ages. Then I used interviews to check whether they understood the main theme. I also interviewed the creators of the show and a psychologist, who helped me with the interpretation of the results. A key finding is that children have different perceptions of the contents offered to them. The age does not play a central role. What is important is their previous experience and knowledge they possess. Therefore, a very important role is also played by their parents, who need to teach their children how to watch television.

Keywords: children, television, show Ribič Pepe, socialization, developmental psychology

Kazalo

1	UVOD	7
1.1	METODOLOGIJA	9
2	OTROCI IN TELEVIZIJA.....	11
2.1	PRAVNE PRAVICE OTROK V MEDIJIH	11
2.1.1	Zakon o medijih	12
2.1.2	Zakon o Radioteleviziji Slovenija	12
2.1.3	Novinarska etika ter otroci in mladostniki	13
2.2	SOCIALIZACIJA OTROK IN MEDIJI.....	14
2.2.1	Televizija kot pomemben dejavnik socializacije otrok	15
2.3	OTROCI IN GLEDANJE TELEVIZIJE	16
2.3.1	Zakaj otroci gledajo televizijo?	17
2.3.2	Kako otroci gledajo televizijo?	18
2.3.3	Kako otroci razumejo televizijo?	19
2.4	KRITERIJI KAKOVOSTNIH ODDAJ ZA OTROKE.....	22
2.4.1	Merila, po katerih prepoznamo kakovostno otroško oddajo	23
2.4.2	Lestvica šestih meril za kakovostno otroško oddajo	25
3	PRODUKCIJA OTROŠKEGA PROGRAMA NA RTV SLOVENIJA.....	26
3.1	OTROŠKI PROGRAM NA TELEVIZIJI SLOVENIJA	27
3.1.1	Gledanost otroškega programa.....	29
3.1.2	Delež otroškega programa.....	30
4	ODDAJA RIBIČ PEPE	32
4.1	OKVIR ENE EPIZODE	33
4.2	GLAVNI LIKI.....	34
4.3	EPIZODE PETE SEZONE IN OSREDNJE TEME.....	35

4.4	ANALIZA OBČINSTVA.....	43
5	DISKUSIJA.....	50
5.1	OTROKOV RAZVOJ IN RAZUMEVANJE ODDAJE RIBIČ PEPE.....	50
5.2	ODDAJA S PREŠIROKO CILJNO PUBLIKO?	52
5.3	IZPOLNJEVANJE KRITERIJEV KAKOVOSTNE OTROŠKE ODDAJE	54
5.4	KAKO USTVARJALCI DOLOČAJO TEME ODDAJ.....	56
5.5	PRIPOROČILA ZA NADALJNJE DELO.....	57
6	SKLEP.....	58
7	LITERATURA.....	60
	PRILOGA A: Intervju z ustvarjalcema oddaje Ribič Pepe.....	66
	B: Okvirni vprašalnik za otroke.....	74
	C: Intervju s psihologinjo in socialno pedagoginjo.....	75
	Č: Ribici štiriletne Neže.....	82

1 UVOD

Mediji so v odnosu do otrok in mladih postali eden izmed pomembnih agentov sekundarne socializacije (Giddens 1993), saj skozi svojo moč uokvirjanja družbene realnosti vplivajo na koncipiranje prevladujočih družbenih vrednot, norm in pogledov nase, na svet in družbo. Mediji otroke in mlade tako učijo tudi o vedenjih, mitih, stereotipih, trendih in ustvarjajo pot, skozi katero se učijo novih vrednot in vedenj (Newman 1997, 126). Prav tako posredujejo otrokom reprezentacije in interpretacije sveta, otroci pa so tisti, ki lahko te pogosto neselektivno in neovirano sprejemajo (Reimer 1995, 64). Kot sta v raziskavi ugotovili Dolničarjeva in Nadohova (2004), ima med mediji danes poleg interneta pomembno vlogo tudi televizija, saj imata živa beseda in gibljiva slika mnogo večji vpliv kot katerikoli drugi medij, pa tudi zaradi količine časa, ki ga otroci in mladi preživijo pred televizorjem. »Otroci redno gledajo televizijo že od svojega drugega leta. Stopnja gledanja raste med četrtem in enajstim letom, potem pa se v zgodnji adolescenci pokažejo znaki upadanja. Najmanj se televizijo spremlja v poznih mladostniških letih in zgodnjih dvajsetih, ko televizija postane manj pomembno sredstvo za preživljanje prostega časa« (Erjavec in Volčič 1999a, 65). Zelo pomembno je torej, kakšno vsebino otroci spremljajo na televiziji, veliko oziroma osrednjo vlogo pri tem pa nosijo ustvarjalci teh vsebin. Gre za izredno občutljivo področje, ki se mu danes v Sloveniji ne posveča veliko pozornosti, večina raziskovalcev in piscev, ki se ukvarjajo s področjem otroških oddaj in programov (Dolničar in Nadoh 2004; Peštaj 2009b; Žnidarčič 2011), pa se sklicuje na raziskave izpred več kot deset let.

Kakšna bi morala biti kakovostna produkcija otroškega programa in njegovih vsebin, je določeno v različnih zakonih, predpisih in konvencijah, ne samo slovenskih, ampak tudi mednarodnih, npr. Zakon o RTV Slovenija (2005), Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah (1989) ter Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija (2000). Vendar pa so obstoječe raziskave (Home 1999, Prislán 2000, Peštaj 2009a) ob tem zanemarile uresničevanje predpisov in priporočil za ustvarjanje kakovostnega otroškega programa v praksi. Problem, na katerega opozarja tudi Bašić Hrvatínova (v Cah Švarc 2010, 44), je, da otroški program na televiziji pri nas nastaja v slogu »mi že vemo, kaj otroci potrebujejo, in jim to posredujemo«. Bašić Hrvatínova (prav tam) meni, da bi morale biti več posvetovanja in komunikacije z ustvarjalci programov. Potrebovali bi torej več razmisleka in raziskav, ki bi orisale stanje, v katerem se nahajamo, da bi bilo ustvarjanje vsebin za otroke bolj kakovostno.

Ena izmed bolj priljubljenih slovenskih otroških oddaj v zadnjem obdobju je oddaja *Ribič Pepe*, kar kažejo tudi podatki o gledanosti, ki jih bom predstavila v nadaljevanju naloge. Gre za oddajo, ki temelji na glavnem liku, Ribiču Pepetu, ki pa ni zgolj lik na televiziji, saj se pojavlja tudi na prireditvah za otroke in podobno. Otroški program TV Slovenija oddajo predvaja že šesto leto, imajo tudi svojo spletno stran, kjer beležijo več kot 35.000 obiskov. Glavni lik Ribič Pepe ima oblikovano tudi svojo Facebook stran in Youtube profil z več kot 150.000 ogledov posnetkov (Spletna stran oddaje Ribič Pepe). Oddaja je namenjena otrokom, starim od štiri do osem let (Ribič in Potrebuješ 2013).

Ker celovita analiza oddaje, ki bi pokazala, kako občinstvo oddajo razume, še ni bila narejena, je moje ključno raziskovalno vprašanje: **Kako ciljno občinstvo razume vsebino oddaje Ribič Pepe na TV Slovenija?**

Cilj magistrskega dela je ugotoviti značilnosti vsebine in recepcije oddaje *Ribič Pepe* ter s tem preveriti, ali je oddaja *Ribič Pepe* ustrezna za opredeljeno ciljno občinstvo.

Otroški in mladinski televizijski program naj bi bil žanrsko in vsebinsko raznovrsten, brez vključevanja nasilja in spolnosti, prav tako pa naj bi bilo za otroške in mladinske programe dovolj sredstev, da bi jih lahko naredili kar najbolj kvalitetno (Home 1999). Ob tem Erjavčeva in Volčičeva (1999b) opozarjata, da je pomembno, da otroci televizijo gledajo pravilno in kritično, hkrati pa morajo vedeti tudi, kako ohraniti distanco do medijske realnosti. Koširjeva (1996) poudarja, da je treba otrokom pri branju televizije pomagati, saj do četrtega ali petega leta ne ločijo med obkrožajočo resničnostjo in medijsko predstavo. Določeno vsebino v oddaji, ki je otroci še ne razumejo, bi si lahko napačno interpretirali bodisi zaradi pomanjkanja osebnih izkušenj bodisi zaradi nerazumevanja. Zato je pomembno, da so ob njih odrasli, ki se z njimi pogovarjajo o tem, kar gledajo (Peštaj 2009a, 85).

Posamezna oddaja *Ribič Pepe* se vrti okoli osrednje teme, ki jo glavni liki predstavijo otrokom. Pri tem je z vidika meril kakovostnih oddaj za otroke pomembno, da so te teme razumljive vsem otrokom, katerim je oddaja namenjena. Različni avtorji (Home 1999; Peštaj 2009a; Lesser 1974) namreč poudarjajo, da je za kakovostno produkcijo otroških oddaj pomembna predvsem njihova razumljivost.

Problem, ki bi lahko vplival na kakovost, je, da se ustvarjalci pogosto preveč zanašajo na to, da vedo, kaj si otroci želijo. Na to je opozorila tudi Peštajeva (2008, 270), ki pravi, da marsikdo meni, da so otroci najbolj hvaležni gledalci, ker sprejmejo vse, kar jim ponudimo.

Pri pisanju magistrskega dela bom tako ugotavljala, kako ustvarjalci oddaje izbirajo teme in s tem določajo vsebino oddaje, in nato, kako ciljno občinstvo razume oddajo *Ribič Pepe*.

1.1 METODOLOGIJA

Da bi lahko odgovorila na raziskovalno vprašanje, bom uporabila različne metodološke pristope. V teoretičnem delu bom analizirala sekundarne vire, kot so knjige, znanstveni članki, kodeksi in dokumenti, moj glavni cilj pa bo pridobiti znanje o odnosu med otroci in mediji oziroma o odnosu s televizijo.

Nato bom v empiričnem delu raziskave v prvem koraku z analizo izbranih oddaj na vsebinski ravni skušala s kritično diskurzivno analizo (KDA) razkriti diskurzivne lastnosti oddaje. Da bi ugotovila, katere so osrednje teme v posamezni oddaji, bom uporabila analizo tem. Tema je to, o čemer je v tekstu (oddaji) govor na makro ravni, namreč različne družbene dogodke in situacije lahko povežemo v tematske sklope (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 79). Kot ugotavlja van Dijk (prav tam), so teme izjemno pomembne, saj si jih zato, ker na makro ravni posredujejo najpomembnejšo informacijo, občinstvo tudi najbolj zapomni. Analizirala bom 22 oddaj, ki so bile predvajane v letih 2012/13, v okviru pete sezone. Enota analize je ena predvajana oddaja za otroke *Ribič Pepe*.

V drugem koraku bom z namenom, da bi dobila kar se da jasen vpogled v nastajanje oddaje *Ribič Pepe*, izvedla poglobljeni intervju, ki je po Sarantakosu (2005, 282) nestrukturirana in zelo prilagodljiva raziskovalna metoda. Njihova prednost je vzpostavitev odnosa med intervjuvancem in spraševalcem, fleksibilnost in svoboda temeljitega raziskovanja ter visoka kakovost pridobljenih informacij (prav tam). Poglobljeni intervju bom opravila z glavnima ustvarjalcema in scenaristoma oddaje *Ribič Pepe* Igorjem Ribičem in Jožetom Potrebuješem. Ključen namen tega koraka je, da ugotovim, kaj želijo z oddajo doseči ustvarjalci in kako se odločajo za vsebino oddaje.

V tretjem koraku bom uporabila analizo recepcije, ki govori o medijski uporabi kot o pomembnem aspektu vsakdanjega življenja. Uporabo medijev lahko namreč razumemo le v povezavi z določenim družbenim kontekstom in izkušnjami sociokulturne skupine (McQuail 1997, 19). Z analizo recepcije bom skušala ugotoviti, kako otroci razumejo vsebino oddaje oziroma teme, ki se pojavljajo v njih, in tako razkriti primernost oddaje za njeno ciljno občinstvo. Oddajo si bo posamič ogledalo 14 otrok, starih od štiri do osem let (njim je namenjena izbrana oddaja), nato bom z njimi opravila intervjuje o izbrani oddaji. V

primerjalni analizi rezultatov vseh treh korakov bom skušala ugotoviti, ali obstaja razlika med teorijo in prakso oziroma med namenom ustvarjalcev in recepcijo občinstva.

Za konec bom v četrtem koraku opravila še poglobljen intervju s psihologinjo in specialno pedagoginjo dr. Blanko Colnerič, s pomočjo katere bom interpretirala rezultate, ki jih bom pridobila v prvem, drugem in tretjem koraku.

2 OTROCI IN TELEVIZIJA

Televizija je ena najpomembnejših družbenih in kulturnih praks. Gre predvsem za domači medij, ki se največkrat uporablja znotraj družine (Luthar 1992, 101–105). S pomočjo televizije smo izpostavljeni ciklični reprodukciji različnih televizijskih žanrov. Na ta način televizija organizira socialno življenje, ga obnavlja in mu vedno znova daje občutek pričakovanja (prav tam).

Po dosegljivosti, pomembnosti in priljubljenosti je televizija med elektronskimi mediji na prvem mestu tako pri odraslih kot otrocih. Postala je namreč osrednja točka družinske interakcije, vedno bolj pa prevzema tudi ključno vlogo pri procesu socializacije otrok (Peštaj 2010, 67).

Televizija vsebuje skupino elementov, ki pripomorejo k prepričljivosti in dokumentarnosti posredovanega sporočila. Z gibljivo sliko, besedilom, zvočnimi učinki in glasbo gledalcu daje vtis, da je očividec dogajanja (Erjavec in Volčič 1999c, 26). S tem je, kot ugotavljata avtorici (prav tam), povezana tudi visoka stopnja zaupanja gledalcev v televizijo. Od drugih medijev jo loči tudi neposredni slikovni in zvočni prenos dogajanja občinstvu. Televizija s svojo univerzalnostjo simbolov najlažje prodira v človeka. To omogoča standardizacijo okusa, ki jo imenujemo množična kultura (prav tam). Od drugih medijev jo loči predvsem to, da pričara vtis realnejše stvarnosti in s tem gledalcem omogoča, da se zlahka identificirajo z junaki in zadovoljujejo svoje skrite potrebe (prav tam).

Televizija ima na otroke veliko različnih vplivov, pozitivnih ali negativnih. Gre za vpliv na znanja, prepričanje, obnašanje, stališča, navade in vedenje (Chen v Košir 1995). Da bi otroke do neke mere zaščitili pred negativnimi vplivi, različni dokumenti določajo izpolnjevanje otrokovih pravic v medijih. Te dokumente in pravne pravice otrok predstavljam v naslednjem podpoglavju.

2.1 PRAVNE PRAVICE OTROK V MEDIJIH

Zakona Republike Slovenije, ki določata, kakšen bi moral biti program, namenjen otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu Televizije Slovenija, sta *Zakon o medijih* (Ur. l. R. S. 35/01 in spremembe ter dopolnila: 60/06, 110/06, 47/12) in *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (Ur. l. R. S. 96/05 in spremembe: 9/14).

2.1.1 Zakon o medijih

Leta 2006 sprejeti Zakon o medijih »določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb ter javni interes Republike Slovenije na področju medijev« (Zakon o medijih 2006, 1. člen). Glavne določbe *Zakona o medijih* (2006) glede otrok in mladostnikov v povezavi z mediji se nanašajo na omejevanje vsebin, ki vključujejo nasilje, in izključevanje pornografskih vsebin, vsebujejo pa tudi natančna določila glede oglaševanja.

49. člen *Zakona o medijih* (2006) tako določa, da »oglasil, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, ne sme vsebovati prizorov nasilja ali pornografije in drugih vsebin, ki bi lahko škodovala njegovemu zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju, ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok« in da »oglaševanje ne sme moralno ali psihično prizadeti otrok« (prav tam).

Podobno tudi **84. člen** *Zakona o medijih* (2006) vsebuje določbe, ki varujejo otroke pred medijskimi vsebinami, ki bi na njih lahko imele negativen vpliv. V 1. odstavku določa, da »televizijski programi ne smejo predvajati prizorov neupravičenega nasilja, pornografije ali drugih oddaj, ki bi lahko resno škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu zdravju otrok in mladoletnikov« (prav tam). 4. odstavek istega člena *Zakona o medijih* določa tudi, da morajo biti programske vsebine, ki vključujejo elemente nasilja, »jasno in razumljivo označene z vizualnim simbolom, pred začetkom njihovega predvajanja pa mora biti objavljeno akustično in vizualno opozorilo, da niso primerne za otroke in mladoletnike do 15. leta« (prav tam).

Zakon o medijih (2006) torej določa predvsem, kakšne vsebine ne smejo biti predvajane v množičnih medijih oz. kakšne vsebine smejo biti predvajane skupaj z jasno in razumljivo oznako z namenom varovanja interesa otrok oziroma mladostnikov. Po zakonu je tako omejeno predvajanje prizorov nasilja, prepovedano predvajanje pornografije in omejeno predvajanje določenih oglaševalskih vsebin (prav tam).

2.1.2 Zakon o Radioteleviziji Slovenija

Leta 2005 sprejeti *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* določa osnovna načela oz. vodila pri oblikovanju programov Radiotelevizije Slovenija. To vključuje tudi programske vsebine, namenjene otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija.

V 1. odstavku 4. člena *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (2005) določa, da RTV Slovenija zagotavlja »visokokakovostno produkcijo, namenjeno otrokom, mladostnikom in starostnikom«.

Poleg tega *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (2005) podobno kot *Zakon o medijih* (2006) vsebuje določila, ki naj bi varovala otroke in mladostnike pred določenimi vsebinami. Za to naj bi najbolj skrbeli novinarji in novinarke. Kot narekuje **5. člen** Zakona o Radioteleviziji Slovenija (2005), morajo novinarji in novinarke varovati »otroke in mladino pred vsebinami, ki bi lahko škodljivo vplivale na njihov duševni in telesni razvoj«, ter varovati »obče človeške vrednote«.

2.1.3 Novinarska etika ter otroci in mladostniki

Razpravi o otrocih in mladostnikih je veliko pozornosti namenila tudi novinarska etika. Na mednarodni ravni in tudi na ravni slovenskega javnega zavoda RTV Slovenija so bili sprejeti nekateri dokumenti, ki urejajo omenjeno področje.

Eden izmed dokumentov je bil sprejet v Mednarodni zvezi novinarjev leta 1998 in nosi naslov *Otrokove pravice in mediji: vodila za novinarje*, ki spodbuja novinarje k upoštevanju visokih etičnih standardov pri poročanju o otrocih, kar med drugim vključuje tudi omogočanje aktivne participacije otrok v medijih ter izvajanje njihove pravice do svobodnega izražanja mnenj (International Federation of Journalists 1999, 416–417).

Najpomembnejši dokument na področju novinarske etike, na katerega je neposredno vezan prav javni zavod RTV Slovenija in s tem 1. in 2. program TV Slovenija, pa predstavljajo *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (2000).

V **13. členu** tega dokumenta, ki nosi naslov *Otroci in mladostniki v programih RTV Slovenija*, so naštetni načini vključevanja otrok in mladostnikov v programe RTV Slovenija. Poleg vloge otrok in mladostnikov kot sogovornikov, udeležencev ali »predmeta obravnave« dokument predvideva tudi (občasno) vlogo otrok in mladostnikov kot »oblikovalcev programa«, s čimer predpostavlja možnost aktivne participacije otrok in mladostnikov v programih RTV Slovenija (*Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* 2000).

V nadaljevanju dokument določa, da je treba spoštovati zanimanje otrok kot gledalcev in poslušalcev programov RTV Slovenija, v primeru da gre za programe, namenjene posebej njim, ali pa za programe za vse gledalce (prav tam).

Dokument v 3. odstavku 13. člena določa, da je treba za intervjuvanje otrok oz. za njihovo vključevanje v oddaje zagotoviti dovoljenje staršev oz. zakonitih skrbnikov. Načela intervjuvanja otrok so podrobneje obravnavana v 12. odstavku 13. člena, ki med drugim vključuje zahtevo, da se programski delavci RTV Slovenija pri intervjuvanju do otrok ne smejo vesti pokroviteljsko (prav tam).

Dokument programske delavce RTV Slovenija opozarja tudi na skrbnost pri njihovem delu glede vpliva programa na otroke, pri čemer 7. odstavek 13. člena določa, da se morajo programski delavci o sodelovanju otrok posvetovati tudi s poklicnimi vzgojitelji in strokovnjaki (prav tam).

Dokument v 9., 10. in 11. odstavku 13. člena podrobno obravnava zaščito zasebnosti otrok, vpletenih v nezakonito in/ali družbeno nesprejemljivo dejavnost, isti člen pa določa tudi varovanje otrokove zasebnosti v posebnih primerih (prav tam).

2.2 SOCIALIZACIJA OTROK IN MEDIJI

Socializacija je proces, s pomočjo katerega dojenček postopno postaja samozavedajoča, inteligentna oseba, oblikovana na način tiste kulture, v katero se je rodila. Pri tem ne gre za neke vrste kulturno programiranje, v katerem otrok pasivno absorbira vplive, s katerimi je v stiku, ampak je otrok že od vsega začetka aktivno bitje (Giddens 1993, 60). Ima namreč potrebe in zahteve, ki vplivajo na obnašanje tistih, ki so zadolženi za njegovo skrb (prav tam). Turnbull (v Giddens 1993, 60) trdi, da socializacija povezuje različne generacije. Rojstvo otroka vpliva na življenje tistih, ki otroka vzgajajo, saj so sami izpostavljeni učnemu procesu. Starševstvo običajno pomeni prilagajanje vseh aktivnosti otroku do konca življenja. Čeprav je proces kulturnega učenja veliko bolj intenziven v detinstvu in zgodnjem otroštvu, se človek uči in prilagaja vse življenje (prav tam).

Med dejavnike socializacije štejemo družino, šolo, skupine vrstnikov, množične medije in religijo (Moore 1993, 9–10).

Sociologi razlikujejo dva tipa socializacije, primarno in sekundarno (prav tam). Primarna socializacija poteka med posameznikom in skupino, s katero ima posameznik tesne stike, npr. v družini, medtem ko sekundarna socializacija običajno poteka v bolj formalnih situacijah, ki niso tako osebne (prav tam).

Proces socializacije posameznika se torej začne v najzgodnejšem otroštvu, kjer so najpomembnejši socializacijski faktor starši, nadaljuje pa se z vstopom v vrtec in šolo, kjer osrednji socializacijski faktor postanejo vrstniki in mediji (Erjavec in Volčič 1999). Predvsem elektronski mediji so v zadnjem desetletju doživeli zelo velik razmah in zato postali pomembni sooblikovalci naše družbe in sestavni del našega življenja. Vendar pa je kljub dobi interneta televizija še vedno zelo priljubljen in predvsem dostopen medij, zato otroci ob njej preživijo veliko časa (Peštaj 2009b, 6).

Vloga televizije je v procesu socializacije otroka pomembna, saj otroku svet prikazuje na drugačen način, kot to počnejo starši, vzgojitelji in druge osebe v njegovem življenju. Otroci se učijo opazovati in posnemati dejavnosti, ki so prikazane na televiziji (Erjavec in Volčič 1999a, 70).

2.2.1 *Televizija kot pomemben dejavnik socializacije otrok*

Raziskave so pokazale, da televizija ni le medij, ob katerem otroci preživijo največ časa, ampak je tudi medij, o katerem se v družinah največ pogovarjajo (Peštaj 2009a, 84). Kako je televizija vključena v življenje družine, je odvisno od različnih socialnih, kulturnih in ekonomskih dejavnikov, npr. koliko televizorjev je v stanovanju, koliko časa otroci preživijo doma, kakšne so družinske navade gledanja televizije (prav tam).

Otroci naj bi bili socializirani v določen način gledanja televizije glede na to, kakšna je prevladujoča klima starševskega nadzora in kakšni so načini discipliniranja (Volčič 1999, 98). Tako so zgodnje študije otroške uporabe medijev predpostavljale, da se otroci naučijo vzorcev gledanja televizije s posnemanjem staršev; kasnejše raziskave pa pri analizi upoštevajo še druge dejavnike, kot je npr. družbeni razred staršev in otrok, saj ta razloži podobne vzorce obnašanja, ki so ločeni od neposrednega posnemanja (prav tam). Značilnosti družine igrajo odločilno vlogo pri gledalnih navadah otrok (Peštaj 2009a, 110). Otroci, katerih starši se ukvarjajo s spremljanjem in uravnavanjem otrokovega gledanja televizije, preživijo pred ekranom manj časa, medtem ko otroci, katerih starši veliko svojega časa preživijo pred televizorjem, tudi sami gledajo več televizije (prav tam).

Ob tem Erjavčeva in Volčičeva (1999c, 55) ugotavljata, da čezmerno gledanje televizije vpliva na naše poglede, misli in znanje. Televizija je množični medij, ki pritegne največ ljudi, poleg tega pa je v večini družin tudi center družinskega druženja (prav tam).

Ob tem se pojavi vprašanje, ali pretirano gledanje televizije otrokom lahko škodi. Kot ugotavljata Erjavčeva in Volčičeva (1999c, 66), otrokom televizija ne škodi, če se naučijo pravilno in kritično gledati televizijske programe ter ohraniti distanco do medijske, televizijske realnosti. Da bi to dosegli, potrebujejo pomoč, in pomembno vlogo imajo pri tem odrasli, ki morajo otrokom pomagati (prav tam). Naučiti jih morajo pravilno uporabljati televizijo, da bo postala njihova zaveznica pri širjenju znanja, pridobivanju različnih veščin in vrednot. Pri tem je pomembno tudi to, da starši gledajo televizijo skupaj z njimi in se pogovarjajo z otroki o tem, kaj gledajo (Peštaj 2009b, 41).

Peštajeva (2009b, 6–7) izpostavlja dve teoriji, ki postavljata okvir, znotraj katerega lahko razumemo vpliv televizije na otroke.

Prva je **teorija socialnega učenja** (Bandura v Callister in dr. 2007), ki poudarja pomen učenja na osnovi posnemanja modelov, ki jih ponuja vsakdanje življenje. Pomembno vlogo ima tudi televizija, saj ima njeno simbolno okolje pri otrocih, ki jo pogosto gledajo, velik vpliv na njihovo zaznavanje stvarnega sveta.

Druga teorija pa je **teorija izobrazbe** (Gerbner in dr. v Callister in dr. 2007), ki poudarja velik pomen televizije pri oblikovanju oziroma izobraževanju posameznikovega pogleda na družbeno stvarnost. Pri tem televizijo obravnava kot medij, ki ljudem prenaša sporočila. Pomemben je subtilen vpliv, ki ga prinaša dolgotrajno gledanje rednim gledalcem, še posebej otrokom. Teorija namreč predpostavlja, da so otroci, ki pogosteje gledajo televizijo, bolj izpostavljeni načinu, kako televizija prikazuje družbeno stvarnost.

2.3 OTROCI IN GLEDANJE TELEVIZIJE

Kot kažejo izsledki zadnje obsežne raziskave v Sloveniji (Interstat 2009), ki jo navaja Peštajeva (2009, 128), je televizija po pogostosti spremljanja medijev še vedno na prvem mestu. Več kot polovica ljudi jo gleda vsaj enkrat na dan, dobra tretjina tudi večkrat dnevno. Dejstvo je, da je redna spremljevalka našega vsakdanjega življenja in življenja naših otrok (prav tam).

Otroci začnejo gledati televizijo že kot dojenčki, in sicer pred prvim letom starosti, kot malčki pa so že redni televizijski gledalci. Največji skok pri gledanju se zgodi med 1. in 2. letom, do 4. leta pa televizijo gledajo skoraj vsi otroci, večina vsak dan, največ do ene ure (Peštaj 2010, 77).

Podobno navajata tudi Erjavčeva in Volčičeva (1999c, 65) in dodajata, da stopnja gledanja nato raste med četrtem in enajstim letom, znaki upadanja pa se pokažejo v zgodnji adolescenci.

Televizija tako najmlajšim pogosto nadomešča družino, šolo in izkušnje iz resničnega sveta. To pa ne pomeni, da bi morali televizijo zavračati, saj bi to bilo omejevanje spoznavanja sveta (Erjavec in Volčič, 1998). Pomembno je, da znamo otrokom razložiti zunanjo in notranjo televizijsko strukturo, da pa bi starši to lahko naredili, jo morajo tudi sami razumeti in spoznati (prav tam).

2.3.1 Zakaj otroci gledajo televizijo?

Televizija je za otroke privlačna predvsem zato, ker tako kot drugi mediji omogoča beg iz realnosti. Zlasti majhni otroci še ne ločijo med resničnim in medijsko prikazanim življenjem, zato se radi potapljajo v razgibane, privlačne barvne slike s televizijskih ekranov (Košir in Ranfl 1996, 26–27). Kasneje otroci gledajo televizijo predvsem iz treh razlogov, na katere je opozoril že Wilbur Schramm (v Erjavec in Volčič 1999c, 66) v 60. letih 20. stoletja:

1. pasivno uživanje, saj televizija ponuja fantazijski svet, v katerem lahko otroci ubežijo dolgočasju resničnega življenja;
2. informiranje o tem, kako se obleči, obnašati ...;
3. družbeno koristna vloga televizije (gledanje televizije s prijatelji ...).

Individualne potrebe, zaradi katerih otroci radi gledajo televizijo, je Katz (v Erjavec in Volčič 1999c, 56) razdelil v štiri osnovne skupine:

1. kognitivne potrebe, med katere sodijo sprejemanje sporočil, pridobivanje znanja, širitev razumevanja;
2. čustvene potrebe, to so potrebe po emocionalnih in estetskih izkušnjah, ljubezni in prijateljstvu, zadovoljitev želje po ogledu lepih stvari;
3. osebne integracijske potrebe, to so potreba po znanju, stabilnosti, položaju in potrjevanju;
4. potrebe po sprostitvi napetosti, in sicer potreba po begu in razvedrilu.

2.3.2 Kako otroci gledajo televizijo?

Kako otroci gledajo in kako razumejo televizijo, je, kot poudarjajo različni avtorji (Peštaj 2009, 2010; Erjavec in Volčič 1998, 1999; Charlton 2004), odvisno predvsem od odraslih, ki jih morajo naučiti, kako pravilno gledati televizijo. Otrok se mora naučiti sprejemati in vrednotiti medijske vsebine, zato je toliko bolj pomembno, kakšna so njegova prva srečanja z njimi (Peštaj 2008, 269). Prve korake na tej poti mora narediti v spremstvu odraslih, ki spodbujajo in usmerjajo njegov odnos do medijev. Ko ima otrok temeljno znanje o značilnostih televizije, si z lastnim odkrivanjem in preizkušanjem postopno gradi in oblikuje svoje znanje in se razvija v kritičnega gledalca, ki mu ni vseeno, kaj gleda (prav tam).

Razumevanje in zanimivost sta pri oddaji za otroke ključnega pomena, saj je televizija otrokom zanimiva le, če jo razumejo, ugotavlja Charlton (v Peštaj 2009b, 42). Pri tem je pomembno, da vemo, da bodo različno stari otroci, zaradi razvojno pogojenih razlik v mišljenju, čustvovanju, zaznavanju in tudi različnih izkušenj, isti del oddaje zaznali in predelali na povsem različne načine. Malčki bodo enako zgodbo obnovili povsem drugače kot predšolski otroci (prav tam). Razumevanje določene televizijske oddaje pa je odvisno tudi od tega, kaj in koliko so se o gledanju televizije otroci do takrat naučili. Tisti, ki najbolj vedo, ali ima otrok dovolj znanja o televiziji in njenih vsebinah, da mu bodo oddaje koristile in ne škodile, pa so njihovi starši (Peštaj 2009b, 42).

Marsikdo meni, da so otroci najbolj hvaležni gledalci, ker sprejmejo vse, kar jim ponudimo (Peštaj 2008, 270). Da do tega ne bi prišlo, moramo pri njih razvijati občutek, kaj je na televiziji zanje dobro in kaj ne. Ali so oddaje kakovostne in primerne za njihovo starost ali ne? S pomočjo odraslih se otroci učijo razumeti vsebino oddaje, ocenjevati njeno zanimivost in se odločati, kateri deli programa so vredni njihove pozornosti in kateri ne (prav tam). Od odraslih se otroci navajajo oblikovati kriterije, po katerih ločijo različne žanre: ali je oddaja za otroke ali odrasle, ali je resna ali smešna, ali je informativna ali zabavna. Otroci prav tako hitro prepoznajo dramaturgijo zgodbe in jih hitro zmoti, če kakšen del manjka. Predvsem ne marajo odprtih koncev, ki ne končajo zgodbe (prav tam).

2.3.2.1 Elementi, ki pritegnejo in odvrnejo otrokovo pozornost

Peštajeva (2008, 270) ob tem navaja elemente televizijskih oddaj, ki pritegnejo otrokovo pozornost, in tiste, ki povzročijo, da njihova pozornost upade.

Otrokovo pozornost najbolj pritegnejo čustveni elementi, kot na primer živali in ganljive teme (npr. nesreče živali, žalostni otroci), razlaga s pomočjo modela (npr. praktičen prikaz pojava), posebni učinki (nenavadni zvoki, vizualni triki), povabilo k sodelovanju (s pismi, risbicami ali prek interneta), ponovno prepoznane vsebine (poznani kraji, besede, ki jih otroci prepoznajo), prepoznavni in zanimivi detajli (prav tam).

Pozornost otroka ustvarjalci vsebin izgubijo s suhoparnimi razlagami, neprivlačnimi slikami, nerazumljivimi vsebinami, kot so nerazumljive besede, veliko govora, vsebine, ki jih otroci ne poznajo, odrasle teme in strokovnjaki, ki svojih razlag ne znajo približati otroškemu razumevanju sveta (prav tam).

2.3.3 *Kako otroci razumejo televizijo?*

Teorije o tem, kako otroci razumejo televizijsko posredovano resničnost, se razlikujejo. Obstajajo različni kriteriji, po katerih znanstveniki raziskujejo otroške ocene resničnosti vsebine na televiziji. Erjavčeva (1999, 16) ugotavlja, da se večina strokovnjakov strinja, da otroci naredijo bistven korak k dojetanju televizijske vsebine med petim in devetim letom starosti. Tudi pred petim letom starosti obstaja pomemben razvojni premik v otroškem razumevanju resničnosti na televiziji, a ga je težko izmeriti (prav tam). Razumevanje televizijske resničnosti in uporaba televizijskega medija sta torej v veliki meri odvisna od stopnje otrokovega razvoja (Peštaj 2010, 69).

V nadaljevanju bom zato predstavila Piagetovo razdelitev otrokovega kognitivnega razvoja in teorijo Vigotskega, ki se s Piagetom v določenih točkah strinja, v drugih pa podaja svojo razlago.

2.3.3.1 *Obdobja otrokovega razvoja po Piagetu*

Glavne stopnje razvoja si sledijo v stalnem zaporedju, ki je za vse otroke enako. Ta stalnost razvoja temelji na spoznanju, da se vsak naslednji stadij gradi na temeljih predhodnega. Vrstni red pojavljanja posameznih stadijev je isti pri vseh otrocih, kar pa ne velja tudi za čas, kdaj se pri posameznem otroku pojavi določen stadij v razvoju. Pri otrocih so zelo velike razlike, včasih tudi po dve ali več let, glede na to, v kateri starosti se pojavi določen stadij. Piaget (v Horvat in Magajna 1987, 78–79) meni, da okolje ne more vplivati na zaporedje v razvoju stadijev in faz miselnih sposobnosti, bistveno pa lahko vpliva na to, kdaj bo otrok dosegel posamezen stadij ali fazo v razvoju.

Piaget (v Giddens 1993, 72–74) je otrokov kognitivni razvoj razdelil na štiri obdobja:

1. senzomotorično obdobje (do 2. leta),
2. predoperativno obdobje (od 2. do 6. leta),
3. obdobje konkretnih operacij (od 7. do 11. leta),
4. obdobje logičnih operacij oziroma faza formalnega delovanja (od 11. do 15. leta).

V nadaljevanju se bom podrobneje osredotočila le na drugo in tretje obdobje, ki zajemata starost otrok, ki so bili vključeni v analizo magistrskega dela.

Predoperativno obdobje

Otroci v tem obdobju se radi gibljejo, radi imajo stvari, ki jih lahko preurejajo, spreminjajo, sestavljajo. Potrebujemo tudi prostor za individualno igro (risanje, sestavljanje, ustvarjanje) in prostor za aktivnosti majhnih skupin (Kužnik 2009, 14). Za to obdobje sta značilna razvoj in raba simbolov (gest, besed, igre, risanja). Otrokova komunikacija na tej ravni je še egocentrična (Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 44).

Obdobje konkretnih operacij

Obdobje konkretnih operacij je značilno za starostno obdobje mlajšega šolarja. To je čas, ko se v mišljenju otroka razvijajo sposobnosti, ki jih imenujemo operacije. Te miselne sposobnosti se pri večini otrok razvijajo okrog 7. do 8. leta in se nato vse bolj izpopolnjujejo vse do 11. ali 12. leta. Tu otrok še vedno ne more sklepati na osnovi domnev, kljub temu da se operacija razvija na miselnem nivoju. Govorimo predvsem o aktivnostih s konkretnimi predmeti, o njihovem razvrščanju, klasificiranju, razporejanju v nize in podobno. Ena od glavnih lastnosti obdobja konkretnih operacij in operativnega mišljenja je reverzibilnost. To je sposobnost, da na miselnem nivoju preidemo določeno pot v eni smeri in da se nato v mislih vrnemo na začetni položaj (Horvat in Magajna 1987, 210–212).

Vrstni red otrokovega razvoja po obdobjih je stalen. Da lahko dosežejo stopnjo formalnega delovanja oziroma operacij, morajo vsi preiti konkretno operativno stopnjo. Hitrost, s katero otrok prehaja z ene stopnje na drugo, pa se od otroka do otroka razlikuje (Labinowicz v Kužnik 2009, 15–16).

2.3.3.2 *Vigotski in območje bližnjega razvoja*

Vigotski (v Batistič-Zorec 2000, 71) trdi, da je kognitivni razvoj rezultat interakcije med otrokom in socialnim okoljem. Izhodišče njegove teorije je, da miselne sposobnosti niso toliko odvisne od prirojenih dejavnikov, ampak so predvsem produkt posameznikove aktivnosti v socialnih institucijah kulture, v kateri odrašča. Naravna linija razvoja tako po mnenju Vigotskega (prav tam) prevladuje le na začetku oziroma približno prvi dve leti življenja, nato pa ima vedno bolj pomembno vlogo kultura.

Za razliko od Piageta Vigotski (v Pergar Kuščer 2004, 40) meni, da je razvoj tako kompleksen proces, da ga ne moremo razlagati z razvojnimi stopnjami, saj razvojnih obdobj ni mogoče ločevati na podlagi nekega kriterija ali karakteristike. Otrok je namreč v območju bližnjega razvoja pod vodstvom odraslega sposoben marsičesa (prav tam).

Območje možnega razvoja Vigotski (v Pergar Kuščer 2004, 40) definira kot razdaljo med ravniyo razvoja, ki je določena z neodvisnimi rešitvami problemov, in med ravniyo potencialnega razvoja, ki je določena z možnimi rešitvami problemov, pod vodstvom odraslega ali bolj izkušenega vrstnika.

Glavna razlika med Vigotskim in Piagetom je, da je Vigotski vlogi odraslega pri otrokovem učenju pripisoval večjo vlogo kot Piaget (Kužnik 2009, 19). Vigotski ni zanikal vloge spontanega razvoja, a ji je pripisoval manjšo vlogo kot Piaget. Menil je namreč (prav tam), da je učenje bolj socialna izkušnja kot stvar individualnega odkrivanja, ki ga poganjajo kulturni cilji, in ne težnja po notranjem ravnotežju.

Eden izmed ključnih dejavnikov razvoja današnjih otrok pa je tudi televizija. Kot redni in navdušeni gledalci se s tem medijem naučijo ravnati s pomočjo odraslih, predelava sporočil na televiziji pa je pri otrocih močno povezana s pridobivanjem izkušenj v vsakdanjem življenju (Charlton v Peštaj 2010, 77), na kar v svoji teoriji posredno opozarja tudi Vigotski. Velike spremembe v miselnem, čustvenem in socialnem razvoju v obdobju zgodnjega otroštva vodijo do razvojno pogojenih razlik v dojetanju televizijskih vsebin (Charlton v Peštaj 2010, 77). Zato je zelo pomembno, kaj otroci pri določeni starosti gledajo. Osnovno vodilo vsem, tako staršem, drugim odraslim in ustvarjalcem televizijskih vsebin, mora biti izbira kakovostnih vsebin za otroke, ki upoštevajo njihov razvoj in sposobnosti na različnih področjih (Peštaj 2010, 77).

Naslednje podpoglavje je tako posvečeno kriterijem kakovostnih oddaj za otroke, ki jih navajajo različni avtorji. Na podlagi analize različnih primerov sem nato združila prekrivajoče kriterije in sestavila svojo lestvico kriterijev.

2.4 KRITERIJI KAKOVOSTNIH ODDAJ ZA OTROKE

Lutharjeva (1992, 195) loči dve vrsti kakovosti. Prva je profesionalna, pri čemer gre za formalne značilnosti programov, druga pa je živa kakovost, ki je povezana s konkretnim načinom, na katerega se televizija vključuje v vsakdan (prav tam).

Najboljše merilo za kakovost je različnost, ki pa jo moramo prav tako razumeti v dveh pomenih. Prvi pomen se nanaša na različnost prikazovanj in je vezan na vprašanje kontekstualne sestave, drugi pomen pa se nanaša na različnost programskih zvrsti in je vezan na vprašanje televizijskega sistema (Barker 1995, 219).

Zakaj je kakovost pomembna? Kot izpostavlja Chen (v Košir 1995), ima televizija na otroke veliko različnih vplivov, predvsem pa vpliva na znanje, prepričanje, obnašanje, stališča, navade in vedenje. Kakovostne vsebine oziroma oddaje spodbujajo otrokov miselni, govorni, čustveni in socialni razvoj ter učenje (prav tam). Posebej pozorni moramo biti na to, da si otroci televizijske vsebine ne bi razlagali napačno, ker je ne bi razumeli, in bi zaradi tega razvili napačne domneve o na primer pravilnem ali nepravilnem ravnanju (Peštaj 2009b, 18, 47).

Celotno sliko o tem, kakšne so visoko kvalitetne programske vsebine za otroke in mladostnike, je leta 1995 na 1. svetovnem vrhu o televiziji in otrocih predstavila Anna Home v *Listini o televiziji za otroke, ki govori o »otrocih«* kot občinstvu – vendar je tu pojem »otrok« mišljen v pomenu, kakršnega določa *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah* iz leta 1989, tj. posameznik, ki še ni dopolnil 18. leta starosti (Generalna skupščina Združenih narodov 1999, 31).

Anna Home (1999, 409) je v sedmih točkah listine izpostavila naloge, ki bi jih v odnosu do otroškega občinstva morala izpolnjevati televizija:

- Otrokom bi morali biti namenjeni visoko kvalitetni programi, narejeni posebej za njih. Ti programi morajo otrokom poleg zabave omogočati psihični, mentalni in duševni razvoj.

- Zahteva po participaciji otrok pri oblikovanju njim namenjenih programov, kar bi jim omogočilo, da bi slišali in videli ter izražali svojo kulturo, jezik in življenjske izkušnje.
- Programi za otroke bi morali vzgajati k zavedanju in spoštovanju drugih kultur hkrati z učenjem o svoji lastni kulturi.
- Program za otroke bi bil žanrsko in vsebinsko raznolik, a ne bi smel vključevati prizorov neupravičenega nasilja ali spolnosti.
- Dober program za otroke bi bil predvajan v terminih, ko ga otroci lahko spremljajo, ali/in bi moral biti dostopen prek drugih medijev ali tehnologij.
- Ustvarjanju programa za otroke morajo biti namenjena primerno visoka finančna sredstva.
- Vlade in ustvarjalci programa bi se morali zavedati posebnosti otrok, pripadnikov manjšinskih skupin ali staroselcev ter bi jih morali podpirati in varovati.

2.4.1 Merila, po katerih prepoznamo kakovostno otroško oddajo

Z merili oziroma elementi kakovostne otroške oddaje se je sicer ukvarjalo že več avtorjev (Peštaj 2009, Grewening 2005, Hackl 2005).

Peštajeva (2009b, 47–49) navaja šest prvin, po katerih prepoznamo kakovostno oddajo:

Vsebina oddaje mora biti v skladu z razvojnimi značilnostmi in potrebami ciljne skupine gledalcev, ki ji je oddaja namenjena.

Omenila sem že, da različno stari gledalci oziroma otroci posamezne dele oddaje dojemajo različno. »Oddaja, ki upošteva vse to, bo za otroke določene starosti smiselna, razumljiva in privlačna. Dobre oddaje otroke nagovarjajo na ustrezen način in jim pomagajo, da se v razgibanem sodobnem življenju lažje znajdejo« (Peštaj 2009b, 47).

Prepoznavni okvir, ki omogoča varnost.

Ko imajo otroci občutek varnosti, se oddaji popolnoma prepustijo. Varnost pa omogočajo predvsem jasno opredeljen začetek in konec oddaje, zgodba in vloge, ki jih imajo glavni

junaki. Eden najpomembnejših ciljev, ko se otrok uči gledanja televizije, je ločevanje stvarnosti od izmišljenih okoliščin (Peštaj 2009b, 47).

Junaki, ki omogočajo identifikacijo.

Značaj glavnih junakov je izredno pomemben. Otroci imajo radi predvsem junake, ki so zabavni in iznajdljivi, pomembno pa je tudi, da obvladajo razmere, pa čeprav s svojimi dejanji povzročajo zmedo in nered v okolici (Peštaj 2009b, 48).

Zgodbe, v katerih otroci prepoznajo vsakdanje življenje.

Najbolj priljubljene so oddaje, ki govorijo o vsakdanjih dogodkih, ki jih otroci dobro poznajo in so jim zato še posebej blizu. Moramo pa tudi tu upoštevati starost. Starejši, kot so otroci, višja je njihova stopnja miselnega razvoja in večje so njihove zahteve (Peštaj 2009b, 48).

Poučne prvine.

Dobre izobraževalne oddaje nastajajo s pomočjo strokovnjakov, ki poznajo otrokov razvoj in so narejene posebej za otroke. Pokrivajo lahko zelo široko paleto vsebin: različne spretnosti, razvijanje pozitivnega odnosa do učenja, spodbujanje radovednosti in ustvarjalnosti, jezikovne veščine, spoznavanje literature in pojmov, reševanje problemov itd. (Peštaj 2009b, 48).

Prvine otroškega humorja.

Otroci se ob gledanju televizije veliko smejiijo. Mlajši uživajo predvsem ob burkah in kravalu, starejše zabavajo junaki, ki sploh niso junaški, in parodije (Peštaj 2008, 272). Ni vsak humor, ki ga ponudimo otroku, zabaven tudi za njih, zato mora biti struktura humorja prilagojena njegovemu dožemanju (Peštaj 2009b, 49). Določene vrste humorja otroci veliko težje prepoznajo, ali pa sploh ne. Lahko si ga tudi napačno razlagajo, kar vpliva na njihov odziv (Peštaj 2008, 272).

Grewening (2005) in Hackl (2005) navajata po deset meril kakovostnih oddaj za otroke, ki večinoma sovpadajo s tistimi, ki jih navaja Peštajeva (2009b). Na podlagi vseh meril sem sestavila skupno lestvico meril za kakovostno otroško oddajo, ki jo bom uporabila v empiričnem delu magistrske naloge in z njo skušala določiti kakovost oddaje Ribič Pepe.

2.4.2 Lestvica šestih meril za kakovostno otroško oddajo

1. Zgodbe, ki nagovarjajo otroke in njihov svet

Oddaje, namenjene otrokom, morajo vsebovati podobnosti s svetom, v katerem živijo otroci. Oddaje, ki govorijo o vsakdanjih dogodkih, so otrokom blizu in jih dobro prepoznajo.

2. Otroški humor in pozitivnost

Otroci se radi šalijo in smeji. Humor mora biti primeren in prilagojen otrokovemu dožemanju, saj se jim vsakršen humor ne zdi vedno zabaven.

3. Otroke informirati in izobraževati

Otroke zanima, kaj se po svetu dogaja, zato imajo otroške oddaje posebno odgovornost, da otrokom na razumljiv način razložijo dogodke v svetu. Televizija ima tudi veliko izobraževalno moč. Pri tem so najuspešnejši formati, ki prepletajo izobraževanje in zabavo.

4. Otrokom pokazati nekaj novega in spodbujati njihovo domišljijo

Dobri otroški programi morajo spodbujati otroke, da dejavno odkrivajo svet okoli sebe, tudi ko je televizija ugasnjena. Postavljati jim morajo vprašanja, na katera želijo poiskati odgovore.

5. Osredotočenost na razvojne značilnosti in potrebe ciljne starostne skupine

Ker otroci različno dojemajo posamezne prvine televizijske oddaje, je pomembno, da je oddaja osredotočena na ciljno starostno skupino. Le tako lahko ustvarjalci dosežejo, da bo oddaja smiselna, razumljiva in privlačna.

6. Posredovanje vrednot

Vrednote so povezane s tretjo točko, ki govori o informiranju in izobraževanju. Pomembno je, da otroci v oddaji dobijo primeren zgled za na primer ravnanje v določenih situacijah, ali zgolj osnovne elemente lepega obnašanja oziroma bontona.

3 PRODUKCIJA OTROŠKEGA PROGRAMA NA RTV SLOVENIJA

Javni zavod RTV Slovenija (katerega programska enota je TV Slovenija) prepoznavamo kot medijsko institucijo s statusom javnega servisa, tj. medijske institucije, katere naloga je prispevati k demokratizaciji vsakdanjega življenja v zasebnih in javnih kontekstih (Scannell 1992, 318).

McQuail (2005, 566) javni servis definira kot »zlasti evropski sistem elektronskih medijev, ki je javno financiran in voden na neprofiten način z namenom zadovoljevanja različnih javnih komunikacijskih potreb vseh državljanov«. V nadaljevanju izpostavlja (prav tam), da navedeno vključuje tudi zadovoljevanje komunikacijskih potreb določenih manjšin, nekatere vrste izobraževanja in servis demokratičnega političnega sistema.

Naloga javnega servisa je tako »razvijanje in oblikovanje programov v interesu širše javnosti, s pozornostjo na potrebah manjšin« (Milosavljević 2005, 108). Ob tem različni avtorji (npr. Splichal 1995, 173; Blumer in Hoffmann-Reim 2002, 209) opozarjajo, da je javni servis dolžan zagotavljati tudi posebno skrb starostnim manjšinam, torej tudi otrokom in mladostnikom.

Program, ki ga razvija javni servis, mora biti pluralističen, inovativen in spremenljiv. Izpolnjevati mora visoke etične standarde in standarde kvalitete; težnje po kvaliteti vsebin, ki jih predvaja javni servis, pa ne smejo biti žrtvovane zaradi tržnih moči (Milosavljević 2005, 108).

Javni televiziji je bilo tako podeljeno posebno družbeno in kulturno poslanstvo, in sicer delovati v javnem interesu. Erjavčeva in Volčičeva (1999b, 129) navajata osem načel javnega RTV sistema, ki ga je leta 1985 predstavila javna televizija v Veliki Britaniji:

- zemljepisna univerzalnost – dostop do storitev mora biti za vse enak,
- oddajanje za vse interese in okuse,
- oddajanje za manjšine,
- oddajanje za nacionalno identiteto in skupnost,
- neodvisnost od posebnih interesov in vlade,

- konkurenčno tekmovanje glede kakovostnih oddaj in ne kvantitete,
- smernice v prid osvobajanju oblikovalcev programa in ne k njihovem omejevanju.

Javna televizija opravlja pomembno vlogo tudi na področju vzgoje in izobraževanja otrok. Njene funkcije so (Umek v Košir 1995, 114):

- posredovanje duhovnih, kulturnih in umetniških vrednot,
- vzgoja in izobraževanje,
- seznanjanje mladih z dogajanjem doma in po svetu,
- soočanje z resničnostjo in problemi,
- seznanjanje z ustvarjalnostjo sovrstnikov,
- zabavanje z zlahtnim in sproščenim humorjem,
- zidanje mostov med mladimi iz različnih regij, držav ali celin,
- spodbujanje domišljije in ustvarjalnosti.

3.1 OTROŠKI PROGRAM NA TELEVIZIJI SLOVENIJA

Otroški in mladinski program na TV Slovenija deluje od leta 1980, od leta 1995 pa obstaja v okviru Kulturno–umetniških programov (Kogovšek 2006, 30).

V letošnjem letu na podlagi programske-produkcijskega načrta za leto 2014 na Televiziji Slovenija predvajajo pet mozaičnih oddaj za otroke (Studio Kriškraš, Ribič Pepe, Zajček Bine, Zgodbe iz školjke in Firbcologi), dve oddaji za otroke višjih razredov osnovne šole (Male sive celice, Infodrom) in tri oddaje za mladostnike (Naravoslovna oddaja, Muzikajeto in Razred zase) (Programsko-produkcijski načrt 2014, 2013):

Studio Kriškraš

Mozaična lutkovna oddaja. Zgodbe mlade gledalce spodbujajo k raziskovanju, samostojnemu ustvarjanju in razvijanju talentov.

Ribič Pepe

Mozaična zabavna in poučna oddaja. Oddaja spodbuja k likovni, plesni in glasbeni ustvarjalnosti, k telesni dejavnosti, ob kvizu tudi h kreativnemu mišljenju.

Zajček Bine

Mozaična oddaja za otroke, ki jih spodbuja k lastnemu raziskovanju bližnje okolice, k domišljijiški igri in iskanju zabavnih plati navadnih reči.

Zgodbe iz školjke

Mozaične in igrane oddaje za otroke. Zgodbe iz školjke so izbrane, že posnete otroške oddaje, prevedene v znakovni jezik, kar gluhim in naglušnim otrokom omogoči dejavno spremljanje.

Firbcologi

Mozaična oddaja, ki spodbuja otroško radovednost, prikazuje možnosti dejavnega preživljanja prostega časa, povezuje sodobne tehnologije z učenjem v konkretnih situacijah, spodbuja medgeneracijsko sodelovanje, komunikacijo in funkcionalne medvrstniške odnose.

Male sive celice

Kviz za otroke, ki utrjuje zavest o moči znanja in spodbuja radovednost.

Infodrom

Dnevnoinformativna oddaja za otroke in mlade. Resno in v žargonu voditelji in novinarji poročajo o vsem, kar zanima otroke in mlade: o dogajanju v šoli, po svetu, v Sloveniji, o glasbi, znanosti, družbi, kulturi, športu, živalih, o znanih in nenavadnih stvareh ter ljudeh.

Oddaja za mlade

Poučna naravoslovna interaktivna oddaja za mlade.

Muzikajeto

Mladinska, igrano-izobraževalna oddaja o glasbi.

Razred zase

Oddaja je dinamična, duhovita, primerna miselnemu in dejavnemu svetu najstniške populacije od 14. do 18. leta (prav tam).

3.1.1 Gledanost otroškega programa

Javni servis brez občinstva oziroma gledalcev ne izpolnjuje svojega osnovnega poslanstva – delovati v interesu javnosti. Potrebuje čim večje občinstvo, pa ne zato, da bi ga prodajal oglaševalcem, temveč zaradi zagotavljanja čim širšega prostora javne razprave (Bašič Hrvatini 2002, 62).

Tabela 3.1: Gledanost izbranih otroških oddaj v obdobju predvajanja pete sezone Ribič Pepe.

oddaja	program	leto	mesec	število oddaj	vsi posamezniki			18-49 let			4 - 9 let			10 - 14 let		
					gledanost		delež	gledanost		delež	gledanost		delež	gledanost		delež
					%	št. gledal.	gledal.	%	št. gledal.	gledal.	%	št. gledal.	gledal.	%	št. gledal.	gledal.
RIBIČ PEPE	SLO 1	2012	oktober	12	0,9%	17.000	10%	0,6%	5.900	10%	1,4%	1.600	12%	0,5%	400	6%
			november	12	1,2%	22.800	11%	0,7%	6.600	9%	2,3%	2.500	13%	0,7%	600	9%
			december	13	1,6%	31.300	13%	1,0%	9.500	12%	4,1%	4.600	22%	0,6%	500	6%
		2013	januar	14	1,2%	23.900	9%	0,8%	7.300	8%	3,3%	3.600	20%	2,0%	1.800	14%
			februar	12	1,5%	29.100	11%	1,0%	9.600	11%	3,5%	3.800	19%	1,9%	1.700	14%
			marec	6	1,4%	27.500	12%	1,0%	9.100	12%	3,6%	3.900	20%	1,1%	1.000	10%
		povprečje	69	1,3%	25.000	11%	0,8%	7.900	10%	3,0%	3.300	18%	1,1%	1.000	10%	
STUDIO KRIŠKRAŠ	SLO 1	2012	oktober	14	0,8%	15.800	9%	0,5%	4.600	8%	1,6%	1.700	11%	1,4%	1.200	13%
			november	12	1,1%	21.200	10%	0,7%	6.700	10%	1,4%	1.600	9%	0,4%	400	5%
			december	14	1,1%	22.100	10%	0,8%	7.500	9%	2,7%	3.000	17%	0,6%	500	5%
		2013	januar	13	1,2%	23.300	11%	0,7%	7.000	10%	2,9%	3.200	18%	0,7%	600	7%
			februar	11	1,2%	24.400	11%	0,9%	8.300	10%	2,3%	2.500	15%	0,8%	700	6%
			marec	6	1,0%	19.200	10%	0,7%	6.700	10%	2,5%	2.800	17%	0,6%	500	5%
		povprečje	70	1,1%	20.700	10%	0,7%	6.600	9%	2,2%	2.400	14%	0,8%	700	8%	
MALE SIVE CELICE	SLO 1	2012	oktober	13	0,9%	18.300	11%	0,5%	4.500	8%	1,1%	1.200	9%	1,3%	1.200	15%
			november	13	1,2%	23.500	12%	0,6%	5.800	8%	1,4%	1.500	10%	0,6%	600	7%
			december	13	1,6%	30.600	13%	0,9%	8.100	10%	2,3%	2.600	16%	0,9%	800	7%
		2013	januar	14	1,4%	26.900	11%	0,7%	6.400	7%	0,9%	1.000	7%	1,5%	1.300	12%
			februar	12	1,5%	29.500	10%	0,8%	7.700	8%	1,2%	1.300	7%	1,2%	1.100	9%
			marec	6	1,5%	28.600	12%	0,8%	7.200	10%	2,1%	2.300	14%	2,2%	2.000	17%
		povprečje	71	1,3%	25.900	11%	0,7%	6.500	8%	1,4%	1.600	10%	1,2%	1.100	10%	
FIRBCOLOGI	SLO 1	2012	oktober	4	0,7%	14.500	9%	0,6%	5.800	10%	1,7%	1.800	10%	0,2%	200	3%
			november	14	1,1%	20.900	10%	0,7%	6.200	8%	1,8%	2.000	12%	0,9%	800	9%
			december	13	1,3%	24.700	10%	0,9%	8.500	10%	3,0%	3.200	16%	1,0%	900	9%
		2013	januar	13	1,0%	18.900	7%	0,7%	6.600	7%	2,2%	2.400	15%	1,0%	900	8%
			februar	12	1,4%	27.800	10%	0,9%	8.600	9%	3,7%	4.100	18%	1,4%	1.300	9%
			marec	6	1,2%	23.000	10%	0,9%	8.200	10%	3,4%	3.800	24%	1,8%	1.600	14%
		povprečje	62	1,1%	22.400	9%	0,8%	7.400	9%	2,6%	2.900	16%	1,1%	1.000	9%	

Vir: RTV Slovenija iz raziskave AGB Nielsen Media Research¹.

Tabela 3.1 prikazuje poprečno gledanost štirih otroških oddaj, ki so bile premierno tedensko na sporedu Otroškega in mladinskega programa. Na podlagi podatkov iz tabele lahko razberemo, da je bila oddaja Ribič Pepe oziroma njena peta sezona, ki jo obravnavam v magistrski nalogi, v obdobju od oktobra 2012 do marca 2013 druga najbolj gledana otroška

¹ Agencija AGB Nielsen Media Research za Programski kontroling RTV Slovenija pripravlja podatke o gledanosti, ki so narejeni na vzorcu 450 gospodinjstev, pri čemer so upoštevani le gledalci, starejši od štirih let. Podatki o gledanosti in predvajanjem programu so bili posredovani izključno za potrebe magistrske naloge.

oddaja med štirimi izbranimi, in to med vsemi posamezniki in kar je najpomembneje, bila je najbolj gledana otroška oddaja v svoji ciljni skupini, ki je od štiri do devet let. (Služba za odnose z javnostmi RTV Slovenija 2014a).

Število gledalcev je število posameznikov, ki so videli oddajo. Gledanost v odstotkih pomeni odstotek posameznikov, ki so videli oddajo, pri čemer 100 odstotkov predstavljajo vsi prebivalci Slovenije, starejši od štirih let.

Ustvarjalca oddaje Ribič in Potrebuješ (2013) sta sicer opozorila, da imajo vsa leta problem s stalnim terminom. To, da v šestih letih niso dobili stalnega termina in da so predvajanje oddaje selili po eno uro naprej in nazaj, vidita kot določen hendikep (Ribič in Potrebuješ 2013), ki se lahko odraža tudi pri gledanosti oddaje. Vpliv termina predvajanja na gledanost oddaje sicer ni predmet magistrskega dela, je pa vsekakor element, vreden pozornosti.

3.1.2 Delež otroškega programa

Kot je razvidno iz Tabele 3.2, je bil leta 2012 delež otroških programov na Televiziji Slovenija 13-odstotni, kar je skoraj 1530 ur. Leto kasneje so predvajali 1585 ur otroškega programa, tj. 14 odstotkov. V te odstotke je vključena tako lastna kot tuja produkcija, pa tudi ponovitve. Leta 2013 so premierno predvajali 1,2 odstotka lastne produkcije in 2,3 odstotka tuje (Služba za odnose z javnostmi RTV Slovenija 2014b).

Tabela 3.2: Predvajani program na TV Slovenija 1 in 2 od leta 2004 do leta 2013.

PREDVAJANI PROGRAM TV SLOVENIJA 1 IN 2 PO LETIH											
leto	uredništvo	premierno predvajanje				ponovitve				skupaj	
		lastna proizvodnja		druga proizvodnja		lastna proizvodnja		druga proizvodnja			
		trajanje	%	trajanje	%	trajanje	%	trajanje	%	trajanje	%
2004	Ured. mlad. in otr. programa	152:09:31	1,2%	211:03:41	1,7%	475:01:06	3,9%	187:13:07	1,5%	1025:27:25	8,4%
	skupaj predvajani program	3264:37:37	26,7%	2940:08:06	24,1%	3803:30:54	31,2%	2198:40:07	18,0%	12206:56:44	100,0%
2005	Ured. mlad. in otr. programa	172:20:44	1,5%	229:40:08	2,1%	479:43:42	4,3%	256:56:15	2,3%	1138:40:49	10,2%
	skupaj predvajani program	3422:48:49	30,7%	2658:52:50	23,9%	3364:56:16	30,2%	1701:02:39	15,3%	11147:40:34	100,0%
2006	Ured. mlad. in otr. programa	225:16:42	1,9%	312:39:43	2,7%	654:03:08	5,6%	254:15:43	2,2%	1446:15:16	12,3%
	skupaj predvajani program	3511:30:55	29,9%	3016:22:04	25,7%	3407:04:26	29,0%	1800:05:01	15,3%	11735:02:26	100,0%
2007	Ured. mlad. in otr. programa	233:32:57	1,9%	303:41:20	2,5%	662:58:39	5,4%	295:07:25	2,4%	1495:20:21	12,2%
	skupaj predvajani program	3835:44:20	31,2%	3069:35:52	25,0%	3485:24:09	28,4%	1900:20:14	15,5%	12291:04:35	100,0%
2008	Ured. mlad. in otr. programa	234:48:07	1,9%	284:00:33	2,3%	587:41:43	4,8%	332:27:06	2,7%	1438:57:29	11,6%
	skupaj predvajani program	4236:07:59	34,3%	2546:32:14	20,6%	3806:06:40	30,8%	1778:29:17	14,4%	12367:16:10	100,0%
2009	Ured. mlad. in otr. programa	227:34:16	1,9%	297:58:51	2,5%	594:57:12	4,9%	323:35:35	2,7%	1444:05:54	11,9%
	skupaj predvajani program	4121:29:45	34,0%	2420:05:51	19,9%	4022:11:27	33,1%	1575:21:50	13,0%	12139:08:53	100,0%
2010	Ured. mlad. in otr. programa	212:39:47	1,7%	280:56:42	2,3%	510:10:31	4,2%	386:56:40	3,2%	1390:43:40	11,4%
	skupaj predvajani program	4177:02:33	34,3%	2334:21:45	19,1%	4030:06:52	33,0%	1652:59:58	13,6%	12194:31:08	100,0%
2011	Ured. mlad. in otr. programa	154:00:27	1,3%	423:17:46	3,6%	478:01:52	4,1%	256:45:18	2,2%	1312:05:23	11,2%
	skupaj predvajani program	3733:37:49	32,0%	2383:00:39	20,4%	4140:57:41	35,5%	1417:06:48	12,1%	11674:42:57	100,0%
2012	Ured. mlad. in otr. programa	125:10:07	1,1%	277:36:45	2,4%	599:17:24	5,1%	527:39:59	4,5%	1529:44:15	13,0%
	skupaj predvajani program	3552:21:41	30,3%	2252:29:22	19,2%	4232:02:18	36,1%	1701:29:57	14,5%	11738:23:18	100,0%
2013	Ured. mlad. in otr. programa	139:33:37	1,2%	256:40:48	2,3%	717:20:39	6,3%	471:31:31	4,2%	1585:06:35	14,0%
	skupaj predvajani program	3396:58:54	29,9%	2095:36:38	18,5%	4051:25:11	35,7%	1805:45:27	15,9%	11349:46:10	100,0%

Vir: RTV Slovenija

Lastna produkcija so oddaje, ki so nastale s produkcijskimi kapacitetami in finančnimi sredstvi RTV Slovenija oziroma oddaje, ki so nastale v sodelovanju RTV Slovenija in drugih partnerjev. Tuja produkcija so oddaje, ki jih je RTV Slovenija kupila za predvajanje oziroma oddaje, ki jih je RTV Slovenija dobila kot zamenjavo ali brezplačno (Služba za odnose z javnostmi RTV Slovenija 2014b).

Če pogledamo rezultate iz leta 2004 in jih primerjamo s tistimi iz leta 2013, lahko vidimo, da se je delež otroškega programa povečal. Leta 2004 je bil namreč delež otroških programov na TV Slovenija 8,4-odstoten, leta 2013 pa 14-odstoten. To je zagotovo spodbuden podatek, saj imajo otroci in mladostniki več vsebin na TV Slovenija, ki jih lahko spremljajo, kot pa so jih imeli pred desetimi leti. Morda nekoliko zaskrbljujoči pa so podatki o lastni produkciji. Te je bilo največ v letih od 2006 do 2009, potem pa se je zmanjševala. Razlog bi lahko bil zmanjšanje proračuna. Skušala sem pridobiti tudi podatke o tem, vendar mi jih iz TV Slovenija niso posredovali. V kolikšni meri vpliva zmanjšanje finančnih sredstev na ustvarjanje televizijskih vsebin bi bilo vsekakor vredno raziskati v kateri izmed nadaljnjih raziskav.

4 ODDAJA RIBIČ PEPE

Otroška oddaja *Ribič Pepe* je namenjena najmlajši populaciji televizijskih gledalcev – predšolski stopnji in učencem prvih štirih razredov devetletke (Spletna stran oddaje Ribič Pepe) oziroma otrokom, ki so stari od štiri do osem let. To je obdobje opismenjevanja (Ribič in Potrebuješ 2013). Gre za zabavno mozaično izobraževalno oddajo (prav tam). *Ribič Pepe* ima sicer dvojno občinstvo. Eno občinstvo je tisto, ki jih zanima tisti del oddaje, kjer se ustvarja oziroma izdeluje izdelke, drugi del so pa tisti, ki jih to ne zanima in sledijo samo zgodbi (Ribič in Potrebuješ 2013). Ciljna skupina niso samo otroci, stari od 4 do 8 let, ampak si prizadevajo, da bi vsi gledalci, ki imajo v soboto zjutraj prižgan televizor, ostali čim dlje na kanalu, kjer predvajajo oddajo *Ribič Pepe* (Ribič in Potrebuješ 2013).

Oddaja je dolga 20 minut in je razdeljena na posamezne sekvence. Te sekvence niso daljše od dveh do treh minut in so namenjene temu, da okrog izbrane tematike navežejo neko misel in jo razdelajo. Potem sledi prekinitev in nova rubrika (Ribič in Potrebuješ 2013).

Glavni junak oddaje je ribič Pepe, ki se je na stara leta ustalil na pristaniškem pomolu, kjer ga vsak dan obiskujejo otroci. Ker je zelo spreten risar, ves čas riše zanimive slike, pripoveduje svoje dogodivščine in otroke uči ročnih spretnosti: slikanja, risanja, modeliranja, izdelave daril, dekoriranja itd. Z otroki odkriva tudi sloviti gusarski zaklad, za katerega se vedno znova izkaže, da v resnici sploh ne obstaja. Pravi zaklad je namreč znanje, ki ga otroci pridobijo med oddajo. Pepetu in otrokom družbo delajo navihani pisani ptič Kakadudu, ki z duhovitimi pripombami popestri dialoge, lisjak Foksner ter žabi Žuža in Žiga (Spletna stran oddaje Ribič Pepe).

Oddaja ima več didaktičnih namenov: otroke uči ročnih spretnosti, zemljepis, zgodovino, ekologijo, likovno, glasbeno ter plesno umetnost. Avtorja oddaje sta slovenski skladatelj in tekstopisec Jože Potrebuješ in akademski slikar, grafik, ilustrator in oblikovalec Igor Ribič. Pomagajo jima številni avtorji in izvajalci z izkušnjami z otroškim programom na področju filma, literature, glasbe in likovne umetnosti. Režiser pete sezone je bil Tugo Štiglic (Spletna stran oddaje Ribič Pepe).

Prvo sezono oddaje so začeli predvajati 20. oktobra 2008 in do danes posneli že 165 oddaj (glej Tabela 4.1).

Tabela 4.1: Število sezon in epizod oddaje Ribič Pepe.

<i>SEZONA</i>	<i>EPIZODE</i>	<i>ZAČETEK</i>	<i>KONEC</i>
1	36	20. oktober 2008	22. junij 2009
2	37	28. september 2009	7. junij 2010
3	30	27. september 2010	28. april 2011
4	22	1. oktober 2011	25. februar 2012
5	22	20. oktober 2012	16. marec 2013
6	18	5. oktober 2013	1. februar 2014

Vir: Video arhiv RTV Slovenija.

4.1 OKVIR ENE EPIZODE

Ustvarjalca oddaje Ribič in Potrebuješ sta glede pete sezone dejala, da je bila verjetno ena izmed najbolj zahtevnih, saj so teme, kot so smrt, selitev ali ločitev staršev, nekoliko težje za razumevanje otrok kot učenje ljudskih pesmi, ki so bile osrednja tema naslednje, šeste sezone. Kljub temu, da je bila tudi peta sezona oddaje narejena za majhne otroke, kliče po zahtevnem gledalcu (Ribič in Potrebuješ 2013).

Oddaja se prične s krajšo **predstavitvijo osrednje teme oddaje**, ki jo predstavita žabica Žuža in žabec Žiga. Po predstavitvi sledi tematska pesem oddaje o Ribiču Pepetu. Nato nastopita glavna lika Ribič Pepe in njegov prijatelj ptič Kakadudu ter med pogovorom nadaljujeta z osrednjo temo. Njunemu pogovoru sledi **predstavitvev Kakaduduja v pesmi**, takoj za pesmijo pa **telovadba** skupaj z Ribičem Pepetom, ki spodbudi h gibanju tudi gledalce pred zaslonom.

Ribič Pepe nato uporabi svoje umetniške sposobnosti in z **risanjem** pove zgodbo. Ko zaključi, sledi napoved **prihoda Foksnerja**, ki ga tako kot Kakaduduja predstavijo v pesmi, tej pa sledi posebna rubrika v oddaji z naslovom **Foksnerjev kviz**.

Kviz je strukturiran tako, da so pri vsakem vprašanju možni trije odgovori: a, b in c. Vedno se najprej pojavi napačen odgovor. Potem sledi pravilen odgovor, ki ga Pepe še enkrat ponovi (Ribič in Potrebuješ 2013). Tekmovalca v kvizu sta Foksner in Kakadudu, ki odgovarjata na dva ali tri vprašanja in se borita za zlatnike znanja, ki ju na koncu (vseh oddaj) privedejo do

skritega zaklada. Po kvizu sledi **pesem Gremo okrog sveta**, po njej pa Ribič Pepe predstavi rezultate vseh dozdajšnjih kvizov, na katerih Foksner in Kakadudu potujeta okrog sveta.

Nato spet sledi **ustvarjanje z Ribičem Pepetom**. Peta sezona, ki sem jo analizirala, je posvečena težavam, s katerimi se otroci srečujejo. V oddaji se tako že na začetku pojavi težava, ki je običajno tudi osrednja tema. Ker težave niso znali rešiti, so se z Ribičem odpravili v stolp, kjer je bila naprava, s katero so lahko rešili težavo. Tam so dobili orodje, s pomočjo katerega so lahko težavo rešili (Ribič in Potrebuješ 2013). Ribič Pepe tako ustvari nek predmet za rešitev težave, vse skupaj pa je pogosto zastavljeno tako, da lahko ustvarjajo tudi gledalci pred televizijskimi zasloni.

Oddajo najpogosteje zaključita žabici ali Ribič Pepe, ki na **kratko povzamejo**, česa so se v oddaji naučili in kaj so ustvarjali. Ribič Pepe se nato poslovijo od otrok in gledalcev ter delno že napove, kaj bodo spoznavali naslednjič.

Posamezni elementi oddaje sicer niso vedno v istem zaporedju, včasih kakšnega dela tudi ni, npr. Ribič Pepe ne riše vedno in ne pripoveduje vedno zgodb. V samih oddajah pri določenih temah sodelujejo tudi otroci kot igralci, ne samo kot opazovalci.

4.2 GLAVNI LIKI

Žabici Žuža in Žiga – nastopita na začetku in na koncu oddaje. Njuna vloga je, da na začetku na kratko predstavita osnovno temo, na koncu pa naredita povzetek celotne oddaje, ali v krajšem dialogu obnovita osrednjo temo.

Ribič Pepe – osrednji lik in univerzalen slovenski projekt, ki je, kot pravi avtorja (Ribič in Potrebuješ 2013), od vseh otrok. Želela sta narediti projekt, ki ga bodo otroci imeli za svojega: »Zakaj bi ljudje celo leto čakali na Božička ali dedka Mraza, če imajo pa prijaznega možaka, Slovenca, ki razmišlja tukaj in zdaj« (prav tam).

Kakadu Kakadudu – ptič in zvesti spremljevalec Ribiča Pepeta na njegovih poteh. Njegova vloga so predvsem zabavni vložki v oddaji.

Lisjak Foksner – lisjak s francoskim naglasom ne nastopa skozi celotno oddajo, ampak samo v določenem delu. V peti sezoni je njegov ključni nastop v kvizu, kjer tekmuje s Kakadudujem. Skupaj se borita za zlatnike znanja, ki se seštevajo iz oddaje v oddajo.

4.3 EPIZODE PETE SEZONE IN OSREDNJE TEME

Ustvarjalci oddaje najprej poiščejo osnovno tematiko, ki je jedro zgodbe, okoli katerega napletejo ostale stvari. Ker gre za oddajo, ki je dolga 20 minut, je razdeljena na posamezne sekvence. Te okrog izbrane tematike navežejo neko misel, ki ni daljša od dveh, treh minut. Potem naredijo premor z na primer glasbenim vložkom in novo rubriko (Ribič in Potrebuješ 2013).

Pri posamezni rubriki najprej začnejo s težjimi temami, nato pa vse skupaj razbremenijo tako, da naredijo premor in vključijo telovadbo. Potem se spet vrnejo na osnovno tematiko, tako da neko težavo, na primer ločitev staršev, opredelijo z različnih zornih kotov. Pri tem si pomagajo z risanjem ali izdelovanjem predmetov. Nato se spet vrnejo na glasbo (Ribič in Potrebuješ 2013). »Bolj kot so otroci utrujeni, manj je intelektualno naporno. To pomeni, da želimo otroke do konca oddaje razbremeniti, obenem pa gradimo kompleten dramaturški lok, da na koncu pride do srečnega konca. Tudi ko smo govorili o smrti, nikogar nismo ubili, nihče ni umrl« (Ribič in Potrebuješ 2013).

Osrednje teme analizirane pete sezone in okviren potek oddaj bom opisala v nadaljevanju.

20. 10. 2012: Vsi gremo v šolo

OSREDNJA TEMA: Šola

V prvi oddaji ustvarjalci oddaje *Ribič Pepe* otrokom predstavijo šolo. Kakaduju šola ne diši preveč, zato tu nastopi Ribič Pepe, ki mu pojasni, zakaj je pomembno, da hodimo v šolo. Tudi v kvizu znanja se vprašanja navezujejo na šolo. Eno izmed vprašanj je, na primer, kako imenujemo otroke, ki hodijo v šolo. Na voljo so vedno trije odgovori, Foksner in Kakadudu pa na vprašanja izmenično pravilno odgovarjata. Težava, ki se pojavi v oddaji, je, da je pot do šole zelo dolga. Ribič Pepe se zato po pomoč zateče k napravi, ki reši težavo in iz kartona naredi vlak, ki bo otroke peljal v šolo. »V šolo greš zato, ker si že dovolj velik, tam boš srečal nove prijatelje,« pove Pepe Kakaduju in nato se z vlakom odpeljejo k pouku. Pri pouku kot učiteljica nastopa deklica in odgovori na Kakadujevo vprašanje, zakaj je treba hoditi v šolo. Odgovor je, da se naučimo branja in pisanja. Kakadudu nato dobi pismo od mame in ga vsem prebere. Kakadudu in Foksner nato še opišeta, kako je bilo v šoli in kaj vse so se naučili. Na koncu vsebino oddaje obnovita še žabi.

27. 10. 2012: O krivicah

OSREDNJA TEMA: Krivičnost

V drugi oddaji se pogovarjajo o krivičnosti in krivici. Z različnimi primeri predstavljajo, kaj je pravično in kaj krivično. Kviz sicer ni povezan s krivicami, ampak govori o svetlobi. Eno izmed vprašanj je, kaj nas osvetluje ponoči. Če je to vprašanje, na katero zna večina otrok odgovoriti, pa je drugo nekoliko težje. Sprašujejo namreč, kako hitra je svetloba. Kvizu sledi zgodba o tem, kako je starejši brat lagal in s tem oškodoval mlajšega brata. Vendar na koncu resnica le pride na dan. Dečku se je delala krivica, na koncu pa je zmagala pravica. Sledi naprava, ki reši težavo, kjer rišejo mavrico. Njen namen je, da ljudi spravi v dobro voljo. Prinašala naj bi srečo in tukaj omenijo tudi pregovor, da za vsakim dežjem posije sonce.

3. 11. 2012: O brokoliju in cvetači

OSREDNJA TEMA: Zdrava prehrana

V tretji oddaji otroci spoznavajo, kaj je zdrava in kaj nezdrava hrana. Na začetku Ribič Pepe pripravi kosilo iz brokolija in cvetače, kar Kakadudju ni všeč. Pepe nato z otroki telovadi, po prihodu Foksnerja pa se začne kviz.

Pred samim začetkom kviza Ribič Pepe še pripoveduje, zakaj jemo in kaj moramo jesti, medtem pa je na ekranu prikazano, kako Ribič Pepe na mizi riše različno hrano. Otroci tudi tokrat spoznajo novo besedo, ki jo vsi skupaj ponovijo: beljakovine. V kvizu o hrani govorijo o podkožni maščobi in hitri prehrani.

Sledi zgodba o princu Ferdu, ki je nekje slišal, da bo hitro zrasel, če bo veliko jedel. Ker pa je jedel in pil le nezdravo hrano in pijačo, se je zelo zredil. Ko je prišel dan, ko bi moral sestiti na prestol, je bil predebel, da bi sedel nanj. Moral je shujšati in začel je jesti zdravo. Prav tako je moral telovaditi in na koncu je le lahko sedel na prestol in postal kralj.

Za rešitev težave Pepe tokrat nariše prehransko piramido in jo pojasni. Na koncu oddaje pa sodelujejo tudi otroci, katerim prinesejo ocvrto cvetačo, ki jo skupaj pojedjo. Cilj oddaje je približati otrokom zdravo hrano, in kdo je lahko boljši zgled kot otroci sami.

10. 11. 2012: O bogatih in revnih

OSREDNJA TEMA: Revščina in bogastvo

V četrti oddaji je glavni poudarek na revščini in bogastvu. Revščina je predstavljena skozi zgodbo fantka, katerega oče izgubi službo, zaradi česar se mora družina preseliti v manjše stanovanje. Dečka je skrbelo, da ga ne bodo več marali, vendar ni bilo tako. Poudarjeno je tudi, da ne potrebujemo veliko denarja, da spremenimo svet okoli sebe. Oče pa na koncu zopet dobi službo. V kvizu govorijo o domu na primeru živali. Pri tem omenijo brezdomce in razložijo, kdo sploh so in kako jim lahko pomagamo. V rubriki mali spretni prstki iz kartona ustvarijo škatlico obilja, v kateri je rešitev vseh težav oziroma listek, na katerem piše, da smo bogastvo ljudje. Če nimaš materialnega bogastva, ni nič narobe, pomembno je, da imaš prijatelje.

17. 11. 2012: Cena slave, zvezdnštvo

OSREDNJA TEMA: Slava

V peti oddaji otroci spoznavajo pojme slava, zvezdnik in popularnost. Kviz se oddalji od glavne teme, saj govori o potresih, kometih in vulkanih. Nato sledi zgodba o operni pevki, ki se je zaradi slave povsem spremenila. Foksner želi imeti koncert in biti slaven, zato mu pomagajo. Rešitev za težave predstavlja grafični nožek, s katerim naredijo plakate za Foksnerja. Ta del je zelo zahteven, saj za ustvarjanje potrebuješ posebno opremo. A Foksner se na koncu ustraši slave in pobegne. Teža zvezdnštva je bila zanj prevelika.

24. 11. 2012: O strahu in Strahomili

OSREDNJA TEMA: Strah

V šesti oddaji se sprašujejo, kakšen je strah, kako ga najti in kako ga pregnati. Ribič Pepe riše dinozavre, ki jih je Kakadudu opazil v enciklopedijah in je mislil, da so to strahovi. Otroci ponovijo tudi besedo brontozaver, ki je vrsta dinozavra. Dinozavre otroci spoznavajo tudi v kvizu. Da bi strah pregnali, v delu oddaje, kjer iščejo rešitev za težavo, ustvarijo vilo Strahomilo, ki preganja strahove.

1. 12. 2012: O pospravljanju in redu

OSREDNJA TEMA: Pospravljanje

Namen ustvarjalcev v sedmi oddaji je otroke naučiti pospravljanja. Na začetku sicer Ribič Pepe riše planete in nato sledi kviz znanja o planetu Zemlja. Eno izmed vprašanj je, zakaj ne pademo z Zemlje. Odgovor, da zaradi gravitacije, ponovijo vsi skupaj. Nato se zopet vrnejo k osnovni temi, ki je pospravljanje. Fantek pomaga pri pospravljanju in pri tem naj bi mu pomagal tudi t. i. redoslon, ki reši težavo. Redoslon je prazen računalniški zaslon, v katerega zloži igrače. Ko je vse pospravljen, otroci za nagrado dobijo sladoled.

8. 12. 2012: Zobobol in Škrbimiška

OSREDNJA TEMA: Zobobol

Glavni temi osme oddaje sta zobozdravnik in zobobol. Ribiča Pepeta boli zob, zato mora k zobozdravniku. Tudi kviz je tokrat na temo zob, namesto Pepeta pa ga vodi fantek. Spoznajo besedo karies, ki jo ponovijo, naučijo pa se tudi, kaj je zdravo za zobe. Nato punčka pove, da ji je izpadel zob. Za rešitev težave Pepe ustvari Škrbimiško, ki skrbi za lepe in zdrave zobe. Poudarijo tudi, kako pomembno je umivanje zob.

15. 12. 2012: O ljubosumni princeski

OSREDNJA TEMA: Ljubosumje

Tema devete oddaje je ljubosumje, v njej pa nastopi deklica, ki je žalostna, ker bodo doma dobili dojenčka. Sledi zgodba o princeski, kjer je predstavljena osrednja tema: ljubosumje zaradi prihoda dojenčka. Po kvizu znanja o dojenčkih sledi nadaljevanje zgodbe, kjer izpostavijo jok dojenčka kot težavo, ki potrebuje rešitev. Ribič zato ustvari ringltinglšpil, predmet, ki pomaga, da dojenček ne joka. Na koncu deklica ni več žalostna in se prihoda dojenčka veseli.

22. 12. 2012: Ljubezen v Popogledalu

OSREDNJA TEMA: Lepota

Glavni temi desete oddaje sta ljubezen in lepota. Žaba Žuža se sprašuje, ali je lepa. Ker želi očarati žabca, se močno naliči, to naredi tudi žabec. Ko se srečata, se sploh ne spoznata, ker sta tako spremenjena. Mislila sta namreč, da bosta z ličenjem in spreminjanjem svojega

videza lepša. Ribič Pepe ustvari Popogledalo, da bi rešil težave zaljubljenega para. Ogledalo pomaga razkriti pravo lepoto, ki ni v tem, da svoj videz spreminjamo. Nato sledi kviz o žabah, ki ni povezan z osrednjo temo.

29. 12. 2012: Iščemo Kakaduduja

OSREDNJA TEMA: Izgubljenost

Kaj narediti, ko se kdo izgubi? Kakadudu se izgubi v nakupovalnem centru in vsi ga iščejo. Žabici zato prevzameta kviz, vodi pa ga deklica. V njem govorijo o Kakaduduju oziroma pticah. Nato se vrnemo k osrednji temi in izgubljenemu Kakaduduju. Otrokom predstavijo, kaj je treba narediti, če se izgubijo. Med drugim izpostavijo, da ne smejo iti z neznancem. Da bi našli Kakaduduja, s pomočjo naprave, ki reši težavo, naredijo gromoglas. Iz papirja naredijo stožec in kličejo Kakaduduja. Naredijo še škilibulija, na katerem je napisana številka policije, ki bi jo morali poklicati, če se izgubimo.

5. 1. 2013: Zeleno, rožnato, rumeno

OSREDNJA TEMA: Drugačnost

Glavni temi 12. oddaje sta enakost oziroma drugačnost. Ljudje smo različni, naša polt je lahko različna. Osrednja tema se ponovi tudi v kvizu, kjer govorijo o različnih barvah kože in o jeziku, ki ga govorimo. Poudarek je na tem, da se otrokom predstavi, da ni nič narobe, če smo različni ali drugačne barve. Predstavijo tudi zgodbo o posebnem svetu in robotih, ki so bili različni in najprej niso marali robota, ki je bil drugačne barve, a se na koncu spoprijateljijo, saj vidijo, da barva ni pomembna. Kar je pomembno, je srce. Za rešitev težave ustvarijo pisane srčke, ki jih delijo okoli.

12. 1. 2013: Muhe ni več?

OSREDNJA TEMA: Smrt

Oddaja o življenju in smrti je predstavljena skozi zgodbo muhe, ki izgine. Kako dolgo živimo in kaj se zgodi, ko kdo umre? Telovadba je v tej oddaji predstavljena kot zelo pomembna za dolgo življenje. Nato Pepe riše življenje cvetlice in sledi kviz o cvetlicah. Skozi zgodbo o češnji predstavijo umrljivost. Ob tem se pojavi žalost, ki jo moramo pregnati, zato Ribič Pepe ustvari tolesned. V tej oddaji prvič kuhajo, in sicer po receptu naredijo sladico, na katero pride muha in tako ugotovijo, da ni umrla.

19. 1. 2013: So vsi gusarji hudobni?

OSREDNJA TEMA: Hudobnost

V 14. oddaji z zgodbo o hudobnem gusarju predstavijo pojem hudobnost. V kvizu sicer govorijo o sesalcih (živalih) – kaj so sesalci, kako se hranijo. Nato se nadaljuje zgodba o hudobnem gusarju Nestripimirju, ki zaradi svoje hudobnosti ostane sam. Da bi mu pomagali, ustvarijo Nergo, ki gusarju dela družbo, da ni več sam. Gusar nato spozna svojo napako in se odloči za spravo. Nauk zgodbe je, da se hudoba ne izplača.

26. 1. 2013: Opice, ločitev in rock'n'roll

OSREDNJA TEMA: Ločitev staršev

V 15. oddaji je pomešanih več tem. Osrednja tema je ločitev staršev, podtema pa spor, ki lahko privede do ločitve. Predstavljena je zgodba deklice, katere starši so se skregali, zato se deklica boji, da se bosta starša ločila. Sledi kviz o opicah, nato pa zgodba o ločitvi in novem partnerju. Ker deček ni želel sprejeti novega partnerja svoje mame, ustvarijo rešitev, to je Jasnovid oziroma očala, ki pomagajo dečku, da uvidi, da novi partner ni slab. Novi partner v zgodbi nato odpelje dečka in njegovo mamo na koncert rock'n'rolla.

Starša deklice, katere zgodba je bila predstavljena na začetku, se na koncu sicer pobotata, vendar je bil glavni namen oddaje predstaviti, da to ni vedno možen scenarij. Ko se starši ločijo, se moramo spopasti s težavami, kot je sprejetje novega partnerja. Zelo težka tema za otroke, pa vendar se z njo v življenju pogosto srečamo.

2. 2. 2013: Hočem biti zraven

OSREDNJA TEMA: Osamljenost

V 16. oddaji sta glavni temi osamljenost oziroma izobčenost. Glavna zgodba teče okoli Indijancev. Najprej jih Pepe nariše, nato o njih teče tudi kviz, kjer spoznavajo, od kod tako ime in kje živijo zdaj. V tej oddaji sodelujejo tudi trije fantki, ki se ne želijo igrati s Kakadudujem in ga izločijo iz svoje družbe. Da bi rešili to težavo, Pepe naredi Indistrahca, ki prestraši fante, ki se potem le odločijo, da Kakaduduja sprejmejo medse.

9. 2. 2013: O tečnobi

OSREDNJA TEMA: Slaba volja

Pepe je v 17. oddaji slabe volje, jeznorit. Ker je vstal z levo nogo, je osoren in ima slab dan. Takšen je skozi celotno oddajo, zato ga vsi zapustijo in ostane sam. Ko ugotovi, da je napačno ravnal, se odloči, da bo s Popravičilom rešil nastalo situacijo. Napiše pismo, v katerem se vsem opraviči, pripravi pa tudi sladico, dobrosrčke, čokoladne kroglice sprave. Ko se pobotajo, sledi kviz o vremenu, kjer spoznavajo, kaj je strela in zakaj piha veter. Nauk zgodbe je, da imamo vsi lahko slab dan, vendar se moramo potem za svoje obnašanje opravičiti, prijatelji pa nato vedno sprejmejo opravičilo in pozabijo na napake.

16. 2. 2013: O preseljevanju in ošpicah

OSREDNJA TEMA: Selitev

Glavna tema 18. oddaje je selitev. Zgodba se vrti okoli deklice, ki se seli iz zaliva, ker je oče drugje dobil službo. Poiskati si mora nove prijatelje, v novem kraju pa je na začetku ne marajo preveč. Ena izmed deklic, ki je še posebej ne mara, zboli za ošpicami, in deklica se odloči, da ji bo pomagala tako, da ji bo domov nesla učno snov, ki so jo jemali v šoli, medtem ko je ni bilo. S tem se vsem prikupi in jo imajo radi. Za reševanje težave naredijo Jasnoris, kjer na karton rišejo različne izraze na obrazih. V kvizu se pogovarjajo o selitvi – pticah selivkah in nomadih.

23. 2. 2013: Laž ima kratke noge

OSREDNJA TEMA: Laganje

V 19. oddaji se vse vrti okoli laganja. Žabi se najprej zlažeta Kakaduduju, nato Kakadudu pokvari napravo za reševanje težav. V kvizu govorijo o žuželkah. Nato Kakadudu obtoži Foksnerja, da je lažnivec in Foksner je zato užaljen. Ko želijo poiskati rešitev, naprava ne dela in Kakadudu za to obtoži Foksnerja, ki užaljen odide. Na koncu Kakadudu prizna krivdo in naprava se popravi. Ustvarijo Metuljčka dobre volje, ki ga Kakadudu pošlje kot opravičilo Foksnerju. Ta ga sprejme in spet so prijatelji.

2. 3. 2013: O redu in središču zemlje

OSREDNJA TEMA: Red

Podobna tema je bila že v sedmi oddaji. Žabi se pogovarjata o pospravljanju in hišnem redu. Pepe in Kakadudu pripravljata kosilo, pri katerem se jima bo pridružil Foksner, Kakadudu je zadolžen, da pripravi mizo. Ker se mu ne da vstati, spi, ko se zbudi, išče nogavico. Ker je ne najde, za rešitev težave in nogavice naredijo detektiva Štumpfa, ki jo najde zaradi smradu. V kvizu govorijo o središču Zemlje: kaj je v središču Zemlje, kaj Zemljo sestavlja in kaj izkopavajo v rudnikih. Da bi rešili težavo, ki jo ima Kakadudu zaradi nereda, ustvarijo urnik, ki bo pomagal ustvariti red.

9. 3. 2013: O treh lačnih ribičih

OSREDNJA TEMA: Onesnaževanje

Otroci v 21. oddaji spoznajo temo onesnaženje in ločevanje odpadkov. V zalivu, kjer živi ribič, je veliko onesnaženja, voda pa je umazana. Pojasnijo, da so za onesnaženje krivi ljudje, in Pepe nariše stvari, ki onesnažujejo okolje. Nato otrokom predstavi nekaj nasvetov, kako lahko skrbimo za okolje, pri tem omeni ločevanje odpadkov, ugašanje luči in zapiranje vode. Kot rešitev za težavo, ki jo predstavlja onesnaženje, Pepe iz kartona naredi tri smetnjake oz. tri lačne ribiče različnih barv, ki so namenjeni ločevanju odpadkov. Pepe tudi pojasni, katera stvar gre v kateri koš. V kvizu govorijo o ekologiji, recikliranju in onesnaževanju.

16. 3. 2013: Svet na zaslonu

OSREDNJA TEMA: Zasvojenost s tehnologijo

V zadnji oddaji pete sezone sta glavni temi gledanje televizije in tehnologija nasploh, ki je vse bolj prisotna v življenju otrok. Kakadudu skozi celotno oddajo igra igrice, v kvizu pa se pogovarjajo o računalnikih. Kakaduduja zaradi igranja bolijo oči. Da bi rešili to težavo, s pomočjo računalnika naredijo Znalčka, ki preprečuje, da bi kdo postal preveč zasvojen z igricami. Žabi na koncu povesta, da sedenje pred televizijo in računalnikom ni zdravo, razen če gledamo Ribiča Pepeta.

4.4 ANALIZA OBČINSTVA

Izmed 22 oddaj v peti sezoni sem naključno izbrala oddajo, ki sem jo gledala skupaj s štirinajstimi otroki, starimi med štiri in osem let. Izbrala sem tretjo epizodo *O brokoliju in cvetači*, kjer je osrednja tema zdrava prehrana. Oddajo sem si ogledala z vsakim otrokom posebej.

Analiza recepcije zajema različne oblike kvalitativnega empiričnega raziskovanja občinstva in poskuša na različnih nivojih združevati družboslovne in humanistične poglede na recepcijo; predstavlja najnovejši razvoj raziskovanja občinstva (Jensen in Rosengren 1996, 312–323). Gre torej za analizo občinstva – vsebina in je po svoji naravi tako kvalitativna kot empirična. Analiza recepcije tako ob zbiranju empiričnih podatkov o občinstvu s poglobljenimi intervjuji in z opazovanjem uporablja tudi kvalitativne metode v primerjalni analizi podatkov o občinstvu in v analizi podatkov o vsebini (prav tam).

Izbrane otroke sem opazovala že med samim gledanjem oddaje, pri čemer sem bila pozorna predvsem na njihovo zbranost, ali se jim je zdel kateri del oddaje smešen, ali so morda v katerem delu oddaje odšli stran, ali so sodelovali pri telovadbi in podobno.

Po koncu ogleda sem jim zastavila vprašanja, s katerimi sem želela ugotoviti, kaj so si v oddaji najbolj zapomnili, kaj jim je bilo všeč, kaj morda ne in katere dele oddaje so si bolj zapomnili. Sestavila sem okvirni vprašalnik (glej Priloga B) in potem vprašanja prilagajala glede na starost otrok, pa tudi njihovo pripravljenost sodelovati in odgovarjati na vprašanja.

Vsi otroci, s katerimi sem gledala izbrano oddajo, so že prej poznali Ribiča Pepeta in gledali katero izmed oddaj. Nekateri so ga tudi obiskali, ko je nastopal v živo v njihovi okolici. Lik oziroma liki v oddaji jim tako niso bili neznani.

Matevž, 4 leta

Oddajo je zbrano spremljal v delu, kjer je Ribič Pepe risal, ter tam, kjer je pripovedoval zgodbo o princu Ferdu. Sicer je bil nezbran, gledal je naokoli, glasno komentiral in po dobri polovici oddaje rekel, da »je že konec«. Ker je že pred koncem hotel oditi, sem imela težave tudi pri zastavljanju vprašanj, saj ni želel odgovarjati, ali pa je rekel, da se ne spomni. Povedal je samo, da je Pepe povedal zgodbo o prašičku, ki je veliko jedel in da je narisal hrano. Se je pa med samo oddajo, takrat ko je bil njegov pogled usmerjen na ekran, večkrat zasmel. Predvsem mu je bil smešen prašiček.

Nik, 4 leta

V oddaji sta mu bila najbolj všeč glasba in ples, saj je tudi sam zaplesal in zapel zraven. Tudi na vprašanje, kaj mu je bilo najbolj všeč, je odgovoril: »Kakadudu, ker je dobro pel.« Vendar pa je spremljal tudi ostale dele v oddaji in ni imel težav z določanjem osrednje teme. Takoj je odgovoril, da so se pogovarjali o hrani. Zanimiv je bil tudi njegov odgovor na vprašanje, o kom je Ribič Pepe povedal zgodbico, saj je odgovoril le, da je bila to zgodbica o kosilu. In res, na začetku, ko nastopata Ribič Pepe in Kakadudu, ribič pripravi kosilo. Morda si je Nik ravno zaradi vloge Kakaduduja ta del bolj zapomnil kot pa zgodbo o prašičku. Kviz mu ni bil tako zanimiv, to je bilo razvidno tudi iz odgovora na vprašanje, o čem so se v njem pogovarjali. Vedel je, da je beseda tekla o hrani, ni pa se spomnil zastavljenih vprašanj ali odgovorov. Dejal je le, da so se pogovarjali o hrani, ki jo radi jedo, kar pomeni, da je Nik spremljal predvsem lik Kakaduduja, ki mu je tudi najbolj všeč, saj je ravno Kakadudu v oddaji govoril, da ima zelo rad češpljeve cmoke, ki mu jih pripravi mama. Besede beljakovine, ki so jo otroci ponovili, se ni spomnil, je pa vedel, da je Ribič v stolpu narisal hrano v trikotniku.

Neža, 4 leta

Oddajo je spremljala od začetka do konca. Nasmejali sta jo že žabi, ki sta nastopili čisto na začetku, všeč pa so ji bile tudi pesmice, saj se je ob vsaki obrnila k meni in mi povedala, o kom govori. Ko so prišla na vrsto vprašanja, pa se je ustavilo. Odgovorila mi je samo na vprašnji, kaj je Pepe narisal: »Hrano.« Kdo je nastopal v zgodbici, ki jo je povedal: »Prašiček, ki je bil najprej debel in potem suh.« Na ostala vprašanja je odgovorila z »ne vem«, a me na koncu presenetila. Želela je namreč, da se igramo oddajo. Dodelila je vloge in govorila, kaj moram delati. Tako smo najprej skuhalo kosilo kot ribič Pepe, a ga nismo takoj pojedli, ker je bilo še vroče. Nato smo telovadili, ampak ona ni telovadila, ker je bila Kakadudu. Vloge je potem zamenjala in sama bila v vlogi Pepeta, ki je risal. Narisala je dve risbici, najprej prvo, ki jo je Pepe narisal pred začetkom kviza, kjer je opisoval, kaj je hrana in zakaj jo jemo. Neža je tako kot Pepe narisala mizo in na njej hrano. Vse je narisala s črnim svinčnikom kot Pepe in nato pobarvala. Kviz je izpustila in preskočila na drugi del risanja, kjer je Pepe narisal piramido. Tudi ona je narisala v treh različnih delih hrano in zadela vse, razen srednjega dela. Na koncu smo še pojedli hrano, ki jo je pripravil Pepe. Ona v vlogi Kakaduduja ni rabila vilic, ker je imela kljun. Zelo dobro si je zapomnila vse, kar so v oddaji

risali, saj tudi sama zelo rada riše in je pri tem zelo natančna. Pri barvanju je namreč zelo pazila na črte in robove.

Sara, 5 let

Oddajo je gledala od začetka do konca. Nasmehnila se je predvsem pri tistih delih, kjer je govoril Kakadudu. Takoj na začetku je bilo deklici še nekoliko nerodno, zato je na vprašanje, o čem so se v oddaji pogovarjali, odgovorila, da se ne spomni. Zato sem začela z nekoliko lažjimi vprašanji, da bi jo spodbudila k odgovarjanju. Povedala mi je, da ji je bil najbolj všeč Kakadudu, omenila je še Pepeta in lisjaka, ki sta bila z njim v oddaji. Nato je povedala, da je Ribič Pepe pripravil brokoli in mi pritrdila, da je to zdravo. Nato sem se osredotočila na zgodbo o princu Ferdu. Povedala mi je, da je bila to zgodba o prašičku, ki je bil kralj, a je bil debel, ker je preveč jedel. Zato je moral potem telovaditi, da je lahko postal kralj. Na vprašanje, kaj je Ribič Pepe narisal, ko so želeli rešiti težavo v stolpu, tudi nisem dobila odgovora, zato sem Saro vprašala, kaj je narisal v trikotnik, ki se je pojavil na ekranu. Povedala mi je, da hrano ter da je bila spodaj zelenjava, na vrhu pa sladkarije. Pritrdila mi je, da so zgoraj sladkarije zato, ker jih ne smemo veliko pojesti. Besede, ki so jo otroci ponovili, se ni spomnila, ko pa sem ji povedala, da so to besedo ponavljali tudi žabi in Kakadudu čisto na koncu, je rekla, da so se pogovarjali o muhah. To je sicer povsem res.

Nace, 5 let

Večino časa je sicer gledal oddajo, vendar nezbrano oziroma je vmes večkrat vstal in šel iskat piškote. Smejal se je tistim delom, v katerih je nastopal Kakadudu, ki mu je tudi sicer najbolj všeč, »ker je smešen«. Spomnil se je tudi, da je v zgodbi, ki jo je povedal Pepe, nastopal prašiček, ki je pojedel preveč sladkarij in potem ni mogel na prestol, ker je bil predebel. Nato je moral pojesti zelenjavo in spiti vodo. Vprašanj v kvizu se ni spomnil, dejal je le, da sta Kakadudu in Foksner tekmovala za zlatnike znanja. Na vprašanje, kaj je Pepe narisal, ko so šli v stolp, je odgovoril, da piramido, na kateri je bila spodaj zelenjava in sadje, zgoraj pa kolački, ki jih lahko poješ malo. Besede, ki so jo ponovili, se ni spomnil.

Tinkara, 5 let

Oddajo je spremljala od začetka do konca, le med kvizom in med risanjem piramide je nekoliko izgubila pozornost in opazovala stvari okoli sebe. Je pa bila ena redkih, ki je pela pesmice in plesala na melodijo. Tako kot nekateri drugi otroci, se je tudi Tinkara med oddajo večkrat nasmejala, največkrat takrat, ko je govoril Kakadudu. Večkrat med oddajo je tudi

komentirala dogajanje. Čisto na začetku, ko se Pepe rahlo opeče, ko prinese pekač z brokolijem in cvetačo, Tinkara to opazi in vpraša, zakaj se ni polil z mrzlo vodo. Med pripovedovanjem zgodbe o princu Ferdu je sodelovala in predvidela, da se ne bo mogel uvesti na stol, ker je preveč pojedel.

Lea, 6 let

Oddajo je spremljala od začetka do konca, čeprav ni plesala ob glasbi ali pela zraven. Temo oddaje je znala določiti takoj. Povedala je, da so se pogovarjali o zdravi hrani, da zdrava hrana niso torte in sladkarije ter da je to hrana, ki jo lahko jemo vsak dan. Pri zgodbi o prašičku mi je povedala, da ni jedel zdrave hrane, celotne zgodbice pa se ni čisto spomnila, kar lahko kaže na to, da ji ta del ni bil tako zanimiv. Glede kviza je vedela, da sta v njem nastopala Kakadudu in Foksner, je pa dejala, da ju je Ribič Pepe vprašal, kaj je zdrava hrana, kar ne drži povsem. Ko so v oddaji reševali težavo, se je spomnila, da je Ribič Pepe narisal trikotnik in da je čisto spodaj narisal zdravo hrano, na vrhu pa nezdravo. Kaj je bilo v sredini, se ni spomnila. V oddaji ji je bil najbolj všeč Kakadudu.

Matic, 6 let

Zbrano je spremljal celotno oddajo, kar je dokazal tudi s svojimi odgovori. Najprej mi je naštel, kdo vse v oddaji nastopa, nato pa je odgovoril na vprašanje, kaj mu je bilo v oddaji najbolj všeč. Izpostavil je del oddaje, kjer je priletel Foksner in sta bila potem s Kakadudujem skupaj v kvizu: »Ugotavljala sta, kaj je v telesu in kaj je hitra hrana. Potem je Foksner odletel in sledila je zgodba o kralju, ki je slišal, da če drugi jedo več, bolj rastejo. Jedel je same sladkarije in potice ter pil kokakolo in mehurčke. Zato se je zelo zredil in ko je prišel dan, ko je šel na stol, pa ni mogel iti gor, ker se je preveč zredil.« Na vprašanje, kaj je moral potem narediti, je Matic odgovoril, da je moral dvigovati uteži, ob tem pa mi je povedal, da ima uteži tudi njegov očka. Najbolj všeč sta mu bila sicer Ribič Pepe in Kakadudu, ker lovita Foksnerja. Matic je temo oddaje določil takoj in povedal, da so se pogovarjali o zdravi hrani. Tudi to, da je Pepe narisal piramido in na njej hrano. Dejal je, da je bila spodaj zelenjava, v sredini tisto, kar lahko ješ samo enkrat ali dvakrat na teden, zgoraj pa je bila nezdrava hrana, zaradi katere se zrediš. Ko sem ga vprašala, katero besedo so ponovili otroci in potem tudi Kakadudu na koncu z žabama, se je zelo trudil, da bi se spomnil, na koncu je naredil skovanko barvne kovine oziroma dodal, da je bilo nekaj v zvezi s kovinami. Matic tudi sicer gleda Ribiča Pepeta.

Urban, 7 let

Oddajo je spremljal od začetka do konca in zbrano sledil dogajanju ter ga komentiral že med predvajanjem. Ko je Pepe pripovedoval zgodbo o princu Ferdu, je na primer že vnaprej napovedal, da ne bo mogel sesti na prestol, ko je Pepe povedal, da je veliko jedel in se zato redil. Po koncu oddaje je takoj ugotovil osrednjo temo oddaje, ki je zdrava prehrana. Všeč mu je bil predvsem tisti del, ko so se pogovarjali, ne pa toliko ples in glasba. Ko sem ga povprašala o kvizu, je sicer vedel, da so se pogovarjali o hrani in da sta Kakadudu in Foksner tekmovala in iskala pravičen odgovor, vendar pa se ni spomnil natančnih vprašanj. Si je pa zapomnil besedo beljakovine in zraven dodal, da se te nahajajo v jajcih. Pravilno je opisal tudi piramido, ki jo je narisal Ribič Pepe ter naštel, kakšna hrana se nahaja v posameznem delu. »Spodaj so najbolj zdrave, potem malo manj, potem pa še najmanj. To so sladkarije,« je povedal.

Julija, 7 let

Tudi Julija je bila ena izmed tistih, ki sta ji bila všeč glasba in ples, zato je tudi sama zraven zaplesala. Je pa za razliko od večine na vprašanje, kaj so se v oddaji pogovarjali, odgovorila, da je Kakadudu mislil, da ne bi jedel samo zelenjave, ampak jo moramo jesti večkrat na dan, čeprav ni treba jesti samo zelenjave. Nato je povedala, da so se pogovarjali o hrani in da je Ribič Pepe povedal zgodbico o kralju, ki je jedel sladkarije in se zato, ker se je preveč zredil, potem ni mogel več usesti na stol. »Potem je moral shujšati,« je še pojasnila. Sledila je tudi dogajanju v kvizu in je bila ena izmed redkih, ki si je zapomnila vsaj eno izmed zastavljenih vprašanj. Dejala je, da je Ribiča Pepeta zanimalo, kam gre hrana, ki jo dobimo. Dodala je, da »gre notri pod kožo«. Ko je šel Ribič Pepe v stolp, je Julija povedala, da se je na ekranu pokazala piramida. »Spodaj je bila zdrava hrana, v sredini tista, ki ni tako zdrava, na vrhu pa tista, ki ni zdrava in je ne smemo tako pogosto jesti. To so sladkarije.« Vprašala sem jo še, kaj je narisal v posameznem delu, bila je skoraj edina, ki se je spomnila, da je v srednjem delu narisal ribo. Besede beljakovine se sicer ni spomnila, mi je pa za konec povedala še, da je včasih Ribiča Pepeta gledala bolj pogosto, zdaj pa ne več tako.

Luka, 7 let

Zanimala ga je predvsem vsebina oddaje in ne toliko ples in pesmi. Zato je tudi takoj vedel, kaj je bila glavna tema oddaje. Povedal je, da so se pogovarjali o hrani in o tem, kaj je dobro jesti. Najbolj mu je bilo všeč, ko je Ribič Pepe risal, ni pa mu bil všeč Kakadudu, »ker se vedno nekaj pritožuje«. Tudi kot lik mu je najbolj všeč Ribič Pepe, in sicer zato, ker je razložil vse o hrani. Tudi on je, tako kot Julija, vedel, da je bilo eno od vprašanj v kvizu, kaj se zgodi s hrano, ko jo pojemo. Na vprašanje, katero besedo so v oddaji ponovili, je odgovoril: »Raznolika hrana.« Ko je pripovedoval o tem, da je Ribič Pepe za rešitev narisal piramido zdrave prehrane, je opisal tudi, katera hrana se je nahajala v posameznem delu, pri čemer mu je, podobno kot ostalim, srednji del delal največ težav. Na zgodbico o prašičku je pozabil. Na vprašanje, o kom je govorila zgodbica, ki jo je povedal ribič, je namreč odgovoril: »O tem, kaj je dobro jesti vsak dan.« Ribiča Pepeta gleda večkrat, pogosto pa, kot mi je povedal njegov oče, potem določeno stvar, ki se jo v oddaji nauči, tudi sam raziskuje (išče v knjigah, na spletu ipd.).

Urh, 8 let

Prva stvar, ki jo je Urh omenil, ko sem ga vprašala, kaj so se v oddaji pogovarjali in kaj se je dogajalo, je bil kviz, kar nakazuje na to, da je ta del najbolj zbrano spremljal. Spomnil se je obeh vprašanj in odgovorov. Nato sva se pogovarjala o osrednji temi in povedal mi je, da so se v oddaji pogovarjali o zdravi hrani. Opisal mi je tudi zgodbo in povedal, da je govorila o prašičku, ki je hotel postati kralj, ker pa je jedel nezdravo hrano, na koncu ni mogel sestiti na stol, saj je bil predebel: »Potem je nehal jesti to hrano in je jedel samo še sadje in zelenjavo.« Pri risanju piramide se je tako kot večina spomnil, da je bila piramida razdeljena na tri dele, vedel je tudi, kaj je pomenil posamezni del, ni pa se spomnil, katera hrana konkretno je bila v posameznem delu narisana. Ko sem ga vprašala o besedi, ki so jo otroci ponovili, je rekel samo, da je bila »zelo težka beseda«. Najbolj všeč so mu bile sicer žabe, pa tudi Kakadudu, »ker je smešen«. Ribiča Pepeta gleda tudi doma, najbolj pa mu je všeč kviz, ker se kaj novega nauči.

Maja, 8 let

Med gledanjem oddaje je večkrat odtavala s pogledom in ni spremljala oddaje od začetka do konca. To se je potem tudi poznalo pri odgovorih, saj se nekaterih stvari ni spomnila, nekatere pa je pomešala. Vedela je, da so se pogovarjali o dobri hrani, povedala je, da sta to zelenjava in sadje. Ko pa je pripovedovala zgodbo o prašičku, je dejala, da je bil prašiček kralj, ki je veliko jedel in bil še vedno lačen, ko pa se je zredil, se je lahko usedel na stol. Nekoliko se je zmedla pri pripovedovanju in to bi lahko bila posledica tega, da oddaje ni pozorno spremljala. »Pogovarjali so se o dobri hrani. To je zelenjava in sadje,« je povedala. Kviz ji je bil sicer najbolj všeč, a se ni spomnila vprašanj. Vedela je le, da je Ribič Kakaduduja in Foksnerja spraševal o zdravi hrani. Opisovala je tudi piramido, ki jo je narisal Pepe, vendar je pomešala, katera hrana se je nahajala v določen delu. Besede beljakovine se ni spomnila.

Janja, 8 let

Oddajo je zbrano spremljala od začetka do konca in potem, ko sem jo vprašala, kaj so se pogovarjali v oddaji, začela opisovati kar posamezne dele oddaje. Najprej je povedala, da je Ribič Pepe skuhal kosilo, potem so telovadili in nato je prišel Foksner, ki je s Kakadudujem tekmoval v kvizu, kjer so se pogovarjali o hrani. Spomnila se je tudi obeh vprašanj in odgovorov. Nato sem jo povprašala o zgodbici, ki je bila sicer pred kvizom. Ni imela težav s tem, da mi jo je podrobno opisala. Spomnila sem jo še na reševanje težave in mi je takoj povedala, da se je na ekranu pokazala piramida, potem pa je Pepe narisal trikotnik, razdeljen na tri dele, v vsakem delu pa je narisal hrano. »Spodaj je bila zdrava, v sredini malo manj, tam so bila jajca in meso, zgoraj so bile pa sladkarije, ki jih ne smemo veliko jesti,« je opisala. Pri besedi, ki so jo ponovili otroci, sem ji pomagala, da se začne na črko b, potem se je spomnila, da so ponovili besedo beljakovine.

5 DISKUSIJA

Ugotovitve magistrskega dela sem razdelila na štiri glavna področja. Prvo je področje otrokovega razvoja in v kolikšni meri ta vpliva na razumevanje televizijske vsebine oziroma konkretno na vsebino oddaj pete sezone *Ribiča Pepeta*. Drugo področje je ciljna publika, kjer ugotavljam, ali bi bilo bolj primerno imeti ožjo ciljno publiko in več krajših oddaj. Pri tretjem področju sem preverjala uresničevanje kriterijev za kakovostno otroško oddajo, ki sem jih določila v teoretičnem delu. Izpolnjevanje posameznega kriterija bom ponazorila tudi s primeri. Pri zadnjem področju sem se osredotočila na ustvarjalce oddaj, in sicer, kako ustvarjalci določajo osrednje teme oddaje.

5.1 OTROKOV RAZVOJ IN RAZUMEVANJE ODDAJE RIBIČ PEPE

Na podlagi intervjujev, ki sem jih opravila z otroki, ugotavljam, da otroci oddajo *Ribič Pepe* razumejo različno, vendar k temu niso pripomogle zgolj razlike zaradi kronološke starosti, saj so se v nekaterih primerih petletniki spomnili več kot osemletniki, čeprav bi zaradi starostne razlike pričakovali, da bo ravno obratno. Kot je pojasnila psihologinja Colneričeva (2014), je do teh razlik prišlo tudi zaradi otrokovega predhodnega znanja, izkušenj in individualnih razlik. Podobno pa tudi Charlton (v Peštaj 2009b, 42) pravi, da bodo različno stari otroci zaradi razvojno pogojenih razlik v mišljenju, čustvovanju in zaznavanju, pa tudi izkušenj, isti del oddaje zaznali in predelali na povsem različne načine.

Oddaja *Ribič Pepe* je namenjena otrokom, ki so stari od štiri do osem let, kar je, če gledamo z razvojnega vidika, zelo široka ciljna publika, saj zajema dve zelo različni razvojni obdobji: zgodnje otroštvo, ki se nanaša na kronološko starost od treh do šest let, ter srednje otroštvo, o katerem govorimo po otrokovem vstopu v šolo, tj. starost od šest do osem let (Colnerič 2014). Tudi teorija Piageta (v Giddens 1993, 72–74), ki sem jo predstavila v teoretičnem delu, otroke po starosti razdeli v podobna obdobja, in sicer v predoperativno obdobje in obdobje konkretnih operacij. V obdobju zgodnjega otroštva je otrok tako na predoperativnem nivoju razmišljanja, ob prehodu v srednje otroštvo pa začne razvijati konkretne operacije, njegovo mišljenje postane bolj fleksibilno, lažje razmišlja z več vidikov. Pomembno je, da vemo, da jasne ločnice ni in da razvoj poteka kontinuirano (Colnerič 2014). Ko otrok dopolni določeno starost, ne spremeni v trenutku tudi svojega razmišljanja.

Ker so vsebine v obravnavani peti sezoni za otroke zahtevnejše, sem tudi pri spremljanju izbrane oddaje z otroki opazila, da jim je pozornost v nekaterih delih upadla. Predvsem mlajši

otroci, stari štiri in pet let, so pozornost izgubili pri kvizu. To je sicer običajno za otroke v zgodnjem otroštvu, ki težko sledijo nečemu, kar je prezahtevno oziroma »izven območja bližnjega razvoja« (Vigotski v Batistič-Zorec 2000, 71). Pri starejših otrocih pa je večji poudarek na vsebini, ker je tudi njihova pozornost daljša, imajo pa tudi več znanja, več razumejo, njihov besednjak je širši ipd. (Colnerič 2014). Odgovori, ki sem jih dobila od otrok, so sicer kazali na razlike v razumevanju zaradi starosti, hkrati pa so bile opazne tudi individualne razlike. Deček Matic, ki je bil star šest let in je zbrano spremljal oddajo od začetka do konca, se je tako npr. spomnil več podrobnosti o oddaji kot deklica Maja, stara osem let, ki je oddajo gledala nezbrano. Kljub temu so pri izbrani oddaji, ki sem jo spremljala z otroki, vsi znali določiti osrednjo temo, kar kaže na to, da je bila tema ustrezno predstavljena vsem otrokom.

Zanimiv element v oddaji *Ribič Pepe* je tudi ponavljanje neznane besede. V izbrani oddaji so otroci ponovili besedo beljakovine. Od otrok, s katerimi sem si oddajo ogledala, sta jo po koncu oddaje uspela ponoviti samo dva, zato sem iskala odgovor, ali je takšno ponavljanje sploh smiselno. Psihologinja je pojasnila, da ponavljanje zagotovo ne škodi, ampak kvečjemu koristi (Colnerič 2014). Stvari se lahko naložijo v otrokovem spominu. Ne bi bilo smiselno, da bi ponavljali več neznanih besed, ker bi s tem preveč zasedli otrokovo mentalno kapaciteto. Če se ponovi zgolj ena beseda, se je bo lahko otrok spomnil, ko jo bo naslednjik slišal, postal radoveden in želel o tem vedeti še več. S tega vidika posredovanje in ponavljanje neznanih besed lahko deluje spodbudno (Colnerič 2014).

Ena izmed najbolj pomembnih ugotovitev analize je sicer, da so za otroke in njihovo razumevanje vsebine oddaje *Ribič Pepe* zelo pomembni starši. Predvsem pri izbrani peti sezoni, kjer so teme za otroke težje, je pomembno, da oddajo nekdo gleda z njimi in tudi preveri, kako so otroci oddajo razumeli. Nekateri starši se bodo namreč pogovarjali z otroki in jim nerazumljive pojme pojasnili, ponazorili s konkretnimi materiali, zato bo razumevanje oddaje drugačno (Colnerič 2014).

Čeprav se med analizo recepcije in intervjuji, ki sem jih imela z izbranimi otroki, nisem osredotočala na to, kakšne so njihove izkušnje in koliko so o predvajani temi vedeli že prej, sem ugotovila, da ne moremo zgolj enoznačno predpostaviti, da je na primer osemletnik oddajo razumel bolje kot petletnik. Odgovori so bili zelo različni in verjetno ne samo zato, ker je sodelovalo relativno majhno število otrok in so zato podatki bolj kvalitativni, ampak tudi

zato, ker je vsak otrok edinstven in lahko oddajo razume na svoj način, na to pa vplivajo tudi nekateri zunanji dejavniki, ki pa jih nisem merila.

5.2 ODDAJA S PREŠIROKO CILJNO PUBLIKO?

Odgovor na zastavljeno raziskovalno vprašanje, ali je *Ribič Pepe* oddaja s preširoko ciljno publiko, sem poskušala poiskati s poglobljenimi intervjuji z ustvarjalcema in s psihologinjo.

Idealno bi bilo, če bi lahko ustvarjali oddajo, ki je namenjena ožji starostni skupini otrok, vendar bi se s tem tudi preveč omejili, meni Colneričeva (2014). Tudi če bi bila oddaja namenjena samo štiriletnikom, to ne pomeni, da bi drugim ugasnili televizijo in ti ne bi slišali ali videli določenih vsebin (prav tam). Hkrati pa tudi ustvarjalci ne pričakujejo, da bodo oddajo spremljali samo otroci tiste starosti, ki jim je oddaja namenjena. Prizadevajo si namreč, da vsi gledalci, ki imajo v soboto zjutraj prižgan televizor, ostanejo čim dlje na kanalu, kjer se predvaja *Ribič Pepe* (Ribič in Potrebuješ 2013).

A če sklepam na podlagi izjav iz intervjujev, ki sem jih imela z otroki, lahko ustvarjalcem priporočam, da kljub temu, da je bilo razumevanje osrednje teme oddaje dobro, razmislijo o ožanju ciljne publike, pri čemer bi zaradi zahtevnosti vsebin izločili vsaj štiriletnike. Številni dokumenti (Zakon o medijih, Zakon o RTV Slovenija, Listina o televiziji za otroke) opozarjajo, da imajo otroci in mladostniki pravico spremljati televizijsko vsebino, ki je narejena posebej za njih; to velja tudi za vsebine, ki so v celoti primerne za njihovo starost.

Da je ciljna publika preširoka, lahko vidimo tudi iz dolžine oddaje, ki je dolga dvajset minut. Kot ugotavlja Colneričeva (2014), je pozornost otrok v zgodnjem otroštvu v primerjavi s kasnejšim obdobjem še relativno šibka in se iz zgodnjega v srednje otroštvo izboljšuje, še vedno pa obstajajo tudi zelo velike individualne razlike. S starostjo sicer otroci svojo pozornost lažje samostojno nadzorujejo, trajanje in kakovost pozornosti pa nista odvisna le od otrokove starosti (prav tam).

Na problem dolžine oddaje sta opozorila in se ga zavedata tudi avtorja Ribič in Potrebuješ (2013). Otroci posamezni epizodi težko sledijo od začetka do konca, saj tematike prehajajo ena v drugo. Kljub temu, da je oddaja *Ribič Pepe* narejena za majhne otroke, kliče po zahtevnem gledalcu (Ribič in Potrebuješ 2013). Sezona, ki sem jo analizirala, je bila ena najbolj zahtevnih do zdaj. Če k temu prištejemo še dolžino oddaje, lahko zelo hitro dobimo štiriletnika, petletnika in tudi osemletnika, ki mu med gledanjem oddaje pozornost upade.

20 minut dolga oddaja bi bila morda bolj primerna za lahkotnejše teme, katerih se Ribič Pepe prav tako loteva v drugih sezonah. Za sezono, ki se loteva težjih tem, pa bi morali pripraviti posebno različico, saj gre za teme, ki so nesporno pomembne za otroke in njihov razvoj, le način upovedovanja bi moral biti bolj prilagojen stopnji razvoja otrok, ki jim je oddaja namenjena.

Primerno rešitev sta že predlagala tudi ustvarjalca Ribič in Potrebuješ (2013), ki menita, da bi bilo dobro, če bi bil Ribič Pepe dnevna oddaja, dolga sedem do deset minut. Vključili bi še dodatne vsebine, žive goste, vprašanja o aktualnih temah.

Tudi Colneričeva (2014) vidi to kot dobro rešitev, saj je pri vsakem učenju bolje, da informacije prejemamo večkrat in po malem. Oddaja *Ribič Pepe* je namreč, kot sta izpostavila avtorja Ribič in Potrebuješ (2013), tudi izobraževalna oddaja. »Če bi izbrano temo obdelovali cel teden po 10 minut, bi se zagotovo bolj 'vsedla' v naš spomin, kot pa če bi jo obravnavali samo enkrat dalj časa. V slednjem primeru smo skozi celotno oddajo težje zbrani, znanje bi bilo bolj uporabno, če bi ga prejemali večkrat in 'pomalem'. Tako deluje naš spomin. Večkrat ko neko informacijo prikličemo, uporabimo, lažje jo bomo priklicali v prihodnje« (Colnerič 2014).

Zakaj torej ne pride do realizacije takšnih idej? »V Sloveniji je v generaciji od 17 do 20 tisoč otrok. Ker se oddaja predvaja v soboto zjutraj in če je zunaj lepo vreme, jih gre polovica ven. Enostavno ni računice delati oddajo, ki toliko stane, za sedem ali osem tisoč otrok« (Ribič in Potrebuješ 2013). V okviru magistrske naloge sicer nisem podrobno preverjala, kolikšna bi bila cena vsakodnevnega predvajanja 10 minut dolge oddaje *Ribič Pepe*, je pa to vsekakor dobra iztočnica za nadaljnje raziskave na področju ustvarjanja otroškega in mladinskega programa v Sloveniji.

Ob tem pa velja opozoriti, da za otroke in mlade že obstaja dnevnoinformativna oddaja Infodrom. Predvajajo jo vsak delavnik ob 18.30 in traja slabih deset minut. V tem pogledu bi se morali vprašati o smiselnosti dveh otroških oddaj, ki sta si podobni predvsem v tem, da otrokom posredujeta informacije. Ustvarjalci bi morali dobro razmisliti, kako v program smiselno umestiti obe oddaji.

5.3 IZPOLNJEVANJE KRITERIJEV KAKOVOSTNE OTROŠKE ODDAJE

Zgodbe, ki nagovarjajo otroke in njihov svet

Oddaje *Ribič Pepe*, ki sem jih analizirala, so vsebovale teme, ki so govorile o vsakdanjih dogodkih. Nekatere, kot na primer teme o smrti, ločitvi staršev, strahovih in drugačnosti, so bile sicer nekoliko bolj zahtevne, kar zagotovo kliče tudi po tem, da te oddaje otroci gledajo skupaj s starši. Psihologinja Blanka Colnerič (2014) meni, da ne bi bilo slabo, če bi ustvarjalci oddaje pripravili tudi kakšne napotke za starše, o čem bi se lahko po oddaji pogovarjali, kaj bi jih lahko vprašali, kaj lahko narišejo, razumevanje katerih konceptov še preverijo ipd. (prav tam).

Odrasli pogosto mislijo, da so to teme, ki so za otroke pretežke, zato o njih raje ne govorimo in se pretvarjamo, da jih ni (Colnerič 2014). Ampak otroci razumejo in opazijo veliko več, kot si mislimo. Tudi težje teme so pomembne za otrokov razvoj (prav tam).

Otroški humor in pozitivnost

Otroci, s katerimi sem gledala izbrano oddajo *Ribič Pepe*, so se zabavali predvsem ob Kakaduduju. Mlajši otroci se z živalmi, tudi zaradi animističnega razmišljanja, lažje identificirajo kot odrasli, izpostavlja Colneričeva (2014), vendar bi težko posplošili, da so otrokom smešne samo živali, odrasli ljudje pa ne. Mogoče bo nekega otroka Ribič Pepe po brkih spominjal na njegovega dedka, lažje se bo identificiral z njim, se zato bolj vživel in se tudi zasmel (prav tam). Da se otroci niso smejali Ribiču Pepetu, lahko pripišem tudi dejstvu, da je bil vzorec otrok v nalogi majhen in da smo z otroki gledali le eno oddajo.

Otroke informirati in izobraževati

Glavno izobraževalno vlogo v peti sezoni ima zagotovo kviz. Gre sicer za bolj zahteven del oddaje, kjer predvsem mlajšim otrokom upade pozornost. Glede na teorijo Piageta (v Horvat in Magajna 1987), ki sem jo predstavila o otrokovem razvoju, je eden izmed razlogov za nerazumevanje tudi kronološka starost. Ključno po Piagetovi teoriji (v Colnerič 2014) je, da je otrok v obdobju zgodnjega otroštva na predoperativnem nivoju razmišljanja. Značilnosti tovrstnega razmišljanja so nereverzibilnost miselnih operacij, ki se kaže npr. pri presojanju količine, kadar npr. sok prelijemo v kozarec drugačnih oblik, centriranost oziroma težave pri presojanju z druge perspektive in podobno (prav tam). Ko ob prehodu v srednje otroštvo otrok

razvija konkretne operacije, njegovo mišljenje postane bolj fleksibilno, lažje razmišlja z več vidikov.

Se pa otroci z Ribičem Pepetom učijo tudi, ko ta riše. V izbrani oddaji, ki sem si jo ogledala z otroki, je Ribič Pepe narisal prehransko piramido, ki so se je spomnili vsi otroci ter znali naštetati in opisati večino hrane, ki je bila vanjo vključena.

Otrokom pokazati nekaj novega in spodbujati njihovo domišljijo

Oddaja *Ribič Pepe* vsebuje veliko elementov, ki spodbujajo otroško domišljijo. Kot primer lahko izpostavim štiriletno Nežo, ki je po gledanju oddaje narisala tako risbico, kot jo je narisal Pepe (glej Prilogo Č). Tudi sicer se v kvizu predvsem starejši otroci lahko veliko naučijo; to je potrdil tudi osemletni Urh, ki pravi, da ima kviz v oddaji *Ribič Pepe* rad zato, ker se iz njega kaj novega nauči.

Osredotočenost na razvojne značilnosti in potrebe ciljne starostne skupine

Ciljna starostna skupina oddaje *Ribič Pepe* je, kot sem že omenila, dokaj široko zastavljena. Idealno bi bilo, če bi bila oddaja pripravljena za ožjo starostno skupino, vendar pa bi to pomenilo, da bi morali ustvarjati dve oddaji, po eno za vsako izbrano razvojno obdobje. Tako bi mlajši otroci lahko imeli krajšo oddajo, brez vključenih zahtevnejših razlag, starejši pa nekoliko daljšo z manj glasbenimi vložki.

Pri starejših otrocih je lahko večji poudarek na informacijah, ker je tudi njihova pozornost že boljša kot pri mlajših. Imajo tudi več znanja, izkušenj, zato več razumejo (Colnerič 2014). Lažje sledijo vsebini, saj lažje vključujejo predstavljene koncepte v že obstoječe znanje. Pri mlajših otrocih pa pozornost hitreje upade, ker težko sledijo nečemu, kar je glede na trenutno raven razvoja prezahtevno. Zato je večja verjetnost, da jih bo pritegnila glasba (prav tam).

Posredovanje vrednot

Glavno sporočilo v analizirani oddaji *Ribič Pepe* je bilo, da moramo jesti zdravo hrano, za zgled pa so postavili tudi otroke, ki so sodelovali v oddaji, kar je gotovo pozitivno.

Vrstniška kultura ima zelo velik vpliv (Colnerič 2014). Interes otrok za vrstnike, povezovanje z vrstniki in želja biti sprejeti pri vrstnikih so zelo močni, zato je možno tudi, da si otroci tisti del v oddaji, kjer nastopajo otroci, bolj zapomnijo oziroma so bolj motivirani ali pozorni na vsebine, ki so posredovane s strani vrstnikov (prav tam). Zato lahko zaključim, da oddaja

Ribič Pepe posreduje vrednote. Koliko jih otroci sprejmejo in upoštevajo, pa je odvisno od vsakega otroka posebej, njegovih izkušenj in okolja, v katerem odrasča.

V analizi ugotavljam, da so bili v izbranih oddajah *Ribiča Pepeta* kriteriji za kakovostno otroško oddajo v večji meri izpolnjeni. V najmanjši meri je bil izpolnjen kriterij, ki izpostavlja osredotočenost na razvojne značilnosti in potrebe ciljne starostne skupine. Glede na to, da je oddaja dolga 20 minut, bi lahko ta čas razdelili na krajše oddaje, ki bi bile tudi bolj starostno specifične.

5.4 KAKO USTVARJALCI DOLOČAJO TEME ODDAJ

Otrokom bi morali biti namenjeni visoko kvalitetni programi, narejeni izključno zanje, otroci pa bi morali tudi sodelovati pri oblikovanju njim namenjenih programov (Home 1999, 409). Čeprav pogosto mislimo, da odrasli najbolj vedo, kaj je dobro za otroke, to mišljenje ni pravilno, na kar opozarjajo tudi različni avtorji (Peštaj 2008, Bašič-Hrvatina 2002). Zato bi bilo primerno, da ustvarjalci oddaj preverjajo razumevanje otrok in jih tudi vključijo v oblikovanje vsebin. A med pisanjem magistrskega dela sem naletela na problematiko starosti raziskav in pomanjkanje analiz posameznih oddaj za otroke. Celovita analiza slovenske otroške oddaje je bila nazadnje opravljena leta 2006; z njo so želeli preveriti, ali je oddaja *Bukvožerček* ustrezna za ciljno publiko in kako jo ta razume. Raziskava, ki bi pokazala, kako otroci razumejo oddajo *Ribič Pepe*, še ni bila narejena.

Ustvarjalci se tako v veliki meri zanašajo na svoje znanje in izkušnje, kar ni nujno slabo, a nikoli ne moremo z gotovostjo trditi, da otrokom nudimo natanko tisto, kar potrebujejo in kar želijo, če tega ne preverimo. Tudi Bašič-Hrvatina (v Cah Švarc 2010, 44) je opozorila, da otroški program na televiziji nastaja v slogu »mi že vemo, kaj otroci potrebujejo, in jim to posredujemo«. Avtorja oddaje Igor Ribič in Jože Potrebuješ vsako leto pripravita predloge za tematike. Nadrejeni jih potrdijo, zavrnejo ali jima naročijo, da predloge dodelata. To je potem okvir, znotraj katerega začneta pisati scenarij. Igor Ribič je bil pred časom urednik otroških časopisov in je tudi ilustrator za otroke (Ribič in Potrebuješ 2013).

Ko pravita Ribič in Potrebuješ (2013) je Televizija Slovenija sicer delala interne raziskave za potrebe programa, ki so bile bolj vezane na vprašanje, kako oddajo umestiti v program. Odziv otrok pa avtorja preverjata na nastopih v živo: »Za razliko od odraslih se otroci odzivajo elementarno in iskreno. Za naju je to veliko bolj pomembno, kot pa če bi delala raziskavo« (Ribič in Potrebuješ 2013).

5.5 PRIPOROČILA ZA NADALJNJE DELO

Če bi magistrsko delo želela nadgraditi, bi analizo načrtovala pri večjem vzorcu z ogledom raznolikih oddaj, v nadaljevanju pa bi se osredotočila še na druge vidike, ki vplivajo na otrokovo razumevanje televizijske vsebine. Kot predlaga Colneričeva (2014), bi lahko preverjali, kako denimo na otrokovo razumevanje vpliva družbeno-ekonomski razred, v katerem živi, ter predpostavke o vplivu vrstnikov.

V nadaljnje raziskovanje bi bilo za še bolj kompleksne rezultate potrebno vključiti tudi starše in jih povprašati o tem, kakšno vlogo ima televizija v življenju njihovih otrok in v njihovih življenjih. Številni različni vidiki bi zagotovo pripeljali do novih ugotovitev, ki bi jih lahko uporabili tako ustvarjalci vsebin za otroke kot tudi starši otrok.

6 SKLEP

Ključen namen magistrskega dela je bil skozi analizo televizijske otroške oddaje *Ribič Pepe* prikazati, kako zelo pomembno je, da je vsebina, ki jo otroci spremljajo na televizijskih zaslonih, kakovostna. Do kakovostnih televizijskih vsebin imajo otroci pravico, ki je zapisana v številnih dokumentih in listinah, veliko vlogo pri uresničevanju tega pa nosi tudi javna Televizija Slovenija z otroškim in mladinskim programom, ki tovrstne vsebine za otroke zagotavlja oziroma bi jih morala zagotavljati. Oddaja *Ribič Pepe* je bila tako tudi moje izhodišče za preverjanje, kako in na kakšen način slovenska javna televizija to zavezo uresničuje.

V magistrski nalogi sem iskala odgovore na ključno raziskovalno vprašanje: Kako otroci razumejo oddajo Ribič Pepe?

Da bi na raziskovalno vprašanje odgovorila celostno, sem si morala zastaviti še nekatera druga vprašanja, kot na primer: Kako ustvarjalci oddaje izbirajo osrednje teme? Zelo je namreč pomembno, da tisti, ki ustvarjajo vsebine za otroke, vedo, kaj delajo. Če namreč ustvarjalci vsebin zagotavljajo kakovostne vsebine, potem imamo v rokah močan argument, ki zavrača morebitne pomisleke, da televizija otrokom škoduje. Televizija otrokom ne škoduje, če se naučijo pravilno in kritično gledati televizijske programe (Erjavec in Volčič 1999c, 66).

Odgovor na moje osrednje raziskovalno vprašanje seveda ni enoznačen. Avtorji oddaje *Ribič Pepe* imajo zelo pogosto stik z otroki, zato lahko redno spremljajo njihov odziv na vsebine, ki jim jih ponujajo. Peta sezona, ki je še posebej vsebinsko zahtevna, je bila prikazana korektno, kot je dejala tudi psihologinja, s katero sem se o oddaji pogovarjala (Colnerič 2014), so se ustvarjalci pogumno lotevali tem, ki so, čeprav težke, zelo pomembne za otrokov razvoj.

Ugotavljam, da široko zastavljena ciljna publika ni nujno slaba, vendar hkrati po opravljenih pogovorih z otroki, ki sodijo v ciljno občinstvo, menim, da bi bilo primerneje oddajo skrajšati in jo razdeliti na dva dela. Ker se je pri zahtevnejših delih oddaje pozornost mlajših otrok pogosto izgubila, bi lahko z (dnevno) desetminutno oddajo, ki bi bila namenjena ožji starostni skupini, torej otrokom, starim od štiri do šest let, dosegli še veliko več. To ne pomeni, da otroci niso nič pridobili z 20-minutno oddajo, vendar na tem mestu govorimo o izboljšavah, ki bi bile dobrodošle za boljše razumevanje in pomnjenje vsebine oddaje. Prav tako bi lahko

naredili krajšo oddajo, ki bi bila namenjena starejšim otrokom, kjer bi lahko bil še dodaten poudarek na vsebini in manj na glasbi.

Peta sezona oddaje *Ribič Pepe*, ki sem jo vzela pod drobnogled, je kakovostna otroška oddaja, ki pa ima določene pomanjkljivosti. Morda bi te pomanjkljivosti lahko odpravili že prej, če bi na primer pogosteje izvajali analize in raziskave, ki bi pokazale, kako otroci razumejo posamezno oddajo. Namen tega seveda ni, da bodo otroci narekovali vsebine oddaj, pač pa ugotoviti, kaj in na kakšen način jim še lahko ponudimo, da bodo od vsebine dobili kar največ.

Medijske vsebine za otroke se v Sloveniji podcenjuje; na to ne kaže le pomanjkanje raziskav, ampak tudi podatki o deležu otroškega programa na javni Televiziji Slovenija. Če bi bile sicer maloštevilne analize in raziskave, ki so vendarle bile narejene, javno dostopne, bi si jih lahko ogledalo več ljudi, se iz njih kaj novega naučili in morda dobil še kakšno idejo za izboljšanje programa.

Otroci niso nezahtevni gledalci, so pa lahko zelo hvaležni gledalci. Če se še tako trudimo s prebiranjem različnih teorij in razmišljamo, kako bi jim ustregli, ni nujno, da bomo uspešni tudi v praksi. Pomembnost izvedbe zgoraj omenjenih raziskav se kaže zlasti v kontekstu z zakonom določenega zagotavljanja kvalitetnega televizijskega programa za otroke in mladostnike kot ene izmed pomembnejših nalog javne televizije. Vprašajmo tudi otroke, kaj si želijo, gotovo bomo dobili najbolj odkrite in neposredne odgovore.

7 LITERATURA

1. Bašić Hrvatinić, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis Perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
2. Batistič Zorec, Marcela. 2000. *Teorije v razvojni psihologiji*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.
3. Barker, Cris. 1995. *Global television. An introduction*. Oxford: Blackwell Publisher Inc.
4. Blumer, Jay G. in Wolfgang Hoffmann-Riem. 1992. New Roles for Public Television in Western Europe: Challenges and Prospects. *Journal of Communication* 42 (1): 20–35.
5. Cah Švarc, Katja. 2010. Poti dozorevanja: prve risanke glejmo skupaj! *Revija Ona* 12: 44.
6. Callister, Mark, Tom Robinson in Brad Clark. 2007. Media Portrayals of the Family in Children's Television Programming during the 2005-2006 Season in the US. *Journal of Children and Media* 1 (2): 142–161.
7. Charlton, Michael. 2004. Entwicklungspsychologische Grundlagen. V *Lehrbuch der Medienpsychologie*, ur. Roland Mangold, Peter Vorderer in Gary Bente, 129–150. Göttingen: Hogrefe Verlag.
8. Colnerič, Blanka. 2014. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 21. maj.
9. Dolničar, Vesna in Jana Nadoh. 2004. *Medijske navade med slovenskimi mladostniki, Empirične zaznave*. Ljubljana: ŠOU, Fakulteta za družbene vede.
10. Erjavec, Karmen. 1999. Otrokovo razumevanje televizije. V *Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, ur. Karmen Erjavec in Zala Volčič, 16–19. Ljubljana:

Poletna šola Media education/vzgoja za medije, Zavod za odprto družbo in Fakulteta
za družbene vede.

11. Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1998. *Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
12. --- 1999a. *Moč in nemoč televizije: otrokova dejavnost*. Ljubljana: Rokus.
13. --- 1999b. *Medijska pismenost: Priročnik za učitelje osnovne šole*. Ljubljana: DZS.
14. --- 1999c. *Odraščanje z mediji, Rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: ZPMS.
15. Generalna skupščina združenih narodov. 1999. Konvencija združenih narodov o otrokovih pravicah. V *Otrokove pravice v Evropi*, ur. Liana Kalčina, 29–51. Ljubljana. Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.
16. Giddens, Anthony. 1993. *Sociology*. Oxford: Polity Press.
17. Grewenig, Siegmund. 2005. Qualität fürs Kinderfernsehen. *TelevIZIon* 18 (2): 6–8.
18. Hackl, Christiane. Qualitätsverständnis von ProduzentInnen im Kinderfernsehbereich. *TelevIZIon* 18 (2): 52–57.
19. Home, Anna. 1999. The Children's Television Charter. V *Children and Media: Image, Education, Participation*, ur. Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson, 409. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.
20. Horvat, Ludvik in Lidija Magajna. 1987. *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

21. International Federation of Journalists. 1999. Child Rights and the Media: Guidelines for Journalists. V *Children and Media: Image, Education, Participation*, ur. Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson, 416–417. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.
22. Jensen, Klaus Bruhn in Karl Eric Rosengren. 1996. »Pet tradicij iskanja občinstva.« *Teorija in praksa 2*: 308–332.
23. Kogovšek, Katja. 2006. *Otroški programi na javni televiziji*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
24. Košir, Manca. 1995. *Otrok in mediji*. Zbornik. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
25. Košir, Manca in Rajko Ranfl. 1996. *Vzgoja za medije: prvi slovenski učbenik za starše, vzgojitelje in učitelje*. Ljubljana: DZS.
26. Kužnik, Lea. 2009. *Interaktivno učno okolje in muzeji za otroke – teoretski model in zasnova*. Ljubljana: Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
27. Lesser, Gerald S. 1974. *Children and Television: Lessons from Sesame Street*. New York: Random House.
28. Luthar, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
29. Marjanovič Umek, Ljubica in Maja Zupančič. 2004. *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
30. McQuail, Denis. 1997. *Audience analysis*. London: Sage Publications.
31. --- 2005. *McQuail's Mass Communication Theory, 5th Ed.* London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

32. Milosavljević, Marko. 2005. Prihodnost javne radiotelevizije – RTV Slovenija. V *Za javno Radiotelevizijo Slovenije*, ur. Slavko Splichal in Ivan Hvala, 108–113. Ljubljana: Društvo občanski forum.
33. Moore, Stephen. 1993. *Sociologija: ključni pojmi in dejstva*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
34. Newman, David M. 1997. *Sociology: Exploring the architecture of everyday life*. Thousand Oaks: Sage Publications.
35. Pergar Kuščer, Marjanca. 1991. *Šola in otrokov razvoj. Mlajši otrok v šoli*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani.
36. Peštaj, Martina. 2008. Televizija sporoča: branje je izziv! V *Programi šolskih knjižnic in razvijanje pismenosti*, ur. Majda Steinbuch, 268–278. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
37. --- 2009a. Otroci in mediji. V *Branje za znanje in branje za zabavo: priročnik za spodbujenje družinske pismenosti*, ur. Livija Knaflič in Nataša Bucik, 83–94. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.
38. --- 2009b. *Otroške televizijske oddaje kot dejavnik otrokovega razvoja v zgodnjem otroštvu*. Magistrsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
39. --- 2010. Otrokovo razumevanje televizijskih oddaj. *Psihološka obzorja* 19 (4): 67–80. Ljublja: Društvo psihologov Slovenije.
40. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. 2000. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (21. januar 2013).
41. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: FDV.

42. Prislán, Nataša. 2000. *Kakovost otroškega programa na TV Slovenija*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
43. *Programsko produkcijski načrt 2014*. 2013. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/letno_porocilo/ppn_2014.pdf (15. junij 2014).
44. Reimer, B. 1995. The media in public and private spheres. V *Youth Culture in Late Modernity*, ur. Johan Fornäs in Göran Bolin, 58–71. London: Sage Publications.
45. Ribič, Igor in Jože Potrebuješ. 2013. Intervju z avtorjema. Ljubljana, 8. oktober.
46. RTV Slovenija. 2013. *Gledanost izbranih otroških oddaj med oktobrom 2012 in marcem 2013*. Ljubljana: AGB Nielsen Media Research.
47. RTV Slovenija. 2014. *Predvajani program na TV Slovenija 1 in 2 od leta 2004 do leta 2013*. Ljubljana: Baza predvajanega programa.
48. Sarantakos, Sotirios. 2005. *Social research*. Third edition. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
49. Služba za odnose z javnostmi RTV Slovenija. 2014a. *Povprečna gledanost izbranih otroških oddaj*. Ljubljana: AGB Nielsen Media Research.
50. --- 2014b. *Predvajani program TV Slovenija 1 in 2 po letih*. Ljubljana: RTV Slovenija, Baza predvajanega programa.
51. *Spletna stran oddaje Ribič Pepe*. Dostopno prek: <http://ribicpepe.si/> (7. januar 2013).
52. Splichal, Slavko. 1995. Prihodnost javnih medijev v Sloveniji. V *Slovenija po letu 1995: razmišljanja o prihodnosti*, ur. Veljko Rus, 171–190. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
53. *Video arhiv RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/ribi%C4%8D%20pepe> (11. maj 2014).

54. Volčič, Zala. 1999. Vpliv televizije na otroka in razmerje s starši. V *Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, ur. Karmen Erjavec in Zala Volčič, 90–113. Ljubljana: Poletna šola Media education/vzgoja za medije, Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.
55. *Zakon o medijih (Zmed-UPB1)*. Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=76040> (21. januar 2013).
56. *Zakon o RTV Slovenija (ZRTVS-1)* Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (21. januar 2013).
57. Žnidarčič, Karin Tanja. *Televizija, šolski otroci in njihovi starši*. Diplomsko delo. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

PRILOGA A: Prepis poglobljenega intervjuja z ustvarjalcema oddaje Ribič Pepe Igorjem Ribičem in Jožetom Potrebuješem (8. oktober 2013).

Komu vse oziroma otrokom katere starosti je oddaja namenjena in kateri je glavni namen oddaje?

Igor: Oddaja je namenjena otrokom od četrtega do osmega leta starosti. To je obdobje opismenjevanja.

Oddaja ima več smotrov. Prvi smoter je še vedno zabava. V soboto zjutraj bi radi zabavali otroke, zato ker tekmuje z mednarodnimi korporacijami, ki prodajajo čisto in izključno zabavo. Naša konkurenca so risanke na Pro plusu, ki pa so narejene v smislu akcijskih risank. Oni niso zavezani apostolatom, katerim se zavezujemo mi. Ribič Pepe je zabavna oddaja, mozaična oddaja, vendar ima namen izobraževati in vzgajati otroke, tako da smo tukaj že v osnovi hendikepirani oziroma na nekem normalnem tržnem nivoju bolj ranljivi.

Po drugi strani pa imamo več zaveznikov, kot so strokovna javnost, starši, učitelji, vzgojitelji, ki se jim zdi bolj smiselno, da otrok gleda Ribiča Pepeta, kot pa Spidermana.

Kako so razdeljene vloge pri ustvarjanju oddaje? Kdo izbira teme in kako?

Igor: Z Jožetom sva avtorja. Scenarije pišem jaz, osnovna ideja in osnovna strategija je pa najina skupna. Ta strategija ves čas ostaja znotraj nekih gabaritov, se pa vsako sezono menja tematika. Vsaka sezona je posvečena neki tematiki.

Prva sezona je bila posvečena spoznavanju sveta. Ribič Pepe in Kakadudu sta potovala v namišljenem prostoru, ampak po svetu.

Druga sezona je bila posvečena Sloveniji, vendar nismo potovali po Sloveniji v smislu: Dragi mladi gledalci, danes smo prišli v Črnomelj, ki šteje toliko in toliko prebivalcev. Iskali smo namreč pomembnejša zgodovinska dejstva o določenih krajih, predvsem pa smo iskali mite, pravljice, neko skoraj pozabljeno kulturno bogastvo teh krajev.

V tretji sezoni je Foksner uporabljal časovni stroj, s pomočjo katerega smo se pomikali skozi različna zgodovinska obdobja. Od prazgodovine do prihodnosti. Vmes smo bili v antiki, v srednjem veku, v obdobju industrijske revolucije itd. Skratka v obdobjih, ki so se nam zdela dovolj zanimiva in dovolj različna med sabo, da smo jih lahko predstavili otrokom.

Četrta sezona je bila posvečena poklicem. Spoznavali smo skupine poklicev, ki smo jih predstavili otrokom na zabaven način.

Peta sezona je bila posvečena problemom, ki jih otroci imajo. Problemom, ki ne sodijo v zabavne oddaje, kot so ločitev staršev, bolezni, smrt, strahovi, ki se nam mogoče zdijo nepomembni, otrokom so pa zelo pomembni. Na primer, ko otrok dobi bratca ali sestrico, je to zanj lahko travmatična izkušnja, čeprav ga/jo ima rad. Ukvarjali smo se s to problematiko in jo obravnavali skozi neke filtre. V oddaji se je tako že na začetku pojavil nek problem, ki ga nismo znali rešiti, zato smo šli skupaj z otroci v stolp, kjer je bila naprava, ki reši težavo. Tam smo dobili nekakšno rešitev problema oziroma orodje, s pomočjo katerega se da naše probleme reševati.

Zadnja, šesta sezona je pa nekoliko drugačna. Otroke bomo namreč učili slovenske ljudske pesmi, ki smo jih modernizirali. Imamo neizmerno bogastvo slovenskih ljudskih pesmi. Na primer pesem Barčica po morju plava smo priredili v obliko, ki je današnjim otrokom primerna, pri predelavi pa smo ohranili izročilo, besedilo in energijo v pesmih. Modernizirali smo jih tako, da smo jim dali sodobno glasbeno obliko. Barčica po morju plava je na primer predstavljena kot filmska glasba itd.

Kako je pravzaprav nastal Ribič Pepe?

Igor: Načeloma je Ribič Pepe nastal iz povsem preprostega razloga. Z Jožetom sva ugotovila, da so otroci, s katerimi sva bila v stiku, izjemno digitalno pismeni, ročnih spretnosti pa nimajo. Razmišljala sva torej o oddaji in našla en kup podobnih tujih oddaj, ki spodbujajo ustvarjanje. Ampak te oddaje so bile narejene tako, da je bil tam nek voditelj, ki je otroke naučil narediti račko iz papirja. Nama je bilo to premalo in sva spretnosti, kot so ročne in risarske, likovna senzibilnost, za katere sva želela, da bi jih naši otroci obdržali, vnesla v neko zgodbo. Ta zgodba nama je dovoljevala, da nismo le trenirali nekih spretnosti, ampak da smo otroke še dodatno poskušali vzgajati in izobraževati.

Zato imamo dvojno občinstvo. Eno občinstvo je tisto, ki jih zanimajo samo te spretnosti in samo čakajo, kdaj bomo iz papirja nekaj naredili. Drugi del so pa tisti, ki jih to ne zanima in sledijo samo zgodbi. Na koncu se je izkazalo, da to sploh ni tako slabo.

V peti sezoni, ki je tudi sezona, ki sem jo vzela pod drobnogled, imate v oddajo vključen tudi kviz. Nekatera vprašanja v kvizu so, tako menim, zelo zahtevna, če pogledamo, katerim otrokom je oddaja namenjena. Pričakujete, da vse v kvizu razumejo na primer tudi štiriletni otroci?

Igor: Seveda ne. Saj angleško se zdaj tudi tako učijo, da učiteljica pride v razred in govori angleško, čeprav otroci ne razumejo vseh besed.

Mi poiščemo neko osnovno tematiko. Ta osnovna tematika je jedro zgodbe oziroma rogovila, na katero mi navijemo ostale stvari. Ker je oddaja dolga 20 minut in je to za enega otroka v soboto zjutraj zelo veliko, smo oddajo razdelili na posamezne sekvence. Te sekvence so namenjene temu, da okrog izbrane tematike navežemo neko misel in razdelava te misli ne sme biti daljša od dveh, treh minut. Potem naredimo cenzuro in naredimo novo rubriko.

Te rubrike so narejene tako, da najprej začnemo s težkimi stvarmi, tistimi, ki so potrebne miselnega napora. Se pravi artikuliranje problematike – mamica in očka se ločujeta. To je huda stvar in to je za otroka nekaj najbolj strašnega, kar se mu v življenju lahko dogaja. To je tematika, ki je zelo težka, mi pa jo razbremenimo tako, da naredimo pavzo in imamo malo telovadbe. Potem se spet vrnemo na tematiko, tako da problem ločevanja opredelimo z več različnih zornih kotov in to spravimo v neko risanje ali izdelovanje predmetov. Potem se spet vrnemo na glasbo, vse skupaj pa teče tako, da gremo vedno bolj iz miselnega, preko manualnega, v gibalno glasbeno. Bolj kot so otroci utrujeni, manj je intelektualno naporno in bolj gibalno, telesno, glasbeno, relaksacijsko. To pomeni, da želimo otroke do konca oddaje razbremeniti, obenem pa gradimo kompleten dramaturški lok, da na koncu pride do nekega srečnega konca. Tudi ko smo govorili o smrti, nikogar nismo ubili, nihče ni umrl. Še komar, ki ga jaz udarim, na koncu odleti.

Če se ponovno osredotočim na tematike, ki jih izbirate. Kako velika je ekipa ljudi, ki to dela? Kdo pride do ideje, kdo predlaga teme in jih določa? Verjetno imate tudi kakšne interne raziskave, da dobite odziv otrok?

Igor: Midva vsako leto pripraviva predlog za najine šefe o tematiki. Oni potem to potrdijo, zavrnejo, ali nama naročijo, da stvar dodelava. To je potem okvir, znotraj katerega začneva pisati scenarij.

Sam sem bil pred časom urednik otroških časopisov in sem že celo življenje ilustrator za otroke. Delal sem praktično z vsemi pomembnejšimi slovenskimi literati moderne dobe, ki pišejo za otroke. Kljub vsemu pa sem vedno sledil šolskemu kurikulumu za prvo triado, za katero smo oddajo tudi zasnovali in je naša ciljna skupina. Skratka za obdobje opismenjevanja otrok.

Pri samem scenariju se držimo metod, ki jih izvajamo tudi v živo. Televizija je sicer delala raziskave, ampak njihove interne, za potrebe njihovega programa, ki so bolj vezane na to, kako naj oni umeščajo te oddaje. Kar se pa tiče samega odziva otrok, je pa tako, da zelo veliko nastopam v živo in imam tam stik z njimi. Za razliko od odraslih se otroci odzivajo elementarno in iskreno. Če nek anketar nekoga nekaj sprašuje, je zelo velika možnost, da se bo ta respondent obnašal drugače. Se bo naredil lepega. Pri otrocih je pa to zelo elementarno.

Midva z Jožetom imava tako odziv otrok tedensko, ker sva veliko na terenu in nastopava pred otroki. Otroci so iskreni in bi ti povedali, da si zanič. Za naju je to veliko bolj pomembno, kot pa če bi delala neko raziskavo. Ko si pred 500- ali 600-glavo publiko, si ne moreš privoščiti flopa. Ko vidim v živo odziv, potem vem, da bo to funkcioniralo tudi, ko bom to uporabil v oddaji.

Ste dobili že kdaj kakšen odziv, da je bil na primer en del oddaje ali tema prezahtevna? Kako ste se potem s tem spopadli?

Igor: Na splošno imamo metodo dela takšno, da je osnovni scenarij običajno prezahteven. Lahko namreč delaš na dva načina. Lahko napišeš poenostavljen scenarij in potem dodajaš, nama pa bolj odgovarja, da narediva v osnovi prezahteven scenarij in ga potem sčistiva v primerno obliko.

Obstaja pa problem in midva se ga zavedava. Ribič Pepe ima eno težavo. Ko gledaš eno izmed epizod, je kar zahtevno slediti od začetka do konca, saj tematike prehajajo iz ene v drugo. Kljub temu, da je narejena za majhne otroke, zahteva oziroma kliče po zahtevnemu gledalcu. Ta mora biti skoncentriran. Sezona, ki jo ocenjuješ, je bila verjetno najbolj zahtevna. Letos bo to malo lažje, ker bo tematika bolj glasbena.

Se strinjam glede zahtevnosti pete sezone. Med gledanjem sem namreč večkrat razmišljala, da se predvsem mlajši otroci v določenih delih nekoliko izgubijo. Na primer v kvizu.

Igor: Kot rečeno, ko pride učitelj angleškega pouka v razred, govori angleško in se zaveda, da eno tretjino besed otroci ne razumejo. Ampak te stvari se pri teh otrocih zapečejo kot nek palimpsest v njihovo zavest in potem se to v neki določeni situaciji zbudi. To ni stran vržena informacija, kot deluje na prvi pogled.

Kviz je vedno strukturiran tako, da imamo vprašanje in potem, ko imaš a, b, c možnost, se vedno najprej pojavi napačen odgovor. Potem je pravilen odgovor in nato Pepe še enkrat ponovi pravilni odgovor. Tudi celotna oddaja je narejena tako, da na koncu Ribič Pepe obnovi, kaj smo se naučili itd.

Pa bi se vama zdelo smiselno, da bi, na primer v primeru neomejenih finančnih sredstev, naredili tri oddaje? Bi se lotili tega, da bi šli v ožje starostne skupine? Od 4 do 5 let, od 6 do 7 in od 8 do 9 let? Ciljna publika pri Ribiču Pepetu je namreč zelo široka.

Igor: V Sloveniji je v generaciji od 17 do 20 tisoč otrok. Ker se oddaja predvaja v soboto zjutraj in če je zunaj lepo vreme, jih gre polovica ven. Enostavno ni računice delati oddajo, ki toliko stane, za sedem ali osem tisoč otrok. Mi moramo imeti širšo ciljno skupino. Naša ciljna skupina ni samo od 4 do 8 let, ampak si prizadevamo, da vsi gledalci, ki imajo v soboto zjutraj prižgan televizor, ostanejo čim dlje na našem kanalu. Vsak televizijski šef bi to od nas zahteval.

Zato si prizadevava, da je v oddaji nek podatek, ki preseneti tudi odraslega človeka. Ne rečem, da s tem lovimo starostno skupino 30 let, ampak zaradi tega lažje zdržijo pred ekranom.

Otroka, ki je star od štiri do osem let, imava sicer vedno pred očmi, vendar nisva v njegovih gabaritih od začetka do konca. Dovoliva izlete navzgor in navzdol in mislim, da s tem oddaja pridobi, ne pa izgubi.

Dejstvo pa je, da je slovenski trg zelo majhen. Če na primer pogledamo periodično časopisje v Franciji. Imaš revije za otroke od dveh do treh let, od tri do pet let, od pet do osem let, pa od osem do deset let in tako naprej. Pri nas je to iluzija. Tam je pač 50-milijonski trg, tukaj pa dvomilijonski trg. Treba se je prilagajati. Imamo revijo Ciciban in z njo pokrivamo otroke od četrtega do desetega leta. Francozi pa imajo v tem časovnem razmiku šest revij.

Pa je otroški program v primerjavi z ostalimi hendikepiran v smislu pozornosti, financ itd.?

Igor: Nama je to, da imava zelo majhen budget, na nek način tudi v izziv. Ker veš, da s temi orodji, ki jih imaš na razpolago, lahko poveš samo toliko. Potem se že v kreativni fazi temu prilagajaš in včasih prideš do zelo zanimivih, učinkovitih in simpatičnih rešitev.

Se vama zdi, da v Sloveniji posvečamo dovolj pozornosti ustvarjanju otroških vsebin? Pogosto je to dano na stranski tir. Praktično je RTV edini, ki ustvarja svoje vsebine.

Jože: Jaz se v ta projekt nisem podal zato, ker bi naredil neko globalno študijo, ali je otroški program na tej ali oni televiziji dober ali slab, ampak enostavno zato, ker moji otroci takrat niso gledali nič. Tudi jaz kot glasbeni ustvarjalec, ki sem bil prej na terenu skoraj 20 let, točno vem, kaj slovenskega otroka motivira. V resnici je bilo malo storjenega na tem področju. Bilo je le nekaj mladinskih filmov. Na tem področju je velika praznina in otroci se sicer veliko ne sekirajo, ampak enostavno posegajo po tujih produkcijah. Država pa to gleda. Ni problem v tistih, ki delajo televizijo.

Z Igorjem sva se odločila, da nekaj ukreneva glede tega. Nisva želela spremeniti Televizije Slovenija. Želela sva narediti projekt, ki ga bodo otroci imeli za svojega. Zakaj bi ljudje celo leto čakali na Božička ali dedka Mraza, če imajo pa prijaznega možaka, Slovenca, ki razmišlja tukaj in zdaj.

Igor: Kot otroci smo se včasih veliko več smejali, predvsem pa smo veliko več peli slovenske pesmi.

Jože: Pa tudi plesali smo več, se gibali, pogovarjali in več smo ustvarjali. Danes skoraj ne moreš dobiti otroka, ki bi znal narediti nekaj iz lista papirja, če bi mu to naročil. Teh osnovnih stvari ni več in to dela Ribič Pepe, da ne bo šlo v pozabo.

TV Slovenija nima malo otroških oddaj. Bolj se mi zdi problem, da Ribič Pepe ni oddaja, ki bi jo delali sproti, čeprav je to tak projekt, od katerega bi moral nekdo celo leto živeti. Mi pa delamo tako, da se scenariji pišejo nekaj mesecev, grejo skozi razne filtre in sestanke, potem pa se ta osnovna ideja v enem evlucijskem času sredi poletja zapeče, ker drugače to ni izvedljivo.

Igor: Vse oddaje za eno sezono posnamemo v enem mesecu, juliju.

Jože: Potem pa se po žličkah servira. Ni pa rečeno, da ima taka serija po pol leta še vedno isti naboj. Čeprav je pa res, da je oddaja Ribič Pepe delana tako, da je vsaka serija večna. To je eden od osnovnih pogojev. Ribič Pepe, ki je bil posnet šest let nazaj, bo po najinem mnenju isto aktualen leta 2024, ker zajema osnovne otroške in človeške vrednote, ker ima osnovne spretnosti, ki jih človek mora imeti, ne glede na to, da bomo takrat tipkali samo še po ne vem

čem. Dobro je, da človek zna osnovne stvari narediti iz elementarnih stvari in da zna vnaprej ocenjevati.

Peta sezona je bila res ena bolj zahtevnih in ena bolj duhamornih, ker Ribič Pepe je v osnovi še vedno zabavno-poučna oddaja. Skozi nevsiljiv način želimo slovensko misel prenesti slovenskemu otroku.

Ribič Pepe je slovenski produkt in zato se ukvarjamo s slovenskimi problemi, če govorimo o obravnavani sezoni. V njej govorimo o problemih, ki so tukaj in zdaj. To je primeren projekt za nacionalno televizijo.

Če se še nekoliko osredotočimo na peto sezono. Kako konkretno sta prišla do tem za oddajo?

Igor: Midva sva partnerja na več področjih. Pri določenih stvareh da Jože osnovne inpute, neke gabarite. Potem to jaz malo razdelam, Jože pa stvari spet spravi v neke druge okvire. En sam človek tega ne more početi, če je pa tim prevelik, se pa dogaja to, da osnovne ideje razvedenijo.

Najina prednost je to, da sva si na nekem nivoju zelo podobna, po drugi strani pa zelo različna in se dopolnjujeva. Tretja stvar, ki je pa zelo pomembna, je pa ta, da drug drugemu zaupava. Ko jaz nekaj napišem in ima Jože pripombe na to, jaz razumem, da so te pripombe v dobro projekta. Ne počutim se ogroženega.

Kot oblikovalec in po svoji poklicni karieri sem oportunist. Delam po nekih metodah naročnikov, on ima pa izjemno močno intuicijo, ki mu jo daje to, da je stalno na terenu, da je producent drugih oddaj, da je ves čas pozoren na svoje gledalce in jih primerja.

Kaj pa, da bi konkretno od kakšnega otroka dobila idejo za temo? Se je to že zgodilo?

Najslabše, kar se ti lahko zgodi, je, ko so na primer uredniki delali anketo, kaj si bralci želijo brati v časopisih. Halo. Jaz dam denar za to, da me boš ti presenetil z neko novo idejo, ne pa, da bom dal denar za to, da bom bral notri tisto, kar si želim. To je izjemno napačen pristop.

Seveda otroci sami po sebi lahko dajejo zelo dobre ideje. Tudi v fazi produkcije, vendar je to vse znotraj nekih organiziranih gabaritov.

Največ inputov oziroma reakcij dobiva pri nastopih v živo. Tisto šteje. Reakcija ti bistveno več pove kot vse ankete, vse raziskave javnih mnenj, in sicer zaradi svoje neposrednosti in

direktnosti. Tudi zaradi tega nama idej sploh ne zmanjka. Najin problem je, kako ne pretiravati, da bi vse ideje združila v eni oddaji.

Eden izmed delov oddaje Ribič Pepe se imenuje Mali spretni prstki, kjer ustvarjate različne predmete. Je namen tega dela, da bi tudi otroci ustvarjali pred TV ekrani? Nekatere stvari so namreč zelo zahtevne.

Igor: Po pošti sva dobila beneško masko, ki jo je naredila osem let stara punčka in je bila dvakrat boljša od tiste, ki smo jo mi tukaj naredili. Mi delamo za vse in prizadevava si, da bi čim večje število otrok dobilo spodbudo, da lahko to počne.

Imamo velike probleme s percepcijo sodobnega otroka. Pogosto namreč pomislimo, če ni nekaj pretežko za naše otroke. Če mu bo pretežko, se bo pač potrudil, pa mu ne bo več tako zelo težko. Če pa ne bo zmožel, pa pač ne bo, in bo poslušal pesmice ali plesal. Želimo tudi, da bi starši videli, da ni. Gre za to, da se dobi nek motiv, stimulacijo, da tudi starši vidijo, da ni tako pomembno, da za na primer božič ali novo leto kupijo darilo za 150 evrov, ampak je lepo tudi, če naredijo neko čestitko.

Pri snemanju vedno sodelujejo otroci?

Igor: Oddaja se snema tako, da otroci praviloma niso na snemanju. Studio je modra soba, kjer nič ni. To ni nek pravljичni svet. V tej modri sobi so trije kamermani in asistentka režije. Med snemanjem mora biti absoluten mir. Nemogoče je doseči, da bi otroci zdržali 25 dni po osem ur sredi poletja čisto mirno.

Vsi spretni prstki so posneti v enem snemalnem dnevu. Z montažo je narejen vtis, kot da so otroci stalno zraven, vendar v resnici niso. Tudi kviz se snema brez otrok. Posebej se posnamejo vzkliki otrok.

Pa bi si želela drugačnega snemanja? Da bi se oddaja na primer snemala tedensko?

Jože: To je najina vizija. Bi bilo pa tudi dobro, če bi bila to dnevna oddaja. Ribič Pepe, sedem do deset minut na dan, seveda tudi z dodatnimi vsebinami, živimi gosti, z vprašanji o aktualnih temah ... Če bi bil jaz direktor televizije, bi si take oddaje želel.

Prav tako bi si Ribič Pepe zaslužil, da dobi en celovečerni mjuzikl, film ali pa novoletno oddajo. Ribič Pepe je daleč najbolj prepoznaven slovenski otroški lik.

Milan Dekleva je na začetku videl potencial, vendar so najbrž vsi mislili, da bo to trajalo samo eno leto. Takih oddaj je zelo malo in v resnici je Ribič Pepe zelo podcenjen projekt. Pa ne gre za služenje denarja. Želim si, da bi bilo takih projektov več.

Oddaja je na sporedu v soboto zjutraj, vendar se je termin večkrat spremenil, če se ne motim? Kakšen vpliv ima to na gledanost?

Jože: Vsa leta imamo problem, da nimamo stalnega termina. Ribič Pepe se je selil po eno uro gor in dol. Zdaj si pa predstavljaj petčlansko družino v soboto zjutraj, ko ima vsak svoje obveznosti. To, da nismo v teh letih dobili fiksnega termina, je določen hendikep. V tujini tega ni. Razumeva pa, da to ni prime-time vsebina.

Igor: Poskusi so bili, da bi Ribiča Pepeta tudi kupili. Vendar do tega ne more priti, ker potem izgubi svoje poslanstvo. Ribič Pepe je univerzalen slovenski projekt in je od vseh otrok.

PRILOGA B: Okvirni vprašalnik za otroke.

Pri posameznih vprašanjih sem postavljala še različna podvprašanja.

1. Kaj ti je bilo v oddaji najbolj všeč? Zakaj?
2. Kaj ti ni bilo všeč? Zakaj?
3. Kdo ti je bil najbolj všeč? Zakaj?
4. Kaj so se pogovarjali v oddaji?
5. O kom je govorila zgodbica, ki jo je povedal Ribič Pepe?
6. Kaj je Ribič Pepe spraševal Kakaduduja in Foksnerja? Kaj ga je zanimalo?
7. Kaj je Ribič Pepe naredil, ko so prišli v stolp, kaj je narisal?
8. Otroci so skupaj z Ribičem Pepetom ponovili tudi eno besedo. Jo znaš še enkrat ponoviti? Se spomniš, katera je bila?

PRILOGA C: Prepis poglobljenega intervjuja s psihologinjo in specialno pedagoginjo dr. Blanko Colnerič, ki je delala na katedri za razvojno psihologijo, trenutno pa je zaposlena v vrtcu (21. maj 2013).

Oddaja Ribič Pepe je namenjena otrokom, starim med štiri in osem let. Kaj so lahko glavne razlike v razumevanju med njimi – predvsem razlike v razumevanju osrednjih tem oddaj? Seveda je potrebno pri tem upoštevati razlike, ki nastanejo zaradi okolja, v katerem otroci živijo, in ne samo njihove starosti. Pa vendar, neke osnovne razlike verjetno še vedno so?

Gledano z razvojne psihologije, gre res za dve različni razvojni obdobji, in sicer zgodnje otroštvo, ki se nanaša na kronološko starost tri do šest let, in srednje otroštvo, o katerem govorimo po otrokovem vstopu v šolo, tj. starost šest do osem let. Vendar med obdobjema ni jasne ločnice. Navedli sva okvirne kronološke starosti in to ne pomeni, da ko otrok dopolni šest let, takoj prestopi v drugo razvojno obdobje in razmišlja čisto drugače. Razvoj poteka kontinuirano, razvojna obdobja pa služijo lažji opredelitvi razvojnih nalog, s katerimi se otroci soočijo okrog določene starosti, in lažjemu prepoznavanju morebitnih specifik v razvoju.

Ključno po Piagetovi teoriji je, da je otrok v obdobju zgodnjega otroštva na predoperativnem nivoju razmišljanja. Značilnosti tovrstnega razmišljanja so npr. nereverzibilnost miselnih operacij, ki se kaže npr. pri presojanju količine, kadar npr. sok prelijemo v kozarec drugačnih oblik, centriranost oziroma težave pri presojanju z druge perspektiv in podobno. Ko pa ob prehodu v srednje otroštvo otrok razvija konkretne operacije, njegovo mišljenje postane bolj fleksibilno, lažje razmišlja z več vidikov. Razvojna obdobja so osnova za smernice, npr. na kaj je treba v določenem obdobju polagati pozornost, kako lahko otroka spodbujamo, npr. da so izjave predšolskih otrok na predoperativnem nivoju bolj animistične (pripisovanje živih lastnosti neživim bitjem), domišljajske, mišljenje je bolj centrirano, z razvojem operacij pa to postane drugačno. Do opisanih sprememb prihaja postopno in pri vsakem otroku različno, vsak otrok je svet zase.

Res je, da poleg že opisanih lahko opredelimo še nekatere razlike v razumevanju med štiriletniki in osemletniki, vendar moramo pri tem upoštevati tudi individualne razlike. Ljudje lastno besedišče in razumevanje pojmov gradimo na podlagi naših izkušenj, ki so med otroci, ki gledajo določeno oddajo, predvidoma zelo raznolike.

Pomembno je tudi, koliko so v gledanje oddaj vključeni starši. Lahko se bodo namreč pogovarjali z otroki in jim nerazumljive pojme pojasnili, ponazorili s konkretnimi materiali, zato bo razumevanje oddaje drugačno.

Zagotovo, da oddajo Ribič Pepe otroci razumejo različno, zanje je raznoliko zanimiva, pozorni so na različne enote oddaje ipd. Razlike pa lahko opredelite raznoliko, odvisno, kaj si vzamete kot kriterij ločevanja med otroki, npr. kronološko starost ali morda družbeno-ekonomski položaj, v katerem so otroci in njihove družine. Nekatere razlike zagotovo lahko pojasnimo s kronološko starostjo, ker so z njo povezane spremembe v otrokovem spoznavnem razvoju, v razumevanju sveta, s starostjo se spreminja tudi trajanje in kakovost pozornosti. Zavedati se moramo, da so poleg spoznavnega razvoja pomembna tudi ostala področja razvoja. Gledanje in spremljanje oddaje je povezano tudi z otrokovimi osebnostnimi značilnostmi (npr. radovednost, raven dejavnosti), z njegovimi interesi, že omenjenimi preteklimi izkušnjami, ljudmi in ostalimi dejavniki v okolici ipd.

Dokler oddaja pojmov ne opredeljuje napačno, spodbuja otrokovo vedoželjnost, jim ponuja določene izraze in spodbuja porast tako pasivnega kot aktivnega besednjaka ipd., škode za razvoj načeloma ni, deluje kot potencialna spodbuda. Potem je pa od posameznika in okolja odvisno, koliko to spodbudo izkoristijo.

Peta sezona je tudi po besedah ustvarjalcev oddaje ena težjih za razumevanje. Vse od ločitve staršev, selitve, revščine, zvezdnitva in smrti. Kako te teme razumejo otroci posameznih starosti? Menite, da lahko na enakovreden način predstavimo določeno temo tako štiriletniku kot osemletniku?

Razlike v razumevanju med gledalci zagotovo obstajajo. Na primer razumevanje samega koncepta smrti (njenih značilnosti, kot so univerzalnost, dokončnost ipd.) je predvidoma različno pri štiriletniku in pri osemletniku. Otroci na predoperativni ravni razvijajo zelo domišljajske predstave in teorije, ki sčasoma postanejo vse bolj realistične. Vendar tudi razumevanje pri vseh štiriletnikih ni enako, niti pri vseh osemletnikih. Zopet, razumevanje določenih pojmov, kot je na primer smrt, je v veliki meri odvisno od otrokovih izkušenj. Seveda poleg vpliva spoznavnega razvoja in podobno.

Odrasli pogosto mislimo, da so to teme, ki so za otroke pretežke, zato o njih raje ne govorimo, se pretvarjamo, da jih ni². Ampak otroci razumejo in opazijo veliko več, kot pa si mislimo. Včasih pomanjkanje informacij lahko privede do neugodnih posledic. Če na primer otroci nimajo določenih informacij, lahko razvijejo teorijo ali razlago, ki jih spravi v hudo stisko. Zato je bolje, če otroka, seveda njegovi razvojni ravni primerno, seznanimo s pojmi oz. ga vključimo v družinski vsakdanjik, npr. pogreb ob izgubi bližnjega.

Predvsem pri teh težjih temah je za otroke pomembno, da oddajo pogleda nekdo z njim. Mogoče ne bi bilo slabo, če bi ustvarjalci pripravili tudi kakšne napotke za starše, v smislu, o čem bi se lahko po oddaji pogovarjali, kaj bi jih lahko vprašali, kaj lahko narišejo, razumevanje katerih konceptov še preverijo ipd.

Ustvarjalci se pogumno lotevajo zelo pomembnih tem za otrokov razvoj in ne podpirajo ustvarjanja tabujev. Zavedajo se, da je treba o določenih stvareh govoriti. In če je program kakovostno narejen, je lahko tovrstno obravnavanje zahtevnejših vsebin zelo spodbudno, še posebej, če predstavlja izhodišče za nadaljnje pogovore in igre doma, ki jih starši prilagodijo otrokovi ravni razvoja.

Oddaja je dolga 20 minut. Kako dolgo so sicer lahko otroci zbrani? Tudi ustvarjalci so namreč rekli, da bi bila idealna rešitev, če bi bila oddaja dolga deset minut.

Pozornost otrok v zgodnjem otroštvu je v primerjavi s kasnejšim obdobjem še relativno šibka in se iz zgodnjega v srednje otroštvo izboljšuje, še vedno pa obstajajo tudi zelo velike individualne razlike. V domačem okolju pa se med gledanjem oddaje lahko pojavi tudi zelo veliko dejavnikov, ki pozornost otrok zmotijo (moteči dejavniki v okolju ipd.), ali pa mu jo pomagajo ohranjati (npr. usmerjanje staršev). S starostjo sicer otroci svojo pozornost lažje samostojno nadzorujejo, trajanje in kakovost pozornosti pa nista odvisna le od otrokove starosti.

Glede krajšanja oddaje sicer drži tudi, da je pri vsakem učenju bolje, da informacije prejemamo večkrat in po malem. Če bi izbrano temo obdelovali cel teden po 10 minut, bi se zagotovo bolj "vsedla" v naš spomin, kot pa če bi jo obravnavali samo enkrat dalj časa. V slednjem primeru smo skozi celotno oddajo težje zbrani, znanje bi bilo bolj uporabno, če bi ga

² Podobno so menili, da preprečevanje bolj nasilnih igrac (npr. pištol, igrac) privede k upadu agresivnosti v realnem življenju, a ni tako – agresivne vsebine, ki so jih gledali otroci, so lahko delovale katarzično, otroci zelo dobro ločijo med realnostjo in domišljijo, ob prepovedovanju agresivnih igrac pa so zelo iznajdljivi (npr. uporaba banane ali prsta).

prejemali večkrat in "pomalem". Tako deluje naš spomin, večkrat ko neko informacijo prikličemo, uporabimo, lažje jo bomo priklicali v prihodnje. Sicer si tudi ob enkratnem gledanju nekatere informacije zapomnimo, še posebej, če so nam predstavljene z več vidikov, na različne načine, kakor se trudijo ustvarjalci oddaje.

Med intervjuvanjem otrok sem opazila, da nekatere bolj zanima vsebina, druge pa bolj oblika (ples in petje) oddaje. Je to starostno pogojeno ali so prisotni še drugi dejavniki?

Otroke pogosto privlačijo različni zvoki, vendar so otroci, kot sva danes že večkrat rekli, med seboj zelo različni. Kasneje v šoli lahko govorimo o različnih učnih tipih. Nekateri otroci so bolj auditivni in si lažje zapomnijo, kar slišijo, drugi bolj vizualni tipi in bolje memorirajo v obliki podob. Nekoga bolj privlačijo miselni vzorci, nekdo si lažje zapomni, če je faktografsko napisano po alinejah. Eni si bolj zapomnijo sliko, drugi bodo razvili strategijo nekih asociacij. Pomembno je, da je v oddaji čim več različnih vidikov in da se vključi čim več čutnih poti. Da otroci vidijo, slišijo. Če bi bila možnost tudi, da primejo, bi si otrok še bolj zapomnil določeno stvar. Katera je tista informacija, ki bo do otroka prišla, je pa zelo odvisno od vsakega posameznega otroka. Vsekakor pa bo zapomnitev bolj optimalna, če informacijo prejmemo po čim več čutnih poteh, za kar se ustvarjalci oddaje trudijo, pripomorejo pa lahko tudi starši doma (npr. priprava zelenjave kot v oddaji, ki jo lahko otroci otipajo, okusijo ipd.).

Res je sicer, da je pri starejših otrocih morda lahko večji poudarek na informacijah, ker je tudi njihova pozornost že boljša kot pri mlajših. Imajo tudi več znanja, izkušenj, zato več razumejo, njihov besednjak je širši in s starostjo še narašča, več pojmov imajo že opredeljenih in bolj imajo razdelano pojmovno mrežo, zato vsebine, ki so predstavljene v oddaji, lažje kam umestijo. Normalno, da lažje sledijo vsebini, ker lažje vključujejo predstavljene koncepte v že obstoječe znanje.

Pri mlajših pa pozornost hitreje upade, ker težko sledijo nečemu, kar je glede na trenutno raven razvoja "predaleč" (Vigotski bi rekel izven območja bližnjega razvoja). Zato jih morda bolj pritegne glasba. Če je v oddaji samo posredovanje informacij, ki je za njih prezahtevno, gredo stran. Ampak to še vedno ne pomeni, da niso od oddaje nič "dobili".

V izbrani oddaji so večkrat ponovili besedo beljakovine. Tudi v nekaterih drugih oddajah iste sezone večkrat ponovijo kakšno težjo besedo, kot na primer gravitacija.

Kaj je smisel ponavljanja takšnih besed? Si otroci to sploh lahko zapomnijo in hkrati poznajo tudi pomen besede? Če da, za katero starost je takšno ponavljanje smiselno? Igor Ribič, eden od ustvarjalcev oddaje, je dejal, da to ponavljanje ni izgubljena informacija. Ali to drži?

Škodi predvidoma ne. Mogoče se lahko vtisne v spomin in ko jo bo otrok drugič srečal, jo bo imel "nekje v spominu". Strinjam se s tem, da se stvari lahko naložijo. Seveda ne bi bilo smiselno, da bi otroci ponavljali preveč besed, saj bi lahko preveč zasedli njihovo mentalno kapaciteto, prispevali k mehanskemu učenju besed, ki jih ne bi zadosti razumeli. V oddaji opaženo ponavljanje kvečjemu koristi in ne škodi. Ponavljanje je ena izmed strategij zapomnitve, memoriranja. Sicer pa je bolj učinkovito učenje z razumevanjem, do katerega morda privede otrokova vedoželjnost. Lahko pride namreč do tega, da otrok besedo sliši (če bi bila izrečena med tekstom, morda nanjo ne bi bil pozoren), postane radoveden in želi o tem še več vedeti, sprašuje. S tega vidika posredovanje in ponavljanje neznanih besed lahko deluje spodbudno.

Dobro je, da otroci določene vsebine slišijo v različnih situacijah, različnih kontekstih, saj jo bodo potem na primer v šoli lažje osvojili. Dejstvo je tudi, da večkrat, kot nekaj slišiš, večja je verjetnost, da boš to pravilneje razumel in ustrezneje "povezal v svojo pojmovno mrežo".

Pa bi vseeno lahko rekli, da ima oddaja zastavljeno preširoko ciljno publiko, če se osredotočimo na razvoj otrok pri določeni starosti?

Tudi če bi bila oddaja samo za štiriletnike, to ne pomeni, da bi starši drugim ugasnili televizijo in ti ne bi slišali ali videli določenih vsebin. Ključno je, da ustvarjalci oddaj upoštevajo, da otroci razmišljajo še bolj konkretno, da jim stvari narišejo, kot so na primer narisali piramido. Pomembno je, da stvari konkretizirajo, ker je to značilno za predšolskega otroka in mlajšega šolarja, ki delujejo na predoperativnem nivoju ali nivoju konkretnih operacij. Teme so korektno predstavljene, slikovite, zanimive. Koliko bodo s tem pridobili otroci, pa, kot sva že večkrat omenili, ni le v dometu avtorjev oddaje. Zelo pomembno je, koliko je otrok že prej o določeni temi slišal in koliko sodelujejo starši, kako je med oddajo pozoren ipd.

Če bi naredili oddajo, ki bi bila univerzalna za neko starost, bi se s tem preveč omejili. Bistveno je, da ustvarjalci poznajo določene že opisane značilnosti otrokovega mišljenja in vedo, na kaj morajo biti pri posredovanju vsebin otrokom pozorni. Ne zdi pa se mi bistveno

govoriti o oddaji za štiriletnika in osemletnika, saj lahko z oddajo oba pridobita na raznolike načine. Podobno je tudi z igračkami in knjigami, ki so morda namenjene za določeno starost, pa se jih potem različno stari otroci lahko lotevajo na različen način. Tako tudi v oddaji lahko vidijo različne aspekte. Kakovostne oddaje so ravno tiste, ki vključujejo vsebine, prikazane na različne načine, kar lahko deluje spodbudno na širok razpon gledalcev (npr. oddajo lahko spremljata oba sorojenca, se o njej pogovarjata, starejši razvija poučevanje in utrjuje pojme, mlajši ob njegovih razlagah napreduje ipd.). Pomembno je, da se teme korektno prikažejo, da se spodbudi starše, da gledajo skupaj z otroki, da po oddaji skupaj poustvarjajo in podobno. Na ta način se bo vsebina tudi bolj ohranila, dodatno bo čustveno obarvana, prešla bo z ekrana v vsakdanje življenje. To se mi zdi bolj pomembno. Stvari si namreč bolj zapomnimo, če jih doživimo.

Kaj pa otroški humor? Pri svojih kriterijih za kakovostno oddajo sem omenila, da mora biti humor primeren in prilagojen otrokovemu doživetju, saj vsak humor zanje ni vedno zabaven. Med gledanjem oddaje z otroki sem ugotovila, da jim je bil predvsem smešen lik Kakaduduja, niso pa se smejali, če se je na primer zasmel Ribič Pepe. Kje bi lahko bili vzroki za to?

Mlajši otroci se z živalmi, tudi zaradi animističnega razmišljanja, lažje identificirajo kot odrasli. Vendar bi težko posplošili, da so otrokom smešne samo živali, odrasli ljudje pa ne. Mogoče bo pa enega otroka Ribič Pepe po brkih spominjal na njegovega dedka, lažje se bo identificiral z njim, se zato bolj vživel in se tudi zasmel. Vzorec v vaši študiji je bil premajhen za tovrstne posplošitve, zato bi bilo predpostavko potrebno preveriti z drugačnim raziskovalnim načrtom.

Sicer pa se raba in razumevanje humorja, kot tudi metafor, razvijata postopno. Humor je vse bolj kompleksen, otroci tudi vedno bolj razumejo metafore, se lažje šalijo. Pri mlajših je sicer humor še bolj na konkretni, vedenjski komponenti, morda so se zato bolj smejali liku, ki je bil že na videz bolj smešen. Če so se ob tem zasmelali otroci v studiu, so se smejali z njimi. Pri starejših pa je humor bolj izdelan, smejejo se tudi metaforam ipd. Starejši šale tudi lažje razumejo, ker imajo širše besedišče, njihova pozornost je daljša in bolj kakovostna, več pojmov že imajo oblikovanih in zato jim je bolj smešen humor v besedah. Ne moremo pa tega posplošiti, kot sva že večkrat povedali, k individualnim razlikam ne prispeva le kronološka starost.

V nekaterih oddajah sodelujejo tudi otroci. Kakšen vpliv ima to na otroke pred televizijskimi zasloni?

Najnovejše študije, npr. spoznanja Judith Rich Harris, do neke mere postavljajo pod vprašaj številne starejše teorije, ki so pretežno vso odgovornost za vzgojo otrok nalagale staršem, pa tudi ostalim odraslim. To je včasih pomenilo, da so bili starši v celoti odgovorni za otrokovo vzgojo in vedenje v vseh situacijah, tudi v povsem drugem okolju (npr. vrtcu, šoli). Omenjena avtorica pa med drugim meni, da je povezovanje z vrstniki že nekako v nas. Otroci se povezujejo z vrstniki, saj bodo z njimi najdlje živeli, to je njihova generacija. Zato opaža zelo velik vpliv vrstnikov, ki na nekaterih področjih preseže vpliv staršev (npr. razvoj besedišča pri otrocih iz druge kulture), prevzemanje negativnih vedenjskih oblik v želji po pozornosti s strani vrstnikov ipd. Vrstniška kultura ima zelo velik vpliv. Od obdobja malčka naprej, ko nam razvojne zmožnosti to omogočajo, več kakovostnih interakcij vzpostavimo z vrstniki v primerjavi z interakcijami z odraslimi. Interes otrok za vrstnike, povezovanje z vrstniki in želja biti sprejeti pri vrstnikih so zelo močni, zato je možno tudi, da si otroci tisti del v oddaji, kjer nastopajo otroci, tudi bolj zapomnijo oziroma so bolj motivirani ali pozorni na vsebine, ki so posredovane s strani vrstnikov. Tovrstne predpostavke pa bi bilo potrebne natančneje preveriti, npr. preučiti obstoječe študije ali vašo načrtovati pri večjem vzorcu z ogledom raznolikih oddaj.



PRILOGA Č: Risbici, ki ju je narisala štiriletna Neža (29. 3. 2014)

